

Södertörns högskola | Institutionen för kommunikation, medier och it  
Kandidatuppsats 180 hp | Journalistik | Vårterminen 2011  
Programmet för Journalistik och Multimedia

# Svenska journalister hos de utländska nyhetsbyråerna

– Kan de påverka ett likriktat ämnesval?

Av: Emil Annetorp  
Handledare: Jöran Hök  
Examinator: Anne Hedén

## Abstract

I denna uppsats har jag undersökt utländska nyhetsbyråer verksamma i Sverige och huruvida de har blivit mer likriktade i sina val av ämnen till nyhetstexter. Jag undersöker och diskuterar om användandet av lokala, svenska journalister kan motverka en sådan likriktning. I min undersökning har jag främst utgått från teorin om homogenisering eller likriktning. Mina frågor handlar främst om ämnesvalets förändring och om journalistens möjlighet att påverka innehållet. För att besvara frågorna har jag använt mig av kvalitativa intervjuer och en kompletterande textanalys.

Textanalysen har genomförts för att jag ska kunna jämföra nyhetsbyråernas material på ett konkret sätt och ta reda på vilken roll den enskilda journalisten har, samt hur materialet skiljer sig åt.

Sammantaget har jag intervjuat sex lokala journalister som arbetar på de största utländska nyhetsbyråerna. Dessutom har jag intervjuat två utrikeskorrespondenter som arbetar här i Sverige. I min textanalys har jag undersökt sex artiklar som de utländska nyhetsbyråerna publicerade i samband med valet 2010.

Resultatet visar att det finns tecken på en ökad fokusering kring stora händelser och att nyhetsbyråerna använder samma typ av källor och intervjupersoner, vilket pekar på ett likriktat ämnesval. Samtidigt finns det möjligheter att särskilja sig från de andra nyhetsbyråerna, bland annat genom en användning av lokala journalister. De lokala journalisterna har möjligheter till att välja ämnen och de kan också använda sin bakgrund och sitt kontaktnät till att hitta nya ämnesuppslag. På så vis bidrar det att materialet blir mindre homogent.

Nyckelord: Homogenisering, likriktning, lokala journalister, utländska nyhetsbyråer, utrikeskorrespondenter, ämnesval.

# Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
2. Bakgrund.....	5
2.1 Nyhetsbyråerna grundas.....	5
2.2 Nyhetsbyråernas utveckling.....	5
2.3 Nyhetsbyråernas utbredning.....	7
3. Tidigare forskning och teoretisk ansats.....	8
3.1 Homogenisering av journalistiken.....	8
3.2 Språkets betydelse för nyhetsbyråerna.....	9
4. Syfte och frågeställningar.....	10
5. Metod och material.....	11
5.1 Avgränsning.....	11
5.2 Kvalitativa intervjuer.....	12
5.3 Textanalys.....	13
6. Resultat.....	15
6.1 Intervjuer med lokala journalister.....	16
6.2 Intervjuer med utrikeskorrespondenterna.....	28
7. Textanalys.....	31
8. Slutsatser och diskussion.....	36
8. 1 Framtida forskning.....	39
Källförteckning.....	41
Bilaga.....	44

## 1. Inledning

Utrikesjournalistik har alltid intresserat mig, både att följa händelser i andra länder och att se hur Sverige bevakas. Att Sverige inte är världens mest omskrivna land ter sig ganska självklart med tanke på Sveriges storlek. Ändå har utländska medier åtskilliga journalister, närmare bestämt 235 korrespondenter som arbetar med att rapportera om Sverige.<sup>1</sup>

I en tid av nedskärningar och minskningar av utrikeskorrespondenter kan 235 korrespondenter låta som en mycket hög siffra. Men en del av korrespondenterna är i själva verket svenskar och har efternamnen Nordström, Carlström och Molin. De svenska journalisterna arbetar för de stora internationella nyhetsbyråerna: Associated Press, Agence France Presse, Thomson Reuters, Bloomberg och Dow Jones.

Att nyhetsbyråerna har en stark ställning när det gäller vissa nyheter är inte så förvånade. Om du öppnar valfri landsortstidning så märker du att nästan allt utrikesmaterial kommer från TT.

I Sverige har användningen av byråmaterial ökat och det blir allt vanligare att man använder sig av färdiga sidor med inrikes- och utrikesnyheter, vilket kan medföra en ökad likriktning i nyhetsbevakningen.<sup>2</sup> TT i sin tur hämtar en stor del av sitt utrikesmaterial från de största internationella byråerna, som har kontor och anställda över hela världen.

Jag vill i denna studie diskutera om användandet av lokala journalister på utländska nyhetsbyråer kan motverka en likriktning av journalistiken. Och kan lokala, svenska journalister påverka ämnesvalet?

För att besvara mina frågor har jag intervjuat sju journalister som arbetar för olika utländska nyhetsbyråer i Sverige. Jag har även intervjuat en journalist som nyligen flyttat till Tyskland. Alla arbetar huvudsakligen med att skriva artiklar som är avsedda för en utländsk marknad. Jag har även genomfört en textanalys för att jämföra nyhetsbyråernas material och för att undersöka den enskilda journalistens roll.

---

<sup>1</sup> Utrikesdepartementet, *pressrummet*, "Utrikeskorrespondenter verksamma i Sverige 2011" hämtad från regeringen.se den 13/5 2011 <http://regeringen.se/sb/d/5357/a/77389>

<sup>2</sup> Hadenius, S. Weibull. L och Wadbring. I *Massmedier, Press, radio och tv i den digitala tidsåldern* (Stockholm: Ekerlids förlag 2008) 293.

## 2. Bakgrund

För att få en bättre förståelse för hur nyhetsbyråerna arbetar har jag valt att göra en historisk tillbakablick. Jag har även skrivit om nyhetsbyråernas utbredning i världen och i Sverige. Jag har delat in detta avsnitt i tre olika delar: Grundandet av nyhetsbyråerna, nyhetsbyråernas utveckling och nyhetsbyråernas utbredning.

### 2.1 Nyhetsbyråerna grundas

År 1835 grundade Charles Louis Havas den första globala nyhetsbyrån, Agence Havas som sedermera kom att bli Agence France Presse (AFP). Två av Havas anställda, Paul Julius Reuter och Bernhard Wolff grundade sina egna nyhetsbyråer: Reuters och Wolff. Under samma tidpunkt bildades flertalet andra europeiska nyhetsbyråer.<sup>3</sup>

I Nordamerika inledde The New York Sun utgivare Moses Yale Beach ett samarbete med fyra andra New York- baserade dagstidningar för att kunna täcka det Mexikanska kriget på ett effektivare sätt. Samarbetet ledde till grundandet av Associated Press, vilket skedde år 1846.<sup>4</sup>

Huvudorsaken till att nyhetsbyråerna grundades berodde på ett nytt behov hos dagstidningarna. Konkurrenssituationen gjorde att varje dagstidning ville kunna publicera nyheter på ett snabbare sätt. Tidningarna använde sig gärna av nyhetstelegram, vilket gynnade nyhetsbyråerna och bidrog till deras framväxt.<sup>5</sup>

### 2.2 Nyhetsbyråernas utveckling

Att nyhetsbyråerna har förändrats sedan grundandet förefaller sig naturligt. Jag kommer kortfattat redovisa områden som har haft betydelse för nyhetsbyråernas utveckling: teknikförändringar, politiska och ekonomiska förändringar.

---

<sup>3</sup> Shrivastava, K.M - *News Agencies: From Pigeon to Internet* New Dawn Press (2007) 2. Google books. Hämtad från [http://books.google.com/books?id=MHujEBLJcviC&printsec=frontcover&dq=News+agencies+from+pigeon&hl=sv&ei=oE7tT71JdH3sgaD2tiFBA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCKQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?id=MHujEBLJcviC&printsec=frontcover&dq=News+agencies+from+pigeon&hl=sv&ei=oE7tT71JdH3sgaD2tiFBA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCKQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

<sup>4</sup> AP. *1846 – 1900 The News Cooperative Takes Shape*. Hämtad från [ap.org](http://www.ap.org/pages/about/history/history_first.html) den 20/5 2011.

<sup>5</sup> Hadenius, Weibull och Wadbring. *Massmedier* 250-251

## **Teknikförändringar hos nyhetsbyråerna**

Den teknologiska utvecklingen har alltid påverkat medierna och för nyhetsbyråerna har det alltid varit viktigt att kunna skicka material mellan olika platser. En rad viktiga teknikförändringar inträffade i samband med att nyhetsbyråerna grundades på 1800-talet: Telegrafen uppfanns, järnvägsnätet byggdes ut och ångbåtsfartyg användes allt mer. De nya uppfinningarna minskade avståndet, vilket medförde att nyheter kunde förmedlas fortare.<sup>6</sup>

Under 1900-talet inträffade betydande förbättringar som gjorde att nyheter kunde skickas ännu snabbare. Radioteleprinters möjliggjorde en snabb automatisk överföring mellan olika platser. Nyhetsbyråerna kunde börja skicka bilder via radioledningar. På 1950-talet började de stora nyhetsbyråerna erbjuda datoriserad sättnings, som sändes ut via telefonkablar. Det gjorde att tidningarna kunde få in text direkt från nyhetsbyråernas sändningar.<sup>7</sup> Telefonkablarna ersattes så småningom av satelliter och datorer. I dag sänder nyhetsbyråerna material i flera olika format; ljud, bild, tv och text som är anpassad till tidningarna samt till olika internetjänster.<sup>8</sup>

## **Politiska och ekonomiska förändringar**

De senaste årtiondena har stora politiska förändringar påverkat nyhetsbyråerna och nyhetsbevakningen. Några av de viktigaste förändringarna är Kalla krigets slut och Sovjetunionens fall vilket har öppnat upp nya marknader för nyhetsbyråerna.<sup>9</sup>

Ekonomiska tjänster, dvs. att bland annat informera om valutakurser, aktiekurser och priser på olika varor, har blivit allt viktigare för nyhetsbyråerna. Sedan början av 1980-talet har huvuddelen av Reuters intäkter kommit från ekonomisk service.<sup>10</sup> Reuters har fått konkurrens av Bloomberg och Dow Jones och erbjuder även de ekonomisk service till bland annat banker och företag. AP och AFP fokuserar fortfarande främst på allmänna nyheter.

---

6 Esperanca.B och Basnett, S. *Translation in Global News Agencies* (London, New York: Routledge 2008) 57.

7 *Encyclopædia Britannica*. news agency. (2011). Hämtad den 7/6 2011 från <http://www.britannica.com/till/biblextern.sh.se/EBchecked/topic/413092/news-agency>

8 Boyd Barrett, O & Rantanen, T. *The Globalization of News* (London: Sage 1998) 32.

9 Boyd Barrett & Rantanen. *The Globalization of News* 27.

10 Hadenius, Weibull och Wadbring. *Massmedier* 290.

## 2.5 Nyhetsbyråernas utbredning

I min skildring av de internationella nyhetsbyråernas spridning har jag valt att fokusera på de nyhetsbyråer som är störst och som har kontor i Stockholm. Jag har också begränsat mig till att redovisa antalet anställda journalister, eftersom det är mest relevant.<sup>11</sup>

I artikeln *Foreign Correspondents: Who Covers What* (American Journalism Review) redovisar Priya Kumar antalet anställda utrikeskorrespondenter hos de amerikanska medieföretagen vid årsskiftet 2010/2011:<sup>12</sup>

- AP har 3700 anställda i 116 länder, varav 2400 personer arbetar som newsgatherers (personer som arbetar med nyhetsinsamling).
- Bloomberg har 2300 anställda i 72 länder.
- Dow Jones, som inte var med i Kumars undersökning har mer än 2000 anställda journalister och de är verksamma i 58 länder.<sup>13</sup>
- AFP har 2900 anställda runt om i världen. Sammanlagt arbetar 2100 personer som journalister, varav 700 är frilansare. Nyhetsbyrån finns i 165 länder.<sup>14</sup>
- Reuters har mer än 2400 anställda journalister och de finns stationerade i omkring 150 länder.<sup>15</sup>

### Nyhetsbyråer i Sverige

Det finns 23 nyhetsbyråer i Sverige, två av dem har sina huvudkontor i Danmark respektive Norge. Bloomberg, Reuters, AFP, AP och Dow Jones är de enda som har egna kontor i Stockholm.

