

VALFRITT

om medias inverkan på valdeltagande i allmänhet och Europaparlamentsvalet i synnerhet



Olivia Krantz och Boris Vasic
Journalistprogrammet HT 08
JMG Göteborgs Universitet
Handledare: Tomas Andersson Odén

Om valet väljarna glömmer

VALÅRET 1976 SKREV Astrid Lindgren sin satiriska text om den höga marginalskatten, Pomperipossa i Monismanien. Den publicerades i Expressen och anses idag vara en av de starkaste orsakerna till att valresultatet blev annat än vad man väntade sig.

NÄSTA ÅRS Europaparlamentsval kan inte förvänta sig samma engagemang eller omvälvning; det kan egentligen knappt förvänta sig någon medial uppmärksamhet. I forskningen anses det vara ett andrarangsval. Det vill säga att väljare, partier och massmedia inte riktigt lägger samma energi på det som på ett riksdagsval. Detta mönster upprepar sig i EU-land efter EU-land – med lågt valdeltagande som följd. Endast 45,5% av medborgarna röstade år 2004. Idag stiftas alltså lagar för 500 miljoner invånare av ett parlament som inte ens hälften av dem varit med om att välja

VI ÄR HÄR FÖR att belysa problematiken kring EU-valet och för att presentera en förklaring till den låga uppmärksamheten från olika perspektiv:

Carl Schlyter, en av de nitton svenska EU-parlamentarikerna, berättar om sin frustration över medias ointresse för parlamentets arbete och Rasha Riyad berättar om varför hon inte röstade 2004.

Göteborgs Postens förre Brysselkorrespondent Lars-Gunnar Wolmesjö ger oss en inblick i journalistens arbete och förklarar det låga intresset från media tillsammans med JMGs Kent Asp.

Statsvetaren och författaren Henrik Oscarsson ger oss ytterligare en inblick i frågan, men från statsvetenskapens perspektiv: de som kallar Europaparlamentsvalet för ett andrarangsval. Han menar att EU och Europaparlamentet har många hinder att klara innan valdeltagandet blir lika högt som i de nationella valen.

Och sist, men absolut inte minst, undersöker vi också hur dagspressen i fyra europeiska länder bevakade valet 2004 och jämfört det med hur ett vanligt val bevakades. Resultaten är ofta inte nådiga mot Europaparlamentet.

HUR ALLT DETTA kan ha verkan på nästa års Europaparlamentsval kan man spekulera i, men en sak är säker: medias påverkar.

BORIS VASIC

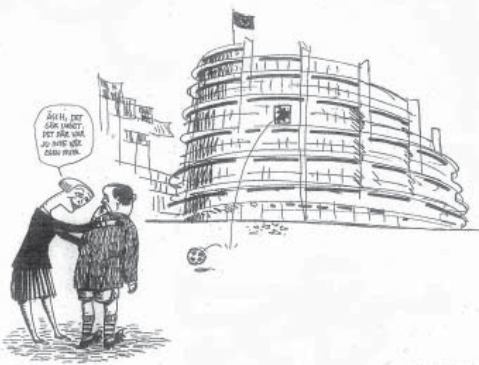
I dag börjar fotbolls-EM, i morgon är det val till EU-parlamentet. Skillnaden i folkligt engagemang är stor, och det är nog som det ska vara.

Enkelt Europa

pern i rugby-VM för några år sedan var en verklig vattendelare. Peln att ha varit de vita boernas sport, och därmed en symbol för förtretet, blev rugby åtminstone för en tid västlig sport. Framgångarna på planen gjorde att det mjögen frigidia landet kunde enas.

Sydafrikansk deltagande i stora mästerskap har sedan dess blivit västlig och väntar sig och med världskap för fotbolls-EM. Normaliteten har bekräftats.

DET STARKA engagemang som vi känner för landslagsfotbollen är egentligen lite märkligt. ps



TEEMU KALLIO

DN 12 juni 2004

Innehåll

2. Lilla EU-skolan
3. Rasha är skeptisk
4. Han brinner för Bryssel
5. Medias makt manipulerar
7. Krönikan: Klart att det ska festas
7. Enkäten: Röstade du?
8. EM - inte EU om pressen får välja
- VALFRITT granskar: valbevakningen
9. Färre artiklar ger färre röster
11. "Varför är det ingen som röstar?"
13. Konsten att krydda lagom
14. Få artiklar engagerar
15. "Kycklingar, korn och en kanslerfru"
16. Hotet från EU
17. Hallå där... Elin Boberg
17. Krönikan: Vi behöver kunskap
18. Skulden ligger inte bara hos media

De fotografier som inte är tagna av författarna är upphovsrättsfria.



Lilla EU-skolan

För er som inte riktigt vet vad EU består av kommer här en liten repetition.

De viktigaste institutionerna i EU är kommissionen, ministerrådet, EG-domstolen, parlamentet och det europeiska rådet.



MAKTDELNINGEN...

I stort kan man säga att EU mer bygger på den så kallade maktodelningsprincipen än parlamentarismen. Parlamentarism måste ha ett folk ur vilken makten kan härledas – men Europas folk ser sig snarare som flera folk.



EUROPAPARLAMENTET...

... är den enda direkt folkvalda församlingen i EU. Där sitter 732 ledamöter från de 27 medlemsstaterna och stiftar lagar som sedan gäller i hela unionen. Parlamentets viktigaste uppgift, förutom att stifta lagar, är att granska kommissionen verksamhet. Parlamentet har också rätt att fälla kommissionen med misstroendeförklaring, precis som riksdagen kan göra med regeringen i Sverige.



MINISTERRÅDET...

... heter egentligen Europeiska unionens råd och består av lämpliga ministrar: handlar ett möte om jordbruket samlas jordbruksministrarna och ska man prata om ekonomi kommer finansministrarna från varje land. Ministerrådets främsta uppgift är att lagstifta tillsammans med parlamentet och även godkänna EU:s budget. De ska också samordna medlemsstaternas allmänna ekonomiska politik.



KOMMISSIONEN...

...är det närmaste en gemensam regering vi kommer i EU. Kommissionen består av 27 ledamöter, en från varje land. Deras främsta uppgift är att lägga fram lagförslag för parlamentet och ledamöterna och även att hantera EU:s budget. Kommissionärerna tillsätts av respektive lands regering.



EUROPEISKA RÅDET...

... har egentligen ingen makt, men desto mer inflytande. Rådet består av medlemsländernas regerings- och statschefer och möts fyra gånger per år. Varje möte är ett toppmöte där deltagarna alla samlas på en stor trappa och ler för kamerorna. På toppmötena tas de mer långsiktiga besluten för EU:s framtid.



EG-DOMSTOLEN...

...är egentligen den högsta domstolen för alla medlemsländer, men den dömer bara i frågor om den inre marknaden. Den består av 27 domare, en från varje land, som tillsätts av respektive land. Dess viktigaste uppgift är att tolka EU:s alla fördrag och den har haft en drivande roll för europeisk integration.



– Det stör mig att EU-parlamentarikerna har så höga löner, säger Rasha Riyad

Rasha är skeptisk

Rasha Riyad, 33, kom till Sverige som 19-åring från Irak. Tre år senare började hon läsa statsvetenskap. Idag har hon en magister i ämnet och blir besviken på svenskar som inte förstår att uppskatta sin rösträtt.

– Men jag röstade inte i förra EU-valet. Jag hade läst att EU var dåligt för jämställdheten, säger hon.

Det var en bok, eller en artikel, Rasha minns inte längre vilket, som hette ”EU är inte bra för kvinnor.” Författaren menade att kvinnors villkor försämrades i och med EU och att unionen hade en dålig inverkan på jämställdheten.

– Jämställdhet är viktigt, säger Rasha Riyad. Men på den tiden var jag väldigt anti-EU överhuvudtaget. Inget skulle kunna ha påverkat mig att gå och rösta då. Idag har jag en lite mjukare inställning, även om jag fortfarande inte har bestämt mig för om EU är bra för oss eller inte, fortsätter hon. Hon nämner EU-parlamentarikernas höga löner och många förmåner som en annan anledning till att hon inte röstade.

– Det stör mig fortfarande. Varför har dom så mycket förmåner? Är de verkligen intresserade av politiken eller vill de bara ha pengarna? utbrister hon.

Rasha Riyad bjuder på lussekatter och coca cola zero i vardagsrummet i trean i Mölndal där hon bor med sin son Jaffar och sin lillebror Mustafa. Uppkrupen i den tvåsitsiga lädersoffan kommer orden fort när hon pratar om EU, demokrati och hur det var att komma till Sverige för 14 år sen.

– Jag kom till Sverige med min man 1994. Ett år senare fick jag Jaffar. Jag började på SFI direkt när jag kom hit och sedan fortsatte jag på komvux och på universitetet. Jag hade bara ett mål, och det var utbildning. Jag ville ha ett bra jobb och tjäna bra med pengar.

Första terminen på universitetet var jättetuff, berättar hon. Men tack vare ett stort stöd från lärare och medstudenter lyckades hon ta sig igenom de första månaderna. Rasha Riyad aktiverade sig i socialdemokraterna och 1998 ställde hon upp i Mölndals kommunalval. Men under de kommande studieåren skiljde hon sig och fick trappa ner på engagemanget. Hon började jobba extra på hemtjänsten vid sidan av studierna för att få det att gå ihop ekonomiskt som ensamstående mamma. Idag, med en magisterexamen i bagaget, jobbar Rasha som utredare på försäkringskassan.

Hon tror att så få röstade i förra EU-valet var för att EU fortfarande var så nytt, men också för att det känns som att EU är så långt bort från oss, att det inte berör oss som individer.

– Vilket är fel. Påverkar det på näringslivsnivå så påverkar det ju oss indirekt. Men EU är så stort och för trögt, man ser inte resultaten direkt, fortsätter hon.

Rasha Riyad tycker att det var för lite uppmärksamhet i media kring valet 2004 och att informationen kring kandidaterna borde vara mer lättillgänglig. Själv hörde hon mest talas om Europaparlamentsvalet i skolan, eftersom hon läste statsvetenskap. Men samtidigt tycker hon inte att den dåliga uppmärksamheten enbart är medias fel.

– Media vill sälja. Om folk inte vill veta, är

media inte intresserade att rapportera om det. Det känns som att något är fel från grunden där. Det är inte demokratiskt att bara 38 procent röstade, det är ett hot mot demokratin, säger hon.

Hon tycker att svenskar inte uppskattar tillräckligt att leva i en demokrati och att ha möjlighet att rösta.

– Jag blir jätteledsen när folk inte röstar. I andra länder är det krig och folk dör för att få rösträtt, men svenskarna förstår inte hur bra de har det. Jag skulle aldrig missa att rösta i ett riksdagsval, säger hon och skakar på huvudet.

Rasha Riyad tror att röstning på Internet kanske skulle kunna få upp valdeltagandet till nästa års val. Om det skulle bli enklare att rösta kanske fler skulle göra det. Men hon tycker samtidigt att regeringen måste bli bättre på att marknadsföra valet, att få ut information om kandidater och viktiga sakfrågor. Samtidigt är hon skeptisk till om politikerna egentligen vill få mer uppmärksamhet kring valet, hade de verkligen velat det hade de sett till att få det menar hon. Hon jämför med den enorma uppmärksamheten i media kring Öresundsbron för några år sedan.

– Jag menar herregud, det var ju bara en bro!

OLIVIA KRANTZ
FOTO: OLIVIA KRANTZ

Han brinner för Bryssel

Car Schlyter är EU-parlamentarikern med flera bollar i luften. Men han är märkbart frustrerad över svensk medias ointresse för det.

