

BILDEN
AV
EUROPA

I AFTONBLADET

Examensarbete

Helena Amundsson

Medie- och kommunikationsvetenskap

Institutionen för arbete, ekonomi och hälsa

Högskolan i Trollhättan/Uddevalla

Höstterminen 2004

ABSTRACT

Titel: Bilden av Europa i Aftonbladet

Författare: Helena Amundsson

Typ av arbete: C-uppsats i Medie- och kommunikationsvetenskap

Antal sidor: 56

Institution och högskola: Institutionen för arbete, ekonomi och hälsa, Högskolan i Trollhättan/Uddevalla

Examinationsdatum: Höstterminen 2004

Syfte: Mitt övergripande problem i denna uppsats är massmediernas betydelse för människors världsbild och för skapandet och upprätthållandet av kulturella identiteter. Syftet är att undersöka hur Europa representeras i tidningen Aftonbladet.

Huvudfrågeställningar:

- Vad får vi i Aftonbladet reda på om Europa och de europeiska länderna?
- Hur framställs Europa i Aftonbladet; som ett kulturellt homogent samhälle eller som ett samhälle som enbart bygger på ekonomiska förbindelser?

Metod och material: Kvantitativ innehållsanalys av Aftonbladet under sammanlagt fyra veckor under år 2003.

Huvudresultat: Det är elitnationer och länder som ligger nära Sverige, framför allt kulturellt, som dominerar i nyhetsrapporteringen. Det rumsliga avståndet har också betydelse men inte lika mycket. Det ämne som förekommer mest bland nyhetsartiklarna om Europa är sport. Min undersökning visar att Aftonbladets nyhetsrapportering om de europeiska länderna inte är speciellt omfattande när det gäller artikelstorlek och graden av kommentarer och bakgrundsinformation. Jag kan även med min studie se att Aftonbladet inte i någon större utsträckning definierar Europa som ett samhälle, utan läsarna får en fragmentarisk bild av Europa.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning.....	4
2. Massmedierna och vår kunskap om världen.....	6
3. Nyhetsförmedling.....	8
3.1. Nyhetsbegreppet.....	8
3.2. Gate-keeping.....	9
3.3. Nyhetsvärdering.....	10
3.4. Utrikesrapportering.....	12
4. Kultur, identitet och kommunikation.....	14
4.1. Kultur, samhälle och identitet.....	14
4.2. Kultur och kommunikation.....	17
4.3. Europa som ett "imagined community".....	18
5. Syfte och frågeställningar.....	20
6. Metod.....	22
6.1. Val av metod.....	22
6.2. Aftonbladet.....	22
6.3. Urval och tillvägagångssätt.....	24
6.4. Kodschema.....	25
6.5. Undersökningens kvalitet.....	29
7. Resultatredovisning.....	30
8. Slutdiskussion.....	42
Litteraturreferenser.....	45
BILAGOR	
Kodschema.....	47
Tabeller.....	53

1. INLEDNING

Massmedierna spelar en viktig roll för vår bild av verkligheten och hur vi uppfattar omvärlden. Den bild av verkligheten som målas upp i massmedierna är starkt bidragande till hur vi ser på världen eftersom det är genom massmedierna som vi får den mesta av vår information om andra platser i världen. Just nu är frågan om Europa som samhälle aktuell och det diskuteras huruvida de europeiska länderna har någon gemensam kulturell identitet eller inte. Hur massmedierna framställer Europa har därför betydelse för hur vi uppfattar Europa. Vad får vi reda på om de europeiska länderna? I vilken utsträckning tas frågor som rör Europa upp? Skildras Europa som ett kulturellt homogent samhälle, där medlemmarna inom det har gemensamma intressen, eller som ett splittrat samhälle som enbart bygger på ekonomiska förbindelser?

I denna uppsats vill jag undersöka vad kvällstidningen Aftonbladet ger för bild av Europa. Jag vill med andra ord applicera ovanstående frågor på Aftonbladet. Aftonbladet är Sveriges största dagstidning och jag anser det därför vara intressant att studera vad den ger sina läsare för bild av verkligheten. Med Europa menar jag hela världsdelen Europa, det vill säga att jag gör en geografisk definition. Målet med den europeiska unionen är ju att få med alla de europeiska länderna. För att människor skall finna något syfte med ett sådant samarbete krävs att en kollektiv identitet skapas, och massmedierna är viktiga för detta. Den bild vi får av Europa i massmedierna påverkar starkt hur vi ser på Europa som samhälle.

Elaine Baldwin m.fl. skriver att det är inte själva territoriet som är det viktiga för att individerna inom ett samhälle skall känna samhörighet, utan representationerna av det (Baldwin m.fl. 1999:162). Representationer är symboler och föreställningar, eller processen att framställa dessa för individers medvetande. En representation är något som står för någonting annat. (Baldwin m.fl. 1999:61) Medlemmarna i ett samhälle kan omöjligt känna till alla andra människor som ingår i det, men de kan uppleva hela samhället genom de representationer som massproduceras och cirkulerar inom det. Massmedierna spelar här en mycket viktig roll. (Baldwin m.fl. 1999:162) Därför är också massmediernas representationer av Europa betydelsefulla när det gäller hur vi uppfattar Europa. Den bild vi får av Europa i massmedierna bestämmer hur vi uppfattar Europa som samhälle. Försöker massmedierna, i detta fall Aftonbladet, att lyfta fram likheterna mellan de europeiska länderna?

Mitt övergripande problem i denna uppsats är mediernas betydelse för människors världsbild och för skapandet och upprätthållandet av kulturella identiteter. Mitt preciserade syfte är att undersöka hur Europa representeras i Aftonbladet.

Jag kommer först att redogöra för tidigare teorier jag tagit del av, som har att göra med nyhetsvärdering och massmediernas betydelse för vår världsbild och för kulturella identiteter. Denna redogörelse mynnar sedan ut i ett syfte och frågeställningar som jag skall använda i min undersökning. Därefter följer en redovisning av mina resultat. Slutligen sammanfattar jag resultatet och diskuterar det mer övergripande i kapitlet slutdiskussion.

2. MASSMEDIERNA OCH VÅR KUNSKAP OM VÄRLDEN

Massmedieforskaren Denis McQuail menar att massmedierna är en viktig källa för vår kunskap om verkligheten. Massmedierna är en plats där kultur och olika samhällens och grupper värderingar konstrueras, lagras och uttrycks. (McQuail 1994:1) Massmedierna producerar och distribuerar kunskap, och denna kunskap hjälper oss att skapa mening av vår uppfattning av världen. Informationen som förmedlas via medierna är kanske för de flesta människor huvudkällan för kunskap som gör oss medvetna om vår gemensamma historia och gemensamma sociala förhållanden. Medierna fungerar som en lagringsplats för minnen och en karta över vilka vi är, d.v.s. över vår identitet. Det är i stor utsträckning medierna som skapar verkligheten eftersom de placerar sig mellan oss och våra upplevelser av den värld som vi inte direkt kan se. Det är också massmedierna som utgör vår viktigaste kontakt med institutionerna i samhället. När det gäller normer och värderingar har massmedierna till stor del tagit över rollen som förmedlare av dessa, från familj, skola, religion och kamrater. Människor är beroende av medierna för sin "symbolic environment", d.v.s. för att bygga sig en bild av hur omvärlden ser ut. (McQuail 1994:64)

McQuail tar upp vad han kallar "*mediation metaphors*", d.v.s. metaforer som kan användas för att beskriva mediernas roll när det gäller samspelet med verkligheten. Med andra ord beskriver de olika sätt på vilka medierna förbinder oss med verkligheten. Medierna kan fungera som:

- ett **fönster** av världen som gör det möjligt för oss att utifrån se vad som pågår i verkligheten och hur vi människor agerar.
- en **spegel** av verkligheten där vi kan se händelser i världen och reflektera över dessa.
- ett **filter** eller en **gate-keeper** som väljer ut delar av verkligheten för att dessa delar skall ägnas mer uppmärksamhet än andra.
- en **guide** eller **tolk** som visar vägen och skapar betydelse med vad som annars kan ses som en fragmentarisk verklighet.
- ett **forum** eller en **plattform** för information till en publik som sedan ofta kan ge respons på vad de ser.
- en **skärm** eller ett **hinder** för oss att se verkligheten som den egentligen är eftersom medierna kan ge en felaktig bild av världen.

(McQuail 1994:65f)

McQuail påpekar dock att medierna inte existerar självständigt eller oberoende av samhället i stort. Massmedierna placerar sig mellan oss och våra uppfattningar om verkligheten, men de är också en del av verkligheten. Massmedierna är institutionaliserade, eftersom de påverkas av regler och konventioner samt ekonomiska och politiska faktorer. En del av informationen som förmedlas av medierna bestäms av mediernas egna syften och en del bestäms av andra institutioner i samhället. (McQuail 1994:66f)

Håkan Hvitfelt, som studerat nyhetsrapportering, har som utgångspunkt att massmediernas bild av verkligheten skiljer sig från verkligheten själv. Denna tes bygger han på tre faktorer som han menar spelar in vid mediernas avbildning av verkligheten. För det första överförs händelser och förhållanden till en annan form, nämligen till medieform. För det andra sker ett urval av de händelser och förhållanden som förekommer i verkligheten, och för det tredje sker en bearbetning av materialet om verkligheten. Dessa tre faktorer gör att nyhetsmediernas bild av verkligheten aldrig kan vara en kopia av verkligheten själv. (Hvitfelt 1989:11) Den bild av t.ex. Europa som målas upp i massmedierna kan därför aldrig vara fullständig och korrekt, eftersom inte alla händelser och företeelser får plats i nyhetsrapporteringen.

Masskommunikationsforskaren Karl Erik Rosengren påpekar även han att många av oss får vår kunskap om världen genom massmedierna. Nyhetsförmedlingen spelar en viktig roll men vi får även kunskap om världen från andra typer av medieinnehåll, som t.ex. fiktiva program och filmer inspelade i andra länder. Urvalet av nyheter och det fiktiva innehållet i t.ex. filmer gör dock att vi kan få en förvanskad bild av livet i andra länder. Massmedieinnehållet kan ju inte ge en fullständig och sanningsenlig bild av verkligheten eftersom det är ett urval och urvalet görs efter vissa kriterier. På grund av medieinnehållet kan vi även få en förvrängd bild av hur världen ser ut rent geografiskt. Rosengren tar upp begreppet mentala kartor och menar att våra medievanor påverkar hur vi tror att världen ser ut. Undersökningar från 1980-talet har visat att barn och ungdomars TV-vanor starkt påverkar hur deras mentala kartor ser ut. Nordamerika tenderar att dominera på de mentala kartorna och världsdelar som Sydamerika och Östeuropa att saknas, eftersom en stor del av innehållet i de svenska medierna består av underhållning och fiktion från USA. Rosengren menar att skevheten i medieinnehållet bidrar till människors felaktiga bild av världen, men att individuella medievanor också har en stor roll. Ju mer TV-användning, desto skevare världsbild. (Rosengren 2000:184-186)

Massmedieforskaren Håkan Hvitfelt menar att medierna presenterar nyheter som överensstämmer med den världsbild som dominerar hos publiken, och med den ideologi som råder i det samhälle där nyheterna sprids. Händelser och förhållanden som stöder den dominerande världsbilden har större förutsättningar att bli presenterade i nyhetsförmedlingen än händelser och förhållanden som står i motsats till den dominerande världsbilden. (Hvitfelt 1989:74) Detta tror jag är en anledning till att vissa delar av världen, som Rosengren påpekar, är överrepresenterade i de svenska medierna.

3. NYHETSFÖRMEDLING

Nyhetsförmedlingen är ett sätt genom vilket massmedierna ger oss kunskap om världen och det är denna informationskanal jag vill studera i denna uppsats. Spridning av nyheter har alltid skett i både kommersiella och politiska syften. Nyhetsförmedling är en storindustri som sysselsätter ett stort antal människor och som omsätter enorma summor pengar.