Alla byråerna har minst fyra anställda på sina kontor i Stockholm<sup>16</sup>. Några byråer, till exempel AFP, använder Stockholmskontoret som bas för sin Nordenbevakning. Tyvärr kan jag inte göra en mer djupgående redovisning av byråerna på grund av intervjupersonernas anonymitetskrav.

---

<sup>11</sup> Thomson Reuters har till exempel 55 000 anställda i över 100 länder, men majoriteten är inte journalister.

Thomson Reuters. *About Us*, hämtad från thomsonreuters.com den 28/5 <http://thomsonreuters.com/about/>

<sup>12</sup> Priya Kumar, *Foreign Correspondents: Who Covers What* hämtad från ajr.org den 28/5 <http://www.ajr.org/article.asp?id=4997>

<sup>13</sup> Down Jones. *About Down Jones*, hämtad från den 28/5 <http://www.dowjones.com/about.asp>

<sup>14</sup> AFP. *About AFP*, hämtad från AFP.com den 28/5 <http://www.afp.com/afpcom/en/content/afp>

<sup>15</sup> Victor Jeffrey Serote. *How does Reuters gather news?* Hämtad från Reuters.com den 29/5

<http://reuters.zendesk.com/entries/307956-how-does-reuters-gather-news>

<sup>16</sup> Utrikesdepartementet, *Utrikeskorrespondenter verksamma i Sverige 2011*

### 3. Tidigare forskning och teoretisk ansats

#### 3.1 Homogenisering av journalistiken

Jag har använt mig mycket av den forskning som finns inom det som betecknas ”global journalistik”. För att få en överblick över den forskning som finns inom området, så har jag använt mig av *The Handbook of Journalism Studies* och Simon Cottles kapitel *Journalism and Globalization*. Inom global journalistik har jag framförallt använt mig av det som är mest centralt för min uppsats, nämligen forskning om homogenisering, eller likriktning.

När det kommer till homogenisering så skriver Cottle att dominansen av västliga nyhetsbyråer, nyhetsflöden och nyhetsvärderingar är något som har karaktäriserat en likriktad medievärld under en lång tid.<sup>17</sup>

Jag har även använt mig av boken *Global News Production*, som är skriven av Lisbeth Clausen. Hon använder sig av begreppet homogenisering och gör jämförelser med studier inom ekonomi, där ”Macdonaldisation och Cocacolanisation har lett till en homogenisering av konsumentvaror över hela världen”.<sup>18</sup>

Clausen menar att samma homogenisering läggs fram i studier av globala nyheter och hon refererar till medieforskaren Chris Patterson som har skrivit kapitlet *Global Battlefields* i boken *The Globalization of News*. Patterson anser att de internationella nyhetsbyråerna kan tillskrivas en stor del av den likriktning som råder kring internationella nyheter.<sup>19</sup>

I sin undersökning använder Patterson tv-kanaler som exempel där det finns en hög standardisering av tv-nyheter vilket bland annat beror på att nyhetsbyråernas rutiner kring nyhetsproduktion liknar varandra. Konkurrenstrycket gör att byråerna väljer att täcka samma sak som konkurrenten och standardiserade teman och ramar finns när det gäller nyhetsbevakning.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Simon Cottle refererar till tidigare studier gjorda av Galtung & Ruge år 1965 och av McBride år 1980.

Cottle. *S Journalism and Globalization* och hans kapitel i *The Handbook of Journalism Studies*, Wahl-Jorgensen. K & Hanitzsch. T (New York, London: Routledge, 2009) 341.

<sup>18</sup> Clausen, Lisbeth - *Global News Production*. (Köpenhamn: Copenhagen Business School Press 2003) 10.

<sup>19</sup> Clausen. *Global News Production* 10. Hon refererar till Patterson, C och hans kapitel *Global Battlefields* i *The Globalization of News* (London: Sage, 1998) 84-85.

<sup>20</sup> Patterson, C *Global Battlefields* i *The Globalization of News* (London: Sage, 1998) 84-85.



Patterson skriver även att ett fåtal mäktiga medieorganisationer dominerar leveransen av internationella nyheter i tryckt och elektronisk form. Och han menar på att nyheter förses av vad som kan ses som enda redaktion. Den redaktionen består av en liten grupp kulturellt homogena journalister som arbetar för några få likartade angloamerikanska nyhetsorganisationer.<sup>21</sup>

## 3.2 Språkets betydelse för nyhetsbyråerna

En av orsakerna till de västerländska byråernas dominans är den konkurrensfördel som språket medför. I *Global News Production* tar Lisbeth Clausen upp japanska Kyodo News som exempel.

Japanska Kyodo news har över 1 700 anställda och 43 byråer runt om i världen.<sup>22</sup> Dessutom är Japan en av världens största ekonomier, vilket gör landet intressant ur en finansiell synvinkel. Trots Kyodos storlek och ekonomiska styrka kan inte nyhetsbyrån konkurrera med exempelvis Reuters, AP eller AFP. Enligt Lisbeth Clausen beror det huvudsakligen på språket. För att Kyodo ska kunna sälja nyheter till utlandet så måste de översättas till engelska eller franska, vilket är kostsamt. Men framförallt sprids nyheterna långsammare, vilket är en stor nackdel i nyhetsbyråbranschen.<sup>23</sup>

Esperanca Bielsa och Susan Basnett har forskat kring språkets betydelse för de internationella byråerna i boken *Translation in Global News*. Precis som Clausen anser de att de språkmässiga tjänsterna är betydelsefulla om man ska kunna verka på en internationell marknad.

De språk som används i störst utsträckning hos AFP, Associated Press och Reuters är: engelska, franska, spanska, tyska och i viss mån portugisiska och holländska. Dessa nyhetsbyråer producerar även material på arabiska.<sup>24</sup> Som ett internationellt informationspråk har engelska dock en dominerande ställning.<sup>25</sup>

## Språkkunniga journalister hos nyhetsbyråerna

Språket är centralt inom journalistiken och om du arbetar för de internationella nyhetsbyråerna är goda språkkunskaper viktiga, vilket jag redogör mer för i min resultatdel.

---

<sup>21</sup> Patterson *Global Battlefields* 94.

<sup>22</sup> Kyodo news. *What's Kyodo*, hämtad från [kyodonews.jp](http://www.kyodonews.jp/english/about/whatskyodo.html) den 26/5

<sup>23</sup> Clausen. *Global News Production* 18.

<sup>24</sup> Esperanca, Basnett. *Translation in Global News Agencies* 57.

<sup>25</sup> Esperanca, Basnett. *Translation in Global News Agencies* 2.

För att kunna förmedla nyheter mellan nyhetsbyråerna behövs språkkunniga anställda som kan översätta nyheter mellan olika språk. Själva översättningsprocessen tar sin början i insamlandet av nyheter. Begränsade kunskaper i det lokala språket är ett problem för internationella journalister, andra problem kan vara svårigheter när det gäller tillträde och att ha tillräcklig bakgrundskunskap.<sup>26</sup>

På de internationella nyhetsbyråernas kontor runt om i världen arbetar två typer av anställda - den traditionella utrikeskorrespondenten, och den lokala journalisten som arbetar för utländska medieföretag.

Den traditionella utrikeskorrespondenten är många gånger anställd av huvudkontoret och stannar ofta utomlands i femårsperioder.<sup>27</sup>

Det finns olika sorters lokala journalister. Den ena sorten fungerar som traditionella utrikeskorrespondenter men som kräver mindre i lön och har bättre möjligheter att ordna boende.<sup>28</sup> Den sortens lokala utrikesjournalister är inte bundna till en viss regional plats, utan har goda möjligheter att arbeta på kontor runt om i världen.<sup>29</sup>

Den andra typen lokal journalist fungerar mer som tolkar, och assistenter och är verksamma på en regional nivå.

I min uppsats har jag endast intervjuat lokala journalister som är fast anställda och har samma funktion som en traditionell utrikeskorrespondent, med skillnaden att de själva får stå för boendekostnader.

## 4. Syfte och frågeställningar

### Syfte

Utifrån min studie avser jag att diskutera om användandet av lokala journalister på utländska nyhetsbyråer kan motverka en likriktning av journalistiken. Jag vill också undersöka om de svenska journalisterna kan påverka ämnesvalet.

---

<sup>26</sup> Esperanca, Basnett. *Translation in Global News Agencies* 59.

<sup>27</sup> Esperanca, Basnett. *Translation in Global News Agencies* 59.

<sup>28</sup> Hamilton, M. J & Jenner, E. *Redefining foreign correspondence*. I *Journalism*, vol.5(2004):3(London:Sage 2004) 306.

<sup>29</sup> Esperanca, Basnett. *Translation in Global News Agencies* 60.

## Frågeställningar

Min huvudfrågeställning är:

**På vilket sätt kan användandet av lokala journalister motverka en likriktning av journalistiken och vad har de för möjligheter att påverka ämnesvalet?**

Jag utgår från teorin om homogenisering. För att kunna diskutera om det sker en likriktning och hur de lokala journalisterna kan motverka en likriktning är det nödvändigt att ställa ett antal underfrågor. Underfrågorna handlar huvudsakligen om vilka möjligheter den enskilda journalisten har att påverka innehållet och om hur nyhetsbyråerna arbetar för att urskilja sig från varandra. Jag kommer också att belysa de eventuella skillnader som finns mellan lokala journalister och traditionella utrikeskorrespondenter.

- Hur har ämnesvalet förändrats hos nyhetsbyråerna? Och på vilket sätt kan de lokala journalisterna påverka ämnesvalet?
- I vilken utsträckning kan de lokala journalisterna påverka en likriktning när det gäller val av källor och intervjupersoner hos de utländska nyhetsbyråerna?
- På vilket sätt har de lokala journalisterna andra förutsättningar att motverka ett likriktat käll- och ämnesval jämfört med en traditionell utrikeskorrespondent?
- Vilket utrymme har den enskilde journalisten att sätta sin språkliga prägel på texten?
- Vad gör nyhetsbyråerna för att skilja sig från varandra?
- Hur ser de lokala journalisterna på framtida förändringar hos nyhetsbyråerna?

## 5. Metod och material

I min uppsats har jag främst använt mig av kvalitativa intervjuer, men även en kompletterande textanalys. I metodavsnittet presenteras intervju- och textanalysdelen på ett tydligare sätt.

### 5.1 Avgränsning

I min undersökning har jag begränsat mig till att intervjua personer som arbetar på utländska nyhetsbyråer i Sverige och en som nyligen avslutat en sådan tjänst (han är numera stationerad i Tyskland). Majoriteten av intervjupersonerna arbetar som lokala journalister och två arbetar som utrikeskorrespondenter.

Jag har valt att göra en textanalys, då huvuddelen av de lokala journalisterna främst arbetar med att skriva artiklar.

