

Putinregimen har redan vunnit valet

- En kvantitativ och kvalitativ studie om svenska medieföretags gestaltning av Ryssland och det ryska valet 2018.

Av: Marika Nilsson & Rima Almاده

Handledare: Gunnar Nygren

Södertörns högskola | Institutionen för samhällsvetenskaper

Kandidat 15 hp

Journalistik | Vårterminen 2018



Abstract:

Uppsatsens syfte har varit att undersöka hur svenska medieföretag porträtterar Ryssland och det ryska valet 2018. Metodologiskt är det här både en kvantitativ och kvalitativ studie, som genomförts med insamling av hårddata samt en massmedieretorisk textanalys. För att besvara våra frågeställningar har materialet analyserats utifrån de teoretiska ramverken gestaltningsteorin, orientalism och mediekonstruktion.

Medieföretagen vi undersöker är Aftonbladet, Dagens Nyheter, TT Nyhetsbyrån samt Sveriges Radio. Resultatet indikerar på att svenska media gestaltar Ryssland och det ryska valet negativt. Sveriges Radio skiljde sig från de andra företagen då de flesta av deras artiklar hade en neutral framtoning. Gestaltningen skapar en stereotyp bild, främst av Putinregimen, men även Ryssland och det ryska folket.

Nyckelord: *gestaltningsteori, mediekonstruktion, orientalism, Putin, Ryssland, val.*

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
2. Bakgrund	6
3. Syfte	7
3.1 Frågeställningar	7
4. Tidigare forskning	8
4.1 Palle Roslyng-Jensen	8
4.2 Johnny Rodin	8
4.3 Mi Lennhag	10
5. Teori	11
5.1 Gestaltningsteori	11
5.2 Orientalism	12
5.3 Mediekonstruktion	13
6. Metod och Urval	15
6.1 Kvantitativt	16
6.2 Kvalitativt	17
6.3 Validitet och reliabilitet	19
6.4 Metodkritik	20
7. Resultat och analys	21
7.1 Kvantitativt resultat och analys	21
7.1.1 Hur gestaltas det ryska valet 2018 i svenska media?	22
7.1.2 Hur gestaltas Ryssland i samband med det ryska valet 2018 i TT Nyhetsbyrån, Sveriges Radio, Aftonbladet och Dagens Nyheter?	24
7.1.3 Vilka intervjuas/får komma till tals?	26
7.2 Kvalitativt resultat och analys	30
7.2.1 Hur gestaltas det ryska valet 2018 i svenska media?	30
7.2.2 Hur gestaltas Ryssland i samband med det ryska valet 2018 i TT, SR, Aftonbladet och Dagens Nyheter?	33
7.3 Sammanfattande analys	37
7.3.1 Ett kuvat folk, ett patriotiskt folk.	38
7.3.2 Öst kontra väst	39
7.3.3 Mediekonstruktionens påverkan	40
8. Slutsats och diskussion	41
8.1 Vidare forskning	43

9. Litteraturförteckning	44
9.1 Tryckta källor.....	44
9.2 Digitala källor	46
10. Bilagor	50
10.1 Kodschema	50
10.2 Artikellista.....	55
10.3 Exempel på massmedieretorisk analys.....	57

1. Inledning

Om krisen eller kriget kommer, så heter den broschyr som Myndighet för samhällsskydd och beredskap (MSB) skickar ut till 4,8 miljoner hushåll under 2018 (MSB, 2018), trots att Sverige inte har varit i krig på över 200 år. Men nu anser regeringen att hotet är så stort att de behöver informera Sveriges befolkning om hur de bäst förbereder sig inför en kommande kris eller ett krig.

Svenska media har inte varit sena att uppmärksammat detta, vilket resulterat i artiklar, TV-inslag och hela program ägnat åt frågan. Broschyren har även uppmärksammats utanför Sverige med alarmerande rubriker som New York Posts (Moore, 2018) “Sweden is preparing its people for war”, brittiska The Telegraphs (Farmer, 2018) “Sweden send leaflets to 5m homes on how to prepare for war with Russia” eller CNNs (Shukla & Masters, 2018) rapportering “Sweden to publish leaflets warning citizens over potential war”. Kontentan är: ryssen kommer!

Kanske är det inte så konstigt med den oroväckande mediala framtoningen. Ryssland har genom historien gjort sig närvarande som stormakt, vilket resulterat i åtgärder och satsningar på både försvar och utrikespolitik. Kan det vara så att Ryssland även idag anses utgöra ett reellt hot? Och hur påverkar medias framställning hur vi uppfattar Ryssland? Den 18 mars 2018 var det val i Ryssland, ett val där Putin förväntades vinna utan konkurrens. Valet bevakades på bred front av svenska media. Följaktligen blir det intressant att undersöka hur bevakningen av valet såg ut. Den här studien ämnar således utforska hur svenska medieföretag gestaltar det ryska valet och Ryssland.

2. Bakgrund

Torsten Burgman förklarar i *Rysslandsbilden i Sverige - från Ivan den förskräcklige till Vladimir Putin* (2001) att rädslan för en rysk invasion har nästintill varit konstant de senaste århundradena. Då som nu är svenskarna rädda för det stora landet på andra sidan Östersjön. Ryssland har genom alla tider varit Sveriges ständiga fiende och har alltid haft en hårdför, pompös man som ledare, likt Ivan den förskräcklige på 1570-talet till Tsar Nikolaj, Stalin, Brezjnev och nu Putin.

Mellan 1500–1600-talet ansåg svenskarna att ryssarna var barbarer och okristna, epitet som frammanas efter år av krig. Axel Oxenstierna skrev att ryssarna var ett folk som ”insupit falskhet genom modersmjölken” (Burgman, 2001:16–17). Stridigheterna länderna emellan fortsatte under 1700-talet, och Ryssland betraktades som Sveriges främsta fiende. Inte minst efter att Karl XII dog 1718. Rysslands tsar Peter I, känd som Peter den store, avslutade därmed det svenska stormaktsväldet (Kragh, 2018:56). Några år tidigare hade Finland ockuperats av Ryssland, vilket påverkade svenskarnas syn på Ryssland och dess folk. Ryssarna plundrade Finland och kort därefter även Sveriges kustremsa utmed Östersjön. Många svenska kuststäder brändes och förstördes. Detta eldade på den redan negativa synen på grannen i öst (Burgman, 2001:18–19). Rysskräcken blev ett faktum (Burgman, 2001:20).

Under 1800-talet skedde förfinskningen av Sverige som medförde en oro om att Ryssland skulle invadera Sverige än en gång. Samtidigt låg Ryssland i krig med Tyskland, och tyska tidningar beskyllde Ryssland för en rad aggressions planer, vilka involverade att ryssarna skulle invadera norra Skandinavien. I och med Tysklands krigspropaganda ökade svenskarnas misstro mot Ryssland, vilket tog sig uttryck i antaganden om att ryska sågfilare i Sverige var spioner (Burgman, 2001:34). Därmed moderniserades det svenska försvaret och Sverige rustade för krig (Burgman, 2001:40).

1940 låg Finland i krig mot Ryssland. Media gick ut med parollen “Finlands sak är vår” och Sverige bistod Finland med vapen (Burgman, 2001:57). Under efterkrigstiden mildras svenskarnas bild av Sovjet, eftersom västvärlden var tacksamma för Sovjets insatser mot Nazityskland. Rädslan för rysk invasion låg dock kvar, om än latent (Roslyng-Jensen, 2012). Under kalla kriget tilltog misstänksamheten mot Sovjetunionen vilket berodde på; spioneri i

Sverige för rysk räkning, farhågor om ryska ubåtar på svenskt vatten och nedskjutningar av svenska Catalina flygplan, som föranledde Catalinaaffären (Burgman, 2001:72–76).

När muren föll 1989 ändrades den svenska opinionen, ett hopp om ett öppet och demokratiskt Ryssland föddes (Burgman, 2001:82). De svensk-ryska relationerna förbättrades under 1990-talet på grund av Gorbatsjovs försök till rysk demokratisering med slagord som ”glasnost” (öppenhet), vilket påverkade den allmänna meningen positivt (Kragh, 2018:58). Liknande tendenser uppfattades när Vladimir Putin tillträdde 2000. Något som snabbt kom att ändras då Putin visat stora imperiala ambitioner, bland annat vid annekteringen av Krim. Idag genomsyras debatten och media av samma alarmistiska tendenser som under de senaste 500 åren. Ryssland uppfattas som hotfullt och deras militära politik framställs som aggressiv. Det historiska mönstret känns igen.

3. Syfte

Det huvudsakliga syftet med uppsatsen är att beskriva, problematisera samt bidra till förståelsen om och hur Ryssland och ryssar framställs i svenska media i samband med det ryska valet 2018. Vidare vill vi undersöka huruvida media reproducerar en stereotyp bild av Ryssland som farligt och “hotet från öst”. Fokus kommer således att ligga på om TT Nyhetsbyrån, Sveriges Radio, Aftonbladet och Dagens Nyheter i sina webbartiklar upprätthåller eller utmanar den normativa diskursen gällande gestaltningen av Ryssland och ryssar. Därmed avser den här uppsatsen att genomföra en kvantitativ studie samt en kvalitativ textanalys med avstamp i teorier gällande gestaltning, orientalism och konstruktionen av medieinnehåll.

3.1 Frågeställningar

Hur gestaltas det ryska valet 2018 i svenska media?

Hur gestaltas Ryssland i samband med det ryska valet 2018 i TT Nyhetsbyrån, Sveriges Radio, Aftonbladet och Dagens Nyheter?

Vilka intervjuas/får komma till tals?

Reproducerar svenska media en stereotyp bild av Ryssland, och i så fall till vilken grad?

4. Tidigare forskning

4.1 Palle Roslyng-Jensen

Palle Roslyng-Jensens (2012) vetenskaplig artikel *From World War to Cold War: Scandinavian media attitudes to the Soviet Union 1945–1948* tar upp relationen mellan pro-Sovjet och anti-Sovjet i skandinaviska media. Roslyng-Jensen menar att tidigare forskning enbart fokuserat på huruvida media var pro eller anti, och inte på relationen mellan dessa (2012:527).

Efter andra världskriget var de skandinaviska tidningarna överhängande sympatiskt och välvilligt inställda till Sovjetunionen. Denna bild konstruerades främst genom brittisk och amerikansk propaganda för att främja koalitionen mellan Sovjetunionen och västmakterna (Roslyng-Jensen, 2012:528). Vidare var de skandinaviska länderna beroende av brittiska och amerikanska utrikeskorrespondenter i Sovjetunionen, något som skandinaviska medier saknade. 1946 ändrades dock attityden gentemot Sovjet. Svenska och danska socialdemokratiska tidningar började ge uttryck för en mer kritisk hållning mot de skandinaviska kommunistpartierna och kort därefter även mot Sovjetunionen. De två olika sidorna, för eller emot Sovjet, betonade olika saker. De som var för Sovjet framhävde världsfred och samarbete, medan den anti-Sovjetiska positionen grundades i rädsla för sovjetisk expansion och politisk dominans i Europa (Roslyng-Jensen, 2012:541).

Under åren 1946 till 1948 skedde en förändring i allmänhetens inställning till Sovjetunionen. Avslöjanden om missförhållanden med dåliga levnadsvillkor, diktatur och fängelseläger påverkade opinionens förhållningssätt, vilket medförde att Sovjetunionen tillslut enbart framställdes i negativa ordalag. Politiskt förflyttade sig de skandinaviska länderna längre ifrån Sovjetunionen och närmre de västallierade USA och Storbritannien (Roslyng-Jensen, 2012:540).

4.2 Johnny Rodin

Johnny Rodins (2010) vetenskapliga artikel *Nordiska perspektiv på Ryssland* redogör för hur Norden ser på Ryssland och dess politik genom exempel från DN:s ledar- och debattsidor, analysen utgår från hur identiteter skapas genom interaktion. Rodin (2010) hävdar att den nordiska relationen till Ryssland oftast ses som negativ eller problematisk, vilket beror på

historiska händelser som påverkar dagens rysk-nordiska relationer. Vidare menar Rodin att staters intressen påverkas av den sociala kontexten. Hur en stat uppfattar sin roll internationellt bestäms genom normer som uppstår när stater interagerar (2010).

Rodin (2010) hänvisar till Risse-Kappen (1995) som menar att en demokratisk stat ses som fredlig. Mellan demokratier utvecklas därmed en "vi-känsla" eftersom interaktionen mellan länderna är stabil och osäkerheten minskar, således skapas en kollektiv identitet genom gemensamma värderingar. Auktoritära stater ses som aggressiva, oavsett om de är det eller inte, och därmed anses de av demokratier vara en säkerhetsrisk. De nordiska länderna bedöms ha en stark säkerhetsgemenskap, där Ryssland inte ingår (Mouritzen, 2001; Möller, 2003, i Rodin, 2010). Ryssland blir således den andre, den som Norden speglar sig i. Beskrivningen av Ryssland som annorlunda och aggressiv, den andre, är avgörande för de nordiska ländernas identitetsbyggande och gemenskap menar Rodin (2010). Ryssland blir det gemensamma hotet som förenar Norden, vi mot dem. Rodin (2010) menar att den främsta orsaken till spänningen mellan Norden och Ryssland är att det inte går att utesluta ett krig.

Efter Sovjetunionens fall hoppades väst att Sovjet skulle demokratiseras. Men när Putin blev president ändrades riktningen bort från liberala demokratiska värderingar (Rodin, 2010). Rodin menar att skillnaden i demokratisyn är avgörande för hur de nordiska länderna uppfattar Ryssland. I väst läggs fokus på fria medier, fritt civilsamhälle och andra rättigheter, medan Ryssland anser att demokrati innebär konstitutionell ordning, ekonomiskt välstånd och stabilitet (Rodin, 2010). Liknande tankar märks när Rodin analyserar DN:s debatt -och ledarsidor. På debatt -och ledarsidorna tycks det från svenskt håll att Ryssland alierar sig från Norden och den västliga demokratisynen. Rodin slår fast att fokus ligger på de nordiska länderna och Rysslands olika syn på demokrati, vilket medför svårigheter att samarbeta.

Rodin påpekar att energi -och säkerhetspolitiska frågor har fått mycket uppmärksamhet. Gasledningen Nord Stream debatteras och Rodin menar att de nordiska tidningarna ser den som ett säkerhetspolitiskt problem, eftersom Ryssland skulle stärka sin ställning. Vidare visar Rodin (2010) hur språket på debatt -och ledarsidorna befäster tanken om Ryssland som den andre. Ryssland beskrivs som djuriskt med hjälp av bildspråk likt björn och sjöodjur. Den negativa bilden av Ryssland görs således tydlig, då den nordiska identiteten beskrivs som fredlig och med "rätt" demokratiska värderingar.

4.3 Mi Lennhag

Doktoranden Mi Lennhag (2010) bedriver en medieanalys i sin rapport gällande den svenska rapporteringen om Ukraina mellan januari 2004 och mars 2006 i *Föredömligt folk förvandlar Gränsland till Europaland: Bilden av Ukraina i svensk press januari 2004 till mars 2006*.

