

Södertörns högskola | Institutionen för kommunikation, medier och IT  
Kandidatuppsats 15 hp | Journalistik C | Höstterminen 2012  
Programmet för Journalistik med samhällsstudier

# Synas eller inte synas?

- en studie av Svenska Dagbladets, Läkare Utan  
Gränsers och Röda Korsets informationsflöde

Av: Nadia Ennasri och Frida Wickberg  
Handledare: Christian Andersson  
Examinator: Karin Stigbrand

## Abstract

Denna uppsats är en studie av Svenska Dagbladets agenda och Läkare Utan Gränser och Röda Korsets informationsflöde med fokus på humanitära kriser. Syftet för vår studie är att ta reda på i vilken utsträckning hjälporganisationernas informationsflöde överensstämmer med Svenska Dagbladets agenda. För att få en heltäckande studie vill vi även ta reda på hur hjälporganisationerna gör för att försöka styra mediernas agenda.

Idén till denna studie utvecklades efter att Läkare Utan Gränser presenterade rapporten *Kriserna svenskar glömt* som visar att flera humanitära kriser som drabbat miljontals människor gått svenskarna förbi. I rapporten diskuterar hjälporganisationen om journalistiken kan vara en anledning till att svenskar inte blir tillräckligt informerade om pågående humanitära kriser.

Vår undersökning har utgått från teorin om agenda-setting och utifrån den har studiens frågeställningar utvecklats. För att kunna besvara våra frågeställningar har vi studerat vilka länder som uppmärksammats av hjälporganisationerna under första halvåret 2012 och jämfört detta med hur stort utrymme respektive land fick i Svenska Dagbladet samma period. Totalt har 1185 texter analyserats. För att kunna besvara våra frågeställningar har vi använt oss av kvantitativ innehållsanalys. Därefter har en frågeundersökning genomförts gällande hjälporganisationernas mediestrategier.

Resultatet av vår studie visar att fördelningen av utrymme är mycket ojämn mellan de länder som ingår i studien, vissa länder förekommer med mycket låg frekvens och andra med mycket hög. Studien visar även att det finns ett samband mellan HDI, Human Development Index, och frekvens i tidningen samt att hjälporganisationerna satsar mer och mer på sociala medier.

**Nyckelord:** Agenda-setting, hjälporganisationer, Läkare Utan Gränser, Röda Korset, nyhetsvärdering, mediestrategier, Svenska Dagbladet.

## Förord

Ett brinnande intresse av ämnen som berör utrikeskorrespondens, bistånd, humanitära insatser, mänskliga rättigheter, religion, kultur och grävande- och undersökande journalistik blev en gemensam nämnare för oss att arbeta och skapa uppsatsen tillsammans. När vår handledare Christian Andersson informerade oss om Läkare Utan Gränser rapport *Kriserna svenskarna glömt* blev det startskottet för att följa upp hur hjälporganisationerna arbetar för att deras agenda ska uppmärksammas av medier. Utav resultatet av detta arbete har vi fått en bättre förståelse om hjälporganisationers- och mediars arbete. Vilket vi hoppas att komma ha en stor användning av i vår framtid.

Uppsatsen är genomförd i samband med kursen Journalistik C på Södertörns Högskola. Arbetet har fungerat exemplariskt och effektivt under hela uppsatsperioden. Vilket gör att vi vill tacka vår handledare Christian Andersson som stöttat och väglett oss under arbetets gång. Ett stort tack till Maude Fröberg, pressansvarig på Röda Korset, och Karin Ekholm, informatör på Läkare Utan Gränser, för deras medverkan.

Vi tackar även övriga studenter och respondenter för deras tid, bidrag och engagemang att analysera samt opponera på vår studie.

Tack för Er medverkan!

Frida Wickberg

Nadia Ennasri

# Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
2. Syfte och frågeställning.....	3
2.1 Disposition .....	3
3. Bakgrund.....	4
3.1 Hjälporganisationer.....	4
3.1.1 Röda Korset.....	4
3.1.2 Läkare Utan Gränser .....	4
3.2 Svenska Dagbladet .....	5
3.3 Länder.....	5
4. Teoretiskt ramverk .....	7
4.1 Agenda-setting .....	7
4.2 Agenda-Building och mediestrategier.....	8
4.3 Nyhetsvärderingsteorier .....	10
5. Tidigare forskning .....	13
5.1 Tredje världen i Dagens nyheter– oväntat mycket politik och en god balans.....	13
5.2 Kriserna svenskarna glömt .....	14
5.3 World Disasters Report 2006 - Focus on neglected crises.....	15
6. Material och avgränsning .....	16
6.1 Val av länder .....	17
6.2 Val av tidsperiod .....	17
7. Metod .....	17
7.1 Kvantitativ innehållsanalys .....	17
7.2 Frågeundersökningar .....	18
7.3.1 Val av intervjupersoner .....	19
7.4 Metoddiskussion.....	19
7.5 Reliabilitet och validitet .....	20
8. Resultat och analys.....	22
8.1 Landfrekvens.....	22
8.1.1 Länder med hög frekvens.....	22
8.1.2 Länder med låg frekvens .....	23
8.1.3 Textens direktkoppling till landet .....	24
8.1.4 Textgenre.....	26
8.1.5 Sammanfattning och analys .....	27
8.2 Texternas ämnesområde .....	29
8.2.1 Svenska Dagbladet .....	30
8.2.2 Hjälporganisationerna .....	31
8.2.3 Sammanfattning och analys .....	32
8.3 Frågeundersökning.....	33
8.3.1 Röda Korset.....	33
8.3.2 Läkare Utan Gränser .....	34
8.3.3 Analys av frågeundersökning.....	35
8.4 Sammanfattning .....	37
9. Slutsats och diskussion.....	38

9.1 Fokus på länder i vår geografiska eller kulturella närhet .....	38
9.2 En snäv nyhetsvärdering .....	39
9.3 Fördelning av ansvar .....	40
9.4 Förslag till vidare forskning .....	42
Källförteckning.....	43
Bilagor.....	47

# 1. Inledning

Länge har vi undrat hur det kommer sig att vissa länder som drabbats av krig eller någon annan katastrof får mer uppmärksamhet i medier än andra. Vi anser att detta är ett stort problem och vill därmed belysa i hur stor utsträckning detta sker och varför det är på detta sätt. De flesta i Sverige får kunskap via medier och när de brister i sin rapportering av viktiga händelser kan det leda till en snedvriden världssyn och en felaktig kunskapsbild. Medierna ses ofta som en tredje statsmakt och därigenom har de ett visst ansvar gentemot medborgarna. Vi anser att detta ansvar bland annat är att ge en rättvis bild av världen och när vissa länder får större utrymme än andra blir bilden orättvis.

En färsk rapport från Läkare Utan gränser visar att flera humanitära kriser som drabbat miljontals människor gått svenskarna förbi. Underlaget till rapporten kom från en undersökning, genomförd av Läkare Utan Gränser, där 1000 svenska personer ombads nämna de länder och platser där de uppfattade att det rådde en humanitär kris. Resultatet visade att vetskapen om humanitära kriser var mycket snedfördelad. Det fanns flera stora humanitära kriser som knappt någon av de svarande nämnde, endast 0,6 % av de svarande nämnde Centralafrikanska republiken som ett land drabbat av en humanitär katastrof, trots att nästan två miljoner människor uppskattas befinna sig i ett humanitärt nödläge. Andra humanitära katastrofer som inte anammats av de svarande var Jemen, Elfenbenskusten, Kenya och Zimbabwe som var och en, indirekt eller direkt, drabbar miljoner personer. Vidare visade undersökningen att tre av fyra svarande uppfattade att det var en kris i Syrien och nästan hälften svarade att de upplevde att det var en humanitär kris i Somalia. Det exakta resultatet av Läkare Utan Gränserns undersökning visade följande:

Tabell 1.1. Resultat av Läkare Utan Gränsers rapport.<sup>1</sup>

**Spontan kännedom med ett visst bortfall (andel av de svarande som nämde kontexten)**

---

<i>De fem mest omnämnda kriserna:</i>		<i>De fem minst omnämnda kriserna:</i>	
Syrien	73,5%	Centralafrikanska republiken	0,6 %
Somalia	49,3%	Elfenbenskusten	1,9 %
Sydsudan och Sudan	35,3%	Kenya	2,4 %
Afghanistan	33,3%	Jemen	3,0 %
Nordkorea	26,3%	Zimbabwe	4,9 %

---

Läkare Utan Gränser uppmärksammar att det finns ett tydligt samband mellan de kriser som svarspersonerna kan nämna och de kriser som medier bevakar. Medier spelar en central roll när det gäller vilka kriser som allmänheten känner till, finns de humanitära kriserna inte i media finns de inte heller för gemene man.<sup>2</sup>

En av mediernas huvuduppgifter är att ge nödvändig information till medborgarna så att de självständigt skall kunna ta ställning i frågor som rör samhället. För att medierna ska gynna samhällsintresset ska de även ha en mångfald i sin rapportering, de ska inte medvetet utesluta visst innehåll och de ska inte bli för snäva i sitt val av nyheter.<sup>3</sup> När medierna ger ett litet utrymme till vissa länder och händelser påverkar det medborgarnas allmänbildning och kunskap om världen. Därmed anser vi att medierna inte har fullgjort sitt uppdrag. Men medierna kanske inte är ensamma om ansvaret för att bilden ser ut på detta sätt, kanske kan man även lägga ett visst ansvar på hjälporganisationerna. Detta är ett enormt viktigt ämne och vi hoppas att kunna ta lärdom av vårt resultat och ta med oss det i vårt framtida journalistarbete.

---

<sup>1</sup>Läkare Utan Gränser, *Kriserna svenskarna glömt*. Stockholm 2012. Publicerad 2012.10.25

<sup>2</sup>Läkare Utan Gränser, passim

<sup>3</sup> Anders Sahlstrand, *De synliga: nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress* (Stockholm: Stockholm Univ., 2009), 18

## 2. Syfte och frågeställning

Vi kommer att titta närmre på Läkare Utan Gränsers och Röda Korsets informationsflöde och jämföra det med Svenska Dagbladets agenda de första sex månaderna av 2012. Syftet med denna studie är att ta reda på i vilken utsträckning hjälporganisationernas informationsflöde överensstämmer med Svenska Dagbladets agenda. Med informationsflöde avser vi information som hjälporganisationerna ger journalisterna via sina pressmeddelanden på sin hemsida. För att få en komplett och heltäckande studie vill vi även undersöka hur hjälporganisationerna gör för att försöka styra mediernas agenda. Genom att välja de länder som nämns i pressmeddelanden från hjälporganisationerna och jämföra dem med vilket utrymme de fick i Svenska Dagbladet hoppas vi kunna uppnå vårt syfte. De frågor som studiens resultat förväntas att kunna besvara är följande:

- Vilka länder uppmärksammade hjälporganisationerna?
- Hur stort utrymme fick respektive land i Svenska Dagbladet?
- Vilka är de vanligast förekommande ämnena?
- Hur gör hjälporganisationerna för att försöka styra mediernas agenda?

### 2.1 Disposition

I inledningen är avsikten att förklara problematiken kring vårt valda ämne samt anledningen till varför vi vill studera just detta ämne. I den kommande bakgrundsdelen redovisas kortfattat respektive hjälporganisation, samt tidningen och de länder som ingår som underlag för vår studie. I teoridelen presenteras de teorier som denna studie stödjer sig på och i denna del kommer vi även gå igenom tidigare forskning. Efter redogörelse av metod, material och urval redovisas och analyseras resultatet av vår undersökning. Studien avslutas med sammanfattning, diskussion och slutsats, förslag på fortsatt forskning och källhänvisning. Till uppsatsen tillkommer även bilagor över kodscheman, tolkningsprinciper, fullständigt intervjuresultat och intervjumallar.



## 3. Bakgrund

I denna del redogör vi för de hjälporganisationer, länder och den tidning som ingår i vår undersökning.

### 3.1 Hjälporganisationer

#### 3.1.1 Röda Korset

Röda Korset är en internationell humanitär hjälporganisation med cirka 100 miljoner medlemmar. Organisationen arbetar med att bistå vid katastrofer, svält, krig och med förebyggande insatser efter grundprinciper som humanitet, opartiskhet, neutralitet, självständighet, frivillighet, enhet och universalitet. Organisationen är religiöst och politiskt obunden, den grundades 1863 i Schweiz och har idag 188 föreningar över hela världen. Röda Korsets internationella föreningar samarbetar och utför det humanitära arbetet gemensamt. Detta gäller insamling av ekonomiskt stöd samt att bidra med nödvändigheter till olika katastrofer, kriser och situationer som kan ske i utsatta länder. I Sverige finns det cirka 1100 lokala föreningar där ideellt arbete sker inom verksamheten. Utöver det gemensamma arbetet med de internationella föreningarna arbetar den svenska verksamheten även med hälsa och social gemenskap för bland annat papperslösa, torterade och krigsskadade flyktingar i Sverige.<sup>4</sup>

#### 3.1.2 Läkare Utan Gränser

Läkare Utan Gränser är en internationell humanitär hjälporganisation som arbetar med att bistå behövande människor med medicinsk hjälp samt att rapportera och skapa debatt om vad de ser och upplever på deras arbetsområden. Organisationens grundprinciper är bland annat att bistå med medicinska insatser, försvara mänskliga rättigheter samt vara beskyddare för att sträva efter en förändring där övergrepp och missförhållanden bevitnas, vara oberoende-, opartisk-, neutral och ansvarsfull i sitt arbete. Organisationen grundades 1971, är religiöst och politiskt obunden och har omkring 65 egna projekt över hela världen. Majoriteten av organisationens arbete utförs av vårdpersonal och administrativ personal. Ungefär 2000 internationella fältarbetare skickas ut på cirka 4500 olika uppdrag under ett år. En stor del av personalen kommer från de länder där organisationen bidrar med

---

<sup>4</sup>Röda Korset, 2012, *Om oss*. (28.11.2012) <http://www.redcross.se/om-oss/>

medicinska insatser.<sup>5</sup> Den svenska organisationen grundades 1993 av tre svenska läkare. I Sverige arbetar den ideella föreningen med insamling av ekonomiskt stöd, rekrytering av fältarbetare och med att bilda opinion.<sup>6</sup>

### 3.2 Svenska Dagbladet

Svenska Dagbladet grundades 1884. Med ett genomsnittligt antal sålda upplagor på 186 000 per vardag samt en utgivningsfrekvens på 7 dagar i veckan så är den idag en av Sveriges populäraste abonnerade morgontidningar. Sedan 1998 ägs tidningen av den norska mediekoncernen Schibsted Media Group och är en obunden moderat.<sup>7</sup> Svenska Dagbladet har åtta stycken fast kontrakterade utrikeskorrespondenter som är stationerade i Washington, New York, Bryssel, Bonn, Kapstaden, Bangkok, Genève och Oslo.<sup>8</sup>

### 3.3 Länder

Vi har utgått från Röda Korsets och Läkare Utan Gränsers pressmeddelanden vid urvalet av de 33 länder som ingår i studien.

Eftersom antalet länder som ingår i undersökningen är många har vi valt att enbart presentera dem i en tabell över HDI (Human Development Index). Anledningen till att studien enbart använder HDI är för att siffrorna ger oss bra information om landet. I resultatdelen presenteras även ett samband mellan HDI och frekvens. HDI kommer ifrån FN-organet UNDP och är ett sammanfattande mått på mänsklig utveckling. Indexet mäter det genomsnittliga resultatet av mänsklig utveckling på tre nivåer: livslängd och hälsa, tillgång till kunskap och levnadsstandard.<sup>9</sup> HDI-värdet anges i en skala från 1 och uppåt, där 1 är det högsta och bästa värde man kan ha och högre värden är det sämsta eller lägsta man kan ha. Desto lägre HDI-värde ett land har desto mer underutvecklat är landet, 180 är i detta fall ett lågt HDI och ett dåligt värde. Varje år publiceras en ny rapport under namnet *Human Development Report* och den senaste är från 2011. Rapportens avsikt är att

---

<sup>5</sup> Medecins Sans Frontieres, 2012: Movement. (28.11.2012) <http://www.msf.org/msf/about-msf/the-msf-movement.cfm>

<sup>6</sup> Läkare Utan Gränser, 2012: Läkare Utan Gränser i Sverige. (28.11.2012) <http://www.lakareutangranser.se/About-MSF/I-Sverige/>

<sup>7</sup> Dagspress, 2012: Medieverktyg. (28.11.2012) <http://www.dagspress.se/medieverktyg>

<sup>8</sup> Niklas Kierkegaard. Utrikeschef/Foreign Affairs Editor, Svenska Dagbladet, Stockholm. E-post till Niklas Kierkegaard ([niklas.kierkegaard@svd.se](mailto:niklas.kierkegaard@svd.se)) (2012-11-27). *Utrikeskorrespondenter i världen*.

<sup>9</sup> Human Development Report, 2011: Sustainability and Equity: A Better Future for All. (28.11.2012) [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_2011\\_EN\\_Complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_EN_Complete.pdf)

presentera och analysera den nuvarande situationen i världen. Alla HDI-värden är hämtade från den senaste rapporten.

Tabell 3.1. Länderna i studien och deras Human Development Index.<sup>10</sup>

Land	HDI
Japan	12
Libyen	64
Libanon	71
Sri Lanka	97
Palestina	114
Uzbekistan	115
Syrien	119
Sydafrika	123
Indien	134
Kenya	143
Pakistan	145
Burma	149
Jemen	154
Senegal	155
Nigeria	156
Haiti	158
Mauretanien	159
Uganda	161
Sudan	169
Elfenbenskusten	170
Malawi	171
Afghanistan	172
Zimbabwe	173
Etiopien	174
Mali	175
Centralafrikanska republiken	179
Burkina Faso	181
Liberia	182
Tchad	183
Niger	186
DR Kongo	187
Somalia	*
Sydsudan	*

\* HDI saknas

<sup>10</sup> Ibid.

## 4. Teoretiskt ramverk

Agenda-setting, eller dagordningsteorin, är den teori som kommer att ligga som teoretisk ram för denna undersökning. Agenda-setting innebär att de samhällsfrågor som medierna prioriterar och ger stort utrymme blir de frågor som mediepubliken prioriterar och anser vara viktigast. Vi kommer att fördjupa oss ytterligare i olika delar inom agenda-setting som kan användas som en filosofisk kunskapsgrund för vår studie att utgå ifrån.