## 5.2 Kvalitativa intervjuer

I min undersökning har jag använt mig av kvalitativa intervjuer i syfte att förstå hur intervjupersonerna upplever sitt arbete. Steinar Kvale, tidigare professor i pedagogisk psykologi och föreståndare för Center for kvalitativ metodeudvikling vid Aarhus Universitet och Svend Brinkmann, professor vid Aalborg Universitet med särskild inriktning mot psykologi och kvalitativ metod uttrycker det på följande sätt:

Den kvalitativa forskningsintervjun söker förstå världen från undersökningspersonernas synvinkel, utveckla mening ur deras erfarenheter, avslöja deras levda värld som den var före de vetenskapliga förklaringarna.<sup>30</sup>

För att besvara mina frågor om de utländska nyhetsbyråernas användande av lokala journalister har jag intervjuat svenska, lokala journalister. Då antalet svenska journalister som arbetar för utländska nyhetsbyråer är begränsat har jag även valt att intervju två utländska utrikeskorrespondenter som är väl förtrogna med det svenska språket och Sverige. Vid val av intervjupersoner är centralitet den vanligaste urvalsprincipen och i informantundersökningar vill man intervju centralt placerade källor, vilket jag har försökt att göra.<sup>31</sup>

För att få en variation bland de undersökta personerna så har jag intervjuat personer på både större och mindre nyhetsbyråer. I min undersökning har jag intervjuat personer i olika positioner för att på så sätt få en större inblick i arbetet på nyhetsbyråerna.

Innan mitt arbete genomförde jag en pilotintervju med Anna Petersson som tidigare har arbetat för AFP, Reuters och Tidningarnas Telegrambyrå. Pilotintervjun genomförde jag för att kontrollera att mina frågor uppfattades på rätt sätt och att de kunde ge svar på mina frågeställningar.

Intervjupersonerna har själva fått bestämma plats för intervjun. Sex av intervjupersonerna träffade jag, varav två på deras kontor. Övriga fyra personer träffade jag på caféer. De två sista intervjuerna

---

<sup>30</sup> Kvale, S och Brinkmann. S *Den kvalitativa forskningsintervjun* (Lund: Studentlitteratur 2010) 17.

<sup>31</sup> Peter Esaisson m.fl. *Metodpraktikan Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (Vällingby: Norstedts Juridik 2010) 291.

gjordes enbart per telefon, vilket berodde på tidsmässiga samt praktiska skäl. Endast en av intervjuerna stördes litegrann av att miljön var för bullrig, men det medförde inget större problem. I efterhand fick jag ringa fyra av journalisterna för ett fåtal kompletterande frågor. Det berodde på att jag inte kan ställa alla frågor vid intervjutillfället, samt att en av intervjuerna stördes av den bullriga cafémiljön. Jag anser inte att det har påverkat resultaten i någon större grad.

Intervjuerna spelades in på min Iphone och telefonintervjuerna spelades in på de inspelningsbåsar som Södertörns högskola förfogar över. Sedan transkriberades inspelningarna och jag rensade bort oväsentligt material samt tog bort en del pauser. Annars skrev jag av i princip allt som intervjupersonerna sade, för att senare återge citaten i en mer skriftspråklig form.

Intervjuerna finns nedskrivna och sparade hos mig.

I resultatdelen använder jag mig av citat från de intervjuer som gjordes med de lokala journalisterna och utrikeskorrespondenterna. Intervjupersonens namn skrivs ut efter varje citat. I källförteckningen refererar jag sedan till de intervjuer som har genomförts.

### 5.3 Textanalys

Jag har gjort en jämförande fallstudie där jag har analyserat texter från fyra olika nyhetsbyråer. Anledningen till att jag har gjort en textanalys är att jag vill kunna ha något tydligt exempel att utgå från för att kunna se hur materialet skiljer sig åt och vilken roll den enskilda journalisten har.

I genomförandet av textanalysen har jag försökt att vara så pass noggrann som möjligt och försökt att ställa frågor till texten, vilket Metodpraktikan föreslår:

Läsa aktivt, att ställa frågor till texten och att se efter om texten, eller om man själv kan besvara dessa frågor.<sup>32</sup>

Vid valet av fall har jag försökt att göra jämförelser mellan texter som är lika varandra vad gäller längd och ämnesval. Precis som Metodpraktikan förespråkar har jag valt att genomföra ett strategiskt urval.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Esaiison m.fl. *Metodpraktikan* 237. De refererar till Mats Furbergs opublicerade och odaterade promemoria *Att läsa resonerande text – några tips*. Göteborgs Universitet: Filosofiska institutionen.

<sup>33</sup> Esaiison m.fl. *Metodpraktikan* 113.

För att kunna göra relevanta jämförelser mellan nyhetsbyråerna har jag valt ut ett ämne som alla bevakade; valet i Sverige 2010, där Sverigedemokraternas intåg i riksdagen genererade mest uppmärksamhet.

Jag analyserade sex artiklar från fyra olika nyhetsbyråer: AP, AFP, Bloomberg och Reuters. Anledningen till att jag valde dessa nyhetsbyråer är att jag ville få en bra spridning i mitt urval. Dels kommer nyhetsbyråerna från olika länder och dessutom har byråerna olika inriktningar, AP och AFP fokuserar på allmänna nyheter, medan Bloomberg fokuserar på ekonominyheter. Reuters har både en allmän- och en ekonomidel. I AP och Reuters artiklar har flera lokala journalister bidragit. AFP:s artiklar är skrivna av journalister som arbetar på kontoret i Stockholm. Bloombergs artikel har skrivits av en lokal, svensk journalist.

Jag har tagit hjälp av boken *Journalistikanalys- en introduktion* när jag har genomfört min textanalys. I boken finns det metodfrågor som belyser hur man genomför en textanalys av journalistisk text.<sup>34</sup> Sedan har jag modifierat metodfrågorna för att de bättre ska passa ihop med min undersökning.

Textanalysen besvarar följande frågeställningar:

- Vilken roll har journalisten/journalisterna i texten?
- Hur ser journalistens arbetssituation ut?
- Syns det att en redaktionell process har ägt rum?
- Vilken typ av läsare riktar sig texterna till?
- På vilket sätt åtskiljer sig nyhetsbyråernas texter?

## **Etiska överväganden**

Alla intervjupersoner har blivit informerade om syftet med undersökningen och dess disposition. De har även blivit upplysta om hur den kommer att publiceras, vilket Kvale och Brinkmann betecknar som informerat samtycke.<sup>35</sup>

I undersökningen är majoriteten av intervjupersonerna och företagen anonyma, vilket beror på att intervjupersonerna har ställt detta krav som ett villkor för att medverka. Ett av företagen har mycket stränga regler för vilka sammanhang företaget kan medverka i. Ett par av intervjupersonerna har

---

<sup>34</sup> Hultén, B. *Journalistikanalys: en introduktion* (Lund: Studentlitteratur 2000)96-104.

<sup>35</sup> Kvale, Brinkmann. *Den kvalitativa forskningsintervjun* 87.

visserligen sagt att de kan höra av sig till huvudkontoret för att få tillstånd att uppge sitt namn och sin arbetsgivare, men då jag har haft begränsat med tid har jag inte haft möjlighet att invänta svar.

Enligt Metodpraktikan är det viktigt att reflektera över om man som forskare kan utlova en anonymitet utan att undersökningen tappar i trovärdighet.<sup>36</sup> Detaljriktighet kan visserligen vara intressant i mitt fall, men huvudsyftet med undersökningen är att bilda en uppfattning om de lokala journalisterna och deras arbete.

Detta anser jag är möjligt att göra med anonyma intervjupersoner.

En av intervjupersonerna har inte ställt några krav på anonymitet. Nina Larson arbetar för AFP som utskiljer sig relativt mycket från de andra nyhetsbyråerna. Det hade blivit svårt att kunna analysera hennes svar om hon och företaget hade varit anonymt. Det som gör att AFP urskiljer sig från de andra är att nyhetsbyrån är franskspråkig, vilket har en viss betydelse. Ur en språkmässig aspekt medför namngivningen av AFP att jag kan använda mig av tydligare exempel och gå mer ”rakt på sak”.

## Metodkritik

Steinar Kvale och Svend Brinkmann poängterar vikten av att förändringarna av personens namn och bakgrund inte görs felaktigt, vilket kan göra att en del av tolkningarna blir meningslösa. Att en av personerna vill framträda med namn ser de som ett mindre problem eftersom de har ”engagerat sig starkt i ett projekt och vill ta ansvar för sina uttalanden under eget namn”.<sup>37</sup>

I sin bok tar Kvale och Brinkmann upp en del av den kritik som riktas mot kvalitativa intervjuer. En risk med metoden är att den anses vara ”godtrogen”, vilket innebär att forskaren köper allt som intervjuobjektet säger.<sup>38</sup> Det har jag försökt undvika genom att vara kritisk till intervjupersonernas påståenden.

## 6. Resultat

Detta avsnitt är uppdelat i tre olika delar: kvalitativa intervjuer med de lokala journalisterna, intervjuer med utrikeskorrespondenterna och textanalys.

---

<sup>36</sup> Esaiison m.fl. *Metodpraktikan* 290.

<sup>37</sup> Kvale, Brinkmann. *Den kvalitativa forskningsintervjun* 293.

<sup>38</sup> Kvale, Brinkmann. *Den kvalitativa forskningsintervjun* 314.

## 6.1 Intervjuer med lokala journalister

Avsnitten i denna del är uppdelade efter uppsatsens frågeställningar.

### **Presentation av de intervjuade**

**Sara**, anställd på en engelskspråkig nyhetsbyrå i Stockholm. Hon studerade journalistik i USA, men har mestadels bott i Sverige. Efter att slutfört sina studier fick hon jobb på en engelskspråkig nyhetsbyrå, och gick sedan vidare till en av de nyhetsbyråer som huvudsakligen ägnar sig åt ekonomibevakning. Sara har svenska som modersmål och har mycket goda kunskaper i engelska.

**Jenny**, anställd på en engelskspråkig nyhetsbyrå i Stockholm. Hon studerade journalistik i England, men annars har hon bott i Sverige. Efter studierna fick hon jobb på en engelskspråkig nyhetsbyrå i Sverige. Där arbetade hon ett tag innan hon gick över till sin nuvarande arbetsplats. Hon talar flytande engelska och svenska.

**Erik**, anställd på en amerikansk nyhetsbyrå i Tyskland. Erik kom inte in på journalisthögskolan i Stockholm eller i Göteborg och valde därför att studera journalistik i London, samtidigt som han arbetade för en lokaltidning. Efter studierna började han arbeta på en nyhetsbyrå i Tyskland, tills han blev erbjuden arbete på en engelskspråkig nyhetsbyrå i Stockholm. Han har fortfarande samma arbetsgivare, men sedan några månader tillbaka är han stationerad i Tyskland. Svenska och engelska talar han obehindrat och har relativt goda kunskaper i tyska.

**Nina Larson** är nyhetschef på Agence France Presse i Stockholm. Hon studerade journalistik i USA och efter studierna började hon arbeta för en amerikansk internettidning. Förutom en master i journalistik har hon en master i idéhistoria och har även läst Mellanöstern- och Nordafrikakunskap samt franska på universitetsnivå. Nina är norska och förutom norska talar hon flytande franska och engelska. Dessutom talar hon ”skandinaviska”, vilket betyder att hon har lätt att förstå svenska och danska.

**Steve** är anställd på en nyhetsbyrå som huvudsakligen skriver om ekonominyheter. Han är svensk med amerikanskt påbrå och har studerat ekonomi på en svensk högskola. Steve började arbeta som vikarie på en tidning och sedermera övergick vikariatet till en fast anställning. Efter det jobbade han på en av de större nyhetsbyråerna i ett flertal år, varav han tillbringade hälften av åren som



korrespondent i Danmark. För två år sedan bytte han jobb och hamnade på sin nuvarande arbetsplats. Hans modersmål är engelska och svenska och han har bra kunskaper i danska.

**Nils** är anställd på en nyhetsbyrå med ekonomifokus. Nils är född i Sverige, men har bott nästan 20 år i USA där han gick på college och studerade journalistik. Efter studierna arbetade han i Washington. Efter en tid flyttade han tillbaka till Sverige och började arbeta på en nyhetsbyrå som fokuserar på ekonomi. Sedan gick han över till en av huvudkonkurrenterna. Han talar flytande engelska och svenska.

