

Lunds Universitet
Statsvetenskapliga institutionen

STV 102
Ht 2004
Handledare: Mikael Sundström

Demokratiska krav på politisk journalistik

- med metakommunikation i fokus

"Information is the currency of democracy"
(Carnaby 2003:401)

Maria Hols
Vanja Kullander

Abstract

Uppsatsen tar en utgångspunkt i Dahls pluralistiska demokratimodells syn på information som centralt i det demokratiska samhället. Politisk PR (spin) problematiseras utifrån detta och en rad krav på journalistiken sätts upp. Metakommunikation, som den presenteras av Frank Esser m.fl., ses som ett bot mot en del av den demokratirelaterade problematik som politisk PR innebär. Innehållsanalys utförs på svenskt pressmaterial för att se om rapporteringen kring organisationen Greenpeace är metakommunicerad.

Nyckelord: metakommunikation, politisk PR, journalistik, demokrati, Greenpeace

Innehållsförteckning

1. Introduktion.....	4
1.1 Inledning	4
1.2 Syfte och frågeställning.....	5
1.3 Definitioner	5
1.3.1 Massmedia.....	5
1.3.2 Journalistik	6
1.3.3 Politisk PR.....	6
1.3.4 NGO.....	6
1.4 Avgränsningar	7
1.5 Relevans.....	7
1.6 Disposition.....	8
1.7 Litteratur.....	8
2. Information, journalistik och demokrati	9
2.1 Ett demokratiskt ideal	9
2.1.1 Informationens plats i demokratin	9
2.1.2 Demokratiska krav på politisk journalistik.....	10
2.2 Politisk PR – hur kan den skada demokratin?	11
3. Metakommunikation.....	13
3.1 Om artikeln – en sammanfattning.....	13
3.2 Bakgrund till metakommunikationsteorin	13
3.3 Definition: metakommunikation.....	14
3.4 “Self-referential” och “process” news	15
3.5 Massmedia som <i>en</i> politisk institution	15
3.6 Den ”tredje kraften” i nyhetsskapandet	16
3.7 Kritik	16
4. Undersökningen.....	17
4.1 Varför Greenpeace?	17
4.2 Greenpeace och mediestrategierna.....	17
4.3 Innehållsanalys	18
4.3.1 Innehållsanalysens validitet.....	18
4.3.2 Innehållsanalysens reliabilitet.....	18
4.3.3 Material till innehållsanalysen	19
4.4 Urval	19
4.5 Resultat.....	20
5. Slutsats och diskussion.....	22
6. Sammanfattning	23
Referenser	24
Litteratur.....	24
Uppsatser.....	24
Artiklar.....	24
Internet.....	26

1. Introduktion

Här börjar vår uppsats med en *inledning* där vi redovisar kort för vårt studieområde och vår *problemformulering* där vi presenterar de frågor som kommer att guida oss genom hela arbetet. Våra *avgränsningar* samt våra *definitioner* på uppsatsens centrala begrepp kommer också att presenteras. I slutet av introduktionen kommer vi även att ta upp vårt ämnesvals *relevans*. I *dispositionsavsnittet* förklarar vi anledningen till hur vi lagt upp uppsatsen och under *litteraturavsnittet* tar vi upp den litteratur vi använt oss av

1.1 Inledning

Idag är det en nödvändighet att använda sig av massmedia då man ofta som politisk aktör behöver nå ut till den stora massan med sitt budskap. Likväl som de politiska aktörerna har ett beroendeförhållande till massmedia är även medborgare i ett demokratiskt samhälle beroende av att ha tillgång till den massmediala informationen för att kunna utnyttja sina demokratiska rättigheter i olika sammanhang. Vi menar att medielogikens påvekan på massmedia och det sätt på vilket politisk journalistik riskerar att bedrivas, är faktorer som kan försämra kvaliteten på den information som ska ligga till grund för våra, medborgarnas, ställningstaganden. Detta är det stora problemområde som vi rör oss inom.

Mer specifikt så tar vi en utgångspunkt i Dahls pluralistiska demokratimodell och genom den kommer vi att försöka beskriva sambandet mellan politisk PR (se definition punkt 1.3.3), informationskvaliteten på massmedieinnehållet och dessa faktorer inverkan på några medierelaterade demokratiska kriterier. En relativt ny teori kallad metakommunikationsteorin kommer i vår uppsats att presenteras som ett möjligt botemedel mot den negativa inverkan som politisk PR kan ha ur demokratisk aspekt.

I första delen av uppsatsen presenteras det demokratiska perspektiv utifrån vilket vi utvärderar fenomenet politisk PR, politisk journalistik och metakommunikation. En slags normativ bas är enligt oss fruktsam för att kunna utföra en konstruktiv analys. Enligt oss finns ingen objektiv vetenskap – subjektiva ställningstaganden tas genom hela forskningsprocessen – varför vi inte är rädda för att föra in ett demokratiskt idealtillstånd i vårt arbete (jfr Lundquist 1993:159).

Vi kommer även att utföra en empirisk undersökning i form av en innehållsanalys på svenskt pressmaterial. Detta för att kunna uttala oss om huruvida metakommunikationen är något som existerar då det kommer till nyhetsrapportering kring en ickestatlig organisation som i vårt fall exemplifieras med miljöorganisationen Greenpeace.

Vi syftar huvudsakligen till att beskriva den kontrovers där demokratins agenter – i form av våra folkvalda samt diverse intresseorganisationer – genom sina PR-strategier direkt kan motverka vissa demokratiska krav på journalistik.

För vårt uttalande om arbetets relevans, se punkt 1.5.

1.2 Syfte och frågeställning

Vårt arbete syftar delvis till att sätta upp en rad krav på hur den politiska journalistiken bör bedrivas för att befärma demokratin. Olika demokratimodeller har olika krav på medborgare och politiker, men vi menar att oavsett vilken sorts demokrati man förespråkar är de demokratiska kraven på den massmediala, journalistproducerade informationen i princip desamma.

Som ett av kraven kommer fenomenet metakommunikation in. Detta fungerar som någon slags bot mot de demokratiska konsekvenserna av så kallad politisk PR. Vår empiriska del av uppsatsen syftar till att pröva om metakommunikationsteorin, som den presenteras av Esser m.fl. även kan förklara massmedias beteende då det kommer till massmedias rapportering kring ickestatliga aktörer. Vi undrar helt enkelt om massmedia har ett lika kritiskt förhållningssätt till ickestatliga aktörers politiska PR. Vår uppsats kan därför sägas vara uppdelad i två huvuddelar, där den första (kapitel 2) är av normativ karaktär och den andra (kapitel 4) mer empiriskt inriktad. Vår första, normativa frågeställning lyder:

- *Vilka demokratiska krav bör ställas på den politiska journalistiken?*

Arbetets empiriska del styrs av frågan:

- *Uppfyller den svenska politiska journalistiken våra demokratiska krav då det rapporteras kring Greenpeace och framförallt, är nyheterna metakommunicerade?*

Anledningen till att frågorna är två till antalet och att de står i den ordning de gör är på grund av att vi med den första ämnar peka ut det principiellt viktiga. Vår empiriska fråga sätts därmed in i ett samhällsrelevant, demokratiskt perspektiv. Vi undviker därmed att empirin presenteras i ett vakuum där det inte finns någon härledning alls till principer av något slag.

1.3 Definitioner

Vi kommer här att definiera några av diskussionens och frågeställningarnas centrala begrepp. Övriga definitioner, som *metakommunikation* och *demokrati*, omhändertas under respektive kapitel.

