



Linnéuniversitetet
Kalmar Växjö

JULIA OCH ELITERNA

En studie av hur näthatsdebatten utvecklades till en medial lavin

Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap 15 poäng (C-nivå/BA)

Informatörsprogrammet 180 hp
Institutionen för samhällsvetenskaper
Linnéuniversitetet
VT 2013

Författare: Linnéa Karlsson
Författare: Jasmine Svanström
Handledare: Göran Palm
Examinator: Håkan Sandström

FÖRORD

Vi vill här ta tillfället i akt och tacka alla som har bidragit med sitt fulla stöd och sin goda expertis, som skapat förutsättningar för att vi skulle lyckas skapa denna uppsats. Tack!

Vi vill framför allt rikta ett stort tack till vår handledare Göran Palm, som har handlett oss genom vårens uppsatsskrivande. Vi vill tacka Göran för givande feedback och vägledning som guidat oss genom uppsatsdjungeln under dessa 10 veckor. Vägen har varit krokig och vi har stött på hinder. Det har varit lätt att tappa bort sig och fastna på vägen. När vi har trott att vi varit nära målet, har det visat sig att vi bara gått i cirklar och kommit tillbaka på ruta ett. Efter många om och men tog vi oss till slut i mål, vilket denna uppsats är ett bevis på.

Med detta sagt önskar vi en trevlig läsning!

ABSTRACT

English title: Julia and the elite. A study of how the Internet hatred developed into a media avalanche.

Introduction: During February 2013 Swedish media flooded with the news of online hate directed towards women after an episode of Uppdrag Granskning on SVT (2013). Female media profiles were given the opportunity to tell the entire Swedish population about the hate and threats they had been exposed to online. In this thesis we want to investigate what topics end up on the media's agenda, how a piece of news is developed and framed.

Questions: How does a piece of news considered highly newsworthy develop from when it first appears in the media until it gradually disappears? How and why did Internet hatred end up on the media's agenda? How is it framed?

Theory: To be able to answer the questions formulated in this thesis, the following theories have been used: *Agenda-Setting theory, framing theory, news valuation and media logic.*

Method: Quantitative content analysis of news broadcasts and debate shows from TV, radio and newspapers. Additionally a qualitative content analysis by support of a rhetorical and semiotic analysis of two debate articles and one TV feature.

Result: The online hate debate was to be divided into two main debates concerning how to handle online hate in terms of the law and men who hate women in the public sphere. The majority of those who participate in the online hate debate belong to some form of either media, political, legal or academic elite. More than half of those who fight for the online hate-cause belong to the media elite. Julia, who participates in Uppdrag Granskning on SVT, is one of the most prominent citizens who campaign for the cause.

Conclusion: The most important conclusion in this thesis is that the Internet hatred predominantly centred on Julia and the different elite groups. The media elite was both the victim and the fiercest campaigner for the cause. Even though online hate was described as a general problem in society, it was primarily framed as a problem for the media elite. An event will be considered highly newsworthy and will end up on the media's agenda if it is, among others, unexpected, sensational and somehow focused on an elite group. A news story is more likely to turn into a media avalanche if it raises interest and engages a large audience, as it leads to an increased demand for more articles in the news reporting.

Keywords: *Agenda-Setting • framing • media logic • news • newsworthiness • news selection • news valuation • sensational news • content analysis • rhetoric and semiotic analysis • TV • Radio • Newspapers • media avalanche • Internet hatred • online hate debate*

Innehållsförteckning

1. INLEDNING.....	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problembakgrund.....	2
1.2.1 Uppsatsens syfte och problemformulering.....	2
1.3 Kort återgivning av Uppdrag Granskings avsnitt.....	3
1.4 Begreppsdefinitioner	4
1.5 Sammanfattning	5
1.6 Hur uppsatsen är upplagd.....	5
2. TIDIGARE FORSKNING.....	6
2.1 Mediernas bilder av verkligheten.....	6
2.1.1 Vad hamnar på tidningarnas förstasida?	6
2.2 Vad som blir en nyhet	6
2.2.1 Skillnad mellan teori och praktik	7
2.3 Den tidigare forskningens luckor	7
3. TEORI.....	8
3.1 Dagordningsteorin	8
3.2 Gestaltningsteorin	10
3.2.1 Tre olika styrfält	11
3.3 Nyhetsspiralen	12
3.4 Medielogik.....	12
3.5 Sammanfattning	14
4. METOD OCH TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	15
4.1 Val av metod.....	15
4.2 Kvantitativ innehållsanalys	15
4.2.1 Urval och avgränsningar	15
4.2.2 Tillvägagångsätt.....	17
4.3 Kvalitativ textanalys	18
4.3.1 Urval och avgränsningar	19
4.3.2 Kombinerad textanalys.....	19
4.3.3 Analysmodellen.....	20
4.4 Metoddiskussion	21
4.5 Sammanfattning	22
5. RESULTAT OCH ANALYS.....	23
5.1 Den kvantitativa innehållsanalysen.....	23
5.1.1 Vad handlar näthatsdebatten om?	23
5.1.2 Hur blev näthatet en nyhet?	25
5.1.3 Vilka aktörer driver frågan inom näthatsdebatten?	27
5.1.4 Varför hamnade näthatsdebatten på dagordningen?.....	31
5.1.5 Sammanfattning.....	33
5.2 Retorisk och semiotisk analys.....	34
5.2.1 "Lagen om förolämpning ska ses över"	34
5.2.2 Lisa Magnusson svarar Oscar Swartz om näthatet mot kvinnor: "Nej, Swartz, näthatarna är inte intresserade av sanningen"	39
5.2.3 "PK-eliten borde först ta en titt på sig själva"	42
5.3 Hur gestaltas näthatet?.....	44
5.4 Hur utvecklas en nyhet i olika medier och hur utgör de tillsammans en medielavin?	46

5.5 Sammanfattning	47
6. Slutdiskussion.....	48
6.1 En arena för eliterna.....	48
6.2 Avsaknad aspekt i debatten	49
6.3 Huvudpersoner på sin egen arena.....	49
6.4 Ett samhällsproblem eller ett problem för medieeliten?	49
6.5 Dramatik för att sälja en nyhet	50
6.6 Den mediala lavinen	51
7. Referenser	53

Bilaga 1: Urval medier

Bilaga 2: Definition artiklar/inslag

Bilaga 3: Kodschema

Bilaga 4: Kvalitativa textanalys studieobjekt

Bilaga 5: Analysmodell

1

INLEDNING

Vad hamnar egentligen på mediernas dagordning? Varför ser det ut som det gör? Det är frågor som vi ställer oss i denna uppsats. Under februari månad 2013 kom nyheten om näthat mot kvinnor upp på den mediala arenan. Kvinnliga medieprofiler fick chansen att berätta för hela svenska folket om de hot och hat som de utsätts för. Det vi vill ta reda på är vad näthatsdebatten egentligen handlade om, hur den *gestaltades* och hur rapporteringen *utvecklades*.

1.1 Bakgrund

Den 6 februari 2013 sändes Uppdrag Gransknings avsnitt "Män som näthatar kvinnor" i SVT. Nyheten spred sig som en löpeld både i traditionella medier och i den sociala mediasfären och fick svenska folket att reagera. Använder man sökkorden "*näthat mot kvinnor*" på sökmotorn Google ger det ungefär 1 540 000 träffar (22 maj 2013), vilket visar på att ämnet engagerar. Allt började med att ett klipp cirkulerade på sociala medier, som skapade starka reaktioner redan innan programmet hade sänts. Klippet visar hur kvinnliga journalister, författare, bloggare och debattörer tar mod till sig och läser upp några av de hatbrev som de fått. Klippet var en teaser inför Uppdrag Gransknings avsnitt som handlar om att sexuella trakasserier och dödshot tagit över internet. I programmet konfronteras några av näthatarerna och man frågar sig hur någon kan önska att en ung tjej ska bli våldtagen på grund av ett inlägg på Facebook. Denna tjej var 21-åriga Julia, som med uppgivenhet och tårar i ögonen berättar om de kränkningar hon fick utstå efter att ha skrivit ett oskyldigt inlägg på H&M:s Facebooksida (SVT Uppdrag Granskning 2013).

Efter Uppdrag Gransknings starka och känsllosamma program hamnade näthatet på andra mediers dagordningar och utvecklades till det som kommit att kallas näthatsdebatten. När kända medieprofiler trädde fram och berättade om de verbala övergrepp de utsätts för bidrog det till att nyheten fick uppmärksamhet. Programmet resulterade i en stormig debatt där olika aktörer slogs om uppmärksamheten. Nyhetens ursprungliga form utvecklades och tog nya vändningar. Med bakgrund av detta ställer vi oss frågan; *Vad handlade egentligen näthatsdebatten om?*

I och med den här studien vill vi få en djupare förståelse för vad som hamnar på mediernas agenda, hur medierna gestaltar nyheter samt hur en så kallad medial lavin utvecklas. Vi vill framför allt se vilka faktorer som spelar in för att en nyhet ska bli stor. För att kunna nå denna förståelse har vi samlat in material från både tidningar, radio och TV. De inslag och artiklar som ligger till grund för denna uppsats är hämtade från Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Studio Ett, Medierna, SVT Debatt samt SVT:s temasida "Uppdrag Granskning – näthat".

1.2 Problembakgrund

Uppsatsens problemformulering tar sin utgångspunkt i teorier om *dagordningsteorin*, *gestaltningsteorin*, *nyhetsvärdering*, *nyhetsspiralen* och *medielogiken*. Donald Shaw och Maxwell McCombs (2004) undersökte *Agenda-Setting* första gången 1968 och sedan dess har hundratals studier gjorts om detta. Deras tes bygger på att massmedia kan sätta agendan för de ämnen som tas upp i politiska kampanjer genom att influera vilka frågor som människor tycker är viktigast när de röstar. Under de senaste åren har en diskussion förts om att mediernas makt att påverka medborgarnas dagordning har försvagats. Lance W. Bennet och Shanto Iyengar (2008) påstår i artikeln *A New Area of minimal effects?* att mediernas inflytande över dagordningen har minskat till följd av bland annat ett förändrat medielandskap. För att undersöka om detta fenomen även är aktuellt i Sverige har Jesper Strömbäck och Adam Shehata (2013) undersökt de svenska mediernas dagordningsmakt. I artikeln *Not (Yet) a New Era of Minimal Effects* (2013) kommer författarna fram till att de svenska medierna inte har gått in i denna nya era av minimala medieeffekter eftersom de fortfarande har makt att påverka vilka frågor som människor anser är viktiga. McCombs (2004) likställer dagordningsteorins andra nivå med *framing*, eller *gestaltningsteorin* som den kommer att kallas på svenska. Genom att media väljer ut vissa delar av verkligheten, och inte andra, gestaltas den på ett specifikt sätt.

För att undersöka varför näthatet hamnade på mediernas agenda och hur debatten ramades in, vill vi undersöka mediernas dagordningsmakt och gestaltningsmakt. Med hjälp av *medielogiken* kan vi förstå varför det ser ut som det gör och genom *nyhetsspiralen* kan vi förklara hur rapporteringen utvecklas. För att skapa förståelse för hur näthatsdebatten utvecklades vill vi förklara detta genom att beskriva en så kallad *medial lavin*. Med detta menar vi att efter en stor nyhet har släppts, resulterar det i en mängd olika nyheter som utvecklas med tiden. Allteftersom minskar dessa i kraft, för att tillslut nå ett avslut. I och med att nyheten om näthat mot kvinnor bidrog till en intensiv debatt, menar vi att den inte enbart går att förklaras genom Hvitfeldts *nyhetsspiral*. Detta eftersom nyheten om näthat både bestod av traditionell journalistik och debattartiklar och debattinslag.