Fördjupningarna inom agenda-setting är: *Agenda-buildning/mediestrategier* och *nyhetsvärderingsteorier*. Teorierna kommer att ligga som grund i hela studien och vi kommer att använda dem för att besvara våra frågeställningar och för att i slutändan tolka våra resultat.

### 4.1 Agenda-setting

Walter Lippmans bok *Public Opinion* presenterar en metod om hur man systematiskt kan undersöka opinioner. Han menade att genom att förstå de triangulära relationerna, det vill säga ”*relationen mellan verkligheten, bilden av verkligheten och handlande baserad på bilden av verkligheten*”, kan man förstå opinioner<sup>11</sup>. Med det ansåg han att människan lever i en så kallad pseudo-omgivning, där individer bygger sin verklighet efter ”*bilden av verkligheten*”. Denna bild baseras på erfarna och oerfarna upplevelser. Utav det som individen har egna erfarenheter av, kan de bilda sig en egen uppfattning kring sin verklighet. Men utav det som individen inte har en erfarenhet av, bildas en fiktiv bild av verkligheten. Av denna fiktiva bild kan människan sedan basera sitt handlande, trots att bilden av verkligheten kanske inte stämmer. Det är i denna pseudo-omgivning, när människan inte har egna erfarenheter, som medierna blir den främsta informationskällan<sup>12</sup> och har makt.<sup>13</sup>

Maxwell McCombs och Donald Shaw var några av de forskare som fann Lippmans public opinion-perspektiv intressant och när de 1972 publicerade artikeln ”*The Agenda-Setting Function of Mass Media*” sattes grunderna för teorin kring agenda-setting, även kallad

---

<sup>11</sup>Jesper Strömbäck, *Makt och Medier: En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna* (Lund: Studentlitteratur, 2000), 148.

<sup>12</sup> Ibid., 171.

<sup>13</sup> Ibid., 149-150.

dagordningsteorin.<sup>14</sup> I artikeln presenterade författarna resultatet av deras undersökning som de genomförde genom att studera medier och människor under en valkampanj.

I sin studie upptäckte McCombs och Shaw att mediers dagordning hade en stor betydelse för vilka frågor som människorna ansåg vara viktiga under en valkampanj. Resultatet visade att när redaktörer och nyhetschefer väljer vilka händelser och nyheter som ska presenteras till allmänheten signalerar de om vilka som är de viktigaste frågorna bland nyheternas agenda.<sup>15</sup> Med det menar McCombs och Shaw att det finns en process mellan medier och deras publik som grundar sig på att: ju oftare en händelse, fråga eller ett ämne syns i massmedier desto mer uppfattar majoriteten av publiken att den är viktigare än andra händelser, frågor eller ämnen.<sup>16</sup> Och att nyhetsmedier vägleder publiken till vad de ska tänka på i en viss fråga, då människor oftast vänder sig till medier när de vill samla information samt för att orientera sig i samhället följer de mediernas dagordning.<sup>17</sup> Även placeringen i ett nyhetsmedium har en effekt på hur allmänheten uppfattar nyhetsmediets signal om hur viktig en viss fråga är. Om en nyhet får en förstasida eller blir en notis signalerar den om vad som är en aktuell och viktig fråga. Detta enligt McCombs och Shaws ”*första steget i bildandet av en allmän opinion*”.<sup>18</sup>

Agenda-setting har blivit en uppskattad teori inom forskning av medier och masskommunikation. Efter McCombs och Shaws forskning har vidare forskning visat resultat att mediers dagordning har en stor betydelse även för andra händelser än valkampanjer<sup>19</sup> och att processen mellan vad som ska vara på dagordningen är ett ständigt pågående förlopp i samhället.<sup>20</sup>

## 4.2 Agenda-Building och mediestrategier

Det finns en begränsad plats i nyhetsflödet där en händelse kan få plats och bli en nyhet. Den begränsade platsbristen beror bland annat på att allmänheten inte kan uppmärksamma

---

<sup>14</sup> Lars Nord & Jesper Strömbäck, *Medierna och demokratin*. (Lund: Studentlitteratur, 2012), 349

<sup>15</sup> Maxwell McCombs, *Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen* (Stockholm: SNS förlag, 2006), 23.

<sup>16</sup> Renita Coleman, Maxwell McCombs & Donald Shaw, mfl. “Agenda Setting”. I *The handbook of journalism studies*, Thomas Hanitzsch & Karin Wahl-Jorgensen (New York: Routledge Ltd, 2008), 147.

<sup>17</sup> Ibid., 153.

<sup>18</sup> McCombs, *Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen*, 24.

<sup>19</sup> Strömbäck, *Makt och Medier: En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*, 146.

<sup>20</sup> Ibid., 151-153.

för många ämnen samtidigt. Det antal händelser/nyheter som allmänheten kan uppmärksamma samtidigt är 5 till 7 ämnen.<sup>21</sup> Kampen om agendan har utvecklat en konkurrens mellan olika organisationer, företag och makthavare som vill få tillträde till den. Här har forskningen om agenda-setting även blivit viktig för yrkesgrupper som exempelvis PR-konsulter och kommunikationsansvariga, då man har format sina arbetsrutiner efter hur teorin fungerar för att nå ut till allmänheten, skapa opinion och få plats i medieflödet med sitt budskap.<sup>22</sup> Begreppet för denna systematiska metod att arbeta med agenda-setting kallas för agenda-building. Vilket innebär att teorin om agenda-setting har utvecklats till att metodiskt bygga upp en strategi för att nå ut till mediernas agenda och därmed mediernas publik. Detta genom att förstå agenda-setting teorin om hur medier arbetar och deras effekt på allmänheten.

Kampen om agendan har resulterat i att det blir allt vanligare att professionella företag och organisationer, genom sin kommunikationsavdelning, arbetar fram specifika strategier för att befästa sin agenda i medierna. Strategierna kan användas för att försöka styra mediernas agenda. Inom företagen eller organisationerna skräddarsys en kommunikationsteknik där målet är att nå ett nyhetsmedium och få sin ”nyhet” publicerad.<sup>23</sup> Tim Large, journalist på Reuter, har skapat en mall som kan bistå bland annat hjälporganisationer med att få sin agenda hörd i nyhetsmedier. Denna mall har följande punkter:

- Investera i medierelationer: kommunikationsutbildning och kompetens.
- Håll en dialog med media: ge underlag för komplexa nödsituationer.
- Sätt en siffra på det: dödstal ger journalister pinnar att hänga sina historier på.
- Ta in de stora namnen: det är kontroversiellt, att anlita kändisar kan fungera.
- Gör det visuellt: ingenting säljer en berättelse som en bra bild. I katastrofer kan hjälporganisationer ha de enda bilderna tillgängliga.
- Var kreativ och proaktiv: berätta större delen av historien genom att öppna ögonen hos människor. Utveckla vad du gör för medierna och deras agenda.
- Ge aldrig upp: uthållighet kan verkligen löna sig.<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> McCombs, *Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen*, 63.

<sup>22</sup> *Ibid.*, 132.

<sup>23</sup> Simon Cottle, *Global crisis reporting: Journalism in Global Age* (New York: McGraw-Hill, 2008), 150.

<sup>24</sup> *Ibid.*, 152.

Även Anders Sahlstrand har klargjort en mall som hjälporganisationer kan använda sig av för att få plats på mediernas agenda. Till de vanligaste och mest effektiva mediestrategierna hör:

- Exklusiv information
- Personlig kontakt med enskild journalist
- Presskonferens
- Annonsering
- Debattartiklar
- Pressmeddelanden<sup>25</sup>

### 4.3 Nyhetsvärderingsteorier

Det finns ett flertal teorier som behandlar varför ett visst ämne eller en viss händelse värderas som en nyhet. Diskussionen kring detta är ständigt pågående. Dessa teorier bör ses som en handbok när det gäller val av nyheter utan de bör snarare ses som riktlinjer då medier väljer vilka händelser som skall bli nyheter. Det finns självklart andra, både yttre och inre, faktorer som i praktiken styr vilka händelser som skall publiceras som nyheter. När man talar om nyhetsvärdering är det viktigt att även nämna begreppet nyhetsurval. Nyhetsurvalet handlar om vad som i slutändan publiceras, oavsett nyhetsvärde. Det är fullt möjligt att nyheter med lågt nyhetsvärde publiceras och tvärtom kan nyheter med högt nyhetsvärde bortprioriteras.<sup>26</sup> Idag är kravet högre på att nyheter ska kunna levereras under alla dygnets timmar och att alla världens händelser belyses. Nyhetsurvalen görs av mediebolagens *gatekeepers*. Oavsett vad mediebolagens gatekeepers beslutar att ta med i mediets nyhetsurval, ska medierna fungera med en maximal flexibilitet genom att kunna röra sig snabbt mellan en händelse till en annan. Detta gör att jakten efter den senaste händelsen blir konkurrensutsatt för att behålla eller höja antalet läsare, klick och intäkter. Denna hektiska jakt innebär att nyhetsmedierna i många fall utesluter informativ text om ett lands historik eller en konflikts bakgrund. Även att följa upp en händelse och informera publiken om ”vad hände sen” utesluts i många fall för att nästa nyhet ska få plats i nyhetsflödet.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup>Sahlstrand, 188.

<sup>26</sup>Nord & Strömbäck, *Medierna och demokratin*, passim.

<sup>27</sup>Cottle, 152.

Det finns vissa gemensamma egenskaper hos händelser som påverkar att de blir nyheter och genom att titta på dessa egenskaper kan vi reflektera över varför vissa länder förekommer med högre frekvens än andra. Men som sagt är det viktigt att komma ihåg att det kan finnas andra bakomliggande faktorer som förklarar varför ett visst land får mer uppmärksamhet än ett annat. En viktig bakomliggande faktor redaktionens arbetsrutiner, dess ekonomi, värderingar, målgrupp, med mera. I vårt resultat har vi dock valt att enbart utgå från de nyhetsvärderingsteorier som listas nedan och ej från andra, eventuellt, bakomliggande faktorer. Under åren har flera forskare listat olika kriterier för nyhetsvärdering, i denna studie kommer vi att utgå från de mest erkända och dessa är:

Tabell 4.1. En jämförelse av viktiga nyhetsvärderingskriterier i medieforskningen.<sup>28</sup>

<b>Galtung &amp; Ruge O'Neill (1965)</b>	<b>Gans (1979)</b>	<b>Shoemaker et al. (1987)</b>	<b>Harcup &amp; (2009)</b>
Regelbundenhet		Nyhetsvärde	Uppföljning
Tröskelvärde			Dignitet
Otvetydighet		Konflikt	
Relevans	Betydelse	Närhet/intresse	Relevans
Överraskning	Nyhetsvärde	Sensation, oväntat	Överraskning
Elitaktörer	Kvalitet	Betydelse	Elit, berömmelse
Personifiering	Underhållning		Underhållning

1965 publicerade Johan Galtung och Mari Holmboe Ruge studien *The structure of foreign news*, som handlade om nyhetsvärdering inom utrikesjournalistiken. De definierade tolv nyhetsfaktorer som de anser vara avgörande för om en händelse blir en nyhet eller inte. Eftersom att dessa ytterst berör utrikesjournalistik finner vi det relevant att fördjupa oss i just dem. De menar att chansen för att en händelse ska bli en nyhet ökar om flera av dessa faktorer uppfylls:

**1. Frekvens** – när något inträffar plötsligt och oväntat ökar sannolikheten för att det ska bli en nyhet. På grund av mediernas publiceringsfrekvens har händelser som utspelar sig under en kort tid ett högre nyhetsvärde än händelser som sker under en lång tid.

<sup>28</sup> Marina Ghersetti, "Journalistikens nyhetsvärdering". I *Medierna och demokratin*, Nord & Strömbäck, 212.



- 2. Tröskelvärde** – om en nyhet berör många människor, får en stor inverkan på människors liv, påverkar nationell/internationell ekonomi eller liknande ökar chansen att händelsen blir en nyhet. En händelse måste passera ett visst tröskelvärde för att kategoriseras som en nyhet.
- 3. Tydlighet** – en händelses nyhetsvärde ökar om händelsen är lätt och tydlig att förstå.
- 4. Meningsfullhet** – kulturell närhet och relevans ökar sannolikheten för att en händelse ska bli en nyhet. Det handlar om att läsaren skall kunna identifiera sig med det som sker, ju närmre kulturellt läsaren står händelsen och ju mer relevans händelsen har för läsaren desto större är chansen att det blir en nyhet.
- 5. Oväntat** – när något utöver det vanliga sker är det mer sannolikt att det blir nyheter. Det kan handla om oförutserbara händelser eller händelser som sällan förekommer i nyhetssamband.
- 6. Konsonans** – händelser som är önskvärda eller väntade, som medierna redan i förväg antar ska ske eller anser bör ske, har större chans att bli nyheter.
- 7. Kontinuitet** – när en händelse redan är i blickfånget ökar intresset för den och sannolikheten är stor att den kommer att få fortsatt uppmärksamhet.
- 8. Komposition i mediet** – ett medium måste ha en viss balans i valet av sina nyheter. Urvalet av nyheter i ett medium påverkar om nyheten kommer med eller inte. Om det exempelvis redan är för mycket utrikesnyheter kan en viss utrikesnyhet bli bortvald och tillsatt av en inrikesnyhet.
- 9. Elitnationer** – länder som ligger närmre vårt eget land kulturellt får sannolikt mer uppmärksamhet i medierna. Nationer som vi kan identifiera oss med, till exempel USA.
- 10. Elitpersoner** – händelser som berör elitpersoner tenderar att lättare bli nyheter än händelser som berör okända människor.

**11. Personifiering** – en händelse som innehåller tydliga människor eller personer skapar en viss identifiering och empati hos läsaren och därför ökar intresset för händelsen. Således är det stor chans att händelsen utvecklas till en nyhet.

**12. Negativitet** – dåliga nyheter tenderar att få större uppmärksamhet än positiva nyheter. Krig, våld och katastrofer har ett högre nyhetsvärde än händelser med mer positiva drag.<sup>29</sup>

## 5. Tidigare forskning

Här tar vi upp forskning som är relevant för vår undersökning.

### **5.1 Tredje världen i Dagens nyheter– oväntat mycket politik och en god balans**

Tredje världen i Dagens Nyheter är en uppsats på C-nivå skriven av Anna Ahlström och Emelie Andersson 2008 vid institutionen för kommunikation och design på högskolan i Kalmar. Uppsatsens syfte är att undersöka hur tredje världen framställs i Dagens Nyheter under 2008 och sätta detta i relation till hur tidningen rapporterar från resten av världen.<sup>30</sup> Genom kvantitativ- och kvalitativ innehållsanalys tar författarna reda på hur ofta nyhetsartiklar om tredje världen förekommer i Dagens Nyheter i jämförelse med resten av världen. Ahlström och Andersson undersöker vilka länder som förekommer oftast och vilka som är de vanligast förekommande ämnena. I studien undersöks även hur tredje världen framställs i artiklar om krig och terrorism. Författarna har alltså valt att titta på tredje världen som helhet och inte de länder som ingår i begreppet. Undersökningen har utgått från tre teorier: nyhetsvärdering, postkolonial teori och diskursteori. Totalt har de analyserat 957 utrikesartiklar och deras resultat visar att artiklar från ”resten av världen” är vanligare än artiklar från tredje världen, men skillnaden är inte så stor som de trodde att den skulle vara. 55 % av de analyserade artiklarna handlar om ”resten av världen” och 45% handlar om tredje världen och författarna menar att det visar på en oväntad jämn

---

<sup>29</sup> Björn Häger, *Reporter: en grundbok i journalistik* (Stockholm: Norstedt, 2009), 110-111.

<sup>30</sup> Ahlström, Anna & Andersson, Emelie. *Tredje världen i Dagens Nyheter – oväntat mycket politik och god balans*. (Studentuppsats från institutionen för design och kommunikation). Kalmar Högskola. Kalmar: Kalmar Högskola, 2008. Hämtad från: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hik:diva-1138>

bevakning. Kina, Kenya, Pakistan, Georgien och Burma är de fem mest förekommande länderna från tredje världen i undersökningen. För tredje världen är ämnen som krig, terrorism och krigsförbrytelser mest förekommande följt av inrikespolitik och flykting-och invandrarfrågor. För ”resten av världen” är inrikespolitik och flykting-och invandrarfrågor de vanligast förekommande ämnena, följt av val och valkampanjer.

Vi har använt oss av de kodningsprinciper som författarna till denna uppsats använt sig av. Enligt *Metodpraktikan* bör man som forskare använda sig av redan formulerade principer och frågor om de mäter samma sak som man själv vill mäta. Dessa är redan kontrollerade och genomdiskuterade av forskarsamhället och därför finns det goda skäl att kopiera och använda dem.<sup>31</sup>

## **5.2 Kriserna svenskarna glömt**

Den 25 oktober 2012 publicerade Läkare Utan Gränser en rapport, *Kriserna svenskarna glömt*, där organisationen uppvisar hur deras undersökning visar att många av världens största humanitära katastrofer har förbigått svenskarnas vetskap. Rapporten baseras på 1000 svenskars svar där organisationen frågat om vilka länder/platser som de kunde nämna att det råder en humanitär kris i. Svaren samlades in den 21 och 22 augusti 2012.

Organisationen utförde även en analys av svenska medier under perioden januari till augusti 2012 som visar att det finns ett tydligt samband mellan svenskarnas kännedom och mediebevakning. Syrien förekom i 25 169 artiklar medan krisen i Centralafrikanska republiken enbart omnämns i 17 artiklar, detta visar på ett tydligt samband mellan svenskarnas kännedom och mediebevakningen. Enligt Läkare Utan Gränser behöver medier bli bättre på att inte ignorera de större kriserna och katastroferna, hitta fler källor, utöka bakgrundsinformation till vissa kriser samt hitta alternativa lösningar när de inte har egna korrespondenter på plats, de kan bland annat dra nytta av hjälporganisationernas personal på plats.<sup>32</sup>

Samma dag som organisationens rapport publicerades skrev Johan Mast, generalsekreterare för Läkare Utan Gränser, en debattartikel i Dagens Nyheter. Mast är utbildad pedagog och har ett flertal utbildningar inom kris- och katastrofhantering. Johan

---

<sup>31</sup> Peter Esaiasson m fl., *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad* (Stockholm: Norstedts juridik, 2012), 241.