Genom kvalitativa och kvantitativa metoder analyserar Lennhag sex rikstäckande tidningar: *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, *Dagens Industri*, *Aftonbladet*, *Proletären* och *Ordfront magasin*. Lennhag menar att de två sista tidningarna är alternativa medier, vilka valdes för att få ytterligare ett perspektiv på den svenska rapporteringen om Ukraina, däremot förhåller sig Lennhag försiktig till dem (2010).

Lennhag utgår från teoribegreppen: stereotyper, berättelser och diskussioner om den andre i Europa. I sin studie nämner Lennhag (2010) statsvetaren Alexa Robertson (2003) som menar att vi människor lättare accepterar vissa bilder och berättelser av verkligheten, detta vill Lennhag att läsaren ska minnas genom hela uppsatsen. Stereotyper diskuteras vidare och Lennhag menar att stereotyper lätt kan förvandlas till fördomar. Teorin om den andre används i studien för att beskriva relationen mellan ”vår” gemenskap och ”deras” utanförskap (Lennhag, 2010).

Lennhag betonar att hon vill se hur media *speglar* verkligheten och inte bedriva en studie som studerar media som aktör, alltså hur media *påverkar* verkligheten. Lennhags frågeställning är:

Vilken bild gav svensk press av Ukraina under tidsperioden januari 2004 till mars 2006?

Har denna bild varit enhetlig eller starkt varierande bland de valda tidningarna och tidskrifterna?

Har bilden som förmedlas varit konstant under tidsperioden? (Lennhag, 2010)

Lennhag börjar med att kvantitativt analysera artiklarna för att sälla ut de som inte är relevanta för studien, därefter fortsätter hon med en kvalitativ studie. Lennhag (2010) sammanfattar tidningarnas uppfattning och på ledarplats uttalar alla sitt stöd för oppositionen och den orangea revolutionen i Ukraina. Lennhag uttrycker sin förvåning över de åsikter som florerar på nyhetsplats i tidningarna. Där kan en läsa om vem som *bör* vinna valet och *varför* detta vore det bästa för landet Ukraina. Tidningarna beskriver hela revolutionen och valet

med en stark dramaturgi. Den ena presidentkandidaten utmålas som god och för demokrati i Ukraina och den andra utmålas som ond, korrupt och rysslandsvän (Lennhag, 2010). Studien visar att bilden av Ukraina är väldigt lika i de tidningar som studerats. Svenska media framställer det ukrainska folket som modigt, samtidigt som de riktar skarp kritik mot Ryssland. Den orangea revolutionen visar sig vara en vändpunkt för bilden av Ukraina, de är inte längre den andre utan den rollen har Ryssland tagit över. Ukraina betraktas som ett gränsland som har övergått till att betraktas som ett europaland. Kunskaperna om Ukraina är bristfälliga och rapporteringen är sensations betonad men har blivit bättre efter den orangea revolutionen. Stereotyperna förändras och avtar något efter att mediernas kunskaper förbättras. Studien visar också att svenska media bedriver en närhetsprincip och utgår ofta i sin rapportering från ett svenskt perspektiv och skriver det som skulle kunna intressera svenska läsare (Lennhag, 2010).

5. Teori

Eftersom den här uppsatsen ämnar utforska hur svenska media gestaltar Ryssland kommer gestaltningsteori med inslag av orientalism och mediekonstruktion att användas som utgångspunkt. Mediekonstruktionsteorin är ingen tidigare etablerad teori, utan den är sammansatt av oss med hjälp av olika teorier och tidigare forskning inom ämnen som berör hur journalister strukturerar sitt arbete.

5.1 Gestaltningsteori

Gestaltningsteorin är sprungen ur sociologin och psykologin. Från sociologin kom fokuset att handla om kommunikation, alltså hur ord, tecken, bilder och presentation används för att bilda en mening (Borah, 2011). Teorin används ofta i studier som handlar om mediernas innehåll och dess effekter (D'Angelo & Kuypers, 2010). Gestaltningsteorin handlar om hur vissa frågor/händelser framställs (gestaltas) i media och hur de uppfattas av konsumenterna (Shehata, 2017:360). Olika sätt att rapportera får enligt gestaltningsteorin olika opinionsmässiga genomslag. Teorin utgår från att all information som den obegränsade världen innehåller måste organiseras. Både för att vår kommunikation som vi känner till är begränsad i sin form och för att vi använder oss av kommunikation för att skapa mening. Det kan handla om hur föräldrar förklarar saker för sina barn eller hur journalister formulerar säljande nyhetsrubriker (Strömbäck & Nord, 2017:8). En av de mest citerade definitionerna av gestaltning är skriven av Robert Entman (1993:52):

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation. (Entman, 1993:52)

Gestaltningar handlar om hur en väljer att framföra det en vill få fram. Val av ord, betoningar, fakta och påståenden kommer att styra mottagaren åt en viss riktning. Vissa val i kommunikationen kan vara genomtänkta medan andra kan vara helt omedvetna. Nyheter kan gestaltas på ett sätt som anses förmedla det mest intressanta och relevanta i sammanhanget, men därmed faller annan information bort (Strömbäck & Nord, 2017:9). Språket som används bildar således mening i kommunikationen. Ibland finns den skapade meningen i kommunikationen redan ute i världen och språket du använder dig av reflekterar endast meningen. Men många gånger skapas meningen avsiktligt genom koder, språk, bilder och tecken då vi framför vår egen uppfattning och mening till mottagaren (Hall, 2013:10–11). Tänk dig ett glas som antingen gestaltas som halvtomt eller halvfullt. Gestaltas det som halvtomt kan glaset behövas fyllas på, men gestaltas det halvfullt behövs det inte fyllas på än. Allt handlar om hur meningen gestaltas och framförs till mottagaren (Strömbäck & Nord, 2017:9).

Ord och objekt medför olika betydelser. Denotation är de tecken och objekt som vi alla kan hålla med om. En klänning är en klänning. Konnotation är de tecken och objekt som betyder lite mer och har en mening. En klänning är inte bara en klänning utan en klänning kan även utstråla elegans, romantik eller formell klädsel (Hall, 2013:23). Språket vi använder oss av när vi kommunicerar eller gestaltar bildar en mening och uppfattning hos mottagaren. Gestaltningsteorin är mycket bred men otroligt användbar när en ska analysera mediernas innehåll och gestaltningar. Genom att använda denna teori kan vi analysera hur journalister har valt att gestalta Ryssland och ryssar i sina artiklar.

5.2 Orientalism

Den här uppsatsen kommer även att utgå från Edward Saids teori orientalism för att beskriva hur svenska media bidrar till den konstruerade bilden och uppfattningen om Ryssland och ryssen. Begreppet orientalism var tidigare en neutral term för ett forskningsfält, men efter Saids arbete fick begreppet en stark ideologisk innebörd (Björk, 2011:13) och är förenat med

kolonialismen och imperialismens historia. Said (2000) beskriver i *Orientalism* hur framställningarna av länder och människor, där en västerländsk blick skapar normen för vad som anses vara sanning, producerar en felaktig bild av det egentliga tillståndet. Därmed utformas ett subjekt som bygger på hur nationella identiteter konstrueras utifrån den västerländska kulturen och används för att skapa en föreställning om den egna identiteten såväl som den andres. Genom västerlandets identitetsskapande tillskrivs orienten (den andre) de egenskaper som väst inte besitter. Orienten framställs som mystisk, irrationell, farlig, exotisk och annorlunda, medan väst får stå för det rationella, välbekanta, kultiverade, moraliska och rättvisa. Orienten konstrueras för att vara västs motsats, den andre, en negativ spegelbild (Said, 2000).

Vidare redogör Said för hur västerlandets sätt att styra och reproducera den rådande diskursen, och följaktligen utöva makt, medför att den västerländska uppfattningen och identiteten ses som överlägsen orientens (Said, 2000:66). Bilden av orienten bidrar till att förstärka västs självbild, men även som argument för väst intågande samt behärskning av länderna i öst.

Orientalism handlar inte enbart om en geografisk uppdelning av öst och väst. Utan snarare om ett nätverk som skapas och upprätthålls genom ekonomiska, kulturella, vetenskapliga och politiska förhållanden som korsar nationella och historiska gränser, med avsikt att kontrollera, förstå och hantera orienten och dess folk (Said, 2000:70–74). Förstått utifrån detta sätt vill vi undersöka om vi kan applicera teorin orientalism på svenska medias gestaltning av Ryssland, även om begreppet berör de gamla koloniserade länderna och mellanöstern, inte Ryssland. Vidare blir medias framställning av Ryssland bara meningsfull och tydlig om den ses utifrån den kontext de verkar i, liksom ekonomiska intressen, geografiskt läge och kulturella antaganden. Således utgår den här uppsatsen från hur svenska media genom alla tider rapporterat och definierat Ryssland utifrån attribut som aggressiv och farlig, som svenskarnas (västs) motsats (Burgman, 2001).

5.3 Mediekonstruktion

Sedan början av 2000-talet har medier brottats med en ekonomisk kris (Häger, 2014:423). Viljan att reducera kostnaderna inom medieföretagen är stor vilket leder till att det journalistiska arbetet kommer i kläm (Nygren, 2008:35). På grund av den ekonomiska och

organisatoriska pressen har det satts hårdare krav på dagens journalister, bland annat har det blivit vanligare med korta deadlines vilket lett till att lättillgängliga nyhetskällor blivit viktiga för journalister (Manning, 2001:54, 151).

Journalister som skriver artiklar har oftast redan en typ av "karta" med möjliga källor de kan vända sig till. Det kan röra sig om olika myndigheter, företag eller organisationer (Allan, 2004:62–63). Howard S. Becker (1967) använder sig av begreppet "hierarki av trovärdighet" för att visa hur personer i olika grupper tar för givet att den grupp som är högst upp i ett rangsystem är de lämpligaste för att definiera "hur verkligheten egentligen ser ut". De personerna antas veta mer om hur det byråkratiska systemet ser ut och därför är det mer lämpligt att vända sig till dem för information än personer som tillhör grupper av lägre rang. För journalister innebär en sådan källa mycket för nyhetstextens trovärdighet (Allan, 2004:63).

Jesper Falkheimer (2012:157) refererar till kulturteoretikern och sociologen Stuart Hall (1978) som benämnt de högt rankade källorna för definitionsmakare (*primary definers*). Hall radar upp tre olika orsaker till varför definitionsmakarna blivit betydelsefulla för journalister:

1. Deras makt är redan etablerad i samhället.
2. Definitionsmakarna betraktas som legitima representanter.
3. Vissa av definitionsmakarna har expertstatus genom exempelvis en akademisk utbildning.

Inom svenska media är elitkällor (*primary definers*) de vanligaste källorna, dessa personer har stort inflytande över hur bilden av samhället ser ut (hierarki av trovärdighet) (Hvitfelt & Malmström 1990:25).

6. Metod och Urval

Den här studien utgår från metodtriangulering, således används både en kvantitativ och kvalitativ metod. Genom att kombinera olika metoder ökar undersökningens validitet och reliabilitet (Larsen, 2007:81).

I följande kapitel redovisar vi det empiriska material som legat till grund för analysen och resultatet. Vi har valt att använda oss av fyra rikstäckande medier som underlag för vår empiri. Vilka är Aftonbladet, Dagens Nyheter, Sveriges Radio och TT Nyhetsbyrån. De här medierna har valts eftersom tanken är att analysera gestaltningen av Ryssland i svensk press, samt att större delen av Sveriges befolkning har tillgång till dessa medier, de valda medieföretagen har även olika inriktningar samt tillvägagångssätt. Vidare har vi begränsat vårt urval ytterligare och vårt material består av webbartiklar som publicerats från 21 januari till 21 mars 2018. Uppsatsens tidsperiod avser upptakten inför valet samt några dagar efter valdagen.

TT Nyhetsbyrån

TT Nyhetsbyrån, i den här studien förkortad TT, är Sveriges största nyhetsbyrå och är en privatägd mediekoncern. Den största delägaren i TT är Aftonbladet Hierta AB med 20%. Övriga aktier ägs av andra medieföretag och ett antal dagstidningar. TT har egna utrikeskorrespondenter (dock inte i Ryssland), sammanfattar material från internationella nyhetsbyråer och samarbetar med franska AFP och brittiska Reuters (Nationalencyklopedin, 2018). Därmed får vi en inblick i hur Ryssland porträtteras internationellt.

Sveriges Radio

Sveriges Radio, vidare förkortat till SR, ansvarar för public service-radion i Sverige och ägs av svenska staten. I Sverige är public service, radio och TV som arbetar ”i allmänhetens tjänst” (NE, 2018). Enligt Sveriges Radio är grunden i deras journalistik att vara trovärdig och opartisk och ska vara oberoende (Sveriges Radio, 2018). Sveriges Radio har egna utrikeskorrespondenter i Moskva och i Östeuropa (Sveriges Radio, 2018).

Dagens Nyheter

Dagens Nyheter, i den här studien förkortad DN, är en oberoende liberal morgontidning. DN utges av AB Dagens Nyheter, dotterbolag till Bonnier AB. Bonnier AB är en mediekoncern med flera olika verksamheter (NE, 2018). Även DN har en utrikeskorrespondent i Ryssland.

Aftonbladet

Aftonbladet som står för de mer kommersiella av de fyra medieföretagen. Aftonbladet är en socialdemokratisk kvällstidning. Fram till och med 2009 ägdes tidningen till 50,1 procent av Landsorganisationen (LO) och 49,9 procent av Schibstedt. I dag ägs Aftonbladet till största del av Schibstedkoncernen, men LO har fortfarande kvar 9 %, samt rätten att bestämma vem som ska vara chef över ledar-, debatt- och kulturredaktionen (NE, 2018).

Det huvudsakliga syftet med uppsatsen är inte att jämföra de olika medierna och deras gestaltning av Ryssland, men en sådan jämförelse kan bli oundviklig då medieföretagen arbetar på skiftande sätt samt har olika politiska tillhörigheter.

6.1 Kvantitativt

För att tillskansa oss vårt empiriska material har vi använt oss av mediearkivet Retriever, med sökorden "Ryssland" och "val". Detta gjordes för att begränsa urvalet till ett försök att se upptrappningen till det ryska valet 2018. Via Retriever har artiklar från TT, DN och Aftonbladet samlats in. Materialet från SR har däremot inhämtats från deras hemsida, dock med samma sökord och tidsintervall, eftersom deras artiklar inte fanns att tillgå i Retriever.

Uppsatsens empiriska material består av artiklar från olika genrer, alltså inte enbart nyhetsartiklar. Utan även notiser, reportage och opinionsmaterial utgör underlag för studien. Att jämföra nyhetsartiklar och opinionsmaterial är självfallet vanskligt. I opinionsartiklar ska skribentens åsikter träda fram, medan nyhetsartiklar ska vara objektiva (Nordenson, 2008:14–15). Varför vi ändå väljer att ha med opinionsmaterial är för att det bidrar till den generella bilden och skapandet av hur Ryssland och det ryska valet gestaltas i svenska media.