1.2.1 Uppsatsens syfte och problemformulering

Syftet med studien är alltså att få en djupare förståelse för vad som hamnar på mediernas agenda, hur medierna gestaltar nyheter samt hur en så kallad medial lavin utvecklas. För att undersöka detta kommer vi att utföra en kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys av nyhets- och debattinnehåll från olika svenska medier som tidningar, radio och TV.

Utifrån ovanstående problematisering och material kommer uppsatsen att försöka svara på följande problemformulering:

Hur utvecklas en nyhet som anses ha ett *högt nyhetsvärde*, från det att den först kommer upp på *mediernas dagordning*, tills dess att den avtar?

För att kunna svara på den huvudsakliga problemformuleringen har vi tagit hjälp av nedanstående underfrågor:

1. Hur och varför hamnar näthatet på *mediernas dagordning*?
2. Vilka aktörer *driver* frågan om näthat i media?
3. Hur *gestaltar* medierna *näthatsdebatten*?
4. Hur *utvecklas* en nyhet med högt nyhetsvärde till en *medial lavin*?

1.3 Kort återgivning av Uppdrag Gransknings avsnitt

Programmet sändes den 6 februari 2013 klockan 20.00 i SVT. Avsnittet heter "Män som näthatar kvinnor" och finns att tillgå på SVT Play inom en begränsad tid.

I programmet medverkar ett antal kvinnliga medieprofiler som delar med sig av sina erfarenheter av näthat; Åsa Linderborg, Ann-Charlotte Marteus, Maria Sveland, Sanna Lundell, Lisa Magnusson, Jenny Alversjö, Titti Schultz, My Vingren, Karin Hübinette, Fridah Jönsson, Anna-Klara Bratt och Anna Hedemo. Även skådespelaren Andrea Edwards får ge sin syn på näthat i programmet. Gemensamt för samtliga är att de deltar på den offentliga arenan men att deras bakgrund och framtoning skiljer sig åt. De är antingen samhällsdebattörer, journalister, bloggare, författare etcetera och ger uttryck för olika åsikter. Förutom medieprofilerna och skådespelaren är det två medborgare som får berätta om det hot och hat som de har utsatts för på internet; 21-åriga Julia och bloggaren Natashja Blomberg, dock ägnas mest fokus åt Julia.

Ett antal experter får komma till tals i Uppdrag Gransknings avsnitt; Mikael Eriksson (tillfällig kriminalchef på polisen, Västmanland), Mårten Schultz (professor i juridik och civilrätt) och Thomas Myrup Kristensen (policychef för Facebook, Norden). I programmet berättar Julia om hur hon blev utsatt för näthat av okända personer, efter att hon kritiserat H&M:s val av att låta den tidigare sexualdömde rapparen Tupac Shakur pryda en av deras tröjor. Hennes öppna kritik på H&M:s Facebooksida skapade enorma reaktioner och bland kommentarerna lades hennes adress ut och uppmaningar om att hon skulle våldtas. Kommentarererna låg kvar under lång tid utan att H&M agerade. Uppdrag Granskning intervjuar Miriam Tappert, ansvarig för sociala medier på H&M, som får stå till svars för företagets bristande handlande. Uppdrag Gransknings reportrar söker upp ett antal personer som har näthatat Julia på Facebook för att konfrontera dem. Dessa personer medverkar anonymt i programmet (SVT Uppdrag Granskning 2013).

1.4 Begreppsdefinitioner

Akademisk elit – Avser de personer som har en hög position inom den akademiska sfären och som framträder i tidningsartiklar eller TV- och radioinslag på grund av sin status och expertis.

Drivande aktörer – Avser de aktörer som på olika vis tillför något nytt och för diskussionen framåt i näthatsdebatten, oberoende om de tillhör en elit eller framträder som medborgare. Alltså kan en drivande aktör vara en “vanlig medborgare” såväl som tillhöra en elit. Dessa aktörer är drivande i tidningsartiklar eller i TV- och radioinslag.

Enskilda aktörer – Avser den “vanlige medborgaren” som framträder i tidningsartiklar eller i TV- och radioinslag med hänsyn till näthatsdebatten.

Experter – Avser de personer som framträder i tidningsartiklar eller i TV- och radioinslag på grund av sin expertis inom antingen rättsväsendet eller medicin.

Idrottselit – Avser de personer som är framgångsrika inom en viss idrott och som framträder i tidningsartiklar eller TV- och radioinslag på grund av sin status och expertis.

Kulturell elit – Avser de personer som har en hög position inom den kulturella sfären och som framträder i tidningsartiklar eller TV- och radioinslag på grund av sin status och expertis.

Medial lavin – Begrepp som används för att förklara hur en nyhet med högt nyhetsvärde utvecklas från att den släpps tills dess att den avtar, med hänsyn till både nyhetsrapportering och debattinslag/artiklar.

Medieelit – Avser de personer som har en hög position inom mediesfären och som framträder i tidningsartiklar eller TV- och radioinslag på grund av sin status och expertis.

Näringsliv – Avser representanter för organisationer och företag i Sverige som framträder i tidningsartiklar eller TV- och radioinslag med hänsyn till näthatsdebatten.

Politisk elit – Avser de personer som har en hög position inom den politiska sfären och som framträder i tidningsartiklar eller TV- och radioinslag på grund av sin status och expertis. Även de politiska aktörer som inte har en hög position men som får framträda i artiklar/inslag på grund av sin status räknas som politisk elit.

Utsatta aktörer – Avser de aktörer som framträder i tidningsartiklar eller i TV- och radioinslag för att de har drabbats och utsatts för näthat.

1.5 Sammanfattning

Inledningskapitlet börjar med att presentera bakgrunden till den så kallade näthatsdebatten, som började med att ett klipp spreds i sociala medier. I klippet medverkar ett antal kvinnliga medieprofiler som delar med sig av sina erfarenheter av näthat. Bakgrunden övergår sedan till uppsatsens problembakgrund och syfte, och leder slutligen till en övergripande problemformulering. För att besvara denna har vi tagit hjälp av fyra underfrågor som presenteras i detta kapitel. Även en kort återgivning av Uppdrag Granskning avsnitt "Män som näthatar kvinnor" presenteras, där fokus ligger på olika aktörer som medverkar i programmet.

1.6 Hur uppsatsen är upplagd

I nästkommande kapitel ges en översikt av forskningsläget. Studier som behandlas handlar om *vad* som blir en nyhet och hur den *gestaltas*. För att anknyta den tidigare forskningen till vår uppsats presenterar vi slutligen den tidigare forskningens luckor. I kapitel 3 presenteras de teorier som ligger till grund för uppsatsens analys. För att kunna besvara uppsatsens frågeställning har teorier som *dagordningsteorin*, *gestaltningsteorin* och *medielogik* använts. Kapitel 4 innehåller ett metodkapitel, som presenterar metoder för både kvantitativ innehållsanalys och retorisk och semiotisk analys. Kapitlet innehåller även en metoddiskussion, där uppsatsens reliabilitet och validitet samt etiska aspekter diskuteras. I kapitlet 5 presenteras uppsatsens resultat och analys. Först presenteras den kvantitativa innehållsanalysen, sedan den kvalitativa analysen. Uppsatsen avslutas med en slutdiskussion där vi redovisar de slutsatser vi kan dra av studiens resultat, som vi diskuterar med utgångspunkt från problemformuleringen. I slutet av kapitlet summeras vad som utmärker denna nyhet om näthat. För att se näthatsdebatten ur ett större perspektiv, lyfter vi även fram vad som kännetecknar en händelse som har ett högt nyhetsvärde och faktiskt blir en nyhet. Slutligen ges förslag på vidare forskning.

2

TIDIGARE FORSKNING

Den tidigare forskningen som presenteras här handlar om tre saker. Dels handlar den om mediernas bilder av verkligheten och vad som blir en nyhet. Men även om att det har visat sig att det skiljer sig mellan journalistiskt arbete i teori och praktik när det gäller nyhetsvärdering och nyhetsurval.

2.1 Mediernas bilder av verkligheten

Marina Ghersettis (2000) avhandling *Sensationella berättelser* undersöker nyheter som fått mycket och *extremt* mycket uppmärksamhet i medierna. Genom att studera två händelser, kidnappningen av tre svenska biståndsarbetare i Angola 1987 och prinsessan Dianas död, undersöker författaren vad som kännetecknar nyheternas rapportering kring dessa. Studien analyserar hur tidningar, radio och TV berättar om dessa två händelser och diskuterar möjliga orsaker till hur dessa berättelser gestaltas. Nyhetsrapporteringen kring båda fallstudierna jämförs för att undersöka likheter och skillnader mellan medier med olika egenskaper. Studien vill även förklara hur berättarstrukturer framträder i nyheterna. Ghersetti menar att de nyheter som når flest läsare, lyssnare och tittare, är de nyheter som är sensationella och dramatiska. Detta är ett resultat av att seriös samhällsjournalistik sällan väcker något större intresse hos nyhetspubliken. På grund av detta ges mer utrymme åt underhållsjournalistiken.

2.1.1 Vad hamnar på tidningarnas förstasida?

Håkan Hvitfelt (1985) har skrivit en avhandling som handlar om hur nyhetsmediers nyhetsvärdering fungerar och hur nyheter presenteras. Hvitfelt (1985) menar att nyhetsvärderingen påverkas av olika faktorer, som exempelvis journalisterna själva. I studien har förstasidor hos Sveriges upplagemässigt största dagstidningar analyserats för att visa på några av de egenskaper som utmärker det svenska nyhetsutbudet. Hvitfelt (1985) presenterar ett antal redaktionella principer för nyhetsvärdering, bland annat har det visat sig att sannolikheten för att en artikel ska placeras på framträdande plats ökar om nyheten behandlar händelser och förhållanden som är sensationella eller överraskande, som handlar om enskilda elitpersoner, har negativa inslag eller elitpersoner som källor.

2.2 Vad som blir en nyhet

Många av de studier som gjorts kring nyhetsvärdering skiljer inte på nyheter och nyhetsurval, inte heller mellan nyhetsvärde och kriterier av nyhetsvärde. Tidigare undersökningar antar att de slutliga nyhetsurvalen reflekterar nyhetsvärdet eller de kriterier för nyhetsvärdering som journalister arbetar efter. Detta nyhetsvärde och de journalistiska nyhetskriterierna anses vara den huvudfaktor som bestämmer vad som

blir en nyhet. Michael Karlsson, David Nicolas Hoppman och Jesper Strömbäck (2012) är författarna bakom artikeln *Determinants of news content*. De har gjort en studie som undersöker vilka händelser som svenska journalister tror är viktiga och vilka de tycker borde vara i beslutandet om vad som blir en nyhet. Tidigare undersökningar har inte utforskat vilka systematiska skillnader som finns gällande detta, med undantag från några få studier som är baserade på undersökningar med svenska journalister. Författarna använder sig av begreppen *news* och *newsworthiness* eller *news selection* och *news values*. Dessa begrepp har i många tidigare undersökningar behandlats synonymt, vilket författarna menar att man inte bör göra. På grund av att man upptäckt att nyhetsurval skiljer sig åt mellan bland annat morgontidningar och kvällstidningar vill författarna även undersöka om olika typer av medier spelar in i nyhetsvärderingen.