<sup>32</sup> Läkare Utan Gränser, 2012: *Kriserna svenskarna glömt*. (25.10.2012).

Mast menar att det är medierna som bär en del av ansvaret för att kunskapen om de stora humanitära kriserna gått förbi svenskarna.

Johan Mast menar att om svenskarna hade mer kunskap och ökad medvetenhet om vad som pågår skulle det även påverka deras engagemang genom ekonomiskt stöd och svensk biståndspolitik. Enligt Mast kan nyhetsvärderingen vara en av anledningarna till att medier inte uppmärksammar katastroferna och han poängterar att nyhetsvärderingen hindrar arbetet för en minskning av det mänskliga lidandet.<sup>33</sup>

### **5.3 World Disasters Report 2006 - Focus on neglected crises**

Varje år ger Röda Korset ut en rapport över det gångna årets katastrofer. Rapporterna fokuserar på olika ämnen olika år och år 2006 fokuserade rapporten på negligerade kriser. I rapporten menar man att de stora katastroferna, som exempelvis tsunamin i Sydostasien 2004, stal uppmärksamheten från de mer permanenta kriserna, som ofta skördar fler liv. Resultatet av detta blir att listorna över ”glömda” katastrofer blir längre och längre och när det gäller vissa länder eller katastrofer är mediebevakningen obefintlig.

Röda Korset ser ett samband mellan negligerade, eller ”glömda”, katastrofer och bristande mediebevakning. I ett försök att besvara frågan om varför vissa kriser negligeras delar Röda Korset in kriserna i sju kategorier. De menar att en kris kan befinna sig i en *medieskugga* och om en kris får stort utrymme i medierna hamnar det medieskugga över andra kriser. I medierna finns det ett begränsat nyhetsutrymme och om en katastrof, som exempelvis tsunamin 2004, får mycket utrymme betyder det automatiskt att en annan katastrof får mycket lite, eller obefintligt, utrymme. En kris kan även vara *underfinansierad* av givare, regeringar och hjälporganisationer och med det minskar även mediebevakningen. Det blir svårare att hitta historik och fakta om den pågående krisen och därmed blir det journalistiska arbetet svårare. Den tredje orsaken till att en kris negligeras är för att de är *oregistrerade*. Små och utdragna kriser riskerar att negligeras lättare än stora och plötsliga kriser. En katastrof kan även vara *indirekt eller sekundär*, medier riktar liten eller obefintlig uppmärksamhet åt katastrofer som är effekter av andra större katastrofer. De tenderar att fokusera på primär katastrofen och ”glömmer bort” de övriga katastroferna som följer den primära. Den femte orsaken är att en katastrof är *nedtystad* av landets egen regering. Det aktuella landet kan även vara stängt för journalister och därmed

---

<sup>33</sup> Dagens Nyheter, 2012: Debatt. (28.11.2012) <http://www.dn.se/debatt/utan-mediebevakning-syns-inte-katastroferna>.

blir de katastrofer som inträffas ej rapporterade. Ytterligare en anledning är att katastrofen är ”obekväm”. Regeringar, medier och hjälporganisationer väljer att titta bort av strategiska, säkerhets- eller logistiska skäl. Den sista kategorin i Röda Korsets rapport är att katastrofer kan vara *missförstådda*. Komplexa händelser som kan vara svåra att förstå riskerar att få litet eller obefintligt utrymme i media.<sup>34</sup>

## 6. Material och avgränsning

Vi har valt att studera de texter som publicerats i Svenska Dagbladet under första halvåret av 2012. Denna avgränsning har skett för att inte denna studie ska bli för stor. Det är enbart den tryckta tidningen som ingår i vår studie, vi valde bort webbtidningen. Anledningen till detta var dels att materialet blev för stort om vi skulle använda oss av både tryckt text och text publicerad på webben och dessutom är det fortfarande väldigt många som läser den tryckta tidningen. Vi utgick från det material som medieretriver.se gav oss efter en sökning med valen: Svenska Dagbladet, 2012-01-01 till 2012-06-30 och sedan angav vi ett av de 33 länderna som sökord i sökfältet. Vi studerade ett land i taget via medieretriver.se. Totalt har vi studerat 1936 texter men då vi valde att avgränsa vårt urval till tidningens huvuddel blev det slutgiltiga antalet texter 1185. Vi exkluderade alltså de ”lösa delarna” i tidningen, som näringsliv och kultur. Då vi har ämneskategoriserat texterna har **alla** möjliga ämnen inkluderats. Därmed är ämnen som ej berör katastrofbevakning inkluderade, dessa ämnen kan exempelvis vara nöje och kultur, evenemang och sport. Detta är ett medvetet val då avsikten är att skildra alla händelser som nämns för respektive land i det analyserade materialet.

Ett urval har även skett när det gäller val av hjälporganisationer, studien avser att studera två hjälporganisationer som är stora både i Sverige och internationellt. Dessa är Läkare Utan Gränser och Röda Korset. Innan denna avgränsning skedde var tanken att studera fler hjälporganisationer. Men efter att studerat hjälporganisationernas hemsidor ansåg vi att Läkare Utan Gränser och Röda Korset hade en liknande struktur för ”pressmeddelanden”.

---

<sup>34</sup> International federation of Red Cross and Red Crescent Societies, 2006: *World Disasters Report – focus on neglected crises* (20.12.2012).

## 6.1 Val av länder

Valet av vilka länder som skulle ingå i undersökningen var ett av de första stegen i studien och vi ansåg att det låg en stor vikt i beslutet om urvalet. Slutligen beslutade vi att det mest vetenskapliga var om vi utgick från vilka länder som nämnts i de pressmeddelanden som hjälporganisationerna publicerade första halvåret av 2012 på sina hemsidor. Därmed blev urvalet alla länder som nämnts i de publicerade pressmeddelandena.

## 6.2 Val av tidsperiod

Valet kring vilken tidsperiod som skulle undersökas fick prövas fram till ett beslut. Tester gjordes för olika perioder för att se vilken som passade studien. Vi började arbeta med vår undersökning i oktober 2012 och den första tanken var att studera hela 2012 fram till oktober. När sökningen efter artiklar i sökmotorn på medieretriver.se gjordes efter de aktuella länderna i undersökningen, upptäckte vi att urvalet av artiklar blev för många och tidsbrist skulle bli ett problem. Därefter övervägdes om de senaste tre månaderna skulle vara ett alternativ för undersökningen. När sökningen gjordes efter artiklar från augusti 2012 till oktober 2012 fann vi att urvalet var alltför litet, och det visade sig att en längre tidsperiod behövdes. Tillslut togs beslutet att det första halvåret av 2012 skulle bli den tidsperiod som passade vår studie bäst.

## 7. Metod

Genom att välja de länder som nämns i pressmeddelanden från hjälporganisationerna och titta på vilket utrymme de fick i Svenska Dagbladet, hoppas vi kunna uppnå vårt syfte. Vi har använt oss av kvantitativ innehållsanalys och för att få ett komplett resultat genomfördes även intervjuer med representanter för hjälporganisationerna.

### 7.1 Kvantitativ innehållsanalys

Kvantitativ innehållsanalys lämpar sig mycket bra då man vill mäta förekomsten av ett visst ämne. Genom den kvantitativa analysen kan man besvara frågor som *hur ofta* och *hur mycket*. Det är precis dessa frågor som vi vill besvara med hjälp av metoden. En kvantitativ innehållsanalys baseras på likvärdiga och jämförbara uppgifter på ett stort antal

analysenheter som kan uttryckas och analyseras i siffror.<sup>35</sup> För att forskaren ska få ett så bra resultat som möjligt bör denne förhålla sig till fyra betydelsefulla begrepp inom den kvantitativa innehållsanalysen. Dessa begrepp är: objektivitet, systematik, kvantitet och manifest innehåll. Objektivitet och systematik innebär att analysen skall vara genomförd på ett sådant sätt att andra forskare skall kunna upprepa den och få samma eller likvärdiga resultat. För att det ska gå att få fram statistiska sammanhang måste variablerna i kodschemat vara kvantitativt beskrivna. Manifest innehåll innebär att undersökningen begränsas till det som direkt går att läsa i texten.<sup>36</sup> Dessa fyra väsentliga begrepp har genomsyrat hela vårt arbetssätt och vi hoppas att det kommer att resultera i hög reliabilitet och validitet.

Kvantitativ innehålls analys lämpar sig bra då forskare vill gå igenom ett stort material för att sedan möjliggöra kvalificerade generaliseringar och eftersom antalet artiklar i vår undersökning är cirka 2000 är denna metod väl motiverad.

Genom en kvantitativ innehållsanalys kan vi svara på frågorna: *Vilka länder uppmärksammade hjälporganisationerna? Hur stort utrymme fick respektive land i Svenska Dagbladet?* samt *vilka de vanligast förekommande ämnena är?* För att få svar på frågorna har vi mätt hur många gånger respektive land nämns under halvårsperioden, både i hjälporganisationernas informationsflöde genom pressmeddelande och i Svenska Dagbladets nyhetstexter. Mätningar har även genomförts med syfte att ta reda på de vanligast förekommande ämnena, vilken sektion i tidningen som texten publicerats i, vilken sida och om landet är huvudnyheten i texten. (Mer information om kodningsprinciper och tolkningsprinciper finns i bilagor). Genom att titta på dessa delar kan vi ge läsaren en heltäckande bild av respektive land och det utrymme det får i Svenska Dagbladet.

## 7.2 Frågeundersökningar

En frågeundersökning handlar om att forskaren ställer frågor till svarspersonerna, samma frågor ställs till samtliga svars personer och vanligtvis följs de av i förväg bestämda svarsalternativ. I en samtalsintervju samtalar forskaren och svars personen mer fritt med varandra och inga fasta svarsalternativ förekommer. Vår genomförda metod är en

---

<sup>35</sup> Esaiasson m fl., 197.

<sup>36</sup> Åsa Nilsson. "Kvantitativ innehållsanalys". I Mats Ekström & Lars-Åke Larsson, *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (Studentlitteratur: Lund, 2000), 113-114.

kombination av dessa två, vi har ställt samma fasta frågor med öppna svarsalternativ. Våra frågor är således semistrukturerade. Vi vill att svarspersonerna skall förmedla sina egna tankar och åsikter, fasta svarsalternativ kan begränsa dem i detta.

Våra frågeundersökningar har genomförts via telefon och mejl och våra frågor är utformade enligt principen att våra svarspersoner är informanter. Informantundersökningen främsta uppgift är skildra hur någonting verkligen fungerar, vad som sker och hur det sker.<sup>37</sup> Då denna metod syftar till att besvara frågan *hur hjälporganisationerna gör för att försöka styra mediernas agenda* anser vi att vårt tillvägagångssätt är det mest lämpade. (För intervjufrågor se bilaga)

### **7.3.1 Val av intervjupersoner**

Genom läsning av respektive hjälporganisationens pressmeddelanden valdes våra svarspersoner ut, alla de som någon gång publicerat ett pressmeddelande ingick i mejlutsickret. Totalt fick tre personer från Läkare Utan Gränser och fem personer från Röda Korset ta del av vår frågeundersökning. Av dessa valde vi en person från respektive organisation att besvara den och deras svar presenteras i resultatdelen.

## **7.4 Metoddiskussion**

Vi anser att vi har gjort ett rättvist och tillräckligt stort urval för att kunna besvara våra frågeställningar. Genom att använda oss av de länder som hjälporganisationerna själva uppmärksammat i sina pressmeddelanden har vi eliminerat riskerna med vår egen förförståelse av vilka länder som får mest utrymme i medierna. Vår förförståelse av de länder som uppmärksammas i media visade sig genom vår undersökning dock vara sann men förförståelsen har inte präglat vår studie och påverkat vårt resultat. I och med det pågående kriget i Syrien är det inte konstigt att landet får mest plats i Svenska Dagbladet. Att undvika Syrien ansåg vi fel, vi hittade ingen bättre lösning än att låta Syrien ingå i undersökningen trots att vi redan innan analysens början visste att Syrien skulle dominera medieinnehållet.

Det tredje vanligast förekommande ämnet i vår undersökning var sport. Sportsektionen i Svenska Dagbladet är i relation till de andra sektionerna ganska stor. Att det dessutom var sommar OS i London påverkade antalet sporttexter. Hade sporten varit en egen bilaga, såsom den är i Dagens Nyheter, hade den ej ingått i vår studie och resultatet skulle te sig

---

<sup>37</sup> Esaiasson et al, 227-228.



annorlunda. Som vi tidigare nämnt är avsikten att analysera alla tänkbara ämnen, inte enbart katastrofrelaterade ämnen, som förekommer i texterna, därför är sport en variabel i undersökningen.

Eftersom mängden texter att analysera var stor delade vi upp länderna emellan oss. Våra tolkningar av texternas innehåll kan således omedvetet ha skiljt sig åt. Men med väl genomarbetade kodningsprinciper skiljer våra tolkningar inte sig åt. Att avgöra vad en text handlar om har varit det svåraste i vår undersökning, men detta har löst sig då vi använt oss av de redan etablerade kodningsprinciperna som förklarar innebörden av varje ämne. I de fall då en text har handlat om två eller flera ämnen har vi använt oss av huvudandelsprincipen, vilket innebär att texten har bedömts efter det ämne som huvuddelen av texten handlar om.<sup>38</sup>

Vid genomförandet av frågeundersökningar med representanter från respektive hjälpporganisation är vi medvetna om att svaren kan påverkas av deras position i organisationen. De ger oss således de svaren som organisationen förväntar sig att de ska ge oss, men då vi ej avser att ta del av deras personliga åsikter är detta inget hinder för deras trovärdighet.

## 7.5 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet handlar om den genomförda undersökningens tillförlitlighet. Reliabiliteten styrs av om undersökningen går att upprepa och fortfarande ge samma resultat. Ju mer man kan förlita sig på att resultatet går att reproducera desto högre reliabilitet har studien<sup>39</sup>. Genom att låta begreppen objektivitet, systematik, kvantitet och manifest innehåll hela tiden vara närvarande kan man förhoppningsvis uppnå hög reliabilitet. I vår undersökning har vi strävat efter att vara så genomsnittliga och objektiva som möjligt. Vi har förklarat våra urval, teorier och metoder systematiskt och noggrant. I innehållsanalysen kan visst utrymme för tolkning finnas, men genom att noga förklara våra tolkningsprinciper hoppas vi att reliabiliteten håller sig hög. De tolkningsprinciper som används i studien är sedan tidigare fastställda av andra forskare. Bland annat har vi använt oss av studien *Tredje världen i Dagens Nyheter – oväntat mycket politik och en god balans*<sup>40</sup> när vi har utvecklat

---

<sup>38</sup> Ibid., 207.

<sup>39</sup> Annika Eliasson, *Kvantitativ metod från början* (Lund: Studentlitteratur, 2006), 15.

<sup>40</sup> Ahlström, Anna & Andersson, Emelie. *Tredje världen i Dagens Nyheter – oväntat mycket politik och god balans.*, 2008.

vår kodmall och våra kodningsprinciper. I kodningsprinciperna har även boken *Reporter* använts för att fastställa vad vi åsyftar med olika genrer.<sup>41</sup> Då 1185 texter har kodats kan det hända att enstaka slarvfel inträffat. Kodmallen har därmed testats två gånger för att eliminera risken för detta. Enligt Esaiasson m fl. bör man utsätta en kvantitativ innehållsanalys för ett reliabilitetstest. Två veckor efter avslutad kodning genomförde vi detta test. Reliabilitetstestet utfördes av oss själva och vi valde slumpvis ut texter som kodades enligt samma principer en gång till. Totalt testades 100 texter och resultatet blev 100 % reliabilitet på de ”självkla” variablerna som land, sida i tidningen och datum. När det kom till variabeln ämne och genre blev reliabiliteten 90 %, men då dessa är variabler med hög ”svårighetsgrad” anser vi att studiens totala reliabilitet är hög.<sup>42</sup>

*Validitet* handlar om 1) *överensstämmelse mellan teoretisk definition och operationell indikator*, 2) *frånvaro av systematiska fel* och 3) *att vi mäter det vi påstår att vi mäter*.<sup>43</sup> Vi anser att vår undersökning har god validitet och vi har i största möjliga mån undvikit systematiska fel. Genom våra valda metoder har vi mätt det som studien avser att mäta. Frågeställningarna har besvarats på ett korrekt sätt och resultatet har stöd i teorier från tidigare forskning.

---

<sup>41</sup> Björn Häger, *Reporter: en grundbok i journalistik* (Stockholm: Norstedt, 2009), 6.

<sup>42</sup> *Ibid.*, 207.

<sup>43</sup> *Ibid.*, 57.

## 8. Resultat och analys

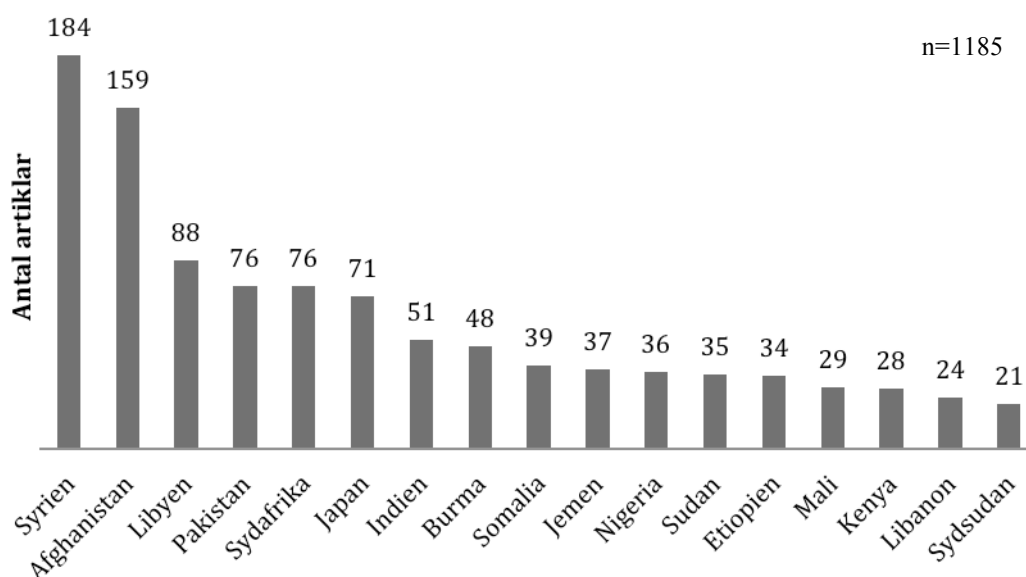
I denna del presenteras resultatet och analysen av våra undersökningar. I resultatdelen besvaras frågeställningarna och resultatet kopplas till de teorier och den forskning som vi redogjort för tidigare. Resultatet inleds med den kvantitativa innehållsanalysen som kommer att presenteras i form av diagram och kompletterande text. Efter genomgången av den kvantitativa innehållsanalysen följer resultatet av våra frågeundersökningar, dessa redovisas i en sammanfattning över de viktigaste svaren och avslutas med analys. Hela resultatet av frågeundersökningen återfinns i bilagorna.