1.3.1 Massmedia

Vi har lånat Jesper Strömbäcks definition av massmedia från boken *Den medialiserade demokratin*. Enligt denna är medier företag som sprider information av olika slag (Strömbäck 2004:75). Tekniskt sett är medier en kanal som informationen sprids genom, exempelvis TV, radio och tidningar. Massmedier är medier som sysslar med masskommunikation vilken kännetecknas av enkelriktning, opersonlighet, offentlighet, samtidighet samt kostsamhet (ibid.). Att kommunikationen är enkelriktad betyder att det inte finns någon återföring mellan sändare och mottagare. Opersonligheten och offentligheten innebär att sändaren inte kan kontrollera vem som möts av det utsända meddelandet. Samtidigheten betyder att budskapet

sänds ut samtidigt som det når mottagaren. Massmediernas kostsamhet brukar i regel medföra att stora organisationer står som avsändare (ibid.).

1.3.2 Journalistik

Det är viktigt att inte blanda ihop begreppen media och journalistik. Journalisten har ett beroendeförhållande till medierna men inte tvärtom (Strömbäck 2004:75). Journalistik kan ses som en form av innehåll medan själva medierna är kanalen.

Journalistik är en form av berättelser och beskrivningar av verkligheten, där idealet är objektivitet (Strömbäck 2004:76). Den ska sätta allmänintresse före egenintresse och kravet på att innehållet ska vara sant och relevant är absolut (Strömbäck 2004:75).

Att övertala eller övertyga är karaktäristika man tillskriver propagandan, inte journalistiken (Strömbäck 2004:77). Allmänintresset anses vara det som ska driva journalistiken (ibid.). Sökandet efter ”sanning” sägs ibland vara det som skiljer journalistiken från andra kommunikationsformer, därmed inte sagt att en sådan verkligen finns (ibid.).

1.3.3 Politisk PR

Termen politik innefattar idéer, beteenden och institutioner som är relaterade till det offentliga (Lunquist 1993:27). Vi använder begreppet politisk PR (public relations) synonymt med begreppet ”spindoctoring”. Anledningen till att vi valt det förstnämnda begreppet på bekostnad av det senare beror på att vårt begrepp anses vara betydligt mer neutralt (jfr Esser m.fl. 2001:25).

När det kommer till begreppets betydelse åsyftar det en form av propaganda, med den skillnaden att politisk PR inte har direkt kontroll över mediet som önskas manipuleras. Vi antar att målet med politisk PR är att i så hög utsträckning som möjligt dominera nyhetsagendan, där informationen som presenteras i det givna mediet är helt överensstämmande med det budskap man önskar sända ut.

Politisk PR innefattar många olika *mediestrategier* som man kan använda sig av för att få medial uppmärksamhet, där exempelvis anspelning på rädsla eller användandet av eufemismer skulle kunna vara två sådana strategier (jfr Sundström, lektionsstolpar, http://www.svet.lu.se/webcourses/webkurser/003_Political_communication/Avancerat/Frame-shanteraren/Frame-set_laenkar.html).

Vi ser politisk PR som en slags propaganda, därmed kan man sätta det i relation till begreppet journalistik. Propagandans syfte är i första hand att övertyga och övertala med sitt budskap. Vad gäller sanningshalten i innehållet, så ska det vara sant, men behöver inte omfatta *hela* sanningen. Egenintresset anses sammanfalla med allmänintresset (Strömbäck 2004:77).

1.3.4 NGO

En NGO (icke-statlig organisation) är:

Any group of people relating to each other regularly in some formal manner and engaging in collective action, provided that the activities are non-commercial, non-violent and are not on behalf of a government (Willetts 2001:370).

Ibland talar vi om "icke-statliga aktörer". Detta är en term som betecknar alla aktörer som inte är stater (Willetts 2001:358).

1.4 Avgränsningar

Vi är begränsade av både tid och utrymme i vår uppsats. Därför är det självklart att vi gjort vissa avgränsningar inom vårt arbete.

I vår normativa del har vi valt en utgångspunkt i vissa delar av Dahls demokratiteori. Anledningen till att vi avgränsat oss till just hans teori beror på att vi anser att den passar vårt problemområde, då han talar mycket om informationens vikt i ett demokratiskt samhälle.

Eftersom vi också är av uppfattningen att våra "demokratiska krav" på den politiska journalistiken i princip är applicerbara oavsett vilken demokratimodell man förespråkar, går vi inte in i detalj och beskriver olika demokratiskolor.

När det gäller den empiriska delen, så har vi inte utrymme att diskutera mediestrategier hos alla politiska aktörer. Inte heller har vi möjlighet att se närmare på huruvida man är kritisk till dessa strategier i alla media. Vi har därför avgränsat oss till att titta på rapporteringen av Greenpeace i några utvalda svenska dagstidningar under en bestämd tidsperiod (för detaljer i denna urvalsprocess, se punkt 4.4).

Vi har gjort valet av studieobjekt (Greenpeace) med tanke på att vi på så sätt kan pröva metakommunikationsteorin på ett nytt sätt. Skaparna till metakommunikationsteorin letade efter metakommunikation i rapportering kring politiska val. Vi å andra sidan använder en ickestatlig organisation som studieobjekt. Vi vill genom vårt val av Greenpeace poängtera att politik är så mycket mer än den klassiska partipolitiken. Greenpeace konstituerar en alternativ organisation som uppstått vid sidan av den traditionella politiken, men som kommit att agera mitt i den. Det är också en organisation som har väl utstuderade mediestrategier och är därför passande i vår undersökning.

1.5 Relevans

Vi är av åsikten att när det gäller vetenskapliga texter generellt, bör man vid valet av ämne, frågeställning och objekt för studien fundera över vilken relevans man kan tillskriva arbetet. Man brukar dela in relevansen i det här avseendet i två dimensioner: den *inomvetenskapliga* samt den *utomvetenskapliga*. Inomvetenskaplig relevans avgör i vilken utsträckning studien kan ses som ett bidrag till redan existerande forskningsresultat, forskning som därmed kan fungera ackumulativt. Den utomvetenskapliga relevansen är ett mått på huruvida ens studie är samhällsnyttig ur olika aspekter.

Vi anser att vårt arbete är relevant både ur ett inomvetenskapligt samt ett utomvetenskapligt perspektiv. Inomvetenskapligt relevant för att vi prövar metakommunikationsteorin på ett nytt sätt. Författarna till *Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany – Metacommunication about Media Manipulation* frågar sig endast om metakommunikationen

existerar inom journalistik som rapporterar kring politiska val. Vi undrar om journalister metakommunicerar budskap från en ickestatlig politisk aktör.

Vi anser att vår uppsats är utomvetenskapligt relevant för att den berör ämnet demokrati, ett värde som de flesta människor anammar på ett eller annat sätt. Vi kommer även att argumentera för att de krav som vi kommer att ställa upp för den politiska journalistiken är krav som i princip är viktiga oberoende av vilken demokratimodell man förespråkar. Således borde vår uppsats vara relevant för alla som säger sig förespråka någon form av demokrati.

Positivt ur båda relevansaspekterna är att vi inte bara presenterar en demokratisk problematik, utan även en lösning – vi har alltså en konstruktiv ambition.

1.6 Disposition

Vår uppsats utformas enligt en uppdelning i fem kapitel. I detta kapitel, har vi valt att gå igenom syfte och frågeställning, definitioner, avgränsningar, relevans samt litteratur. Kanske är detta kapitel något längre och mer djuplodande än introduktioner brukar vara. Vi hävdar dock att det är bra att noga redovisa samtliga tankegångar man haft då uppsatsen växt fram, och dessutom argumentera för sina val.