Vissa artiklar har bortsorterats då de ej är relevanta för vår frågeställning. I det här fallet sportartiklar, vilka valts bort då de inte är av gestaltande karaktär, utan snarare redovisar tävlingsresultat. Vidare har även dubletter av ett antal artiklar sorterats ut, vilket främst gäller TT, där samma artikel publicerats två gånger utan märkbar förändring. Efter utgallringen kvarstod 130 artiklar, 32 från Aftonbladet, 34 från DN, 28 från TT samt 36 stycken från SR, vilka sedan kodats och analyserats efter metoderna nedan. Av de 130 artiklarna handlade 81 om det ryska valet, resterande 49 artiklar berör andra händelser och frågor, men är likväl viktiga för att förstå upptrappningen till valet samt hur Ryssland gestaltas i svenska media.

Vi valde att börja med en enklare kvantitativ analys för att få en övergripande bild av empirin. En kvantitativ analys undersöker många enheter samt drar generella slutsatser

utifrån statistiska beräkningar (Nilsson, 2013:119). Totalt kodades 130 artiklar med hjälp av statistikprogrammet SPSS. Vårt tillvägagångssätt utgick ifrån Åsa Nilssons (2013) kapitel *Kvantitativ innehållsanalys* i boken *Metoder i kommunikationsvetenskap*. När vi definierat forskningsproblemet och urvalet fastställdes alla variabler och variabelvärden, därefter konstruerades ett kodschema. Under kodschemats uppbyggnad pendlade vi mellan en deduktivt och en induktivt ansats. En deduktiv ansats innebär att vi som forskare testar våra teorier som vi redan etablerat mot vår data, alltså att vi konstruerar våra variabler utifrån teorierna. En induktiv ansats innebär att vi först bearbetar vår data och hittar variabler för att sedan hitta passande teorier för vidare analys (Ekström & Larsson, 2013:20). Vi såg också till att alla variabler och variabelvärden var både uttömmande och ömsesidigt uteslutande. Vidare förklaring finns under validitet och reliabilitet (Aspers, 2007:160–162; Nilsson, 2013:141).

Vid kategorisering av våra artiklar valde vi att ha med variabler som *medieföretag*, *datum*, *antal ord*, och så vidare. Vissa variabler som till exempel: *huvudtema* och *andratema* konstruerades under provkodningens gång för att inte missa något. Med huvudtema menas det huvudsakliga innehållet som artiklarna handlar om. Med andratema innebär ifall artikeln handlar om något ytterligare utöver huvudtemat. När vi konstruerade variabelvärdena under variabeln *vem får komma till tals* valde vi att fokusera på svenska och ryska källor då studien utgår från svenska medier. Dessutom finns ett variabelvärde som heter *övriga* där källor som inte passar in någon annanstans får hamna. För att kunna se vad det är för typ av källor i artiklarna valde vi att ha med en variabel som heter *typ av källa*, där klargörs till exempel om det är en egen korrespondent eller material hämtat från en nyhetsbyrå. Variabeln hjälper oss att kategorisera källorna (för fullständigt kodschema se bilaga). Efter kodningen analyserades datan genom att skapa diagram i SPSS. Utifrån det materialet utfördes den kvalitativa textanalysen.

6.2 Kvalitativt

I den kvalitativa resultat och analysdelen besvaras de två första frågeställningarna med hjälp av tolv slumpmässigt utvalda artiklar. Artiklarna illustrerar det resultat vi fått fram i den kvantitativa undersökningen. Under varje fråga lyfter vi fram fyra negativa, en positiv och en neutral artikel. Den kvantitativa undersökningen visade att det fanns överhängande negativa artiklar, därför valdes fler negativa artiklar och enbart ett fåtal positiva och neutrala för att representera materialet. Vi utgick från det kodade materialet när vi slumpade fram de artiklar

som skulle ingå i den kvalitativa undersökningen. Se bilaga för lista på de analyserade artiklarna.

Det slumpmässiga urvalet av de negativ artiklarna gick till på följande sätt: Efter att alla artiklar hade kodats letade vi först upp koderna för varje medieföretag, därefter koden *negativ* och sedan slumpades två artiklar från varje medieföretag fram.

De positiva och neutrala artiklarna slumpades enbart fram utifrån koderna *positiv* och *neutral* och ej utifrån de olika medieföretagen.

De tolv artiklarna analyseras sedan med hjälp av en textanalys som utgår från valda delar ur Lundgren, Ney och Thuréns massmedieretoriska analysmodell på tolv punkter (1999:54–57), som sedan anpassats efter uppsatsens syfte. Därmed har inte alla frågor ur analysmodellen ställts och i vissa fall har även nya frågor tillkommit, allt för att “tömma” artiklarna på mening (Lundgren, Ney & Thurén, 1999:57). I samband med utförandet av den kvantitativa analysen har några av punkterna redan besvarats. Vilka handlar om att artbestämma artiklarna, textens innehåll, källor samt vinkel. Således har de här punkterna inte utvecklats vidare i den kvalitativa textanalysen. Utifrån uppsatsens syfte och frågeställning samt det teoretiska ramverket inriktas analysen på resterande åtta punkter. Där analysens fokus snarare belyser de gestaltande och beskrivande frågorna. Likt ordval, bildspråk, stereotyper, kontraster och textens dolda budskap. Följaktligen sådant som är svårt att fånga i en kvantitativ undersökning eftersom den kvantitativa analysen är ute efter statistiska belägg och signifikans. Den kvalitativa analysen ställer frågor till texten för att få en djupare förståelse för de olika dimensionerna av texten och dess kontext genom grundlig läsning (Lundgren, Ney & Thurén, 1999:54). Nedan följer de frågor vi ställt utifrån den massmedieretoriska analysmodellen, dock anpassade efter valt syfte, frågeställningar samt teoretiskt ramverk:

- Den språkliga gestaltningen av innehållet. Hur är ordval, stil och ton? Finns värdeladdade ord? Till exempel: diktator eller president.
- Valet av anföringsord, är de neutrala eller beskrivande? Likt: säger och berättar eller påstår och medger.
- Är källorna subjekt och aktörer, eller objekt och offer? Används aktiv - eller passivkonstruktioner? Vem gör något?
- Var befinner sig journalisten? Hur beskrivs omgivningen, scenerna? Vad står scenen för? Till exempel: de vackra gatorna eller högljudda demonstrationståg.

- Används retoriska grepp, jämförelser och upprepningar?
- Bildspråk - liknelse, metafor eller ironi? Vilka associationer väcks? Stereotypa framställningar? Kontraster - ont/gott?
- Hur är reportern mot de intervjuade, neutral, jämlik, ser ner på, upp till, raljerande?
- Finns det någon dold argumentation eller ställningstagande? Ges en färdig slutsats och bild av händelsen? Fritt för egna tolkningar av läsaren?

Den kvalitativa undersökningen gjordes på följande sätt: I varje artikel analyserades stycke för stycke, detta för att få en djupare förståelse. Därefter ställdes de olika frågorna till varje stycke, där vissa besvarades och andra inte. Således kan exempelvis källornas betydelse finnas med i ett stycke men till exempel inte bildspråk. Efter den djupare analysen gjordes en mer överskådlig analys av hela texten. Exempel på genomförd analys hittas i bilaga. Analysen av artiklarna har gjorts separat, och sedan har vi framställt de slutsatser som dragits utifrån den massmedieretoriska modellen och det teoretiska ramverket i analys och resultatdelen. Detta genom att presentera olika citat som illustrerar det typiska för varje artikel. Således är citaten utvalda från den kvalitativa undersökningen.

6.3 Validitet och reliabilitet

I detta avsnitt redovisas hur vi arbetat för att uppnå hög reliabilitet och validitet. Reliabilitet handlar om datas tillförlitlighet, hur insamlade data har hanterats och bearbetats under arbetets gång (Johannessen & Tufte, 2003:28). Yttre validitet handlar om relationen mellan den insamlade datan och det som ska undersökas, är vårt urval representativt för populationen? Intern validitet handlar om det är möjligt att påstå att ett konstaterat samband mellan två variabler är ett möjligt orsakssamband (Johannessen & Tufte, 2003:47, 192, 240). Då vårt empiriska material utgår från nyhetsbyrån TT, socialdemokratiska kvällstidningen Aftonbladet, liberala dagstidningen Dagens nyheter och public service Sveriges Radio anser vi att vi har täckt stora delar av webbaserade svenska media, därav hög yttre validitet. Då en vi inte med säkerhet kan påvisa ett möjligt orsakssamband, kan vi ej säga att studien har en hög intern validitet. I en kvalitativ metod avser hög validitet och reliabilitet att en redogör exakt för hur en gått tillväga, att en systematiskt använt samma system, ställt samma frågor till materialet och är transparent vid redovisning (Johannessen & Tufte, 2003:28:47–48). Begreppen validitet och reliabilitet kan dock vara svårapplicerad på en kvalitativ studie eftersom generaliserbarheten i en kvalitativ ansats är svår att mäta. Med endast ett fåtal

artiklar som underlag för studien går det inte att generalisera utifrån populationen. Därmed anläggs, i den här uppsatsen, både en kvantitativ och kvalitativ metod för att kringgå problemet.

Innan vi påbörjade den riktiga kodningen som vi utgick ifrån i analysen testade vi vårt kodschema, då det skulle ge oss en överblick på vad som skulle kunna ställa till det för reliabiliteten. Vi provkodade alla artiklar för att säkerhetsställa att alla våra variabler och variabelvärden fungerade. Det finns två regler att förhålla sig till när en etablerar sina variabler och variabelvärden. För det första måste alla variabelvärden vara uttömmande, alltså måste det alltid finnas ett värde att koppla till varje variabel och analysenhet. Ett enkelt sätt att lösa det problemet är att lägga till en "övrigt-kategori". Den andra regeln handlar om att alla variabelvärden ska vara ömsesidigt uteslutande. Ett värde får alltså inte betyda flera saker, det ska inte gå att koda samma enhet på flera olika sätt (Aspers, 2007:160–162; Nilsson, 2013:141). För att höja reliabiliteten ytterligare testade vi interkodarreliabiliteten (Nilsson, 2013:147) genom att först koda utifrån det färdiga kodschemat och sedan ytterligare en gång för att kolla i vilken mån vi har kodat på samma sätt. Intrakodarreliabiliteten testades genom att vi kodade om samma material en gång till. Dessa två test visade att vi har varit konsekventa i kodningen vilket stärker reliabiliteten.

6.4 Metodkritik

I vårt kodschema har vi variabler ägnade att beskriva hur Ryssland och det ryska presidentvalet har gestaltats, sådana typer av variabler är problematiska på grund av den subjektiva dimensionen. Även fast vi lagt till kodanvisningar i kodschemat kan det skapa problem för reliabiliteten samt att det kan vara svårt att avgöra vad som är det "manifesta innehållet", en annan forskare hade kanske inte gjort samma bedömning (Nilsson, 2013:122, 139). Således kan våra personliga uppfattningar påverkat bedömningen av materialet. Vidare har vi uteslutit att göra en bildanalys med anledning av uppsatsens begränsade utrymme samt omfattning, även fast en bildanalys skulle vara informativ gällande medias gestaltning av Ryssland.

7. Resultat och analys

I följande kapitel redovisas resultatet från den kvantitativa undersökningen med hjälp av tabeller och figurer som sedan analyseras utifrån frågeställningarna och de valda teorierna. Den kvalitativa undersökningen redovisas med hjälp av citat som illustrerar typiska exempel på de resultat vi kommit fram till när vi analyserat artiklarna utifrån massmedieretoriska analysmodellen.

7.1 Kvantitativt resultat och analys

I detta avsnitt redovisas det resultat vi fått fram av den kvantitativa undersökningen. Vi kommer börja med att presentera vårt material och därefter analysera det tabellerna och figurerna visar.

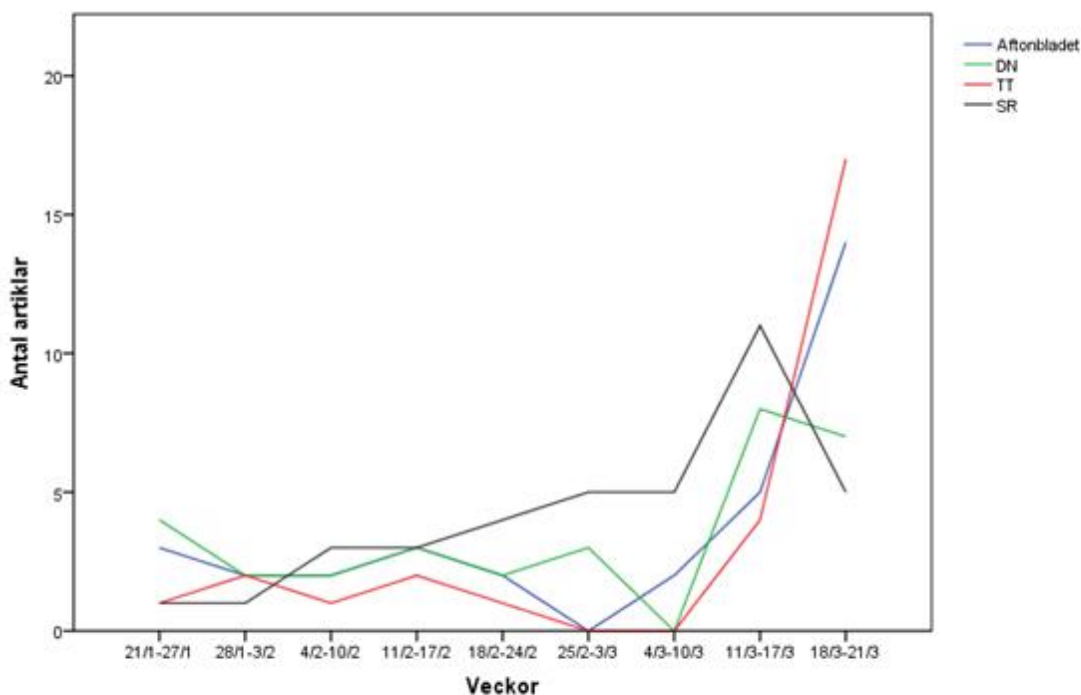
Typ av artikel fördelat på medieföretag

	Nyhetsartikel	Opinion	Reportage	Total
Aftonbladet	27	6	0	33
DN	21	8	2	31
TT	27	0	1	28
SR	35	2	1	38
Total	110	16	4	130

Tabell 1: Tabellen redovisar fördelningen av genre mellan respektive medieföretag.