### 8.1 Landfrekvens

*Hur stort utrymme fick respektive land i Svenska Dagbladet?*

Vi har studerat 33 länder och deras förekomst i Svenska Dagbladet från januari till juni 2012. Länderna har förekommit i någon eller några av de 1185 texter som analyserats i vår undersökning. Då antalet artiklar är stort i antal redovisas detta resultat i en uppdelning av ländernas frekvens i högt och lågt. Redovisningen börjar med de länder som har högst frekvens.

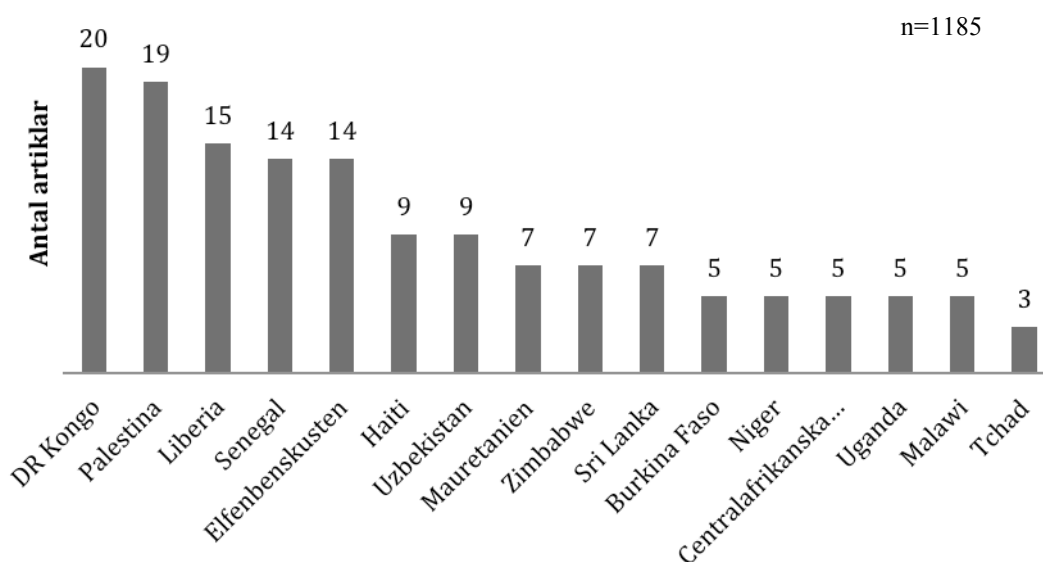
#### 8.1.1 Länder med hög frekvens



Figur 8.1. Antalet gånger varje land förekommer i en text.

Figur 8.1 visar de länder som har högst frekvens i Svenska Dagbladet under den tidsperiod som vi undersöker. Antalet texter där Syrien förekommer är 184 stycken vilket är 15,5% av den totala textmängden och Syrien är därför det land som har högst frekvens i vår undersökning. Av de länder som hade högst frekvens var det Sydsudan som hade lägst, Sydsudan förekom i totalt 21 texter vilket är 1,8 % av den totala textmängden. I dessa länder råder bland annat våldsamma konflikter, fattigdom och politisk orättvisa. De flesta av dem har ett lågt eller mycket lågt HDI och därför är det intressant att reflektera över varför just Sydafrika och Japan, som jämförelsevis har ett högt HDI, hamnar på delad fjärde- och femte plats när det gäller frekvens. För att kunna besvara denna fråga måste vi gå in i ämneskategorierna och där kan vi se att de flesta av texterna i dessa länder handlar om sport. Det kommande OS-evenemanget samt att Sydafrika var det senaste värdlandet för fotbolls VM har inverkan på frekvensen. I övrigt kan vi se att det är de länder som ligger i Syd- och Västasien samt Mellanöstern som dominerar innehållet i de undersökta texterna. Libyen ligger visserligen i Afrika men i den arabiska delen och kan således även räknas till Mellanöstern. Om vi bortser från Sydafrika, vars texter uteslutande handlade om sport, är det först på plats nio som ett land söder om Sahara förekommer.

### 8.1.2 Länder med låg frekvens?



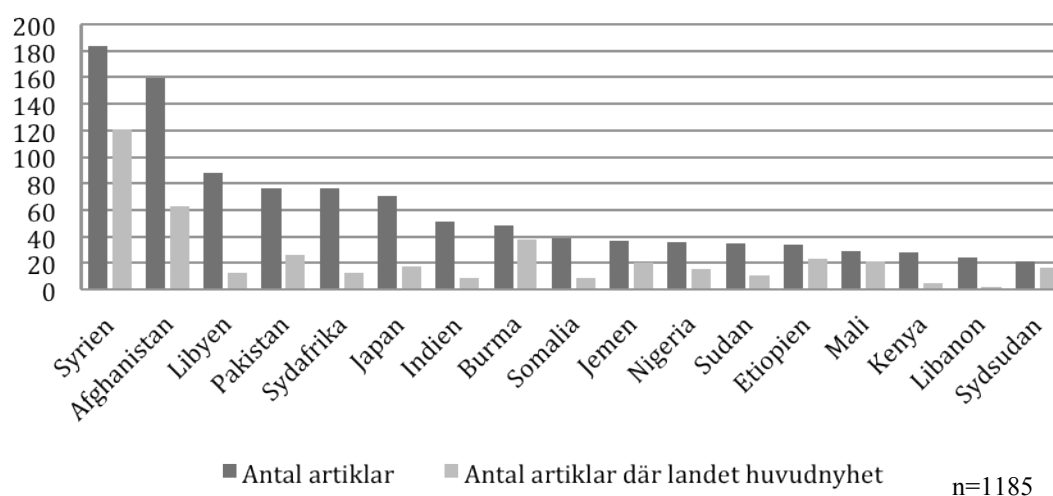
Figur 8.2. Antalet gånger varje land förekommer i en text.

Figur 8.2 visar de länder som har lägst frekvens i Svenska Dagbladet under den tidsperiod som vi undersöker. Tchad var det land som fick lägst frekvens av alla 33 länder i de totalt 1185 artiklarna. Länderna Malawi, Uganda, Centralafrikanska republiken, Niger och

Burkina Faso hamnade på en delad plats med fem artiklar vardera. Högst frekvens bland de länder som hade lägst frekvens var DR Kongo och Palestina. Vi kan tydligt se att de länder som ligger Söder om Sahara har lägst frekvens i Svenska Dagbladet, trots att dessa länder återfinns längst ner i FN:s index över mänsklig utveckling och således kanske skulle behöva mer medial uppmärksamhet.

### 8.1.3 Textens direktkoppling till landet

I denna del har vi jämfört variablerna frekvens och direktkoppling till landet i texten. För variabeln direktkoppling till landet var svarsalternativen i vår analys ja eller nej. Det vill säga; om sökordet var Japan och den analyserade texten hade direktkoppling till landet eller en specifik händelse i landet blev svaret ja. Det kan exempelvis vara en text där landet Japan förekom och där texten handlade specifikt om landet eller en händelse som inträffat i landet, exempelvis rapporter från kärnkraftsolyckan i Fukushima. Om sökordet fortfarande var Japan men om den analyserade texten istället handlade om Sommar OS i London blev svaret nej, texten hade alltså inte direktkoppling till landet eller till en specifik händelse som inträffat i landet. Även detta resultat är uppdelat i hög och låg frekvens.

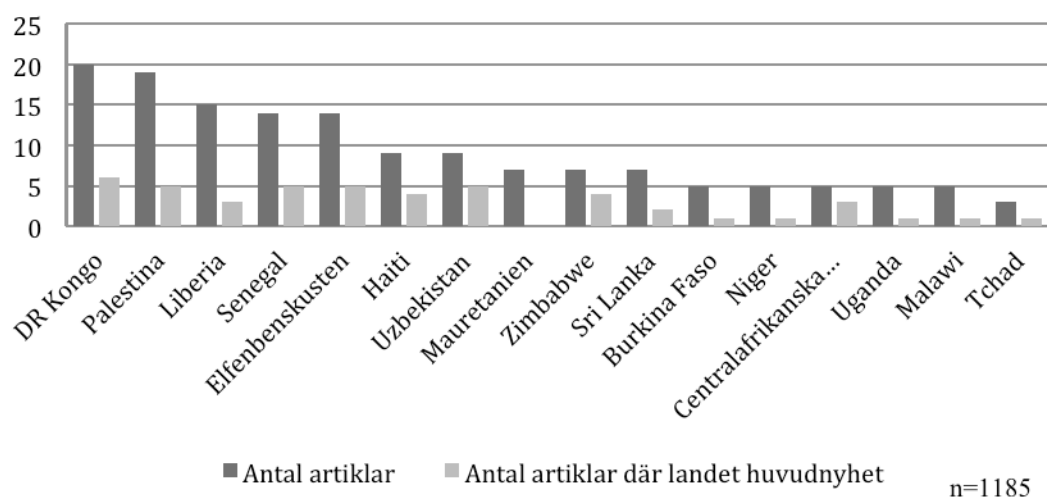


Figur 8.3. Antalet texter med hög frekvens och direktkoppling till land.

I figur 8.3, i det enskilda landets vänstra stapel, visas landets frekvens i Svenska Dagbladet och i den högra stapeln visas antalet texter där landet har en direktkoppling. Resultatet visar att det är ojämnt mellan frekvens och direktkoppling i texten. Det finns inget land i detta diagram som har en exakt jämn nivå mellan de två variablerna. Sydsudan är närmast en jämn nivå då 85 % av texterna har en direktkoppling till landet. Även Burma är ett land som har en jämn nivå där 77 % av texterna har direktkoppling.

Kenya, Indien, Somalia och Libyen är de länder med starkast kontrast mellan variablerna då enbart cirka 16-20% av texterna har direktkoppling till landet. Även Sudan skiljer sig mellan variablerna direktkoppling och frekvens då cirka 29 % av texterna handlar specifikt om Sudan, en större andel av texterna visar sig istället ha direktkoppling till Sydsudan.

Vår studie visar även att länder oftast nämns tillsammans med andra länder. Vanligast är att Pakistan nämns i texter där Afghanistan förekommer eller med andra länder där texterna handlar om krig, utrikespolitik eller terrorism. Libyen och Jemen nämndes mestadels i samband med Syrien samt med länder där texterna handlar om utrikespolitik, terrorism och krig. Indien nämns oftast enskilt men i vissa fall tillsammans med Sri Lanka och Pakistan. Bland de länder med lägre frekvens såg det ut på följande vis:



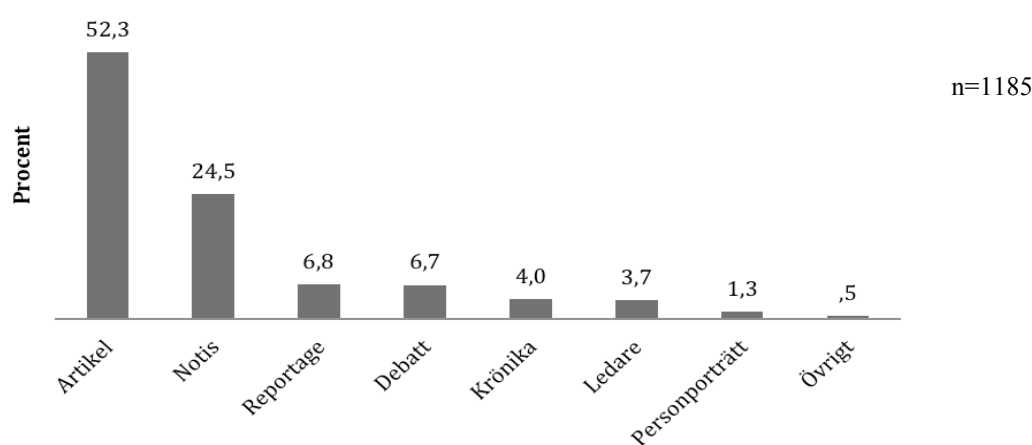
Figur 8.4. Antalet texter med låg frekvens och direktkoppling till land.

I figur 8.4 visas, i landets enskilda vänstra stapel, landets frekvens i Svenska Dagbladet och i den högra stapeln visas antalet texter där landet har en direktkoppling i texten. Resultatet visar att även bland de länder som har lägre frekvens i tidningen är det ojämnt mellan frekvens och direktkoppling. I detta diagram finns det inget land som har en jämn nivå mellan de två variablerna, utan här är det större skillnader mellan frekvens och direktkoppling. Mauretanien har ingen text där landet eller en händelse i landet har en direktkoppling i den analyserade texten. Då man studerar frekvens på länderna DR Kongo, Palestina och Liberia så är den relativt hög, men sällan har landet direktkoppling i texten.

Vid en mer noggrann analys av dessa variabler visar det sig att de små afrikanska länderna ofta nämns tillsammans med varandra. De olika afrikanska länderna nämns i begrepp som för samman länderna som till exempel *Afrikas Horn*. Även när det gäller politik nämns de afrikanska länderna i samband med exempelvis Afrikanska Unionen. Det finns en likhet med arabländerna, där de tillsammans med varandra politiskt, nämns som Mellanöstern. Medan de asiatiska länderna inte är uppdelade efter område, kontinent, politik eller kultur. Japan, Indien och Burma nämns inte en enda gång i gemensam text. Utan majoriteten av de tillfällen där Japan nämns i texter är det med länder, som gemensamt med Japan, har hög levnadsstandard enligt HDI.

### 8.1.4 Textgenre

I ovanstående del har vi besvarat frågan *vilket utrymme respektive land fick*, men utrymme måste inte enbart mätas i frekvens utan det kan även mätas i faktiskt textutrymme i form av genre. Om ett land förekommer i exempelvis reportageform ges det större textutrymme än om det förekommer i notisform.<sup>44</sup> Det är således inte enbart frekvensen som avgör hur mycket uppmärksamhet ett specifikt land fått.



Figur 8.5 Andelen texter fördelade på genre.

Figur 8.5 visar texternas fördelning i genre. Nyhetsartikelformat är den vanligaste genren och 52,3% av alla texter förekommer i artikelformat, det andra vanligaste formatet är notis och det tredje vanligaste är reportage. Tanken med denna variabel var att se om det fanns någon skillnad mellan frekvens och faktiskt textutrymme, men resultatet av denna jämförelse visar att frekvens hänger samman med utrymme. De länder med högst frekvens förekom mest i genren reportage, med undantag av Haiti där 44 % av de totalt nio texterna var reportage. 17 % av alla texter om Syrien och 25 % av alla texter om Libyen återfanns i

<sup>44</sup> Björn Häger, *Reporter: en grundbok i journalistik*, 40-41.

åsiktsrelaterat format som debatt- krönika eller ledare. Resultatet visar alltså att det finns en stark koppling mellan frekvens och utrymme.

### **8.1.5 Sammanfattning och analys**

Resultatet av dessa delar går att koppla till nyhetsvärderingsprinciperna som tas upp i avsnittet för teoretiskt ramverk. Om vi börjar med de länder som har högst frekvens kan vi se att Syrien, Afghanistan, Libyen, Pakistan och Sydafrika hade allra högst frekvens. Galtung och Ruge menar att negativa händelser tenderar att få större uppmärksamhet än positiva. 51 % av alla texter om Pakistan är uteslutande negativa, de handlar om krig, terrorism, krigsförbrytelse, dödsfall och brott och straff, samma ämnen står för 38 % av texterna som handlar om Syrien, 36 % av texterna om Afghanistan och 25 % av texterna om Libyen. För Sydafrikas del är det däremot sporten som dominerar. Hela 46 % av texterna där Sydafrika ingår handlar om sport. Detta kan kopplas till nyhetsvärderingsprincipen konsonans, det vill säga om händelsen är väntad eller önskvärd ökar chanserna för att den skall bli en nyhet. Galtung och Ruge menar dessutom att ju längre det kulturella avståndet är desto mer negativ måste en händelse vara för att den ska få publicitet. Att Syrien fått störst utrymme är inte överraskande och detta hänger samman med att händelsens egenskaper passar in på många av nyhetsvärderingsprinciperna. Om man tittar på principen frekvens så borde rapportering från Syrien snart avta. Händelsen har fått mycket uppmärksamhet under en lång period och enligt principen frekvens har händelser som utspelar sig under en kort tid ett högre nyhetsvärde än händelser som sker under en lång tid. Men händelsens kontinuitet kan väga upp publiceringsfrekvensen. Det kan även många av de andra principerna göra. Haiti är ett tydligt exempel på hur en händelse kan avta i nyhetsvärde desto längre period händelsen utspelar sig under. År 2010 då landet drabbades av allvarliga jordbävningar publicerades 267 texter om landet i Svenska Dagbladet, under vår undersökningsperiod förekom landet i totalt 9 texter. Detta visar tydligt att en nyhet bara är en nyhet under en kortare period trots att katastrofen kvarstår.

Om man går vidare och tittar på Afghanistan kan man koppla den höga frekvensen dels till negativa händelser och dels till principen om meningsfullhet. Meningsfullhet innebär att läsaren skall kunna identifiera sig med det som sker. Ju närmre kulturellt läsaren står händelsen och ju mer relevans händelsen har för läsaren desto större är chansen att det blir



en nyhet<sup>45</sup>. I och med att Svenska Försvarsmakten finns på plats i Afghanistan ökar både händelsens meningsfullhet, relevans och den kulturella närheten. Gemensamt för alla de 10 länder som har lägst frekvens är att de helt eller delvis inte passar in på någon av nyhetsvärderingsprinciperna. Visserligen borde de passera tröskelvärdet vad gäller antalet drabbade människor och negativa händelser, men troligtvis finns det många av de andra kraven på nyheter som inte uppfylls. Tillsammans med bristen på nyhetsvärde och andra faktorer får således dessa länder låg frekvens i tidningen.