### **Hur har ämnesvalet förändrats hos nyhetsbyråerna? Och på vilket sätt kan de lokala journalisterna påverka ämnesvalet?**

Majoriteten av intervjupersonerna nämner att ämnesvalet påverkas av allt som sker i världen. Finanskrisen, terrorism och klimatfrågor har varit heta frågor under de senaste åren. Även Wikileaks har varit ett omdiskuterat ämne och enligt Steve har Wikileaks bidragit till att den internationella bevakningen av Sverige ökat. Nina anser att Wikileaks har medfört en förändring och att det skrivs mer om diplomatiska frågor.

Enligt Sara förändras ämnesvalet hela tiden, men med ett konstant fokus på företags- och affärsnyheter. Jenny har märkt en ökad koncentration kring de stora händelserna och en anpassning mot internet.

Det går mer och mer mot vissa stora händelser som får jättestor uppmärksamhet och allt fokus läggs på det. Förut var det mycket mer fokus på hur många tidningar som har använt vår artikel, nu är det mera fokus på hur många som har klickat på den. De artiklarna som går hem på nätet är sådana saker som har att göra med djur, sex eller smuts, eller konstiga saker som helt plötsligt blir en jättehitt. (Jenny)

Jenny ser också tendenser på att skvallerjournalistiken ökar allt mer. Hon använder sitt företags intresse kring Tiger Woods otrohetsaffärer som ett exempel:

Att vår byrå överhuvudtaget skrev om hans otrohetsaffärer, det skulle vi inte ha gjort för några år sedan, men det gick inte att ignorera. (Jenny)

Journalisternas möjlighet att själva välja ämnesval styrs framför allt av varje nyhetsbyrås inriktning. För Saras del samt för Nils och Steve måste ämnesområdet vara kopplat till näringslivet och finansmarknaden. Nils har specificerat sig på industri och transport.

Nina (AFP) och Jenny behöver inte begränsa sig till en viss typ av område, förutom att nyheterna ska vara relevanta i ett internationellt perspektiv.

Om man bortser från de allmänna begränsningar som beror på varje nyhetsbyrås inriktning, så har alla intervjupersoner vissa möjligheter när det gäller val av ämne. På Jennys nyhetsbyrå kan dock få av de egna initiativen kan genomföras. Hon nämner feature och längre reportage som exempel:

Processen är ganska lång när det gäller att få igenom sådana idéer, man måste först skriva en ”pitch” och skicka den till cheferna. Sedan ska de godkänna den, och man har lärt sig genom åren att det inte är så mycket som blir godkänt. (Jenny)

Jenny nämner att störst fokus läggs på de stora händelserna. Ifall man lyckas knyta an till dessa ökar möjligheterna till att få publicera sin nyhet.

Ifall man besitter en stor kunskap inom ett ämnesområde så får den enskilda journalisten en större möjlighet att välja vinkel.

Ifall man lär sig mycket om ett företag så får man mer auktoritet och det blir mer upp till en själv att bestämma vad som är viktigt. (Nils)

Efter ett tag blir man den främsta experten på sitt område och får frihet att styra agendan och välja det som man tycker är viktigt. (Sara)

Som nyhetschef har Nina stort inflytande på val av ämne, speciellt när det gäller featureartiklar:

Det är jag som sänder ut folk och i stort sätter jag en prägel på featureartiklarna, men alla får komma med sina idéer. (Nina)

Erik har en relativt stor valfrihet:

Det är upp till mig att hitta ämnen att skriva om, men ibland får jag kämpa lite för att få ut mina artiklar. (Erik)

I vissa fall är ämnesvalet uppenbart och då handlar det ofta om stora händelser. När Sara arbetade som bankreporter fanns vissa självklara ämnen att rapportera om:

Om exempelvis staten ska sälja Nordea, har jag inte möjligheten att säga nej utan då får jag skriva om det eftersom jag är bankreporter. (Sara)

### **I vilken utsträckning kan de lokala journalisterna påverka en rikriktning när det gäller val av källor och intervjupersoner hos de utländska nyhetsbyråerna?**

För att kunna besvara frågeställningen har jag valt att ta upp vilka källor som främst används och vilka typer av personer de intervjuar.

Svenska medier och pressmeddelanden är bland de vanligare källorna för nyhetsbyråerna. Men nyheterna måste oftast sättas in i ett större, internationellt perspektiv, eftersom deras kunder och läsare finns utomlands. Steve, Nils, Sara och Jenny använder sig mycket av pressmeddelanden som kommer från större företag.

Steves nyhetsbyrå använder sig av svenska dagstidningar och nyhetssändningar för att få uppslag till en del artiklar, vilket även AFP gör. Nina säger att de använder sig mycket av TT för att komma på idéer. Mindre resurser gör att det blir svårt att konkurrera med medierna på den lokala marknaden.

Det vi i stort sett ska göra är att vidareförmedla det som föregår här och då är det de svenska, lokala journalisterna som gräver. Vi har inte resurser att sända in folk för grävande journalistik. (Nina)

För Saras nyhetsbyrå är konkurrensen extra tuff i Danmark och Norge eftersom de inte har så många anställda i de länderna:

Vi har en person i Danmark och det är klart att de danska medierna har bättre förutsättningar för att skriva mer saker om Danmark än vad en person har. (Sara)

Alla intervjupersoner anser att svenska medier och pressmeddelanden utgör en viktig del. Utifrån den svenska nyhetsrapporteringen försöker byråerna sedan producera sin ”egen story”.

Men alla nyheter kommer inte från svenska medier, utan en del skapas genom egna idéer och uppslag. Till exempel säger Sara att hon får idéer genom kontakt med personer i bekantskapskretsen och andra.

Ibland får Jennys byrå tips från källor, men det händer inte särskilt ofta. Däremot använder sig hon sig allt mer av sociala medier för att få idéer.

Erik får uppslag från lokala tidningar, människor på stan, internet och kollegor.

När det gäller val av intervjupersoner är urvalet naturligt för de nyhetsbyråer som fokuserar på ekonomijournalistik. Nils säger att de helst vill prata med personer som har insyn, som VD:ar. Men de pratar även med börsanalytiker och olika investerare. Saras nyhetsbyrå intervjuar i stort sett samma typ av personer – politiker, vd:ar och högt uppsatta inom finansvärlden.

Steve berättar att då och då intervjuas bland annat fackföreningsledamöter, vilket har varit aktuellt i SAAB-fallet.

AFP har ett bredare perspektiv, vilket medför en större variation bland intervjuobjekten.

Vi skriver om så extremt många företeelser. Det beror helt på, det kan vara kulturpersoner, makthavare eller experter. (Nina)

Nina talar oftast med experter inom det aktuella området, samt med personer på utrikesdepartementet.

Jennys nyhetsbyrå använder sig också av ett flertal olika intervjupersoner:

Det är nog mest politiker, sen intervjuar man mycket analytiker, statsvetare, finansanalytiker och experter på det man skriver om. Men också vanliga människor, ibland är det ju bra att ha med Kalle från gatan. (Jenny)

Att låta vanliga människor ge sin bild av den aktuella nyhetshändelsen verkar skilja nyhetsbyråerna åt. Jenny menar att texten får ett folkligare perspektiv om ”mannen på gatan” förekommer i artikeln. Nils företag intervjuar också ”vanliga människor”, bland annat har han pratat med anställda på SAAB:s fabriker. Sara, Nina och Erik brukar inte vara särskilt flitiga när det gäller att intervju ”mannen på gatan”.

Här är Saras förklaring till att den vanliga människan inte får komma till tals, mer än i undantagsfall:

Det händer väl någon gång då och då. Till exempel när de var de här terroristbombningarna i Stockholm, då tror jag att vi gick ut och frågade några på gatan. Det beror väl på att våra prenumeranter inte riktigt är så intresserade av mannen på gatans åsikter utan de vill ha information som de ska fatta investeringsbeslutet ifrån, ska jag köpa eller sälja den här aktien eller ska jag investera i den svenska kronan nu. (Sara)

### **Har de lokala journalisterna andra förutsättningar att motverka ett likriktat käll- och ämnesval jämfört med en traditionell utrikeskorrespondent?**

Att vara lokal journalist istället för en traditionell utrikeskorrespondent medför vissa fördelar när det gäller nyhetsbevakning. Intervjupersonerna menar att en lokal journalist har en bättre samhällskänedom och större möjlighet att förklara olika händelser jämfört med en journalist som inte är uppvuxen i Sverige. Dessutom har de lokala journalisterna ett större kontaktnät, vilket kan vara användbart om man vill få uppslag till en del ämnen. Jenny säger att en journalist som kommer utifrån visserligen kan rapportera om de största händelserna med hjälp av TT och de andra medierna, men att hon själv har lättare att hitta uppslag via sociala medier, bloggar eller via bekanta.

Som lokal journalist har man vissa praktiska fördelar som kan vara användbara:

Man har bättre förståelse för hur offentlighetsprincipen fungerar och var man går någonstans för att få ut ett dokument från en domstol. (Steve)

I vissa fall kan det vara fördelaktigt att inte vara alltför inrotad i det svenska samhället. Att komma utifrån och se allting med fräscha ögon kan vara bra, en journalist som kommer utifrån kan se saker som en svensk journalist inte tänker på. Sara säger att om man kommer utifrån kan man tycka att det är konstigt att Systembolaget finns, men som svensk tar man det för givet.

Man kanske inte ser det som en potentiell story, för så har det ju alltid varit. Medan det kan vara intressant för någon i en annan del av världen. (Sara)

Nina, Jenny och Steve är inne på samma spår som Sara och menar att man kan missa en del potentiella ”storys” på grund av att man är för insnöad i det svenska samhället. Sara och Steve anser att det ibland kan vara svårare för en svensk journalist att sätta in nyheterna i ett större sammanhang, men enligt Jenny är det inte något större problem.

Att behärska svenska ger de lokala journalisterna vissa språkmässiga fördelar, det blir lättare att komma i kontakt med en del intervjupersoner. Samtidigt ska de språkmässiga fördelarna inte överskattas då en stor del av intervjupersonerna som till exempel politiker, akademiker och företagsledare är duktiga på engelska.

### **Vilket utrymme har den enskilde journalisten att sätta sin språkliga prägel på texten?**

Objektivitet är ett begrepp som alla intervjupersoner nämner och artiklarna ska vara fria från egna värderingar. Stilregler och mallar är vanligt förekommande bland nyhetsbyråerna och en del har särskilda riktlinjer för hur en nyhetstext ska se ut. Trots förekomsten av stilregler och mallar har dock journalisterna en viss möjlighet att använda sig av ett lite mer utsvävande språk. Jenny anser att hennes nuvarande arbetsgivare visar en större öppenhet för mer kreativa ingresser och inledningar jämfört med tidigare arbetsplatser.

När Jenny skriver artiklar om stora händelser kan hon få chansen att ändra i texten för att göra den mer intressant.

Då vill de gärna att man använder sig av kreativa ingresser och liknande och det tycker jag är kul. (Jenny)

Nina använder gärna många adjektiv och hon brukar pröva att skriva ”så färgrikt som möjligt”, men AFP har tydliga regler för hur en nyhetstext ska se ut. De använder sig av den så kallade pyramidteorin, vilket innebär att det viktigaste ska komma först.

När det gäller featuretexter får man en större frihet, men det finns avgränsningar på hur lång texten kan vara. (Nina)

På Steves nyhetsbyrå går det också att påverka den stilmässiga biten, när man skriver featuretexter.

Vi har folk som skriver om restauranger och nöje. Och där har jag sett att de får sväva ut betydligt mer. (Steve)

### **Vad gör nyhetsbyråerna för att skilja sig från varandra?**

De stora nyhetsbyråerna konkurrerar huvudsakligen med de som har samma inriktning. Bloomberg som har en finansiell inriktning konkurrerar med Dow Jones och Reuters. Agence France Presse konkurrerar med Associated Press och Reuters. Reuters satsar främst på ekonominyheter, men de är även en maktfaktor när det gäller generella nyheter. Nyhetsbyråerna fokuserar också mer på vissa marknader. Till exempel har AP ett starkt grepp om den amerikanska marknaden och AFP säljer mer till Afrika och Asien.