Kapitel två är normativt inriktat, genom vilket vi kommer att konstruera en demokratisk modell och beskriva de samband vi ser mellan information och demokrati. Kapitel tre handlar om metakommunikationsteorin. Vi valde att sätta de två teorikapitlen först, för att med kapitel två få ett normativt sammanhang och för att kapitel tre grundligt förklarar metakommunikationsteorin. Enligt vår uppfattning är det bra att presentera detta före den empiriska undersökningen för att läsaren ska förstå vad denna handlar om.

Vi har inget renodlat metodkapitel, dock går vi grundligt igenom vår metod vid undersökningen under kapitel fyra. Detta gjorde vi på grund av att det kändes logiskt att ta den diskussionen i anknytning till själva undersökningen.

1.7 Litteratur

I kapitel 2 har vi använt oss av Robert Dahls *Democracy and its critics* (1989) samt Jesper Strömbäcks *Den medialiserade demokratin* (2004). Dessa passade vår första problemformulering bra, då de innefattar relationen mellan massmedia, information och demokrati.

Som vägledning till hur man bör gå tillväga när man utför en innehållsanalys har vi använt boken *Textens mening och makt* av Göran Bergström och Christina Boreus, en bok som vi på b-nivån använde på vår metodologikurs. Att den använt som kursbok anser vi vara någon slags indikator på kvalitet.

Då vi presenterar metakommunikationsteorin använde vi oss av *Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany – Metacommunication about Media Manipulation* (2001), en uppsats skriven av Frank Esser, Carsten Reinemann och David Fan.

För kommentarer om övrigt material se punkt 4.3.3.

2. Information, journalistik och demokrati

Vilken plats har informationen i demokratin? Vilka demokratiska krav kan man ställa på den politiska journalistiken? Varför är fenomenet politisk PR (spindoctoring) problematiskt ur demokratiskt hänseende? Dessa frågor får sitt svar inom detta kapitel.

Demokrati är ett av statsvetenskapens mest svårdefinierade begrepp. Vi söker i följande kapitel sätta upp krav för den politiska journalistiken, utifrån den teoretiska utgångspunkten att information är centralt i samtliga demokratimodeller. På så vis skapar vi en bred normativ bas som tilltalar alla förespråkare för någon form av demokrati. Denna normativa bas – kraven på den politiska journalistiken – får i vårt arbete även fungera som en pekpinne som visar oss vad det är som är principiellt viktigt med vårt arbete. Det här kapitlet räddar vår empiri från att hamna i ett vakuum. För empirin säger enligt oss inget om denna inte jämförs med något. Och vad är bättre ur statsvetenskapligt hänseende att jämföra med än ett demokratiskt ideal?

2.1 Ett demokratiskt ideal

Som nämndes i inledningen till detta kapitel ser vi information som en grundpelare inom samtliga existerande demokratimodeller. *Hur* sedan informationen utformas och vad den inriktar sig på att gestalta varierar beroende på vilken demokratimodell som står i fokus. När vi talar om det demokratiska idealet här åsyftar vi vår syn på informationens centrala plats i demokratin samt de demokratiska krav vi kommer att sätta upp för den politiska journalistiken.

Vi kommer att kontruera en slags mall utifrån några av de krav som Robert Dahl sätter upp för sin pluralistiska demokratimodell i *Democracy and its critics* (1989) samt komplettera dessa med de krav som Jesper Strömbäck sätter upp för journalistiken i sin bok *Den medialiserade demokratin* (2004). Denna syntes fungerar som ett slags facit då vi söker kritisera fenomenet politisk PR och då metakommunikationen ska värderas.

2.1.1 Informationens plats i demokratin

Varför är tillgången på information så viktig ur demokratisk synvinkel? Vi använder här tillgång till information som ett slags mått på demokrati. Tillgång på information i sig kan ses som allmängiltig inom demokratiteorin, men vad informationen ska bestå i är beroende av vilken form av demokrati man förespråkar (jfr Strömbäck 2004:98). Tillgång till information är enligt Freedom House det 4:e grundkravet för att ett land ska räknas som demokratiskt (Strömbäck 2004:53). Yttrandefrihet är demokratiskt nödvändigt för att medborgarna ska kunna inhämta, bearbeta och sprida relevant information (Strömbäck 2004:75).

Robert Dahl ställer i *Democracy and its critics* upp sina kriterier för en pluralistisk demokratisk process. Där är bl.a. ”tillgång till alternativa enskilda informationskällor, ej kontrollerade av staten eller en enskild grupp” ett av dem (Dahl 1989:233). För att fördjupa de demokratiska funktionerna inom Dahls demokratiska system, där kunskap ses som en

förutsättning för aktivt och framförallt kritiskt deltagande, anser Dahl att relevant information måste finnas tillgänglig för alla (Dahl 1989:339).

Ett utmärkande drag hos Dahls demokratimodell är även att han anser att många minoriteter ska ha makt snarare än en majoritet (jfr Held 1997:256). Denna utgångspunkt anser vi kunna bidra till kravet på mångfacetterad information där mängden minoriteter gestaltas. Detta för att möjliggöra minoriteternas chans att få upp sina krav på agendan.

Med utgångspunkt i en social ansvarsmodell finns ett socialt kontrakt där staten avstår från att styra debatt och information (Strömbäck 2004:73). För medierna innebär detta dessutom en moralisk skyldighet att införskaffa och sprida relevant information för allmänhetens bästa (ibid.). Finns sagt att:

(...) the survival of democracy depends upon the success of those critics and practitioners who are determined to manage media in the public interest (Rubin 1997:6).

I punktform har vi sagt följande:

1. Tillgången till information är central inom en demokrati
2. Man ska som medborgare ha tillgång till alternativa, enskilda informationskällor (för att kunna delta kritiskt)
3. Medborgarna ska vara noga informerade (för att kunna delta kritiskt)
4. Informationen ska vara mångfacetterad för att möjliggöra för minoriteters plats på agendan
5. Staten får ej styra debatt och information
6. Medier har en moralisk skyldighet att införskaffa och sprida relevant information

Vidare kommer vi att gå in på vilka krav man kan ställa på den *journalistproducerade* informationen.

2.1.2 Demokratiska krav på politisk journalistik

Relevant information ska alltså, enligt den sociala ansvarsmodellen, spridas av medierna. Detta görs i stor mån genom den journalistproducerade informationen. Varför är det då viktigt att ställa krav på hur journalistik ska bedrivas? Vi ser två dimensioner hos den här frågan. En som berör demokratin och journalistikens roll i den, samt en som handlar om den makt som journalisten faktiskt innehar.

Demokrati och journalistik är länkade till varandra, den ena kan inte existera utan den andra. Därmed bör journalistik ytterst ses som en demokratisk praktik (Strömbäck 2004:74). Som vi visat i föregående avsnitt, är informationen central i demokratin. Den journalistproducerade informationen är en viktig del av det totala informationsutbudet när det kommer till att forma våra opinioner. Därmed kan och bör demokratiska krav ställas på politisk journalistik.

Vidare vill vi belysa den maktposition som journalisten innehar. Ytterst är det journalisten, inte medborgaren, som avgör vilken information denne ska distribuera (Strömbäck 2004:84). Helt enkelt menar vi att journalistik och demokrati hör samman samt att journalisten innehar en maktposition när det kommer till informationsdistributionen – *därför* är det viktigt att ställa upp demokratiska krav för hur journalistiken ska bedrivas.

Olika demokratimodeller förespråkar olika krav på vad journalistiken ska fokusera på i sitt informationsutbud. Då deltagardemokraten önskar information utifrån medborgarnas dagordning, menar konkurrensdemokraten att det främst är politikernas dagordning som ska gestaltas av journalisten (Strömbäck 2004:98).