I tabellen ovan kan vi se hur många nyhetsartiklar, opinionsartiklar samt reportage de olika medieföretagen har publicerat. Denna fördelning är viktig på grund av de stora skillnaderna mellan dessa typer av texter. I opinionsartiklar ska skribentens åsikter träda fram, medan nyhetsartiklar ska vara objektiva (Nordenson, 2008:14–15). Att jämföra dessa två är självfallet vanskligt. Att ha med både opinionsmaterial och nyhetsmaterial visar den generella bilden och bidrar till skapandet av hur Ryssland och det ryska valet gestaltas i svenska media, därför väljer vi att analysera alla typer av artiklar.

När publicerades artiklarna?



Figur 1: Antal artiklar fördelat på antal veckor hos respektive medieföretag.

I figuren ovan kan vi se när artiklarna publicerades under vald tidsperiod. Här kan vi tydligt se att mediebevakningen ökade markant i början av mars 2018 hos alla fyra medieföretag. Alltså precis innan valet. SR skiljer sig dock från de andra eftersom deras bevakning av Ryssland har varit lite högre även under de andra veckorna.

7.1.1 Hur gestaltas det ryska valet 2018 i svenska media?

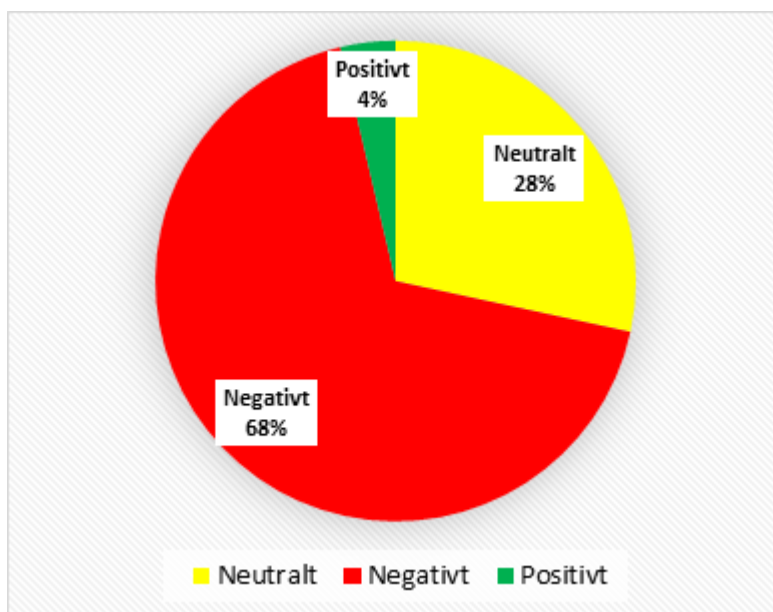
Medieföretagens gestaltning av valet

	Negativt	Neutralt	Positivt	Ryska valet nämns ej	Total
Aftonbladet	17	3	1	12	33
DN	12	3	0	16	31
TT	18	2	1	7	28
SR	8	15	1	14	38
Total	55	23	3	49	130

Tabell 2: Tabellen visar hur de olika medieföretagen gestaltar det ryska valet samt hur i många av artiklarna där valet nämns.

Tabellen ovan visar hur de olika medieföretagen framställer det ryska valet samt i hur många artiklar där valet nämns. De gestaltande kategorier står för olika attribut, där *neutralt* är när valet beskrivs utan värdeladdade ord. *Negativt* och *positivt* kodas utifrån diverse adjektiv/attribut som konnoteras som negativa/positiva. Variabelvärdet *nämns ej* syftar till att valet inte nämns i artiklarna. I tabellen syns det att majoriteten av medierna är negativa i sin rapportering om Ryssland och det ryska valet, endast 3 artiklar ansågs ha en positiv framtoning. Det går också att urskilja att SR är tydligt överhängande neutrala i sin rapportering.

Hur gestaltades valet?



Figur 2: I 81 artiklar nämns det ryska valet. Figuren visar den procentuella fördelningen mellan de olika kategorierna.

I figuren ovan kan vi se att de negativa artiklarna var dominerande. Av de 130 artiklar vi analyserade nämndes valet i 81 av dem. 68 procent av dem artiklarna hade en negativ framtoning. Den kvantitativa undersökningen visade också att de artiklar som gestaltat valet negativt fick mer utrymme i form av antal ord, än de neutrala och positiva artiklarna.

7.1.2 Hur gestaltas Ryssland i samband med det ryska valet 2018 i TT Nyhetsbyrån, Sveriges Radio, Aftonbladet och Dagens Nyheter?

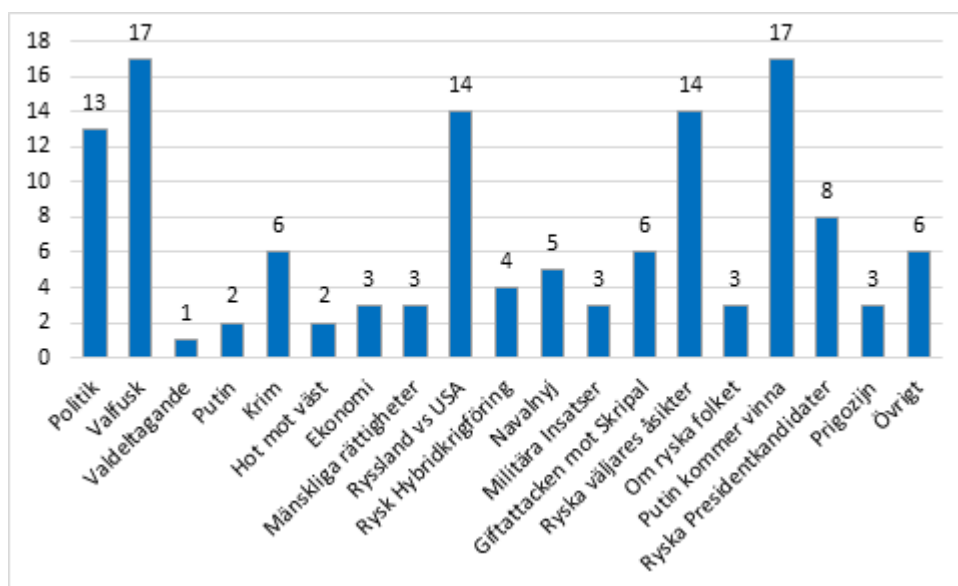
Medieföretagens gestaltning av Ryssland

	Negativt	Neutralt	Positivt	Hot	Total
Aftonbladet	21	8	0	4	33
DN	20	6	1	4	31
TT	15	11	0	1	28
SR	11	16	2	2	38
Total	67	44	3	11	130

Tabell 3: Tabellen visar hur medieföretagen gestaltar Ryssland, utöver valet.

Tabellen visar hur medieföretagen är överhängande negativa i sin rapportering gällande Ryssland. Endast tre artiklar kodades positivt, därför har vi valt fokusera på de negativa och neutrala artiklarna i analysen. För att se exempel på hur en positiv artikel analyserats, se under "Hur gestaltas det ryska valet 2018 i svenska medier?". Ryssland framställs främst som korrupt, odemokratiskt och hotfullt. Att DN tillsammans med Aftonbladet är mer benägna att framställa Ryssland negativt än resterande medieföretag kan vara en följd av artiklarnas och tidningarnas karaktär. I DN:s fall kan det bero på att de hade fler ledare samt krönikor representerade i det undersökta empiriska materialet än de andra medieföretagen, se tabell 1. Även Aftonbladet hade en del opinionsmaterial, det tillsammans med en mer kommersiell karaktär, kan ha medfört en mer negativ rapportering om Ryssland. Vidare är det intressant att se hur SR återigen är mest neutrala i sin rapportering. Med det i beaktning så gestaltas Ryssland främst negativt sett till totalen. Och lägger vi till kategorin *hot*, där Ryssland beskrivs som ett hot mot väst och sina medborgare, blir resultatet än mer markant.

Huvudtema som en del av gestaltningen



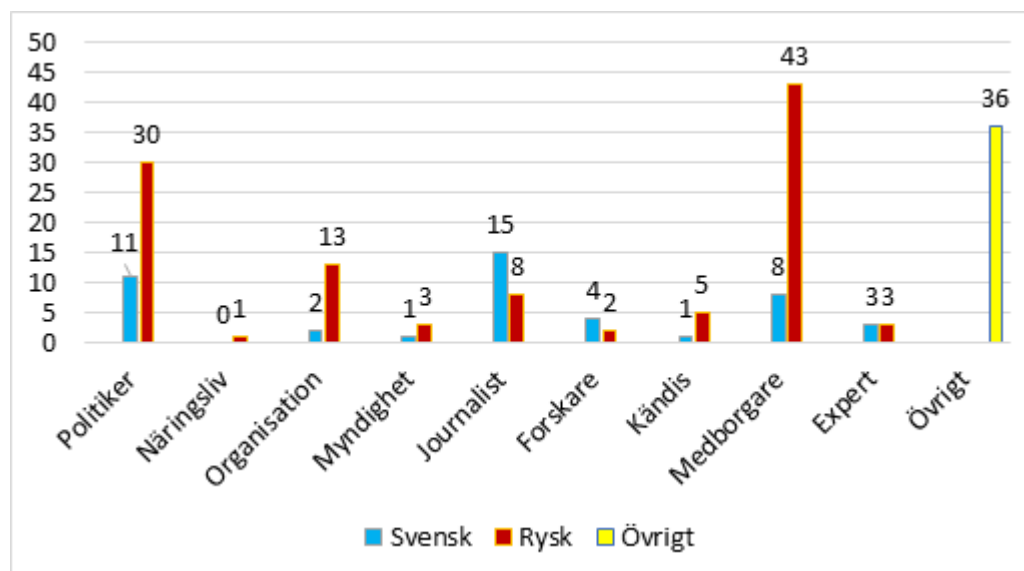
Figur 3: Huvudtema, det viktigaste som lyfts fram i rubrik och ingress.

Den här figuren redogör för det huvudtema som artiklarna handlar om. Det vill säga det som framhävs i rubrik samt ingress. En överhängande del av medierapporteringen berör valet på ett eller annat sätt. Kategorierna *valfusk*, *ryska väljares åsikter*, *Putin kommer vinna* och *ryska presidentkandidater* har alla förekommit flera gånger i rapporteringen. Det har även kategorierna *politik* och *Ryssland vs USA*. Vid kodningen av materialet tittade vi även på om artiklarna berörde ytterligare något förutom huvudtema, detta fick kodnamnet *andratema*. Vi ville titta på vilka teman som nämndes i samma artiklar och ifall vi kunde finna ett mönster, däremot är en sådan tabell alldeles för stor och får tyvärr inte plats i detta dokument. Teman som ofta förekom i samma artiklar var: Putin kommer att vinna och valfusk.

7.1.3 Vilka intervjuas/får komma till tals?

I detta kapitel presenteras vilka typer av källor journalisterna använt sig av. Vi kommer att undersöka vilka som blivit intervjuade samt var källorna kommer ifrån.

Vilka får komma till tals?



Figur 4: Personer/institutioner som fått komma till tals i alla 130 artiklar genom pratminut eller citat.

Variabelvärdena är uppdelade efter svensk och rysk, vilket gjorts för att undersöka huruvida medieföretagen väljer att använda sig av svenskar eller ryssar som får uttala sig i artiklarna. Kategorin *politiker* avser personer som arbetar som politiker, här ingår inte Trump, Putin och Löfven. Således har en separat tabell gjorts för dem, detta för att vi vill se hur många gånger de fick komma till tals. Kategorin *journalist* innebär journalister och korrespondenter som blivit intervjuade eller fått komma till tals på annat sätt. Hit räknas inte själva artikelförfattaren. *Övrigt* - hit räknas alla personer och organisationer från andra länder som inte inkluderas i resterande kategorier. Orsaken till att kategorin *övrigt* är en av de största beror på att många artiklar under tidsperioden handlade om giftattacken på Skripal och Rysslands inblandning i det amerikanska presidentvalet, därav har många andra utländska personer och institutioner fått komma till tals.

Vem får komma till tals?

	Aftonbladet		DN		TT		SR	
	Rysk	Svensk	Rysk	Svensk	Rysk	Svensk	Rysk	Svensk
Organisation	5	1	1	0	4	1	3	0
Myndighet	1	1	0	0	1	0	1	0
Journalist	1	3	3	5	5	4	2	3
Forskare	0	1	2	0	0	2	0	1
Kändis	1	1	0	0	2	0	1	0
Medborgare	11	1	8	4	6	2	19	1
Expert	1	1	1	0	0	1	1	1
Politiker	6	5	6	0	8	4	10	2
Näringsliv	0	0	1	0	0	0	0	0
Övrigt	15		8		9		3	

Tabell 4: Vem får komma till tals, fördelat på svensk och rysk i respektive medieföretag.

Att ryska medborgare får komma till tals i så pass hög utsträckning istället för svenska experter kan ses som positivt. Men i majoriteten av artiklarna framställs de ryska medborgarna som offer för “diktaturen” Ryssland. Även ryska politiker får komma till tals i hög utsträckning, något som kan förklaras med att ryska oppositionsledare ofta blir citerade. Den som citeras flest gånger är Navalnyj som får komma till tals 12 gånger av de 30 artiklarna där ryska politiker citeras. Ett exempel på ett citat från Navalnyj är “[d]et är ett icke-val, sa Navalnyj[...]

(Löfgren, 2018). Detta ska även förstås utifrån gestaltningsteorin där Hall (2013:10–11) menar att vissa personer och händelser lyfts fram för att underbygga sin egna uppfattning och mening. Således har oppositionsledarna framhävts i svenska media för att stödja de tankar Svergie har om Ryssland. Oppositionsledarna ses som allierade med väst och mot västvärldens antagonist Putin.

Vilka källor har medieföretagen använt sig av?

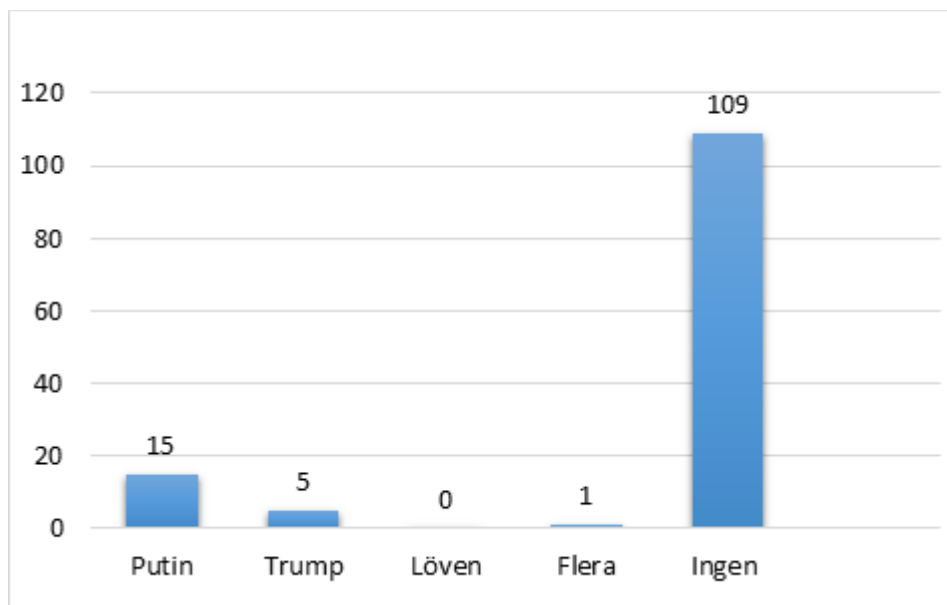
	Aftonbladet	DN	TT	SR
Nyhetsbyrå	24	2	14	3
Egen korrespondent	2	13	3	30
Andra medier	8	4	5	3
Sociala medier	2	4	3	1
Eget material	7	16	11	21
Annat	3	2	3	2
Total	46	41	36	59

Tabell 5: Visar vilka källor medieföretagen använt sig av. Kan vara mer än en i respektive artikel.