– Jag har blivit intervjuad av fransk TV fler gånger än av svensk, säger Carl Schlyter.



– Jag är frustrerad över medias ointresse, säger Carl Schlyter

Detta är inte en fråga om fåfänga för Carl Schlyter. Medias ovilja att rapportera från EU-parlamentet får konsekvenser, menar han. Ett problem blir att debatterna ofta är ett år sena i Sverige. När nya lagförslag diskuteras och stiftas i parlamentet i Bryssel eller Strasbourg bevakas debatten inte av svensk media. Det är först när en stiftad lag ska införas av riksdagen som en debatt kommer igång i Sverige, och då är det ofta för sent för att ändra något, menar Carl Schlyter. Ett exempel på det är Datalagringsdirektivet från 2006, som tvingar telefoni- och Internetleverantörer att lagra all digital kommunikation i minst ett halvår. Värre än FRA, menar han.

– Men det är inte ologiskt att de skriver mindre om EU än om den svenska politiken, säger han. EU är komplext.

Journalisterna är rädda för att bli lurade eftersom de inte kan verifiera fakta lika lätt. Det tar längre tid att få tag på rätt person som kan göra det och därför tar det längre tid att skriva ett reportage om EU, menar Carl Schlyter.

Sen är beslut i EU sällan ett beslut i verkligheten. Carl Schlyter räknar upp alla steg i en beslutsprocess som är mycket längre och krångligare än den svenska.

– ”När blir det här en riktig lag?” är det många som undrar när man ringer upp en tidning och säger att man har en grej de kan skriva om, säger han.

Carl Schlyter bjuder på jasminte och sylt har gjort själv i sitt hem i Linköping. Sam-

tidigt som han brer en macka med en hand håller han sin nyfödde son med den andra och berättar energiskt om sitt arbete i EU sedan han blev invald 2004. Som miljöpartiets ende representant i Europaparlamentet visar han prov på sin talang att göra flera saker samtidigt, precis som med mackan, bebisen och intervjun. Han sitter i sammanlagt tre utskott och i specialförsamlingen AVS-EU, som är en parlamentarisk församling bestående av ledamöter från EU-länderna och de gamla kolonierna i Afrika, Karibien och Sydostasien. Det vanligaste är att parlamentarikerna sitter i två utskott, han sitter i fyra.

Det märks att han är engagerad i sitt arbete, att han brinner för det. Hans intressen går bortom de om miljön. Carl Schlyter berättar lika energiskt om lobbyismen i EU, om konsumtionsstress och om sitt arbete att minska arbetsdagen till sex timmar.

När det kommer till det låga valdeltagandet år 2004 blir han lugnare och menar att man inte kan skylla allt på media.

– ”Jag gillar inte EU, jag vill inte stödja det projektet” får man ofta höra av folk, säger han och menar att åtminstone hälften av dem som inte röstade gjorde det för att de inte vill ta del av EU.

– Men då borde valdeltagandet åtminstone ha varit 50-60 procent och det var det ju inte.

En annan orsak till att så få röstade år 2004, knappt 40 procent, är enligt Carl

Schlyter att debatten om EU varit missvisande.

– Nästan all debatt utgår från att EU ska bli svenskt, att vi ska påverka EU och föra fram våra ideal och regler till dem. Det är ganska bisarrt egentligen. Folk tror inte att det påverkar oss, men 60-70 procent av alla lokala och kommunala beslut kommer från EU.

Han tror dock att valdeltagandet kommer att öka vid nästa val, år 2009. Han menar att det nu är en regeringsfråga, folk kommer delvis att ge sitt betyg på den borgerliga regeringen. Samtidigt har Europaparlamentet mer makt än tidigare och han tror att folk har börjat uppmärksamma dess klimatarbete vilket han menar kommer att vara en viktig fråga för väljarna nästa år.

Carl Schlyter medger att det ”monumentala ointresset från media” år 2004 påverkade valdeltagandet, men tror att bevakningen av nästa års val kommer att bli större.

– Det var få intressanta personer i valet 2004, ingen som får folk att gå man ur huse för att rösta. Nu har de flesta satsat på namnkunniga personer, säger han och nämner Marit Paulsen, Marita Ulvskog och Maria Corazza-Bildt som alla väntas kandidera nästa år. Och så han själv, förstås.

**BORIS VASIC
FOTO: BORIS VASIC**



ILLUSTRATIONER: LYDIA SANDGREN

Medias makt manipulerar

Valet till Europaparlamentet 2004 fick en tredjedel av den mediebevakning ett vanligt nationellt val i Europa får. Samtidigt var valdeltagandet i Sverige hälften så högt. Hur stort ansvar i det valresultatet har media? Och hur mycket påverkas vi av medias rapportering?

– Så fort man nämner EU i rubrik eller ingress tappar man läsare, konstaterar Lars Gunnar Wolmesjö, reporter på Göteborgs Postens utlandsredaktion.

– Efter att ha skrivit om EU-frågor ett tag märkte jag att det var bättre att koncentrera sig på sakfrågan och att nämna EU så sent som möjligt i artikeln, fortsätter han. Varken EU eller Europaparlamentsvalet intresserar svenska folket. Det är ett sekundärval, ett val som inte riktigt räknas,

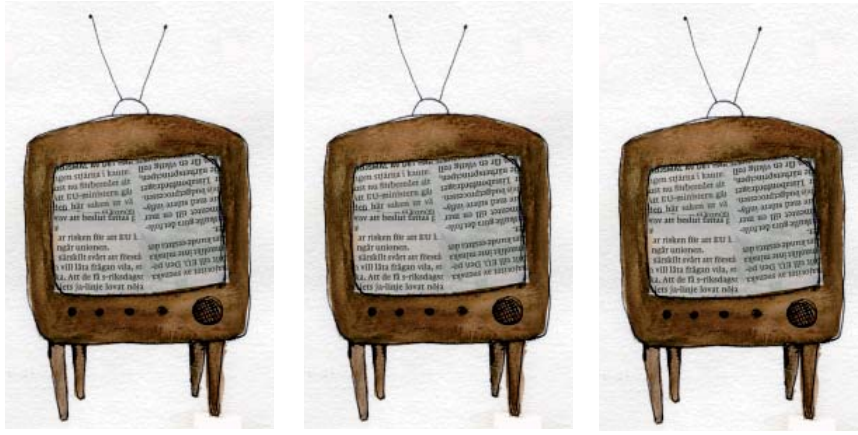
som varken känns viktigt eller relevant att lägga ner tid och energi på. Lars Gunnar Wolmesjö var korrespondent i Bryssel för Göteborgs Posten mellan 1998 och 2002 och har sysslat mycket med EU-rapportering genom åren. Han menar att media gör sitt bästa för att få upp bevakningen kring EU-valet.

– Vi skriver egentligen mer om EU-valet än vad folk är intresserade att läsa om det. Det är en ständig avvägning mellan

intresse och folkbildning. Hur mycket ska media ansvara för folks bildning och hur mycket ska man skriva om något bara för att intresset att läsa det finns? säger Lars Gunnar Wolmesjö.

För intresset är lågt. EU känns böligt, krångligt och alldeles för långt bort. Om man inte har ett specialintresse för EU drar sig medelvensken för att läsa mer än nödvändigt om unionen.

Men hur stor roll har media i det här? Att



media påverkar oss är inget nytt. Forskning visade redan på 1970-talet att media till stor del sätter dagordningen kring vilka ämnen som diskuteras i samhället. Enligt dagordningsteorin blir de ämnen som prioriteras högt i media de ämnen som folk anser vara viktigast. Även om media visat sig mindre effektiv när det kommer till att få oss att välja sida, är de viktiga faktorer som dagordningsättare.

När det kommer till val har medias påverkan på människor blivit större idag än vad den var för 50 år sedan. Det var då som media på allvar fick ett stort genomslag i valrörelserna. Tidigare hade valmöten och andra direkta former för politisk kommunikation varit det effektivaste sättet att få ut sitt budskap till massorna, men i takt med att radio, tv och tidningar spred sig över landet minskade behovet av en direkt fysisk kontakt mellan väljare och politiker.

I DAG ÄR MEDIA en förutsättning för att politiska val ska fungera. Väljare och politiker kommunicerar indirekt genom media vilket gör media till en maktfaktor att räkna med. I Demokratirådets rapport från 2006 kring mediernas valmakt slår man fast att det är de som är i störst behov av vägledning som påverkas mest av medias rapportering. Desto mindre insatt man är i politiken, desto mer förlitar man sig på den information man får genom media. Och det är medierna själva som bestämmer vilken typ av information som ska nå ut till väljarna. Just den här kombinationen, möjligheten för medierna att själva bestämma sitt innehåll tillsammans med deras höga betydelse som informationskälla för medborgarna, gör media oerhört inflytelserika både före, under och efter en valrörelse.

Några viktiga faktorer gör bevakningen till Europaparlamentsvalet extra betydelsefull.

Då det handlar om ett val till ett parlament beläget åtskilliga mil utanför Sveriges gränser och då politiker tenderar att lägga ner mindre energi på ett EU-val än på ett nationellt val blir människor i större behov av vägledning och orientering. Det kan vara krångligt att hålla sig uppdaterad på vad som händer i Bryssel utan att gå genom media och det krävs nästan att man har ett särintresse för EU för att man själv aktivt ska söka upp informationen. Det geografiska avståndet gör också att vi blir mer mottagliga för medias information kring Europaparlamentsvalet än kring medias rapportering om ett vanligt nationellt val. Bevakningen av EU-valet är nödvändig för att vi ska kunna orientera oss i det.

MEDIEPROFESSOR Kent Asp som granskat mediebevakningen av valrörelser mellan 1979 och 2002 tror ändå inte att det främst är mediebevakningen som gör Europaparlamentsvalet till ett lägprioriterat val.

– Visst kan uppmärksamheten i media ha en viss betydelse för valdeltagandet. Om svenska medier skulle gå in och satsa mycket på bevakningen till EU-valet kanske det skulle bli en liten skillnad i valdeltagandet. Men grundorsaken till varför man röstar eller inte är hur viktigt man anser valet vara. Folk ser inte Europaparlamentsvalet som så viktigt och avgörande.

KENT ASP MENAR att det man röstar på måste ha någon betydelse eller kännas viktigt för att man ska lägga ner den energi som behövs för att informera sig inför ett val och sedan gå och rösta. Man kanske inte tycker att valet är tillräckligt viktigt för att det ska vara värt att spendera tid på helt enkelt. Men det kan också vara ett demokratiskt ställningstagande att inte gå och rösta. Ju starkare ställning Europa-

parlamentet har, desto mer makt får EU. Det kanske man inte vill.

– Men man måste också fråga sig om det verkligen är medias uppgift att få folk att gå och rösta, fortsätter Kent Asp. Uppgift eller inte: media påverkar. Vad som kan påverka mediebevakningen till Europaparlamentsvalet i Sverige är ofta saker som samtidigt har ett inrikespolitiskt intresse.

– Att Sverigedemokraterna kommer försöka få avstamp i Europaparlamentsvalet för att sedan komma in i riksdagen även i nationella valet är ett tydligt sådant exempel, säger Kent Asp.

Han tror att en yttre händelse som har europeisk anknytning, exempelvis galna kosjukan, skulle kunna öka uppmärksamheten kring nästa års val om den inträffade under eller kring upptakten till valet. Det svenska ordförandeskapet kan också ha betydelse för nästa års valdeltagande.

LARS GUNNAR WOLMESJÖ på GP tror också att det svenska ordförandeskapet kan ha inverkan på nästa års valdeltagande.

– Nästa år kanske uppmärksamheten kring EU-valet blir större i och med att Sverige inleder sitt ordförandeskap och att vi får en ny EU-kommission, säger han.