2.2.1 Skillnad mellan teori och praktik

Artikeln *Determinants of news content* (2012) visar att det finns betydande skillnader mellan hur svenska journalister värderar egenskaper hos händelser i beslutandet av vad som blir en nyhet. Det skiljer sig åt mellan vilka egenskaper som svenska journalister tror är viktiga och vilka som de tycker borde vara. Resultatet visar alltså att det finns skillnader mellan vad journalister anser är viktigt och vad de anser borde vara i nyhetsvärdering. Journalister anser att de händelser som bör värderas är de som ökar människors kännedom om samhällsproblem, som ökar människors insyn och kunskap och som medför konsekvenser för människors liv. Media spelar en viktig roll för demokrati och enligt svenska journalister är inte händelser relaterade till denna demokratiska roll så betydelsefulla för det faktiska nyhetsurvalet som det borde vara. Studiens viktigaste resultat är att journalistik skiljer sig åt mellan teori och praktik, vilket man bör ha i beaktning när man undersöker nyheter och nyhetsurval och nyhetsvärdering och kriterier för nyhetsvärde.

2.3 Den tidigare forskningens luckor

Vad som blir en nyhet, varför den hamnar på mediernas agenda och hur media gestaltar den är inget nytt att undersöka (McCombs 2004). Vi upplever dock att det är få studier som har inkluderat debattklimatet kring en specifik nyhetsrapportering. Många tidigare studier undersöker hur ett visst medium gestaltar en nyhet inom en viss tidsperiod. I denna studie vill vi undersöka hur en nyhet börjar och sedan följa nyhetens utveckling tills dess att den avtar. De studier som berör mediernas dagordning och dess gestaltningar har antingen undersökt hur en nyhet har gestaltats i ett specifikt medium, eller jämfört hur en nyhet gestaltats i olika medier. Detta för att kunna undersöka likheter och skillnader mellan dem. Vår studie skiljer sig från andras då vi undersöker olika medier utan att göra någon skillnad på dem. Detta då vi anser att det är intressant att undersöka hur olika medier tillsammans kan bidra till en nyhets utveckling likt en *nyhetsspiral* (Hvitfelt 1985) och utgöra en så kallad medial lavin.

3

TEORI

I detta kapitel presenteras de teorier som ligger till grund för uppsatsens analyskapitel. För att kunna besvara uppsatsens frågeställningar har teorier om *dagordningsteorin*, *gestaltningsteorin*, *nyhetsvärdering* och *medielogik* använts. Kapitlet avslutas med en kort sammanfattning.

3.1 Dagordningsteorin

Dagordningsteorin är en av de mest utforskade teorierna om mediernas effekter. Donald Shaw och Maxwell McCombs myntade begreppet *Agenda-Setting*. Sedan deras vetenskapliga artikel *The Agenda-Setting function of Mass media* publicerades 1972, har mediernas dagordningsmakt handlat om att påverka vilka samhällsfrågor som människor anser är viktiga (Shehata 2012). Walter Lippman är mannen bakom idén om dagordningsteorin. I boken *Public Opinion* presenterar han sin teori som handlar om hur media i olika grad kan påverka hur människor tänker kring saker. Lippman argumenterade för att den allmänna opinionen svarar på en pseudo-miljö som är konstruerad av media. Genom olika medier får medborgarna ta del av en så kallad andrahandsverklighet, där journalister rapporterar om händelser och strukturerar verkligheten (McCombs 2004). Genom att människor har ett behov av att orientera sig i sin omvärld, vänder man sig till medierna för att få ledtrådar om vad som är viktiga samhällsproblem. Medierna hjälper en på så sätt att organisera ens erfarenheter och upplevelser av verkligheten. Det finns tre olika dagordningar vilka är följande; *allmänhetens* eller *medborgarnas dagordning*, *mediernas dagordning* samt *den politiska dagordningen*. Mediernas dagordning, som denna studie kommer att fokusera på, handlar om vilka frågor som får mycket uppmärksamhet i medierna (Strömbäck 2009).

Medierna har både en dagordningsfunktion och en dagordningsmakt. Mediernas *dagordningsfunktion* handlar om att medierna organiserar våra upplevelser av verkligheten, medan mediernas *dagordningsmakt* handlar om deras inflytande över vilka frågor som människor tycker är viktiga (ibid). Forskning har visat att media kanske inte kan säga till oss *vad* vi ska tänka, men de är framgångsrika i att berätta för oss *vad* vi ska ha åsikter om (McCombs 2004). Dagordningsteorin bygger framför allt på att det finns ett samband mellan de frågor och objekt som får mycket uppmärksamhet i medierna och de frågor och objekt som medborgarna tycker är viktiga. Genom att medierna ger mycket uppmärksamhet åt vissa frågor, men ingen åt andra, får medborgarna ledtrådar om verkligheten av medierna. En följd av detta är att de frågor som människor upplever som viktiga, är de frågor som medierna ger mycket uppmärksamhet åt (Strömbäck 2009).

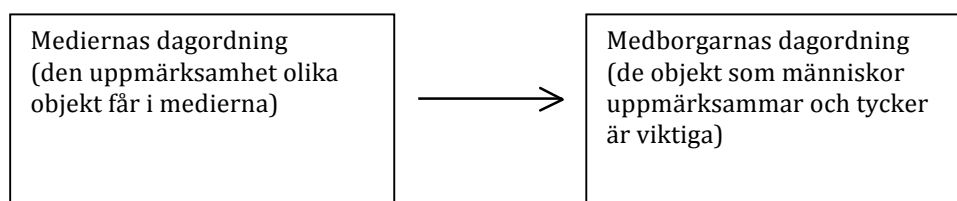
Dagordningsteorin på den första och andra nivån är en av de viktigaste teorierna om mediernas makt. Enligt Strömbäck (2009) handlar dagordningsteorins första nivå om *vad* medierna uppmärksammar och *vad* medborgarna anser är viktiga frågor, medan dagordningsteorins andra nivå handlar om *hur* dessa objekt *uppfattas* av medborgarna. McCombs (2004) skiljer mellan *objekt* och *attribut*. Med objekt avses allting som vår uppmärksamhet riktas mot eller som vi har åsikter eller attityder till. Med attribut avses egenskaper och kännetecken som är sammankopplade med olika objekt. Attributdagordningen beskriver McCombs som dagordningens andra nivå (McCombs 2004).

Dagordningsteorins andra nivå utvecklades genom att forskning visat att medierna även har makt över *hur* vi tänker kring och uppfattar de objekt som står högst upp på dagordningen. Denna makt legitimeras genom att människor vänder sig till medierna för information och för att kunna orientera sig om vad som händer runt om i världen. Den legitimeras även av att medierna inte kan ge lika mycket utrymme åt allt. Strömbäck (2009) menar att dagordningsteorin på första och andra nivån intresserar sig för olika saker. Om dagordningsteorin på första nivån fokuserar på vilka objekt som är högt prioriterade på medborgarnas dagordning, fokuserar dagordningsteorin på den andra nivån kring vilka aspekter av objekten som framhävs på mediernas dagordning.

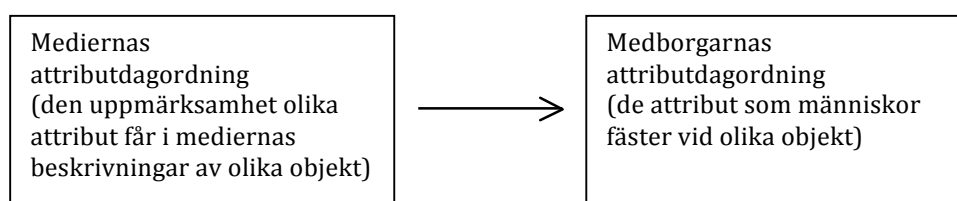
Priming och *framing* kan länkas till dagordningsteorins andra nivå. Vissa anser att gestaltningsteorin bör ses som en del av dagordningsteorins andra nivå, medan andra forskare motsätter sig detta. Modell 2.1 visar sambandet mellan mediernas dagordning och medborgarnas dagordning på dagordningsteorins första nivå och andra nivå. Modellen visar hur prioritetsöverföringen av objekt och attribut ser ut mellan dessa.

Modell 2.1 visar dagordningsteorins första och andra nivå, källa: Strömbäck (2009)

Prioriteringsöverföring: dagordningsteorins första nivå



Prioriteringsöverföring: dagordningsteorins andra nivå



3.2 Gestaltningsteorin

McCombs (2004) menar att *framing*, det vill säga gestaltningsteorin, kan ses som dagordningsteorins andra nivå. Framing handlar om att välja ut vissa delar av verkligheten och utforma eller gestalta de på ett särskilt vis (McCombs 2004). Dessa gestaltningar handlar alltså om specifika sätt att organisera information och skapa sammanhang. Genom val av ord, källor och perspektiv formas gestaltningarna medvetet eller omedvetet. Från början kommer gestaltningsteorin från sociologen Erving Goffman, som menade att framing handlar om att organisera erfarenheter. Att medierna sägs vara en spegelbild av verkligheten legitimerar journalisternas roll som nyhetsförmedlare. Mediernas gestaltningar av omvärlden är dock begränsade och på så sätt rekonstruerar medierna verkligheten. Genom medierna reproduceras och sprids maktcentras och ideologier som redan är rådande i samhället. Gestaltningsteorin handlar dels om vad medier egentligen presenterar och hur dess gestaltningar påverkar människors uppfattning av verkligheten. Den handlar även om att människors bilder av verkligheten till stor del beror på nyheternas bilder av den och inte av verkligheten i sig. Vid gestaltningar av händelser använder journalister sig antingen av tematiska och händelseorienterade gestaltningar. *Händelseorienterade* (episodic) fokuserar på enskilda händelser eller använder enskilda händelser eller personer för att illustrera allmänna problem. I *Tematiska* (thematic) gestaltningar ligger istället fokus på generella händelser (Strömbäck 2009).

3.2 Nyhetsvärdering och nyhetsurval

Det finns ett antal olika typer av händelser som har större chans än andra att passera urvalsprocessen. Det är sådana som rör politik, ekonomi, brott och olyckor, enskilda personer och eliter. Nya händelser som utspelar sig under en kort tidsperiod och som fungerar som en del av ett tema, är viktiga eller relevanta med nära avstånd till publiken. De ska vara begripliga för nyhetsmediets publik och stämma överens med deras värderingar och journalistens. De ska inte tillhöra det normala utan vara någon form av avvikelse. Ju fler av dessa egenskaper som en händelse utmärks av, desto större är chansen att den värderas högt och blir en nyhet (Hvitfelt 1989). Marina Ghersetti (2012) menar att alla nyheter har något mer eller mindre gemensamt med varandra som kännetecknar händelserna. En händelse blir mer nyhetsmässig och får uppmärksamhet om den uppfyller någon av följande faktorer:

Närhet till publiken: Händelsen är aktuell och har ett kort tidsmässigt, geografiskt eller kulturellt avstånd, det vill säga mediets publik ska kunna relatera till vad som händer.

Sensation/avvikelse: En händelse som är oväntad, oförutsedd eller ovanlig har ett högt nyhetsvärde. Detta då sådant inte räknas till det normala och väcker intresse och nyfikenhet. Främst handlar det om sensationella händelser med negativa inslag men också positiva händelser kan ha genomslagskraft som nyheter.

Elitcentrering: De flesta aktörer som förekommer i nyheter tillhör någon form av politisk, ekonomisk, kulturell eller idrottslig elit. Detta då aktörer på dessa positioner ofta har den information som medierna efterfrågar och vars handlingar är av betydelse för många. Även vanliga människor syns men då ofta i samband med särskilda omständigheter, olyckor eller orättvisor etcetera.