Om man bortser från inriktning och marknadsfokusering så finns det fler sätt att skilja sig från sina konkurrenter.

När det gäller längre reportage försöker vi väl kanske gå steget djupare än de andra och sen förstås när det gäller ”breaking news” så vill man vara först. (Jenny)

Sara anser att hennes nyhetsbyrå skriver om liknande saker som konkurrenterna, men att de ibland särskiljer de sig genom att producera bloggliknande texter. Hennes arbetsgivare satsar på nya områden, bland annat försöker de bli snabbare på att få ut information till vissa kundgrupper.

Alla försöker jaga det här med video, om du läser en artikel kan du klicka på en länk så kommer det upp en liten video, men det gör de andra också. (Sara).

Saras nyhetsbyrå försöker ta reda på vad nästa stora sak blir, som exempel nämner hon utvecklingen kring läsplattor och sociala medier. På Nils nyhetsbyrå försöker de särskilja sig genom att få en bättre kontakt med sina källor. Ibland har de möten där de diskuterar hur de kan jobba ännu mer med att utveckla källor. Ett sätt att förbättra kontakten med källorna är att sända artikeln till de intervjupersoner som citeras, vilket kan uppmuntra källorna att prata med det företag som Nils arbetar på.

Steve tycker att det är svårt att urskilja sig från konkurrenterna vid artiklar som bygger på pressmeddelanden, men de känner sig tvungna att skriva den typen av texter.

För att hänga med i nyhetsbyråbranschen så tvingas vi skriva en massa saker, där själva pressmeddelandet nästan är enklare att läsa men vi skriver dem ändå. (Steve).

Anledningen till detta förklarar han med att ”vi vill vara med på banan”.

Nils håller på grävande journalistik, vilket kan vara ett sätt att särskilja sig från rivalerna.

Steves nyhetsbyrå konkurrerar främst med de andra ekonomifokuserade nyhetsbyråerna. Men AP ses också som en rival, när det till exempel skrivs om något generellt som det svenska valet. Sedan finns det mindre konkurrenter som ändå konkurrerar i viss mån:

Dagens Industri till och med eftersom våra läsare även läser Dagens Industri på morgonen och de läser kanske Näringsliv i Svenska Dagbladet? (Steve)

Vad gäller svenska medier så kan Steves nyhetsbyrå utnyttja att de finns över hela världen:

Det finns alla möjliga saker som händer runt om i världen, som påverkar svenska företag och svensk ekonomi, men som inte är så belyst. (Steve)



Han säger att en svensk dagstidning inte har möjlighet att göra den typen av artiklar, eftersom företaget inte har ett kontor i till exempel Kina.

Men vi har ett kontor i Kina och vi kan kontakta en motsvarande reporter i Kina och få hjälp att skriva en story som är mycket bättre både vad gäller källor och vad gäller perspektiv. (Steve)

Att AFP är en fransk nyhetsbyrå innebär vissa skillnader gentemot konkurrenterna. Bland annat är byrån mer språkinriktad än konkurrenterna:

Vi ger ut alla saker på flera språk, det gör inte de andra (Nina).

Huvuddelen av AFP:s nyheter ges ut på franska och engelska, men ekonominyheter som skrivs på franska är mer detaljerade än de ekonominyheter som skrivs på engelska.

Hon nämner också att fransk journalistik är mer litterär vilket även påverkar artiklarna som är skrivna på engelska:

Vi skriver efter en amerikansk eller brittisk journalistisk stil, men vi följer den franska tankegången litegrann. (Nina).

För Eriks del handlar det främst om att vara snabbast, men även om att hitta idéer och skriva artiklar som ingen har skrivit förut.

### **Hur ser de lokala journalisterna på framtida förändringar som äger rum hos nyhetsbyråerna?**

Nästan alla intervjupersoner tror på en tuffare framtid för tidningsföretagen och att Internet kommer att ha en viktigare funktion.

Jag tror att vi kommer att se mindre traditionell tidningsjournalistik, så jag tror att vårt jobb kommer att fortsätta att rulla på som det gör. (Sara)

Nina tror att det kommer att ske stora förändringar i framtiden, men att nyhetsbyråerna kommer att klara sig bättre än tidningarna.

Det kommer att förändras väldigt, för att hela industrin är i en kris och vi har färre och färre folk att jobba med och vi ska kunna mer och mer saker. (Nina)

Både Nina och Sara menar att nyhetsbyråernas position kommer att vara fortsatt stark i medievärlden och att tidningarna kommer att använda sig mer av deras tjänster. Sara använder sig av Sverige som exempel, där hon menar att TT används allt mer.

En väldigt stor del av de svenska tidningarna består av TT-artiklar som är masspublicerade och går ut till alla. (Sara)

Sara ser att samma tendenser finns när gäller hur tidningarna använder det material som hennes byrå producerar.

Vårt material används på många fler kanaler än tidigare, man ser att det finns ett behov hos bolagen att få nyhetsbyråernas nyheter. Vi gör det billigare för dem att producera nyheter och de behöver inte ha en egen reporter på plats. (Sara)

Hon anser att det är bra för nyhetsbyråerna, men samtidigt är det lite tråkigt:

Det blir ett mer likriktat medieutbud. (Sara)

Nina tror att nyhetsbyråerna kommer att stå för en större del av den internationella journalistiken, då det blir för dyrt för tidningarna att ha utlandskorrespondenter.

I vissa situationer måste tidningar och tv-kanaler förlita sig på nyhetsbyråerna, vilket Steve ger exempel på. Han säger att om det till exempel händer något i Japan så har SVT ingen chans att visa egna bilder under den första tiden, eftersom de inte har några personer på plats. Istället får de använda sig av byråmaterial tills deras egna journalister har hunnit anlända.

I den globaliserade världen är det smartare att ha färre utlandskorrespondenter, men mer möjligheter att skicka ett team med reportrar eller fotografer. (Steve)

Eftersom tidningar använder sig av nyhetsbyråer i allt större utsträckning, blir det kännbart även för nyhetsbyråerna när tidningsförsäljningen minskar. En omställning där tidningsföretagen försöker tjäna mer pengar på sina nyhetssajter är nödvändig.

Allt hänger ju på att lyckas hitta bra modeller för att ta betalt för nyheter på nätet. (Jenny)

Steve menar att det pågår en jättestor omvandling inom mediebranschen, från tidnings – och tv baserat material till nätbaserat material.

Det får många medieföretag att omvärdera sin affärsidé. Det betyder inte att de inte behöver bra byråmaterial, det måste de ha. (Steve)

Även Jenny ser tendenser mot att allt mer av journalistiken blir internetanpassad, vilket bland annat medför kortare artiklar. Men hon tror också att de etablerade mediernas roll blir viktigare när informationsflödet ökar.

Jag tror att de traditionella nyhetsbyråerna och de stora medierna har en stor roll att spela, de kan vara källor till säker information. (Jenny)

Sara ser att journalistiken går i en riktning där tempot blir allt mer uppskruvat.

Men hon tror att det kommer komma en motreaktion mot alltsammans. Hon säger att läsaren fortfarande kommer att ha behovet av att se saker från ett större perspektiv.

De rådande teknikförändringarna påverkar även journalistens roll och Nina ser att dagens journalist ska klara av allt mer:

Man ska skriva bloggar, vara på Facebook och Twitter, göra video, intervjua folk och skriva samtidigt. Det är en intressant utveckling, vi får se om man klarar av att hålla uppe farten. (Nina)

De tendenserna finns redan på Eriks nyhetsbyrå och säger att de får filma och fota själva.

## 6.2 Intervjuer med utrikeskorrespondenterna

### Presentation av de intervjuade

**Hans**, anställd på en tyskspråkig nyhetsbyrå i Stockholm. Han har en juristexamen och en kort utbildning i journalistik. Hans har varit Nordenkorrespondent sedan år 2003, men i arbetsuppgifterna ingår det även att bevaka Baltikum. Han har haft Stockholm som bas sedan något år tillbaka. Hans behärskar många språk och följande talar han obehindrat: Engelska, svenska, finska, italienska och tyska (som är hans modersmål).

**Mikael**, anställd på en nordisk nyhetsbyrå i Stockholm. Mikael har varit i Sverige sedan år 2005 och började arbeta på sin nuvarande arbetsplats för mindre än tre år sedan. Han är uppvuxen i ett av våra grannländer. Mikael behärskar svenska, engelska och ett annat nordiskt språk.

Även avsnitten i denna del är uppdelade efter uppsatsens frågeställningar. I vissa fall har jag fått formulera om frågeställningen något, eftersom personerna inte är lokala journalister.

### **Hur har ämnesvalet förändrats hos nyhetsbyråerna? Och på vilket sätt kan journalisterna påverka ämnesvalet?**

Både Mikael och Hans anser att ämnesvalet är sammankopplat med vad som är aktuellt i dagsläget, det rör sig bland annat om miljö- och ekonomifrågor. För Hans del har det blivit högre krav på att texterna ska kunna gå direkt in i tidningen. Även Mikael ser tendenser på att nyhetsbyråerna anpassar sig mer till tidningarna. Ett sätt att anpassa sig är att skriva lite mer reportageliknande texter:

Kanske blir det vanligare att man försöker hitta mer bakgrund istället för hårda nyheter.  
(Mikael).

Mikael och Hans som jobbar väljer ofta ämnen som debatteras i hemlandet.

Pågår det en debatt om pensionssystemet, så kommer det en förfrågan från huvudkontoret om pensionssystemet eller hur pensionsdebatten ser ut i varje land/region. (Hans)

Mikael väljer att ta politik som exempel, om det går bra för ett visst parti i hemlandet så jämförs det med motsvarande parti i Sverige.

Vad gäller val av uppslag till ämnen menar Mikael att han har ganska stor frihet, men det händer att huvudkontoret ger honom ämnesanvisningar.

Även Hans har goda möjligheter till att lägga fram egna förslag, vilket han gör varje morgon.

De på huvudkontoret vet naturligtvis inte vad som är aktuellt, eller debatteras i Sverige.  
(Hans)

Ibland får han skriva om oförutsedda händelser, som till exempel skolskjutningarna i Finland.

### **I vilken utsträckning kan journalisterna påverka en likriktning när det gäller val av källor och intervjupersoner hos de utländska nyhetsbyråerna?**

För att kunna besvara frågeställningen har jag valt att ta upp vilka källor som främst används och vilka typer av personer de intervjuar.

Mikael och Hans använder sig mycket av svenska medier och pressmeddelanden från de nordiska nyhetsbyråerna, men även andra källor. Hans säger sig även använda bloggar, radio och tv för att få uppslag till nyheter. Han prenumererar på pressmeddelanden från viktiga företag och departement, särskilt centralbankerna samt utrikesdepartementen i Finland respektive Sverige.

Dessutom bevakar Hans mellanstora företag som inte täcks av Reuters eller Bloomberg. Både Hans och Mikael intervjuar ofta experter i det aktuella ämnet, statsvetare och politiker. Hans försöker gärna intervjuar före detta politiker, givetvis ifall ämnet tillåter. Han menar att de kan ge en fri tolkning då de inte längre behöver vara företrädare för det enskilda partiet, samtidigt som de är mycket insatta i ämnet.

Hans och Mikael pratar gärna med vanliga människor för att kunna ge en bättre bild av olika företeelser. Mikael understryker dock att valet av intervjupersoner främst beror på ämnet.