Lars Gunnar Wolmesjö tycker att GP skriver mycket om EU-valet, och att man på tidningen har ambitionen att skriva om saker som folk borde känna bättre till än vad de egentligen vill. Men det är inte alltid det får genomslag hos publiken.

– Vi skrev till exempel jättemycket om upptakten kring finanskrisen långt innan det hände. Sen kommer folk och frågar: varför skrev ni ingenting om det? Det gjorde vi, men det var ingen som var intresserad av att läsa om det, säger han.



Klart det ska festas!

VALVAKAN VAR EN lång natts fest, trots att det var tisdag. Hela landet skulle vara uppe och festa och se vem som vann. Hela landet var engagerat och hade åsikter. Varje TV-kanal, radiostation och tidning hade bevakat valet i över ett år, äntligen skulle klimax komma. Precis som Eurovisionsfinalen. Klart det skulle festas.

Enda problemet var förstås att vi inte fick rösta.

Amerikanerna fick rösta. Vi fick bara titta på, diskutera, tjata, gnälla, gapa. Men inte rösta, fastän vi skulle vilja. För vi har alla en naiv tro på att Vita Huset påverkar oss i Sverige direkt och obarmhärtigt starkt. **Vi vill vara den 51a delstaten.**

SAMTIDIGT HAR VI en tro på att Europaparlamentet inte påverkas oss ett dugg. Washington tycks vara närmare än Bryssel och de lagar som parlamentet spottar ut med jämna mellanrum gäller inte här. Nu är inte det sant. Parlamentet stiftar många lagar, i allt fler frågor, och de gäller alla här hemma. Oavsett om vi röstar eller bryr oss påverkar de oss mer än vem som sitter i Vita Huset.

Varför är det då så få som röstar? Ur ett europeiskt perspektiv, ja, även ur ett amerikanskt, är vi duktiga på att rösta: 80 % av svenskarna röstar i ett riksdagsval. Bara belgarna är bättre än oss, men de har röstningsplikt. Mycket sämre är vi dock på att rösta för Europaparlamentsvalet – mindre än 40 % röstade senast.

Mycket kan skyllas på media i den här frågan. Bara jämfört med presidentvalet i USA, vilket fått en så bisarr mängd uppmärksamhet att det nästan kan liknas vid underhållning, har Europaparlamentsvalet nästan ignorerats. Vem minns valvakan sommaren 2004? Vem festade då?

VI FÅR EN NY chans nästa sommar. Den 7 juni 2009 är det dags att rösta, för här får vi faktiskt det, och det är dags att inse faktum: vi bor i EU. Vi styrs av EU. Lika bra att göra sin röst hörd. Och sen är det klart att det ska festas.

BORIS VASIC



1. Röstade du i förra Europaparlamentsvalet?
2. Kommer du att rösta nästa år?
3. Hade du röstat om du hade fått i amerikanska presidentvalet?

Ulla Skredsvik, 61 år

1. Nej, jag vet knappt vad det är.
2. Nej, antagligen inte. Det är för dålig information i media om det.
3. Ja, det hade varit kul.



Katarina Svedberg, 21 år

1. Nej. Jag var inte insatt alls i det.
2. Ja. Det känns som att det kommer vara viktigt för ens framtida jobb.
3. Ja. Det påverkar hela världen och betyder mycket för allt. Världsekonomin och världsfreden till exempel.

Nils Westling, 22 år

1. Ja, jag tycker det är roligt och intressant. Politik är mitt största intresse.
2. Ja
3. Ja, det är så avgörande för all övrig politik.



Johan Fahlnaes, 29 år

1. Nej, det gjorde jag inte. Jag var inte insatt utan engagemang och oansvarig
2. Självklart. Det är viktigt.
3. Ja, det hade jag. Hade inte du gjort det?

Ragda Alidane, 24 år

1. Nej, jag hade inte så mycket koll på det då.
2. Ja, det tror jag. Det känns som man behöver vara mer aktiv i sådana frågor nu när man börjar läsa ett program.
3. Ja, det känns som det är mer engagerande. Det är ett roligare val som påverkar hela världen.



Roberth Adebahr, 26 år

1. Nej, helt ärligt missade jag det. Jag antar att det var brist på intresse.
2. Ja det tänker jag verkligen göra. Om EU-parlamentet får mer makt tycker jag det är viktigt att man tar sitt ansvar.
3. Ja. Amerikansk politik påverkar ju hela världen.

Mats Skredsvik, 62 år

1. Nej. Jag bryr mig inte. De har ju ändå ingen makt.
2. Nej.
3. Ja, om jag hade fått chansen. Jag hade inte velat att han den andra skulle bli president, Obama är mycket snyggare. Amerikanska presidentvalet påverkar oss i lika mycket som riksdagsvalet.



EM - inte EU om pressen får välja

Tidningarna skrev inte mycket om EU-valet 2004. Istället tyckte redaktionerna att det fanns viktigare saker att rapportera om. Reagans begravning, årsdagen av Dagen D och det allsmäktiga fotbolls-EM fick mest uppmärksamhet.

DEN ALLEUROPEISKA händelsen sommaren 2004 var inte EU-valet – utan fotbolls-EM i Portugal. Oturligt nog för kandidaterna till Bryssel började EM dagen innan den stora valdagen. Dessförinnan hade tidningarna satsat stort på bevakningen av fotbollsfesten, några av tidningarna hade till och med speciella bilagor om EM. All press med en respektabel sportredaktion hade skickat korrespondenter till träningslägren i Portugal. EU hamnade i skuggan.

Den amerikanske expresidenten Ronald Reagan avled den 5 juni och begravdes den 11 juni, med ett stort medieuppbåd som följd. Kanske inte så konstigt med tanke på gästerna i Washington National Cathedral: båda presidenterna Bush, Margaret Thatcher, Tony Blair, och Michail Gorbatjov.

REAGANS DÖD OCH begravning ledde till långa, analyserande artiklar i europeisk press. Hans liv och politiska arv diskuterades och bilder från begravningen fyllde sidorna. EU-valet hamnade i skuggan av det också.

60-årsdagen av Dagen D, dagen för de allierades landstigning i Normandie, inföll den 6 juni. I fransk och tysk press fick detta mer utrymme än vad det fick i till exempel svensk, men även denna händelse fick analyserande artiklar och rapporteringar från alla de minnesceremonier som hölls runtom i Europa.



Le Figaro den 11 juni 2004: två dagar innan valet väljer man att toppa med fotbolls-EM. En stor rubrik med bild kungör fotbollsfestens början. En liten artikel nedan påminner om det kommande valet: slutspurt för partierna.

BORIS VASIC

Få artiklar ger få röster

Två val. Fyra länder. Åtta tidningar. Valfritt har undersökt de två största dagstidningarna i Sverige, Tyskland, Frankrike och Storbritannien för att ta reda på hur mycket de egentligen bevakade Europaparlamentsvalet 2004.

VALFRITT HAR TITTAT på hela tidningarna en vecka innan två av våra viktigaste val: de nationella parlamentsvalen i respektive land och det senaste Europaparlamentsvalet. Det vi upptäckt är en avgörande skillnad mellan bevakningen av de olika valen. Den stora majoriteten handlar om de nationella valen: knappt en tredjedel av artiklarna handlar om Europaparlamentsvalet. Av alla dessa hamnar cirka 13 % på förstasidan. Av alla de undersökta tidningarna är det Frankfurter Allgemeine som oftast valde att sätta artiklar om Europaparlamentsvalet på sin förstasida, drygt en tredjedel. Brittiska The Independent gjorde det minst med endast fem procent.

Placeringen av en artikel på förstasidan visar vad tidningen anser vara dagens viktigaste story. Att Frankfurter Allgemeine lade över en tredjedel av sina artiklar om Europaparlamentsvalet på förstasidan visar en prioritering från tidningens sida, men samtidigt hade tidningen en väldigt liten bevakning av valet.

EN ÖVERVÄGANDE majoritet av artiklarna är nyhetsartiklar. Detta gäller för båda valen.

Europaparlamentsvalet diskuteras mer sällan än de nationella valen på tidningarnas ledarsidor, krönikor och debattsidor. I övrigt handlade ledarsidorna oftare om andra saker än ett stundande val. Tidningarnas krönikörer skriver mycket oftare om det nationella valet än om Europaparlamentsvalet.

Bland de undersökta tidningarna hade tyska Süddeutsche Zeitungs ledarskri-

benter skrivit mest om EU-valet, drygt en tiondel. Absolut minst hade Le Figaro som bara hade en ledare om EU-valet under den undersökta veckan.

DÄREMOT HADE Le Figaro flest debattartiklar och krönikor, hela åtta stycken, men störst andel hade brittiska The Times med nästan en femtedel. DN och GP hade en hög andel ledare om EU, över tio procent av artiklarna, men när det kom till krönikor och debattartiklar är andelen låg.

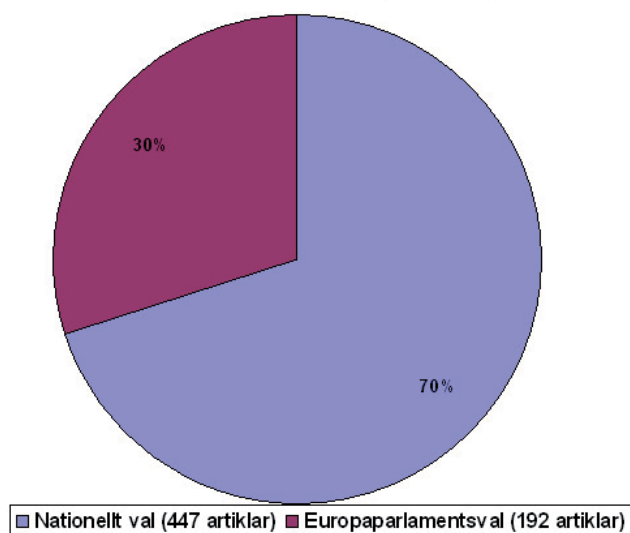
ÖVER HÄLFTEN AV artiklarna rörande EU-valet har en bild eller grafik. För artiklar om de nationella valen är andelen något högre, det vill säga över 60 %.

Tidningarna valde alltså oftare att bilsätta artiklar om nationella val än artiklar om EU-valet. Skillnaden där är liten, men detta är viktigt för att fånga läsarens intresse.

Av Le Mondes och Frankfurters Allgemeynes artiklar var över hälften utan någon som helst bild eller grafik; detta är minst andel bilsättning av de undersökta tidningarna. Mest bilsatta var våra svenska DN och GP, runt 75 % av artiklarna hade tillhörande bild eller grafik.

NÄR MAN TITTAR på artiklarnas storlek ser man här för första gången att

Andel artiklar per val i fyra tidningar



Andel artiklar inför båda valen i DN, Le Monde, Süddeutsche Zeitung och The Times

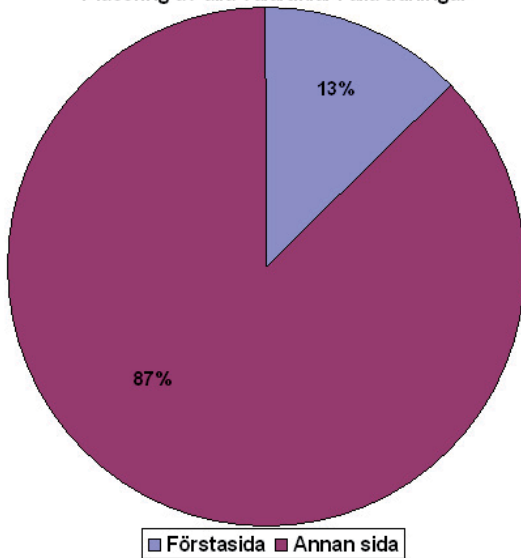
EU-artiklarna får mer plats än de om de nationella valen. Precis som med bilsättning är detta viktigt för att locka till sig läsarnas blick. Ju större artikel, desto större uppmärksamhet.