Gemensamt för samtliga demokratimodeller (konkurrens-, deltagar- och samtalsdemokrati, dock ej procedurdemokrati) är att journalisten ska producera information som syftar till att *granska den politiska makten* (Strömbäck 2004:98). Vid granskningen bör således massmedia och journalisten även analysera sin egen roll i denna process, en roll som i allra högsta grad är politisk. Det är detta som metakommunikationen delvis hjälper till att utföra (läs vidare under kapitel 3).

De demokratiska krav vi vill sätta upp för journalistiken har att göra med den journalistiska objektiviteten. Fullständig *objektivitet* är nog omöjlig att uppnå, dock eftersträvansvärd i betydelsen relationen mellan journalistisk och verklighet (Strömbäck 2004:79). För att kravet på objektivitet ska tillgodoses krävs att journalisten uppfyller följande:

- ◆ Journalisten ska sträva efter att vara professionell (Strömbäck 2004:85)
- ◆ Journalisten ska vara fri och självstyrande (ibid.)
- ◆ Journalisten ska ge en nyanserad nyhetsrapportering (Held 1997:256)
- ◆ Journalisten ska vara sanningsenlig (Strömbäck 2004:79)
- ◆ Journalisten ska redovisa det som krävs för att mottagaren ska kunna kritisera en nyhet (Strömbäck 2004:80)
- ◆ Journalisten ska uppvisa genomskinlighet i sin rapportering (Strömbäck 2004:81)

Att journalisten är *professionell* innebär att denne verkar oberoende, har ett kritiskt förhållningssätt till både politiska aktörers organiserade intressen och den egna nyhetsvärderingen (Strömbäck 2004:85). Journalistens *frihet* och *självstyre* ska styra både deras insamling, bearbetning och presentation av nyheterna (ibid.). *Nyanserade* nyheter innefattas av allsidig och mångfacetterad rapportering. Med *sanningsenlighet* åsyftas en klar skiljelinje mellan fakta och värderingar (Strömbäck 2004:79). För att mottagaren av journalistiska budskap ska kunna vara *kritisk* krävs att allt sådant som är relevant för detta ändamål redovisas av journalisten. Detta är exempelvis *genomskinligheten*, där källhänvisningen är noggrann. Andra exempel på detta är *metakommunikation* (se kapitel 3), där journalistens och massmedias maktposition kritiserats samt där politisk PR lyfts fram i ljuset.

2.2 Politisk PR – hur kan den skada demokratin?

Samtidigt som det finns krav på den politiskt relevanta informationen i en demokrati, och på journalisten som till viss del tillhandahåller denna information, finns det krafter som hela tiden motverkar dessa krav. Man brukar tala om den rådande medielogiken där mediers

format, organisation, interna arbetsvillkor, normer och behov av uppmärksamhet styr medieinnehållet (Strömbäck 2000:157). Den ökade kommersialismen på mediemarknaden har gjort att medieinnehållet allt oftare styrs av vinstintresse (Strömbäck 2000:160).

Politiska aktörer har i stor utsträckning anpassat sig till denna logik. Detta ger sig bland annat uttryck i så kallad politisk PR (spindoctoring), som innefattar en rad mediestrategier som verkar för önskad manipulation av medieinnehållet samt strävar efter dominans på nyhetsagendan. Det är således både den rådande medielogiken och sändarens anpassning till detta som i kombination utgör ett hot mot kravet på kvalitativ, relevant samhällsinformation.

Om man likställer politisk PR med propaganda, med den skillnaden att man inte kontrollerar det medium inom vilket man verkar (se definition i avsnitt 1.3), så finns det aspekter som bör tas med i en demokratidiskussion. Det är inte själva existensen av politisk PR som utgör ett problem. Som vi tagit upp tidigare är en demokrati lika beroende av yttrandefrihet som av information. Problemen dyker istället upp när man funderar över hur PR-strategierna hanteras av massmedia och av journalisterna själva.

Vi antar, som tidigare nämnts, att politiska aktörers PR syftar till att i så hög utsträckning som möjligt manipulera samt dominera nyhetsagendan. Detta får negativa konsekvenser ur demokratiskt hänseende om man tar en utgångspunkt i den pluralistiska demokratimodellens krav på mångfacetterad information, som ska finnas för att säkerställa minoriteters utrymme på den mediala agendan.

Vad gäller samtliga demokratiska krav på journalistiken utsätts dessa ständigt för prövningar från de politiska PR-strategerna. Dessa söker utnyttja journalisten som budbärare för det egna politiska budskapet. I hanterandet av tydligt vinklad information har man som journalist ett stort ansvar att i sitt alster reflektera över avsikten med informationen och ta reda på hur man kan komplettera den för att skapa en nyhet utifrån de demokratiska krav som vi ställt upp i tidigare kapitel. Genom att exempelvis inte ifrågasätta PR-strategierna eller använda sig av flera källor, riskerar man att resursstarka aktörer dominerar agendan. Att hävda som att politisk PR skulle vara en nödvändighet i den moderna demokratins infrastruktur, något som Esser m.fl. anser (Esser m.fl. 2001:26), är att blunda för det faktum att det är just de resursstarka aktörerna som kan anlita de bästa PR-strategerna.

Dock inte sagt att politisk PR är ett olösligt problem för journalisten. Följande kapitel förklarar fenomenet metakommunikation, något som kan underminera de risker som politisk PR kan innebära för demokratin. Metakommunikationen möjliggör för kravet på genomsynlighet i nyhetsrapporteringen och är enligt vår uppfattning nödvändig för att ge medborgare i en demokratisk stat utvärderingsmöjligheter utifrån vilka man kritiskt kan granska en nyhet.

3. Metakommunikation

Som vi precis visat är politisk PR en faktor som kan äventyra de demokratiska kraven på informationskvalitet samt på journalistens möjlighet att uppfylla sina demokratiska uppgifter. Finns det då något sätt att komma runt hur information förvanskas av egenintressen på väg ut till medborgarna? För oss fungerar metakommunikationen som ett svar på den frågan, och det är det som ska beskrivas i det här kapitlet.

Metakommunikationsteorin utvecklas av Frank Esser, Carsten Reinemann och David Fan i uppsatsen *Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany – Metacommunication about Media Manipulation*. Teorin ger en bild av hur massmedia antas fungera idag och vilken relation journalisten har till rapporteringsobjektet. Metakommunikation kan alltså enligt vår uppfattning råda bot på den demokratiska problematik som finns relaterad till politisk PR.

3.1 Om artikeln – en sammanfattning

I artikeln *Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany – Metacommunication about media manipulation* ser man metakommunikation som en reaktion på användandet av politisk PR. Metakommunikationen ses som en utveckling av politisk journalistik. Den är en respons på en ny kraft inom nyhetsrapportering, det som kallas professionell politisk PR.

Massmedia hanteras i artikeln som en enskild politisk institution, vilket används som argument för författarnas generella resonemang kring massmedias beteende (Esser m.fl. 2001:21). De vill genom sin studie av massmedias bevakning av valrörelser i USA, Storbritannien och Tyskland visa att den politiska journalistiken börjat använda sig av metakommunikation som svar på de ökade politiska PR-strategierna (Esser m.fl. 2001:23). De menar att yrkeskommunikatörer, det vill säga PR-stategerna, har intagit en inflytelserik roll i moderna, mediestarka demokratier (Esser m.fl. 2001:39). Författarna menar då, att massmedia som kollektiv institution reagerar på denna typ av nyhetsskapande genom att bli mer självkritisk, självanalytisk, kontextualiserande och avslöjande när det gäller den egna rollen inom nyhetsrapportering samt PR-strategier som politiska aktörer använder sig av (Esser m.fl. 2001:39). Detta är enligt författarna en reaktion som i sig är en medieutveckling som är positiv ur ett demokratiskt-normativt perspektiv (ibid.).