Nyhetsmedierna konkurrerar om att presentera snabba och häpnadsväckande nyheter för att på så sätt locka läsare och tittare. Dessutom strävar olika aktörer, som t.ex. politiker, näringsliv och organisationer, efter att påverka nyhetsflödet för att därigenom utöva makt. (Hadenius, Weibull 1999:310)

3.1. NYHETSBEGREPPET

Hvitfelt definierar begreppet nyheter i massmedierna som ”*den genre som innehåller verklighetsbaserat material om aktuella händelser och förhållanden samt den bakgrundsinformation och de kommentarer som förekommer i samband med dessa händelser och förhållanden.*” (Hvitfelt 1989:10f) En mer konkret definition, som han menar är lämplig att använda vid studier av nyhetsinnehåll, kan utgå från innehållskategorin nyheter i de medier man vill studera. Lättast är att studera nyheter i etermedierna eftersom där finns väl avgränsade program som enbart har till syfte att förmedla nyheter. I dagspressen är det svårare att avgränsa vad som är nyheter eftersom där även förekommer mycket annat material. (Hvitfelt 1989:11)

Nyhetsverksamheten kan beskrivas som ett flöde eller som en konstruktion. Om man ser den som ett flöde är det urvalsprocessen som är intressant att studera. Med synen på

nyhetsförmedlingen som en konstruktion avses att nyheterna är något som skapas av själva förmedlingssituationen. Det intressanta här är hur nyheter byggs upp eller konstrueras. Det första perspektivet var länge det dominerande. På 1970-talet introducerades det andra perspektivet då man började intressera sig för hur nyheter skapades. Vi behöver dock använda oss av båda synsätten för att få förståelse för nyhetsförmedlingens förutsättningar. (Hadenius, Weibull 1999:336f)

Hvitfelt menar att nyhetsförmedling bör betraktas som en process där förhållanden i verkligheten väljs ut och bearbetas. I likhet med ovanstående resonemang ser han två dimensioner i nyhetsprocessen. Den första handlar om urvalet av händelser och förhållanden, och den andra om den journalistiska bearbetningen av de händelser och förhållanden som väljs ut. Han menar att de två dimensionerna överlappar varandra, eftersom de båda samverkar när nyhetsmedierna skall presentera sin bild av verkligheten. (Hvitfelt 1989:9f)

Studier kring nyhetsurval har utförts dels genom att den journalistiska arbetsprocessen har analyserats, och dels genom att man har studerat nyhetsutbudet för att se vilka egenskaper hos händelser som bidrar till att de blir nyheter. Studier kring den journalistiska arbetsprocessen har främst genomförts med teorin om gate-keeping som utgångspunkt. (Hvitfelt 1989:63f)

Denna presenterar jag kort nedan eftersom fenomenet gate-keeping avgör vad det är som presenteras som nyheter i massmedierna. Därefter tar jag under rubriken nyhetsvärdering upp resultatet av studier kring nyhetsutbudet, d.v.s. resultatet av gate-keepingprocessen.

3.2. GATE-KEEPING

Den amerikanske psykologen Kurt Lewin lanserade begreppet gate-keeping som en term för det urval av nyheter som sker i nyhetsprocessen. Termen har blivit en allmänt vedertagen benämning på den gallring av material som äger rum i massmedierna. Teorin om gate-keeping beskriver hur nyheter måste passera genom ett antal slussar (gates) innan de slutligen når mottagaren i form av färdiga nyheter. Vid varje gate beslutar en s.k. gate-keeper om en nyhet skall tillåtas gå vidare i nyhetsprocessen som den är, eller om den skall omarbetas, förkortas eller helt stoppas. Vid varje gate görs alltså en gallring av nyheterna, där de nyheter väljs ut som gate-keepern anser ha mest nyhetsvärde. Termen gate-keeper refererar till de faktorer som avgör vilka nyheter som släpps igenom. En gate-keeper skulle kunna ses som en enskild person, t.ex. en journalist, redaktör eller redigerare, och det som då avgör vad som blir

nyheter är de enskilda personernas åsikter och värderingar. Men undersökningar har visat att individuella faktorer inte har någon större betydelse för hur nyheter värderas. Hur en nyhet värderas vid en gate beror istället t.ex. på den allmänna policyn och resurserna på det nyhetsföretag där journalisterna arbetar, på de producenter som levererar materialet, på de abonnenter som nyheterna skall förmedlas till och på den journalistiska arbetsgruppen eller den redaktionella miljön. Dessutom spelar samhällssystemet och den rådande tidsandan i det land eller den region där nyhetsförmedlingen sker en övergripande roll. (Hadenius, Weibull 1999:337-339)

3.3. NYHETSVÄRDERING

Nyhetsförmedlingen i massmedierna representerar ett mycket begränsat urval av aktuella händelser och förhållanden. Detta urval bygger på att förhållanden i verkligheten har värderats på något sätt. (Hvitfelt 1989:63) Eftersom antalet tänkbara nyheter är mycket större än det antal nyheter som slutligen presenteras i medierna måste varje nyhetsredaktion göra en nyhetsvärdering. Det har gjorts många studier av vad det är som utmärker de nyheter som passerar genom alla slussarna i nyhetsprocessen. Jag kommer i detta kapitel sammanfatta olika teorier om vad det är för händelser och förhållanden som ofta tenderar att bli nyheter.

En av de första som försökte definiera nyhetsbegreppet var Walter Lippmann. Redan 1924 konstaterade han att den faktor som avgjorde när en journalist beslutade vad som skulle presenteras som nyheter var om han trodde att det fanns respons hos allmänheten för nyheterna. En nyhet, menade han, skall väcka känslor hos mottagaren och erbjuda mottagaren en möjlighet till identifikation. (Hadenius, Weibull 1999:340)

Kommunikationsforskaren Henk Prakke har sammanfattat tre faktorer som han anser ha betydelse för nyhetsvärderingen. Han talar om tre avstånd; ett **tidsmässigt** avstånd, ett **kulturellt** avstånd och ett **rumsligt** avstånd. Han menar att en nyhet skall ligga så nära som möjligt inom dessa avstånd för att ha högt nyhetsvärde. En händelse som skedde för en tid sedan och som ligger långt bort tidsmässigt och inom en mindre känd kultur, har lågt nyhetsvärde. (Hadenius, Weibull 1999:342)

Hvitfelt diskuterar begreppet händelse, och menar att det är detta begrepp som oftast dyker upp i studier om nyhetsurval. Västerländsk journalistik har kritiserats för att vara

händelseinriktad, i den meningen att det framför allt är yttre händelseförlopp med klart urskiljbara början och slut som uppmärksammas i nyhetsmedierna. Konsekvensen blir då, enligt denna kritik, att publiken får en fragmentarisk bild av verkligheten, och ser händelserna som oberoende utan samband med varandra. Detta håller dock inte Hvitfelt helt med om, eftersom han anser att åtminstone svenska massmedier tillhandahåller ganska hög grad av bakgrundsbeskrivningar, förklaringar och spekulationer. Han menar att nyhetsurvalet har tre huvuddelar. Den första delen representeras av rena händelser. Den andra delen däremot, består av mer abstrakta skeenden, händelseförlopp och förhållanden, medan den tredje består av spekulationer, tolkningar och kommentarer. Han påpekar dock att händelser och förhållanden normalt inte beskrivs utifrån ett helhetsperspektiv, eftersom nyhetsmedierna gör urval även ur en händelse, genom att välja infallsvinkel och intervjupersoner. Varje gång ett urval eller en värdering görs av verkligheten omformas den och de nyheter som presenteras kommer då inte att representera den riktiga verkligheten. (Hvitfelt 1989:65-67)

Hvitfelt sammanfattar i ett antal punkter de egenskaper hos händelser som med störst sannolikhet passerar genom hela nyhetsprocessen och presenteras som nyheter i nyhetsmedierna. Sannolikheten för att en nyhetsartikel skall produceras, publiceras och placeras på förstasidan ökar ju mer den behandlar

1. *politik, ekonomi samt brott och olyckor och*
2. *om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd till*
3. *händelser och förhållanden som*
4. *är sensationella och överraskande,*
5. *handlar om enskilda elitpersoner och*
6. *beskrivs tillräckligt enkelt men*
7. *är viktiga och relevanta,*
8. *utspelas under kort tid men som en del av ett tema*
9. *samt har negativa inslag*
10. *och har elitpersoner som källor.*

(citerat ur: Hadenius, Weibull 1999:343)

Även medieforskarna Johan Galtung och Mari Holmboe-Ruge har i ett antal punkter sammanfattat faktorer som har betydelse för nyhetsvärderingen. Enligt dem är det följande faktorer som avgör vilka händelser som blir nyheter:

1. **Frekvens** – Ju mer en händelse sammanfaller med mediets utgivning eller sändning, ju större är chansen att den blir en nyhet. Eftersom nyhetsmedierna har en kort periodicitet har korta händelser fördel i urvalsprocessen.
2. **Tröskelvärde** – När väl en viss typ av händelser har etablerat sig i nyhetsrapporteringen kommer de sannolikt att fortsätta ha ett högt nyhetsvärde. En typ av händelser måste med andra ord nå upp till ett tröskelvärde för att sedan vara etablerad som en nyhet.
3. **Entydighet** – Ju mer okomplicerad och entydig en händelse är, ju större är chansen att den presenteras som en nyhet.
4. **Meningsfullhet** – Det som är meningsfullt blir nyheter, och det är det kulturella avståndet som avgör detta.
5. **Konsonans** – Händelser som är förväntade eller önskvärda har större chans att bli nyheter än händelser som inte är det.
6. **Det oväntade** – Händelser som är oförutsägbara eller sällan förekommande har stora förutsättningar att bli nyheter.
7. **Kontinuitet** – När en händelse väl har fått uppmärksamhet kommer den fortsätta att få det en tid framöver.
8. **Komposition** – Nyheter väljs ut inte bara efter själva händelserna utan även med tanke på hur balansen kommer att bli i nyhetsrapporteringen. Nyhetsproducenterna vill ha en lagom blandning mellan t.ex. inrikes- och utrikesnyheter.
9. **Referens till eltnationer** – Stora länder har större chans att förekomma i nyhetsrapporteringen än mindre länder.
10. **Referens till elitpersoner** – Kända personer har stor chans att komma med i nyheterna.
11. **Personifiering** – Händelser som går att ses som ett resultat av enskilda individers agerande blir oftare nyheter.
12. **Negativitet** – Ju mer negativa konsekvenserna av en händelse är, ju större är sannolikheten att den blir en nyhet.

(Eide 1992:64f)

3.4. UTRIKESRAPPORTERING

Lars Furhoff skriver i sin bok *Makten över journalistiken* (1991) att han tror att utrikesmaterialet är den mest undersökta kategorin i massmedierna. Han konstaterar att det i utrikesrapporteringen förekommer en snedhet då det är sällsynt att man rapporterar om

vardagliga förhållanden i utlandet. Tonvikten ligger istället på olika makthavares agerande, och även på krig, olyckor och brott. Det förekommer sällan nyheter som handlar om andra länders sociala och ekonomiska förhållanden. Dessutom saknas ofta bakgrundsbeskrivningar till och analyser och prognoser av nyheterna, och när det förekommer är de oftast mycket ytliga. Enligt Furhoff är dock den största bristen i utrikesmaterialet den geografiska snedfördelningen. Det är Västeuropa och Nordamerika som dominerar i nyhetsrapporteringen, och nyheter från länder i tredje världen förekommer inte i proportion till ländernas storlek och betydelse. (Furhoff 1991:36)

Westerståhl och Johansson genomförde under 1980-talet en studie av bilden av utlandet i svenska massmedier. De utgick från en modell med tre faktorer som har betydelse för nyhetsvärderingen. Dessa var **relevans**, **närhet** och **drama**. Den första faktorn menade de handlar om huruvida det finns något karaktäristiskt med det land eller det område som nyheten handlar om, som gör att det kan anses relevant att rapportera om detta land. Den andra faktorn handlade om relationen mellan landet där nyhetsrapporteringen sker och det land som är föremål för rapporteringen. Om det är ett kort avstånd emellan är chansen stor att nyheten tas upp i nyhetsrapporteringen. Den tredje faktorn handlar om att dramatiska nyheter, t.ex. nyheter om olyckor och katastrofer, har stor chans att dyka upp i nyhetsrapporteringen. Faktorn **relevans** menar Westerståhl och Johansson bäst mäts med index på befolkningsmängd, BNP och militär styrka. När det gäller **närhet** nämner de tre dimensioner på avstånd, nämligen geografiskt, kommersiellt och kulturellt. Faktorn **drama** menar de mer har att göra med händelserna i sig än vilket land eller område de utspelar sig i. (Westerståhl, Johansson 1994:73f)

Westerståhl och Johansson gjorde bland annat empiriska studier av hur mycket plats olika länder upptog i nyhetsrapporteringen mellan åren 1912-1972. (Westerståhl, Johansson 1994:77f) De kunde se att vid tiden före andra världskriget handlade 75% av utrikesnyheterna i svenska massmedier om de nordiska länderna och Västeuropa. 1988 hade denna siffra sjunkit till 25%. De senaste empiriska resultaten de presenterade är från 1987-1988 och de visar att ca 5% handlar om de nordiska länderna, 15% om Västeuropa (exklusive de nordiska länderna), 20% om Nordamerika, 20% om Östeuropa, 5% om Afrika, 20% om Asien, 10% om Mellanöstern och 5% om Latinamerika. (Westerståhl, Johansson 1994:86)

Einar Östgaard diskuterar i sin bok *Nyhetsvärdering* (1969) begreppen förståelse, identifikation och sensation, och menar att de har stor betydelse för vilka nyheter som har högt nyhetsvärde. Förståelse är viktigt i den meningen att ett meddelandes nyhetsvärde antas bli större ju mer det blir förstått. Ett nyhetsmeddelande måste behandla något som mottagaren åtminstone har någon förhandskunskap om för att det skall uppmärksammas. Med utrikesnyheter kan problem uppstå eftersom de inte alltid behandlar något för publiken känt eller förståeligt. En nyhet från en avlägsen plats med en mindre känd kultur har lågt nyhetsvärde eftersom det av nyhetsförmedlaren antas vara svårförståeligt. En viktig uppgift för nyhetsförmedlaren blir därför att presentera nyheten så begripligt som möjligt, med t.ex. bakgrundsinformation om ämnet. (Östgaard 1969:34)

4. KULTUR, IDENTITET OCH KOMMUNIKATION

Jag kommer i detta avsnitt av uppsatsen ta upp relevant teori kring begreppen kultur, samhälle och identitet samt vad masskommunikation har för betydelse för dessa.