Hvitfelt och Malmström (1990:25) menar att *primary definers* är de vanligaste källorna inom svenska media, vilket betyder att experter och personer högt upp i ett rangsystem är de vanligaste källorna då de anses säga sanningen (Becker, 1967). I motsats till vad mediekonstruktionsteorin hävdar visar vår studie att de vanligaste källorna som medieföretagen använt sig av är ryska medborgare, se tabell 4. Det vi däremot kan se i tabell 5 är att Aftonbladet och TT främst har använt sig av sekundärkällor till exempel nyhetsbyråer och andra medier. Mediekonstruktions teorin menar att det satts hårdare krav på dagens journalister och att det kan vara en anledning till att en i större utsträckning använder sig utav lättillgängliga nyhetskällor (Manning, 2001:54, 151). DN och SR har egna utrikeskorrespondenter utskickade vilket syns tydligt i tabell 5, de har bara ett fåtal gånger använt sig utav nyhetsbyråer och andra medier.

I tabell 4 kan vi se att Aftonbladet främst använt sig av citat från ryska källor, däremot visar statistiken i tabell 5 att Aftonbladet främst använt sig av sekundärkällor. DN och SR har också använt sig mest av ryska källor, däremot är de flesta av deras källor förstahandskällor. Detta kan bero på att de har utrikeskorrespondenter i Ryssland. TT har en relativt jämn fördelning mellan källorna, vilket kan bero på att de använt sig av material från andra nyhetsbyråer och eget insamlat material.

Vilka ledare får komma till tals?



Figur 5: Antal gånger Putin, Trump, Löfven eller flera av dem fått komma till tals i de 130 artiklarna.

Kategorin *flera* innebär att minst två av Putin, Trump eller Löfven blivit citerade. Av de 130 valda artiklarna fick ledarna endast komma till tals 21 gånger. Löfven citerades en gång, då i samma artikel som Trump. Däremot citerades den svenska utrikesministern Margot Wallström ett antal gånger. När Trump citerades handlade det om gratulationer till Putin för vinst i valet eller Rysslands inblandning i amerikanska presidentvalet. Trots att många artiklar berörde Putin och hans vinst, fick han bara komma till tals 15 gånger. Då ofta citat från segertalet:

– Tack, kära vänner! Tack för ert stöd! Tillsammans har vi gjort ett enastående jobb. Framgång väntar oss, sa Putin och betonade att ”tillfälliga omständigheter ska inte få styra vårt arbete” och tänk på vårt stora moderlands framtid”.

– Ryssland, Ryssland, Ryssland, skanderade han sedan (Magné, Laneby & Lindau, 2018).

7.2 Kvalitativt resultat och analys

I följande kapitel redovisas och analyseras det resultat som vi fått fram av den kvalitativa undersökningen. Som tidigare nämnt så valde vi ut tolv artiklar utifrån ett strategiskt samt slumpmässigt urval. Då vi vill visa exempel ur alla tre kategorier (negativa, neutrala och positiva) kommer vi att besvara respektive frågeställning med typiska exempel som illustrerar det resultat vi fått fram. Under varje frågeställning presenteras fyra negativa artiklar, en ur varje medieföretag, då det var så pass många artiklar med negativa gestaltningar. Vidare har även en positiv artikel och en neutral artikel presenterats under varje frågeställning.

7.2.1 Hur gestaltas det ryska valet 2018 i svenska media?

I detta avsnitt kommer vi att börja med att presentera en positiv artikel, sedan en neutral och avslutningsvis fyra negativa artiklar.

”En strålande vacker vinterdag, då man kanske helst skulle vilja vara i ett skidspår, men många har redan röstat.” Så skriver Maria Persson Löfgren (2018), SR:s utrikeskorrespondent i Moskva, i sin artikel *Putin favorit när röstningen började i Ryssland*. Det vi kan urskilja i den meningen är värdeladdade ord som strålande och vacker vinterdag. Docenten Adam Shehata (2017:360) menar att gestaltningsteorin handlar om hur händelser framställs i media och hur vi som konsumenter uppfattar det. Scenen som journalisten gestaltar genom sina ordval får läsaren att föreställa sig hur positivt inställda det ryska folket är till valet då de hellre går och röstar än är ute i det vackra vintervädret. Löfgren (2018) fortsätter sedan med att skriva ”[p]å ingången står det Välkommen och där sitter ballonger i ryska flaggans färger blått, vitt och rött.”, symboler som ofta konnoteras till positiva händelser. Gestaltningsteorin menar att koder och bildspråk ofta används när vi vill framföra vår egen uppfattning och mening till mottagaren (Hall, 2013:10–11). De personer journalisten intervjuar i artikeln är positivt inställda till Putin och valet, ”[f]ör Putin” säger en rysk medborgare. Vi kan varken se dolda argumentationer eller ställningstaganden, hela texten genomsyras av positivitet.

Vidare till en artikel vi ansåg vara neutral i sin framtoning och återigen är det en artikel från SR. ”*Ryssland går till val imorgon och i de östligaste delarna öppnar vallokaler redan om några timmar.*” Så inleder Sten Sjöström (2018), SR:s utrikeskorrespondent i Sankt Petersburg, sin artikel. Exemplet från artikeln har varken negativa eller positiva konnotationer. Ordvalen är neutrala och beskriver valet i sig och inte andra händelser. Dock

så finns det tendenser till negativitet, vilket vi kan se när journalisten beskriver det gamla Ryssland med ordvalet ”*hemska*”.

”*Jordskredsseger för Putin i ifrågasatt val*” (Mächs, 2018) så lyder rubriken för en av TT:s artiklar om valet. Redan i rubriken tar journalisten ställning och tolkar situationen åt läsarna med ett värdeladdat ord. Genom hela artikeln porträtteras valet negativt både direkt och indirekt.

Bland de utländska ledare som gratulerat presidenten finns Kinas president Xi Jinping och Japans premiärminister Shinzo Abe. Men många västledare har mött resultatet med tystnad (Mächs, 2018).

I citatet ovan kan en tydligt se att gratulationer från ”främmande” länder som Kina och Japan gratulerar Putin, medan de allierade ledarna i väst har mött valresultatet med tystnad. Dolda argumentationer och ställningstaganden genomsyrar artikeln. Sådana gestaltningar och värdeladdade ord som syns i rubriken kan tydligt kopplas med gestaltningsteorin som hävdar att påståenden kommer att styra läsaren åt en viss riktning (Strömbäck & Nord, 2017:9) Som Edward W. Said, professor i litteraturvetenskap, menar i sin bok *Orientalism* (2000) kan en sådan framställning vara ett sätt för väst att skapa en typ av sanning.

I Aftonbladets artikel (Magné, Laneby & Lindau, 2018) inleds brödtexten med scener från Putins segertal bland en hurrande folkmassa på Manegetorget i Moskva. Citat lyfts fram där han tackar folket för stödet och uttalanden från Kreml där de påstår att valet följt de rådande lagarna i landet. Direkt efter det uttalandet fortsätter artikeln med påståenden om regelbrott och sedan ett uttalande från Sveriges utrikesminister Margot Wallström som påstår att valet i Ryssland är riggat. Kort därpå kommer följande stycke:

I en vallokal i Ust-Djeguta berättar två 18-åriga studenter för Reuters reporter att de röstade för att deras lärare tvingade dem.

En ung kvinna fick personalen att ta en bild för att kunna bevisa för sin arbetsgivare att hon röstat. Vidare vittnar bland andra en 25-årig man i Gryazi att han röstat eftersom hans arbetsgivare krävt det, skriver Reuters.

Oppositionspolitikern Aleksej Navalnyj, som själv inte får ställa upp i valet, har egna observatörer som berättar hur människor körs till vallokalerna av sina arbetsgivare (Magné, Laneby & Lindau, 2018).

I stycket kan en läsa om lärare och arbetsgivare som tvingat studenter och anställda att rösta i valet, medborgare som framställs som offer, situationer som får läsaren att associera till en diktatur. Ryssland framstår som farligt och främmande. I artikeln kan en också läsa hur Putins presidenttid jämförs med Stalins. En typ av konstruktion som skapar en negativ bild av orienten Ryssland (Said, 2000). Artikeln från SR ser relativt liknande ut. Maria Persson Löfgren (2018) inleder med en scen från folkmassan på Manegetorget i Moskva och fortsätter med olika beskrivningar av valfusk samt citat från Putins motståndare Navalnyj. Det som däremot stack ut från denna artikel är detta stycke:

– Tack så mycket för resultatet. I resultatet ser jag förtroende och hopp. Oss väntar framgång, sa Vladimir Putin inför tusentals ryssar som samlats på Manegetorget i Moskva för att fira annekteringen av Krimhalvön (Löfgren, 2018).

Journalisten menar att folkmassan på Manegetorget samlades för att fira annekteringen av Krimhalvön och inte Putins seger i valet, som till exempel Aftonbladet menar (Magné, Laneby & Lindau, 2018).

Från DN har vi valt nyhetsartikeln *Vladimir Putins enda plan: att behålla makten* av Ingmar Nevéus (2018). På flera ställen kan en läsa rader som får Ryssland att förknippas med ett farligt och enväldigt land, vilket skapar starka associationer till en diktatur där det ryska folkets röster inte räknas, exempelvis:

Parallellt med detta kom de stora protesterna mot Putin i Moskva och andra städer vintern 2011–2012, sedan det stått klart att han tänkte återkomma till presidentposten som underhuggaren Dmitrij Medvedev hade fått hålla varm i några år.

Demonstrationerna pågick av och till under ett par år, men dog en långsam död kvävda under enorma polisinsatser. Samma dag som Putin svors in för sin tredje mandatperiod i maj 2012 greps 120 demonstranter i Moskva. Många dömdes till långa fängelsestraff (Nevéus, 2018).

Värdeladdade ord som förekommer i artikeln är paria, tuffing, machobilden, kaos, misär, semiauktoritär. Journalisten tar ett tydligt ställningstagande. Journalistens gestaltning av

Ryssland skapar en bild av hur ”vi i väst” uppfattar orienten Ryssland. Nedan presenteras ytterligare citat från artikeln som genomsyras av negativitet.

Jämfört med tidigare regeringschefer under 90-talet hade Putin också en nästan oförsämd tur. I stället för att få skulden för fattigdom, skumma privatiseringar och sänkt livslängd kunde han ägna sig åt något betydligt mer populärt: krig (Nevéus, 2018).

För Putin, som aldrig tidigare visat något större intresse för religion eller moralfrågor, var det här av allt att döma ett spår han valde av taktiska skäl (Nevéus, 2018).

Citaten visar hur journalisten gestaltar Putin samt tar ställning och argumenterar i nyhetsartikeln.

7.2.2 Hur gestaltas Ryssland i samband med det ryska valet 2018 i TT, SR, Aftonbladet och Dagens Nyheter?

I detta avsnitt analyseras en positiv artikel, sedan en neutral och avslutningsvis fyra negativa artiklar.

Maria Persson Löfgren (2018) beskriver i sin artikel *Sibirisk ekonomi inför ryska valet* hur ryska unga entreprenörer vill satsa på sig själva och sin personliga utveckling. Löfgren (2018) inleder med att gestalta omgivningen:

Det doftar gott av trä och på golvet ligger ett tunt lager träspån. Här har två unga entreprenörer på fem år skapat ett företag och ett "brand", som varumärke heter också på ryska i en liten fabrikslokal med högt i tak (Löfgren, 2018).

Strömbäck och Nord (2017:9) menar att gestaltningsteorin handlar om hur en väljer att framföra sitt budskap. I detta stycke medför framställningen av företaget en positiv syn på de unga entreprenörerna. Entreprenörskap och varumärken ligger nära västs kapitaliserade bild av framgång. En bild som många inte förknippar med den forna kommuniststaten Ryssland. Gestaltningen får därmed Ryssland att krypa närmre väst. Även journalistens gestaltning av miljön genererar positiva tankar, beskrivningen av hur det doftar, rymden i lokalen med högt i tak och träspån på golvet, får läsaren att trivas. Att Löfgren använt ordet doftar istället för

luktar bidrar till den positiva framställningen. Löfgren fortsätter sedan på samma spår när hon beskriver företaget och intervjupersonerna.

Att lite bryta den kinesiska dominansen i världen, 80 procent av alla glasögon tillverkas i Kina och majoriteten är av plast, var också en drivkraft för de två entreprenörerna (Löfgren, 2018).

Uttryck som ”bryta den kinesiska dominansen” och ”drivkraft” får intervjupersonerna att framstå som drivna och ambitiösa.

För att visa på den neutrala gestaltningen gällande Ryssland analyseras en krönika från SR, eftersom de var mest neutrala i sin rapportering. Johanna Melén (2018) beskriver i sin utrikeskrönika *Ryssland och Putin är inte samma sak* att makten och folket är två skilda ting. Bara för att Kreml är dåligt, gäller det inte Ryssland och den ryska befolkningen.

“Jag anser inte att situationen är dålig. Det är situationen kring makten som är dålig. Men landet lever alltmer franskt från makten. Människor i Ryssland kan leva oberoende av staten” (Melén, 2018).

Citatet kommer från den politiska teknikern Gleb Pavlovskij. Melén använder konsekvent det neutrala anföringsordet “sa” och gestaltar omgivningen samt de intervjuade utan värdeladdade ord, intervjupersonerna blir till subjekt och aktörer. Vidare låter Melén de intervjuade framföra sina synpunkter på Ryssland och valet, även om ett ställningstagande från Meléns sida görs i samband med mötet med en student från Krim, där hon tillskriver Aleksej åsikter.

Tidigare hade Aleksej ett ukrainskt pass. Nu har han ett ryskt eftersom Krim numera har tagits över av Ryssland. Mellan raderna gick det att förstå att Aleksej hellre hade velat behålla sitt ukrainska pass. Fast sådant pratar man inte högt om, i alla fall inte i Sevastopol. ”Då kan man få på käften”, sa Aleksej (Melén, 2018).