Förenkling: Händelser som i sig är okomplicerade eller raka blir i större utsträckning nyheter än de som är invecklade och svåra att vinkla. Enskilda händelser föredras framför utdragna med flera sidospår. De utformas som enkla berättelser för att bli lättare att hantera och mer intresseväckande (Ghersetti 2012).

Björn Häger (2009) talar om ett antal nyckelord för nyhetsvärdering som sammanfattningsvis handlar om:

Tajming: Ett nyhetsvärde avtar med tiden.

Betydelse: Hur många berörs av händelsen och på vilka sätt.

Kända personer: Händelser som rör kändisar blir lättare nyheter.

Närhet: En händelses geografiska och känslomässiga närhet påverkar värdet.

Konflikt: En händelse som utgörs av konflikter får högre nyhetsvärde.

Ovanlighet: Ju mer oväntad, onormal och avvikande desto högre värderas händelsen.

Vad som slutligen väljs ut som nyheter bestäms till stor del av gate keepers. Det kan röra sig om en redaktör eller en större nyhetsdesk (Häger 2009). Studier har visat att nyhetsurvalet beror på flera saker, såsom personliga erfarenheter, inställningar och förväntningar hos journalister och organisatoriska och tekniska förutsättningar. Det kan också bero på hur mycket tid och utrymme man kan ägna något i tidningen (Hvitfelt 1989). Gate keepers bestämmer vilka händelser som får passera nyhetsprocessen och genom gate keeping kan man alltså till viss del kontrollera vilka händelser som blir nyheter eller inte (Ghersetti 2012).

3.2.1 Tre olika styrfält

Även om det finns ett antal egenskaper som gör att händelser värderas högre som potentiella nyheter i de olika redaktionella arbetsprocesserna, så gör inte detta att de automatiskt publiceras som nyheter. Det finns tre olika styrfält som påverkar både nyhetsvärderingen och nyhetsurvalet. Dels handlar det om vad medierna tror att publiken vill ha och dels handlar det om vad medierna tror att publiken ska känna till. Det kan liknas vid vad publiken efterfrågar och vad medierna bör erbjuda i sitt utbud för att publiken ska kunna ta ställning i olika frågor. Detta betyder att nyhetsprocessen både präglas av intresse som styrfält och vikt som styrfält. Det tredje styrfältet som påverkar mediernas nyhetsvärdering och nyhetsurval är mediernas egna format och behov. Det

innebär att en nyhet som värderas högre, lättare passerar urvalsprocessen om det går att omforma den för att möta mediernas egna behov. Det handlar främst om möjligheten att kunna reducera information och fånga människors uppmärksamhet. Nyheter kan alltså antingen publiceras för att de är intressanta eller viktiga eller idealvis både och. Det måste finnas en bredd av olika händelser och perspektiv på förhållanden i verkligheten. Som ett resultat av detta kan medier dels publicera nyheter som normalt inte värderas högt och omvänt inte publicerar nyheter som annars värderas. Vissa ämnen kanske även avtar för att det uppstått en mättnad kring dem då man redan publicerat många nyheter om ämnet (Strömbäck 2009).

3.3 Nyhetsspiralen

Hvitfelt (1989) talar om en *nyhetsspiral* för att beskriva den dynamiska process som uppstår mellan händelser i verkligheten, nyhetsmediers bilder av händelserna och publikens reaktioner på dessa. Nyhetsspiralen fungerar som ett samspel mellan publikens intresse eller informationsbehov å ena sidan och nyhetsbilden och nyhetsmediernas arbetsätt å andra sidan. När en händelse med ett högt nyhetsvärde uppmärksammas och sprids väcks publikens intresse och man kan fortsättningsvis producera fler nyheter kring ämnet. Modellen fungerar som så att när fler artiklar produceras så blir publiken mer intresserad, vilket gör att det uppstår ett behov av nya artiklar i nyhetsrapporteringen. Det kan handla om att ny fakta avslöjas, att bakomliggande omständigheter tas upp och att vidare diskussioner förs. Detta skapar en ömsesidig process mellan publiken och medierna, där intresse och behov av mer information får igång nyhetsproduktionen. Ofta börjar det med händelser som utgör potentiella nyheter och vidare hamnar de ofta på flera nyhetsmediers dagordningar samtidigt. Det kan göra att när en potentiell nyhet, som värderas högt, uppmärksammas av ett medium så följer ofta andra nyhetsmedier efter. Det är svårt att stoppa en nyhetsspiral som utlösts då händelseutvecklingen i stor grad påverkas av publikens reaktioner, i form av nyfikenhet och intresse. Till slut avtar spiralen när publikens intresse minskar och infallsvinklarna tagit slut. Det kan också bero på att nya nyhetsspiraler tagit fart som konkurrerar om resurser och intresse. Hvitfelt (1989) menar att en sådan här spiral kan förklara varför vissa händelser får mer uppmärksamhet än andra under en längre tid i medierna.

3.4 Medielogik

Teorin om *medielogiken* myntades av forskarna David Altheide och Robert Snow (1979) för att förklara sambandet mellan ett mediums format och ett mediums innehåll. De menar att det är ett mediums format, dess organisation, interna arbetsvillkor, normer och behov av uppmärksamhet som avgör vilket innehåll ett medium fylls med (Altheide och Snow 1979). Alla medier har olika egenskaper som skiljer sig åt från varandra och detta gör att vissa budskap lämpar sig bättre för olika medier. Ett mediums innehåll styrs till viss del av hur det passar ihop med det särskilda mediet. Hur innehållet utformas beror också på mediet då vissa nyheter gör sig bättre i tryckta medier medan

andra lämpar sig mer för TV (Hvitfelt 1989). Alltså är mediet av betydelse för nyhetsurvalet och deras egen logik av betydelse för hur nyheten utformas. Arbetsrutiner, normer, mönster är sådant som bland annat kännetecknar ett medieformat och som i sin tur påverkar nyhetsprocessen (Altheide och Snow 1979).

Enligt teorin om medielogiken styr medierna själva och deras behov vad man rapporterar om och hur man gör detta. Det är alltså inte verkligheten som styr innehållet utan mediets behov som uppstår i ett samband mellan teknologiska villkor och förutsättningar, organisatoriska faktorer, mediepubliker och konkurrensen om publikernas uppmärksamhet bland andra medier. Detta tillsammans med politiska och ekonomiska aktörer påverkar till stora delar medieinnehållet. Genom mediers ökade makt och nyhetsvärdering måste aktörer anpassa sig till medielogiken för att kunna kommunicera till folket via medier. Först anpassar sig exempelvis politiska aktörer till medierna och sedan anpassar journalisterna de potentiella nyheterna för att följa medielogiken. Journalistik handlar inte längre enligt Altheide och Snow (1979) om att undersöka förhållanden i verkligheten utan om att göra journalistik av sådant som passar bland annat det egna medieformatet och produktionsvillkoren. Strömbäck (2009) menar att det inte går att rapportera om en verklighet som är oberoende av medierna då denna sociala verklighet redan är anpassad till medielogiken (Strömbäck 2009). Som en följd av medielogiken menar Altheide och Snow att medieinnehållet anpassas till medieformen, vilken i sin tur utformas för att möta publikens tycke och kunskap (Hvitfelt 1989).

För att ett medium ska få uppmärksamhet från publiken måste deras logik följas och innehållet anpassas. Enligt medielogiken kan medier använda sig av särskilda tekniker för att nå genom det informationsöverskott som finns och fånga publikers uppmärksamhet (Strömbäck 2009). Det handlar om att nyheterna medialiseras av journalisterna genom ett antal berättartekniker:

Tillspetsning: Lyft upp det av mest värde för att göra nyheten intressant.

Förenkling: Gör det komplexa begripligt så att fler kan ta del av nyheten.

Polarisering och konflikter: Förenkla olika uppfattningar så att kontraster syns och nyheten väcker uppmärksamhet.

Intensifiering: Ta upp våld och dramatik för att skapa en spännande nyhet.

Konkretisering: Lyft antingen upp det som är konkret eller gör det vaga konkret för en mer mottaglig nyhet.

Personifiering: Låt enskilda personer träda fram för att skapa identifikation bland fler människor.

Stereotypisering: Förenkla en nyhets innehåll genom att skapa stereotyper för att mottagaren lättare ska kunna relatera till ämnet när ny information tillkommer (Strömbäck 2004).

Chansen är större att en nyhet passerar nyhetsurvalet och publiceras om några av dessa berättartekniker kan tillämpas på den journalistiska utformningen av nyheten (Strömbäck 2009).

3.5 Sammanfattning

I detta kapitel har teorier presenterats som används för att besvara uppsatsens frågeställningar. Dessa teorier är *dagordningsteorin*, *gestaltningsteorin*, *nyhetsvärdering*, *nyhetsspiralen* och *medielogiken*. Först beskrevs dagordningsteorin som handlar om vad medierna uppmärksammar och hur medborgarna uppfattar dessa objekt. Därefter redogjordes hur gestaltningsteorin kan användas för att analysera hur mediers gestaltningar av verkligheten påverkar medborgarnas bild av den. Varför en nyhet blir en nyhet togs vidare upp, då det handlade om nyhetsvärdering och nyhetsurval. Sedan presenterades teorin om nyhetsspiralen som redovisar hur en nyhet med högt nyhetsvärde sprids och väcker publikens intresse. Kapitlet avslutades med att beskriva teorin om medielogiken, som handlar om att det finns ett samband mellan ett mediums format och ett mediums innehåll.

4

METOD OCH TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

I denna studie har både kvantitativ och kvalitativ metod använts för att kunna svara på problemformuleringen. De metoder som har valts är kvantitativ innehållsanalys och retorisk och semiotisk analys. Först presenteras den kvantitativa metoden, därefter den kvalitativa. Avslutningsvis presenteras en metodkritisk diskussion, där studiens reliabilitet och validitet diskuteras. Kapitlet avslutas med en diskussion om etiska aspekter.

4.1 Val av metod

För att kunna svara på uppsatsens problemformulering har både en kvantitativ och en kvalitativ metod använts. Anledningen till att en kvantitativ innehållsanalys valdes var för att vi ville ta oss an ett större material systematiskt och kunna dra generella slutsatser av resultatet (Nilsson 2010). Då vi även ville undersöka hur media gestaltar en nyhet har även en kvalitativ metod använts i form av en kvalitativ textanalys, som bygger på en semiotisk och retorisk analys. Den kvalitativa metoden har varit kompletterande, eftersom den gav oss möjlighet att få en djupare förståelse för det specifika fenomenet vi ville undersöka (ibid). Genom att vi har använt oss av två olika metoder har vi på så sätt kunnat undersöka studieobjektet grundligt, både innehållsmässigt och volymmässigt.

4.2 Kvantitativ innehållsanalys

Den kvantitativa innehållsanalysen är nödvändig om man systematiskt ska kunna gå igenom ett stort material, lyfta det enskilda till det mer generella och dra slutsatser av resultaten (Nilsson 2010). Inom medie- och kommunikationsvetenskap är denna metod vanligt förekommande, då den används när man vill undersöka förekomsten av ett visst innehåll i ett material (Esaïasson et al 2007). Med kvantitativ menar man att resultaten ofta redovisas i termer av *frekvens* och *volym*. På så sätt möjliggör det för forskaren att kunna visa på statistiska samband (Nilsson 2010). Det blir alltså möjligt att systematiskt beskriva ett textinnehåll och eventuellt finna mönster utifrån de kvantitativa sammanställningar som gjorts (Boréus och Bergström 2012).