3.2 Bakgrund till metakommunikationsteorin

Författarna skisserar upp en bild av utvecklingen hos massmedia under förra århundradet vad gäller dess sätt att bete sig då det ska rapporteras kring politiska val. De menar att den politiska journalistiken på 60-talet sysslade med vad man kallar *issue coverage* som karaktäriserades av en deskriptiv rapporteringsstil (Esser m.fl. 2001:16). Denna rapporteringsstil bidrog till att de politiska kandidaterna var de främsta agendasättarna under den tiden (ibid.). Den huvudsakliga frågan som styr sådan journalistik är:

What are the candidate's issues and what would his or her victory mean for public policy and the average voter? (Esser m.fl. 2001:18)

På 70-talet förändrades massmedias sätt att rapportera kring politiska val till att i högre utsträckning syssla med såkallad *strategic coverage*, vilket innebar att man intresserade sig för vem i kampanjen som var vinnare respektive förlorare (Esser m.fl. 2001:17). Man kartlade vilka strategier och kampanjer som låg bakom detta (ibid.). Frågan som styr sådan journalistik blir därför:

How are the candidates running their campaign, and what does that say about their likelihood of winning? (Esser m.fl. 2001:18).

I början av 90-talet börjar man kunna urskönja vad som kallas för *meta coverage*, som innebär att pressen i allt högre utsträckning på ett "självrefererande" och "självmedvetet" sätt börjar ta med sin egen roll i rapporteringen kring valkampanjer samt PR-strategier som försöker manipulera rapporteringen (Esser m.fl. 2001:17). Frågan som styr denna typ av rapportering är:

How do the campaign handlers try to use the media for their own ends, and how are we covering the election anyway? (Esser m.fl. 2001:18).

Det är i denna teoretiska utgångspunkt som Esser m.fl. bygger vidare sin teori angående vad man kallar för *metakommunikation*.

3.3 Definition: metakommunikation

Esser m.fl. använder sig av följande definition på metakommunikation:

Metacommunication is defined as the news medias' self-referential reflection on the nature of the interplay between political public relations and political journalism (Esser m.fl. 2001:16).

Vidare förklaras begreppet såhär:

By focusing on medias' own role, (...) journalists 'meta-communicate the awareness that they are being manipulated and attempt to publicly deconstruct its purpose' (Esser m.fl. 2001:17).

Viktigt att poängtera är att det inte råder någon inomvetenskaplig konsensus kring vad den precisa definitionen på metakommunikation är (Esser m.fl. 2001:20). Vi nöjer oss dock med att återanvända den definition som Esser m.fl. använder sig av.

För att råda bot på eventuell begreppsförvirring bör också poängteras att den metakommunikation vi talar om inte har att göra med vad man inom psykologin kallar för metakommunikation.

3.4 “Self-referential” och “process” news

Massmedias metakommunikation indelas av Esser m.fl. i två huvudkategorier: *self-referential* och *process news*.

Self-referential news beskriver tendensen hos de som arbetar inom massmedia att sättas sig själva i fokus: ” (...) *to treat themselves as the subject of their own political stories*” (Esser mfl 2001:18). Man medvetandegör läsaren om vilken plats media har i rapporteringsprocessen (ibid.).

Process news medvetandegör läsaren om de bakomliggande strategier som rapporteringsobjektet använder sig av, strategier som syftar till att manipulera medieinnehållet genom att leda eller påverka journalister (Esser m.fl. 2001:19). *Process news* är den del av metakommunikationen som i större utsträckning tar hand om den tekniska delen av den politiska kommunikationen (ibid.). Det är denna typ av nyheter som ligger i huvudsakligt fokus, både för författarna av teorin, och för oss själva.

3.5 Massmedia som *en* politisk institution

Argumenten som författarna har när de försvarar synen på massmedia som *en* politisk institution är att nyhetsmedier innehar en viktig politisk roll, och är lika mycket med i styrningsprocessen som politiska partier och intressegrupper och därför ska förstås och studeras som en politisk institution (Esser m.fl. 2001:21). Man menar att det inte finns någon oberoende media (ibid.).

Massmedia är *politisk* på grund av att den möjliggör kommunikation mellan politikens skilda områden (Esser m.fl. 2001:21). En sådan utgångspunkt är knappast särskilt provocerande. Att den bör ses som en enda politisk institution beror på att nyhetsproduktion och nyhetsinnehåll är så likartade mellan organisationer, att man lika gärna kan se dem som en *kollektiv institution*. Denna syn på media är enligt författarna betydligt mer kontroversiell, men ändå en teoretisk utgångspunkt som man väljer (ibid.). Massmedia är för Esser mfl därför:

(...) a distinct social institution that acts apart from, but in the middle of politics (Esser m.fl. 2001:22)

Denna maktposition innebär enligt författarna :

(...) the news media – as a collective institution – react to their changing role as a powerful political actor with an increase in self-referential metacommunication (Esser m.fl. 2001:23).

Som vi tidigare nämnde tjänar denna syn på massmedia till att författarna tycker sig kunna resonera kring begreppet massmedia på ett generellt plan.

3.6 Den ”tredje kraften” i nyhetsskapandet

Massmedia och politik är tätt sammanlänkade och deltar i varandras rutiner och praktiker (Esser m.fl. 2001:22). Relationen mellan politiken och massmedia är idag mycket mer komplex än den tidigare varit. Av många anledningar är det idag svårare men likväl viktigare för politiker, som de röstmaximerare de är, att kommunicera med väljare genom massmedia. Detta är idag omöjligt utan expertis på området (ibid.).

Dessa experter kallas ibland för ”politiska PR-strateger”, eller ”spin doctors” (Esser m.fl. 2001:22). De vet hur media fungerar, inte sällan är de gamla journalister. Detta medför att de innehar kunskap om hur man dominerar nyhetsagendan. Dessa ”strategiska kommunikatörer” ses i Essers m.fl. teori som en ”tredje kraft” i nyhetsskapandet (ibid.).

PR-strategierna från den pratiska politikens håll får följande konsekvens enligt författarna:

(...) news media (...) react (...) to the new powerful role of political PR strategists with an increase in metadiscursive process news (Esser m.fl. 2001:23).

För kommentar om hur dessa PR-strategier kan skada demokratin, se avsnitt 2.2.

3.7 Kritik

Den främsta kritik som vi vill rikta mot Esser m.fl. uppsats är att författarna ej problematiserar tillräckligt kring fenomenet politisk PR. Därför har vi valt att göra det i föregående kapitel. Dessutom tror vi att författarna överdrivit förekomsten av metakommunikation. Må hända att den är kraftigt förekommande i amerikansk media under valkampanjer. Vi anser dock att det är viktigt att ta i beaktning att politik är så oerhört mycket mer än den traditionella partipolitiken och dess valkampanjer. Journalistik sysslar oerhört mycket med politisk rapportering även i andra sammanhang. Andra politiska aktörer, exempelvis Greenpeace som är vårt slutgiltiga studieobjekt, använder sig också av väl utstuderade PR-strategier. Därför är det intressant att titta efter förekomsten av metakommunikation i rapporteringen kring denna organisation. Härnäst följer därför vår undersökning som avser att titta på just detta.

4. Undersökningen

Här följer kapitlet där vi redogör för vår undersökning. Argument för val av studieobjekt samt metod kommer att tas upp, liksom resultatet på undersökningen. Vår huvudsakliga fråga: *uppfyller den svenska politiska journalistiken våra demokratiska krav då det rapporteras kring Greenpeace och framförallt, är nyheterna metakommunicerade?* får sitt svar under detta kapitel.