Rapporteringen om Ryssland är som tidigare nämnt överhängande negativ. Följande fyra artiklar redogör för hur den negativa gestaltningen har sett ut. Nedan visas ett utdrag från TT:s artikel *Sessions sätter in specialstyrka mot cyberhot* (2018). Enligt den massmedieretoriska modellen (Lundgren, Ney & Thurén, 1999:54–57) är den språkliga

gestaltningen av innehållet av stor betydelse. I TT:s artikel porträtteras Ryssland som det yttersta hotet mot västs demokratiska val genom att omnämnas när de andra länderna inte gör det. Vidare sammankopplas Ryssland med kriminella, terrorister och fientliga regeringar: ett hot mot demokratin och således en farlig aktör på den politiska scenen. Redo att närhelst attackera sin fiende.

Beskedet kommer sedan nya farhågor luftats om att Ryssland och andra utländska krafter via webbattacker, desinformation och falska nyheter kommer att försöka påverka de val till bland annat kongressen som ska hållas om tio månader. "Internet har givit oss fantastiska nya verktyg som hjälper oss arbeta, kommunicera och vara delaktiga i vår ekonomi men dessa verktyg kan också utnyttjas av kriminella, terrorister och fientliga regeringar", skriver Sessions i ett uttalande. (TT, 2018).

Johnny Rodin (2010) menar att Ryssland inte delar västlänternas demokratisyn, vilket bidrar till uppfattningen och gestaltningen av Ryssland som odemokratiskt och i förlängningen en säkerhetsrisk.

Wolfgang Hansson (2018) skriver i *Går May i Putins fälla?* hur nervgasattacken på Skripal var en aktiv handling från Ryssland och Kreml, att Putin haft nytta av mordförsöket och att Kreml ville bli upptäckta för att mobilisera befolkningen till att rösta i valet.

Det finns bedömare som rentav tror att den ryska staten medvetet lagt ut ett tydligt spår för att tvinga May att agera. Gör hon inget kommer hon att framstå som svag. Med hennes hjälp ska ryssarna gå till valurnorna (Hansson, 2018).

Konspirationsteorierna haglar i Hanssons text och gestaltningen av Ryssland ger associationer till ett totalitärt välde som inte bara är en fara för västvärlden utan även det ryska folket om de inte omfamnar Kremels politik.

Mordförsöket kan också göra nytta för Kreml på andra sätt. Det är en signal om att ingen kan komma undan den ryska statens långa arm. Inte ens den som lyckas fly utomlands och starta ett nytt liv går säker. Därför gör agenter, affärsmän och byråkrater bäst i att inte samarbeta med väst eller sälja information i utbyte mot pengar eller en fristad (Hansson, 2018).

Vidare gestaltas Putin som hårdför och lömsk “Putin kan [...] framställa västvärlden som den elaka fienden som tar varje tillfälle i akt att slå till mot offret Ryssland”. Och kopplingar dras till historiska händelser som spioner under Kalla kriget för att åberopa en känsla av det gamla, farliga Ryssland. Återigen gestaltas Ryssland till att vara västs motsats, ett opålitligt land med en opålitlig regim, en jätte som utgör ett reellt hot mot demokratierna i väst.

Liknande tongångar går att se i DN:s artikel *Ryska presidentvalet ska ge intryck av mångfald* (Laurén, 2018) som handlar om valet men även tanken om Ryssland som ett hot mot väst.

Ryssland har inte haft fria val sedan Putin blev president i Ryssland första gången år 2000. Oppositionens kandidater har upprepade gånger hindrats från att delta. Putin, som kontrollerar de stora statliga tv-kanalerna, har i alla val vägrat delta i debatter. Samtidigt har valfusk har blivit allt grövre (Laurén, 2018)

Ryssland konstrueras till att vara västs motbild, till att vara korrupt och farligt, nästintill en diktatur. Således skapas ett vi och dem, där väst delar demokratisyn med fria medier, fria val och mänskliga rättigheter, en demokratisyn som inte överensstämmer med Rysslands. Följaktligen utmålas Ryssland som den andre. Vidare skriver Laurén:

– Putin blev starkare efter operationen på Krim. De statliga tv-kanalerna har målmedvetet och systematiskt kört ut ett kärnbudskap om att Ryssland måste försvara sig mot Nato. Nu har väljarna anammat Putins budskap: Nato hotar Ryssland och vi måste försvara oss, därför var vi tvungna att ta Krim. Verkligheten är mer komplicerad, men majoriteten av väljarna anser att Putin har rätt, säger Krysjtjanovskaja (Laurén, 2018).

Framställningen av Ryssland som ett hot mot väst och Kremls odemokratiska agerande medför tankar om att det ryska folket också är offensiva. Den mediala bilden av Ryssland överförs således till föreställningarna om det ryska folket. Entman (2004) beskriver hur media förmedlar en version av verkligheten genom att belysa en aspekt av händelsen. Genom att belysa hur det ryska folket går samman och stödjer Putins politik, konstrueras en bild av ryssar som våldsamma och krigslystna. En stereotyp bild av det ryska folket, där de framställs som en motpol till de lugna och fredliga svenskarna.

Samtidigt ges en annan bild av ryssar och Ryssland i media. I SR:s reportage *Väljare i Sotji inför ryska presidentvalet* (Löfgren, 2018) framställs Ryssland som fattigt, staten lurar folket och förbättringarna uteblir.

För här, inte långt från Sotji bor människor i hus utan vare sig indraget vatten eller gas, löften om att den infrastrukturen skulle komma i och med OS har inte uppfyllts. Istället erbjuds varje husägare att själv betala för gasinstallation, men priserna är så höga att ingen av dem har råd (Löfgren, 2018).

Gestaltningarna ger en tydlig bild av Ryssland och dess infrastruktur som står i bjärt kontrast till väst. Tonen i reportaget är genomgående trött, folket är trötta på makthavarna och de intervjuade framställs som offer för elitens påtryckningar och nycker.

De är väl medvetna om presidentens palats, som ligger avskilt och avspärrat inte långt från dem, där saknas ingenting av det som byborna kämpar för att få. Ändå skrev de brev till honom för att få hjälp, men något svar kom inte.

– De har tagit allt, vi är fattiga och de är rika, förr gällde bara att du var rik om du hade en häst eller ko, nu är det annat som räknas och skillnaderna är enorma, säger Tanja (Löfgren, 2018).

De distinkta kontrasterna mellan rik och fattig, vi och dem, öst och väst, är genomgående i reportaget. Skillnaden mellan stad och land, där makten sitter och folket lever, visar på en stat och ledare som misslyckats uppfylla sina löften. Eller som det gestaltas här, struntar i folket.

7.3 Sammanfattande analys

Bilden av ett land skapas till stor del utifrån medias rapportering. Framställningen i svenska media är förenat med svenska medias och folkets kunskaper om Ryssland. Gestaltningsteorin handlar om hur olika situationer, händelser och frågor framställs i media och uppfattas av konsumenterna (Shehata, 2017:360). Vi människor väljer oftast medvetet hur vi vill förmedla vår mening till mottagaren. På samma sätt väljer journalister hur de vill organisera sin information och hur de vill framföra sitt budskap. Språket de använder bildar således en mening i kommunikationen. Följande citat visar hur ett sådant exempel kan se ut:

Jämfört med tidigare regeringschefer under 90-talet hade Putin också en nästan oförskämd tur. I stället för att få skulden för fattigdom, skumma privatiseringar och

sänkt livslängd kunde han ägna sig åt något betydligt mer populärt: krig (Nevéus, 2018).

Exemplet ovan är ett utdrag ur en artikel från DN. I detta citat kan vi se hur journalisten har valt att tolka situationen åt sina läsare. Valet att använda ord som “oförsämd tur” och “populärt: krig” skapar en uppfattning hos läsaren. Värdeladdade ord och betoningar styr mottagaren åt en viss riktning (Strömbäck & Nord, 2017:9), i synnerhet om sådant förekommer på nyhetsplats och rubrik. “*Ryska presidentvalet ska ge intryck av mångfald*” (Laurén, 2018) så lyder rubriken i en av de artiklar vi analyserat. Ryssland konnoteras som en diktatur vilket kan tolkas som ett ställningstagande från journalisten.

Att värdeladdade ord och kritik förekommer i ledare, krönikor och debattartiklar kan anses vara vanligt då mediehus ofta är tydliga med att det som skrivs är skribentens egna åsikter. Det vår studie har visat är att kritik riktas mot Ryssland även på nyhetsplats. Rapporteringen om Ryssland är tämligen sensations betonad, vilket syns i att fler rubriker än väntat är värdeladdade. Även Mi Lennhag (2010) kom fram till att det florerar åsikter på nyhetsplats. I hennes studie om hur Ukraina gestaltas i svenska media kan en läsa att medborgarna beskrivs som modiga och Ryssland som onda, likt det vi kommit fram till i vår studie. Ryssland skildras som västs motsats, en bild som är accepterad hos media/läsarna, därför ifrågasätts den aldrig och återkommer således i många artiklar.

7.3.1 Ett kuvat folk, ett patriotiskt folk.

Det ryska folket beskrivs antingen som kuvat och ett offer eller patriotiska och hämndlystna. En, kan tyckas, onyanserad bild av de 144, 3 miljoner invånare som bor i landet (Utrikespolitiska institutet, 2016). Citaten nedan visar hur det kan se ut när medieföretagen skildrar hur Putin lurar folket eftersom de måste gå med på hans premisser och acceptera läget. De blir påverkade av den information som sänds ut och ser inga andra alternativ.

De statliga tv-kanalerna har målmedvetet och systematiskt kört ut ett kärnbudskap om att Ryssland måste försvara sig mot Nato. Nu har väljarna anammat Putins budskap: Nato hotar Ryssland och vi måste försvara oss, därför var vi tvungna att ta Krim (Laurén, 2018).

Rajsa säger bestämt att hon ska rösta på Putin, men klagar samtidigt på löftena, som kommer från makthavarna just i valtider och som sedan glöms bort (Löfgren, 2018).

En annan sida visar hur det ryska folket hejar på Putins sanktioner och kritiska förhållningssätt mot väst, vilket medför att ryssarna ses som västs motståndare.

Men ingenting kan mobilisera det ryska folket som ett yttre hot. När Putin 2014 annekterade Krim och västvärlden slog till med omfattande ekonomiska sanktioner så ökade stödet för presidenten kraftigt (Hansson, 2018).

Utdraget visar hur folket ställer sig bakom Putin och hans politik, vilket inte är förenligt med västlänternas demokratisyn. Detta medför att det ryska folket gestaltas som patriotiska. I enlighet med Saids (2000) teorier skapas, genom den västerländska blicken, en stereotyp bild av ryssar, där västs föreställning om folket konstrueras och reproduceras via medias gestaltning. Genom att ett fåtal attribut och särdrag får representera helheten skapar medieföretagen nationella stereotyper, samt ett vi och dem. Där dem inte är som oss.

7.3.2 Öst kontra väst

Relationen mellan öst och väst beror på en rad olika faktorer, inte minst avståndet - både geografiskt och kulturellt. Enligt Said (2000) har västlänterna ofta åtskilt sig från öst/orienten genom att öst anses underlägsna politiskt, ekonomiskt och kulturellt. Väst anser sig vara normen och målet för utomstående länder att sträva efter. Liknande tendenser går att utläsa från medieföretagens rapportering angående ryska valet och Ryssland, där Ryssland bitvis gestaltas som ett land som inte förstår att en västerländsk demokratisyn är den rätta. I rapportering framkommer det att Kreml kontrollerar media, hindrar oppositionsledare från att ställa upp i valet och griper demonstranter.

Demonstrationerna pågick av och till under ett par år, men dog en långsam död kvävda under enorma polisinsatser. Samma dag som Putin svors in för sin tredje mandatperiod i maj 2012 greps 120 demonstranter i Moskva. Många dömdes till långa fängelsestraff (Nevéus, 2018).

”Valkampanjen i Ryssland har varit riggad till president Putins fördel, med bland annat statlig kontroll över media och oppositionella som hindrats från att kandidera.” (Magné, Laneby & Lindau, 2018).

En ung kvinna fick personalen att ta en bild för att kunna bevisa för sin arbetsgivare att hon röstat. Vidare vittnar bland andra en 25-årig man i Gryazi att han röstat eftersom hans arbetsgivare krävt det, skriver Reuters.

Oppositionspolitikern Aleksej Navalnyj, som själv inte får ställa upp i valet, har egna observatörer som berättar hur människor körs till vallokalerna av sina arbetsgivare (Magné, Laneby & Lindau, 2018).

Det är tydligt att medieföretagen tar ställning mot Putinregimen, eftersom regimen i västs tycke har ett förlegat synsätt gällande demokrati och makt. Skillnaderna mellan Rysslands och västlänternas demokratisyn görs således tydliga. "Vi" representerar en riktig demokrati, medan Ryssland framställs som pseudodemokrati, med vissa likheter med en diktatur. Detta överensstämmer med Rodins (2010) teori gällande att Sveriges, och i förlängningen västlänternas, demokratisyn används som utgångspunkt för att jämföra, kategorisera och förklara de olikheter som anses finnas. Således konstrueras Ryssland diskursivt som en motidé, som annorlunda från väst. Den kritik som framförs mot regimen och Kremls agerande befäster bilden av Ryssland som den Andre och är därmed inte en del av västs gemenskap. Således ses den västerländska identiteten överlägsen östs och Rysslands, kanske inte i militära medel, men i enlighet med orientalismen, i en kulturell och demokratisk mening. "Vi" i väst tänker rätt, "de" i öst tänker fel.

7.3.3 Mediekonstruktionens påverkan

Den rådande ekonomiska och organisatoriska pressen hos medieföretagen har lett till hårdare krav på dagens journalister. Korta deadlines har fått lättillgängliga nyhetskällor att bli ett vanligt inslag i journalistiken (Manning, 2001:54, 151). Detta menar vi stämmer delvis in på vårt analyserade material då majoriteten av materialet som journalisterna använde sig av kommer från andra medier eller nyhetsbyråer. SR och DN använde sig dock oftast av förstahandskällor då de hade egna utskickade korrespondenter.

Att *primary definers* är de vanligaste källorna inom svenska media (Hvitfelt och Malmström, 1990:25) har inte stämt i vårt analyserade material. Den grupp som oftast blev citerade i artiklarna var ryska medborgare. Som ovan nämnt har ryska medborgare ofta porträtterats som offer, vilket kan vara en möjlig orsak till varför medieföretagen valt att lyfta upp så många. Något som tydligt stack ut var dock en primary definer som ofta blev citerad i artiklarna, Navalnyj. Howard S. Beckers (1967) begrepp "hierarki av trovärdighet" kan

förklara varför mediehusen ofta använde sig av citat från Navalnyj. Ett annat sätt att förstå det kan vara att oppositionsledarna ses som allierade med "oss" i väst mot Putin.

Framställningarna gällande Putin och oppositionsledaren Navalnyj är avsevärt olika. Putin avhandlas i termer av fusk, aggressivitet och bedrägeri.