Knappt 40 % av EU-artiklarna är fem eller fler spalter breda. Av artiklarna om de nationella valen är det runt 25 % som håller den storleken.

Svenska DN är den tidning som mest satsat på stora artiklar om EU-valet: över hälften av artiklarna är fem eller fler spalter breda. Liknande andel hade franska Le Monde.

Absolut minst andel stora artiklar hade Süddeutsche Zeitung där endast en tiondel var större än fyra spalter.

Placering av alla valartiklar i alla tidningar



Sammanlagt resultat av 839 artiklar i alla tidningar inför båda valen

Så här gjordes undersökningen:

Vi räknade artiklar i Dagens Nyheter, Göteborgsposten, Le Monde, Le Figaro, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine, The Times och The Independent en vecka innan Europaparlamentsvalet. För respektive nationellt val räknade vi artiklar i DN, Le Monde, Süddeutsche Zeitung och The Times. Det vi tittade extra på var artiklarnas placering, bildsättning, typ och storlek. Sammanlagt granskades 839 artiklar.

Andel nyhets- och diskuterande artiklar i nationella val (fig.1) och Europaparlamentsval (fig. 2)

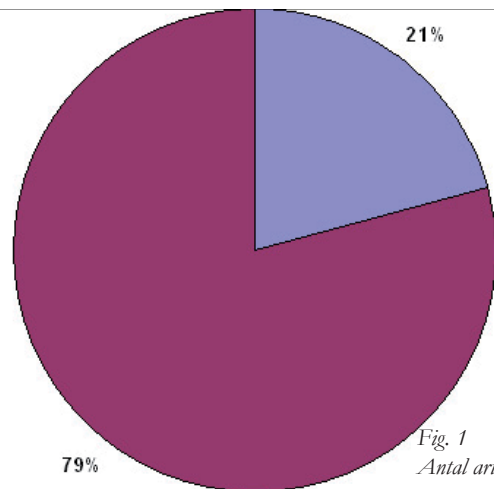


Fig. 1
Antal artiklar: 447 st

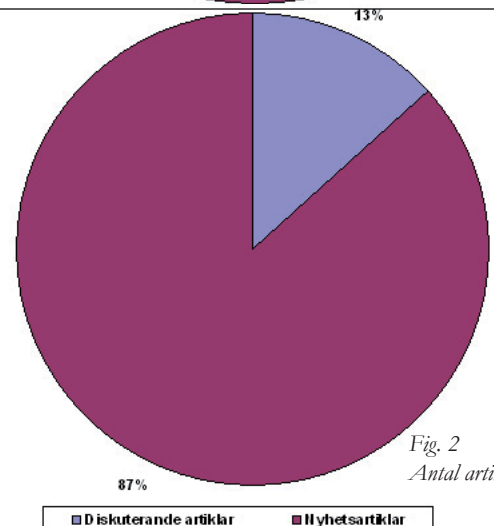


Fig. 2
Antal artiklar: 392 st

Andel artiklar inför båda valen i DN, Le Monde, Süddeutsche Zeitung och The Times

Antal artiklar per tidning

DN	220
GP	59
Frankfurter Allgemeine	29
Süddeutsche Zeitung	106
Le Figaro	91
Le Monde	139
The Times	174
The Independent	21
Total	839
EU	392
Nationellt	447
Total	839

Valdeltagande per land

	EP-val	Nationella val
Sverige	38 %	80 %
Storbritannien	39 %	61 %
Tyskland	43 %	78 %
Frankrike	43 %	60 %

"Varför är det ingen som röstar?"

Frågan om det låga valdeltagandet är som den om hönan och ägget: vemns ointresse kom egentligen först? Både partier, väljare och massmedier satsar mindre på EU-valet.

– Det är ett andrarangsval, säger Henrik Oscarsson, docent i statsvetenskap vid Göteborgs Universitet.

Att medierna satsar mindre på Europaparlamentet är alltså inget mysterium, men medias effekt på valdeltagandet kan diskuteras.

– Jag tror att media är jätteviktiga för valet, säger Henrik Oscarsson och pekar på två saker: dels att de gör väljarna kunnigare och dels att de ökar intresset och valtemperaturen.

Han är mer utförlig i Europaopinionen, en rapport han skrivit tillsammans med andra statsvetare på Göteborgs Universitet. Där skriver han bland annat att media är medborgarnas viktigaste kanal till partiernas åsikter. Ju större del av medieinnehållet som handlar om EU, desto lättare är det för att medborgarna ska skaffa sig bättre kunskap om EU och bli engagerade i EU-frågor. Det som skrivs i media är det väljarna uppmärksammar alltså.

Dock tycker han att media i sin rapportering ofta ställer samma fråga när det kommer till Europaparlamentsvalet: "Varför är det ingen som röstar?"

– Det är ingenting som stimulerar och hjälper inte till att engagera, säger han om den frågan.

Man borde istället rapportera om vilka sakfrågor som debatteras, vilka partigrupperingar som finns och ha en ordentlig tacksägning av kandidaterna, menar han.



"Europaparlamentsvalet: 732 platser för 14 670 kandidater" Faksimil från Le Figaros förstasida 13 juni 2004

– Det är svårt att se var ens röst tar vägen i EU-valet, säger Henrik Oscarsson, docent i statsvetenskap.

Europaparlamentsvalet är hela Sverige en valkrets och då är det lättare att kartlägga de cirka 70 kandidaterna.

– De representerar Sverige lika mycket som de representerar sina partier, säger Henrik Oscarsson och menar att kandidaterna tar med sig mycket av den svenska värdegrunden ut i Europa. Ett exempel på det är bland annat offentlighetsprincipen, vars omfattning är unik för Sverige.

MEN HAN TROR INTE att större mediebevaktning nödvändigtvis skulle påverka intresset, såvida den inte görs mer engagerande.

– Hur gör man ett Europaparlamentsval spännande? frågar han sig. Henrik Oscarsson nämner att valbevaktning numera är kortsiktig och eventbase-

rad, medan EU ofta innebär att man måste bevaka skeenden över en lång tid.

– Sverigedemokraterna skulle göra valet mer spännande. Det kan få folk att rösta. Inte bara Sverigedemokrater utan även de som inte vill att SD ska få en plats i parlamentet.

Redan sommaren 2009 är det val igen. – Bevaktningen kan nästan inte bli sämre nästa år, säger Henrik Oscarsson och skattar lite. Europaparlamentsvalet ligger illa till på året, menar han och syftar på att valet hålls i mitten av juni.

– Det finns inte en mer olämplig tid på året för ett val. Då tänker svensken på skolavslutningar, semestrar, deadlines på jobbet och förberedelser inför sommaren. Sen är det inte de vanliga journalisterna som bevakar valet, menar han. Semes-

NSBLOD
älsoteck-
len stätt
k och sä-
ll.
erna kan
u har fel

ning, kanske är det jobbar-
ning på gång? Det är i så fall inte
säljarens fel (se det finstilla i
kontraktet).

SVART RÖK ur avgasröret be-
tyder att bilen drar normalt
mycket olja, åtminstone om du
har egen oljekälla på tomten

erna enas om en ny pave etter-
som den gamla ræit slut, åt-
minstone om man ska lita på
vad försäljaren säger.

SPRICKOR I DÄCKEN är i och
för sig inget alarmerande, det är
bara när bilen framförs i hastig-
het överstigande 15 kilometer i

barande balkarna" rostet bort
gör det absolut ingenting – då
har de ju mindre vikt att bära!

Hoppas du får många trevliga
meter med sommarbilen innan
motorn exploderar och hjulen
faller av!

SWANBERG

Hans Lindström



Och idag går alltså svenska folket
man ur huse för att delta i EU-valet...

It annat
il peng-
irsta?
pp i alla
an kan
Men det
vara tio-
l ett lag
ven mot
in kom-
våldigt

n' heja-
; på Rå-
yskt av
som på-
t återgå
de tack-
ar lycka
lämnar
bekanta
: "Jam-
ll Jam-
: SKOUG



Faksimil ur Dagens Nyheter 13 juni 2004

trarna börjar för de också och kvar blir
de unga och oerfarna sommarvikarierna.
Henrik Oscarsson menar att det däremot
finns mycket mer prestige i att bevaka ett
riksdagsval.

– Då är det KG och Knutsson och de
andra gubbarna som kommer fram.
Att förklara det låga valdeltagandet med
att kalla Europaparlamentsvalet för et an-
drarangsval är lite väl enkelt, tycker Henrik
Oscarsson. Men han förstår över varför de
nationella valen, som det svenska riksdags-
valet, dominerar.

Han menar att de pengar som diskuteras
och sedan fördelas i nationella församling-
ar är mer konkreta för medborgarna och
nämner att frågor som skola, välfärd, vård
och omsorg inte diskuteras på samma sätt i
Europaparlamentet.

De nationella parlamenten har också
något som Europaparlamentet saknar
– makten att tillsätta en regering. Eu-
ropaparlamentet kan visserligen avsätta
kommissionen, som är det närmaste en

gemensam regering EU kommer. Men
kommissionärerna tillsätts av de olika län-
dernas regeringar, inte av parlamentet.

– Det är ett konstigt parlament egentligen,
säger Henrik Oscarsson.

Han menar att det inte finns en direkt
länk mellan parti och partigruppering. Det
parti man röstar på hemma hamnar sedan
i en gemensam partigruppering i Europa-
parlamentet. Denna gruppering behöver
inte alltid motsvara den som partiet i
hemlandet tillhör.

– Hur många vet till exempel att center-
partiet är i den liberala partigrupperingen?

DET ÄR SVÅRT att se var ens röst tar
vägen. Det är just här en koppling måste
finnas, menar han. Man måste knyta ihop
EU-nivån med lägre nivåer i beslutsfattan-
det och visa väljarna att det faktiskt sker en
påverkan. Men han menar att den kopp-
lingen är svår att göra och varken politiker
eller media gör det.

Sen finns förstås problemet med svensk-

arnas ovilja mot EU. Oviljan är så stark att
tidningsartiklar med EU i rubriken inte blir
lästa.

– Vi är ju väldigt EU-kritiska som folk.
Och läsarna är inte intresserade av att läsa
om något man inte sympatiserar med.
Selektiv perception tror jag att det heter,
säger Henrik Oscarsson.

Hönan är alltså att media inte skriver om
EU. Ägget är att väljarna inte vill läsa om
EU.

Henrik Oscarsson tror att intresset för
EU skulle öka om man såg mer konkreta
resultat av EU:s arbete. Han berättar om
motorvägar och broar i Medelhavslän-
derna, vilka är tydligt skyltade med att de
byggdes med pengar från EU.

– Sverige är ett rikt land. Det är inte
rimligt att EU ska bygga Botniabanor och
älvförbindelser. Men om de miljarder som
strömmar tillbaka blir mer synliga blir
kanske folk mer intresserade.

BORIS VASIC

Konsten att krydda lagom

Är det inte knastertorrt och procenttecken staplade på varandra så är det konflikter, känslor och dramatik. Att få en valbevakning både informativ och engagerande är ingen lätt balansgång. Och att hålla sig till de politiska sakfrågorna är ännu svårare.