4.1 Varför Greenpeace?

Greenpeace, som är en ickestatlig organisation (se def. NGO 1.3.4) är intressant som undersökningsobjekt i detta sammanhang av flera anledningar. Organisationen är en annan viktig politisk aktör som inte tillhör den traditionella bilden av politiska aktörer. I Esser m.fl. studie valde man att fokusera på politiska partier och presidentkandidater då man sökte visa hur media visar på ökad metakommunikation när det kommer till dessa och deras valkampanjer. Vi vill dock vidga begreppet politisk aktör och även låta det innefatta icke-statliga organisationer. Greenpeace har lyckats bilda sig en roll som ett alternativ till – och inom – den traditionella politiken. Organisationen fungerar som lobbyist och visar här hur man använder makt i begreppets direkta betydelse (jfr Strömbäck 2000:54). Greenpeace är alltså en viktig bricka i det politiska spelet, både på sub- och internationell nivå.

Organisationen fungerar också som ett gott exempel på hur man genom media kan forma bilden av den egna organisationen och den problematik som man vill få på agendan. I den här bemärkelsen utövas makt i begreppets andra och tredje dimension (jfr Strömbäck 2000:54). Helt enkelt: makten ligger inte enbart hos våra traditionella politiska partier, organisationen Greenpeace är ett exempel på en NGO som ständigt lyckas utöva sin makt på den politiska arenan, både på sub- och internationell nivå samt inom samtliga maktdimensioner. *Därför* är det intressant att närmare studera denna organisations PR-strategier, för att se hur media, om alls, anpassat sig enligt metakommunikationsteorin.

4.2 Greenpeace och mediestrategierna

Greenpeace arbetar på olika plan. Man sysslar med lobbyverksamhet, aktionsverksamhet, reklam, föredrag, utställningar och kampanjer (Olofsson 1992:26ff). Man är ofta noga med att genom bildmaterial kommunicera med nyhetsbyråer och TV-bolag (Olofsson 1992:28). Dessutom skriver man pressmeddelanden. Dessa läggs ut på organisationens hemsida som vänder sig direkt till journalister

(http://www.greenpeace.se/np/s/NPS_allpress_start.asp?g=press). Även mer ingående rapporter produceras med jämna mellanrum (Olofsson 1992:28). Det som är intressant att poängtera, med hänsyn till vårt problemområde, är att detta material är färdigpaketerat, ensidigt formulerat och dessutom enkelt nog att förstå även om man inte har specialkunskaper på området.

Inte alltför sällan lyckas Greenpeace föra ut bilder och berättelser om dramatiska aktioner i media, som mycket väl stämmer överens med medielogikens krav på dramatik och sensation.

Eftersom man sällan möter sina medlemmar är det viktigt för organisationen att profilera sig och skapa en image (Olofsson 1992:24). Detta lyckas man med genom sin politiska PR, det vill säga sina mediestrategier.

Dessa mediestrategier kan ses som en verklighet som organisationen tvingas in i på grund av medielogiken. De kan ses som ett användbart verktyg för organisationen, men vi vill hävda att medianpassningen likväl kan ses som negativt för organisationen – man kan inte bara fokusera på *vad* man vill föra ut, själva huvudsyftet med verksamheten. Man tvingas även fokusera på *hur* man ska föra ut det. Dessutom, som nämnts, kan denna politiska PR vara skadlig för de demokratiska krav som journalistiken bör uppfylla – den syftar ju ytterst till att dominera och manipulera medieinnehållet.

4.3 Innehållsanalys

För att besvara vår empiriska frågeställning: *uppfyller den svenska politiska journalistiken våra demokratiska krav vid rapportering kring Greenpeace och framförallt, är nyheterna metakommunicerade?* kommer vi att göra en innehållsanalys på artiklar från en rad olika svenska tidningar som berör organisationen Greenpeace i någon bemärkelse. Vår textanalys kommer inte att försöka söka svar på djuplodande frågor som syftar till att ge någon slags bild av bakomliggande, dolda signaler hos artiklarna. Detta på grund av att vår frågeställning rör det som i direkt bemärkelse möter mottagaren av textens budskap. Eftersom vår första frågeställning berör journalistiska rapporteringssätt kändes det för oss helt naturligt att göra en textanalys av massmedialt material.

4.3.1 Innehållsanalysens validitet

En mätmetod med hög validitet är en sådan som verkligen mäter det som avses att mätas (Bergström 2000:35). Innehållsanalysen anses ibland ge låg validitet. I vårt fall hoppas vi att frågeställningen räddar oss från detta. Validitet kan både handla om att göra relevanta mätningar, men även om att ställa rätt fråga till sitt problemområde (Bergström 2000:36). Vi anser att vår frågeställning är tillräckligt avgränsad samt inriktad på metakommunikation – som är något som existerar inom endast den journalistproducerade informationen – varför just detta borde bli vårt undersökningsområde.

Det kan vara problematiskt att kvalitetsbedöma mediematerial om man fragmentiserar detta alltför mycket (Strömbäck 2004:82). Därför har vi använt oss av en ganska lång tidsperiod (6 månader) och tagit med material från samtliga tidningar som innehöll vårt sökord från Mediearkivet under denna tidsperiod. Därmed ser vi ett händelseskeende över tid och i skilda medier – fragmentiseringen blir därför enligt vår åsikt inte ett problem i denna undersökning.

4.3.2 Innehållsanalysens reliabilitet

Hög reliabilitet åsyftar god precision, det vill säga noggranna mätningar och uträkningar hos en undersökning (Bergström 2000:37). Innehållsanalysen är en metod som ibland beskylls för att sätta reliabiliteten före validiteten (Bergström 2000:79). Vår förhoppning är att vi genom

att systematiskt titta efter ord och företeelser i artiklarna ska ge vår undersökning hög reliabilitet. Eftersom vi bygger vidare på en tidigare publicerad uppsats får vi guidning av hur författarna till denna utfört sin innehållsanalys. Vi kompletterar själva med ytterligare frågeställningar som vi söker svar på i artiklarna för att bredda och fördjupa analysen.

4.3.3 Material till innehållsanalysen

Eftersom vi med vår empiriska frågeställning avser undersöka det som möter mottagaren av massmediala budskap valde vi analysmaterial från svenska tidningar. Att det blev just pressmassmedier föll sig naturligt, av praktiska skäl, men även på grund av att vi är av uppfattningen att skillnaden på innehållet när det kommer till rapportering kring Greenpeace är tämligen liten medietyper emellan (jfr Esser m.fl. 2001:28)

I vårt urval av tidningar hade vi en ambition om att få med så många olika tidningar som möjligt. Hur vårt urval av materialet gått till mer i detalj finns beskrivet under nästa punkt.

4.4 Urval

Anledningen till att vi valde att fokusera på tidningar och inte etermedier och television är dels av praktisk karaktär. Dessutom finns det de som menar att skillnaden mellan innehållet i dessa olika medieformer är tämligen liten (Esser m.fl. 2001:28).

För att undersöka huruvida man i svensk press kan urskönja metakommunikativa inslag eller ej vad gäller Greenpeace har vi gjort en sökning på mediearkivets databas, och genom sökordet *greenpeace* fångat alla de artiklar under en sexmånadersperiod (samma tidsperiod som Esser m.fl. använde sig av i sin textanalys) som på något sätt nämnde eller rapporterade kring Greenpeace. Datumen vi sökte mellan var 2004.06.06 – 2004.12.06. Totalt gav sökningen 82 träffar, efter vårt utsällande av artiklar som ej var relevanta blev 56 artiklar kvar. De utsorterade artiklarna blev 26 till antalet. Anledningen till bortsällningen kan ha varit något av följande: artikeln förekom mer än en gång, artikeln var en insändare, artikeln kom från Dagens eko eller artikeln handlade inte överhuvudtaget om Greenpeace.