De tio länder med lägst frekvens är även lika när det gäller direktkoppling till landet, en liten del av texterna där landet förekom hade en direktkoppling till landet eller till en specifik händelse i landet. Gemensamt för de afrikanska länderna med lägst frekvens var att de förekom i samma texter. Vi kan tyda en viss tendens att hopa samman de afrikanska länderna. Kanske har även detta med nyhetsvärderingsprinciperna att göra. När det gäller direktkoppling till landet i texten kan vi också dra en parallell mellan lågt och högt HDI, de länder med lågt HDI löper större risk att förekomma i texter där de ej har någon direktkoppling medan de länder med högre HDI har en större andel texter med direktkoppling. Även när det gäller hög och låg frekvens kan vi koppla ihop resultatet med högt och lågt HDI: De länder med lägre frekvens har även ett lågt HDI och vice versa. Detta kan kopplas till principen kulturell och geografisk närhet, läsarna i Sverige har lättare att identifiera sig med länder och händelser som befinner sig nära kulturellt och eller geografiskt. Kulturell och geografisk närhet kan även kopplas ihop med elitnationer, och ju högre HDI ett land har desto mer kan det klassas som en elitnation.

Komposition i mediet kan ha stor negativ inverkan på de mindre frekventa länderna. Då exempelvis Syrien och Afghanistan får stor uppmärksamhet kan det bidra till att andra utrikesnyheter blir bortvalda, kvoten av utrikesmaterial är redan fylld och därför måste man välja bort andra utrikesnyheter med lägre nyhetsvärde. Nyhetsvärderingsprinciperna kan alltså ses som en förklaring till varför vissa länder har högre frekvens än andra. Genre och direktkoppling till landet hänger i sin tur ihop med om landet har hög eller låg frekvens. Det är dock viktigt att komma ihåg att nyhetsvärderingsprinciperna enbart är teorier och inte för journalister fastställda regler, det finns även andra yttre- och inre

---

<sup>45</sup> Ibid., 111.

faktorer som påverkar nyhetsurvalet, dessa faktorer ingår däremot ej i vår studie och därför tar vi ej hänsyn till dem i detta resultat.

Resultatet av Läkare Utan Gränsers rapport *Kriserna svenskarna glömt*<sup>46</sup> från 2012 visar på ett samband mellan människors förståelse av vilka länder som är drabbade av humanitära kriser och mediebevakning. De menar att de länder som svenskarna inte nämner kan kopplas till att medierna inte rapporterar om dem. Men resultatet av vår studie går delvis emot det. I topp på Läkare Utan Gränsers studie<sup>47</sup> ligger Syrien med en spontan kännedom utan bortfall på 58,9% följt av Somalia 39,5 % på och Afghanistan på 26,7%, detta stämmer delvis med vår undersökning om vilken frekvens länderna har i Svenska Dagbladet. Syrien och Afghanistan stämmer helt överens, men Somalia däremot står enbart för 3,3 % av texterna i vår studie. Den största likheten mellan studierna är bland de länder som ligger i botten, det som däremot är intressant är att 26,4% av svarspersonerna i Läkare Utan Gränsers rapport uppger att de har kännedom om Sudan trots att Sudan enbart står för 3,0 % av den totala textmängden. Detsamma gäller Etiopien och DR Kongo. De har hög kännedom i Läkare Utan Gränsers rapport men de har låg frekvens i vår undersökning. Ett resultat som däremot visar tvärtom, alltså att mediebevakningen är hög men att kännedomen är låg är länderna Libyen och Pakistan, i vår studie är de bland dem länder med högst frekvens men i Läkare Utan Gränsers rapport har svarspersonerna relativt liten kännedom om dem<sup>48</sup>. Att resultatet delvis skiljer sig åt kan förklaras med att undersökningen genomfördes under olika perioder av 2012. Läkare Utan Gränsers genomförde sin frågeundersökning den 21 och 22 augusti 2012 och vår studie genomfördes på texter som publicerats från januari till juni 2012. Men vi anser att denna skillnad i tidsperiod är liten och att den således ej bör påverka skillnaderna i resultatet. Resultatet av Läkare Utan Gränsers medieanalys som genomfördes mellan januari och augusti 2012 stämmer bättre överens med resultatet av vår studie.

## 8.2 Texternas ämnesområde

*Vilka är de vanligast förekommande ämnena?*

I denna del kommer vi att presentera de vanligast förekommande ämnena i Svenska Dagbladets nyhetstexter och i hjälporganisationernas informationsflöde via deras

---

<sup>46</sup> Läkare Utan Gränsers. (2012). *Kriserna svenskarna glömde*. Elektronisk rapport. 25 oktober 2012.

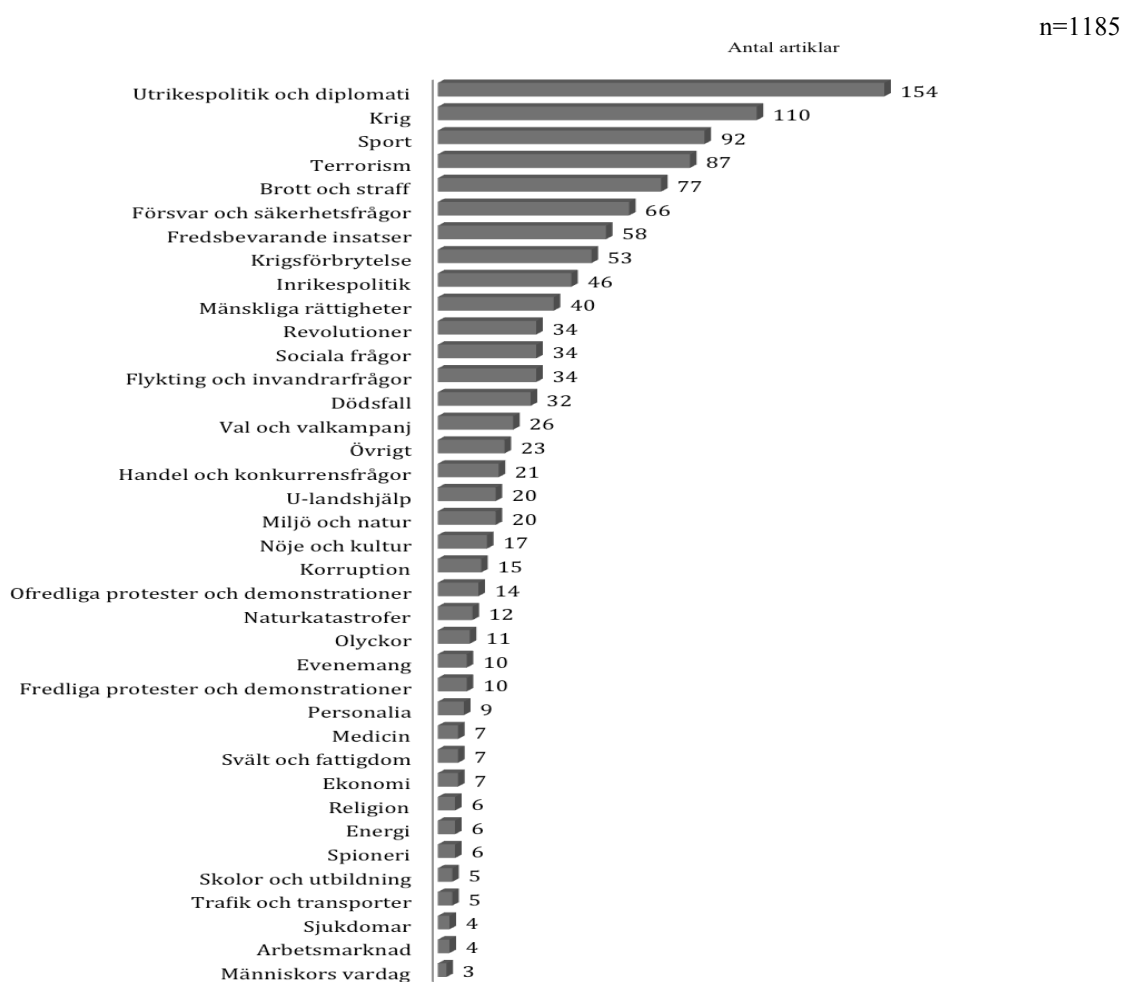
<sup>47</sup> Ibid

<sup>48</sup> Ibid

pressmeddelanden. Avsikten är i första hand inte att jämföra de båda analysenheterna. Istället kommer vi presentera de vanligast förekommande ämnena och föra en diskussion om vilka eventuella likheter och skillnader som finns mellan dem.

I resultatet för hjälporganisationerna har ämnesvalen förts samman i ett diagram, detta för att analysmaterialet var relativt litet i jämförelse med materialet från Svenska Dagbladet. Först presenterar vi vilka ämnesområden som förekom bland Svenska Dagbladets texter och sedan vilka som förekom i hjälporganisationernas pressmeddelanden. Därefter sammanfattas och analyseras resultatet.

### 8.2.1 Svenska Dagbladet



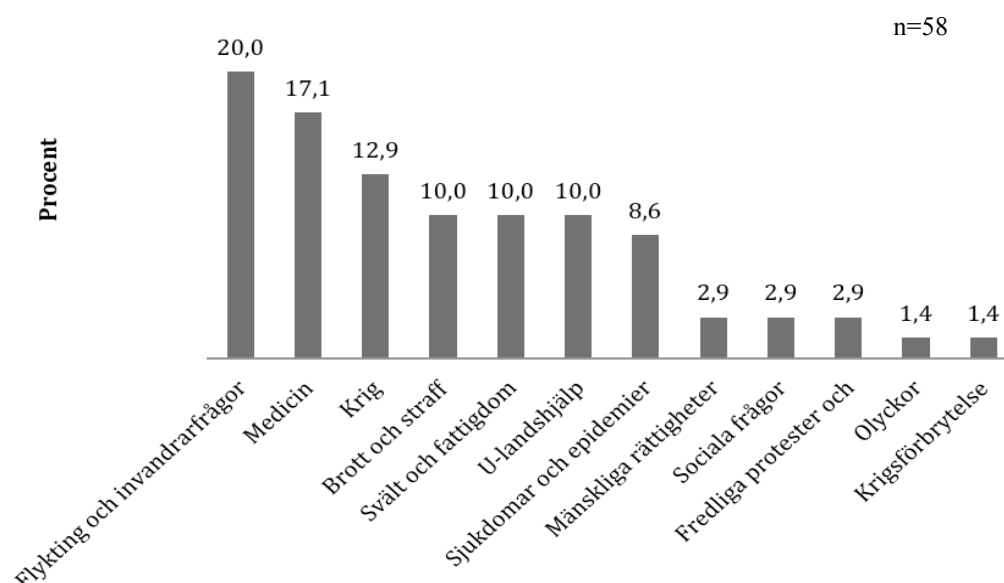
Figur 8.6. Antalet gånger varje ämne förekommer i den totala textmängden.

Figur 8.6 visar att det är en ojämn fördelning av ämnen i de undersökta texterna. Antalet texter där utrikespolitik och diplomati är huvudämnet är 154 stycken vilket är 13 % av den totala textmängden, vilket gör ämnet till det vanligast förekommande ämnet i tidningen under den tidsperiod som vi undersöker. Även ämnet krig hade en hög förekomst med 9 %.

Det var främst länder som Syrien, Afghanistan och Libyen som de båda ämnena berörde. Terrorism är ett annat ämne som berörde länderna och ämnet hade en förekomst på 7 % och strax därefter följde ämnet brott och straff med 6,5 %. Att det rapporteras om krig och utrikespolitik i länder som Syrien och Afghanistan är inte förvånande då länderna befinner sig i en situation där krig, försvar och säkerhet, brott och liknande ämnen just nu är aktuella. Men det som vi fann intressant var att ämnet sport hade en snarlik förekomst som ämnena krig, terrorism eller brott och straff. Sporten förekommer i 8 % av den totala textmängden och ämnet berörde främst länder som Sydafrika och Japan.

Resultatet visar även att ämnena medicin, ekonomi, sjukdomar eller svält och fattigdom hade en låg förekomst i Svenska Dagbladet under undersökningsperioden. Dessa ämnen hade en förekomst på cirka 0,5 % per ämne av den totala textmängden. Japan och Indien var de länder med två tillfällena som hade högst frekvens av ämnet medicin i tidningen. Ämnet sjukdomar nämndes 0,3 % och då var det länderna Sydafrika, Haiti och Malawi som nämndes med ett tillfälle per land. Andra länder, med till exempel högt HDI, nämndes inte alls när dessa ämnen med låg förekomst berördes i tidningen. Detta resultat var intressant då många länder drabbas av sjukdomar, svält och fattigdom i brist på medicin och ekonomiska förutsättningar.

### 8.2.2 Hjälporganisationerna



Figur 8.7. Fördelning av ämnen i pressmeddelandena.

Figur 8.7 visar de ämnen som har hög eller låg förekomst i hjälporganisationernas pressmeddelanden. Det vanligast förekommande ämnet bland hjälporganisationernas är flykting- och invandrarfrågor med 20 % av de 58 pressmeddelandena. Det är främst länderna Sydsudan och Sudan som ämnet berör. Även andra länder som Mali, Syrien, Mauretanien nämns men då med ett tillfälle per land. Ämnet medicin förekom i 17 % av pressmeddelandena, där Syrien är det land som nämns vid flest tillfällen med två gånger. Ämnet krig nämndes i hjälporganisationernas pressmeddelanden med cirka 13 %, medan ämnen som brott och straff, svält och fattigdom samt u-landshjälp förekom med 10 % per ämne. Hjälporganisationerna rapporterar mest om Somalia när det gäller ämnet brott och straff. Och i ämnet svält och fattigdom fokuserar de rapporteringen kring Mauretanien, Senegal, Mali, Burkina Faso, Niger och Tchad med ett tillfälle per land inom ämnet.

Det minst förekommande ämnet bland hjälporganisationernas pressmeddelanden är olyckor och krigsförbrytelse med 1,4 % av den totala summan. En tankeväckande del av detta resultat är att ämnena sociala frågor och mänskliga rättigheter hade låg förekomst trots att organisationerna inriktar sig på dessa frågor. Samt att ämnen som u-landshjälp, svält och fattigdom, sjukdomar och epidemier fick en lägre frekvens än rapporteringen om krig. Detta visar att hjälporganisationerna hellre rapporterar om krig än om exempelvis u-landshjälp. Resultatet visar även att ämnen som naturkatastrofer, arbetsmarknad, trafik och transporter eller skolor och utbildning aldrig nämndes bland hjälporganisationernas pressmeddelanden.

### **8.2.3 Sammanfattning och analys**

Resultatet av dessa delar visar att de vanligast förekommande ämnena i Svenska Dagbladets texter är utrikespolitik/diplomati, krig, sport och terrorism. De mest förekommande ämnena i hjälporganisationernas pressmeddelanden var flykting/invandrarfrågor, medicin och krig.

Cirka 34 % av ämnena är gemensamma för Svenska Dagbladet och hjälporganisationerna. De gemensamma ämnena som de rapporterar om är; flykting- och invandrarfrågor, medicin, krig, brott och straff, svält och fattigdom, u-landshjälp, sjukdomar och epidemier, mänskliga rättigheter, sociala frågor, fredliga protester och demonstrationer, olyckor samt krigsförbrytelse. De resterande ämnen är det enbart Svenska Dagbladet som rapporterar om. Att hjälporganisationerna exkluderar vissa ämnen är självklart då dessa ämnen inte följer hjälporganisationernas inriktning, grundregler, arbetssyfte- och vision.

Att ämnena krig, sport, terrorism samt utrikespolitik och diplomati var vanligast förekommande i Svenska Dagbladet anser vi gå i linje med Galtung och Ruges teorier om nyhetsvärdering<sup>49</sup>. Elitpersoner, elitnationer, meningsfullhet med kulturell närhet och relevans, negativa nyheter och kontinuitet är bara några av de egenskaper som kan förklara varför just dessa ämnen var vanligast förekommande.

Människors vardag är det ämne som är minst förekommande i Svenska Dagbladet. Vid närmare undersökning ser vi att texterna som berör detta ämne handlar om människor som är icke-elitpersoner och befinner sig långt ifrån vår kulturella och geografiska närhet. Det är då inte helt oväntat att de får en låg frekvens eftersom att nyhetsvärdet är lågt, trots att personifiering är en av de tolv nyhetsfaktorerna som Galtung och Ruge nämner.

Resultatet visar även att Svenska Dagbladet utelämnar vissa ämnen bland vissa länder, trots att ämnet är aktuellt i landet. Tillexempel fanns det ingen text om Palestina där ämnet var försvars- och säkerhetsfrågor, inte heller fanns det någon text med ämnet fredsbevarande insatser när det rapporterades om Afghanistan.

## 8.3 Frågeundersökning

*Hur gör hjälporganisationerna för att försöka styra mediernas agenda?*

Nedan presenteras resultaten av de två utförda mailintervjuerna. Intervjuerna har sammanfattats så att de viktigaste svaren redovisas. De fullständigt intervju svaren återfinns i bilagorna.

### 8.3.1 Röda Korset

Sammanfattning av frågeundersökning med Maude Fröberg, pressansvarig på Röda Korset.

Röda Korsets pressansvarige ansvarar för att stå till tjänst med information om hur organisationen arbetar för att förhindra och lindra lidande i krig, katastrofer och kriser. Det inkluderar att sprida kunskap inom organisationen om hur medierna fungerar. Den pressansvarige har utöver detta även arbetsuppgifter som att skriva pressmeddelanden, debattartiklar och rapporter från fältresor, samt att ha kontakt med journalister. Ibland sker även resor tillsammans med journalister till krig- och katastrofdrabbade områden.

---

<sup>49</sup> Marina Ghersetti, "Journalistikens nyhetsvärdering". I *Medierna och demokratin*, Nord & Strömbäck, 212.