### **Har de lokala journalisterna andra förutsättningar att motverka ett likriktat ämnesval jämfört med en traditionell utrikeskorrespondent?**

Mikael och Hans menar att en lokal journalist kan ha ett mer välutvecklat kontaktnät och en mer finkänsla när det gäller politiska frågor. Det är egenskaper som kan användas när man får uppslag till ett ämne.

Men å andra sidan kan det vara bra ha ett utifrån- perspektiv, vilket Mikael tar upp. Annars riskerar man att missa en del ämnesuppslag:

Man kan vara för inne i samhället för att kunna se vad som händer med det. (Mikael).

### **Vilket utrymme har den enskilde journalisten att sätta sin språkliga prägel på texten?**

Både Mikael och Hans har begränsade chanser att påverka den stilmässiga aspekten. Hans nyhetsbyrå har vissa regler för hur en nyhetstext ska se ut och han påpekar vikten av att vara objektiv. Men ibland har han en möjlighet att sticka ut mer.

Det händer ibland att man skriver en analys, gör ett reportage eller något liknande och då skyltas det som sådant. (Hans)

Mikael betonar att man måste vara tydlig och bygga mycket kring fakta, men ibland får man skriva ”lite livligare”.

### **Vad gör nyhetsbyråerna för att skilja sig från varandra?**

Mikael ser inte de andra nyhetsbyråerna som särskilt stora konkurrenter, eftersom hans nyhetsbyrå är ensam om att nischa sig mot det egna landet. Däremot ser han de nationella tv-kanalerna som konkurrenter, men eftersom byrån har ett ständigt nyhetsflöde har den alltid möjlighet att vara före tv-kanalerna. Hans nyhetsbyrå konkurrerar till största del med den andra tyskspråkiga nyhetsbyrån.

Hans skriver mycket om Baltikum och det är ett område som de stora internationella byråerna inte bevakar i någon stor utsträckning.

Jag försöker fylla de hålen som de andra nyhetsbyråerna lämnar öppna. (Hans)

### **Hur ser journalisterna på framtida förändringar som äger rum hos nyhetsbyråerna?**

Både Hans och Mikael tror att den ökande tillgängligheten av internetkällor kommer att påverka nyhetsbyråerna. Hans anser att det krävs en viss professionalitet i rapporteringen, vilket ger de etablerade journalisterna en konkurrensfördel gentemot bloggare.

Och som professionell journalist är det enligt Hans viktigt att kunna producera färdigskrivna texter som kan publiceras utan några justeringar. Han säger att nyhetsbyråernas texter är i stort sett fullbordade när de skickas till kunderna.

För att särskilja sig från andra nyheter hoppas Mikael att den enskilda utrikeskorrespondenten får ökade möjligheter att sätta sin prägel på nyheterna.

Jag hoppas att det blir viktigare att ha den där personen utomlands som kan se saker i ett lite större perspektiv, dra egna slutsatser, komma med idéer och synpunkter som man kan anknyta till det nationella perspektivet. (Mikael).

Mikael och Hans producerar nästintill enbart textmaterial, men de tror att de kommer att behöva filma och framförallt fotografera mer i framtiden. Hans tror på en utveckling där utrikeskorrespondenten får producera material för olika sorters format, vilket minskar nyhetsbyråernas kostnader. Med hjälp av nya mjukvaror kommer materialet att kunna publiceras samtidigt i de olika formaten.

## **7. Textanalys**

### **Tillvägagångssätt och presentation**

Jag har analyserat sex artiklar från fyra olika nyhetsbyråer. Artiklarna är publicerade mellan den 18 och 21 september 2010. Jag har delat upp artiklarna efter publiceringsdatum och innehåll. Orsaken till detta är för att det underlättar i jämförelser mellan texterna och att det medför en ökad läsbarhet.

De texter som är publicerade före den 20 september är av karaktären nyhetstexter och innehåller inte särskilt mycket bakgrundsinformation om Sverigedemokraterna. De texterna har jag döpt till ”nyhetstexter”. Överlag är nyhetstexterna kortare än bakgrundstexterna.

De texter som har ett senare publiceringsdatum ger en djupare information om SD, vars framgång förmodligen var mest intressant ur ett nyhetsperspektiv. De döpte jag till ”bakgrundstexter”.

Eftersom det finns vissa skillnader när det gäller textlängd så skriver jag ut hur många tecken texten innehåller (utan blankrad). Byline, bilder och publiceringsdatum är inte inräknat.

I resultatdelen utgår jag från de frågeställningar som jag tidigare har presenterat.

## Nyhetstexter

I min presentation av artikeln redovisar jag vilken nyhetsbyrå den tillhör, textens rubrik, artikelförfattare (i de fall det är möjligt) och antal tecken.

*AP: Swedish Government loses majority in election as far-right group enters Parliament.*<sup>39</sup>

Karl Ritter är huvudförfattare till artikeln, men Malin Rising, Jona Kallgren och Louise Nordström har bidragit till innehållet. Antal tecken: 3464.

*AFP: Prime Minister Fredrik Reinfeldt vows to shun far-right.*<sup>40</sup>

Jag har hämtat den här artikeln från [swedishwire.com](http://www.swedishwire.com) och de har inte angett byline till artikeln. Men Nina Larson arbetade vid det tillfället och hon är säker på att hon skrev artikeln. Antal tecken: 1661.

*Reuters: Centre-right wins Swedish vote but short of majority.*<sup>41</sup> Niklas Pollard och Mia Shanley står högst up på sidan, men jag har valt att fokusera på de som har gjort texten.

I deras artikel är Patrik Lannin huvudskribent, och följande reportrar har hjälpt till att rapportera: Simon Johnson, Adam Cox, Johan Ahlander, Johan Sennero, Elinor Schang, Sven Nordenstam och Björn Rundström. Antal tecken: 3367.

---

<sup>39</sup> Karl Ritter. *Swedish Government loses majority in election as far-right group enters Parliament*. Hämtad den 1/6 från [stalbertgazette.com](http://www.stalbertgazette.com/article/GB/20100918/CP01/309189986/-1/SAG08/polls-swedens-centre-right-government-poised-for-re-election&template=cpArt). <http://www.stalbertgazette.com/article/GB/20100918/CP01/309189986/-1/SAG08/polls-swedens-centre-right-government-poised-for-re-election&template=cpArt>

<sup>40</sup> AFP/The Swedish Wire. *Prime Minister Fredrik Reinfeldt vows to shun far-right*. Hämtad den 1/6 från [swedishwire.com](http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory). <http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory>

<sup>41</sup> Niklas Pollard, Mia Shanley. *Centre-right wins Swedish vote but short of majority*. Hämtad den 1/6 från [reuters.com](http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810II20100919). <http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810II20100919>



## Resultat nyhetstexter

De tre artiklarna hålls på en relativt generell nivå, där de beskriver utgången av valet. I det här fallet är ämnesvalet tämligen självklart och journalisterna presenterar till stor del de viktigaste siffrorna och citaten från valet. Som tidigare nämnt har nyhetsbyråerna främst fokuserat på Sverigedemokraternas inträde i riksdagen. Att moderaterna blev omvalda ges också stort utrymme, särskilt i AFP:s artikel.<sup>42</sup>

I samtliga artiklar saknar språket egna värderingar och är objektivt. Eftersom det här är rena nyhetstexter finns inget utrymme för journalisten att ta plats eller att ägna sig åt miljöskildringar. Reuters artikel innehåller mest bakgrundsfakta av de tre artiklarna, medan AFP:s artikel är kortast. Det tyder på att Reuters artikel krävt mer research från journalisterna i fråga.<sup>43</sup> De tre artiklarna använder sig flitigt av citat och där urskiljer sig AFP genom att de endast citerar Fredrik Reinfeldt, vilket skapar lite obalans i rapporteringen.<sup>44</sup>

AP använder sig av citat från flera personer och företrädare för olika partier får komma till tals, vilket bidrar till en mer balanserad nyhet. Dessutom intervjuar de den ”vanliga människan”, tillika invandraren Siamak Shoukri, som får ge sin syn på varför folk röstade på SD. Reinfeldt och de andra partiledarnas citat är tagna från valvakorna, vilket är väldigt lättåtkomligt för journalisternas del. Däremot krävdes det troligtvis mer journalistiskt arbete för att få citat från Shoukri och antagligen har någon gett sig ut på gatan eller ringt upp honom för att få en kommentar.<sup>45</sup>

Även Reuters har använt sig av det som partiledarna har sagt på valvakorna. Dessutom har de intervjuat en statsvetare och en chefekonom för att ge mer tyngd till artikeln, vilket kräver lite mer arbete. Förmodligen har de intervjuerna skett via telefon och varit inplanerade i förväg, men det kräver ändå mer aktivitet än att endast skriva av det som sägs på tv.<sup>46</sup>

En intressant aspekt är att Reuters och AP använder sig av flera olika reportrar.

---

<sup>42</sup> AFP/The Swedish Wire. *Prime Minister Fredrik Reinfeldt vows to shun far-right*. Hämtad den 1/6 från [swedishwire.com](http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory).  
<http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory>

<sup>43</sup> Niklas Pollard, Mia Shanley. *Centre-right wins Swedish vote but short of majority*. Hämtad den 1/6 från [reuters.com](http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810I20100919).  
<http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810I20100919>

<sup>44</sup> AFP/The Swedish Wire. *Prime Minister Fredrik Reinfeldt vows to shun far-right*. Hämtad den 1/6 från [swedishwire.com](http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory).  
<http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory>

<sup>45</sup> Karl Ritter. *Swedish Government loses majority in election as far-right group enters Parliament*. Hämtad den 1/6 från [stalbertgazette.com](http://www.stalbertgazette.com/article/GB/20100918/CP01/309189986/-1/SAG08/polls-swedens-centre-right-government-poised-for-re-election&template=cpArt).  
<http://www.stalbertgazette.com/article/GB/20100918/CP01/309189986/-1/SAG08/polls-swedens-centre-right-government-poised-for-re-election&template=cpArt>

<sup>46</sup> Niklas Pollard, Mia Shanley. *Centre-right wins Swedish vote but short of majority*. Hämtad den 1/6 från [reuters.com](http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810I20100919).  
<http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810I20100919>

Troligtvis har de bägge nyhetsbyråerna delat ut olika uppgifter till reportrarna, varav en får ansvaret att skriva ihop allting. Jag misstänker att uppdelningen beror på att de vill kunna publicera en innehållsrik text så fort som möjligt. Då flera olika källor citeras kan varje journalist fått i uppgift att hämta citat från en specifik källa.

Eftersom nyhetstexterna är ganska allmänt hållna, känns det som att de inte är riktade till någon specifik läsare, men det finns ändå vissa skillnader i texterna.

Något som är intressant i Reuters text är att de redan i första stycket beskriver de ekonomiska konsekvenserna av valresultatet. Med Reuters ekonomiska inriktning är det kanske inte alltför uppseendeväckande, men ändå något jag reflekterade över.<sup>47</sup> De andra nyhetsbyråerna nämner inte hur SD:s inträde i Riksdagen kan påverka ekonomin. AP:s användning av ”mannen på gatan” kan vara ett sätt att urskilja sig och visa på att de riktar sig mot den vanliga läsaren.<sup>48</sup>

### **Bakgrundstexter**

I min presentation av artikeln redovisar jag vilken nyhetsbyrå den tillhör, textens rubrik, artikelförfattare (i den mån det går) och antal tecken.

Bloomberg: *Swedes Protest on Streets as Anti-Immigrants Enter Parliament*.<sup>49</sup> Niklas Magnusson har skrivit artikeln och den innehåller 4167 tecken.