De tidningar som gav utslag på vår sökning var: *Hallands Nyheter*, *PM*, *Stockholms Fria*, *Aftonbladet*, *Göteborgsposten*, *Östersundsposten*, *Västerbottenskuriren*, *Helsingborgs Dagblad*, *Svenska Dagbladet*, *Borås Tidning*, *Ny Teknik*, *Nerikes Allehanda*, *Dagen*, *Affärsvärlden* och *Dagens Industri*.¹

Genom att inte söka på någon specifik tidning ger vi en bra bredd till vår undersökning. Vi kommer till exempel på så sätt även kunna uttala oss om eventuella skillnader mellan tidningar med olika politisk färg och så vidare.

¹ De media som finns med i mediearkivet är: Affärsvärlden, Aftonbladet, Borlänge Tidning, Borås Tidning, Computer Sweden, Dagens forskning, Dagens industri, Dagens IT, Dagens medicin, Datateknik, Elektroniktidningen, Falu kuriren, Finanstidningen, Göteborgsposten, Hallands nyheter, Helsingborgs dagblad, ikoner, info, Kristdemokraten, Landstingsvärlden, mobil, Moderna tider, Mora tidning, Nerikes allehanda, nu, Ny teknik, Nya dagen, Nya Ludvika tidning, Nätverk&Kommunikation, Nätvärlden, Pressens mediaservice, Pressreleaser- Waymaker, Privata affärer, Resumé, Siren, Stockhoms fria tidning, Svenska Dagbladet, Sveriges radio dagens eko, Södra Dalarnes Tidning, Ticker, Vision, Vår bostad, Värnpliktsnytt, Västerbottens-kuriren, Östersunds-Posten

När vi läste artiklarna letade vi efter samma företeelser som Esser m.fl. gjorde i sin innehållsanalys. Vi gjorde detta, inte med någon direkt förhoppning om att hitta dessa ord i artiklarna, eftersom många av uttrycken är sådant som man förknippar med valkampanjer, men för att i alla fall se om dessa sökord gav utslag. Sökorden var:

- *Spin Doctor*
- *Kommunikationskonsulter*
- *Mediestrateger*

Vi kompletterade deras undersökning genom att i artiklarna även söka svar på följande frågor:

- Visar/analyserar journalisten de mediestrategier som Greenpeace använt sig av?
- Får Greenpeace ensidigt uttala sig eller ges ordet även till andra aktörer i problematiken?
- Tar artikeln sin utgångspunkt i en Greenpeaceaktion?
-

Den första frågan är ju högtintressant med tanke på vår frågeställning. Med denna fråga får vi en bild av huruvida artiklarna innefattar metakommunikativa så kallade process news.

Den andra frågan är intressant då den ger oss en bild av i vilken utsträckning Greenpeace dominerar nyhetsagendan. Om utfallet skulle bli att de ofta får uttala sig ensidigt om en viss problematik borde det vara en indikation på hur väl deras mediestrategier fungerar.

Den tredje frågan är intressant då den visar hur effektiv civil olydnad är som en form av mediemanipulationsteknik.

4.5 Resultat

Vi har konstruerat en datamatrix där vi placerat in artiklarna i fyra olika kategorier. Samma artikel kan dessutom hamna under flera olika kolumner.

	Metakomm.	Ensidig	Mångsidig	Aktionsbaserad
Affärsvärlden	-	-	1	-
Aftonbladet	-	-	1	2
Borås Tidning	-	-	1	-
Dagen	-	-	1	-
Dagens Industri	-	1	-	-
Göteborgsposten	-	5	7	3
Hallands Nyheter	-	-	3	1
Helsingborgs Dagblad	-	3	6	2
Nerikes Allehanda	-	-	2	-
Ny Teknik	-	-	1	-
PM	-	1	1	-
Stockholms Fria	-	2	2	3
Svenska Dagbladet	1	1	8	-
Västerbottenkuriren	-	-	1	-

Östersundsposten	-	2	2	2
Totalt ant. artiklar	1	15	37	13

Datamatriisen visar oss att:

- Endast en artikel av 56 (ca 2%) innehöll metakommunikativa så kallade process news.
- 15 av 56 artiklar (ca 26,5%) innehöll ensidig rapportering, där alltså enbart Greenpeace fått ordet.
- 37 av 56 artiklar (ca 66%) innehöll flersidig rapportering, där alltså två eller fler parter fått uttala sig.
- 13 av 56 artiklar (ca 23%) var aktionsbaserade artiklar.

5. Slutsats och diskussion

Vad blev då svaren på våra frågeställningar? Vår första frågeställning,

- *vilka demokratiska krav bör ställas på den politiska journalistiken?*

fick sitt svar under kapitel 2, där vi kom fram till att journalistik ska sträva efter att vara objektiv, vilket innebär att journalisten ska vara fri, självstyrande, professionell, ge nyanserad, sanningsenlig samt genomskinlig rapportering. Dessutom ska journalisten tillhandahålla allt som behövs för att mottagaren ska kunna kritisera nyheten. Dessa krav är viktiga ur demokratiskt hänseende, då information alltid är central inom demokratin.

Vår andra frågeställning,

- *uppfyller den svenska politiska journalistiken våra demokratiska krav då det rapporteras kring Greenpeace och framförallt, är nyheterna metakommunicerade?*

besvaras av vår empiriska undersökning. Enligt denna var endast ca 2 % av artiklarna metakommunicerade, vilket innebär att svaret på den sista delen av frågan är ett klart nej (det vill säga att man inte uppfyller kraven på genomskinlighet). Vad gäller kraven på nyanserad rapportering så var ca 66 % av artiklarna flersidigt konstruerade – detta krav uppfylldes därför till stor del. Motsvarande ca 26,5 % av artiklarna var ensidigt formulerade och ca 23 % procent av artiklarna var aktionsbaserade. Dessa siffror är svårtolkade, de är inte höga, men vi vill hävda att de ändå visar någonting om organisationens politiska PR. I viss mån har man lyckats med sin PR, då man i 26,5 % av fallen lyckas uppnå en form av dominans, genom att ensidigt få uttala sig. Dessutom verkar de civila olydnadsaktionerna i viss mån fånga journalistens intresse. Vad gäller kraven på journalistens frihet, professionalitet och självstyre besvaras de inte av vår undersökning.

Vi är inte förvånade över resultatet. Metakommunikation i sig verkar vara en tämligen ny företeelse och medvetenheten om och förekomsten av så kallad politisk PR är helt annorlunda i exempelvis USA jämfört med Sverige.

Vi tänker oss att en av anledningarna till att vi inte hittat någon metakommunikation kring Greenpeace i vårt material kan vara att organisationens maktposition är mer subtil än den hos exempelvis politiska partier. Därför kan det kanske finnas en tendens hos journalister att negligera behovet av att granska även denna typ av politiska aktörer.

6. Sammanfattning

För att besvara våra frågeställningar har vi allra först ställt upp en rad demokratiska krav på journalistiken. Sammanfattningsvis kan man säga att de hade med obejktivitet att göra, ett krav som innefattar journalistisk frihet, självstyre och nyanserad, sanningsenlig samt genomskinlig nyhetsrapportering. Efter detta har metakommunikationsteorin presenterats, ett fenomen som är positivt för kravet på genomskinlighet i rapporteringsprocessen. Sedan har vi utfört en empirisk undersökning i form av en innehållsanalys på svenskt pressmaterial. Här sökte vi finna huruvida artiklar från mediearkivet som gett utslag på sökordet greenpeace varit metakommunicerade, flersidigt eller ensidigt konstruerade samt huruvida de varit aktionsbaserade. Slutligen har vi resultatet av den empiriska undersökningen analyserats och tolkats.