Det hade gått att mörda Skripal utan att peka ut Ryssland. Men då hade Putin inte haft lika stor nytta av mordförsöket (Hansson, 2018).

Samtidigt var det också under dessa år grunden lades för den semiauktoritära stat Ryssland har blivit. En alltmer stingslig Putin slog till mot medierna som fördes in under Kremles kontroll, mot framfusiga oligarker som Michail Chodorkovskij som helt sonika sattes i fängelse och fick sitt jättelika oljebolag taget i beslag (Neveus, 2018).

– För det första, sluta kalla det för ett val. Det är en charad. Den enda röst som spelar någon roll i en diktatur som Ryssland är Putins röst, säger han (Magné, Laneby & Lindau, 2018).

Medan Navalnyj förs fram i sammanhang av demokrati och rättvisa, i och med sitt enträgna arbete för att stoppa Putinregimen.

Presidentens mest högljudda kritiker, Aleksej Navalnyj, var hindrad från att ställa upp. Oppositionspolitikern skickade dock ut tusentals egna valobservatörer och uppger att de noterat "exempellosa" regelbrott och överträdelser (Mächs, 2018).

8. Slutsats och diskussion

Journalisternas uppgift att så objektivt som möjligt beskriva händelser och företeelser är inte alltid lätt. I rapporteringen om det ryska valet 2018 går det att urskilja att framställningen av valet och Ryssland är negativ. Men går det som journalist att skildra valet på ett annat sätt? Journalisterna beskriver en verklighet som är problematisk, där Putins regim genomför sanktioner på sanktioner, då blir gestaltningen negativ. Det bör dock uppmärksammas att många artiklar innehåller värdeladdade ord och egna ställningstaganden. Något som inte är förenligt med journalistikens strävan efter objektivitet.

Vidare bör det klargöras att journalisterna inte är emot Ryssland i sig, utan Putinregimen och styret. Således görs det en skillnad på landet Ryssland och Putin, men många gånger överförs

den negativa tanken om Putin på Ryssland. Det kan vara svårt att särskilja de båda åt, vilket går att se i hur rapporteringen tenderar att beskriva Ryssland som farligt och annorlunda. Således förmedlas en bild av Ryssland och Kremles agerande som ger oss läsare en hänvisning om hur vi ska uppfatta Putin och i förlängningen Ryssland.

Det intressanta med resultatet är att SR sticker ut från de andra medieföretagen. Frågan en ställer sig är: hur kommer det sig att SR är mycket mer neutrala i sin rapportering? Vi tror att det kan bero på att SR har korrespondenter på plats. Men det har även DN, så skillnaden måste förklaras på annat sätt. Kanske är den mer neutrala framtoningen hos SR en produkt av uppdraget genom public service. Kanske påverkar DN:s liberala politiska ställning hur de rapporterar. För att svara på dessa frågor krävs en djupare studie, något vi inte hade utrymme för denna gång. Vad gäller de resterande två medieföretagen har de inte korrespondenter, utan har skickat ut reportrar i några fall för att rapportera om valet.

Under studiens gång så upptäckte vi att mediekonstruktionsteorin inte fungerade fullt ut. Hvitfelt och Malmström (1990:25) hävdar att primary definers är de vanligaste källorna i svenska media, vilket förmodligen stämmer i vanliga fall, men artiklarna i den här studien handlade främst om det ryska valet, vilket kan förklara varför majoriteten av de citerade källorna var ryska medborgare. Vi upplevde att medborgarna gestaltades som offer i många av artiklarna. Ytterligare en tänkbar förklaring till varför fokus i artiklarna låg på medborgarna kan vara för att en undermedvetet vill gestalta Ryssland som en diktatur och därför lyfter fram missnöjda medborgare. Att Ryssland framställs negativt har vi förståelse för då våra värderingar krockar med Putinregimens, däremot hade vi gärna sett fler källor som förklarar varför de är för den sittande presidenten. Vi eftersöker en balans mellan källorna.

Vår sista frågeställning lyder: Reproducerar svenska media en stereotyp bild av Ryssland, och i så fall till vilken grad? I vår tidigare forskning samt bakgrund framgår det hur Sveriges syn på Ryssland sett ut genom historien. Vidare klargörs även hur Ryssland och ryssar beskrivits som aggressiva, hotfulla och lömska. En bild som delvis reproduceras i svenska media idag. Medieföretagens gestaltning visar hur den stereotypa framställningen främst återges i gestaltningen av Putin och hans regim. Vad gäller ryska folket och Ryssland gör den stereotypa bilden sig fortfarande påmind i medieföretagens gestaltning. Det vi upplevde vid

läsningen av materialet är att folket blir indelat i två kategorier, antingen som Putinanhängare och då motståndare till väst, eller som offer utan egen vilja i en verklighet som inte liknar vår.

Den här dualiteten är det som delvis definierar orientalismen. Således visar resultatet att det förekommer en orientalistisk framställning av Ryssland. Ett vi och dem tänk, där Ryssland beskrivs som annorlunda och farligt, medan vi står för det rationella och moraliska. Genom att Ryssland gestaltas på följande vis konstrueras således en bild av Ryssland i svenska media som vi kan distansera oss från men samtidigt använda för att reproducera vår självbild. De egenskaper som tillskrivs Ryssland används till vårt identitetsskapande, ett sätt att förstå och legitimeras oss själva, ett sätt att få bli en del av den västerländska gemenskapen.

8.1 Vidare forskning

För fortsatt forskning skulle en mer riktad studie genomföras, där en undersöker hur Putin gestaltas i svenska media, kanske i jämförelse med Donald Trump. Detta för att se hur två ledare som det rapporterats mycket och negativt om framställs, är det någon skillnad? Påverkar den historia Sverige haft med Ryssland gestaltningen av Putin? Påverkar Sveriges närhet till amerikansk kultur hur Trump framställs? Vad är det som ligger bakom den negativa framställningen av de båda? Kanske är det så att olika demokratisyn återigen spelar roll för gestaltningen. Att vid en viss typ av agerande, som inte överensstämmer med Sveriges sätt att föra politik, gör gestaltningen av ledarna negativ och så att journalisterna kommer ta ställning.

9. Litteraturförteckning

9.1 Tryckta källor

Allan, S. (2004). *News culture*. Maidenhead: Open University Press.

Aspers, P. (2007). *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden*. 1: a uppl. Malmö: Liber AB.

Becker, H. (1967). Whose side are we on? *Social Problems*. Vol 14 (3):239–247.

Björk, T. (2011). *Bilden av "orienten": Exotism i 1800-talets svenska visuella värld*. Stockholm: Atlantis.

Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication* 61(2), 246–263.

Burgman, T. (2001). *Rysslandsbilden i Sverige - från Ivan den förskräcklige till Vladimir Putin*. Lund: Historiska Media.

D'Angelo, P. & Kuypers, J. A. (red.) (2010). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.

Ekström, M. & Larsson, L. (2013). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43(4), 51-58.

Entman, R. M. (2004). *Projections of Power. Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: The University of Chicago Press.

Falkheimer, J. (2012). Medierna och kampen om innehållet. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur AB.

- Hall, S., Evans, J. & Nixon, S. (red.) (2013). *Representation*. London: SAGE.
- Hvitfelt, H. & Malmström, T. (1990). *Ekonomi & arbetsmarknad: Journalistik i förändring*. Eksjö: svensk information produktions AB.
- Häger, B. (2014). *Reporter: en grundbok i journalistik*. 2:1 uppl. Lund: Studentlitteratur AB.
- Johannesen, A. & Tufte, P. A. (2003). *Introduktion till samhällsvetenskaplig metod*. 1:4 uppl. Malmö: Liber AB.
- Larsen, A. K. (2007). *Metod helt enkelt*. Malmö: Gleerups Utbildning AB.
- Lenhag, M. (2010). *Föredömligt folk förvandlar Gränmland till Europaland: Bilden av Ukraina i svensk press januari 2004 till mars 2006*. Lund: Centre for European Studies at Lund University.
- Lundgren, K., Ney, B. & Thurén, T. (1999). *Nyheter - att läsa tidningstext*. Stockholm: Ordfront förlag.
- Manning, P. (2001). *News and News Sources: A Critical Introduction*. London: SAGE.
- Mouritzen, H. (2001). Security Communities in the Baltic Sea Region: Real and Imagined. *Security Dialogue* 32 (3): 297–310.
- Mächs, M. (2018). Jordskredsseger för Putin i ifrågasatt val. *TT Nyhetsbyrån*.
- Möller, F. (2003). Capitalizing on Difference: A Security Community or/as a Western Project. *Security Dialogue* 34 (3): 315–28.
- Nilsson, Å. (2013). Kvantitativ innehållsanalys. I Ekström, M. & Larsson, L. (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Nordenson, M. (2008). *Opinionsjournalistik: att skriva ledare, kolumner och recensioner*. Lund: Studentlitteratur AB.

Nygren, G. (2008). *Yrke på glid*. Stockholm: SIMO/Stiftelsen Institutet för Mediestudier.

Risse-Kappen, T. (1995). Democratic Peace – Warlike Democracies? A Social Constructivist Interpretation. *European Journal of International Relations* 1 (4): 491–517.

Robertson, A. (2003). Narrativ analys, medietexter och identitetsforskning i Petersson, B. Robertson, A. (red.) *Identitetsstudier i praktiken*. Liber: Malmö.

Said, E. (2000). *Orientalism*. Ordfront: Stockholm.

Shehata, A. (2017). Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.), *Handbok i journalistikforskning* (s. 353–371). Lund: Studentlitteratur.

Strömbäck, J. & Nord, L. (2017). Mest spelgestaltningar och strukturell partiskhet: En analys av svensk valrörelsejournalistik 2002–2014. *DEMICOM* nr 33. Sundsvall: Mittuniversitetet.

TT Nyhetsbyrån. (2018). Sessions sätter in specialstyrka mot cyberhot. *TT Nyhetsbyrån*.

Örenbring, H. (2009). *Two Professionalisms of Journalism: Journalism and the changing context of work*. University of Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

9.2 Digitala källor

Dagens Nyheter. (2018). *DN:s korrespondenter möter läsarna ikväll*.

<https://www.dn.se/nyheter/varlden/dns-korrespondenter-moter-lasarna-ikvall/> (hämtad 2018-05-31).

Framer, B. (2018). Sweden send leaflets to 5m homes on how to prepare for war with Russia. *The Telegraph*. 17 januari. <https://www.telegraph.co.uk/news/2018/01/17/sweden-tells-public-prepare-war-fears-russia-rise/> (hämtad 2018-05-18).

Hansson, W. (2018). Wolfgang Hansson: Går May i Putins fälla? *Aftonbladet*. 14 mars. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/8w70Vd/wolfgang-hansson-gar-may-i-putins-falla> (hämtad 2018-04-12).

Kragh, M. (2018). Sveriges relationer med Ryssland: kontinuitet och förändring historiskt och idag. *Nordiskt Østforum* 32: 54–74. <https://tidsskriftet-nof.no/index.php/noros/article/view/1155/2512> (hämtad 2018-05-31).

Laurén, A.L. (2018). Ryska presidentvalet ska ge intrycket av mångfald. *Dagens Nyheter*. 8 februari. <https://www.dn.se/nyheter/varlden/ryska-presidentvalet-ska-ge-intrycket-av-mangfald/> (hämtad 2018-06-04).

Löfgren, M.P. (2018). Putin favorit när röstningen började i Ryssland. *Sveriges Radio*. 18 mars. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6909206> (hämtad 2018-05-20).

Löfgren, M.P. (2018). Sibirisk ekonomi inför ryska valet. *Sveriges Radio*. 12 mars. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1650&artikel=6904732> (hämtad 2018-05-31).

Löfgren, M.P. (2018). Storseger för Putin - får runt 75 procent. *Sveriges Radio*. 18 mars. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6909369> (hämtad 2018-05-20).

Löfgren, M.P. (2018). Väljare i Sotji inför ryska presidentvalet. *Sveriges Radio*. 13 februari. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1637&artikel=6885385> (hämtad 2018-04-12).

Magné, J., Laneby, S. & Lindau, A.S. (2018) Storseger för Putin i ryska valet. *Aftonbladet*. 18 mars. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/A2QOOx/vallokalsundersokning-putin-mot-saker-saker> (hämtad 2018-05-20).

Melén, J. (2018). Ryssland och Putin är inte samma sak: Johanna Melén, Moskva. *Sveriges Radio*. 9 februari. <https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/1034301?programid=4773> (hämtad 2018-04-12).

Moore, M. (2018). Sweden is preparing its people for war. *New York Post*. 17 januari.
<https://nypost.com/2018/01/17/sweden-is-preparing-its-people-for-war/> (hämtad 2018-05-18).

Myndighet för samhällsskydd och beredskap. (2018). *Fakta om broschyren Om krisen eller kriget kommer*.
<https://www.msb.se/sv/Forebyggande/Krisberedskap/MSBs-krisberedskapsvecka/Fakta-om-broschyren-Om-krisen-eller-kriget-kommer-/> (hämtad 2018-05-04).

Nationalencyklopedin. (2018). *Aftonbladet*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/aftonbladet> (hämtad 2018-04-16).

Nationalencyklopedin. (2018). *Dagens Nyheter*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/dagens-nyheter> (hämtad 2018-04-16).

Nationalencyklopedin. (2018). *Public Service*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/public-service> (hämtad 2018-05-31).

Nationalencyklopedin. (2018). *Sveriges Radio*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/sveriges-radio-ab> (hämtad 2018-04-16).

Nationalencyklopedin. (2018). *TT Nyhetsbyrån*.
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/tt-nyhetsbyran> (hämtad 2018-04-16).

Nevèus, I. (2018). Vladimir Putins enda plan: att behålla makten. *Dagens Nyheter*. 17 mars.
<https://www.dn.se/nyheter/varlden/vladimir-putins-enda-plan-att-behalla-makten/> (hämtad 2018-05-20).

Rodin, J. (2010). Nordiska perspektiv på Ryssland. *Nordiskt Østforum* 2: 121–132.
<https://www.idunn.no/nof/2010/02/art16> (hämtad 2018-04-01).

Roslyng-Jensen, P. (2012). *From World War to Cold War: Scandinavian media attitudes to the Soviet Union 1945-1948*. *Scandinavian Journal of History*, 37:4, 526-548.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03468755.2012.708260> (hämtad 2018-04-01).

Sjöström, S. (2018). Valdeltagandet större frågetecken än utfallet. 17 mars. *Sveriges Radio*.

<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6909166> (hämtad 2018-05-20).

Shukla, S. & Masters, J. (2018). Sweden to publish leaflets warning citizens over potential war. *CNN*. 18 januari. <https://edition.cnn.com/2018/01/17/europe/sweden-security-leaflets-russia/index.html?nav-edition=on> (hämtad 2018-05-18).

Sveriges Radio. (2018). *Om Sveriges Radio*.

<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3113&artikel=6022447> (hämtad 2018-05-31).

Sveriges Radio. (2018). *Utrikes*.