För att mediebevakningen inför ett val ska fungera bra måste den vara både informerande och engagerande för medborgarna. Det är ingen lätt uppgift, även om den är väldigt viktig. För att media både ska kunna fånga folks intresse och uppmärksamhet, och samtidigt ge dem ett bra underlag för att kunna få en uppfattning om vilken kandidat eller vilket parti som stämmer bäst överens med deras åsikter, krävs båda faktorerna. En artikel som är presenterad på ett lockande sätt och med en spännande vinkel, kanske underhåller läsaren för stunden utan att ge tillräckligt med information om hur det kommande valet kan påverka den egna situationen. Precis som en artikel som är mycket informativ inte är värd ett dugg om ingen läser den. Samtidigt är det väldigt olika vad vi uppfattar som engagerande. Därför kan olika tidningars valrapportering se väldigt olika ut beroende på vilken målgrupp den är tänkt att tilltala.

För att lyckas med uppgiften att få ett ofta så torrt ämne som politik engagerande har media utvecklat olika typer av dramatiserad, eller medievriden, valbevakning. Ju mer oengagerad publiken är desto mer försöker media anpassa sin rapportering för att även nå ut till de mest ointresserade. Det här fenomenet är särskilt tydligt i kommersiella medier, där man är i större behov av att stimulera sin publik och ha höga tittar/lyssnar/läsarsiffror än inom public service. Här är risken stor att rapporteringen bara blir underhållande, och inte tillräckligt informativ för medborgarna. Man förenklar, dramatiserar och personifierar politiken för att den ska bli lättare och mer spännande att ta till sig för



Ett populärt knep för att göra politiken i media mer spännande är att vinkla på spel, drama och strategier.

läsare, tittare och lyssnare. Reflektioner kring de stora sammanhangen, djupare analyser och skeenden över lång tid faller här bort eftersom de både är komplicerade och kräver stor kunskap av journalisten, och samtidigt är svåra att passa in i en enkel, tydlig mall som många kan och vill ta till sig. I demokratirådets rapport från 2006 om mediernas valmakt står det att ”för att väcka uppmärksamhet gestaltar medierna politik som spel, tolkar verkligheten och riktar fokus på enstaka händelser snarare än på abstrakta sammanhang”. De vanligaste teknikerna är enligt boken personifiering, popularisering och polarisering. Personifiering är en av de enklaste och kanske vanligaste typerna av snedvriden valbevakning. Bevakningen riktas kring en person som får personifiera och stå som symbol för hela sitt parti. Debatten handlar sällan om politiska sakfrågor utan snarare om dramatiska utspel som politikern i fråga har gjort eller om personliga oegentligheter som dras ut i offentligheten. Det är lättare att identifiera sig med en person än med ett helt parti och det är också enklare att bilda sig en uppfattning – som ofta får stå för hela partiets politik. En sådan rapportering är varken saklig eller informativ, såvida den inte behandlar vilken sorts politik just den här kandidaten vill

genomföra. Den andra tekniken media använder sig av för att göra valbevakningen mer intressant är popularisering. Den här teorin kallas också gestaltningsteorin. Här koncentrerar man sig på spel, drama och strategier inom politiken mer än att titta på politiska sakfrågor. Politiken utmålas som en maktkamp med vinnare och förlorare där sakfrågorna mer ses som ett medel att utöka sin makt än som viktiga och relevanta i sig. Det är makten och inte politiken som är det viktiga. Skillnaden mellan en sådan bevakning och en bevakning i sak är att då koncentrerar man sig på vad som har hänt med de relevanta politiska frågorna och tonar istället ner maktkamper, utspel och dramatik. Tendensen att gestalta politik genom spel och drama är olika i olika medier, olika länder och under olika perioder i valrörelsen. Det sista sättet att göra politik i media mer engagerande är polarisering. Här är det konflikter och misstroende som hamnar i centrum. Särskilt politikermisstron, att politiker framställs som opålitliga, har ökat i de senaste årens valjournalistik.



Att gestalta politiken genom konflikter kan leda till att politikermisstron ökar.

OLIVIA KRANTZ

Källa: Demokratirådets rapport 2006, Mediernas valmakt, Olof Petersson, Monika Djerf-Pierre, Sören Holmber, Jesper Strömbäck och Lennart Weibull

Valfritt har gjort en kvalitativ undersökning för att se hur väl media inför både nationella- och Europaparlamentsvalet i Frankrike, Sverige, Storbritannien och Frankrike levde upp till kriterierna om den goda valbevakningen.

Få artiklar engagerar

De olika valen beskrivs både sakligt och spännande, men sällan i samma artikel. Bara en tidning hade artiklar som handlade om vanliga människor och de som fick störst utrymme var inte kandidaterna – utan partiledarna.

Både inför nationella val och EU-valet var valbevakningen i de fyra tidningarna förbluffande lika på några punkter. Även om de båda valen är parlamentsval dit kandidater och inte partiledare eller andra högt uppsatta politiker inom regeringen kandiderar envisas man med att låta just dessa få ta upp störst plats och utrymme på sina tidningssidor. En annan likhet tidningarna emellan var att ingen av dem förutom The Times lät vanliga människor komma till tals i artiklarna. Le Monde hade visserligen en artikel inför EU-valet om en arbetslös polack som startat ett nytt parti för arbetslösa i Polen, men även om denne man inte räknas som elitperson, räknas han inte heller som privatperson då han är med i tidningen just i egenskap av partiledare. Samtidigt var de brittiska artiklar som faktiskt handlade om vanliga män-

niskor inte särskilt informativa inför valet utan fungerade snarare som engagerande kuriosaartiklar.

Att få valbevakningen både engagerande och informativ var det få tidningar som lyckades med. Den tidning som överlag hade bäst balans mellan spännande och sakliga artiklar var Le Monde inför det egna parlamentsvalet. Den tidning som lyckades sämst var The Times. Britternas artiklar var ofta roligt och engagerande skrivna och en lätt sarkastisk, elak ton dominerade innehållet. Citatet ”Torys väljare avskyr premiärministern ännu mer idag än vad de gjorde 2001 och många av dem skulle gladeligen korsa en 12-filig motorväg beströdd med landminor för att nå en röststation och rösta emot dem” är ett typiskt exempel på detta. Men samtidigt tar man varken i artiklarna inför det inhemska brittiska valet eller inför EU-valet upp politiska sakfrågor eller vilken påverkan valet kan tänkas ha på Storbritanniens medborgare. Man spelar hellre på känslor än ger sina läsare saklig information kring valet. Även när det kommer till rapporteringen av kandidaterna är informationen om vad de egentligen vill åstadkomma med sin politik dålig. The Times visar tydliga exempel på både popularisering och polarisering i sina artiklar. För att krydda valrörelsen gestaltas politiken genom spel, drama, missstroende och konflikter. Däremot vinklades artiklarna inför EU-valet i The Times inte alls på detta sätt. De var istället sakliga.

I LE MONDE försöker man inte piffa upp artiklarna genom dramatiska utspel och känslobrott utan håller sig till att informera sina läsare. Man vänder sig direkt till fransmännen för att tala om hur de kommer att påverkas av det kommande valet. Samtidigt är Le Mondes artiklar

överlag krångligt och väldigt analytiskt skrivna. Det är ofta många personer som uttalar sig i texterna och meningarna är långa och komplicerade. Det är inte artiklar som lockar en bred läsekrets utan det krävs ett visst intresse för EU och politik för att läsa dem.

Även i DN verkar folkbildaridealet ta över till nackdel för läsarengagemanget inför det svenska riksdagsvalet. Det är först och främst Persson och Reinfeldt, blockens partiledare, som artiklarna handlar om. DN:s artiklar inför EU-valet ges stort utrymme i tidningen med stora rubriker och bilder. Här får läsaren viss information om både kandidater och viktiga politiska sakfrågor.

I SÜDDEUTSCHE ZEITUNG är man inför det tyska parlamentsvalet duktiga på att informera om de politiska sakfrågorna. Men här lyckas man inte heller med att få artiklarna tillräckligt engagerande. SZ håller rapporteringen saklig men faller i fällan att rapportera mer om högt uppsatta politiker än om politiker som verkligen kandiderar inför valet. Inför valet till Europaparlamentet är SZ mycket sämre på att informera om hur tyskarnas vardag kan förändras av valutgången. Man vinklar också gärna personbevakningen på känslor och utspel snarare än på sakfrågor. När det kommer till Süddeutsche Zeitungs illustrationer är bildmaterialet är ovanligt tråkigt. Foton på valaffischer förekommer till exempel som illustrationer inför båda valen. Förmodligen är det här ett resultat av Tysklands stränga lagar för bildpublicering. Lagen om ”Rätten till den egna bilden” innebär att alla medborgare i Tyskland innehar rättigheterna till bilder på sig själva. Inga bilder får publiceras utan personens godkännande. Undantaget är offentliga personer, folksamlingar på offentliga platser och aktuella händelser. Detta kanske delvis är en av anledningarna till varför Süddeutsche Zeitungs första sida är helt utan bilder.

Så här gjordes undersökningen:

Vi granskade artiklar i Dagens Nyheter, Le Monde, Süddeutsche Zeitung och The Times de två sista dagarna (inklusive valdagen) inför både nationella parlamentsval och EU-valet i respektive land. Sammanlagt innehållsanalyserades 62 artiklar. Artiklar som var två spalter breda eller mindre granskades inte (inte heller artiklar på under 500 ord för The Times som endast fanns på nätet). Frågorna som ställdes var:

Lockar artikeln till läsning?

Engagerar artikeln läsaren inför valet?

Engagerar artikeln läsaren för någon kandidat?

Hur beskrivs/gestaltas EU?

"Kycklingar, korn och en kanslerfru"

Tyskarna gillar det kort och kryptiskt. Fransmännen lindar in det i långa komplicerade meningar och britterna – de går igång på krig och känslor. Svenskarna då? Vi vill ha det neutralt, konkret och utan krusiduller.

Det handlar förstås om rubriker. Slagfärdiga, invecklade, elaka, roliga och tråkiga. Rubrikerna i de olika tidningarna innehåller alla tänkbara och otänkbara ingredienser. Franska Le Mondes rubriker var, i likhet med tidningen i stort, mycket utförliga och informativa. Deras rubriker kan nästan mer liknas vid sakliga överskrifter än vid aktiva meningar som är menade att locka till läsning. "Mellan lågt valdeltagande och röstsanktioner – väldigt nationella spel" och "Socialistpartiet (PS) satsar på förkastandet av den sociala moms-skatten (la TVA sociale) för att komma tillbaka i andra valomgången till riksdagsvalet" är två typiska exempel. Däremot var det faktiskt de rubriker som, förutom längden, hade mest likhet med de svenska rubrikerna. Det är rubriker som är neutrala, sakliga och som varken anspelar på känslor eller innehåller många laddade värdeord. De svenska rubrikerna i DN inför EU-valet var däremot, till skillnad från de franska, aningen mer finurliga och engagerande än vad de var inför vanliga riksdagsvalet. "Valfinal politiskt mingel i sambatakt" är ett sådant exempel. Kanske försökte redigerarna överkompensera den tråkiga EU-stämpeln med fyndiga rubriker? Den svenska fyndigheten ligger i vilket fall långt efter tyska Süddeutsche Zeitungs, vars rubriker visade prov på både humor och dolda budskap. Rubrikerna i SZ är korta och slagfärdiga, men man lyckas ändå peta in både underförstådda budskap, konspiratoriska och känslolösa anspelningar samt alliterationer. "EU-parlamentarikern – det obekanta väsendet", "Nyval efter valet – planer i CDU" och "Kycklingar, korn och en kanslerfru" är några sådana exempel. Men varken i de svenska, tyska eller franska tidningarna var det särskilt stor skillnad på rubrikerna inför de olika valen. I engelska The Times däremot, är skillnaden milsvid. Rubrikerna inför det inhemska parlamentsvalet är späckade med känslolösa utspel, konflikter och hårda ord, en del med direkt krigsanspelning. Ord som "slag", "nederlag", "stora kanoner", "slutgiltigt anfall" och "kaos" är bara några exempel. Det här är dramatiska rubriker som engagerar och definitivt lockar till läsning. I The Times bevakning av EU-valet däremot, är det som om luften helt gått ur rubriksättarna. Två av rubrikerna är visserligen lite värdeladdade (den ena innehåller en porrstjärna och den andra "röstapati"), men de resterande rubrikerna kännetecknas av energilöshet och utträkning. Det känns som att det helt saknats engagemang i valbevakningen och rubrikerna innehåller varken sarkasm, ironi eller bitter elakhet som de gjorde när man skrev om det nationella valet. Sammantaget kan man efter att ha granskat fyra dagars rubriker inför två olika valbevakningar sammanfatta: Tyskar är roliga, engelsmän gillar dramatik när det kommer till deras egna val, fransmän älskar komplicerade formuleringar och vi svenskar är för det mesta ganska måttfulla.