4.2.1 Urval och avgränsningar

Nyheten om näthat valdes som studieobjekt då det var ett aktuellt ämne som berörde och engagerade många människor. Vi var övertygade om att nyheten om näthat skulle resultera i en stor debatt, eftersom Uppdrag Granskning skapade starka reaktioner redan innan avsnittet hade sänts. Vi ansåg alltså att debatten om näthat skulle kunna fungera som ett bra exempel på att förklara hur en nyhet kan utvecklas till en så kallad medial lavin.

Val av medium

Denna studie undersöker traditionella medier som tidningar, radio och TV. Det hade även varit intressant att undersöka hur nyheten om näthat utvecklades i sociala medier, men vi valde bort detta då materialet hade blivit alltför omfattande i relation till tidsaspekten. Vidare förslag på forskning presenteras i uppsatsens sista kapitel. Medierna som ligger till grund för analysen har valts utifrån en *effektorienterad* urvalsprincip. Det innebär att man väljer de största och mest använda medierna som med sin genomslagskraft har potential att påverka flest människor. Denna urvalsprincip lämpar sig för denna studie i och med att den behandlar en fråga som rör människor på en övergripande samhällsnivå (Nilsson 2010).

I urvalet av tidningar, radio och TV har vi haft olika kriterier för olika medier. Då det oftast inte går att göra ett totalurval, måste materialet avgränsas (ibid). Vi har valt ett *strategiskt urval*, då tillgången på arkiverat material har varit begränsat. Detta på grund av mediernas olika förutsättningar, som resulterat i att vi inte har kunnat samla in lika stor mängd material från de olika medierna. Vi har därför inte kunnat återge en total rapportering av näthatsdebatten från samtliga medier som valts för studien. Vi såg dock inte detta som ett problem, då vi inte ville jämföra de olika medierna. Istället ville vi analysera hur de tillsammans kunde skapa den mediala lavin som beskrivits inledningsvis. Specifika urvalskriterier för de medier som utgör studiens material finns i bilaga 1.

Material och insamling

För att undersöka hur nyheten om näthat utvecklades ville vi inte enbart inkludera nyhetsrapporteringen. Då denna nyhet framför allt präglades av en debatt, ville vi även inkludera aktualitetsjournalistiken. Studien består därför av debattartiklar/debattinslag, krönikor/kolumner, ledare, reportage, nyhetsartiklar/nyhetsinslag och notiser. En förteckning över hur dessa har definierats finns i bilaga 2. Gemensamt för samtliga analyserade artiklar och inslag var att de huvudsakligen skulle handla om näthat, vilket innebar att vi valde bort sådana där näthat bara nämndes i förbifarten. Utgångspunkten har varit att materialet ska ha varit relevant för studiens syfte och innefatta innehåll som har en anknytning till Sverige. Studien bygger på material som har samlats in från Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Studio Ett, Medierna, SVT Debatt samt SVT:s temasida "Uppdrag Granskning – näthat". Med SVT Debatt menar vi både TV-programmet och debattsidan på SVT:s webbplats där artiklar publiceras. Samtliga artiklar och inslag har publiceringsdatum som sträcker sig mellan 6 februari och 16 april 2013. Dessa datum har valts i och med att vi var intresserad av hur näthatsdebatten utvecklades, från att den började tills att den avtog. Mellan 12 april och 16 april 2013 publicerades inga artiklar och inslag i de undersökta medierna. Den 17 april 2013 sände Uppdrag Granskning ytterligare ett avsnitt om näthat, men denna gång med fokus på unga. Då detta avsnitt inte fick något större gensvar och inte tillförde några nya aspekter på debatten, bedömde vi att en mättnad hade uppstått. Vi ansåg

därför att detta fick avsluta debatten, vilket ledde till att vi även avbröt insamlingen vid denna tidpunkt.

Allt material har kartlagts och hämtats mellan perioden 8 april och 16 april 2013. Artiklarna från tidningarna har hämtats från Linnéuniversitetets mediearkiv Retriever, och för att underlätta den fortsatta analysen sparades de på PDF och skrevs ut. TV-inslagen har både hämtats från SVT Debatts webbplats och SVT:s temasida om näthat. Radioinslagen hämtades dels från Sveriges Radios aktualitetsmagasin Studio Ett med fördjupad journalistik, och dels från programmet Medierna som skildrar och granskar sådant som händer i medierna. Sammanlagt utgörs studiens empiri av 154 artiklar och inslag.

4.2.2 Tillvägagångsätt

Efter att ha gjort en översiktlig kartläggning om vilket material studien skulle komma att bygga på, började vi närma oss det insamlade materialet i flera omgångar. Detta för att få mer förståelse för hur det skulle kunna tolkas och analyseras (Nilsson 2010). Efter att systematiskt ha angripit oss materialet kunde vi tillslut urskilja sex olika teman; *Uppdrag Granskning*, *Offentliga människor*, *Politisk debatt*, *Yttrandefrihet och lagar*, *Efterföljder och reaktioner* samt *Ungdomar och internet*. Inom dessa teman kunde därefter ett antal underkategorier upptäckas som visar vad debatten kommit att fokusera på. Dessa går att finna i bilaga 3 där kodschemat presenteras. I temat *Uppdrag Granskning* handlar antingen artiklarna/inslagen om de 12 kvinnliga medieprofilerna som ställde upp i avsnittet om näthat, eller om vad som sas allmänt om programmet efter att avsnittet visats. I temat *politisk debatt* är artiklarna/inslagen uppdelade utifrån hur de kan relateras till Sverigedemokraterna (SD), feminism eller den debatt som uppstod i samband med att Publicistklubben bjöd in Avpixlat till diskussion kring yttrandefrihet. Publicistklubben är en organisation som främst vänder sig till yrkesverksamma journalister och fotografer om frågor kring tryck- och yttrandefrihet (Publicistklubben 2013). Avpixlat å andra sidan är en "oberoende Sverigevänlig webbplats för nyheter och opinion" (Avpixlat 2013).

Nästa tema handlar om *ungdomar och internet* vars artiklar/inslag kan kopplas till nätmobbning och vad som görs mot på detta samt näthat på internet bland unga. Följande tema, *yttrandefrihet och lagar*, ser till näthat i aspekter av regelverk, hur polisen agerar idag när anmälningar görs om näthat och hur problemet med näthat ser ut på sociala medier. Det fjärde temat, *efterföljder och reaktioner*, handlar om vilka reaktioner som uppstod som en efterföljd av att debatten om näthat utvecklades. En reaktion är att folk fått en ökad medvetenhet kring näthat och att hashtaggen "nätkärlek" skapades som en motpol mot näthat. Det sista temat, *offentliga personer*, handlar om näthat i relation till manliga eller kvinnliga profiler i offentligheten, utan koppling till Uppdrag Granskningens avsnitt om näthat. Det som analyseras i den kvantitativa innehållsanalysen kan ses som de analysenheter vi kommer ställa våra frågor till (Nilsson 2010).

För att vidare kunna studera det insamlade och avgränsade materialet konstruerades ett analysinstrument. Detta sammanställdes i ett kodschema för att det skulle bli möjligt att kategorisera materialets innehåll. Vi testade kodschemat på mindre delar av materialet innan det tillämpades på hela. På så vis gick det att upptäcka möjliga tolkningsproblem och perspektiv som eventuellt missats. Tack vare detta kunde kodschemat modifieras (Boréus och Bergström 2012). I den här studien har vi sett tidningsartiklar, TV- och radioinslag som en analysenhet och har alltså inte gjort skillnad på dessa. Detta för att vi inte varit intresserade av att jämföra de olika medierna, utan se hur de tillsammans utgör en medial lavin. På SVT:s temasida kunde artiklarna/inslagen antingen vara rena textartiklar, klipp eller både och i kompletterande syfte. När artiklar/inslag både bestod av en textartikel och ett klipp har de därför räknats som en enhet. Det som studeras hos analysenheterna kallas för kodningsenheter, och de egenskaper som i sin tur kan tillskrivas dessa går under namnet variabler. Variablerna kan ses som ett antal frågor som man ställer till innehållet. Vad man studerar genom ett kodschema bestäms av den forskningsfråga som styr studien (Boréus och Bergström 2012). Exempel på variabler som har använts i denna studie är datum, typ av artikel/inslag och tema. Vi har även använt variabler som drivande och utsatta aktörer. Detta för att vi ville undersöka vilka aktörer som drev frågan i näthatsdebatten och vilka som var de utsatta. Begreppsdefinitionen för *drivande aktörer* och *utsatta aktörer* går att finna i inledningskapitlet. Ett mer detaljerat kodschema finns i bilaga 3.

Efter att vi kodat samtliga artiklar och inslag sammanställdes dessa i ett gemensamt dokument som sorterades efter datum. Detta gjordes för att få en god överblick över materialet och för att det skulle bli möjligt att till exempel gå tillbaka till artiklarna och analysera hur många drivande och utsatta aktörer som förekom, och vilka dessa aktörer var vid namn. Genom att vi sammanställde alla kodade artiklar gick det att följa näthatsdebattens utveckling från dag till dag. Eftersom vi upptäckte att de olika teman skedde parallellt, var det inte möjligt att utforma en tidslinje. Vi såg dock inte detta som ett problem då det istället mynnade ut i modell 5.1 som presenteras senare i kapitel 5 (resultat och analys). Materialet som slutligen samlades in kunde till sist sammanställas i tabeller för att göra resultatet mer hanterbart.

4.3 Kvalitativ textanalys

Vi har valt en kvalitativ textanalys för att få en djupare förståelse om vad näthatsdebatten egentligen handlade om. Syftet med en sådan analys är nämligen att undersöka texters betydelser och se vad som karaktäriserar dem (Nilsson 2010). För att kunna förstå de aktuella textanalyserna ur ett större perspektiv, valde vi att analysera dess resultat utifrån de tre teorierna; dagordningsteorin, gestaltningsteorin och medielogiken. På så vis kunde vi alltså få mer insikt om vad näthatsdebatten faktiskt handlade om.

4.3.1 Urval och avgränsningar

I den kvalitativa textanalysen har ett strategiskt urval tillämpats, vilket gjorde att vi valde att applicera metoden på en ledare, en debattartikel och ett TV-inslag. För att ta del av dessa, se bilaga 4. Samtliga kunde säga något generellt om näthatsdebatten och bidra med mer förståelse kring detta. Debattartikeln och TV-inslaget representerade de två huvuddiskussioner som den kvantitativa innehållsanalysen visat att debatten tagit. Anledningen till att vi tyckte det var värt att analysera ledaren mer grundligt var för att den företrädde den aspekt av näthatsdebatten som vi ansåg saknades. Det var alltså en aspekt som inte ägnades någon större uppmärksamhet men som belyste en viktig synpunkt. Inslaget och de två artiklarna valdes efter att den kvantitativa innehållsanalysen hade genomförts och samlades alltså in samtidigt som de andra artiklarna och inslagen som studien bygger på.

4.3.2 Kombinerad textanalys

I denna kvalitativa textanalys valde vi att kombinera en semiotisk och retorisk analys. Genom att göra detta kunde vi mer djupgående besvara forskningsfrågorna och närma oss de utvalda texterna. Det blev alltså möjligt att bland annat undersöka hur texterna var uppbyggda, och vilka argument som användes för att påverka dess mottagare (Nilsson 2010). Då vi ville undersöka hur inslagets och artiklarnas innehåll anpassats utifrån berättartekniker, har vi även valt att använda oss av medielogiken till den kombinerade textanalysen. Vi har tillämpat samma analys på både TV-inslaget och de två artiklarna. Vi ser dock inga problem med detta då den kombinerar en retorisk och semiotisk analys. Vi har haft som avsikt att se dem som neutrala enheter oberoende av medium. Detta kan kopplas till vårt syfte som handlar om hur artiklar/inslag tillsammans utvecklas till en medial lavin.