AFP: *”Sweden’s far-right fetes maiden entry parliament”*.<sup>50</sup> Precis som den andra AFP artikeln finns byline inte utskrivna. Men en kopia av originaltexten påvisar att Igor Gedilaghine på AFP:s Stockholmskontor skrivit artikeln. Han har haft hjälp av Nina Larson och Rita Devlin Marier. Antal tecken: 3078

---

<sup>47</sup> Niklas Pollard, Mia Shanley. Centre-right wins Swedish vote but short of majority. Hämtad den 1/6 från reuters.com. <http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE6810I20100919>

<sup>48</sup> Karl Ritter. *Swedish Government loses majority in election as far-right group enters Parliament*. Hämtad den 1/6 från stalbertgazette.com. <http://www.stalbertgazette.com/article/GB/20100918/CP01/309189986/-1/SAG08/polls-sweden-centre-right-government-poised-for-re-election&template=cpArt>

<sup>49</sup> Niklas Magnusson. *Swedes Protest on Streets as Anti-Immigrants Enter Parliament*. Hämtad från bloomberg.com den 1/6.

<http://www.bloomberg.com/news/2010-09-21/swedes-throng-streets-to-protest-against-anti-immigrant-party-in-government.html>

<sup>50</sup> AFP/The Swedish Wire. *Sweden’s far-right fetes maiden entry parliament*. Hämtad från swedishwire.com den 1/6.

<http://www.swedishwire.com/politics/6261-swedens-far-right-fetes-maiden-entry-parliament>

AP: *"Anti-immigration sentiment grows in Sweden"*<sup>51</sup>. Karl Ritter har författat texten och Malin Rising har bidragit till innehållet. Antal tecken: 6257

### **Resultat bakgrundstexter**

Bloombergs text knyter an till de demonstrationer som ägde rum i samband med att SD tog plats i riksdagen. Demonstrationerna är själva nyhetshändelsen, vilket uppmärksammas i rubriken *"Swedes Protest on Streets as Anti-Immigrants Enter Parliament"*. Efter att ha inlett med fakta om protesterna ges en bakgrund till främlingsfientligheten i Sverige. Niklas Magnusson citerar visserligen vad det står på en del plakat, men han intervjuar ingen människa som demonstrerar. Han kan ha varit på plats och iakttagit demonstrationen men för att spara tid så har han troligtvis sett bilder på plakaten i andra medier. Texten är ganska lång och journalisten ges en chans att beskriva bakgrunden på ett djupgående sätt. Texten är av upplysande karaktär, vilket belyses av de källor som finns med i artikeln. Magnusson har intervjuat en statsvetare och han refererar till en annan. Dessutom återger han vad tre olika svenska dagstidningar skrivit (Expressen, Aftonbladet och Svenska Dagbladet). Att i det här fallet använda sig av en lokal journalist kan ha sina fördelar, då Magnusson tar upp lite småbesvärlig fakta. Till exempel redogör han för Sveriges skattelagstiftning och ger ganska mycket bakgrundsinformation.

Att behärska det lokala språket är inte avgörande, men det underlättar när man refererar vad som står i svensk media.

Bloombergs artikel känns minst målgruppsanpassad och den fungerar nog på de flesta håll i världen.<sup>52</sup>

AP:s text är klart längst och det ges utrymme till en mycket utförlig bakgrund. Journalisten sätter in Sverigedemokraternas framgångar i ett europeiskt perspektiv, vilket förvisso alla artiklar förutom AFP:s gör. Precis som Bloomberg jämför Ritter Sverige med Danmark, vilket även Reuters gör i sin artikel. Men Ritter fördjupar sig och beskriver hur främlingsfientligheten har växt fram i Holland och även att det finns tecken på en ökad invandrarfientlighet i USA. Förutom att referera till SvD och Expressen så använder han sig av ett flertal intervjupersoner. I artikeln citeras Fredrik Reinfeldt, Jimmie Åkesson, två holländska politiker, en ekonom, chefredaktören för Expo och en

---

<sup>51</sup> Karl Ritter. *Anti-immigration sentiment grows in Sweden*. Hämtad från [huffingtonpost.com](http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/) den 1/6.

<http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/>

<sup>52</sup> Niklas Magnusson. *Swedes Protest on Streets as Anti-Immigrants Enter Parliament*. Hämtad från [bloomberg.com](http://www.bloomberg.com/news/2010-09-21/swedes-throng-streets-to-protest-against-anti-immigrant-party-in-government.html) den 1/6.

<http://www.bloomberg.com/news/2010-09-21/swedes-throng-streets-to-protest-against-anti-immigrant-party-in-government.html>

invandrare.<sup>53</sup> I den här artikeln har dessutom en lokal journalist bidragit (Malin Rising). Att få reda på vad Rising bidrog med är inte helt lätt, men att hon hjälpte till med någon av intervjuerna verkar rimligt. Den här artikeln kräver goda bakgrundskunskaper men det är inte säkert att en lokal journalist har behövt bidra med alltför mycket då Karl Ritter har varit byråchef i Stockholm sedan år 2005<sup>54</sup>. Men texten har nog inte tagit skada av att Ritter fått hjälp av en person med intervjuerna och därmed bidragit med bakgrundsinformation. AP:s text är publicerad i en amerikansk webbtidning och det görs jämförelse med USA, så att läsaren är amerikansk är ganska självklart.<sup>55</sup>

AFP:s artikel fokuserar enbart på Sverigedemokraternas valvaka. Syftet med AFP:s artikel är att beskriva hur det gick till på Sverigedemokraternas ”stora kväll”. Att journalisten har varit närvarande under hela valvakans är tydligt, annars hade det blivit svårt att kunna ge en så pass detaljerad skildring av kvällen. Journalisten beskriver detaljerat olika händelser samt skildrar deltagarnas kläder och vilken mat man åt. AFP:s text är väldigt målande och skribenten använder sig av många adjektiv och beskrivande ord, bland annat beskrivs den stämning som råder i lokalen. För att kunna ta in alla citat och uppmärksamma det som sker på valvakans är det troligt att reportern på AFP har haft goda kunskaper i svenska. Det som skiljer den här texten från de andra är att den är minst balanserad och att den på många sätt påminner om en featuretext. I den här texten har den enskilda journalisten kunnat ta ut svängarna på ett helt annat sätt än vad kollegorna har kunnat göra. Källvalet är begränsat till olika personer som är anknutna till SD.<sup>56</sup>

Till skillnad från de övriga artiklarna beskriver AFP inte Sverigedemokraterna som ett främlingsfientligt parti och det nämns inte att partiets framgång kan skapa problem i ett land där främlingsfientlighet länge har varit ett mycket litet bekymmer. Det kan finnas många tolkningar till AFP:s hållning, men kanske kan det bero på att främlingsfientliga partier i övriga Europa haft stor framgång de senaste åren. AFP kanske helt enkelt inte ser det som en nyhet. En annan möjlig tolkning är att AFP:s artikel riktar sig mot en fransk marknad och franska läsare som är mer vana

---

<sup>53</sup> Karl Ritter. *Anti-immigration sentiment grows in Sweden*. Hämtad från [huffingtonpost.com](http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/) den 1/6. <http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/>

<sup>54</sup> AP. *Karl Ritter appointed AP's bureau chief in Stockholm*. Hämtad från [ap.org](http://www.ap.org/pages/about/pressreleases/pr_101405h.html) den 5/6. [http://www.ap.org/pages/about/pressreleases/pr\\_101405h.html](http://www.ap.org/pages/about/pressreleases/pr_101405h.html)

<sup>55</sup> Karl Ritter. *Anti-immigration sentiment grows in Sweden*. Hämtad från [huffingtonpost.com](http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/) den 1/6. <http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/>

<sup>56</sup> AFP/The Swedish Wire. *Sweden's far-right fetes maiden entry parliament*. Hämtad från [swedishwire.com](http://www.swedishwire.com/politics/6261-swedens-far-right-fetes-maiden-entry-parliament) den 1/6. <http://www.swedishwire.com/politics/6261-swedens-far-right-fetes-maiden-entry-parliament>

vid att främlingsfientliga partier har en stark ställning.

Nina Larson motsäger sig min tolkning. Hon betonar att den här artikeln är en så kallad ”Scene piece” som bara ska visa en viss typ av scen; Sverigedemokraternas fest. Hon säger även att AFP producerade ett flertal andra artiklar som skildrade Sverigedemokraterna ur ett annat perspektiv.<sup>57</sup>

## 8. Slutsatser och diskussion

Efter att ha intervjuat en betydande del av de lokala journalister som arbetar hos de utländska nyhetsbyråerna och jämfört artiklar från nyhetsbyråerna har jag kommit fram till följande slutsatser:

När jag sammanfattar mitt resultat konstaterar jag att det finns faktorer som tyder på en likriktning bland nyhetsbyråernas ämnesval. Samtidigt finns det möjligheter att särskilja sig från de andra nyhetsbyråerna, bland annat genom en användning av lokala journalister. Det bidrar till att materialet blir mindre homogent.

Här nedanför presenterar jag mina slutsatser på ett utförligare sätt.

### Ämnesval

Nyhetsbyråerna producerar texter om stora, aktuella händelser såsom finanskrisen, klimathotet och Wikileaks.

De nyhetsbyråer som har en ekonomifokusering koncentrerar sig naturligtvis på finansnyheter. Att tre av de största nyhetsbyråerna i Sverige; Reuters, Bloomberg och Dow Jones, främst är verksamma inom ekonomiska och finansiella nyheter leder till att dessa händelser är ytterst välbevakade.

En av intervjupersonerna nämner att det fokuseras mer på de större händelserna, vilket kan bidra till att det satsas mindre på att skriva om andra händelser som skiljer sig från de ”självklara”.

De lokala journalisterna har ändå vissa möjligheter att styra över ämnesvalet, speciellt om de är experter på sitt ämne. Vid sidan av rena nyhetstexter är möjligheten större att välja ämne om man skriver en featuretext.

---

<sup>57</sup> AFP. *Swedish PM eyes new allies to hold far-right at bay*. Den här artikeln visar på ett annat perspektiv och den tar upp att Fredrik Reinfeldt vill söka stöd av Miljöpartiet för att utestänga Sverigedemokraterna. Artikeln är hämtad från hurriyetdailynews.com den 15/6.

<http://www.hurriyetdailynews.com/n.php?n=anti-immigration-sentiment-grows-in-sweden-2010-09-21>

En intressant aspekt är att utrikeskorrespondenterna verkar ha en större frihet när det gäller ämnesval, men det kan också bero på att de arbetar för mindre nyhetsbyråer.

## **Språk**

Skriftspråket är ganska styrt, men ibland får den enskilde journalisten sväva ut mer då det handlar om analyser, feature eller längre reportage. AFP:s artikel från Sverigedemokraternas valvaka är ett tydligt exempel på att den enskilda journalisten har möjligheter att skriva på ett personligt sätt. AP:s ”bakgrundstext” visar att det finns möjligheter att gå mer på djupet och att det finns utrymme för längre texter.

## **Konkurrens**

När det gäller att särskilja sig från konkurrenten nämns självklarheter som att vara ”först” och ”snabbast”. Men förutom den självklara fördelen med att vara först så finns det även andra sätt att sticka ut, som att ägna sig åt grävande journalistik och att skriva mer djupgående texter. Trots att många nyhetsbyråer påminner om varandra, finns det ändå vissa skillnader. Det faktum att AFP är en fransk nyhetsbyrå märks litegrann i deras artiklar om Sverigedemokraterna, där de har ett annat fokus än exempelvis AP. De olika nyhetsbyråernas inriktning märks delvis i att texterna då riktar sig mot olika sorters läsare, vilket pekar på att det finns en olikriktning mellan nyhetsbyråerna.

## **Journalistens möjlighet att påverka ämnesvalet**

Att använda sin kulturella och språkliga bakgrund för att lättare kunna välja ut ämnen är något som många av journalisterna tar upp. Med hjälp av ett större kontaktnät är det lättare att hitta intervjupersoner och få uppslag via sociala medier. På så vis har de lokala journalisterna bättre förutsättningar att skriva om ämnen som inte är helt uppenbara.