4.1. KULTUR, SAMHÄLLE OCH IDENTITET

Enlig Göran Therborn är kultur:

1. en slags identitet, d.v.s. en känsla av att man tillhör ett "vi" och att det finns ett "dem" .
2. en slags kognition eller kognitiv kompetens, d.v.s. ett gemensamt språk att använda inom kulturen för att kommunicera med världen och nå kunskap om den.
3. ett mönster av utvärderingar som innefattar normer och värderingar om vad som är bra och dåligt, gott och ont m.m. (Therborn 1995:11)

Therborn skriver att ordet identitet betyder "sameness". Men för att kunna definiera begreppet måste man sätta det i relation till motsatsen, d.v.s. något som inte är "lika". Det går inte att se vad som är lika om man inte har något att jämföra med. Therborn tar upp tre olika delar eller moment av identitet; (1) differentiering, (2) fastställande av jag- föreställningar och (3) erkännande eller igenkännande av "andra". Differentiering handlar om en social konstruktion av gränser. För att skapa en identitet måste man kunna urskilja ett "vi" bland alla människor i samhället. För att göra detta krävs dels att man kan definiera ett "andra", dels att man kan upptäcka ett "vi". I moderna samhällen kan den sociala konstruktionen av gränser ses som en

tävling mellan olika möjliga avgränsningar. Att definiera ett samhälle som Europa är en möjlig avgränsning, men det finns ju människor som hävdar att det inte finns tillräckligt mycket gemensamt mellan de europeiska länderna för att det skall vara någon mening med att kalla dem för ett samhälle. Andra avgränsningar som tävlar med den europeiska avgränsningen skulle kunna vara att dela upp Europa i olika regioner, där invånarna har mer gemensamt än inom hela den europeiska kontinenten.

Ju starkare de andra kan ses, d.v.s. ju mer olika de är oss, ju lättare är det att definiera eller urskilja en egen identitet, och ju tydligare den egna identiteten är ju tydligare är skillnaden mot de andra. Fastställandet av jag- föreställningar handlar om att finna en positiv identifikation av något. Identitet handlar inte bara om att se skillnader gentemot andra utan även att finna likheter som gör att en grupp verkligen kan sägas ha en gemensam identitet. Fastställandet av jag- föreställningar är, enligt Therborn, ett resultat av en process där människor antingen gjort en genomtänkt eller avsiktlig reflektion eller en omedveten bearbetningsprocess av vad som kännetecknar den egna identiteten. Kommunikationskanaler är mycket viktiga för denna process. Den tredje aspekten av identiteten är erkännande eller igenkännande av andra. Med detta menas att för att en grupp människor skall sägas inneha en gemensam identitet är det väsentligt att de blir igenkända och erkända av andra människor som inte tillhör gruppen. Med andra ord skall de ”andra” se oss som ett samhälle som hålls samman av en gemensam identitet. (Therborn 1995:229-231) I mitt fall med Europa spelar det stor roll hur övriga världen ser på Europa. Om de inte ser européerna som ett folk som känner samhörighet förlorar Europa mycket av sin identitet och därmed också t.ex. makt.

Begreppet kulturell eller kollektiv identitet kan, enligt David Morley och Kevin Robins, ses som en social grupps ansträngning att skapa någon slags sammanhållning och sammanhang inom gruppen. En kulturell identitet är något dynamiskt som måste underhållas för att fortsätta att existera. Den är provisorisk, osäker och ibland omtvistad. När en kulturell identitet utvecklas till att innefatta organisatoriska former med regelsystem och någon typ av ledarskap som skall leda till aktion, kan den sägas ha institutionaliserats. Om den inte utvecklas på detta sätt kan den kallas icke institutionaliserad och den måste då regelbundet ”aktiveras” för att kunna leda till aktion. (Morley, Robins 1995:72) Europeiska Unionen anser jag vara ett mycket bra exempel på försök att skapa en kulturell identitet. De europeiska länderna strävar efter att skapa sammanhållning för att kunna skapa en institutionaliserad

kulturell identitet. Men denna är ju också mycket omtvistad, eftersom många hävdar att de europeiska länderna inte har mycket gemensamt utan tvärtom är väldigt olika.

Therborn skriver också att människor och samhällen existerar i tid och rum. Det är tid och rum som styr människors liv. Kulturen har därför en rumslig och en tidsmässig dimension. (Therborn 1995:11) Även David Morley och Kevin Robins menar att det finns det två villkor för upprätthållandet av en kulturell identitet. Det ena är att det måste finnas en tidsmässig definition av den. Detta betyder att man måste basera den på människornas minne av gruppens förflutna. En grupp människor, som t.ex. européer, definierar sig själv som grupp genom minnet av sitt gemensamma förflutna. För att upprätthålla en kulturell identitet krävs att människorna inom den har ett minne av sin gemensamma historia och sina gemensamma traditioner. Just begreppet tradition är viktigt i detta sammanhang. Traditioner är inte något givet och färdigt utan vilka traditioner en kultur har beror mycket på vad de grupper som har makten i samhället betonar. De mäktiga institutionerna i samhället, t.ex. massmedierna, kan välja ut värden från historien och placera in dem i dagens vanor. Det är på detta sätt kulturen och den kulturella identiteten reproduceras. (Morley, Robins 1995:46f) Det andra villkoret är att det måste finnas en rumslig definition. Det måste finnas klara gränser för vilka som tillhör kulturen och vilka som inte gör det. Med andra ord måste man kunna finna tydliga ”vi” och ”dom”. (Morley, Robins 1995:72)

Morley och Robins menar, liksom Therborn, att kulturella identiteter inte kan studeras en och en utan måste jämföras med varandra för att man skall kunna definiera de olika identiteterna. De jämför med lingvisten F. de Saussures resonemang om språkets uppbyggnad. Saussure poängterar att delarna av ett språk, t.ex. ord och bokstäver, definieras och får sin betydelse utifrån deras relation till andra delar av språket. Man måste definiera varje liten del av språket negativt, inte positivt, eftersom delarna inte har en betydelse i sig utan får sin betydelse genom sin relation till andra delar i systemet. På samma sätt måste man studera hur kulturella identiteter är relaterade till varandra eftersom en kulturell identitet konstitueras genom sin relation till andra kulturella identiteter. Det går därför inte att definiera en europeisk identitet och sedan jämföra den med andra kulturella identiteter. Den europeiska identiteten konstitueras istället i jämförelse med t.ex. amerikansk, asiatisk och muslimsk identitet. Det är olikheterna som konstituerar identiteter. Identitet handlar lika mycket om vad som inte ingår, som vad som verkligen ingår. För att definiera vår europeiska identitet, måste vi därför

fundera över vår relation till andra kulturer. Vi måste se oss som ”vi européer” mot ”dem icke-européerna”. (Morley, Robins 1995:45f)

4.2. KULTUR OCH KOMMUNIKATION

Enligt Morley och Robins beror ett samhälles eller en kulturell identitets fortsatta existerande på dess kommunikationsmönster. Det måste finnas bra kommunikation inom samhället, d.v.s. kommunikation mellan aktörerna som ingår i samhället, för att det skall kunna överleva som kulturell gemenskap. Det krävs att en stor del av kommunikationen utgörs av intern information, d.v.s. information om det egna samhället. Om ett visst samhälle konsumerar för mycket av extern information, d.v.s. information utifrån, hotas legitimiteten för de politiska institutionerna och samhället kan upphöra att existera. De europeiska länderna konsumerar en stor mängd amerikanskt medieutbud. För att försvara Europa mot amerikaniseringen krävs att man satsar på att främja och utveckla en slags europeisk identitet. Målet är alltså att skapa enighet mellan de europeiska länderna och medlen att nå detta mål är information och kultur. Kultur måste ses som en ständig kamp att upprätthålla gemensamma värden. Det räcker inte att bara skapa en kulturell gemenskap, det krävs att man upprätthåller den också. (Morley, Robins 1995:44)

När det gäller den europeiska unionen (EU) menar Morley och Robins att kulturen utgör basen i denna. Målet med EU är inte enbart att integrera de europeiska länderna ekonomiskt och socialt, utan även att skapa en europeisk kultur. Den gemensamma europeiska kulturen skall dock bevara de skillnader som finns inom den. Den europeiska kulturen skall bygga på ”unity in diversity”. De nya kommunikationsteknologierna ses som ett av medlen att nå detta mål, och speciellt TV anses viktigt. TV kan, enligt förespråkarna för en europeisk identitet, fungera som ett instrument för integration. (Morley, Robins 1995:76f) I min uppsats kommer jag dock inte att studera TV, utan jag har valt att undersöka nyhetsrapporteringen i dagstidningar i tron om att denna kan tänkas ha en roll för svenskars kunskap om Europa.

Elaine Baldwin m.fl. skriver, som jag nämnde i inledningen, att det är inte själva territoriet (landskapen, platserna) som är det viktiga för att individerna inom ett samhälle skall känna samhörighet, utan representationerna av det (Baldwin m.fl. 1999:162). När det handlar om kultur är representationer symboler och föreställningar, eller processen att framställa dessa för individers medvetande. En representation är något som står för någonting annat. (Baldwin

m.fl. 1999:61) Medlemmarna i ett samhälle, t.ex. en nation eller en region, kan omöjligt känna till alla människor som ingår i det. Inte heller kan de känna till alla platser som finns inom det. Men de kan uppleva hela samhället genom de representationer som massproduceras och cirkulerar inom det. Massmedierna spelar här en mycket viktig roll. Det är till stor del genom massmedierna som individerna inom samhället kan ta del av de representationer som skapar samhället. (Baldwin m.fl. 1999:162) Därför är också massmediernas representationer av Europa betydelsefulla när det gäller hur vi uppfattar Europa.

4.3. EUROPA SOM ETT "IMAGINED COMMUNITY"

Benedict Anderson tar upp begreppet "imagined community" och använder det för att beskriva ett samhälle. En "imagined community" är ett slags **samhälle** som avgränsas med **geografiska** och/eller **kulturella** gränser. Det syftar till att erbjuda en **kollektiv samhörighet** utifrån vilken individerna inom den kan bygga sin **identitet**. (Baldwin m.fl. 1999:158) Europa anser jag vara ett bra exempel på en "imagined community". Europa kan ses som en plats med geografiska och kulturella gränser, men frågan är om det finns gemensamma nämnare mellan de europeiska länderna som gör att det är befogat att tala om Europa som ett samhälle.

Ett samhälle är, enligt Macdonis och Plummer, "people who interact in a defined space and share culture" (2000:66). De menar att det kan vara svårt att se Europa som något koherent eller sammanhängande eftersom Europa består av över 40 olika länder och ännu fler språk. Dessutom har länderna i Europa olika klimat, kulturer, historia, politiska och ekonomiska system och religioner. Trots detta talar man om ett europeiskt samhälle, vilket är möjligt om man letar efter gemensamma inslag. Man skulle kunna se Europa som ett "imagined community", d.v.s. något som upplevs som ett samhälle på grund av att människorna har en liknande historia och en liknande kultur. De flesta europeiska kulturerna innehåller t.ex. spår av att de var bland de första industriella länderna, de första moderna demokratiska kulturerna och de första kristna kulturerna. Agnes Heller menar att europeisk kultur är modernitet, d.v.s. kumulativ kunskap, framsteg, teknologi och välstånd, tillsammans med nationalstater och idéer om frihet och jämlikhet. Ett annat sätt att se på begreppet Europa är att se det som olika länder som vill och försöker enas, eftersom det är något man har försökt göra sedan andra världskriget. (Macdonis, Plummer 2002:88)

Europa är egentligen en kulturell mosaik på grund av all invandring från övriga världen. Det är på grund av denna få kulturella värden som delas av alla européer. Men det går enligt Macionis och Plummer att finna drag som är gemensamma för Europa.

1. Upplysningen med värden som rationalitet, vetenskap och utveckling. Uppkom med de stora filosoferna, tänkarna och författarna under 1800-talet.
2. Europa dominerades av den judiska- kristna religionen och dess kamp med sekulariseringen. De flesta européer firar de stora kristna högtiderna. Therborn skriver att *"to be a European is to celebrate Christmas and Easter"*.
3. Utvecklingen av nationerna/staterna och begreppet medborgarskap, ett begrepp som innebär rättigheter och skyldigheter.
4. Den europeiska kulturen kan sägas kännetecknas av principen om hierarki. De historiska feodala och aristokratiska systemen har förvandlats till det sociala klasssystem som existerar idag.