Genom att vara ansluten till MyNewsdesk kan Röda Korset få statistik på hur ofta ett pressmeddelande läses och därav se vilka ämnen som uppmärksammas mest. Förr i tiden kunde Röda Korset se ett större genomslag av sina pressmeddelanden i tryckt press, nuförtiden används de mest som en ingång för fortsatt kontakt. Även genom sociala medier och via sms-kontakt kan Röda Korset informera fler journalister om aktuella händelser. Organisationen ser att de har ett ansvar i den information och kunskap som journalister får ta del av, då medierna spelar en stor roll i Röda Korsets arbete i att rapportera om olika situationer från de 188 olika platser världen över där organisationen finns.

Röda Korsets strategi för att få ett visst land eller ett projekt uppmärksammat i media är att förmedla en berättelse om drabbade människor och deras behov. Berättelsen kan även handla om en biståndsarbetare inom organisationen, en svensk på plats eller om någon som kan ge en röst åt de som drabbats. Detta för att berättelsen snabbt ska kunna förmedlas i samband med en mängd fakta som till exempel siffror. Röda Korset sprider sedan denna berättelse genom en mängd kanaler, som till exempel sociala medier. Röda Korset har pressjour 24 timmar om dygnet och är alltid beredda på att svara på uppföljande frågor om pågående projekt. Maude Fröberg menar att det är en myt att rapporteringen om humanitära kriser minskar, istället menar hon att alla tecken snarare pekar på att allt fler deltar i allt fler kanaler, inte minst i sociala medier. Enligt Maude Fröberg är en av svårigheterna att få medierna att uppmärksamma glömda kriser det faktum att nyheter ska per definition vara någonting nytt, gärna dramatiskt och kontroversiellt och hon menar att detta står i direkt motsats till exempelvis en utdragen matbrist. Maude Fröberg anser att svårigheterna att lyfta en så kallad glömd katastrof i medierna ställer krav på humanitära organisationer att skärpa analysen om varför en katastrof inte når strålkastarljuset och agera därefter.

### **8.3.2 Läkare Utan Gränser**

Sammanfattning av frågeundersökning med Karin Ekholm, informatör på Läkare Utan Gränser.

Läkare Utan Gränserns informatör ansvarar för att arbeta aktivt mot lokala medier, tidskrifter och onlineproduktioner, samt med att forma mediestrategier och utvärdera organisationens pressarbete. Som informatör har man också ansvar att utbilda personal, koordinera föreläsningar, talare och samla material till detta. Att använda organisationens

hemsida till att informera journalister är inte prioriterat och Läkare Utan Gränser har ingen statistik över hur många besökare som läser pressmeddelanden via deras hemsida. Organisationen använder sig istället av ett annat verktyg som skickar ut pressmeddelanden direkt till journalister och redaktioner, och av dessa utskick kan de föra statistik för att följa upp hur många som läst pressmeddelandena. Läkare Utan Gränser uppfattar att medierna är viktiga för organisationen då de ser ett samband mellan de specifika händelserna som medierna uppmärksammar och den respons allmänheten har genom ett ökat ekonomiskt bidrag till det akutkonto som organisationen har kopplat till händelsen. Vilket i sin tur gör att Läkare Utan Gränser kan utöka sitt arbete i den aktuella katastrofen.

Läkare Utan Gränserns strategi för att få ett visst land eller ett projekt uppmärksammat i media är att använda sig av de "klassiska verktygen", som att skicka ut pressmeddelanden till utvalda journalister, aktivt arbete i organisationens egna kanaler, framför allt inom sociala medier som Facebook och Twitter, och även genom telefon- och mejlkontakt. Läkare Utan Gränser anser att en viktig del av deras strategi är att ha personliga och långvariga relationer med utvalda journalister samt att uppfattas som en trovärdig och relevant kunskapskälla.

När en stor katastrof inträffat har Läkare Utan Gränser strategier på hur de ska kunna svara på många förfrågningar. Organisationen blir oftast kontaktad av journalister och har då förbestämt vilka medier de prioriterar att besvara. När det inte är en akut kris prioriterar organisationen istället ämnen och länder. Det som avgör är de bedömningar som görs inom organisationen om hur svensk media kommer att motta budskapet eller om det ligger en vikt internationellt om Sveriges engagemang i en viss fråga. Organisationen anser att det finns en svårighet med att nå ut med vissa ämnen i svensk media, då organisationen anser att all journalistik är kommersiell och styrs av konsumenterna. Därav efterfrågar svenska medier en svensk vinkel på nyheterna och eftersom organisationen arbetar med globala frågor blir vissa ämnen, katastrofer och krig svårare att uppmärksamma i medier.

### **8.3.3 Analys av frågeundersökning**

Resultatet av dessa två intervjuer visar entydigt att medier är mycket viktiga för hjälporganisationerna. Även om svarspersonerna inte detaljerat gick in på sina mediestrategier kan vi urskilja att det finns klart utarbetade strategier och att dessa bland annat är personliga journalistkontakter, pressmeddelanden, pressjourer och framförallt



sociala medier. Både Röda Korset och Läkare Utan Gränser satsar mer och mer på sociala medier framför den klassiska informationsvägen pressmeddelanden i sitt arbete att nå ut till journalister. En snabb genomgång av respektive hjälporganisationers facebook-sida visar att de är betydligt bättre på att uppdatera information där än vad de är med information på deras sida för pressmeddelanden. Antalet ”likes” på deras facebook-sidor säger även en del om dem, svenska Röda Korset har 51 284 ”likes”<sup>50</sup> och svenska Läkare Utan Gränser har 274 167 ”likes”<sup>51</sup>. Att de satsar mycket på sociala medier anser vi vara rätt steg i utvecklingen, men trots detta menar vi att det är viktigt att de upprätthåller sin funktion för pressmeddelanden. Maude Fröberg på Röda Korset menar att journalister fortfarande tar del av pressmeddelanden men att de numera använder sig av dem som en länk till vidare kontakt. Detta visar, trots det ökade användandet av sociala medier, att pressmeddelanden fortfarande spelar en stor roll för journalister. Den personliga journalistkontakten som Karin Ekholm, Läkare Utan Gränser, talar om kan innebära att många frilansande journalister inte får ta del av samma informationsflöde som de utvalda journalisterna och redaktionerna, vilket kan leda till brister i informationsflödet till allmänheten.

Larges och Sahlstrands teorier om mediestrategier kan tillämpas i detta resultat. Alla de punkter som tas upp i teoridelen för denna uppsats praktiseras av Röda Korset och Läkare Utan Gränser. Genom mediestrategierna kan hjälporganisationerna försöka styra mediernas agenda, och gemensamt för de båda svarspersonerna är att de får ett relativt bra gensvar från medierna när de aktivt arbetar med att få en viss katastrof eller ett visst land uppmärksammat. Självklart finns det svårigheter i detta arbete, och de flesta av problemen går att koppla till nyhetsvärderingen som mediet gör. Både Fröberg och Ekholm pekar på att den snäva nyhetsvärderingen kan ha negativ inverkan på chanserna att få gehör från medier på en viss händelse eller ett visst land. Detta kan även vara en av förklaringarna till att vissa länder eller händelser ignoreras av medierna. I Läkare Utan Gränserns rapport *Kriserna svenskarna glömt* läggs ett stort ansvar på medierna, ett ansvar som vi anser vara orättvist fördelat. Röda Korset är lite mer osäkra på vem som har huvudansvaret för att vissa kriser/katastrofer ignoreras eller glöms bort. Fröberg avslutar intervjun med att ställa ett antal kritiska frågor till sin egen organisation och hennes absolut sista mening går i helt samma linje som Larges sista punkt över mediestrategier: Ge aldrig upp!

---

<sup>50</sup> Svenska Röda Korset, Facebooksida (21.12.2012), hämtad från: <http://www.facebook.com/rodakorset?fref=ts>.

<sup>51</sup> Läkare Utan Gränser/ Médecins sans Frontières (MSF Sweden), Facebooksida (21.12.2012), hämtad från: <http://www.facebook.com/lakareutangranser?fref=ts>.

## 8.4 Sammanfattning

Efter att vi sammanställt resultatet av vår studie vill vi i denna del kortfattat förtydliga svaren på våra frågeställningar.

### *Vilka länder uppmärksammade hjälporganisationerna?*

De 33 länder som ingår i vår studie var de som hjälporganisationerna uppmärksammade under perioden 2012-01-01 till 2012-06-30. Dessa länder uppmärksammades under respektive hjälporganisationens sida för pressmeddelanden. Totalt analyserade vi 58 pressmeddelanden i vilka länderna förekom med varierad frekvens.

### *Hur stort utrymme fick respektive land i Svenska Dagbladet?*

De länder med högst frekvens i vår undersökning var Syrien, Afghanistan, Libyen, Pakistan, Sydafrika, Japan, Indien, Burma, Somalia och Jemen och tillsammans stod de för 70% av den totala textmängden. De länder med lägst frekvens var Tchad, Malawi, Uganda, Centralafrikanska republiken, Niger, Burkina Faso, Sri Lanka, Zimbabwe, Mauretanien och Uzbekistan och tillsammans stod de för 5% av den totala textmängden.

### *Vilka är de vanligast förekommande ämnena?*

Studiens resultat visar att de vanligast förekommande ämnena i Svenska Dagbladet är utrikespolitik/diplomati, krig, sport och terrorism. De vanligast förekommande ämnena i hjälporganisationerna är flykting/invandrarfrågor, medicin och krig. De olika valen av ämnen beror på att hjälporganisationernas målsättning, vision och arbetsstrategi är att nå ut till sin målgrupp för att de sedan ska bidra med ekonomiskt stöd och engagemang. Medan mediens målsättning, vision och arbetssyfte är att bistå med information till allmänheten om händelser nationellt och internationellt.

Vår studie visar att Svenska Dagbladet och hjälporganisationerna hade 34 % gemensamma ämnen under vår undersöksperiod och att den största skillnaden i ämnesförekomst är rapporteringen om flykting- och invandrarfrågor. Minst skillnad av de gemensamma ämnena är rapporteringen om mänskliga rättigheter och sociala frågor med likvärdigt procentuellt resultat.

### *Hur gör hjälporganisationerna för att försöka styra mediernas agenda?*

Genom att aktivt använda sig av mediestrategier kan hjälporganisationerna föröka styra mediernas agenda. Genom att skriva debattinlägg, pressmeddelanden, uppdatera sociala medier och ha direktkontakt med media kan de ha inflytande på mediernas agenda. Detta lyckades exempelvis Röda Korset göra nyligen när det gällde Mauretanien, de slog larm om att en humanitär katastrof hotade landet och de fick ett litet genomslag i medier. Hjälporganisationerna är beroende av medier till en viss del och de anser att medierna fyller viktiga funktioner i deras arbete.

## **9. Slutsats och diskussion**

I denna del kommer vi att dra slutsatser av vårt resultat samt föra en diskussion om vad studien har visat. Avsnittet kommer att avslutas med förslag till fortsatt forskning.

Vi anser att resultatet av vår studie bidrar till en större förståelse varför vissa länder får större uppmärksamhet än andra. Detta är ett problem, enligt oss, då de länder som får liten uppmärksamhet inte är mindre om man talar om graden av humanitär katastrof, alltså de kan fortfarande drabba många människor men de får ingen uppmärksamhet i media.

### **9.1 Fokus på länder i vår geografiska eller kulturella närhet**

Vi har uppmärksammat en tydlig trend när det gäller länder med hög frekvens. De länder med högst frekvens har i snitt ett högre HDI än de länder med låg frekvens. Detta tyder på att de länder som har högre frekvens och därmed högre HDI befinner sig närmre oss i Sverige antingen ekonomiskt, geografiskt eller kulturellt och de kan även falla in under kategorin elitnationer. Den låga frekvensen för de länder med lågt HDI, alltså de länder som UNDP anser ha lägst grad av utveckling, kan vara en ond cirkel. Det kan finnas ett samband mellan medier och hjälporganisationers ekonomiska bistånd. Desto mer ett land uppmärksammas i media desto mer tenderar landet att bli mottagare av ekonomiskt stöd. Om ett land får stort ekonomiskt stöd kan de satsa på utveckling och således öka sina chanser till ett högre HDI. Med den onda cirkeln avser vi just detta, låg mediebevakning är lika med fortsatt lågt HDI, här kan alltså medierna indirekt hjälpa till att påverka utvecklingsgraden i det aktuella landet.

Att Syrien får högst frekvens är som nämnt tidigare ingen överraskning och vi har full förståelse för att Svenska Dagbladet lägger stor fokus på landet. Det är trots allt ett pågående krig i landet och det ökar händelsens nyhetsvärde på många plan.

Ett relativt positivt resultat av vår studie är att alla länder någon gång nämns i Svenska Dagbladet. Även om de har låg frekvens och förekommer i samma text som andra länder visar detta på att Svenska Dagbladet inte helt väljer bort vissa länder helt från sin bevakning.

## 9.2 En snäv nyhetsvärdering

I Läkare Utan Gränsers rapport menar organisationen att det finns ett samband mellan de kriser som svenskarna saknar vetskap om och mediebevakning. Vidare menar de att medier inte rapporterar tillräckligt om de bakgrundsfakta som ligger bakom händelsen. Johan Mast, generalsekreterare på organisationen, anser att nyhetsvärderingen kan vara en av anledningarna. Strömbäck nämner de tillfällen där nyheter med lågt nyhetsvärde kan publiceras och nyheter med högt nyhetsvärde bortprioriteras.<sup>52</sup> Han menar att eftersom många händelser ska rapporteras under alla dygnets timmar och att mediebolagens gatekeepers sällar nyheter under en snabb takt för att hinna förmedla nyheter till publiken inom kort tid. Denna hektiska tidsram innebär att många händelser och bakgrundsfakta faller bort i rapporteringen av en händelse.<sup>53</sup> Därmed stämmer Läkare Utan Gränsers kritik, till viss del, att nyhetsvärderingen kan vara en av anledningarna till att vissa katastrofer inte når svenskarnas vetskap. Vårt resultat visar att journalister på Svenska Dagbladet tillämpar nyhetsvärderingsprinciperna väl och detta kan enligt oss medföra problem. Om man som journalist bortsåg lite från de snäva nyhetsvärderingsprinciperna, eller omprioriterade skulle kanske frekvensen mellan världens länder bli mer rättvis.

Nyhetsvärderingsprinciperna skall inte ses som en handbok för journalistiskt arbete, men trots detta finns de någonstans i bakhuvudet på journalisterna och fungerar som inarbetade rutiner om vad som är nyheter och vad som inte är det. Medier är beroende av sin publik och skriver därför om vad de tror intresserar publiken och utesluter texter som de tror att publiken ej är intresserade av. Det kan hända att de har helt rätt i sina val av nyheter och att de faktiskt vet att publiken inte är intresserade av till exempel Mauretanien. Detta kan ju

---

<sup>52</sup>Nord & Strömbäck, *Medierna och demokratin*, passim.

<sup>53</sup> Cottle, 146.

självkärlt ha testats i realiteten genom exempelvis antal ”klick” på hemsidan eller annan publikundersökning. Men om en stor förändring sker bland landets stora tidningsredaktioner i nyhetsvärderingen kan intresset hos publiken kanske förändras. Ett mer flexibelt användande av nyhetsvärdering, samt en uppdaterad avsikt om mångfald kanske kan ge en mer rättvis bild av världens länder och även öppna publikens ögon och öka deras medvetenhet.

Den största delen av de texter som vi har gått igenom har varit negativa händelser. Detta hade kanske varit ett självkärlt resultat i fall vi hade uteslutit ”positiva” ämnen från vår undersökning. I vår studie har vi analyserat alla texter som de undersökta länderna förekommit i, det innebär att vi inte valt bort texter som handlar om ”positiva” ämnen som sport, evenemang, nöje eller kultur. Trots dessa ”positiva” ämnen var det de negativa ämnena som dominerade innehållet. Detta visar tydligt att negativa nyheter har ett högre nyhetsvärde än positiva. Vi tycker att det är trist att ett så stort fokus läggs på negativa nyheter. Vi tror att mer positiva nyheter skulle påverka både läsarens inställning till landet och i det långa loppet även själva landet.

### **9.3 Fördelning av ansvar**

Vi anser att ansvaret för att vissa katastrofer går svenskarna förbi varken går att lägga på medierna eller hjälporganisationen. Ansvaret är allas, både hjälporganisationernas, mediernas, politikernas och de enskilda individernas. Att peka ut någon som ”bov” i denna diskussion anser vi vara fel, istället kan alla aktörer lära sig något av diskussionen och förbättra just sin del i problematiken.

Medierna får ofta höra att de har rollen som en tredje statsmakt och i denna roll bär de ett stort ansvar. Medierna ska kunna förse medborgarna med information så att de självständigt kan ta ställning i frågor som rör samhället, men vi anser att mediernas prioriteringar av vissa länder resulterar i att medborgarna får en snedvriden kunskapssyn. Vi har dock förståelse för medierna i deras prioriteringar, det handlar ju om efterfrågan och utbud och i en värld där tidningarna är beroende av sina läsare är det inte konstigt att de publicerar de nyheter som läsarna vill läsa om. Vi anser att medierna kan bli bättre på att mer allsidigt belysa världens länder, men att lägga allt ansvar på medierna är enligt oss orättvist. Att täcka alla världens länder och alla händelser i nyhetsutbudet är ett mycket högt krav som troligtvis aldrig kommer att uppfyllas.

Att lägga allt ansvar på hjälporganisationerna vore också fel. Men i just denna studie anser vi att det finns anledning att även diskutera hjälporganisationernas del i varför vissa katastrofer går svenskarna förbi.

Teorin om agenda-setting kan besvara kritiken i Läkare Utan Gränser rapport om varför svenskarnas vetskap om en katastrof eller kris brister, då det har visat sig att det kan vara avgörande för hur en händelse presenteras av medier. Men detta gäller även hur hjälporganisationerna presenterar händelser och använder sina mediestrategier. I Tim Larges mall som ska bistå hjälporganisationer med att få sin agenda hörd i medier belyser han att det är viktigt att investera i medierelationer, hålla en dialog med media och ta in de stora namnen.<sup>54</sup> Men efter en noggrann genomgång av hjälporganisationernas pressmeddelanden anser vi att de inte ger tillräckligt med information till pressen. Svenska Dagbladets ansvar är i första hand att tillgodose medborgarna med information, detta ansvar delar de inte med hjälporganisationerna. Men vi anser att hjälporganisationerna kan försöka styra utgången i nyhetsutbudet genom ett bättre informationsflöde till journalisterna.