OLIVIA KRANTZ

"Stora kanoner siktas mot Skottlands marginalväljare i slutoffensiv"

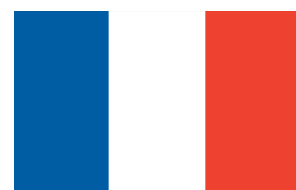


"EU-parlamentarikern – det obekanta

väsendet"



"Mellan lågt valdeltagande och röstsanktioner – väldigt nationella spel"



"Valfinal politiskt mingel i sambatakt"

... och såhär ska gärna en rubrik se ut:

"Rubriken ska ha korta slagkraftiga ord. Journalister brukar skilja på överskrifter och rubriker. En överskrift är allmänt hållen, en rubrik preciserad. Journalister avskyr överskrifter. De gör rubriker. En bra rubrik fångar läsarens uppmärksamhet och väcker intresset för artikeln. En kort rubrik kan inte vara särskilt informativ, men den bör ge läsarna en uppfattning om artikelns innehåll. Den bör också vara korrekt."

(ur Sören Larssons bok Att skriva i tidning)

Tidningarna:

Süddeutsche Zeitung, tysk dagstidning, utgiven i München sedan 1945, partipolitiskt oberoende men med liberal politisk tendens. SZ utkommer i sexton editioner, varav en riksedition. Upplaga: 448 000 ex. (2007).

Le Monde, oberoende fransk, vänsterliberal dagstidning med särskilt intresse för tredje världen och högt internationellt anseende, grundad 1944 i Paris av Hubert Beuve-Méry. Upplaga: ca 310 000 ex.

Dagens Nyheter, DN, oberoende liberal daglig morgontidning, utgiven i Stockholm, upplaga: vardagar 339 700 ex., söndagar 370 500 ex. (2007). DN utges av AB Dagens Nyheter, dotterbolag till Bonnier AB. **The Times**, brittisk dagstidning med brett innehåll, grundad 1785 som The Daily Universal Register, sedan 1981 ägd av Rupert Murdoch. Upplaga: vardagar ca 680 000 ex., söndagar ca 1,2 miljoner ex.

Källa: Nationalencyklopedin

pour un Hongrois, 12 000 euros pour un Italien, et des défraiements qui permettent
 000 euros. Le refus d'un statut de l'élu a créé un maquis de rémunérations



avec la réforme, « leur revenu au-
 rait diminué ». Ils auraient certes
 sés. Un autre parlementaire, le
 libéral britannique Chris Davies, a
 ment a décidé de renvoyer cette
 décision au 13 juillet, après les

– Min dotter ska snart gifta sig med en briljant Europaparlamentariker.
 – Italiensk, hoppas jag.

Faksimil ur Le Monde 13 juni 2004

Hotet från EU

Det är ingen nyhet att synen på EU varierar i olika medlemsländer. Sverige är, liksom britterna, ett EU-kritiskt folk medan fransmännen och tyskarna är mer unionsvänliga. De uppfattningarna går som raka tvärsnitt igen i de artiklar vi har innehållsgranskat.

Efter en genomgång av den kvalitativa undersökningen, de två sista dagarna innan valet i varje land, blir det tydligt bara genom att räkna antal artiklar vilken prioritet EU har jämfört med det vanliga nationella parlamentsvalet i de olika tidningarna. Brittiska The Times hade 16 artiklar inför det nationella valet, men bara fem inför Europaparlamentsvalet 2004. Le Monde däremot, hade 11 artiklar inför EU-valet, men bara fem inför det egna valet. Kanske kan detta bero på att de franska parlamentsvalen hålls i två omgångar, och att det mediala intresset svalnar något inför den andra valomgången.

BRITTERNAS ÄR kända för sin skeptiska syn på EU, och artiklarna i The Times stämmer väl in i den bilden. EU gestaltas i The Times ur ett övervägande negativt perspektiv. EU beskrivs som något som minskar britternas makt över deras egen ö och parlamentet ses som korrupt. "Parlamentet, vida ansett av allmänheten som ett korrupt, självbetjänande, simpelt jobb kantat av förmåner, har kämpat för att tända intresse..." säger en av de kandiderande politikerna. Men EU beskrivs också som en "förenande kraft" i The Times. Frågan är om det här är något britterna ser som positivt eller negativt, kanske intresseras de inte av att de europeiska staterna knyts närmare varandra med allt vad det innebär. Franska Le Monde var den tidning som visade sig mest EU-vänlig. Faktum är att

Le Monde faktiskt hade fler artiklar om Europaparlamentsvalet i tidningen en vecka innan valet än om vad de hade om det inhemska valet (om man tittar på den kvantitativa undersökningen). I nästan alla artiklar ser man på EU som en helhet och som något man deltar aktivt i, inte som en företeelse som utspelar sig någonstans långt borta från det egna landet. Man talar om "den europeiska rösten" och att "ett enat Europa väljer sitt parlament".

FLERA AV ARTIKLARNAS är också skrivna ur ett europeiskt, och inte ur ett franskt perspektiv och man är duktig på att bevaka även andra länders valrörelser. Le Monde verkar också utgå från att de egna läsarna är välinformerade om EU. I en text kan man läsa följande citat om Nederländernas valutgång: "De 27 första folkvalda i det nya utvidgade Europaparlamentet (Nederländerna förlorade fyra platser i den senaste fördelningen)" Här utgår artikelförfattaren från att läsaren hoppar till när han läser att Nederländerna har 27 platser och tänker "Men vänta nu, sist jag kollade hade Nederländerna 31 platser i EU-parlamentet". Så välinformerad är nog inte till exempel DN:s medelläsare. Samtidigt räknas Le Monde (tillsammans med The Times) som en av världens elit-tidningar, så kanske är en sådan kunskap om EU vad man kan förvänta sig av den typiska Le Monde-läsaren. Süddeutsche Zeitung var den enda av alla tidningar som

lyckades peta in en artikel där man tar upp vilka partifraktioner som finns inom EU. Det är just den här typen av artiklar som bland annat Henrik Oscarsson, docent i statsvetenskap vid Göteborgs Universitet, efterlyser i svensk media. Att skriva en sådan artikel sätter stort prov på journalisten eftersom EU och dess inbördes politiska grupperingar är en komplicerad historia. – Det är ett ämne som alla är dåligt insatta i, även vi statsvetare, säger Henrik Oscarsson.

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG hade överlag en positiv inställning till EU, även om man i huvudsak rapporterar om valet som ett inrikespolitiskt protestval mot den sittande regeringen och inte lyfter blicken mot hela Europa. I DN har man en mer kluven inställning till EU. I lite mer än hälften av artiklarna gestaltas EU negativt, man talar om "hotet från EU:s nya regler" och "hotet från de nya öststaterna". I de positiva artiklarna ser man EU som en konfliktlösare och som en förenande kraft. Vad som är speciellt för den svenska bilden av EU är att det inte uppfattas som något som utspelas i vår närhet, utan som något långt borta. "Där sitter de nere i Bryssel och bestämmer utan en tanke på vad som är bra för oss här uppe" är en uppfattning om EU som verkar delas av många svenskar.

Hallå där...



... Elin Boberg, Cecilia Malmströms
pressekreterare och
kampanjledare inför valet 2004:

Varför var valdeltagandet så lågt år 2004, tror du?

– Det har alltid funnits ett slags missnöje och misstänksamhet mot EU-samarbetet i Sverige. Till viss del är det så att alla politiska partier får ta på sig det. Den dåvarande socialdemokratiska regeringen var ganska splittrad och samarbetade med två partier som då var EU-motståndare. Det bidrog säkert till att den sittande regeringen inte var tillräckligt tydlig i att det är viktigt med EU-samarbetet.

Tror du att medierna har någon påverkan där?

– Ja, absolut. Politiken måste ha ett intressant budskap för att medierna ska kunna nappa och vilja skriva. Idag är det mycket mer vardagsrapportering från EU än 2004. Men jag tycker inte att man kan skylla allt på media för 2004 var rapporteringen ganska bra. Sen var det ju inte lika mycket bevakning som inför ett riksdagsval och det är ju synd för Europaparlamentet har idag väldigt stort inflytande över den svenska lagstiftningen. De politiska partierna får också vara självkritiska där.

Varför är det viktigt att rösta i Europaparlamentsvalet?

– Det var ju viktigt redan då, ännu mera kommer det att bli. Europaparlamentet är ju medbestämmande i EUs lagstiftning. I dagsläget har man inflytande i alla frågor utom jordbrukspolitiken och det man pratar om som tredje pelaren. Och om Lissabonfördraget går igenom får Europaparlamentet inflytande i alla de här frågorna.

Vad ska ni göra annorlunda nästa år?

– Det har ju hänt mycket sedan det var val sist, det är ju fem år sen. Dels kommer man att använda sig mer av ny teknik och mer internetbaserat, som bloggar och sånt. Det gjorde vi ju redan 2004. Det blir mindre traditionella torgmöten. Cecilia Malmström var under kampanjen 2004 mycket ute på högskolor och universitet. Vi hade en debattturné med en vänsterpartist, Jonas Sjöstedt. Då var vi riktade mot studenter, och så kommer man att fortsätta att arbeta: att man riktar in sig på och försöker hitta målgrupper.

Vi behöver kunskap

NÄR VI FÖRST INSÅG att bara 38 procent av svenskarna röstade i förra EU-valet blev vi förfärade. När vi sedan upptäckte att mindre än hälften av Europas befolkning brydde sig om att gå till vallokalerna den där veckan i juni 2004 blev vi om möjligt än mer chockade. Ett demokratiskt val, där bara hälften av befolkningen röstar? Ett hot mot demokratin, tänkte vi.

MEN DET HELA VISADE SIG inte riktigt så enkelt. Efter intervjuer med Lars Gunnar Wolmesjö och Kent Asp som båda sa att "Europaparlamentsvalet är inget viktigt val egentligen" uppstod förvirring. Hur kan ett parlament som stiftar lagar för hela Europa inte vara viktigt? Statsvetare Henrik Oscarsson menade att inte ens han och hans kolleger hade så bra koll på vilka koalitioner som egentligen finns i parlamentet. På frågan varför menade han på att det var krångligt och inte så intressant. Men om inte ens statsvetarna intresserar sig för Europaparlamentet, vem ska då göra det?