(Macionis, Plummer 2002:105)

Även Therborn tar upp ett antal faktorer som Europa har gemensamt. Den första är religionen, även om inte alla länder i Europa har samma religion. Europa är ändå starkt präglad av den kristna religionen och något som många européer har gemensamt är firandet av de kristna helgerna, som t.ex. jul och påsk. Något annat som européerna kan sägas ha gemensamt är minnena av de stora och många krigen som utspelat sig mellan olika europeiska folk genom åren. Den tredje faktorn som Therborn tar upp är klassamhället och klassmedvetandet. Exempel på detta är Första maj när arbetarklassen demonstrerar. Klassmedvetandet större här än övriga världen och även klassidentifikationen är större här, menar Therborn. Den sista gemensamma faktorn är nationaldagarna. (Therborn 1995:233-239)

När det gäller den rumsliga definitionen av Europa skriver Morley och Robins att man kan diskutera vilka gränser som egentligen gäller. Frågan om gränser har med både historia och politik att göra. Vilka länder hör till Europa? Hör t.ex. Turkiet, som är ett övervägande muslimskt land, till den europeiska kulturen? Turkiet har ju faktiskt ansökt om EU-medlemskap. Ofta när vi talar om Europa menar vi kanske bara Västeuropa. (Morley, Robins 1995:58-60) I min uppsats kommer jag använda en geografisk definition av Europa där Turkiet ingår, eftersom en del av landet ligger i Europa. Detsamma gäller Ryssland. Jag kommer även att ta med Cypern eftersom de, liksom Turkiet, ansöker om medlemskap i EU.

Nu har jag redogjort för den tidigare teori som jag använder mig av i min uppsats. Denna ligger till grund för mina frågeställningar som jag nu i nästa kapitel kommer att presentera.

5. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Mitt syfte med uppsatsen är att undersöka hur Europa representeras i Aftonbladet. Detta vill jag göra med hjälp av teorier om nyhetsvärdering och massmediers betydelse för kulturell identitet. I min undersökning använder jag följande frågeställningar:

1. Vad får vi i Aftonbladet reda på om Europa och de europeiska länderna?

Med denna fråga vill jag ta reda på vad det är för information som dominerar i nyhetsflödet som handlar om Europa. Jag har definierat fyra underfrågor som skall hjälpa mig att ta reda på detta:

- Vilka länder förekommer i nyhetsartiklarna?
- Vilka ämnesområden förekommer i nyhetsartiklarna?
- Vilka aktörer förekommer i nyhetsartiklarna?
- Hur omfattande är nyhetsartiklarna?

Min första frågeställning har jag utformat med hjälp av den redan befintliga teori gällande nyhetsförmedling och nyhetsvärdering som jag tagit del av (se kapitlet *Nyhetsförmedling*)

2. Hur framställs Europa i Aftonbladet; som ett kulturellt homogent samhälle eller som ett samhälle som enbart bygger på geografiska definitioner och ekonomiska förbindelser?

Med denna fråga vill jag ta reda på om Aftonbladet ger en bild av att Europa är en kontinent där människor känner gemenskap och har liknande intressen, eller om tidningen ger bilden av att Europa endast existera genom ekonomiska och rättsliga förbindelser. Som hjälp att besvara huvudfrågan tar jag hjälp av följande underfrågor:

- I vilken utsträckning betonar Aftonbladet Europas gemensamma historia och dess gemensamma intressen och traditioner?
- I vilken utsträckning målar Aftonbladet upp en bild av "vi européer" som en kulturellt homogen grupp gentemot "de andra", d.v.s. övriga kulturer i världen?

När jag formulerat denna frågeställning med underfrågor har jag utgått ifrån tidigare teorier kring kulturella identiteter samt massmediernas betydelse för dessa. (se kapitlet Kultur, identitet och kommunikation)

6. METOD

I detta avsnitt kommer jag att förklara hur jag gått tillväga för att genomföra min undersökning. Jag kommer att diskutera val av metod, urval samt beskriva mitt kodschema. Slutligen diskuterar jag undersökningens kvalitet utifrån begreppen validitet och reliabilitet.

6.1. VAL AV METOD

Jag använder i min uppsats en kvantitativ metod eftersom mitt syfte är att få en generell bild av vad Aftonbladet i sin nyhetsförmedling ger för bild av Europa. En kvantitativ metod skall användas när syftet är att erhålla en representativ översikt över generella förhållanden. Ett sådant generaliserande syfte kräver att man har många undersökningsenheter och få variabler. (Halvorsen 1992:80)

Mer specifikt innebär min metod att jag utför en kvantitativ innehållsanalys. Med innehållsanalys menas ”*en undersökning av innehållet i någon form av skriftlig, muntlig eller bildmässig framställning*” (Esaiasson m.fl. 2002:219). Med kvantitativ menas att undersökningen baseras på uppgifter om tillräckligt många analysenheter för att dessa skall kunna uttryckas och analyseras med siffror. Kvantitativ innehållsanalys är ett bra verktyg när man vill undersöka förekomsten av olika innehållsliga kategorier i ett material, både kategoriernas frekvens och det utrymme de ges. (Esaiasson m.fl. 2002:219) Det är just detta jag vill göra min undersökning. Jag vill se hur stort utrymme nyheter om Europa ges samt vad olika länder får för utrymme. Jag vill även se vilka ämnen som tas upp och hur omfattande nyhetsrapporteringen är.

6.2. AFTONBLADET

I min studie har jag valt att analysera tidningen Aftonbladet. Aftonbladet är Nordens största dagstidning och grundades av Lars Johan Hierta 1830. Tidningen når varje dag cirka 1,4 miljoner läsare. Tidningen Aftonbladet ingår i Aftonbladet Hierta AB och hade 2003 en upplaga på drygt 448 000 exemplar per utgivningsdag. Tidningen trycks i Stockholm, Göteborg, Växjö, Västerås och Örnsköldsvik och politiskt sett är den oberoende socialdemokratisk. I min studie har jag analyserat Stockholmsupplagan. På Aftonbladets hemsida går att läsa att:

”Aftonbladet är en bred tidning som står på läsarens sida. Vår journalistik ska vara kritiskt granskande, sann och saklig. Den ska överraska, underhålla och driva opinion i samspel med våra läsare.” (aftonbladet.se)

Hadenius och Weibull skriver att det trots benämningen morgontidning respektive kvällstidning inte längre är tidpunkten för utgivning som i första hand skiljer de två typerna av tidning åt, eftersom kvällstidningarna numera kommer ut redan tidigt på förmiddagen. Formatet på tidningen är inte heller det som gör skillnaden mellan morgontidning och kvällstidning. Istället är det försäljningsmetoden som skiljer dem åt. Kvällstidningarna säljs endast genom lösnummerförsäljning, medan morgontidningarna till största delen säljs genom prenumeration. Det finns i Sverige fyra olika kvällstidningar; Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten. Aftonbladet är den största av dessa. Dagens Nyheter räknas som en av storstadspressens morgontidningar och är den största inom denna kategori. Kvällstidningarna är i hög grad läsarfinansierade, har en annan annonsmarknad än morgontidningarna och fyller andra funktioner för publiken. Karaktäristiskt för kvällspressen har varit personifiering, sensationer, kändisar, olyckor och brott, även om dessa numera förekommer ganska flitigt också i andra medier, som t.ex. morgontidningar. (Hadenius, Weibull 1999:65) Kvällspressen kritiserar ofta för sin sensationsjournalistik och för att göra hårda vinklingar och förtroendet för kvällstidningarna är relativt lågt. (Hadenius, Weibull 1999:62,65) Det typiska tidningsvalet bland svenskarna är en lokal morgontidning som erhålls genom prenumeration. Kvällstidningarna utgör ofta ett komplement till denna. (Hadenius, Weibull 1999:80f)

Som en följd av kommersialiseringen av nyhetssystemet har det lättsammare nyhetsmaterialet ökat. Sådant nyhetsmaterial kallas ofta kvällstidningsjournalistik, eftersom det varit karaktäristiskt för kvällstidningarna. Till lättsammare nyheter räknas olyckor, brott och förströelse i motsats till mer tyngre nyheter såsom politik. (Hadenius, Weibull 1999:382)

Bengt Johansson presenterar i artikeln *GT- Sveriges första kvällstidning* fem punkter som han menar sammanfattar vad som kännetecknar en kvällstidning:

1. **Innehåll:** En kvällstidning innehåller stor grad av sensationsjournalistik, förströelse, brott, olyckor och sport.
2. **Form:** Kvällstidningar har tabloidformat, artiklarna är kortare och det förekommer mer bilder än i morgontidningar. De anses därför vara mer lättlästa än morgontidningar.

3. **Pris:** Kvällstidningarna har ett förhållandevis lågt pris eftersom de vill företräda och nå ut till den breda allmänheten.
4. **Journalistik:** Kvällspressen kännetecknas ofta av en kritisk attityd gentemot makthavare, eftersom den vill vara den enskilda medborgarens röst. Man driver ofta kampanjer och man försöker engagera läsarna genom tävlingar, insamlingar och andra aktiviteter.
5. **Utgivning och finansiering:** Kvällstidningarna kommer ut senare än morgontidningarna och säljs endast genom lösnummerförsäljning.

(Johansson 1996:97f)

6.3. URVAL OCH TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Jag vill med min studie få en generell bild av vad Aftonbladet ger för bild av Europa och min intention är då att analysera så många tidningar som möjligt. Det är ju dock av praktiska skäl inte möjligt att gå igenom alltför många artiklar så jag har gjort ett urval. Jag har valt att koda artiklar ur tidningen under fyra veckor år 2003. Jag har i min studie analyserat alla artiklar i Aftonbladet som handlar om Europa och de europeiska länderna under perioderna 1-15 mars 2003 samt 1-15 oktober 2003. Jag valde de olika perioderna för att jag antog att de är tidpunkter då tidningsinnehållet är representativt för hela året. Jag ville undvika tidsperioder då jag antog att innehållet kan skilja sig en del från vad som kan sägas vara representativt, t.ex. under sommaren och tiden kring jul och nyår. Att jag valde två veckor på våren och två på hösten beror på att jag ville få med material från olika tidpunkter så att sannolikheten att materialet blir representativt ökar.

Jag har analyserat alla artiklar i Aftonbladet där nyheten utspelar sig i ett europeiskt land, där nyheten i huvudsak rör ett europeiskt land (eller flera länder) eller där huvudaktören är en europé. Jag har inte analyserat artiklar som handlar om Sverige, och inte heller artiklar som handlar om enbart Sverige i EU. För att förenkla min undersökning har jag inte analyserat framsidan på tidningen, och inte heller kultursidorna, reklam, annonser, TV-program, korsord, serier, insändare eller spalter där någon krönikör presenterar listor eller tar upp olika ämnen (däremot krönikor som specifikt handlar om ett europeiskt land eller en europeisk fråga). Sport- och nöjessidorna har jag studerat med undantag för spelsidor, listor och resultatbörser. Jag har inte heller kodat artiklar på ”tema-sidor” som t.ex. Superhelg, Resa, Stockholmsguiden, Bjurman och Veta mer. Under rubriken ”Klubbat i EU och Riksdag” har jag kodat varje liten notis för sig, eftersom de rör olika saker. På sportsidorna har jag inte tagit med artiklar som handlar om svenska idrottsmän som tävlar i ett europeiskt land, om det inte

är själva tävlingen och landet som står i fokus i artikeln. Sammanfattningsvis kan jag alltså säga att jag har analyserat alla artiklar som handlar om ett eller flera europeiska länder inne i huvudtidningens nyhetsdel, samt på sport- och nöjessidorna. Med artikel avser jag varje sammanhängande artikel med en viss vinkling. Alltså kan en stor nyhet bestå av flera artiklar som har olika fokus och då har jag kodat dem som flera olika analysenheter.

När jag har analyserat mitt material har jag använt mig av ett kodschema där jag på förhand preciserat vad det är jag skall leta efter, samt ett stort antal kodblanketter. Tidningsartiklarna hade jag tillgång till på mikrofilm.

6.4. KODSCHEMA

När jag gjort innehållsanalysen i tidningen har jag använt mig av ett kodschema för att fånga upp den information som skall besvara mina frågeställningar. Kodschemat finns med i uppsatsen som bilaga 1. I detta avsnitt kommer jag att presentera de olika variablerna som ingår i kodschemat och förklara på vilket sätt de syftar till att besvara mina frågeställningar.