Semiotisk analys

Läran om semiotiken handlar om att studera tecken för att förstå hur verkligheten är representerad och hur mening skapas. Tecken kan vara sådant som text, bild och ljud och får sin betydelse beroende på hur de kodas. Detta i sin tur beror till stor del på vilka koder som samhället och kulturen består av. Koder kan ses som gemensamt överenskomna regler eller konventioner som binder samman ett teckens uttryck med en specifik innebörd. När en text tolkas ur ett semiotiskt perspektiv blir det alltså möjligt att se vad i texten som skapar mening och vidare analysera dess innebörd (Ekström och Moberg 2008). De begrepp från den semiotiska läran som denna textanalys bygger på är följande:

- Denotation: Ett teckens direkta, deskriptiva betydelse.
- Konnotation: Ett teckens indirekta så kallade med-betydelse som är kulturellt betingad.
- Metafor: Ett bildligt uttryck som ofta används för att visa på något genom underförstådda jämförelser.

- Metonymier: Används för att bland annat beteckna något konkret med något abstrakt, exempelvis kan SVT vara en metonymi för alla anställda på SVT.
- Myt: Syftar på de återkommande och grundläggande berättelser som finns i varje kultur, vilka påverkas av underliggande regler.

Utifrån dessa begrepp kunde vi analysera tecken och koda dessa som ett uttryck för något annat, och därmed få förståelse för hur betydelse skapas (Gripsrud 2011).

Retorisk analys

Syftet med den retoriska analysen var att granska vilka retoriska grepp som användes för att argumentera för en tes. Människor svarar på olika överväganden och hur man väljer att argumentera beror på den retoriska situationen (se bilaga 5). Inom retoriken finns det tre appellformer som kan användas för att påverka skilda delar hos läsaren. De tre övertalningsmedlen är ethos, pathos och logos. Det går inte att övertyga med enbart en, utan för att nå målet måste de balanseras utifrån avsändarens mål med texten eller talet (Nilsson 2010). Med hjälp av att studera verbal retorik går det alltså att förklara ordets makt och vad de egentligen säger. De begrepp som är hämtade från retoriken och som denna textanalys utgår från är följande:

- Logos: Handlar om förnuftsresonemang utifrån bland annat fakta och objektivitet.
- Pathos: Används för att känslomässigt beröra läsaren genom exempelvis värdeladdade ord.
- Ethos: Bygger på att avsändaren vill skapa trovärdighet och inge förtroende hos läsaren genom exempelvis sin kompetens och moraliska karaktär (Renberg 2007).

4.3.3 Analysmodellen

Den kvalitativa textanalysen är gjord utifrån en analysmodell som vi själva har sammansatt med hänsyn till medielogiken och utifrån ett retoriskt och semiotiskt perspektiv. Genom att inte ha följt en förutbestämd modell har vi kunnat närma oss texten förutsättningslöst och vara mer öppna för iakttagelser etcetera. Risken finns att vi hade fått begränsade effekter om vi faktiskt närmat oss texten efter en strukturerad, bestämd modell (Nilsson 2010). Efter att systematiskt ha gått igenom materialet som ligger till grund för den kvalitativa analysen, valde vi ut ett antal bärande begrepp att analysera dem utifrån. Det vi var intresserade av att analysera var hur mening skapas, hur man argumenterar för att påverka en läsare och hur man utformar en artikel eller ett inlägg för att få uppmärksamhet och nå igenom bruset. De begrepp och berättartekniker som valts ut kan ses som ett antal analysvariabler och bygger på ett antal frågor som fungerat som stöd i textanalysen. Vi använde analysvariablerna för att kunna svara på de tre analyskategorier vi valt som rörde innehåll, form och relation. Denna analysmodell, som den kvalitativa textanalysen bygger på, finns att se i bilaga 5.

4.4 Metoddiskussion

Reliabilitet och validitet

Om en studie har *reliabilitet* innebär det att den är *tillförlitlig* och att andra forskare kan få samma resultat, med förutsättning att man undersöker samma material. För att studien ska uppnå god *reliabilitet* är det därför önskvärt att först provanalysera en mindre del av materialet i en så kallad *pilotstudie*. Detta för att man i ett tidigt stadie ska kunna upptäcka eventuella problem med kodschemat och göra nödvändiga ändringar (Bergström och Boréus 2012). Under provkodningen kunde onödiga kodenheter tas bort, förbättras och läggas till, vilket skapade goda förutsättningar till att göra ett bra kodschema. Om inte studiens frågeställningar är operationaliserade till mätbara variabler eller konkreta frågor att ställa till innehållet, riskerar en kvantitativ innehållsanalys att falla platt (Nilsson 2010). Det var därför viktigt att vi använde variabler som utgick från uppsatsens syfte för att kunna besvara dess frågeställningar. Vi anser att studien har *validitet*, alltså att den är giltig, då resultatet har gett svar på studiens frågeställningar. Ett problem vid den kvantitativa innehållsanalysen är att kodschemat kan begränsa ens förmåga att koda materialet, utan att bli för styrd av det. Detta kan leda till att man missar underförstådda aspekter i materialet. Något annat som kan skapa validitetsproblem är om man tolkar materialet utan att lägga stor vikt vid sammanhangets betydelse. För att minimera tolkningsproblem är det därför viktigt att konstruera ett väl genomarbetat kodschema, då det hjälper forskaren att hantera det material som ska analyseras. Ett problem med den kvalitativa innehållsanalysen är att det finns en risk att förförståelsen påverkar analysen subjektivt. För att undvika att göra subjektiva tolkningar av materialet är det viktigt att följa analysinstrumentets anvisningar noga (Bergström och Boréus 2012).

Skillnader mellan medietyper och nyhetsgenrer

När medieinnehåll undersöks är det vanligt att olika jämförelser görs mellan olika medietyper och medieföretag. Detta har vi dock inte gjort i denna studie, då vi valt att se de olika medierna som en enhet. Det är värt att belysa att de undersökta medieföretagen skiljer sig åt, bland annat i den meningen att de antingen tillhör Public Service eller är kommersiella företag. Även olika medietyper skiljer sig åt, som att det finns skillnader mellan morgontidningar och kvällstidningar. Dessutom kan det finnas olikheter inom diverse medietyper och nyhetsgenrer, som exempelvis sport, kultur, nöje och inrikes- och utrikesrapportering. Inom de olika nyhetsgenrerna finns det också olika så kallade debattgenrer, som ledare, krönikor och så vidare. De olika genrerna riktar sig till olika målgrupper och har därmed varierande läsarantal. Vi har haft detta i åtanke när vi analyserat materialet. Att vi har sett de olika medierna som en enhet ser vi dock inte som ett problem, då vi inte har varit intresserade av att se skillnader. Istället ville vi undersöka hur de tillsammans gestaltar nyheten om näthat mot kvinnor.

Generaliseringsbarhet

Det kan finnas en viss problematik med att enbart välja ut två artiklar och ett inlägg som får representera hur media gestaltar näthatsdebatten. Vi vill dock poängtera att dessa inte representerar hela denna debatt. Som tidigare nämnt har vi kunnat urskilja att debatten om näthat mot kvinnor innehåller sex olika teman. Genom de analyserade artiklarna och inlägget, som ligger till grund för den kvalitativa textanalysen, ville vi visa hur de två huvudsakliga diskussionerna gestaltas samt att en viktig aspekt i näthatsdebatten glömts bort. Vi anser därför att dessa är generaliserbara för hur debatten i huvudsak gestaltades. I denna kvalitativa textanalys, som presenteras i kapitel 5, förekommer en hel del värdeladdade ord. Vi valde att ta med dessa för att kunna visa hur journalisterna gestaltade denna debatt. Vi ansåg att det var viktigt att ta med dessa värdeladdade ord, utan dem hade det varit svårt att ge en bild av hur debatten kring näthat såg ut.

4.5 Sammanfattning

I detta kapitel har studiens metoder presenterats. Dessa är kvantitativ innehållsanalys och kvalitativ textanalys med ett semiotiskt och retoriskt perspektiv. De valdes för att vi skulle kunna dra generella slutsatser av resultatet, och för att det skulle bli möjligt att göra en mer djupgående analys. Studiens material utgörs av traditionella medier som TV, radio och tidningar och har samlats in från Aftonbladet, Expressen, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Studio Ett, Medierna, SVT Debatt samt SVT:s temasida "Uppdrag Granskning – näthat". Totalt grundas empirin på 154 artiklar och inlägg.

5

RESULTAT OCH ANALYS

I detta kapitel redovisas studiens resultat och analys. För att få en god överblick om näthatsdebatten presenteras först den kvantitativa analysen och därefter den kvalitativa. Den sistnämnda innefattar en semiotisk och retorisk analys av en textartikel från Aftonbladet, en textartikel från SVT Debatt samt ett TV-inslag från SVT:s temasida om Uppdrag Granskning. Kapitlet avslutas med en sammanfattning av både den kvantitativa och kvalitativa analysen.

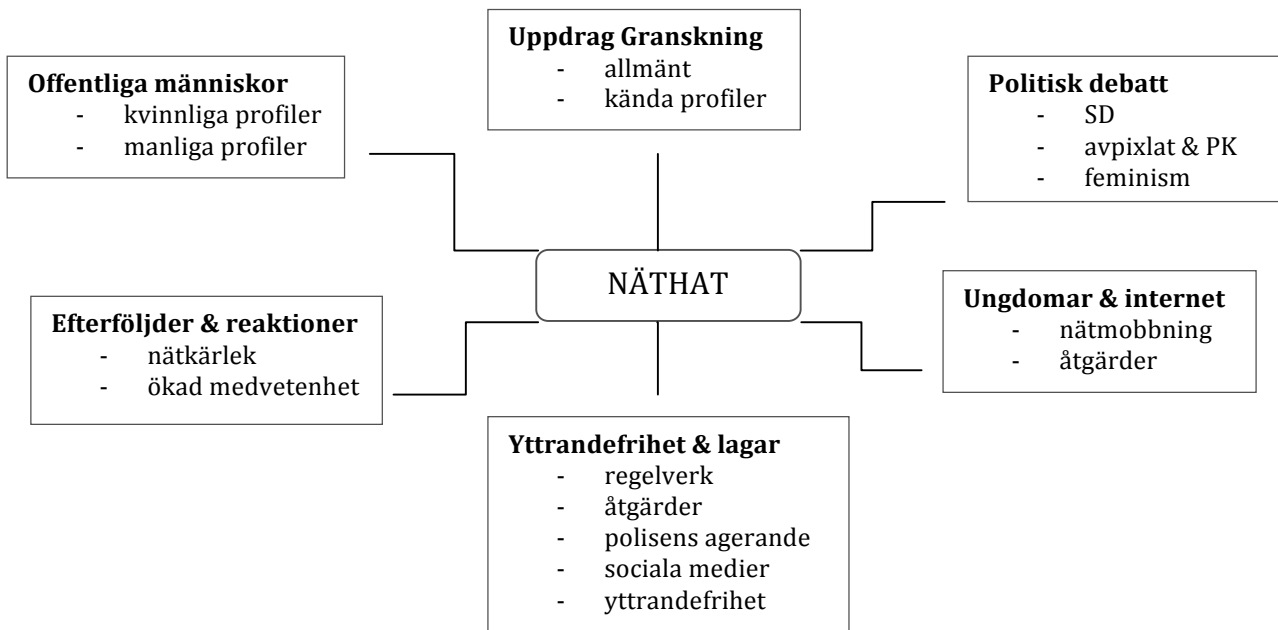
5.1 Den kvantitativa innehållsanalysen

Empirin som analyseras i detta avsnitt bygger på 154 artiklar och inslag från TV, radio och tidningar. Avsnittet går igenom vad näthatsdebatten handlar om, vilka aktörer som är utsatta, vilka som driver frågan samt varför näthatsdebatten hamnade på mediernas agenda. Avsnittet avslutas med en kort sammanfattning.