Under första halvan av 2012 publicerade Läkare Utan Gränser 41 pressmeddelanden och Röda Korset 15. Enligt våra åsikter är denna mängd pressmeddelanden liten, och om de skulle se över detta informationsflöde skulle det kanske resultera i mer medial uppmärksamhet. I rapporten *Kriserna svenskarna glömt* menar Läkare Utan Gränser att de själva är dåliga på att kommunicera om de kriser de är verksamma i. De menar att det finns en tendens att, medvetet eller inte, välja bort viss information för att den inte uppskattas ha tillräckligt stort medialt intresse. Detta kan vara en av anledningarna till att pressmeddelandena inte uppdateras särskilt ofta. Om detta är fallet är även hjälporganisationerna hårt styrda av kravet på nyhetsvärde. När hjälporganisationerna själva bortser från att ge viss information till journalister är det inte konstigt att allmänheten inte får ta del av information genom medier. Vi är medvetna om att hjälporganisationer mer och mer satsar på sociala medier och enligt oss är detta ett steg i rätt riktning, men för den sakens skull bör de inte strunta i pressmeddelanden. Maude Fröberg, pressansvarig på Röda Korset, menar att hjälporganisationerna måste utveckla sina strategier för att få en glömd katastrof uppmärksam i medierna. Följande resonemang är något som vi håller med om:

---

<sup>54</sup> Cottle, 152.

*Kan vi bli bättre på att skapa relationer med journalister redan före en kris inträffar? Går det att knyta krisen till ett övergripande ämne, såsom klimatförändringarna? Har vi fullgod statistik? Gör vi problemet tillräckligt synligt i bild? Kan vi bli mer kreativa och proaktiva?*

För att medier skall belysa dessa ”bortglömda” katastrofer krävs det kanske en mer rättvis fördelning av ansvar samt en omvärdering och utveckling vad gäller både mediers nyhetsvärdering och hjälporganisationers mediestrategier.

## **9.4 Förslag till vidare forskning**

Under arbetet med studien har ett flertal förslag till vidare forskning dykt upp. Främst eftersöker vi vidare studier om hur företag och organisationer kommunicerar med journalister. Hur ser pressmeddelandena ut? Har de blivit färre? Och i så fall har organisationer och företag gått över till att enbart uppdatera information via diverse sociala medier?

Det skulle även vara intressant att se vad de verkliga effekterna av en ojämn rapportering är. Hur mycket påverkar mediebevakning det ekonomiska stödet för enskilda länder? Är det så att hjälporganisationernas ekonomiska stöd påverkas av mediebevakning eller får alla länder, oavsett medial uppmärksamhet lika mycket ekonomiskt stöd? Och hur påverkas länderna i så fall av detta? För att gå vidare med detta skulle det vara intressant med en *minor field study*, alltså en fältstudie i något av de länder som berörs i vår studie. I detta kan det även vara intressant att göra en läsarundersökning, skulle läsarna uppskatta fler nyheter från exempelvis de mindre länderna i Afrika eller är de nöjda med det utbud som medierna i dag ger dem? Ytterligare en idé till fortsatt forskning skulle vara en mer källkritisk studie, hur använder sig medierna av hjälporganisationens information? Och om nu bristerna i hjälporganisationernas funktion för pressmeddelanden är många, vart kommer då informationen ifrån? Det finns många spår att forska vidare på när det gäller detta och vi hoppas att någon kommer att följa upp vår studie.

# Källförteckning

## Litteratur

Backman, Jarl. *Rapporter och uppsatser*. 2.uppl., Lund: Studentlitteratur, 2008.

Coleman, Renita, McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, mfl. "Agenda Setting". I *The handbook of journalism studies*, Thomas Hanitzsch & Karin Wahl-Jorgensen, New York: Routledge Ltd, 2008.

Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke. *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2.uppl., Lund: Studentlitteratur, 2010.

Eliasson, Annika. *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur, 2006.

Esaiasson, Peter. *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (rev.) uppl. 4. Stockholm: Nohrstedts Juridik AB, 2010.

Galtung, Johan & Homboe Ruge, Mari. *The Structure of Foreign News*. London: Costable, 1970.

Ghersetti, Marina. "Journalistikens nyhetsvärdering". I *Medierna och demokratin*, Nord, Lars & Strömbäck, Jesper. Lund: Studentlitteratur, 2012.

Harcup, Tony & O'Neil Deirdre. *What is news?*. Galtung and Ruge revisit i *Journalism Studies*, volym 2, nummer 2. New York: Routledge, 2001.

Hvitfeldt, Håkan. *På första sidan- En studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, 1998.

Häger, Björn. *Reporter – en grundbok i journalistik*. 1. uppl. Finland: Nordstedts, 2009.

McCombs, Maxwell. *Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen*. Stockholm: SNS förlag, 2006.



Nilsson, Åsa. ”Kvantitativ innehållsanalys”. I *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke. 2.uppl., Lund: Studentlitteratur, 2010.

Nord, Lars & Strömbäck, Jesper. *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur, 2012.

Sahlstrand, Anders. *De synliga: nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress*. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation – JMK, Univ., Diss. Stockholm: Univ., Stockholm, 2011.

Strömbäck, Jesper. *Makt, medier och samhälle- en introduktion till politisk kommunikation*. 1. uppl.. Stockholm: SNS förlag, 2009.

Strömbäck, Jesper. *Makt och Medier: En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur, 2000.

Strömquist, Siv. *Uppsatshandboken*. 4. uppl.. Stockholm: Hallgren & Fallgren Studieförlag AB, 2008.

Thurén, Torsten. *Vetenskapsteori för nybörjare*, 2., (omarb.) uppl., Stockholm: Liber, 2007.

Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas, (red.). *The Handbook of Journalism Studie*. New York Routledge, 2009.

### **Akademisk uppsats**

Ahlström, Anna & Andersson, Emelie. *Tredje världen i Dagens Nyheter – oväntat mycket politik och god balans*. (Studentuppsats från institutionen för design och kommunikation). Kalmar Högskola. Kalmar: Kalmar Högskola, 2008. Hämtad från: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hik:diva-1138> (Hämtad 2013-01-17)

## Elektroniskt material

Läkare Utan Gränser. (2012). *Kriserna svenskarna glömde*. Elektronisk rapport. 25 oktober 2012. (Hämtad: 28.11.2012) Tillgänglig på:

[http://www.lakareutangranser.se/Global/Kampanjsiter/GI%C3%B6mda%20kriser%202012/Undersokningen/Kriserna\\_svenskarna\\_glomt\\_oktober\\_2012.pdf](http://www.lakareutangranser.se/Global/Kampanjsiter/GI%C3%B6mda%20kriser%202012/Undersokningen/Kriserna_svenskarna_glomt_oktober_2012.pdf)

International federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2006) *World Disasters Report – focus on neglected crises* Elektronisk rapport. (Hämtad: 20.12.2012). Tillgänglig på: [http://downloads.bbc.co.uk/news/nol/shared/bsp/hi/pdfs/14\\_12\\_06\\_disasters.pdf](http://downloads.bbc.co.uk/news/nol/shared/bsp/hi/pdfs/14_12_06_disasters.pdf)

## Elektroniska böcker

Cottle Simon. *Global crisis reporting: journalism in the global age*. Maidenhead:

McGraw-Hill International. 2008 (Hämtad: 28.11.2012.) Tillgänglig på:

<http://site.ebrary.com.till.biblextern.sh.se/lib/sodertorn/docDetail.action?docID=10274045>

## Internet

Dagspress, 2012: Medieverktyg. (28.11.2012). <http://www.dagspress.se/medieverktyg>.

Landguiden, 2012: Länder. (28.11.2012). <http://www.landguiden.se/Lander/>

Läkare Utan Gränser, 2012: Läkare Utan Gränser i Sverige. (28.11.2012).

<http://www.lakareutangranser.se/About-MSF/I-Sverige/>

Mast, Johan. ”Utan mediebevakning syns inte katastroferna”.

*Dagens Nyheter*, 25 oktober 2012, sekt. debatt. <http://www.dn.se/debatt/utan-mediebevakning-syns-inte-katastroferna>. (Hämtad 2013-01-17)

Medieretriever, 2012. Via Södertörns högskola.

<https://web.retriever-info.com.till.biblextern.sh.se/services/archive.html>

Medecins Sans Frontières, 2012: The MSF movement. (28.11.2012).

<http://www.msf.org/msf/about-msf/the-msf-movement.cfm>

Nation Master, 2012: Economy Statistics. (28.11.2012)

[http://www.nationmaster.com/graph/eco\\_hum\\_dev\\_ind-economy-human-development-index](http://www.nationmaster.com/graph/eco_hum_dev_ind-economy-human-development-index)

Röda Korset, 2012: Om oss. (28.11.2012). <http://www.redcross.se/om-oss/>

Svenska Röda Korset, Facebooksida (21.12.2012), hämtad från:

<http://www.facebook.com/rodakorset?fref=ts>.

The Human Development Report, 2012: Profile. (28.11.2012).

<http://hdr.undp.org/en/data/profiles/>

## **Intervjuer**

Fröberg, Maude, pressekreterare Röda Korset, 2012: muntl. Telefonsamtal 23.11.2012

(finns inspelat)

Ekman, Karin, informatör Läkare Utan Gränser, 2012: mailkontakt 4.12.2012

# Bilagor

## Bilaga 1: Kodmall för innehållsanalys

### V 1. ID

### V 2. KODARE

1 Frida

2 Nadia

### V 3. TIDNING

1 Svenska Dagbladet

### V 4. PUBLICERINGSDATUM

### V 5. ARTIKELNS RUBRIK

### V 6. LÄNDER

1 Liberia

2 Syrien

3 Demokratiska republiken Kongo

4 Pakistan

5 Palestina

6 Japan

7 Mauretanien

8 Senegal

9 Mali

10 Burkina Faso

11 Niger

12 Tchad

13 Burma

14 Haiti

15 Kenya

16 Zimbabwe

17 Jemen

18 Elfenbenskusten

19 Centralafrikanska republiken

20 Afghanistan

21 Somalia

22 Indien

23 Libanon

24 Sydsudan

25 Uganda

26 Malawi

27 Nigeria

28 Sudan

29 Etiopien

30 Uzbekistan

31 Sydafrika

32 Sri Lanka

33 Libyen

99 Övrigt

### V 7. ÄMNEN

1 Krig

2 Terrorism

3 Fredsbevarande insatser

4 Naturkatastrofer

- 5 Olyckor
- 6 Brott och straff
- 7 Krigsförbrytelse
- 8 Spioneri
- 9 Korruption
- 10 Mänskliga rättigheter
- 11 Flykting och invandrarfrågor
- 12 Inrikespolitik
- 13 Val och valkampanj
- 14 Ekonomi
- 15 Handel och konkurrensfrågor
- 16 Konsumentfrågor
- 17 Trafik och transporter
- 18 Energi
- 19 Arbetsmarknad
- 20 Svält och fattigdom
- 21 Miljö och natur
- 22 Sociala frågor
- 23 U-landshjälp
- 24 Utrikespolitik och diplomati
- 25 Fredliga protester och demonstrationer
- 26 Ofredliga protester och demonstrationer
- 27 Revolutioner
- 28 Dödsfall
- 29 Personalia
- 30 Medicin
- 31 Sjukdomar och epidemier
- 32 Människors vardag
- 33 Försvar och säkerhetsfrågor
- 34 Nöje och kultur
- 35 Sport
- 36 Evenemang
- 37 Skolor och utbildning
- 38 Religion
- 99 Övrigt

#### **V.8 SEKTION**

- 1 Framsida
- 2 Sida 2 - plocksida
- 3 Ledare
- 4 Brännpunkt
- 5 Nyheter/inrikes
- 6 Utrikes
- 7 Familj
- 8 Synpunkt
- 9 Sport
- 10 Baksida
- 99 Övrigt

#### **V. 9 SIDA**

- 1 Förstasidan
- 2 2-5
- 3 6-9
- 4 10-13
- 5 14-17
- 6 18-21
- 7 22-25

- 8 26-29
- 9 30-33
- 10 34-37
- 11 38-41
- 99 Övrigt

#### **V. 10 GENRE**

- 1 Notis
- 2 Artikel
- 3 Reportage
- 4 Krönika
- 5 Ledare
- 6 Debatt
- 7 Referat
- 8 Personporträtt
- 99 Övrigt

#### **V 11 ÄR LANDET HUVUDNYHETEN**

- 1 Ja
- 2 Nej

## **Bilaga 2: Tolkningsprinciper för innehållsanalys**

### **V 1. ID**

Varje artikel som analyseras tilldelas ett ID-nummer, detta för att vi lätt skall hitta tillbaka till de artiklar vi använt oss av i studien.

### **V 2. KODARE**

Då vi i vissa fall avser att sitta på varsitt håll och koda så behövs en identifieringskod för att urskilja vem som har kodat vad.

### **V 5. ARTIKELNS RUBRIK**

Denna variabel har vi enbart med för vår egen del, det är för att vi själva ska vara säkra på vilken artikel som vi analyserat, det är ett komplement till artikel ID.

### **V 6. LÄNDER**

Vi har gjort ett urval bland de länder som vi ska söka efter i Medieretriver.se. Dessa länder är från Läkare Utan Gränsers och Röda Korsets hemsidor under sektion pressmeddelanden 2012, där information om situationen i länderna läggs upp till journalister.

### **V 7. ÄMNEN**

1. Med krig avser vi: stridigheter, inbördeskrig och folkmord
2. Med terrorism avser vi: terrordåd, attentat, självmordsbombningar, gisslantagande, brott med politiskt motiv, ockupationer samt straff och åtal för terrorism
3. Med fredsbevarande insatser avser vi: texter som handlar om FN insatsarbete samt övriga internationella insatser
4. Med naturkatastrofer avser vi: jordbävningar, översvämningar och torka, värmeböljor och köld, tsunamier och övriga händelser av naturkraft
5. Med olyckor avser vi: bil-, båt- och järnvägsolyckor, flygplanshaveri. Även artiklar om utredning av olyckor ingår.
6. Med brott och straff avser vi: artiklar som handlar om att ett brott av något slag har begåtts samt artiklar gällande straff och åtal.
7. Med krigsförbrytelse avser vi: brott mot krigets lagar exempelvis tortyr, etisk rensning och folkmord.
8. Med spioneri avser vi: militärt spioneri, företagsspioneri, informationsläckor, infiltratörer och sabotageverksamhet.
9. Med korruption avser vi: – mutor, utpressning, valfusk och maktmissbruk.
10. Med mänskliga rättigheter avser vi: artiklar som handlar om de mänskliga rättigheterna enligt FN, exempelvis demokrati, barnarbete, slaveri, åsiktsförtryck och censur. Hit hör även artiklar som handlar om arbete för de mänskliga rättigheter.
11. Med flykting och invandrarfrågor avser vi: både emigration och immigration.

12. Med inrikespolitik avser vi: politik som rör det egna landet.
13. Med val och valkampanjer avser vi: – olika typer av val och valkampanjer och opinionsundersökningar inför dessa.
14. Med ekonomi avser vi: internationell ekonomi och nationell ekonomi i respektive land.
15. Med handel och konkurrensfrågor avser vi: – export och import av varor tjänster och kapital samt handelshinder.
16. Med konsumentfrågor avser vi: artiklar som berör ämnet konsument – och köplagstiftning.
17. Med trafik och transporter avser vi: artiklar om infrastruktur.
18. Med energi avser vi: tillgång till energi, olja, kärnkraft och vattenkraft.
19. Med arbetsmarknad avser vi: ämnen som berör arbetslöshet, fackliga frågor, arbetsrelaterade konflikter, strejker, avskedanden, nyanställningar med mera.
20. Med svält och fattigdom avser vi: svält, undernärdhet, hunger och fattigdom.
21. Med miljö och natur avser vi: olika typer av miljö-och naturfrågor.
22. Med sociala frågor avser vi: ämnen som berör socialpolitik, till exempel samhällsklyftor, polarisering och sociala orättvisor, genus och jämställdhet.
23. Med U-landshjälp avser vi: biståndsarbete, volontärarbete och ekonomiskt bistånd
24. Med utrikespolitik och diplomati avser vi: stats – och regeringsbesök, fredsförhandlingar, medling, försoning, sanktioner, avbrutna sanktioner, fångutväxling. Hit räknar vi även artiklar som handlar om EU och FN.
25. Med fredliga protester och demonstrationer avser vi: artiklar som handlar om fredliga manifestationer mot makthavare, företag, eller företeelser av olika slag.
26. Med ofredliga protester och demonstrationer avser vi: artiklar som handlar om ofredliga manifestationer mot makthavare, företag, eller företeelser av olika slag.
27. Med avser vi revolutioner – statskupper och militärkupper.
28. Med dödsfall avser vi: en eller flera människor som avlidit, naturligt eller onaturligt.
29. Med personalia avser vi: artiklar som handlar om enskilda personers privatliv.
30. Med medicin avser vi: artiklar som handlar om medicinska frågor och sjukvård.
31. Med sjukdomar och epidemier avser vi: artiklar som handlar om HIV/AIDS, övriga epidemier, pandemier och sjukdomar.
32. Med människors vardag avser vi: artiklar där texten skildrar en eller flera människors vardag.
33. Med försvar och säkerhetsfrågor avser vi: texter som handlar om militär-, försvars- och säkerhetspolitik samt artiklar som handlar om NATO.
34. Med nöje och kultur avser vi: kulturella och mer nöjesbaserade evenemang och produktioner utomlands eller konstnärer i utlandet.
35. Med sport avser vi: artiklar som berör idrott, sportevenemang och händelser som har anknytning till sport.
36. Med evenemang avser vi: stödgalor, jubileer, minneshögtider och begravningar.
37. Med skolor och utbildning avser vi: texter som handlar om utbildning eller skola nationellt och internationellt.
38. Med religion avser vi: religiösa frågor, religiösa ledare och religiösa strider mellan olika religiösa grupper.
99. Övrigt – hit hör artiklar som handlar om övrigt förekommande ämnen.

## **V 8. SEKTION**

Vårt val av sektioner baseras på de sektioner som Svenska Dagbladet själva använder sig av i huvudtidningen. Vi har bara analyserat texter som publicerats i huvudtidningen, alltså i del 1, övriga delar ingår ej i vår undersökning. Eventuella bilagor ingår ej i vår undersökning.