<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3304&artikel=6127618> (hämtad 2018-05-31).

Utrikespolitiska Institutet. (2016). <https://www.ui.se/landguiden/lander-och-omraden/europa/ryssland/befolkning-och-sprak/> (hämtad 2018-05-14).

10. Bilagor

10.1 Kodschema

1. Kod-id.

1. Rima
2. Marika

2. Medieföretag

1. Aftonbladet
2. DN
3. TT
4. SR

3. Veckor - indelat i sju dagar.

1. 21-27/1
2. 28 – 3/2
3. 4-10/2
4. 11-17/2
5. 18-24/2
6. 25-3/3
7. 4-10/3
8. 11-17/3
9. 18-21/3

4. Genre - på webben, enbart skrivet material. Kommentar: Björn Hägers (2015:50) definition gällande genre. Med notis menar vi en kortare text på ca 80 ord.

1. Nyhetsartikel
2. Ledare
3. Debatt/Insändare
4. Krönika
5. Notis
6. Reportage

5. Antal Ord - inkl. rubrik och ingress

1. 0-80
2. 81-200
3. 201-300
4. 301-400
5. 401-500
6. 501-600
7. 601-700
8. 701-800
9. 801-900
10. 901-1000
11. 1001+

6. Huvudtema - i rubrik och ingress, det viktigaste som lyfts fram. Max 1 alternativ.

1. Politik
2. Valfusk
3. Valdeltagande - Artiklar gällande hur valdeltagandet kommer se ut.
4. Putin - Handlar om personen Putin.
5. Krim
6. Hot mot väst
7. Ekonomi
8. Mänskliga Rättigheter
9. Ryssland vs USA - Ryssland och USA relation till varandra.
10. Rysk Hybridkrigföring - När Ryssland sprider desinformation för att rasera förtroendet för demokratin i väst.
11. Navalnyj - Handlar om personen Navalnyj.
12. Militära insatser - Ryssland går in i Syrien
13. Giftattacken mot Skripal
14. Ryska väljares åsikter
15. Artiklar om det ryska folket
16. Putin kommer vinna
17. Ryska Presidentkandidater
18. Prigozjin
99. Övrigt

7. Andra Tema - det artiklarna handlar om näst efter huvudtemat. Max 1 alternativ.

Kommentar: Ännu ett tema som tydligt lyfts fram i artikeln.

1. Politik
2. Valfusk
3. Valdeltagande
4. Putin
5. Krim
6. Hot mot väst
7. Ekonomi
8. Mänskliga Rättigheter
9. Ryssland vs USA
10. Rysk Hybridkrigföring
11. Navalnyj
12. Militära insatser
13. Giftattacken mot Skripal
14. Ryska väljares åsikter
15. Artiklar om det ryska folket
16. Putin kommer vinna
17. Ryska Presidentkandidater
18. Prigozjin
98. Inget
99. Övrigt

Typ av källa - Varifrån kommer det inhämtade materialet i artiklarna? *Kommentar: 1.*

Ja/2. Nej, på varje alternativ.

8. Nyhetsbyrå
9. Egen Korrespondent
10. Andra medier
11. Sociala medier
12. Eget material
13. Annat

Vem får komma till tals? 1. Ja/ 2. Nej, på varje alternativ. *Kommentar: Från variabel 9–28 gäller frågan “Vem får komma till tals?”. Hit räknas personer/institutioner som fått pratminus eller citat. Kategorin journalist innebär journalister och korrespondenter som blivit intervjuade eller fått komma till tals på annat sätt. Hit räknas inte själva artikelförfattaren.*

14. Svensk Politiker
15. Svenskt Näringsliv
16. Svensk Organisation
17. Svensk Myndighet
18. Svensk Journalist
19. Svensk Forskare
20. Svensk Kändis
21. Svensk Medborgare
22. Svensk Expert
23. Rysk Politiker
24. Ryskt Näringsliv
25. Rysk Organisation
26. Rysk Myndighet
27. Rysk Journalist
28. Rysk Forskare
29. Rysk Kändis
30. Rysk Medborgare
31. Rysk Expert

32. Ledare – statsöverhuvud

1. Putin
2. Trump
3. Löfven
4. Flera - innebär minst två av ovan nämnda.
99. Ingen

33. Övriga *Kommentar: hit räknas alla personer och organisationer från andra länder som inte inkluderas i resterande kategorier.*

1. Ja
2. Nej

34. Hur gestaltas Ryssland? *Kommentar: Den här variabeln ska kodas utifrån diverse adjektiv/attribut som konnoteras som negativa/positiva.*

1. Neutral - nämns utan adjektiv/attribut.
2. Negativt - nämns med adjektiv/attribut likt diktatur osv.
3. Positivt
4. Hot
99. Nämns ej

35. Hur framställs ryska valet? *Kommentar: Den här variabeln ska kodas utifrån diverse adjektiv/attribut som konnoteras som negativa/positiva.*

1. Neutralt - utan värdeladdade ord.
2. Negativt - valfusk, riggat. Utifrån demokratisyn.
3. Positivt
99. Nämns ej

10.2 Artikellista

1. Hansson, W. (2018). Wolfgang Hansson: Går May i Putins fälla? *Aftonbladet*. 14 mars. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/8w70Vd/wolfgang-hansson-gar-may-i-putins-falla> (hämtad 2018-04-12).
2. Laurén, A.L. (2018). Ryska presidentvalet ska ge intrycket av mångfald. *Dagens Nyheter*. 8 februari. <https://www.dn.se/nyheter/varlden/ryska-presidentvalet-ska-ge-intrycket-av-mangfald/> (hämtad 2018-06-04).
3. Löfgren, M.P. (2018). Putin favorit när röstningen började i Ryssland. *Sveriges Radio*. 18 mars. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6909206> (hämtad 2018-05-20).
4. Löfgren, M.P. (2018). Sibirisk ekonomi inför ryska valet. *Sveriges Radio*. 12 mars. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1650&artikel=6904732> (hämtad 2018-05-31).
5. Löfgren, M.P. (2018). Storseger för Putin - får runt 75 procent. *Sveriges Radio*. 18 mars. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6909369> (hämtad 2018-05-20).
6. Löfgren, M.P. (2018). Väljare i Sothi inför ryska presidentvalet. *Sveriges Radio*. 13 februari. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1637&artikel=6885385> (hämtad 2018-04-12).
7. Magné, J., Laneby, S. & Lindau, A.S. (2018) Storseger för Putin i ryska valet. *Aftonbladet*. 18 mars. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/A2QOOx/vallokalsundersokning-putin-mot-saker-saker> (hämtad 2018-05-20).

8. Melén, J. (2018). Ryssland och Putin är inte samma sak: Johanna Melén, Moskva. *Sveriges Radio*. 9 februari.
<https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/1034301?programid=4773> (hämtad 2018-04-12).
9. Mächs. M. (2018) Jordskredsseger för Putin i ifrågasatt val. *TT Nyhetsbyrån*.
10. Nevèus, I. (2018). Vladimir Putins enda plan: att behålla makten. *Dagens Nyheter*. 17 mars. <https://www.dn.se/nyheter/varlden/vladimir-putins-enda-plan-att-behalla-makten/> (hämtad 2018-05-20).
11. Sjöström, S. (2018). Valdeltagandet större frågetecken än utfallet. 17 mars. *Sveriges Radio*. <https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=6909166> (hämtad 2018-05-20).
12. TT Nyhetsbyrån. (2018). Sessions sätter in specialstyrka mot cyberhot. *TT Nyhetsbyrån*.

10.3 Exempel på massmedieretorisk analys

Massmedieretorisk analys av DN:s nyhetsartikel *Vladimir Putins enda plan: att behålla makten*. (Neveús, 2018). Publicerad 17 mars 2018.

Artikeln handlar om Putin, hans liv och väg till makten, genom utdrag från händelser samt citat som Putin sagt.

- **Den språkliga gestaltningen av innehållet. Hur är ordval, stil och ton? Finns värdeladdade ord? Till exempel: diktator eller president.**

Rubriken "Vladimir Putins enda plan: att behålla makten" sätter tonen för hela artikeln. Journalisten påstår att det (behålla makten) är det enda Rysslands president Putin tänker på. Ingressen fortsätter på samma spår. Meningar som "inflytande över jordklotet" och "ingen ideologi" avlöser varandra. Exempel på flera värdeladdade ord: solkig inredning, sjaskiga hemligheter, lille Volodja (ett gulligare smeknamn för Vladimir), oförskämd tur, skumma privatiseringar, tuffing, machobilden, semiautoritära stat Ryssland, unge huliganen, iskalle, underhuggaren, paria, härskare, erkände, kväver, totalt okarismatisk.

Genom hela artikeln har journalisten en negativ framtoning. De värdeladdade orden präglar journalistens skrivsätt. Journalisten inleder artikeln med att måla upp en bild av Putin med hjälp av värdeladdade ord och negativa framtoningar. Och menar att Putin vill ägna sig åt krig, något han anser vara "populärt". Journalisten menar i ett stycke att Putin inte skulle tveka på att använda Rysslands kärnvapen, således beskrivs Putin som farlig och ett hot mot väst. Tonen är raljant i och med mycket värdeladdade ord och reportern tar avstånd från Putin genom beskrivningarna. Ett annat exempel på hur journalisten tar avstånd är att sätta citattecken runt vissa ord som källorna använder: till exempel "rebellerna" eller "katastrofen". Därmed visar journalisten att detta inte är hans ordval, inget som han tycker.

- **Valet av anföringsord, är de neutrala eller beskrivande? Likt: säger och berättar eller påstår och medger.**

De flesta av anföringsorden som förekommer i artikeln är neutrala, men det finns några beskrivande. Exempel på anföringsord: Vägrade, odlar, hävdar, erkände. När journalisten använder anföringsordet erkände så ser det ut så här:

Det är svårt att se någon väg från det nya kalla krig som han till stor del bär ansvaret för. Att backa bandet och släppa Krim är uteslutet – annekteringen är ju den enskilda åtgärd som bidragit mest till hans folkstöd på senare år. Dessutom skulle det innebära att han erkände en gigantisk lögn.

Journalisten har redan avgjort vad som är sant och falsk. Det förstärks genom valet av anföringsordet ”erkände”.

När journalisten citerar den rysk-amerikanska källan Gessen används anföringsordet hävdar, eftersom hennes uppfattning angående Putin går emot den gängse uppfattning som finns i väst.

- **Är källorna subjekt och aktörer, eller objekt och offer? Används aktiv - eller passivkonstruktioner? Vem gör något?**

– Mina soldater är beväpnade. Jag har gett dem order att öppna eld om någon tar sig in på området.

Ungefär så ropade den 37-årige överstelöjtnanten Vladimir Putin...

Så inleder journalisten brödtexten. Putin agerar i citatet. Citatet sätter någon form av prägel på vem Putin är. Nästan alla citat i artikeln är tagna ur boken ”Putin Direkt”. I citaten är Putin aktör vilket hjälper journalisten att beskriva Putin som person och ledare.

I slutet av artikeln får en ryska-amerikansk journalist komma till tals.

- **Var befinner sig journalisten? Hur beskrivs omgivningen, scenerna? Vad står scenen för? Till exempel: de vackra gatorna eller högljudda demonstrationståg.**

De scener som finns är inget journalisten själv har upplevt, utan de är återberättade.

Ungefär så ropade den 37-årige överstelöjtnanten Vladimir Putin, på nästan perfekt tyska, till en arg folkhop som kommit för att storma KGB-högkvarteret i östtyska Dresden. Det var i december 1989 och Berlinmuren hade just fallit.

Demonstranterna drog vidare. Men några beväpnade sovjetiska soldater fanns inte på plats – den unge KGB-officieren hade bluffat. Han tog genast energiskt tag i nästa arbetsuppgift: att bränna tusentals hemliga spiondokument på sitt kontor

Vladimir Vladimirovitj Putin föddes 1952 i Leningrad, nuvarande S:t Petersburg, och växte upp under blygsamma förhållanden i en ”kommunalka”, en lägenhet där flera familjer delar på kök och badrum. Trappuppgången stank och det var råttor överallt.

De här scenerna och beskrivningarna får en som läsare att uppleva det journalisten vill lyfta fram från boken ”Putin direkt”. Vidare använder journalisten de scenerna i artikeln för att beskriva Putin som en ”fattig grabb som senare blev en diktator”.

- **Används retoriska grepp, jämförelser och upprepningar?**

Journalisten skriver att Moskvans militära upprustning endast är en solkig inredning och innehåller sjaskiga hemligheter. När det går bra för Ryssland beskrivs det som att Putin hade tur. När Ryssland gör något dåligt så är det Putin som står bakom, han agerar. Detta upprepas genom hela artikeln. Vidare upprepas det hur Putin, när han blir arg, tar till med hårdhandskarna.

- **Bildspråk - liknelse, metafor eller ironi? Vilka associationer väcks? Stereotypa framställningar? Kontraster - ont/gott?**

Det ryska parlamentet kallas ”en medgörlig hejarklack”, någon som hejar på för att driva Putin till vinst. Även liknelsen ”nya kalla krig” ger associationer till en historisk tid omgärdad av hemskheter, vilket åberopar en känsla hos de som varit med under den tiden.

Kontrasterna är många i artikeln. Allt från den övergripande kontrasten mellan Ryssland och västvärlden. Till hur Putin framställs som ”viril och sportig” medan Jeltsin som ”försupen och svag”. Samt kontrasten mellan den unge Putin utan far som levde under fattiga förhållanden, till den nuvarande pompösa, aggressiva mannen som leder Ryssland. Vidare finns även kontraster i hur Ryssland i början av Putins presidentkarriär beskrivs i termer av

”tillväxt” och en ”välmående medelklass” kontra 90-talet och nutid där Ryssland beskrivs av Nevéus som en ”semiauktoritär stat”.

Under åren sedan dess har Putin allt mer hamnat i rollen som internationell paria.
Men hans popularitet på hemmaplan är fortsatt stark, trots att ekonomin numera inte går bra.

Citatet visar att det ryska folket vill ha Putin som president även fast han agerar på ett sätt som resten av världen motsätter sig. Således gestaltas det ryska folket som att de inte vet bättre eller är patriotiska.

- **Hur är reportern mot de intervjuade, neutral, jämlik, ser ner på, upp till, raljerande?**
Inte aktuellt i den här artikeln.
- **Finns det någon dold argumentation eller ställningstagande? Ges en färdig slutsats och bild av händelsen? Fritt för egna tolkningar av läsaren?**

Genom hela artikeln har journalisten en negativ framtoning. Genom olika uttryck, beskrivningar och värdeladdade ord tar journalisten ett tydligt ställningstagande, något som annars mest syns i opinionsmaterial. Journalisten använder uttryck som ”tyder på” och ”av allt att döma”, det visar att journalisten inte vet med säkerhet och därmed drar egna slutsatser.

Läsaren kommer ha svårt att göra egna tolkningar då journalisten framställer Putin och Ryssland åt läsaren.