1. Id-nummer: Varje artikel får av praktiska skäl ett nummer.
2. Datum: När det gäller datum redovisar jag endast vilken månad artikeln är publicerad eftersom jag i min undersökning inte har för avsikt att visa något samband mellan datum och någon annan variabel.
3. Land: Denna variabel är en del av svaret på min första frågeställning. Variabeln har 45 olika värden. För att bestämma dessa utgick jag från den geografiska definition av Europa som kan läsas i Bonniers Compact Lexikon (sid. 265). Jag definierar dock även Turkiet som tillhörande Europa eftersom en del av landet tillhör Europa, och eftersom Turkiet även ansöker om att få bli medlem i EU. Också Cypern definierar jag som tillhörande Europa eftersom landet ansöker om medlemskap i EU. Med kategorin Europa menar jag artiklar som handlar om Europa allmänt och därför inte kan sägas gälla ett enskilt land, t.ex. statistik om Europa eller nyheter om EU. För att bestämma vilket land en artikel handlar om har jag frågat mig vilket land nyhetshändelsen eller det förhållande som nyheten handlar om utspelas i, eller vilket land huvudaktören i artikeln kommer ifrån. Det är detta som ligger till grund för vilket värde variabeln får. I de fall då nyhetsartikeln berör flera länder har jag valt det som är mest framträdande i artikeln.
4. Ämnesområde: Denna variabel är en del av svaret på min första frågeställning. För att bestämma ett värde på variabeln har jag försökt hitta ett ämnesområde som så snävt som

möjligt beskriver vad artikeln handlar om. Kategorin rikspolitik innefattar även EU-politik. Med kultur avser jag t.ex. musik, mode, konst m.m.

5. Aktör: Denna variabel är en del av svaret på min första frågeställning. Varje artikel har här fått värdet som gäller för den aktör som jag bedömt som mest framträdande i artikeln. De artiklar där det förekommer minst tre aktörer som är lika framträdande har fått värdet ett antal olika aktörer. Med värdet experter menar jag en eller flera personer som i sammanhanget uttalar sig i egenskap av kunnig inom området som artikeln handlar om. Värdet kulturpersonligheter innefattar artister, konstnärer och liknade. Utländska aktörer kan vara både enskilda personer och företag eller organisationer.
6. Artikels storlek: Denna variabel är en del av svaret på min första frågeställning. Här har jag tagit ställning till hur stor artikeln är i förhållande till tidningens storlek, och inklusive eventuell bild.
7. Vilken typ av information förekommer?: Denna variabel är en del av svaret på min första frågeställning. Här har jag bedömt vad det är för typ av artikel som nyheten redovisas i, och vilken typ av information som presenteras. Med bakgrundsinformation menar jag förekomst av någon slags informationsruta eller en paragraf i texten som ger lite bakgrundsinformation till det som artikeln handlar om. Med kommentar och analys menar jag att en journalist på tidningen skall ha gjort någon slags analys av nyhetshändelsen eller på annat sätt kommenterat det som redovisats i artikeln. Reportage innefattar en längre artikel där en eller flera journalister gjort en utförlig presentation av en händelse eller ett förhållande och resonerat kring detta. Med krönika menar jag en artikel där en journalist skrivit personligt om sina tankar kring en händelse eller en företeelse. Ledare är den artikel som förekommer på sida 2 i tidningen, d.v.s. där den politiska åskådningen framkommer.
8. Hur många länder förekommer i artikeln?: Denna variabel syftar, liksom resterande variabler, till att besvara min andra frågeställning, d.v.s. hur Europa framställs i Aftonbladet. Ifall flera länder förekommer i en artikel menar jag att läsaren får bilden av att det finns europeiska länder som har gemensamma intressen, och desto fler länder som förekommer i nyhetsartikeln, desto tydligare bild av Europa som en helhet. Med ordet förekommer menar jag att ett eller flera länder omnämns i artikeln. När artikeln handlar om EU kodar jag det med variabelvärdet alla EU-länder. För att denna variabel ska få värdet 5, d.v.s. alla Europas länder, krävs att artikeln handlar om något som rör i princip hela Europa, alltså även länder utanför EU.

9. Förekommer ordet Europa i artikeln?: Jag antar här att ifall ordet Europa omnämns i nyhetsrapporteringen, kommer läsaren att få en representation av att Europa är ett begrepp som betyder något, d.v.s. att det finns en mening med att tala om Europa som ett samhälle. Förekommer ordet ofta bidrar det till att stärka legitimiteten för det europeiska samhället. För att bestämma värdet på denna variabel har jag därför räknat hur många gånger ordet Europa nämns i artikeln.
10. Förekommer i artikeln namn på geografiska områden utanför Europa?: När det gäller denna variabel antar jag, i likhet med mitt resonemang på föregående variabel, att hur olika företeelser benämns har betydelse för vad människor får för uppfattning om desamma. Denna variabel kan jag med för att se hur frekvent namn på andra samhällen än det europeiska omnämns. Att andra namn nämns ofta kan bidra till att legitimiteten för det europeiska samhället försvagas ifall det förekommer för mycket information om andra samhällen. Morley och Robins skriver att för att ett samhälle skall överleva krävs en stor del av intern kommunikation och inte alltför mycket information utifrån (Morley, Robins 1995:44) Men det går även att se det på ett annat sätt nämligen att omnämmandet av andra samhällen kan bidra till att legitimiteten för det europeiska samhället stärks. Jag utgår här ifrån den tidigare teori jag tagit del av som säger att kulturella identiteter definieras i jämförelse med varandra. Den europeiska identiteten konstitueras i jämförelse med andra identiteter. (Morley, Robins 1995:45f) Även denna variabel har fått sitt värde genom att jag räknat antalet gånger som namn på områden utanför Europa omnämns.
11. Tar artikeln upp någon fråga eller händelse som enligt artikeln rör de europeiska länderna gemensamt?: Här antar jag att ifall tidningens läsare får ta del av en nyhetsrapportering där frågor tas upp som rör flera europeiska länder, får denne en bild av att Europa är ett samhälle där invånarna har gemensamma intressen. Jag har kodat denna variabel utifrån hur många länder som, enligt artikeln, berörs av den fråga eller händelse som artikeln tar upp. Exempel på när alla europeiska länder berörs är artiklar som tar upp Irak-kriget och diskuterar Europas roll, utan att gå in på vissa enskilda länder eller utan att det är enbart EU som omnämns. Ett annat exempel är artiklar som handlar om någon av de europeiska cuperna i fotboll generellt, och inte går in på enbart vissa lags eller länders resultat.
12. Innehåller artikeln någon kulturell fråga/företeelse gemensamt för de europeiska länderna?: Här är jag ute efter just kulturella frågor och då menar jag nöje, sport, vardagsliv, traditioner m.m. Jag vill sedan jämföra resultatet på denna variabel med nedanstående som handlar om ekonomiska och rättsliga frågor. Konkreta exempel kan

vara artiklar som handlar om artister som turnerar i annat land, etniska minoriteter som finns i flera länder, idrottsturneringar, andra typer av evenemang, statistik över hur människor från olika länder lever med mera.

13. Innehåller artikeln någon fråga gällande ekonomiskt eller rättsligt samarbete mellan de europeiska länderna?: Exempel på ekonomiskt eller rättsligt samarbete kan vara handel eller brottsbekämpning över gränserna, både generellt och specifikt när enskilda företag eller myndigheter är inblandade. Konkreta exempel kan vara att EU beslutat om en ny lag, att två eller fler länders myndigheter beslutat att samarbeta i en viss fråga, företag som etablerar sig i annat land med mera. En artikel kan handla om något som kan räknas som både kulturell och ekonomisk fråga och då får den följaktligen samma värde på denna variabel som på den förra.
14. Innehåller artikeln exempel på lyckat samarbete mellan europeiska länder?: Med lyckat samarbete avser jag t.ex. att olika länders politiker eller enskilda personer eller grupper i flera länder samarbetar. Det kan röra sig om ett projekt, en tävling, ett evenemang eller ett lyckat politiskt, ekonomiskt eller rättsligt samarbete. Med andra ord skall artikeln röra exempel på samarbeten eller problemfria relationer mellan länder. Här utgår jag ifrån att ifall Aftonbladet presenterar nyheter som handlar om samarbete mellan européer, stärks känslan av att vi européer har något gemensamt.
15. Innehåller artikeln någon konflikt eller något annat problem gällande samarbete mellan de europeiska länderna?: Här är det istället, tvärt emot den förra variabeln, problem eller konflikter jag är ute efter att fånga upp. Ifall Aftonbladets läsare till stor del får läsa om problem när det gäller kontakter mellan de europeiska länderna, får de uppfattningen att vi européer inte har så mycket gemensamt och då försvagas den europeiska identiteten. Exempel på konflikter och problem kan vara politiska eller rättsliga tvister, bråk mellan olika intressegrupper eller brottslighet över gränserna.
16. Innehåller artikeln frågor som handlar om Europas förflutna?: Här utgår jag från Morley och Robins resonemang om att kulturella identiteter har en tidsmässig definition. De menar att en grupp människor definierar sig själv som grupp genom minnet av sitt gemensamma förflutna. Massmedierna har stor betydelse när det gäller att välja ut värden från historien och betona dessa. Det är på det sättet som den kulturella identiteten reproduceras. (Morley, Robins 1995:46f) Jag är därför ute efter att fånga upp huruvida Aftonbladet betonar Europas gemensamma historia eller inte. Ju fler länder som omnämns när historiska skeenden tas upp, desto större är chansen att människor får uppfattningen att Europa har ett gemensamt förflutet.

17. Handlar artikeln om en relation mellan europeiska länder och icke-europeiska länder?:

Även här utgår jag från Morley och Robins resonemang om definierandet av kulturella identiteter. De menar att kommunikationsmönstren är viktiga för ett samhälles existerande. Det måste förekomma bra kommunikation inom samhället, i det här fallet Europa, för att det skall överleva som kulturell gemenskap. Alltför mycket kommunikation med andra samhällen, samt alltför mycket information om andra samhällen, kan hota samhällets existerande. (Morley, Robins 1995:44) Jag vill här se i vilken utsträckning det i nyhetsrapporteringen förekommer relationer mellan europeiska länder och icke-europeiska.

6.5. UNDERSÖKNINGENS KVALITET

I detta avsnitt skall jag diskutera undersökningens validitet och reliabilitet. Validitet handlar om undersökningens giltighet eller relevans. De data som samlas in måste vara relevanta för problemställningen, d.v.s. de måste svara på de frågor man har ställt. Det måste med andra ord finnas en överensstämmelse mellan den teoretiska problemställningen och den empiri som denna operationaliseras till. (Halvorsen 1992:41) Reliabilitet handlar om hur pålitliga mätningarna är. Vid hög reliabilitet skall oberoende mätningar ge samma resultat. (Halvorsen 1992:42)

När det gäller min uppsats anser jag att undersökningen är valid. Mitt övergripande problem är medias betydelse för människors världsbild och för skapandet och upprätthållandet av kulturella identiteter. För att belysa detta problem har jag valt att studera nyhetsrapporteringen i Sveriges största dagstidning. Jag anser att detta är ett sätt på vilket det går att belysa problemet. Jag har utgått från den tidigare teori inom ämnet som jag hittat och utformat mina frågeställningar utifrån denna. Jag har sedan operationaliserat ner dem till ett kodschema som jag i stort sett tycker har fungerat bra.

När det gäller reliabiliteten i min uppsats inser jag att den inte är speciellt hög. Problemet är den andra frågeställningen som var svår att operationalisera. Det var svårt att förklara hur jag kodat artiklarna och undersökningen fick ett inslag av kvalitativ metod. Intersubjektiviteten är därför låg. Men jag anser att jag gjort ett bra försök att angripa ett svårt ämne, och att mitt arbete kan leda till, och underlätta, ytterligare studier inom ämnet.

7. RESULTATREDOVISNING

I detta avsnitt av uppsatsen kommer jag att presentera resultatet av min undersökning.

Vad får vi i Aftonbladet reda på om Europa och de europeiska länderna?

Av min undersökning fick jag fram att dessa länder var de mest förekommande i nyhetsrapporteringen (för hela resultatet se bilaga 2):

Tabell 1: Mest förekommande länder

LAND	Antal artiklar	% av alla artiklar
Storbritannien	127	29
Tyskland	70	16
Europa	40	9
Italien	23	5
Frankrike	20	5
Norge	20	5
Spanien	20	5
Danmark	15	3
Ryssland	14	3
Finland	11	3
Summa antal artiklar: 442		

Storbritannien är det överlägset mest representerade landet, och även *Tyskland* är mycket frekvent i nyhetsrapporteringen. Den tredje mest frekventa kategorin är *Europa*, och sedan jämnar det ut sig i frekvens när det gäller övriga kategorier. Jag ser alltså att dessa tre kategorier skiljer ut sig genom att förekomma i en högre grad än övriga.