5.1.1 Vad handlar näthatsdebatten om?

Sedan näthatsdebatten tog fart i början av februari har den kommit att handla om sex olika teman. Samtliga har utvecklats parallellt och bidragit med olika vinklingar på debatten (se modell 5.1). Det har varit en känsloladdad debatt som främst rört personer inom den så kallade mediefären. Näthatsdebatten avtog successivt i april 2013 genom att den började fokusera mer på *ungdomar och internet*. Den 17 april 2013 sände Uppdrag Granskning ytterligare ett avsnitt om näthatt men med fokus på unga och detta avslutade näthatsdebatten. En förklaring till att debatten kring näthatt avtog kan vara att en mättnad kring ämnet uppstod (Strömbäck 2009).

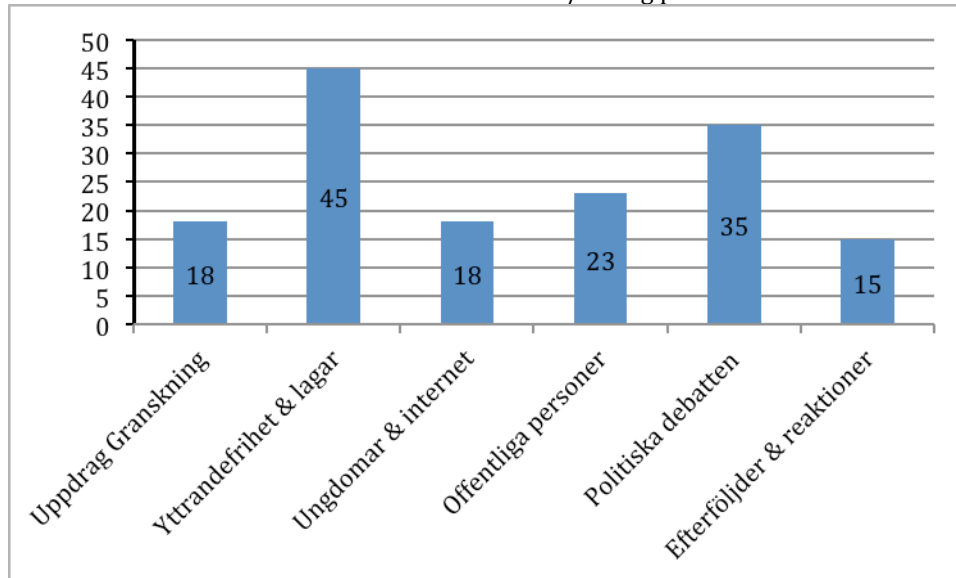
Modell 5.1 visar näthatsdebattens sex teman och de vinklingar som varje tema innehåller.



Två huvuddiskussioner

Alla teman har fått olika mycket utrymme i medierna och varierande uppmärksamhet från både medborgare och offentliga personer. Tabell 5.1 visar att medierna gett mest utrymme till temat *yttrandefrihet och lagar* och till den *politiska debatten*. Att flest artiklar/inslag berör dessa kan dels bero på att de rör den politiska sfären. Det kan också bero på att näthatsdebatten framför allt kom att delas in i två huvudsakliga diskussioner; å ena sidan handlar den om hur man ska hantera näthat i aspekter av lagar och å andra sidan handlar den om män som hatar kvinnor i offentligheten. Det finns ett samband mellan mediernas dagordning och medborgares dagordning, vilket kan förklara varför det som medierna uppmärksammar också tenderar att intressera medborgarna (Strömbäck 2009). Av studiens samtliga 154 analyserade artiklar och inslag, publicerades 45 artiklar/inslag om temat *yttrandefrihet och lagar*. Detta kan jämföras mot *efterföljder och reaktioner* som fick tre gånger så lite utrymme i medierna, sett till antal artiklar och inslag. Hur mycket uppmärksamhet medier ger olika *objekt* kan spela en stor roll över vilka frågor som människor anser viktiga. Detta kan förklaras utifrån den dagordningsmakt som medier har som ger dem ett stort inflytande över vilka frågor som människor kommer värdera mer än andra (ibid).

Tabell 5.1 visar antalet artiklar/ inslag per tema



Debatten kring näthat kom även att fokusera på olika aspekter om ämnet. Om man undersöker varje tema och analyserar dess olika underkategorier går det att urskilja vad som fått mer utrymme i medierna. Det som fått mest fokus är dels *kvinnliga profiler* i temat *offentliga personer* och dels *feminism* i temat *politiska debatten*. Detta kan jämföras med *manliga profiler* i temat *offentliga personer* som fått minst utrymme i de undersökta medierna. En förklaring till detta kan bero på att Uppdrag Granskning avsnitt gick under namnet "Män som näthatar kvinnor", vilket alltså kom att prägla den fortsatta debatten och rikta mer fokus på kvinnor än män.

5.1.2 Hur blev näthatet en nyhet?

Efter att Uppdrag Granskning sänt sitt avsnitt om näthat utvecklades det till att bli en stor nyhet på relativt kort tid. Vad som blir en nyhet och hur stor den blir beror dels på vad medierna tror att publiken vill ha och dels vad de tror att publiken bör känna till (Strömbäck 2009). En anledning till att debatten kring näthat blev stor beror på att den innehåller flera av de faktorer som höjer nyhetsvärdet på en händelse. För det första är Uppdrag Granskning avsnitt om män som näthatar kvinnor i det offentliga, en oväntad och sensationell nyhet. Det var inte tidigare känt att många kvinnliga medieprofiler utsatts och fortfarande utsatts för hat på internet. Tabellen på nästa sida visar antalet utsatta aktörer som figurerat i media, i samband med den näthatsdebatt som utvecklades efter Uppdrag Granskning avsnitt. Av totalt 46 utsatta aktörer tillhör nästan hälften medieeliten och samtliga av dem är kvinnor.

Tabell 5.2 visar antalet utsatta aktörer inom de olika aktörsgrupperna

Aktörsgrupp	Antal utsatta aktörer	Procent
Medieelit	21	46
Kulturell elit	5	11
Politiska eliter	10	22
Medborgare	4	8
Idrottseliter	5	11
Näringsliv	1	2
Totalt	46	100

Debatten som startade efter Uppdrag Granskning avsnitt avviker från tidigare diskussioner som hållits i samband med näthat. En anledning till att nyheten skapade sensation är att den innehåller flera negativa inslag. Detta påverkade både nyhetsvärdet positivt och den genomslagskraft som debatten skulle komma att få i de olika medierna. En förklaring till detta är att debatten grundas på en stor konflikt mellan å ena sidan kvinnor i offentligheten och å andra sidan de som näthatar. Även andra konflikter av olika grad diskuterades under tiden som debatten utvecklades, vilket bidrog till att nyhetsvärdet höjdes (Häger 2009). Se punkt 5.2.2 i resultat och analys för att få en bild av vilka det är som näthatar.

Julia – medborgarnas representant

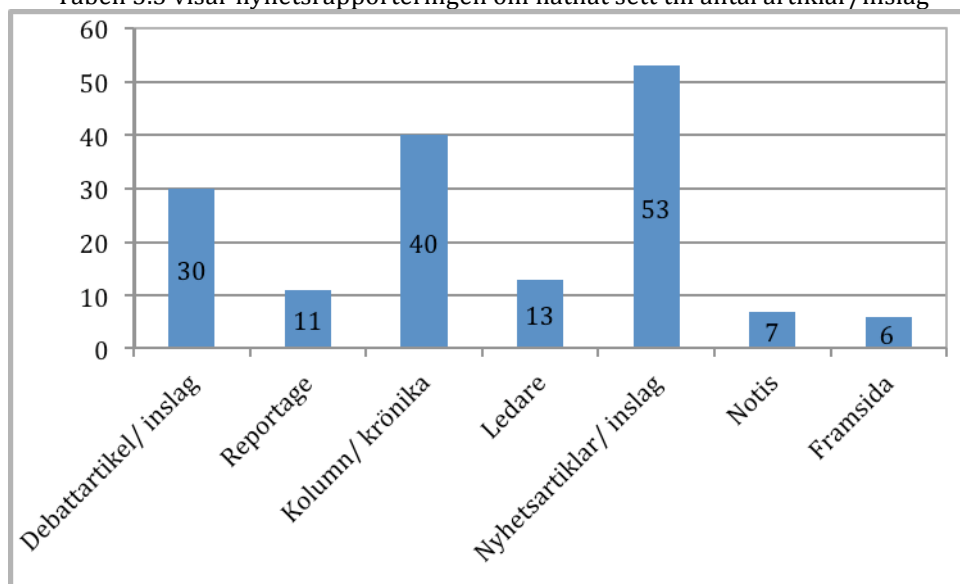
Andra faktorer som påverkar nyhetsvärdet är att en händelse lättare blir en nyhet om den berör många och gärna kända personer (ibid). I fallet om näthatsdebatten var det flera kända kvinnliga medieprofiler inom medieeliten som kopplades till nyheten, antingen i form av att de själva blivit utsatta för det eller för att de på olika sätt drivit diskussionen framåt. De flesta som figurerade i debatten om näthat tillhör någon form av antingen medial, politisk, rättslig eller akademisk elit – förutom Julia som var en av få medborgare som fick framträda i media. Medier vänder sig oftast mer till eliter då dessa vanligtvis har den information som efterfrågas. I de fall medborgare faktiskt förekommer sker detta i samband med exempelvis särskilda omständigheter. Detta kan förklara varför så många aktörer från olika eliter förekommer och varför ändå Julia fick uppmärksamhet (Ghersetti 2012). Det blir lättare för människor att relatera till nyheten om näthat genom att både Julia och de kvinnliga medieprofilerna framträder i media. Julia kan representera medborgaren i media och de kvinnliga medieprofilerna kan underlätta för kvinnor att identifiera sig. De olika faktorerna som nämnts påverkade tillsammans hur nyheten om näthat värderades och vilket utfall den skulle komma att få i medierna (Häger 2009).

Skiljer sig från traditionell nyhetsrapportering

Näthatet blev snabbt ett ämne för diskussion och engagerade många personer från medieeliten. Tabell 5.3 visar att näthatsdebatten skiljer sig mycket från traditionell nyhetsrapportering. Det som är utmärkande för näthatsdebatten är att den till största del präglas av en aktualitetsjournalistik. Mer än hälften av alla publicerade artiklar och inslag består av debattartiklar, ledare och krönikor, vilka innehåller mycket debatterande och eget tyckande. Ett exempel som visar att nyheten om näthat hade ett

högt nyhetsvärde är att den hamnade på en tidnings första sida totalt sex gånger. Om en nyhet uppfyller flera av de kriterier som höjer en nyhets värde ökar chansen att den ska placeras på förstasidan (Hvitfelt 1985).