VARE SIG EUPARLAMENTET är viktigt för oss eller inte (om inte lär det ju bli viktigt om nu det omdebatterade Lissabonfördraget går igenom), hur kan man rättfärdiga ett demokratiskt val där inte ens hälften av befolkningen röstar? Och hur kan vi alla vara så ointresserade av något som faktiskt påverkar oss? Det framstår som mindre otroligt efter det här arbetet, men frågetecken kvarstår. EU och Europaparlamentet är komplext. Så komplext att det skrämmer bort svenskarna med sin krånglighet. När vi innehållsanalyserade en del av alla de artiklar som handlade om EU-valet märkte vi stora skillnader. I svenska tidningar beskrevs EU som något långt borta, som inte angick oss. Inte konstigt att den europeiska identiteten är så svagt förankrad hos oss. Medan man i Frankrike och Tyskland ser på EU som en helhet som man aktivt deltar i ser vi i Sverige EU som en besvärlig institution långt, långt borta.

HÄR SPELAR MEDIA en viktig roll. Vi behöver information och sammanhang. Man kan tycka vad man vill om styret i Bryssel, men faktum kvarstår. Vi behöver kunskap om EU. Vi behöver förstå och vara medvetna om vad som händer i maktens korridorer. För det påverkar oss, varken vi gillar det eller inte. Och det enda sättet för oss att kunna påverka tillbaka är genom kunskap. Kunskap vi får genom media (om man nu inte väljer att skriva ett projektarbete om ämnet).

Valbevakning och valdeltagande hänger ihop. Vår undersökning av europeisk dagspress visar tydligt olikheter i bevakning av nationella val respektive Europaparlamentsvalen. Och valdeltagandet i de undersökta länderna rättar sig där efter.



Skulden ligger inte bara hos media

SVERIGE ÄR ETT särskilt intressant exempel i undersökningen, för att skillnaden i valdeltagande mellan de olika valen är speciellt hög: valdeltagandet i Europaparlamentsvalet var hälften så högt som valdeltagandet i riksdagsvalet. Liknande mönster upprepar sig i de övriga undersökta länderna Tyskland, Storbritannien och Frankrike.

MEDIAINNEHÅLLET RÖRANDE Europaparlamentsvalet jämfört med respektive nationellt val är lika avvikande: sammanlagt var tre av tio valartiklar om Europaparlamentsvalet, resten fokuserade på det nationella valet.

Artiklarnas stil och innehåll har också varierat mellan valen. Inför Europaparlamentsvalet har sakfrågorna ofta hamnat i skymundan, liksom kandidaterna. Istället har media mer fokuserat på EU:s vara eller inte vara och ifrågasatt det låga valdeltagandet. Fast mest har media ignorerat Europaparlamentsvalet och skrivit om andra saker: sommaren 2004 var fotbolls-EM det mest intressanta.

De åtta tidningarna i undersökningarna kan vid första anblicken anses vara för små och för smala att påverka de stora massorna. I jämförelse med TV-mediet hamnar dessutom tidningar ofta lägst i statistik över mediekonsumtion. Dock anser vi att tidningarna i fråga, ofta betraktade som kvalitetspress, är viktiga för folkopinionen om Europavalet och de nationella valen. Tidningar som *Le Monde* eller *The Times* läses mest av inflytelserika grupper i ett samhälle: akademiker, politiker, debattörer med flera. Enligt Paul Lazarfeld, en av skaparna bakom den så kallade Tvåstegshypotesen, går påverkan från media i två steg – via opinionsbildarna innan den når allmänheten. Här framstår nu dessa tidningar som en viktig influens på den allmänna debatten, då de i stor grad påverkar de som startar och leder debatter. Debatter som även allmänheten deltar i.

FLERA TEORIER HAR pekat på hur medieinnehållet påverkar allmänheten. Detta gäller inte bara val, utan även andra saker. I agendasättnings teorin är detta grunden: det media skriver om är det allmänheten tänker på. Exempel på detta är förstås det senaste presidentvalet i USA. Den enorma bevakning det fick av europeisk media ökade troligen allmänhetens kunskap och intresse för det. Varför kan samma sak inte hända inför nästa Europaparlamentsval?

En slutsats kan inte dras utan att man tänker på medias kommersiella intressen. Alla tidningar i undersökningen är privatägda och beroende av läsare och annonsintäkter. Det är lätt att skylla på media för allmänhetens ointresse i det här valet, men samtidigt kan man skylla medias låga bevakning på allmänhetens ointresse. Varför ska media bevaka det som få kan tänkas läsa? Fotbolls-EM engagerar många fler och därmed kan fler tidningar säljas.

I allt detta måste man väcka en fråga om media som folkbildare. Europaparlamentsvalet är ett ämne som allmänheten absolut behöver veta mer om, för så som det är nu stiftas lagar för 500 miljoner invånare av ett parlament som inte ens hälften varit med om att välja. Europaparlamentet får dessutom allt mer inflytande, varför det snart kan väntas stifta lagar i allt fler frågor. Det demokratiska underskottet blir därmed allt större. Medias roll och uppgift är att belysa detta och kanske eventuellt lösa det.

SAMTIDIGT KAN INTE allt skyllas på media, vilken med tanke på kommersialiseringen kämpar under helt andra förutsättningar jämfört med de politiska partierna och själva EU. Detta borde inte vara ett andrangsval för dem. Partiernas och politikernas ansvar är minst lika högt, om inte högre. Flera av de vi intervjuat, bland annat Elin Boberg och Henrik Oscarsson, har pekat på detta. Partierna behöver vara självkritiska och göra valet intressant nästa år. Detta har tydligen uppfattats av de svenska partierna, eftersom de nu satsar på mer kända namn på valsedlarna. I Sverige har vi inte kommit så långt än, men det finns en fara med detta om det skulle gå för långt. Vulgariseringen av politiken gick för långt i flera EU-länder 2004, där porrstjärnor, supermodeller och astronauter ställde upp i valet. Detta är ingenting som ökar förtroendet för Europaparlamentet, även om det gör folk mer intresserade för stunden.

För EU:s del är varken den låga bevakningen eller det låga valdeltagandet något uppmuntrande. EU:s ansvar här är att bättra på bilden av sig själv. I flera av tidningarna nämns Europaparlamentet som ett bekvämt jobb med för hög lön och massa förmåner. Parlamentarikerna beskylls för att bara vara ute efter detta.

**OLIVIA KRANTZ
BORIS VASIC**

Abstract

Valfritt – om medias inverkan på valdeltagandet i allmänhet och Europaparlamentsvalet i synnerhet,
Olivia Krantz, Boris Vasic, Journalistprogrammet, HT08

Projektarbetet om Europaparlamentsvalet 2004 syftar till att ta reda på vilken påverkan media har på valdeltagande. Som teoretisk ram har vi dagordningsteorin, som menar att det media skriver är det allmänheten tänker på och uppmärksammar. Vidare syftar arbetet till att undersöka hur rapportering om EU sker och skiljer sig i de olika länderna.

Eftersom detta är ett val som hela EU deltar i, har vi tittat på tidningar från fyra länder: Sverige, Tyskland, Frankrike och Storbritannien. Den information som samlats in kommer från kvantitativ och kvalitativ innehållsundersökning, intervjuer och referenslitteratur.

De frågor vi ställer är:

- Hur bevakade europeisk dagspress det senaste valet till Europaparlamentet?

- Är det någon skillnad i kvantitet på bevakningen till Europaparlamentsvalet 2004 jämfört med bevakningen av det senaste nationella valet i respektive land?

- Vad skiljer de olika ländernas bevakning åt?

- Påverkade bevakningen valdeltagandet?

- Hur kan detta påverka det kommande valet till Europaparlamentet 2009?

För de kvantitativa och kvalitativa undersökningarna använde vi oss av åtta europeiska dagstidningar: Le Monde, Le Figaro, Frankfurter Allgemeine, Süddeutsche Zeitung, The Times, The Independent, Dagens Nyheter och Göteborgsposten. Urvalet börjar från och med en vecka innan respektive val till och med valdagen för den kvantitativa undersökningen. För

den kvalitativa börjar urvalet två dagar innan från och med valdagen.

Resultaten kan sammanfattas i en bekräftelse att media, oavsett land, bevakar Europaparlamentsvalet i lägre grad än vad den bevakar de nationella valen. Orsaken till detta beror på att Europaparlamentsvalet anses vara ett andrarangsval: varken partier, väljare eller massmedier satsar lika mycket på det som på det nationella valet. Orsakerna till detta varierar beroende på vem man frågar, men en unison orsak tycks vara att EU är för komplext och i de flesta fall främmande för väljarna. Intresset för EU är litet, varför media i sin tur inte uppmärksammar det och skapar därmed ett minimalt allmänt intresse. Det är en ond spiral.

Abstract

Valfritt

Olivia Krantz, Boris Vasic,
Journalistprogrammet, HT08

The purpose of this paper on the European parliamentary election is to find out to which extent media influences the overall voter turnout. The theory used to legitimize the researches is the Agenda Setting-Theory. A further purpose is to examine how reporting from the EU is shaped and how this differs between the nations examined.

Since this is an election that takes place in the entire EU, we have examined newspapers from four nations: Sweden, Germany, Great Britain and France. The data collected is from quantitative and qualitative researches, interviews and reference books. The questions asked are:

- How did the European daily press cover the latest European parliamentary elections?
- Is there a difference in quantity between the coverage of the

European election compared to the coverage of the national parliamentary election?

- How does the coverage differ between the nations?
- Did the coverage affect the voter turnout?
- How can this affect the coming European parliamentary election in 2009?

We examined eight European newspapers for the quantitative and the qualitative researches: Le Figaro, Le Monde, Frankfurter Allgemeine, Süddeutsche Zeitung, The Times, The Independent, Dagens Nyheter and Göteborgsposten. The selection of articles for the quantitative research entails one week before Election Day in every election. For the qualitative research the selection made involves two days, including Election Day.

The conclusion of this paper can be summoned in the confirmation that media, regardless of nation, does indeed cover the European parliamentary election less than it covers the national parliamentary election. One of the grounds for this is that the European election is considered to be a second-ranking election: neither parties, voters nor media are concentrating on it as much as they are concentrating on the national election. The grounds for this are various, depending on whom one asks, but a unison cause seems to be that the EU is too complex and too foreign for voters. Public interest for the EU is small, thus media coverage is small as well, thus creating a minimum of public interest. It's a vicious circle.

Arbetsrapport

Kvantitativ innehållsanalys

Vi valde att göra en jämförande kvantitativ undersökning i europeisk press för att ta reda på hur mycket tidningarna bevakande EUP-valet och sitt nationella val. Huvudfrågan var rent kvantitativ: vi räknade artiklar (men inte notiser), men vi antecknade också placering, storlek, bildsättning mm. (se kodschema).

I undersökningen använde vi oss åtta europeiska dagstidningar inför EUP-valet:

- Frankfurter Allgemeine
- Süddeutsche Zeitung
- Le Figaro
- Le Monde
- The Times
- The Independent
- Dagens Nyheter
- Göteborgs Posten

I undersökningen tittade vi på huvudeditioner en vecka innan valet den 13 juni 2004, det vill säga från och med den 7 juni 2004. Valet av tidningar styrdes mest av utbudet av europeisk press på KTB.

Frankfurter Allgemeine och Le Figaro var de enda tidningarna som fanns i pappersformat på KTB. De brittiska tidningarna fanns endast som nätresurs på Factiva, vilket skapade en svårighet att förstå hur tidningarna ser ut och hur stora artiklarna är. Eftersom vi inte skulle räkna med notiser valde vi att titta på artiklar som är över 300 ord i The Times och The Independent. De övriga tidningarna fanns på mikrofilm.