Med hjälp av tabellen ovan kan jag se att det är stora länder, samt länder som ligger nära Sverige rumsligt och kulturellt, som dominerar i Aftonbladets nyhetsrapportering. Både *Storbritannien* och *Tyskland* ligger nära Sverige och jag anser de även vara länder som vi har ett kort kulturellt avstånd till. Denna slutsats stämmer överens med tidigare teorier som jag tagit del av. Henk Prakke menade att det kulturella och rumsliga avståndet har stor betydelse för vilka händelser som blir nyheter (Hadenius, Weibull 1999:342). En nyhet som äger rum

inom ett kort kulturellt och rumsligt avstånd har stor chans att tas upp som en nyhet i nyhetsförmedlingen. Detta är något som även Håkan Hvitfelt tar upp i sin presentation av faktorer som har betydelse för nyhetsvärderingen (Hvitfelt 1989:343).

Men vad som inte helt stämmer överens med ovanstående teori är att *Norge, Danmark* och *Finland* inte förekommer högre upp på listan. Dessa länder är ju de som ligger allra närmast oss, både rumsligt och kulturellt. Detta kanske måste förklaras med en annan faktor som spelar in vid värderingen av nyheter nämligen att s.k. elitnationer får stort utrymme. Galtung och Holmboe-Ruge menade just att nyheter som refererar till elitnationer har högt nyhetsvärde (Eide 1992:64f). Detta är förmodligen förklaringen till att Storbritannien, Tyskland, Italien, Frankrike, Spanien och Ryssland finns på listan över de mest förekommande länderna i Aftonbladets nyhetsrapportering, och att de är mer eller i lika hög grad representerade som våra nordiska grannländer. Eftersom de stora länderna är ekonomiskt starka och har stort politiskt inflytande anses det säkerligen viktigt att rapportera om dessa. Min undersökning visar att denna faktor är minst lika viktig som det rumsliga och kulturella avståndet. Något som visar detta är även att de baltiska länderna inte är speciellt flitigt förekommande i nyhetsrapporteringen. De ligger nära oss rumsligt, men anses inte tillhöra elitnationerna eftersom de inte är ekonomiskt och politiskt starka. Dessutom måste de nog sägas ligga ganska långt ifrån Sverige kulturellt.

Intressant att fundera över är varför just Storbritannien är så flitigt förekommande i Aftonbladets nyhetsrapportering. Landet ligger nära Sverige rumsligt, men absolut inte allra närmast. Det är stort, men det finns ett antal andra länder som är större. Svaret är kanske att det är flera faktorer som spelar in som tillsammans gör att just Storbritannien anses intressant att rapportera om. Dels det relativt korta rumsliga avståndet, och dels storleken på landet, men även kanske det kulturella avståndet. Storbritannien kan nog sägas ligga nära oss kulturellt. T.ex. har de ett kungahus och har kanske dessutom likartad kultur när det gäller musik och nöjen.

När det gäller Tyskland går det att använda ett liknande resonemang. Landet är störst i Europa när det gäller folkmängd, och det ligger mycket nära oss rumsligt. Det är därför relevant för oss i Sverige vad som sker där, både politiskt och kulturellt. Även det kulturella avståndet måste nog sägas vara ganska kort. Att Italien, Frankrike, Spanien och Ryssland inte är lika

flitigt förekommande beror förmodligen på att de ligger på ett längre avstånd från oss kulturellt än Storbritannien, Tyskland och de nordiska länderna.

Något som är intressant för min undersökning är att kategorin Europa är så pass frekvent förekommande. Det visar ju att en del av nyhetsrapporteringen rör hela Europa eller åtminstone flera europeiska länder, och läsarna får en bild av att det finns frågor och händelser som rör européerna gemensamt.

När det gäller vilka ämnen som förekommer i nyhetsartiklarna kom jag genom min studie fram till att dessa var de mest frekventa (för hela resultatet se bilaga 2):

Tabell 2: Mest förekommande ämnen

ÄMNE	Antal artiklar	% av alla artiklar
Sport	120	27
Kändisnyheter	52	12
Brott	33	8
Medicin och hälsa	23	5
Utrikespolitik	21	5
Annat	20	5
Nöje	19	4
Ekonomi	18	4
Rikspolitik	16	4
Djur och natur	16	4
Kultur	15	3
Svenskar i utlandet	13	3
Teknik och vetenskap	11	3
Summa antal artiklar: 442		

Jag kan se att *Sport*, *Kändisnyheter* och *Brott* är de mest frekventa sakområdena. Sport är överlägset mest frekvent. Med andra ord har det vi mest får veta om de europeiska länderna med sport att göra. Jag finner två förklaringar till detta. Dels är nog sport något som är lätt för tidningen att rapportera om, eftersom det är något som alla förstår, oavsett kultur. Sport är något som det är lätt för olika länder att samarbeta om, genom att ha samma regler m.m., och

då är det även lätt att i massmedierna redovisa händelser som har med sport att göra. Det är nog dessutom något som läsarna är intresserade av eftersom det kan ses som lätt att förstå och roligare att läsa om och mer engagerande än t.ex. politik och olyckor. Just förståelse är något som Östgaard tar upp. Han menar att en lättförståelig nyhet har ett högre nyhetsvärde än en svårförståelig, eftersom den kommer att uppmärksammas mer av mottagaren. Han menar att ett nyhetsmeddelande måste behandla något som mottagaren har förhandskunskaper om för att denne skall uppmärksamma det. (Östgaard 1969:34) Sport kan vara ett exempel på ämne som är lätt att förstå. En ytterligare förklaring till att sport är den mest frekventa kategorin är att Aftonbladet, i egenskap av kvällstidning, lägger stort fokus på sport. Sport är ett av de ämnen som är karaktäristiskt för kvällstidningarna, menar Johansson (Johansson 1996:97f). Däremot är det överraskande att inte *Nöje* är mer representerat i nyhetsrapporteringen. Men jag såg i min studie att det mesta på de s.k. nöjessidorna var svenskt och amerikanskt, och det fanns inte alls mycket europeiskt. En kategori som finns på listan över de mest frekventa är *Medicin och hälsa*. Kanske är det lite typiskt för kvällstidningarna nu att skriva om detta ämne. Det ligger i tiden att fokusera på hälsa. Ämnet är ju även något som direkt rör enskilda individer i samhället. Att *Utrikespolitik*, *Ekonomi* och *Rikspolitik* inte är bland de mest vanliga ämnesområdena beror kanske på att Aftonbladet, i egenskap av kvällstidning, lägger fokus på lite lättare innehåll.

För att analysera mitt resultat kan jag även ta hjälp av Hvitfelts, Östgaards samt Galtung och Holmboe-Ruges redovisning av faktorer som de anser ha betydelse för värderingen av nyheter. Att sport är det mest förekommande ämnet kan förklaras dels med att det är ett ämne som är lätt att förstå, och dels att det handlar om elitpersoner. I Hvitfelts teori går att utläsa att något som beskrivs enkelt har högre nyhetsvärde än något som är krångligare beskrivet (Hadenius, Weibull 1999:343). Östgaard nämner förståelse som en viktig faktor för nyhetsvärderingen. Ett meddelandes nyhetsvärde antas bli större ju mer det blir förstått. (Östgaard 1969:34) När det gäller elitpersoner är det, enligt Galtung och Holmboe-Ruge, en viktig faktor i nyhetsvärderingen. Kända personer har därför stor chans att komma med i nyhetsrapporteringen. (Eide 1992:64f)

Tabell 3 nedan visar vilka aktörer som är mest förekommande i mitt material. Jag kan här se att det är kategorin *Idrottsmän* som är överlägset mest frekvent. Detta ser jag som en följd av att sport är den dominerande ämneskategorin i de artiklar jag studerat. Även kategorin *Enskilda människor, ej kända* är ofta förekommande bland nyheterna. Jag ser här åter igen en

koppling till kvällstidningarnas syfte. De vill ofta lyfta fram enskilda individer samt personifiera nyheterna. De vill stå på den ”vanliga” människans sida och bevaka dess intressen. (Hadenius, Weibull 1999:65, Johansson 1996:97f) Detta är ju något som Aftonbladet även skriver på sin hemsida. (www.aftonbladet.se) Men även *Rikspolitiker* är en av de mest frekventa aktörerna. Detta faktum stämmer överens med de tidigare teorier som jag tagit del av. Både Hvitfelt och Galtung/Holmboe-Ruge tar upp begreppet elitpersoner som en faktor som har betydelse för nyhetsvärderingen. Om en nyhet refererar till elitpersoner, som t.ex. rikspolitiker, har den högt nyhetsvärde. (Hadenius, Weibull 1999:343, Eide 1992:64f) Att kategorin *Inga, okodbart* finns med bland de mest frekventa aktörskategorierna beror kanske på att jag misslyckats med att på förhand definiera kategorier. Det går ju inte att se vad det är för aktörer som gömmer sig inom denna kategori. Men jag tror även att det beror på att det är väldigt svårt att bedöma vem som är en nyhetsaktör. Det finns ofta flera stycken och det är även svårt att definiera vad som menas med en aktör.

Något jag kan se i mitt resultat är att det är endast enskilda personer, kända eller okända, bland dem som förekommer mest i nyheterna. Kategorier som idrottsmän, enskilda människor, rikspolitiker, kulturpersonligheter och experter består alla av enskilda individer. Kategorier som innefattar grupper av människor eller institutioner, t.ex. EU, myndigheter, företag, polis och intresseorganisationer, förekommer inte på listan över de mest frekventa aktörerna. Även detta skulle kunna förklaras med att Aftonbladet, i egenskap av kvällstidning, vill personifiera nyheterna och lyfta fram enskilda individer.

Tabell 3: Mest förekommande aktörer

AKTÖR	Antal artiklar	% av alla artiklar
Idrottsmän	120	27
Enskilda människor	50	11
Rikspolitiker	44	10
Inga, okodbart	44	10
Kulturpersonligheter	38	9
Experter	22	5
EU	21	5
Djur	15	3
Summa antal artiklar: 442		

När det gäller delfrågan om hur omfattande nyhetsartiklarna i Aftonbladet är, presenterar jag mitt resultat i de två tabellerna nedan, d.v.s. tabellerna 4 och 5. Jag valde att svara på frågan genom att studera vilken storlek artiklarna i mitt material har, samt vad det är för typ av artiklar. I tabell 4 kan jag se att så mycket som hälften av artiklarna endast är små notiser. Om jag väljer att slå ihop kategorierna *Liten notis*, *1/6 sida* samt *1/4 sida* ser jag att dessa utgör 77% av artiklarna i mitt material, medan de tre övriga kategorierna, nämligen *Halvsida*, *Helsida* och *Uppslag* utgör 23%. Med andra ord utgörs ungefär tre fjärdedelar av rapporteringen om de europeiska länderna av artiklar som är 1/4 sida eller mindre. Det är svårt att dra några slutsatser om detta när jag inte har något att jämföra med. Det vore intressant att veta hur stort utrymme andra nyhetsartiklar får, t.ex. de som handlar om Sverige och de som handlar om övriga världen.

Tabell 4: Artikelstorlek

STORLEK	Antal artiklar	% av alla artiklar
Liten notis	222	50
1/6 sida	73	17
Halvsida	64	15
1/4 sida	46	10
Helsida	32	7
Uppslag	5	1
Summa antal artiklar: 442		

I tabell 5 ser jag att hela 74% av artiklarna i mitt material tar upp *enbart fakta*. Övriga kategorier utgör alltså 26%. I de allra flesta fall ger Aftonbladet alltså ingen bakgrundsinformation eller inga egna kommentarer till nyheterna om de europeiska länderna. För att sammanfatta de båda tabellerna, och därmed svaret på min sista delfråga under denna frågeställning, kan jag säga att Aftonbladet inte har någon speciellt omfattande rapportering om de europeiska länderna. Men det är svårt att dra några slutsatser utan att ha siffror på hur omfattande deras rapportering kring övriga länder i världen är.

Tabell 5: Typ av information

ARTIKELTYP	Antal artiklar	% av alla artiklar
Enbart fakta	329	74
Fakta + bakgrund	63	14
Krönika, Ledare	23	5
Fakta + kommentar	12	3
Fakta + bakgr. + komm.	12	3
Reportage, Intervju	3	1
Summa antal artiklar: 442		

Hur framställs Europa i Aftonbladet; som ett kulturellt homogent samhälle eller som ett samhälle som enbart bygger på ekonomiska förbindelser?