Journalisterna på de olika nyhetsbyråerna intervjuar ofta samma typ av personer, vilket ofta är politiker, experter och företagsfolk. Att samma personer intervjuas bidrar till ett mer likriktat urval av källor, särskilt hos de byråer som har ett uttalat finansfokus. Att makthavare och så kallade ”elitpersoner” intervjuas ofta känns inte som något unikt för nyhetsbyråerna utan de tendenserna finns även hos svenska medier. Goda kunskaper i svenska är fördelaktigt när man intervjuar ”vanliga människor”, vilket är en fördel som den lokala journalisten kan använda sig av. Men den fördelen är inte särskilt stor av flera olika skäl: ”mannen på gatan” intervjuas inte särskilt ofta, de flesta svenskar är duktiga på engelska och de som arbetar som utrikeskorrespondenter är oftast duktiga på svenska (finns undantag på bland annat AFP).

Hur användandet av de lokala journalisterna ser ut går att undersöka noggrannare, men det som har kommit fram i intervjuerna är att de är fast anställda och att de ägnar sig i stort sett åt samma uppgifter som sina kollegor. Sen kan det finnas vissa hierarkiska skillnader. Till exempel var AP:s två texter om valet författade av byråchefen och inte av en svensk journalist. Men det följer nog samma mönster som finns på andra redaktioner, där de mest erfarna och de journalisterna med högst status får bevaka vissa ämnen.

Det finns exempel på att den lokala journalisten kan använda sin kulturella bakgrund i vissa fall, exempelvis när det gäller offentlighetsprincipen och svensk lagstiftning. Det pekar på att den lokala journalisten har lättare att skriva om ämnen som kan anses lite krångliga för en del utrikeskorrespondenter. Om den lokala journalisten används på rätt sätt borde dess bakgrundskunskaper kunna utnyttjas för att hitta lite mer olikriktade ämnesuppslag. Men precis som en del intervjupersoner nämner kan man riskera att bli för ”insnöad” och därmed förbise en del intressanta ämnesuppslag.

## **En ökad likriktning i framtiden?**

Det finns tendenser som pekar mot en ökad likriktning i framtiden, om man ska tro intervjupersonerna. De tror på en tuff framtid för tidningsföretagen och att användningen av byråmaterial kommer att öka. En del tror på den utveckling som råder i dagsläget, nämligen att man ska skriva snabbare och kortare nyheter.

Samtidigt kan anpassningen till internet och ett större och snabbare nyhetsflöde leda till en reaktion hos läsaren. För att hänga med i det växande informationsflödet kan läsaren efterfråga välskrivna artiklar som kan sätta in allt i ett större perspektiv. Nu har jag visserligen genomfört en begränsad textanalys, men den visar ändå att nyhetsbyråernas ”bakgrundstexter” skiljer sig klart mer än de kortare nyhetstexterna. Med andra ord skulle flera bakgrundstexter rent hypotetiskt kunna bidra till ett mer olikriktat material.

## **8. 1 Framtida forskning**

Min undersökning visar att det finns tecken på en likriktning bland ämnesvalet och val av källor. Jag ser min forskning som en inledande diskussion och det finns stora möjligheter till vidare forskning inom samma område.

Det vore intressant att jämföra ett större urval texter från olika tidsperioder för att kunna ge en tydligare bild av nyhetsbyråernas ämnesval. Att först intervjua journalisterna och sedan granska deras artiklar skulle bidra till en mer djupgående forskning.

En kvantitativ innehållsanalys av vilka ämnen det rapporteras om och vilka källor som används vore också angeläget att göra för att ytterligare belysa om det finns en likriktning bland nyhetsbyråerna.

En djupare undersökning av de teknologiska förändringar som äger rum hos nyhetsbyråerna är ännu ett intressant ämne för vidare forskning. Att undersöka de svenska medieföretagen och deras syn på användningen av byråmaterial är ett annat.



## Källförteckning

### Intervjuer

Här redovisar jag när och hur intervjuerna gjordes. Intervju – intervju som gjordes på plats, antingen på journalistens kontor eller på ett café. Telefonintervju – alla telefonintervjuer spelades in på Södertörns högskola.

Pilotintervju med Anna Petersson 27 april 2011.

Intervju med utrikeskorrespondenten ”Hans” den 27 april 2011.

Intervju med utrikeskorrespondenten ”Mikael” den 28 april. Kompletterande telefonintervju den 11 maj 2011.

Intervju med lokala journalisten Nina Larson den 29 april 2011.

Intervju med lokala journalisten ”Steve” den 29 april 2011. Kompletterande telefonintervju den 25 maj.

Intervju med lokala journalisten ”Nils” den 29 april 2011. Kompletterande telefonintervju den 24 maj.

Telefonintervju med lokala journalisten ”Sara” den 2 maj. Kompletterande telefonintervju den 25 maj.

Intervju med lokala journalisten ”Jenny” den 2 maj.

Telefonintervju med lokala journalisten ”Erik” den 3 maj 2011.

### Artiklar i textanalysen:

AFP. *Swedish PM eyes new allies to hold far-right at bay*. Hämtad den 15/6 från hurriyetdailynews.com. <http://www.hurriyetdailynews.com/n.php?n=anti-immigration-sentiment-grows-in-sweden-2010-09-21>

AFP/The Swedish Wire. *Prime Minister Fredrik Reinfeldt vows to shun far-right*. Hämtad den 1/6 från swedishwire.com. <http://www.swedishwire.com/politics/6260-swedish-pm-fredrik-reinfeldt-declares-victory>

AFP/The Swedish Wire. *Sweden's far-right fetes maiden entry parliament*. Hämtad från den 1/6 swedishwire.com. <http://www.swedishwire.com/politics/6261-swedens-far-right-fetes-maiden-entry-parliament>

Magnusson, N *Swedes Protest on Streets as Anti-Immigrants Enter Parliament*. Hämtad från bloomberg.com den 1/6. <http://www.bloomberg.com/news/2010-09-21/swedes-throng-streets-to-protest-against-anti-immigrant-party-in-goverment.html>

Pollard, N Shanley, M *Centre-right wins Swedish vote but short of majority*. Hämtad den 1/6 från reuters.com. <http://www.reuters.com/article/2010/09/19/us-sweden-election-idUSTRE68I0I20100919>

Ritter, K. *Anti-immigration sentiment grows in Sweden*. Hämtad från huffingtonpost.com den 1/6. <http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20100920/eu-sweden-election/>

Ritter, K. *Swedish Government loses majority in election as far-right group enters Parliament*. Hämtad den 1/6 från stalbertgazette.com. <http://www.stalbertgazette.com/article/GB/20100918/CP01/309189986/-1/SAG08/polls-swedens-centre-right-government-poised-for-re-election&template=cpArt>

### **Litteratur:**

Boyd Barrett, O & Rantanen, T. *The Globalization of News* (London: Sage 1998)

Clausen, L. *Global News Production*. (Köpenhamn: Copenhagen Business School Press 2003)

Essiasson, P, Gilljam, M, Oscarsson, H, Wängnerud, L  
*Metodpraktikan* (Vällingby: Norstedts Juridik 2010).

Esperanca, B och Basnett, S. *Translation in Global News Agencies* (London, New York: Routledge 2008)

Hadenius, S, Weibull, L och Wadbring. *Massmedier, Press, radio och tv i den digitala tidsåldern* (Stockholm: Ekerlids förlag 2008)

Hamilton, M. J & Jenner, E. *Redefining foreign correspondence*. I *Journalism*, vol.5(2004):3(London:Sage 2004)

Hultén, B. *Journalistikanalys: en introduktion* (Lund: Studentlitteratur 2000) 96-104.

Kvale, S och Brinkmann, S *Den kvalitativa forskningsintervjun* (Lund: Studentlitteratur 2010) 17.

Wahl-Jorgensen, K & Hanitzsch. *The Handbook of Journalism Studies*, (New York, London: Routledge, 2009)

### **Internetkällor:**

AFP. *About AFP*, hämtad från AFP.com den 28/5 <http://www.afp.com/afpcom/en/content/afp>

AP. *1846 – 1900 The News Cooperative Takes Shape*. Hämtad från ap.org den 20/5 2011. [http://www.ap.org/pages/about/history/history\\_first.html](http://www.ap.org/pages/about/history/history_first.html)

AP. *Karl Ritter appointed AP's bureau chief in Stockholm*. Hämtad från ap.org den 5/6. [http://www.ap.org/pages/about/pressreleases/pr\\_101405h.html](http://www.ap.org/pages/about/pressreleases/pr_101405h.html)

*Down Jones. About Down Jones*, hämtad den 28/5 från [dowjones.com](http://www.dowjones.com).

<http://www.dowjones.com/about.asp>

*Encyclopædia Britannica. news agency.* (2011). Hämtad den 7/6 2011 från [britannica.com](http://www.britannica.com).

<http://www.britannica.com/till.biblextern.sh.se/EBchecked/topic/413092/news-agency>

Kumar,P. *Foreign Correspondents: Who Covers What* hämtad från [ajr.org](http://www.ajr.org) den 28/5

<http://www.ajr.org/article.asp?id=4997>

Kyodo news. *What's Kyodo*, hämtad från [kyodonews.jp](http://www.kyodonews.jp) den 26/5

<http://www.kyodonews.jp/english/about/whatskyodo.html>

Serote, V.J. *How does Reuters gather news?* Hämtad från [Reuters.com](http://reuters.zendesk.com) den 29/5

<http://reuters.zendesk.com/entries/307956-how-does-reuters-gather-news>

Shrivastava, K.M - *News Agencies: From Pigeon to Internet* New Dawn Press (2007) 2. Google

books. Hämtad från [books.google.com](http://books.google.com) den 17/5 2011.

[http://books.google.com/books?id=MHUjEBLJcvIC&printsec=frontcover&dq=News+agencies+from+pigeon&hl=sv&ei=oE7tTZ71JdH3sgaD2tiFBA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?id=MHUjEBLJcvIC&printsec=frontcover&dq=News+agencies+from+pigeon&hl=sv&ei=oE7tTZ71JdH3sgaD2tiFBA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

Thomson Reuters. *About Us*, hämtad från [thomsonreuters.com](http://thomsonreuters.com) den 28/5

<http://thomsonreuters.com/about/>

Utrikesdepartementet, *pressrummet*. "Utrikeskorrespondenter verksamma i Sverige 2011" hämtad

från [regeringen.se](http://regeringen.se) den 13/5 2011 <http://regeringen.se/sb/d/5357/a/77389>

## **Bilaga**

### **Intervjufrågor**

Intervjufrågor som jag har haft som grund till mina intervjuer, men jag har jobbat med halvstrukturerade intervjuer för att kunna ställa följdfrågor och liknande.

- 1. Hur hamnade du på din arbetsplats?**
- 2. Hur länge har du bott i Sverige?**
- 3. Vilka språkkunskaper har du och hur viktiga är de för ditt yrke (följdfrågor om det lokala språkets betydelse)**
  
- 4. Hur ser dina anställningsvillkor ut?**
- 5. Hur går kontakten med huvudkontoret till?**
- 6. Hur ser en typisk arbetsdag ut?**
- 7. På vilket sätt kan du sätta din prägel på texten (när det gäller ämne och stil)? Ibland förekom följdfrågor om objektivitet).**
  
- 8. Vilka ser ni som era huvudkonkurrenter?**
- 9. Hur gör ni för att urskilja er från dem?**
- 10. Ser ni CNN/BBC och Al Jazeera som konkurrenter?**
  
- 11. Vilka fördelar/nackdelar finns det med att använda sig av lokala journalister?**
- 12. Varifrån får du uppslag till artikeln?**
- 13. Vilken typ av personer intervjuar du oftast?**
  
- 14. Har ämnesvalet förändrats när det gäller nyhetsmaterialet?**
- 15. Hur tror du att ditt arbete kommer att förändras de kommande åren?**
- 16. Hur ser du på framtiden för nyhetsbyråerna?**