I undersökningen av bevakningen inför de nationella valen tittade vi i endast fyra

av tidningarna. Detta gjorde vi för att begränsa undersökningen och för att de nationella parlamentsvalen var sekundära i undersökningen. Då tittade vi i

- Süddeutsche Zeitung (12-18 september 2005)
- Le Monde (11-17 juni 2007)
- The Times (29 april – 5 maj 2005)
- Dagens Nyheter (11-17 september)

En svårighet som uppstod här var att Frankrike har två omgångar av parlamentsvalet. Vi ansåg det mest rättvist att undersöka veckan innan valets andra omgång.

På grund av skiftande språkkunskaper var det naturligt att Olivia gick igenom de franska tidningarna och att Boris gick igenom de tyska. Olivia hade ansvaret för DN och The Independent också, medan Boris gick igenom GP och The Times. Veckorna innan de nationella valen gjorde åter Olivia de franska tidningarna och Boris de tyska. DN och The Times delade vi på.

Sammanlagt fick vi ihop 839 artiklar att lägga in i SPSS. Boris tog fram crosstabs på de olika variablerna och kategorierna.

För att få en mer förklarande del av undersökningen talade vi med Henrik Oscarsson, statsvetare på Göteborgs Universitet. Vi var båda på intervjun, men Boris skrev sedan artikeln.

Kvalitativ innehållsanalys

I den kvalitativa innehållsanalysen gjorde vi ett mycket mindre urval än i den kvantitativa. Vi gick igenom de fyra sistnämnda tidningarna: Süddeutsche Zeitung, Le Monde, The Times och Dagens Nyheter. Urvalet här var att läsa nyhetsartiklar större än tre normalspalter, det vill säga de största, två dagar innan respektive val. Även här jämförde vi EUP-valet med de nationella valen.

Svårigheten här var förstås åter att avgöra hur stor en artikel är i The Times. Vi valde att endast läsa artiklar över 500 ord, då de oftast var omkring 3000 tecken, vilket kan anses vara stort för en artikel.

Vi ställde och undersökta fyra frågor i den kvalitativa undersökningen:

1. Lockar artikeln till läsning?
2. Engagerar artikeln läsaren inför valet?
3. Engagerar artikeln läsaren för någon kandidat?
4. Hur beskrivs/gestaltas EU ur ett ideologiskt perspektiv?

Den första frågan ställde vi för att se hur intressanta artiklarna görs. Vår tes är att media påverkar valdeltagande, och därför är det värt att se om artiklarna lockar till läsning. För att avgöra detta tittade vi på artikelns dominans på sidan, rubrik, bild och utgick även från Hvitfeldts studie om nyhetsvärdering.

Den andra frågan är relevant från vår tes perspektiv. Där tittade vi på vad artikeln handlar om. Frågan här var även vilken påverkan tros valet föra med sig: det egna

landet, personer, miljön eller ekonomin. Tanken här är att se hur konkreta sakfrågorna framställs.

Liksom i den andra frågan är den tredje om kandidaterna ett mått på hur konkret valet är. Presenteras en kandidat förstår man bättre vad man röstar på.

Den fjärde frågan var egentligen det största och syftar till att undersöka en artiklarnas syn på EU ur ett större perspektiv. Här blev resultaten mest intressanta och skiftande.

Vi tittade även på rubriker och illustrationer.

Även här tittade Olivia på Le Monde och Boris på Süddeutsche Zeitung. Vi hjälptes åt med de övriga tidningarna.

Sammanlagt blev det här 62 närlästa artiklar. Tillsammans gick vi igenom anteckningarna och kom fram till några resultat. Sedan skrev Olivia artiklarna.

Intervjuer

Vi ansåg det vara relevant att ha flera olika röster som ger sin syn på frågan på valdeltagandet i EUP-valet:

- Carl Schlyter, EU-parlamentariker (mp)
- Rasha Riyad, pol.mag som inte röstade
- Lars-Gunnar Wolmesjö, GPs gamla Brysselkorrespondent
- Elin Boberg, pressekreterare och kampanjledare för Cecilia Malmström 2004
- Kent Asp, professor på JMG
- Henrik Oscarsson, docent i statsvetenskap

Tanken är att Carl Schlyter och Rasha

Riyad ska kontrastera varandra i frågan om EUs relevans. Han är EU-parlamentariker, tydligt intresserad och märkbart frustrerad över medias ointresse, medan hon är statsvetare och politiskt insatt men röstade inte i Europaparlamentsvalet. Boris intervjuade Carl Schlyter och Olivia intervjuade Rasha Riyad.

Lars-Gunnar Wolmesjö är definitivt en relevant källa att ha till arbetet: han var Brysselkorrespondent för Göteborgsposten och arbetar nu på tidningens utlandsredaktion. Han och Kent Asp figurerar i samma artikel om media som påverkansfaktor. Både Boris och Olivia intervjuade, men Olivia skrev artikeln.

Statsvetaren Henrik Oscarsson intervjuades av både Boris och Olivia. Vi valde att intervju honom eftersom han deltagit i flera av de böcker vi använt som källor och referenslitteratur. Henrik Oscarsson kom att komplettera en del av sin litteratur och att ge in värdefull inblick i hur statsvetenskapen ser på valet. Boris skrev sedan artikeln.

Slutligen har vi en kort intervju med Elin Boberg, Cecilia Malmströms pressekreterare och dåvarande kampanjledare. Liksom Schlyter gav hon politikens perspektiv, men hennes var mer koncentrerat på just valet 2004. Boris intervjuade och skrev artikeln.

Vi har även gjort en enkät med folk på gatan, sammanlagt sju stycken vilket vi fann tillräckligt. Vi ställde följande frågor:

- Röstade du i förra Europaparlamentsvalet? Varför/varför inte?
- Kommer du att rösta i nästa val? Varför/varför inte?

- Skulle du rösta i amerikanska presidentvalet om du kunde? Varför/varför inte? Den sista frågan om amerikanska presidentvalet kom av den enorma bevakning svensk media satsade. Det är intressant att se hur folk reagerar på det. Olivia gjorde denna undersökning.

Utöver allt detta har Boris skrivit en krönika om det låga valdeltagandet 2004 i ljuset av amerikanska presidentvalet, vilket föregicks av en oproportionerlig bevakning och intresse, Olivia har skrivit en annan krönika och tillsammans har vi skrivit slutdiskussionen.

Redigering

De sista dagarna redigerade vi alla artiklar i Indesign. Även om formen uppgavs att inte vara det viktigaste, tyckte vi att det var viktigt att göra en snygg redigering. I stort redigerade vi de artiklar vi själva skrivit.

Olivia redigerade framsidan, intervjuerna med Rasha Riyad och Carl Schlyter, artikeln med Lars-Gunnar Wolmesjö, artikeln med Henrik Oscarsson, artiklarna om den kvalitativa analysen och krönikan/enkäten. Sammanlagt 12 sidor.

Boris redigerade första uppslaget med ledaren och "lilla EU-skolan", artiklarna om den kvantitativa analysen och det sista uppslaget med slutdiskussionen. Sammanlagt 7 sidor.

Källförteckning

Litteratur

Asp, Kent: Mäktiga massmedier. Stockholm, Förlaget Akademitlitteratur AB, 1986
Bäck, Henry, Larsson, Torbjörn: Den svenska politiken. Malmö, Liber, 2006
Holmberg, Sören, Oscarsson, Henrik: Europaopinionen. Göteborg, Statsvetenskapliga institutionen, 2001
Larsson, Sören: Att skriva i tidning. Stockholm, Natur och kultur, 2001
Petterson, Olof: Mediernas valmakt. Stockholm, SNS förlag, 2006
Nationalencyklopedin
The Electoral commission: Election 2005: turnout, London, 2005

Internetsidor som användes för att ta fram statistik om valdeltagande:

<http://www.val.se/val/val2006/valnatt/R/rike/roster.html>, 21 oktober 2008
<http://www.election.de/cgi-bin/tab.pl?datafile=btw051.txt>, 21 oktober 2008
<http://www.election-politique.com/vrepublique2007.php>, 21 oktober 2008
<http://www.eu-upplysningen.se/Institutioner-och-beslutsprocesser/EUs-institutioner/Europaparlamentet/Val-och-valdeltagande/>, 21 oktober 2008

Referenslitteratur

Oscarsson, Henrik, Holmberg, Sören: Europaval. Göteborg, Statsvetenskapliga institutionen, 2006
Petterson, Olof, Bertrand, Claude-Jean: Medieetik i Europa. Stockholm, SNS förlag, 2007

Intervjulist

Rasha Riyad, magister i statsvetenskap
Carl Schlyter, (mp) EU-parlamentariker
Lars-Gunnar Wolmesjö, journalist GP
Kent Asp, professor JMG
Henrik Oscarsson, docent i statsvetenskap, GU
Elin Boberg, pressekreterare för EU-minister Cecilia Malmström (fp)

Bilder/illustrationer

Faksimil: DN, 12 juni 2004
DN, 13 juni 2004
Le Monde, 13/14 juni 2004
Le Figaro 11 juni 2004
Le Figaro 12/13 juni 2004

Fotografier som inte tagits av författarna: upphovsrättsfria bilder

- Flag Folio Pro, Stockhaus, 1998
- Masks, Corel Corporation, 1996
- Classic televisions & gadgets, Classic PIO Partners, 1995
- Celtic country, Creatas, 2004
- Holidays, celebrations and seasons, Photodisc, 1999

Illustration: Lydia Sandgren

V1	Tidning	V10	Typ av val
1.	DN	1.	EU-val
2.	GP	2.	Nationellt val
3.	Frankfurter		
4.	Süddeutsche		
5.	Figaro		
6.	Monde		
7.	Times		
8.	Independent		
V2	År		
1.	2001 osv		
V3	Månad		
5.	Maj		
6.	Juni		
9.	September		
V4	Datum		
1.	1:e m fl		
V5	Placering		
1.	Förstasida		
2.	Insida		
V6	Sida		
V7	Typ av artikel		
1.	Ledare, krönika på ledarsida		
2.	Nyhetsartikel, reportage (ej notis)		
3.	Krönika på annan sida än ledarsida		
4.	Debattartikel		
5.	Puff på förstasida		
6.	Annan typ av artikel		
V8	Storlek (inkl. bild)		
1.	Upp till 1 normalspalt		
2.	Upp till 2 normalspalter		
3.	Upp till 3 normalspalter		
4.	Upp till 4 normalspalter		
5.	Upp till 5 normalspalter eller fler		
V9	Bild/Illustration		
1.	Ja, foto/teckning		
2.	Ja, tabell/diagram		
3.	Ja, karta		
4.	Ja, annan grafik/illustration		
5.	Ja, flera		
6.	Faktaruta		
9.	Nej, ingen illustration		

Tidning:	Val:	Datum:	Sida:	Nr:
Rubrik:				
Illustration (typ av illustration, vad föreställer den?):				
<p>1. Lockar artikeln till läsning?</p> <p>(Politik, ekonomi samt brott, olyckor kort geografiskt eller kulturellt avstånd till händelser och förhållanden som är sensationella och överraskande handlar om enskilda elitpersoner och beskrivs tillräckligt enkelt men är viktiga och relevanta utspelas under kort tid som en del av ett tema samt har negativa inslag och har elitpersoner som källor)</p>				
<p>2. Engagerar artikeln läsarna inför valet?</p> <p>Egna landet påverkas Personer påverkas Miljö påverkas Ekonomi påverkas etc</p>				

3. Engagerar artikeln läsaren för någon kandidat?

(2 och 3 ska tolkas utifrån det egna landets perspektiv, graden av engagemang antas vara högre ju närmare artikeln befinner sig geografiskt)

4. Hur beskrivs/gestaltas EU ur ett ideologiskt perspektiv?