Den första variabeln jag tittar på är den om hur många länder som förekommer i artikeln (se tabell 6 nedan). Jag ser att i ungefär hälften av artiklarna (52%) förekommer endast ett land. I 48% av artiklarna förekommer alltså två länder eller fler. Huvuddelen av Aftonbladets rapportering tar alltså upp händelser eller företeelser som endast rör eller utspelar sig i ett land. Detta är kanske inte så överraskande med tanke på vad som är karaktäristiskt för journalistiken. Hvitfelt skriver att västerländsk journalistik har kritiserats för att vara alltför händelseinriktad, det vill säga att fokus ligger på yttre händelseförlopp med klart urskiljbara början och slut (Hvitfelt 1995:65-67). Han skriver även att han inte helt håller med om detta, men enligt min mening är det nog så trots allt. Det är framför allt kortvariga händelser som det rapporteras om i nyhetsrapporteringen och då är det inte konstigt att de flesta nyheter endast rör ett land. Men för att skapa och upprätthålla en gemensam europeisk identitet hade det varit bra om rapporteringen fokuserade på längre händelseförlopp och företeelser. Baldwin m.fl. skriver att massmediernas representationer av ett samhälle är avgörande för om individerna inom det upplever samhället som en kulturell gemenskap eller inte (Baldwin m.fl. 1999:162). Den bild som Aftonbladet målar upp av det europeiska samhället spelar därför stor roll för hur vi ser på Europa. Mitt resultat när det gäller denna variabel visar att Aftonbladet inte ger bilden av Europa som ett enhetligt samhälle.

Tabell 6: Hur många länder förekommer i artikeln?

	Antal artiklar	% av alla artiklar
Ett	231	52
Två	93	21
Tre el. fler	54	12
EU-länderna	29	7
Alla	18	4
Okodbart	17	4

Summa antal artiklar: 442

I tabell 7 och 8 visar jag mitt resultat angående förekomst av orden Europa och namn på andra geografiska områden (se nedan). Mitt resultat visar att ordet Europa inte förekommer i mer än 8% av alla artiklar i mitt material (se tabell 7). Namn på andra geografiska områden förekommer i något högre grad. Tabell 8 visar att namn som USA, Asien samt andra områden förekommer i 19% av artiklarna. Jag nämnde tidigare att jag antog att i fall ordet Europa förekommer frekvent bidrar det till att ge människor en bild av att vi européer har något gemensamt och att vi lever i ett gemensamt samhälle. Min undersökning visar att Aftonbladet inte representerar det europeiska samhället genom att benämna det som Europa i någon större utsträckning. Men det går även att se det på motsatt vis, nämligen att Aftonbladet genom att nämna andra områden i världen bidrar till att definiera ett europeiskt samhälle. Morley och Robins samt Therborn menade ju att kulturella identiteter och samhällen konstitueras genom att jämföras med varandra (Morley, Robins 1995:45f, Therborn 1995:229-231). Jag är även medveten om att övriga artiklar i Aftonbladet bidrar till hur vi uppfattar Europa, inte bara de som handlar om europeiska länder. Andra artiklar, som inte ingick i mitt material, kan innehålla ordet Europa.

Tabell 7: Förekomst av ordet Europa

	Antal artiklar	% av alla artiklar
En el. två gånger	25	6
Tre el. fler gånger	10	2
Nej	407	92

Summa antal artiklar: 442

Tabell 8: Förekomst av namn på icke-europeiska områden

	Antal artiklar	% av alla artiklar
USA	30	7
Asien	24	5
Övriga	13	3
Flera av ovan	17	4
Nej	358	81
Summa antal artiklar: 442		

Tabell 9 nedan visar hur stor del av artiklarna i mitt material som tar upp en fråga eller händelse som rör de europeiska länderna gemensamt. Mitt resultat visar att 42% av artiklarna innehåller händelser som rör två länder eller fler (men hälften av dem innehåller ju händelser som rör endast två länder). 58% innehåller frågor som endast rör ett land.

Tabell 9: Fråga eller händelse som rör de europeiska länderna gemensamt

	Antal artiklar	% av alla artiklar
Två länder	86	20
Tre el. fler länder	36	8
EU-länderna	36	8
Alla länder	26	6
Nej	258	58
Summa antal artiklar: 442		

Om jag delar upp det i kulturella frågor jämfört med ekonomiska blir resultatet enligt tabell 10 nedan. 21% av artiklarna innehåller kulturella frågor gemensamt för två eller fler länder, medan 14% innehåller ekonomiska frågor. Det förekommer alltså fler kulturella frågor som rör två eller fler europeiska länder än ekonomiska. Detta anser jag vara ett något överraskande resultat eftersom det känns som om att ekonomiska frågor är något som är gemensamt i Europa i högre grad än kulturella frågor. Men för att bygga en europeisk identitet är det positivt att kulturella frågor tas upp i högre grad än ekonomiska, eftersom det då tyder på att det finns kulturella likheter.

Tabell 10: Kulturell fråga/Ekonomisk fråga

	Kultur		Ekonomi	
	Antal artiklar	% av alla artiklar	Antal artiklar	% av alla artiklar
Två länder	51	12	26	6
Tre el. fler länder	17	4	7	2
EU-länderna	5	1	27	6
Alla länder	20	5	3	1
Nej	349	79	379	86
Summa antal artiklar: 442				

I tabell 11 presenterar jag mitt resultat gällande huruvida det förekommer exempel på lyckat samarbete, samt konflikter eller problem mellan europeiska länder. Tabellen visar att det förekommer exempel på lyckat samarbete i högre grad än det förekommer det motsatta. Detta anser jag vara positivt ifall man vill skapa eller upprätthålla en europeisk identitet. Det är större chans att människor i Europa upplever en gemensam europeisk identitet ifall exempel på lyckat samarbete lyfts fram i massmedierna i högre grad än konflikter. Men det är ju trots det inte någon stor del av artiklarna som innehåller exempel på lyckat samarbete mellan europeiska länder så frågan är om det har någon effekt.

Tabell 11: Lyckat samarbete/Konflikt eller problem

	Samarbete		Konflikt/Problem	
	Antal artiklar	% av alla artiklar	Antal artiklar	% av alla artiklar
Två länder	38	7	11	3
Tre el. fler länder	7	2	7	2
EU-länderna	26	6	3	1
Alla länder	16	4	1	0
Nej	355	80	420	95
Summa antal artiklar: 442				

När det gäller huruvida det förekommer historiska inslag i nyhetsrapporteringen visar jag mitt resultat i tabell 12 nedan. Tabellen visar att det är mycket sällan en artikel tar upp en historisk fråga som gäller flera länder. Det sker nästan inte alls i mitt material. Både Therborn samt Morley och Robins menar att kulturella identiteter har en tidsmässig definition. Den tidsmässiga handlar om att en grupp människor definierar sig själv som grupp genom minnet av sitt gemensamma förflutna. Massmedierna har här en viktig roll att välja ut och presentera viktiga slutsatser och värden från historien. (Therborn 1995:11, Morley, Robins 1995:46f) Detta gör inte Aftonbladet enligt min undersökning. Men för att kunna dra någon slutsats måste man ju även studera hela tidningens innehåll och det har inte jag gjort.

Tabell 12: Historia

	Antal artiklar	% av alla artiklar
Ett lands	11	3
Flera länders	2	1
EU:s	0	0
Hela Europas	5	1
Nej	424	96
Summa antal artiklar: 442		

Min sista tabell visar i vilken grad det förekommer artiklar som tar upp en relation mellan något eller några europeiska länder och länder i övriga världen. Så är fallet i 17% av artiklarna (se nedan). Att relatera till andra kulturer är viktigt för att känna igen sin egen kultur så därför är det väsentligt för Europa att ha relationer med övriga världen. Men det gäller ju att inte delar av Europa etablerar relationer med övriga världen som blir mer betydelsefulla än de relationer som förekommer inom Europa för då förlorar de europeiska länderna sin gemensamma identitet (om de nu har någon). Både Therborn samt Morley och Robins betonar att det för att definiera en egen identitet är viktigt att jämföra den med andra identiteter. Det är genom jämförelse som olika identiteter uppstår. (Therborn 1999:229-231, Morley, Robins 1995:45f) Morley och Robins menar även att det för ett samhälles existerande är nödvändigt med hög grad av intern kommunikation och inte alltför mycket extern kommunikation för då splittras samhället och antar andra former (Morley, Robins 1995:44).

Tabell 13: Relation Europa- Övriga världen

	Antal artiklar	% av alla artiklar
Ett land	54	12
Flera	12	3
EU	7	2
Alla	3	1
Nej	366	83
Summa antal artiklar: 442		

8. SLUTDISKUSSION

Jag kommer här att sammanfatta mina resultat och kommentera dem mer övergripande. Jag tar upp frågeställningarna med sina underfrågor i tur och ordning.

- **Vad får vi i Aftonbladet reda på om Europa och de europeiska länderna?**

Min undersökning visar att det är stora länder, samt länder som ligger nära Sverige rumsligt och kulturellt, som dominerar i Aftonbladets nyhetsrapportering. Storbritannien och Tyskland är de länder som förekommer allra flitigast. Mina resultat stämmer till stor del överens med tidigare teorier som jag tagit del av. Vad som däremot talar emot tidigare teorier är att Norge, Danmark och Finland inte förekommer i högre grad än de gör. Jag drar slutsatsen att det beror på att de tre nämnda länderna inte är elitnationer. Min undersökning visar att huruvida ett land kan räknas som elitnation eller inte, spelar lika stor roll som det rumsliga och kulturella avståndet.

Sport är det överlägset mest förekommande ämnet bland Aftonbladets nyheter. Det vi får veta mest om de europeiska länderna har med andra ord med sport att göra. Jag förklarar det dels med att Aftonbladet i egenskap av kvällstidning lägger stort fokus på sport, och dels med att det är ett lättförståeligt ämne.

Som en följd av att sport är det mest förekommande ämnet, är idrottsmän den mest förekommande aktörskategorin. Även enskilda människor, ej kända förekommer i hög grad. Min undersökning visar att det är enskilda personer, kända eller okända, som förekommer mest i nyheterna, vilket jag kopplar till Aftonbladets intention att lyfta fram enskilda individer.

När det gäller omfattningen av Aftonbladets rapportering om de europeiska länderna kan jag med min studie se att den inte är speciellt omfattande. Hälften av artiklarna i mitt material utgörs av små notiser, och tre fjärdedelar av artiklarna är ¼ sida eller mindre. 74% av artiklarna tar upp enbart fakta, vilket innebär att Aftonbladet i de flesta fall inte tillhandahåller någon bakgrundsinformation eller några egna kommentarer till nyheterna.

Att vissa länder är överrepresenterade i nyhetsrapporteringen påverkar förmodligen våra mentala kartor, och bidrar till att vi får en skev bild av hur Europa ser ut rent geografiskt. Det gör även att vi får mer kunskap om livet i de länder som förekommer mest i nyheterna, och mindre kunskap om förhållanden i de länder som förekommer minst. Rosengren menade just att medieinnehållet och våra medievanor påverkar hur vi ser på världen (Rosengren 2000:184-186). Min undersökning visar att de stora länderna i västra och södra Europa dominerar i nyhetsrapporteringen, vilket gör att vi har mer kunskap om dessa. En anledning till att just denna del av Europa dominerar tror jag är det Hvitfelt skriver, nämligen att medierna presenterar nyheter som stämmer överens med den världsbild som dominerar hos publiken (Hvitfelt 1989:74). Eftersom elitländerna i Europa, och de länder som ligger nära oss kulturellt, dominerar på publikens mentala kartor, kommer medieinstitutionerna fortsätta att presentera nyheter där dessa länder får mest utrymme.

Att nyhetsrapporteringen om de europeiska länderna inte är mer omfattande än den är i Aftonbladet tror jag även innebära att läsarna får en fragmentarisk bild av verkligheten. Som Hvitfelt nämner (Hvitfelt 1989:65-67), är det svårare för mottagaren att skapa sig en helhetsbild av verkligheten när denne enbart får ta del av små korta bitar av den. Men naturligtvis spelar ju även andra artiklar i Aftonbladet än de jag studerat roll, samt även annat medieinnehåll.

- **Hur framställs Europa i Aftonbladet; som ett kulturellt homogent samhälle eller som ett samhälle som enbart bygger på ekonomiska förbindelser?**

Min studie visar att huvuddelen av Aftonbladets rapportering tar upp händelser eller företeelser som endast rör eller utspelar sig i ett land. Jag anser det dock inte vara helt överraskande eftersom nyhetsrapporteringen karaktäriseras av att ta upp korta händelser. Aftonbladet definierar inte heller ett europeiskt samhälle genom att benämna det som Europa i någon högre grad, däremot kan tidningen sägas göra det genom att nämna andra områden i världen, vilket även det kan bidra till att definiera ett europeiskt samhälle.

Det förekommer fler frågor i Aftonbladets nyhetsrapportering som jag betecknar som kulturella, än det förekommer frågor som jag betecknar som ekonomiska. Det förekommer även fler frågor som handlar om lyckat samarbete mellan europeiska länder än frågor som tar upp det motsatta. Men det är inte någon stor del av artiklarna som tar upp exempel på lyckat

samarbete så frågan är om det har någon effekt när det gäller att påverka läsarnas syn på en europeisk identitet. När det gäller massmediernas roll att lyfta fram värden från det förflutna är inte Aftonbladet särskilt bra på detta. Det är mycket sällan någon artikel i mitt material tar upp en historisk fråga som rör flera länder.