Referenser

Litteratur

Bergström, Göran & Boréus Kristina, 2000. *Textens mening och makt – metodbok i samhällsvetenskaplig textanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Dahl, Robert A, 1989. *Democracy and its critics*. New Haven och London: Yale University Press.

Held, David, 1997. *Demokratimodeller – från klassisk demokrati till demokratisk autonomi*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.

Lundquist, Lennart, 1993. *Det vetenskapliga studiet av politik*. Lund: Studentlitteratur.

Rubin, Bernard, 1977. *Media, politics and democracy*. New York: Oxford University Press.

Strömbäck, Jesper, 2004. *Den medialiserade demokratin – om journalistikens ideal, verklighet och makt*. Kristianstad: SNS Förlag.

Strömbäck, Jesper, 1998. *Makt och medier – en bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur.

Willets, Peter, 2001. *Transnational actors and international organizations in global politics* – s. 356-383 i Baylis, John & Smith, Steve (red.), *The globalization of world politics (2nd ed.)*. New York: Oxford University Press.

Uppsatser

Esser, Frank – Reinemann, Carsten – Fan, David, 2001. *Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany – Metacommunication about Media Manipulation*.

Carnaby, Penny & Rao, Sudha, 2003. *Information is the currency of democracy: A New Zealand perspective*.

Olofsson, Anna & Thelander, Åsa, 1992. *Ren informationsverksamhet – en jämförelse mellan Greenpeace och Naturskyddsföreningens externa information*. Lunds Universitet: C-uppsats i Medie- och kommunikationsvetenskap.

Artiklar

Archenholtz, Ingmar, Ny strid om Bråtaskogen, Göteborgsposten 2004-09-16

Baltscheffsky, Susanna, Ledare, Svenska Dagbladet 2004-10-21

Bondeson, KJ, Miljöpolitiken en segdragen kamp, Göteborgsposten 2004-10-03
Börtz, Torun, Protester mot amerikanskt plutonium, Helsingborgs Dagblad 2004-10-07
Claesson, CG, Ris och ros för omstridd mat, Göteborgsposten 2004-11-21
Fransson, Dag, Gör hela kusten till marint reservat, Göteborgsposten 2004-07-16
Författare okänd, Befogad kritik mot GMO-grödor, Östersundsposten 2004-09-27
Författare okänd, Bråtaskogen ska vara ett naturreservat för alla, Göteborgsposten 2004-11-19
Författare okänd, Godkänd avverkning i Bråtaskogen, Göteborgsposten 2004-09-17
Författare okänd, Regnskog bevaras, Dagen 2004-11-10
Författare okänd, Skönmålning av kärnkraften, Dagens Industri 2004-10-09
Författare okänd, Sveaskog avfärdar kritiken från Greenpeace, Östersundsposten 2004-10-23
Hanagarth, Angela, okänd titel, Nerikes Allehanda 2004-07-02
Haraldsson, Marcus, Skyddet av Östersjön får stark kritik, Svenska Dagbladet 2004-08-20
Henadi, Alexandra, Varmare Arktis ökat hot mot djur och växter, Svenska Dagbladet 2004-
Henriksson, Janerik, Barsebäck 2 stängs nästa år, Hallands Nyheter 2004-10-05
Isaksson, Pär, Blundern som stoppade verket, Affärsvärlden 2004-09-21
Kordon, Suzanne, Fiskare sköt på Greenpeacebåt, Aftonbladet 2004-08-14
Kurosz, Joanna, Avgörande nalkas om miljöavtal, Helsingborgs Dagblad 2004-10-01
Lindström PO, Mycket glädjande, Helsingborgs Dagblad 2004-10-01
Lutteman, Markus, Genmajs hot mot biologisk mångfald, Svenska Dagbladet 2004-10-20
Lutteman, Markus, Sverige ändrar syn på EU-beslut om genmajs, Svenska Dagbladet 2004-
09-21
Lutteman, Markus, Test av genmajs hålls hemlig, Svenska Dagbladet 2004-09-15
Neksö TT-Ritzau, Danmarks fiskare och Greenpeace på kollisionskurs, Göteborgsposten
Neksö, TT-Ritzau, Greenpeace på krigsstigen, Östersundsposten 2004-09-11
Nerbrand, Sofia, Vem granskar de goda i dramat?, Svenska Dagbladet 2004-10-28
Peterson, Thorbjörn, Besprutas med förbjudet medel, Helsingborgs Dagblad 2004-06-10
Röjder, Håkan, Greenpeaceaktion mot Jordbruksverket, Hallands Nyheter 2004-09-16
Samuelsson, Henrik, Kvinnoprottest mot EU-grundlagen, Göteborgsposten 2004- 10-16
Scanpix, Värnar drickat, Östersundsposten 2004-07-23
Schlyter, Carl, Myndighet hemligstämplar provresultat, Svenska Dagbladet 2004-09-18
Svanebro, Karin, Greenpeace attackerad av trålare i Nordsjön, Stockholms Fria 2004-08-13
Svanebro, Karin, Greenpeace i strid med trålare i Nordsjön, Stockholms Fria 2004-08-12
Svanebro, Karin, Jordbruksverket plötsligt positivt till GMO-majs, Stockholms Fria 2004-11-
27
Svanebro, Karin, Sverige kovänder om GMO-majs, Stockholms Fria 2004-09-23
2004-09-11
TT, Avgörande i Kina om gen-ris, Borås Tidning 2004-12-02
TT, Brand i Portugal sprids snabbt, Helsingborgs Dagblad 2004-07-31
TT, EU-kandidater vill se marina reservat, PM 2004-06-15
TT, Genmaterial lämnas inte ut, Hallands Nyheter 2004-11-11
TT, Genmodifierad majs godkänns, Svenska Dagbladet 2004-11-21
TT, Greenpeace blockerar trålare, Göteborgsposten 2004-09-29
TT, Greenpeacefartyg besköts, Helsingborgs Dagblad 2004-08-13
TT, Islänningar alltmer skeptiska till valfångst, Helsingborgs Dagblad 2004-07-08
TT, Ja till genmodifierad majs, Hallands Nyheter 2004-11-22
TT, Jordbruksverket vägrar lämna ut handlingar om genmajs, Göteborgsposten 2004-09-16
TT, Kalhyggen i havet, PM 2004-10-19

TT, Material om genmajs hemligt, Svenska Dagbladet 2004-11-11
TT, okänd titel, Göteborgsposten 2004-07-07
TT, okänd titel, Göteborgsposten 2004-10-01
TT, okänd titel, Nerikes Allehanda 2004-10-05
TT, Thailand erkänner ”gensmitta”, Helsingborgs Dagblad 2004-09-15
TT, Överens om skogsskyddet i norr, Helsingborgs Dagblad 2004-06-17
11-09
Upling, Arne, Krigsindustri får hjälp av två landshövdingar, Nerikes Allehanda 2004-08-31
Waldenborg, Kristina, Greenpeace protesterar mot statliga Sveaskogs planer,
Västerbottenskuriren 2004-10-21
Österberg, Kerstin, EU-beslut om ny genmajs skjuts upp, Ny Teknik 2004-09-29

Internet

http://www.greenpeace.se/np/s/NPS_allpress_start.asp?g=press

[http://www.svet.lu.se/webcourses/webkurser/003_Political_communication/Avancerat/Frame
shanteraren/Frameset_laenkar.html](http://www.svet.lu.se/webcourses/webkurser/003_Political_communication/Avancerat/Frame
shanteraren/Frameset_laenkar.html)