## **V 9. SIDA**

Om en artikel ligger över två sidor och dessa två sidor har olika variabelvärden utgår vi från artikelns första sidplacering.

## **V 10. GENRE**

1. Med notis avser vi: kortare textstycke utan ingress. Notisen fokuserar på det viktiga och är skriven som en nyhetsartikel. En notis kan inte bli för kort med bör ej vara längre än 500 tecken eller cirka 80 ord<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> Häger, 40-41

2. Med artikel avser vi: avgränsat textstycke som avser att besvara de sex kardinalfrågorna när? Var? Vem? Vad? Hur? Varför? En artikel innehåller en ingress och rubrik och ofta illustreras den med en bild.
3. Med reportage avser vi: längre och detaljrikare journalistisk berättelse där avsikten är att läsaren ska känna att hon/han själv är på plats.
4. Med krönika avser vi: text där journalistens egna åsikter framkommer. Skrivs i lättare form med ett visst underhållningsvärde.
5. Med ledare avser vi: avskild text där skribenten representerar tidningens åsikter.
6. Med debatt avser vi: åsiktstext där avsändaren oftast är en politiker eller en företrädare för en organisation eller ett företag. Vi har valt att denna genre även innehåller insändare av privatpersoner.
7. Med personporträtt avser vi: en ingående skildring av en specifik person och dess bakgrund, intressen åsikter med mera.

## V 11. ÄR LANDET HUVUDNYHETEN

1. Med ja avser vi: text som direkt handlar om det aktuella landet eller om en direkt händelse som inträffat i landet.

**Exempel 1:** *Nytt reformsteg av Burma.* Texten handlar om hur den burmesiska regimen lovar att överlägga valobservatörer vid fyllnadsvalet. Texten är ett resultat av sökningen på Burma. Texten handlar direkt om det aktuella landet eller om en direkt händelse som inträffat i landet.

2. Med nej avser vi: text som inte direkt handlar om det aktuella landet eller som inte handlar om en direkt händelse som inträffat i landet.

**Exempel 1:** *Kvinnodag för viktig för låtsasfrågor.* Texten handlar om kvinnors rättigheter och man uppmärksammar att internationella kvinnodagen firades för 101 gången. Texten kom upp som ett resultat av sökningen Kongo, men Kongo förekommer bara en gång i denna text och det är i meningen ”*I exempelvis Kongo används våldtäkt som vapen i de blodiga striderna*” Därför gjorde vi bedömningen att texten inte direkt handlar om det aktuella landet eller om en direkt händelse som inträffat i landet.

**Exempel 2:** *Sigtunamma utvisas.* Texten handlar om den kvinna som hösten 2011 dränkte sina barn i Sigtuna. Texten kom upp som ett resultat av sökningen Kenya, men Kenya förekommer bara en gång i denna text och det är i meningen ”*En kvinna som i höstas dränkte sina två söner i Sigtuna är på väg att utvisas till hemlandet Kenya*”. Vi gjorde bedömningen att texten inte direkt handlar om det aktuella landet eller om en direkt händelse som inträffat i landet.

**Medvetet bortval av texter:** I vår undersökning ingår inte quiz där det aktuella landet är ett av svarsalternativen. Dödsannonser eller minnesannonser där landet har en koppling till den berörda personen ingår inte i undersökningen. Vi har enbart valt att analysera de texter som återfinns i tidningens huvuddel. Ytterligare ett medvetet bortval är då det förekommer dubletter av en text, medieretriver väljer ibland att visa samma artikel två gånger och i de fall då det skett har vi valt att bara ta med en av dubletterna.

## Bilaga 3: Kodmall för pressmeddelanden

**V1 ID**

**V2 KODARE**

Se bilaga 1

**V3 ORGANISATION**

1 Röda Korset

2 Läkare Utan Gränser

**V4 PUBLICERINGSDATUM**

**V5 PRESSMEDDELANDETS RUBRIK**

**V6 LÄNDER**

Se bilaga 1

**V7 ÄMNEN**

Se bilaga 1

**V8 LANDET HUVUDNYHET**

Se bilaga 1



## **Bilaga 4: Tolkningsprinciper för pressmeddelanden**

### **V 1. ID**

Se bilaga 2

### **V 2. KODARE**

Se bilaga 2

### **V 5. PRESSMEDDELANDETS RUBRIK**

Denna variabel har vi enbart med för vår egen del, det är för att vi själva ska vara säkra på vilket pressmeddelande som vi analyserat, det är ett komplement till artikel ID.

### **V 6. LÄNDER**

Se bilaga 2

### **V 7. ÄMNEN**

Se bilaga 2

## **Bilaga 5: Fullständigt resultat frågeundersökning**

Maude Fröberg, pressansvarig Röda Korset:

### **1. Vilken befattning har du på din arbetsplats?**

*Sedan 13 år arbetar jag som pressekreterare på Svenska Röda Korset. Jag har också haft tre längre utlandsuppdrag för Internationella rödakors- och rödahalvmånefederationen (IFRC) som är vår övergripande organisation med 188 nationella föreningar.*

### **2. Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter?**

*I min roll som pressansvarig arbetar jag främst mot journalister, vilket inbegriper att stå till tjänst med information om hur Röda Korset arbetar för att förhindra och lindra lidande i krig, katastrof och kris. Det omfattar även att sprida kunskap om hur medierna fungerar och stödja våra talespersoner som ofta får förfrågningar om mediemedverkan. Jag skriver pressmeddelanden, debattartiklar och rapporter från fältresor. Jag bistår journalister med kontakter i alla länder där vi finns och försöker i möjligaste mån underlätta för fältbesök. Ibland reser jag också med journalister till krig- och katastrofdrabbade platser.*

### **3. Hur väl använder sig medierna av er sida för pressmeddelanden?**

*Vi är anslutna till MyNewsdesk, vilket gör att vi också får löpande statistik över hur journalister använder sig av våra pressmeddelanden. Av detta kan man till exempel dra slutsatser om vilka ämnen som får större uppmärksamhet än andra. Förr kunde jag se att pressmeddelandena ofta fick genomslag i tryckt press, men idag använder sig mestadels journalister av dem som en ingång för att ringa tillbaka och höra om vi har svenskar på plats. Andra återkommande frågor handlar naturligtvis om vad Röda Korset gör på plats för att hjälpa och hur vi ser på situationen just nu. Det är väldigt sällan en journalist tar ett pressmeddelande och publicerar det i sin helhet. Nuförtiden jobbar vi alltmer med sociala medier och sms. I Haiti har vi skickat över 80 miljoner sms i samarbete med en lokal teleoperatör för att varna om annalkande orkaner, kolera och sexuellt våld, till exempel. Det visade sig vara ett banbrytande arbete i att föra dialog med drabbade. Jag är övertygad om att utvecklingen tack vare modern teknologi går i den riktningen. Människor måste få vara del av hjälpinsatser och återuppbyggnad. Det är ovärdigt att behandla drabbade enbart som offer och inte som människor med egen kraft och möjligheter.*

### **4. Hur stor roll spelar medierna i ert arbete för ett visst land/projekt?**

*Medierna spelar en stor roll i vårt arbete. Den tiden är över då Röda Korset var enda källan och styrde över informationen. Efter att ha arbetat i flera naturkatastrofer kan jag konstatera att medierna har flera roller i dagens katastrofer. Man är ofta tidigt med att slå larm, nyheter färdas fort idag; man är ofta snabbt på plats och rapporterar från frontlinjen; man anstränger sig för att hitta personliga berättelser och strävar efter att återförening familjer; man fortsätter att bevaka och*

*fördjupar sig i hur räddningsinsatsen och återuppbyggnaden har skett; man går ofta samman med hjälporganisationer och startar insamlingar till förmån för drabbade. Ibland är förekomsten av dessa roller till det bättre, ibland inte. I fall där familjeåterförening är önskvärt saknas efter ett tag uthållighet och faktauppgifter kan visa sig direkt felaktiga. Detta påverkar givetvis drabbade som letar efter sina nära och kära.*

*Röda Korset har även ett ansvar att sprida kunskap om krigets lagar, Genevekonventionerna. Dessa regler är strikta regler för hur krig får bedrivas och slår fast vilka grupper som rätt till skydd. Journalister är en av dessa grupper och därför har Röda Korset sedan flera år en hotline, dit journalister i fara kan vända sig. Detta är aktuellt i krigsdrabbade Syrien, inte minst.*

##### **5. Vilken strategi/-er använder ni er av för att ett visst land/projekt skall uppmärksammas i media?**

*Först och främst handlar det om att förmedla en berättelse om människor som drabbas och deras behov. För oss står människan i centrum. Denna människa kan också vara en hjälpare, en svensk som är på plats eller en rödakorsare/rödahalvmånare som kan ge röst åt de som drabbats. Eftersom vi har närvaro i 188 länder finns även siffror och fakta att ta del av, vilket alltid efterfrågas. Detta ska tillsammans med berättelsen kunna förmedlas både snabbt och vara relevant. Detsamma gäller fotografier. Vi använder oss av flera kanaler för att nå ut med informationen.*

*I egenskap av världsomspännande organisation mottar vi en stor del av vår information från vårt huvudkontor i Geneve, däribland rapporter om vissa frågor, men vi reser också själva för att besöka projekt som vi stödjer. Det ger alltid en möjlighet att berätta om läget och hjälpbehoven. Vi baserar ofta vår rapportering på rådande lagar och andra betydelsefulla texter, såsom resolutioner inom den internationella rödakorsrörelsen.*

*Vi har pressjour 24 timmar om dygnet har alltid beredskap för att svara på uppföljande frågor och ser noga till att återrapportera om hur pengarna används. Vi har ett strategiskt ansvar att också belysa glömda kriser och därför instiftat ett journalistpris som varje år går till en svensk journalist som lyft en fråga utanför det massmediala strålkastarljuset.*

##### **6. Hur upplever ni att responsen hos media är då ni aktivt uppmärksammar ett land/projekt?**

*Överlag hyser jag stor respekt för journalister. Deras villkor framför allt i krig har dessvärre förändrats till det sämre och emellanåt är det förknippat med direkt livsfara att göra sitt jobb. I Sverige finns ett genuint intresse bland journalister att rapportera om hur människor bortom vårt lands gränser och deras levnadsvillkor. Vi har även fotografier av världsklass om bidrar till en bättre nyhetsrapportering. Men samtidigt pågår en genomgripande strukturförändring inom mediebranschen och detta påverkar givetvis all rapportering. Vad som dock är en myt är att den humanitära rapporteringen har minskat, alla tecken pekar snarare på att allt fler deltar i allt fler kanaler, sociala medier inte minst.*

*I somras besökte vi torkans Mauretanium i Västafrika, ett land som få känner till. Ändå var både Ekot och TT intresserade och det tillskriver jag enskilda journalisters vilja att uppmärksamma en så kallad glömd katastrof. Men just i fallet med matbristen i Västafrika då akut svält inte bröt ut, var det svårt att få ut budskapet om allvaret i situationen. Vi fasade för att det skulle måsta gå till bilder av hungrande barn innan omvärlden reagerade.*

##### **7. Vilka svårigheter upplever ni att det finns i att få länder/projekt uppmärksammade i media?**

*En av svårigheterna att få medierna att uppmärksamma glömda kriser är det faktum att nyheter ska per definition vara någonting nytt, gärna dramatiskt och kontroversiellt. Det står i direkt motsats till en utdragen situation av matbrist, där människors förmåga att skaffa och producera mat sakta uttöms. Medierna väntar oftast till vägs ände är nådd och svält uppstår. I dessa sammanhang kan jag känna förtvivlan, men det som stärker mig är att jag vet att Röda Korset är på plats och hjälper. Och för människor som är drabbade kan ju aldrig en katastrof vara glömd, bara termen indikerar ju ett egocentriskt synsätt. Dessutom inger termen ett falskt hopp – om krisen bara inte var glömd, så skulle allt bli bra. Men ofta föreligger komplexa bakomliggande orsaker till en kris, såsom ifråga om matsäkerhet till exempel, som alla måste hanteras.*

2004 års tsunamikatastrof var en vägdelare när det gäller diskussionen kring mediernas rapportering och glömda kriser. Under en hel månad dominerade händelsen nyhetsmedierna och pengarna strömmade in. En del menade att tsunamikatastrofen stal uppmärksamhet från glömda kriser, andra menade att redaktörer nu för första gången hade blivit övertygade om att humanitära nyheter som löande.

I tsunamikatastrofen i Thailand och Indonesien kunde jag dessvärre se att den intensiva mediebevakningen i det akuta första skedet i stort följde ett visst mönster: man tenderade att enbart framställa drabbade som offer utan egenkraft; man tillät sig ha olika standard för att närma sig drabbade i text och bild i olika länder; man hyste dålig respekt för lokala journalister som på Sri Lanka behandlades som "fixers"; man favoriserade fotogeniska ögonblick som när Ilyushin-76 flyger med nödhjälp vilket skuggade lokala hjälpinsatser.

Överlag en selektiv och stereotyp rapportering som lämnade en hel del övrigt att önska. Det fanns till och med en diskussion om etiska riktlinjer för journalister i katastrofer som uppstått mot bakgrund hur bildhanteringen av alla döda kroppar sköttes.

Svårigheterna att lyfta en så kallad glömd katastrof i medierna ställer krav på humanitära organisationer att skärpa analysen om varför en katastrof inte når strålkastarljuset och agera därefter. Kan vi bli bättre på att skapa relationer med journalister redan före en kris inträffar? Går det att knyta krisen till ett övergripande ämne, såsom klimatförändringarna? Har vi fullgod statistik? Gör vi problemet tillräckligt synligt i bild? Kan vi bli mer kreativa och proaktiva? Vi får helt enkelt aldrig ge upp.

Karin Ekholm, informatör Läkare Utan Gränser:

### **1. Vilken befattning har du på din arbetsplats?**

*Informatör*

### **2. Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter?**

- *Mediarelationer: jag arbetar mestadels proaktivt mot lokal media, tidskrifter och onlinepublikationer. Delaktig i strategiutformning och utvärdering av vårt pressarbete. Briefar fältarbetare inför medverkan i media.*

- *Föreläsningar: jag koordinerar vår föreläsningsverksamhet vilket innebär att matcha förfrågningar om föreläsare med lämplig fältarbetare, briefa och vidareutbilda talare, samt ta fram material*

- *Frågor från allmänheten.*

### **3. Hur väl använder sig medierna av er sida för pressmeddelanden?**

*Jag har ingen uppfattning om hur välbesökt denna sida är eftersom vi inte använder denna statistik som en indikator på journalisters intresse för vår organisation/våra frågor. Vi använder oss av ett verktyg för att skicka pressmeddelanden direkt till journalister och redaktioner och via det kan vi följa upp hur många som läser pressmeddelandena.*

### **4. Hur stor roll spelar medierna i ert arbete för ett visst land/projekt?**

*Medierna spelar en väldigt viktig roll framför allt i akuta katastrofer såsom Haiti 2010, Afrikas horn 2011 och Sydsudan 2012. När vi aktiverar vår akutfond (ett insamlingskoncept som tillåter oss att samla in pengar till ett specifikt land men också att använda pengarna på andra projekt om vi skulle få in ett överflöd) och när medierna uppmärksammar detta får vi väldigt bra respons från allmänheten i form av ökat givande. Detta påverkar såklart vårt arbete så att vi kan öka insatserna i den aktuella katastrofen.*

### **5. Vilken strategi/-er använder ni er av för att ett visst land/projekt skall uppmärksammas i media?**

*Vi använder oss av klassiska verktyg för att bearbeta media: vi skickar ut pressmeddelanden och nyhetsuppdateringar, både brett och riktat till utvalda journalister. Vi förstärker detta med aktivt arbete i våra egna kanaler, framför allt sociala medier såsom Facebook och Twitter. Det senare är mycket viktigt för oss som kanal för direktkontakt med journalister. Självklart använder vi oss även av mail och telefon för detta. Att bygga personliga och långvariga relationer med utvalda journalister är en viktig del av strategin. En annan är att uppfattas som en trovärdig och relevant kunskapskälla. Vi har ganska unika tillgångar som består av många svenskar i fält samt tillgång till områden dit få andra når. Detta är mycket viktigt för journalisterna och vi arbetar mycket med att säkerställa att svenska journalister vet om detta.*

#### **6. Hur upplever ni att responsen hos media är då ni aktivt uppmärksammar ett land/projekt?**

*Vi har lite olika sätt att prioritera. Dels handlar det om de faktiska behoven, alltså som i exemplet ovan. När en stor katastrof inträffar i ett land är det alltid en anledning för oss att kontakta media. I dessa situationer är det ofta vi som blir kontaktade först av journalisterna och vi har då strategier för hur vi ska kunna svara på så många förfrågningar som möjligt och vilka medier vi prioriterar.*

*När det inte handlar om en akut kris är det delvis andra faktorer som avgör hur vi prioriterar ämnen och länder. Det kan handla om hur vi bedömer att svensk media ska ta emot budskapet, eller vilken tyngd Sverige har i internationella sammanhang för en viss fråga. Utöver dessa prioriteringar har vi även ett uppdrag att uppmärksamma allmänheten och beslutsfattare om humanitära kriser var än de uppstår - som medicinsk humanitär organisation har vi ansvar att sprida information om hur hälsoläget och den humanitära situationen ser ut för våra patienter och att försöka väcka opinion även kring medialt "osexiga" ämnen som tuberkulos, tropiska sjukdomar, tillgång till läkemedel för världens fattiga etc.*

#### **7. Vilka svårigheter upplever ni att det finns i att få länder/projekt uppmärksammade i media?**

*Oftast mycket bra.*

#### **8. Något som ni vill tillägga i denna diskussion?**

*Svårigheten är alltid att konkurrera med andra nyheter. Mediernas innehåll bestäms i slutändan av publikens efterfrågan – i den meningen är all journalistik kommersiell och styrs av konsumenterna. Svenska medier är intresserade av en svensk vinkel på nyheten eftersom det attraherar den svenska mediepubliken och detta är en utmaning för oss eftersom våra frågor är globala i stor mån. Ju längre från svenskarna ett land ligger (mentalt, kulturellt, politiskt eller fysiskt) desto svårare att få medierna att uppmärksamma det.*