Jag tycker det är svårt att svara på frågan om Aftonbladet framställer Europa som ett kulturellt homogent samhälle eller som ett samhälle som bygger på ekonomiska förbindelser. Svaret blir nog att Aftonbladet inte gör någotdera i någon högre grad. Det förekommer i och för sig ibland att artiklar i mitt material berör en relation mellan något/några europeiska länder och länder i övriga världen, och detta bidrar till att måla upp en bild av att vi européer utgör ett "vi" och att övriga utgör ett "dom". Men det är ju mycket sällan som relationerna i artiklarna handlar om alla europeiska länder gentemot övriga världen, utan det brukar röra sig om ett land eller ett fåtal länder. Men detta är, som jag tidigare har nämnt, kanske inte så konstigt med tanke på att nyhetsrapporteringen tenderar att redogöra enbart för korta viktiga händelser. Det är heller inte ofta som Aftonbladet betonar Europas gemensamma historia, eller tar upp något historiskt överhuvudtaget. Vad som dock förekommer i lite högre grad är frågor som rör fler länder, både kulturella och ekonomiska frågor. Detta visar ju att det finns intressen och traditioner som är gemensamma för åtminstone ett antal europeiska länder. Det skulle vara intressant att göra en mer omfattande studie av hela Aftonbladets innehåll för att sedan svara på min frågeställning. Då skulle det nog även vara bra med lite mer inslag av kvalitativ metod i undersökningen. Men min huvudslutsats blir att Aftonbladet ger sina läsare en fragmentarisk bild av Europa.

LITTERATURREFERENSER

- Baldwin, Elaine m.fl. (1999): *Introducing Cultural Studies*. Prentice Hall Europe.
- *Bonniers Compact Lexikon 2000* (1999): Bonnier Lexikon AB.
- Eide, Martin (1992): *Nyhetens interesse. Nyhetsjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Esaiasson, Peter m.fl. (2002): *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts Juridik AB.
- Furhoff, Lars (1991): *Makten över journalistiken*. Stockholm: Natur och Kultur
- Hadenius, Stig och Weibull, Lennart (1999): *Massmedier. Press, Radio & TV i förvandling*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Halvorsen, Knut (1992): *Samhällsvetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Hvitfelt, Håkan (1989): *Nyheterna och Verkligheten. Byggstenar till en teori*. Göteborgs universitet, Journalisthögskolan, Rapport 1989:1.
- Johansson, Bengt (1996): *GT- Sveriges första kvällstidning*. I Gustavsson, Karl-Erik: *Dagspresstrategier. Förr och nu*. Göteborg: Informations- och massmediegruppen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- McIonis, John J., Plummer, Ken (2002): *Sociology. A Global Introduction*. Harlow: Pearson Education Limited.
- McQuail, Denis (1994): *Mass Communication Theory. An introduction*. London: SAGE Publications.
- Morley, David och Robins, Kevin (1995): *Spaces of Identity*. London: Routledge.
- Rosengren, Karl Erik (2000): *communication. an introduction*. London: SAGE Publications.
- Therborn, Göran (1995): *European Modernity and Beyond. The Trajectory of European Societies 1945- 2000*. London: SAGE Publications.
- Westerståhl, Jörgen och Johansson, Folke (1985): *Bilden av Sverige. Studier av nyheter och nyhetsideologier i TV, radio och dagspress*. Stockholm: Studieförbundet Näringsliv och Samhälle.
- Westerståhl, Jörgen och Johansson, Folke (1994): "Foreign news: News Values and Ideologies." *European Journal of Communication* nr 1:71-89.
- www.aftonbladet.se

- Östgaard, Einar (1969): *Nyhetsvärdering. Massmedia och nyhetsförmedling*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Litteratur som använts för att få tips vid kodningsarbetet:

- Ulf Wallin (2003)– *Utlandsbilden i landsortspressen- Före, under och efter kampen mellan TT och FLT*, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet.

KODSCHEMA

1. Id-nummer
2. Datum 1. Mars 2. Oktober

3. Vilket land handlar artikeln i huvudsak om?
 1. Albanien
 2. Andorra
 3. Belgien
 4. Bosnien- Hercegovina
 5. Bulgarien
 6. Cypern
 7. Danmark
 8. Estland
 9. Finland
 10. Frankrike
 11. Grekland
 12. Irland
 13. Island
 14. Italien
 15. Jugoslavien
 16. Kroatien
 17. Lettland
 18. Liechtenstein
 19. Litauen
 20. Luxemburg
 21. Makedonien
 22. Malta
 23. Moldavien
 24. Monaco
 25. Nederländerna
 26. Norge
 27. Polen
 28. Portugal
 29. Rumänien
 30. Ryssland
 31. San Marino
 32. Schweiz
 33. Slovakien
 34. Slovenien
 35. Spanien
 36. Storbritannien
 37. Tjeckien
 38. Turkiet
 39. Tyskland
 40. Ukraina
 41. Ungern
 42. Vatikanstaten
 43. Vitryssland
 44. Österrike
 45. Europa

4. Vilket ämnesområde tar artikeln i huvudsak upp?
 1. svenskar i utlandet/svenska intressen i utlandet
 2. rikspolitik
 3. lokalpolitik
 4. utrikespolitik och internationella relationer
 5. val och valkampanjer
 6. krig och konflikter
 7. terrorism
 8. mänskliga rättigheter och demokrati
 9. brott
 10. olyckor
 11. naturkatastrofer
 12. religiösa frågor
 13. ekonomi och näringsliv
 14. teknik och vetenskap
 15. medicin och hälsa
 16. protester, demonstrationer och strejker
 17. trafik och transporter
 18. skola och utbildning
 19. arbetsmarknad och arbetsmiljö
 20. sociala frågor
 21. miljöfrågor
 22. energifrågor
 23. jordbruk och fiske
 24. djur och natur
 25. massmedier
 26. evenemang
 27. opinionsmätningar och annan statistik
 28. turism
 29. historia
 30. sport
 31. kultur
 32. nöje
 33. kändisnyheter

34. dödsfall

35. annat

5. Vilken aktör förekommer i huvudsak i artikeln?

1. rikspolitiker

2. lokala politiker

3. kungligheter

4. religiösa aktörer

5. rättsväsendet

6. myndigheter

7. polis

8. militär/försvar

9. företag

10. enskilda personer inom näringslivet

11. massmedier eller personer inom massmedier

12. experter

13. kulturpersonligheter

14. utländska aktörer

15. enskilda människor, ej kända

16. djur

17. etniska grupper

18. intresseorganisationer

19. EU

20. andra organisationer som främjar europeiskt samarbete

21. övriga organisationer/grupper

22. ett antal olika aktörer

23. inga, okodbart

24. idrottsmän (el. personer inom idrott)

6. Hur stor är artikeln?

1. liten notis

2. 1/6 sida

3. ¼ sida

4. halvsida

5. helsida
6. uppslag

7. Vad för typ av information förekommer i artikeln?
 1. enbart rena fakta om en nyhetshändelse eller nyhetsföreteelse
 2. fakta + bakgrundsinformation
 3. fakta + kommentar eller analys
 4. fakta + bakgrundsinformation och kommentar/analys
 5. reportage eller intervju
 6. krönika eller ledare

8. Hur många länder förekommer i artikeln?
 1. ett europeiskt land
 2. två europeiska länder
 3. tre eller fler europeiska länder
 4. alla EU-länder
 5. alla Europas länder

9. Förekommer ordet Europa i artikeln?
 1. Ja, en eller två gånger
 2. Ja, tre eller fler gånger
 3. Nej

10. Förekommer i artikeln namn på geografiska områden utanför Europa?
 1. Ja, USA
 2. Ja, namn på länder eller städer i Asien
 3. Ja, namn på områden i övriga världen
 4. Ja, namn på flera av ovanstående
 5. Nej

11. Tar artikeln upp någon fråga eller händelse som enligt artikeln rör de europeiska länderna gemensamt?
 1. Ja, den rör två länder
 2. Ja, den rör tre eller fler länder

3. Ja, länderna inom EU
4. Ja, den rör alla europeiska länder
5. Nej, den rör endast ett europeiskt land

12. Innehåller artikeln någon kulturell fråga/företeelse gemensamt för de europeiska länderna?

1. Ja, den rör två länder
2. Ja, den rör tre eller fler länder
3. Ja, den rör EU-länderna
4. Ja, den rör alla de europeiska länderna
5. Nej

13. Innehåller artikeln frågor gällande ekonomiskt eller rättsligt samarbete mellan de europeiska länderna?

1. Ja, mellan två länder
2. Ja, mellan tre eller fler länder
3. Ja, mellan EU-länderna
4. Ja, mellan alla de europeiska länderna
5. Nej

14. Innehåller artikeln exempel på lyckat samarbete mellan europeiska länder?

1. Ja, mellan två länder
2. Ja, mellan tre eller fler länder
3. Ja, mellan EU-länderna
4. Ja, mellan alla de europeiska länderna
5. Nej

15. Rör artikeln någon konflikt eller något annat problem gällande samarbete mellan de europeiska länderna?

1. Ja, mellan två länder
2. Ja, mellan tre eller flera länder
3. Ja, mellan länderna inom EU
4. Ja, mellan alla de europeiska länderna
5. Nej

16. Innehåller artikeln frågor som handlar om Europas förflutna?

1. Ja, om ett lands historia
2. Ja, om flera länders historia
3. Ja, om EU:s historia
4. Ja, om hela Europas historia
5. Nej

17. Handlar artikeln om en relation mellan europeiska länder och icke-europeiska länder?

1. Ja, ett europeiskt land gentemot ett eller flera icke-europeiska
2. Ja, flera europeiska länder gentemot ett eller flera icke-europeiska
3. Ja, EU gentemot ett eller flera icke-europeiska
4. Ja, hela Europa gentemot ett eller flera icke-europeiska
5. Nej

TABELLER

Tabell 1: Länder

<u>LAND</u>	<u>Antal artiklar</u>	<u>% av artiklarna</u>
Storbritannien	127	29
Tyskland	70	16
Europa	40	9
Italien	23	5
Frankrike	20	5
Norge	20	5
Spanien	20	5
Danmark	15	3
Ryssland	14	3
Finland	11	3
Jugoslavien	9	2
Nederländerna	8	2
Grekland	7	2
Turkiet	6	1
Schweiz	5	1
Vatikanstaten	5	1
Österrike	5	1
Irland	4	1
Rumänien	4	1
Ukraina	4	1
Malta	3	1
Polen	3	1
Estland	2	1
Island	2	1
Liechtenstein	2	1
Portugal	2	1

Tjeckien	2	1
Belgien	1	0
Bosnien-Hercegovina	1	0
Bulgarien	1	0
Cypern	1	0
Lettland	1	0
Litauen	1	0
Slovakien	1	0
Ungern	1	0
Vitryssland	1	0
Albanien	0	0
Andorra	0	0
Kroatien	0	0
Luxemburg	0	0
Makedonien	0	0
Moldavien	0	0
Monaco	0	0
San Marino	0	0
Slovenien	0	0

Summa antal artiklar: 442

Tabell 2: Ämnen

Sport	120	27
Kändisnyheter	52	12
Brott	33	8
Medicin och hälsa	23	5
Utrikespolitik	21	5
Annat	20	5
Nöje	19	4
Ekonomi	18	4
Rikspolitik	16	4
Djur och natur	16	4

Kultur	15	3
Svenskar i utlandet	13	3
Teknik och vetenskap	11	3
Protester	7	2
Terrorism	6	1
Olyckor	6	1
Trafik och transporter	6	1
Sociala frågor	6	1
Krig och konflikter	4	1
Religiösa frågor	4	1
Massmedier	4	1
Evenemang	4	1
Opinionsmätningar	4	1
Val och valkampanjer	3	1
Historia	3	1
Mänskliga rättigheter	2	1
Miljöfrågor	2	1
Skola och utbildning	1	0
Arbetsmarknad	1	0
Energifrågor	1	0
Jordbruk och fiske	1	0
Lokalpolitik	0	0
Naturkatastrofer	0	0
Turism	0	0
Dödsfall	0	0
Summa antal artklar: 442		

Tabell 3: Aktörer

Idrottsmän	120	27
Enskilda människor	50	11
Rikspolitiker	44	10
Inga, okodbart	44	10
Kulturpersonligheter	38	9
Experter	22	5

EU	21	5
Kungligheter	15	3
Djur	15	3
Företag	12	3
Flera aktörer	11	3
Myndigheter	9	2
Intresseorganisationer	8	2
Enskilda personer i näringslivet	7	2
Massmedier	6	1
Religiösa aktörer	5	1
Polis	4	1
Rättsväsendet	3	1
Utländska aktörer	3	1
Militär/försvar	2	1
Övriga org./grupper	2	1
Lokala politiker	0	0
Etniska grupper	0	0
Andra org. ...	0	0
Ett antal olika aktörer	0	0

Summa antal artiklar: 441

Felkodning: 1