Tabell 5.3 visar nyhetsrapporteringen om näthat sett till antal artiklar/inslag



Vad som hamnar i de olika medierna och får uppmärksamhet kan bero på flera saker. Studier har visat att både personliga erfarenheter, inställningar och förväntningar hos journalister påverkar nyhetsurvalet, precis som organisatoriska och tekniska förutsättningar. Detta innebär att en eventuell nyhet dels beror på journalisten och dels på hur mycket utrymme och tid man kan ägna något i exempelvis en tidning (ibid). Tack vare mediernas dagordningsmakt kan medier influera vad människor har åsikter om. Däremot kan de inte påverka vad människor tänker på när de till exempel läser en viss nyhet (McCombs 2004). Det är till stora delar så kallade *gate keepers* som till sist väljer ut händelser till nyheter och på så vis kan de till viss del kontrollera vilka händelser som passerar nyhetsprocessen (Ghersetti 2012).

5.1.3 Vilka aktörer driver frågan inom näthatsdebatten?

Av de som driver frågan om näthat tillhör 55 procent medieeliten och av totalt 112 drivande aktörer är nästan hälften av dessa journalister. Den näst största aktörsgruppen utgörs av politiska eliter på 15 procent, där partiledare, ministrar, talespersoner och övriga politiker driver frågan. Därefter är skillnaden stor till de andra aktörsgrupperna. Endast fem av de 112 aktörerna som driver frågan tillhör gruppen medborgare, varav Julia och Erik Walfridsson (f.d. näthatare) är de mest framträdande. Julia framträdde både i tidningsartiklar, radio- och TV-inslag och träffade exempelvis justitieminister Beatrice Ask i SVT:s Gomorron, för att diskutera vad som kan göras mot näthat. Hon drev bland annat frågan genom nyhetsartiklar och debattinslag. Erik Walfridsson å andra sidan drev endast frågan då han fick komma till tals för att han tidigare varit en näthatare. Se vidare i tabell 5.4 om vilka som utgör de olika aktörsgrupperna, och hur fördelningen bland de drivande aktörerna ser ut inom dessa.

Tabell 5.4 visar vilka aktörer som driver frågan inom de olika aktörsgrupperna

	Antal drivande aktörer	Procent
Medieelit		
Journalist	58	
Programledare	2	
Nätaktivist	1	
Summa medieelit	61	55
Kulturell elit		
Författare	3	
Summa kulturell elit	3	3
Politisk elit		
Partiledare	3	
Ministrar	2	
Talespersoner	5	
Övriga politiker	7	
Summa politisk elit	17	15
Akademisk elit		
Professorer	6	
Forskare	3	
Summa akademisk elit	9	8
Experter - Rättsväsendet		
Polis	3	
Åklagare	1	
Domare	1	
Advokat	1	
Övriga juridiska aktörer	1	
Summa experter - rättsväsendet	7	6
Experter - medicin		
Psykolog	1	
Summa experter - medicin	1	1
Enskilda aktörer		
Medborgare	5	
Summa enskilda aktörer	5	4
Idrottselit		
Fotboll	2	
Summa idrottseliter	2	2
Näringsliv		
Organisationer/ föreningar	4 3	
Myndigheter		
Summa näringsliv	7	6
Totalt	112	100

Vissa av aktörerna är drivande i fler än ett tema och när de är det har de stor chans att påverka vilka olika frågor som människor kommer att uppleva som viktiga i näthatsdebatten. De frågor som medier uppmärksammar brukar nämligen vara de som människor värderar högre (Strömbäck 2009). Tabellen nedan visar vilka medieprofiler som driver frågan inom minst två teman. Samtliga skriver för antingen Expressen eller Aftonbladet, förutom Hasse Johansson som är reporter på SVT.

Tabell 5.5 visar vilka aktörer inom medieeliten som driver frågan i minst två teman

	UG	Yttrandefrihet & lagar	Ungdomar & internet	Politiska debatten	Efterföljder/reaktioner	Offentliga personer
Medieelit						
Åsa Linderborg	x				x	x
Karin Magnusson					x	x
Hasse Johansson	x	x				
Britta Svensson			x		x	
Kerstin Weigl			x			x
Oisin Cantwell		x		x		
Göran Rosenberg		x		x		
Carina Bergfeldt					x	x

Den aktör från medieeliten som driver frågan i flest teman är Aftonbladets kulturchef Åsa Linderborg. Hon är en av de kända kvinnliga profiler som medverkade i Uppdrag Granskning avsnitt "Män som näthatar kvinnor". Linderborg är med och för diskussionen framåt i tre teman; *Uppdrag Granskning*, *efterföljder och reaktioner* samt *offentliga personer*. De två kvinnliga journalisterna Karin Magnusson (Aftonbladet) och Carina Bergfeldt (Aftonbladet) driver både frågan rörande *efterföljder och reaktioner* och *offentliga personer*. De två manliga journalisterna Oisin Cantwell (Aftonbladet) och Göran Rosenberg (Expressen) å andra sidan berör ämnet inom de två teman *yttrandefrihet och lagar* och den *politiska debatten*. Övriga journalister driver frågan inom skilda teman. Genom att media rapporterar om skilda händelser konstruerar de en form av pseudo-miljö som sedan reflekteras i den allmänna opinionen. På så vis kan media influera vilka bilder som skapas i ens tankar genom att låta medborgarna få ta del av en så kallad andrahandsverklighet strukturerad av journalister (McCombs 2004).

Elitnätverk

Förutom aktörer från medieeliten är det flera andra aktörer som fört diskussionen kring näthatsdebatten i form av diverse artiklar och inslag. Journalister är beroende av att få relevant och nyhetsmässig information från sina källor, samtidigt som aktörer i sin tur är beroende av dem för att få ut sitt budskap i media. Eftersom medier utgör en offentlig arena leder detta ofta till att aktörer slåss om att få tillträde till den, men för att få detta måste de förstå och arbeta på mediernas villkor (Palm 2002). De officiella elitkällorna kan ses som primära definitionsmakare, så kallade *primary definers*. Stuart Hall (1978) menade i sin studie *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order* att det finns vissa samband som kan förklara hur elitkällor får sin betydelse som *primary definers*. Dels beror det på att dessa källor kan betraktas som legitima representanter med redan

etablerad makt, och dels hör det ihop med att de ofta besitter expertstatus som följd av sin auktoritet (Hall 1978). Som tabell 5.6 visar är det framför allt experter och aktörer från politisk eller akademisk elit som fått utgöra primary definers i näthatsdebatten. De har alltså fått driva frågan framåt och förse artiklarna/inslagen med aktuell och väsentlig information.

Tabell 5.6 visar vilka aktörer som driver frågan i minst två teman (bortsett aktörer från medieeliten)

	UG	Yttrandefrihet & lagar	Ungdomar & internet	Politiska debatten	Efterföljder/reaktioner	Offentliga personer
Politisk elit						
Beatrice Ask		x	x			
Fredrik Reinfeldt		x	x			
Jimmie Åkesson		x		x		
Anna Troberg	x	x				
Experter						
Göran Lambertz	x					
Nils Funcke	x	x		x		
Akademisk elit						
Elza Dunkels		x	x			
Enskilda aktörer						
Julia	x	x				
Erik Walfridsson	x	x		x		

Förutom dessa aktörer som driver frågan inom minst två teman, förekommer det ett antal aktörer som driver frågan i ett tema men med olika fokus. Det är totalt sju aktörer som gör detta; Jerker Asplund (kammaråklagare), Anders Ahlqvist (IT-brottspecialist, Rikspolisstyrelsen), Mårten Schultz (professor i juridik och civilrätt), Caroline Szyber (KD), Åsa Landberg (psykolog Rädda Barnen), Lisa Magnusson (frilansjournalist) och Nicke Nordmark (reporter SVT). Det är inte förvånande att Nicke Nordmark är mer aktiv inom temat *Uppdrag Granskning* då han var en av reporterna som gjorde avsnittet om näthatt. Detsamma gäller för Lisa Magnusson som fokuserat på olika aspekter av näthatsdebatten inom temat *feminism*. Detta då hon är en flitig debattör och själv var en av de kvinnor som återberättade ett av sina hatbrev i Uppdrag Granskning avsnitt. Det är inte heller överraskande att Åsa Landberg driver frågan med olika fokus inom temat *ungdomar och internet*, då hon framträder som expert inom området i sin roll som psykolog på Rädda Barnen. Vad som utmärker sig är att fyra av de sju aktörerna driver frågan inom temat *yttrandefrihet och lagar* med samma fokus på *regelverk* och *polisens agerande*. Detta kan förklaras av att det rör sådant som politik, juridik och

polisangelägenheter och att aktörerna själva är verksamma inom dessa områden. I denna debatt är det Anders Ahlqvist (IT-brottsspecialist), Jerker Asplund (kammaråklagare), Mårten Schultz (professor i juridik och civilrätt) och Caroline Szyber (KD, ledamot Justitieutskottet) som driver frågan om näthat framåt.

En fråga för eliterna

Till skillnad mot alla från eliten är det endast två enskilda aktörer som får representera medborgarna och föra debatten framåt. Som tabell 5.6 visar är det den före detta näthataren Erik Walfridsson och 21-åriga Julia från Uppdrag Granskning som båda är drivande aktörer inom *Uppdrag Granskning* och *yttrandefrihet och lagar*. Dessutom driver Erik Walfridsson frågan inom den *politiska debatten*. Detta visar tydligt att näthatsdebatten blivit en fråga som främst drivs av aktörer som kommer från medieeliten eller den politiska eliten. Det sistnämnda då både Fredrik Reinfeldt (M), Anna Troberg (Piratpartiet), Jimmie Åkesson (SD) och Beatrice Ask (justitieminister) driver frågan inom vardera två teman. Det är intressant att alla från den politiska eliten driver frågan i två olika teman men att de ändå har ett tema gemensamt i form av *yttrandefrihet och lagar*. En förklaring till detta kan vara att det temat behandlar ämnen som rör politiska frågor och ideologier.

5.1.4 Varför hamnade näthatsdebatten på dagordningen?

Det finns tre styrfält som i olika grad påverkar vilka händelser som värderas och tillslut väljs ut som nyheter. Dels beror det på intresse som styrfält och dels på vikt. Det tredje styrfältet kan kopplas till *medielogiken* och gäller mediernas egna format och behov. Det innebär att en händelse lättare blir en nyhet om den kan omformas till att möta mediernas behov, vilket handlar om att fånga människors uppmärksamhet samtidigt som man kan reducera information (Strömbäck 2009). Att näthatsdebatten främst kommit att handla om utsatta kvinnor i offentligheten och att frågan mest drivits av medieeliten kan förstås utifrån Altheide och Snows teori om medielogiken. Den bygger på att journalistik numera handlar om att utforma nyheter utifrån mediet och dess logik, vilket innebär att ett medium fylls med sådant som passar det egna formatet och organisationens produktionsvillkor (ibid).

Medialiserade nyheter

Nyheten om näthat mot kvinnor passade väl in i mediernas logik. Under tiden som debatten utvecklades har de olika medierna uppmärksammat nyheten på skilda sätt. Genom att *medialisera* nyheter kan medier fånga människors intresse och nå igenom det informationsöverskott som finns (Strömbäck 2004). I fallet med näthatsdebatten har medier använt sig av diverse berättartekniker för att utforma nyheten till att passa mediets logik. Om man kan göra detta ökar chansen att nyheten passerar *nyhetsurvalet* och publiceras (Strömbäck 2009). Så även om ett mediums behov och format påverkar vilken nyhet som passerar urvalet så har också mediets logik stor betydelse för *nyhetsprocessen* (Hvitfelt 1989). Gemensamt för alla medier som publicerat artiklar och inslag om näthatsdebatten är att de använder sig av *polarisering och konflikter* och

intensifiering för att skapa spännande nyheter som fångar uppmärksamhet. Andra berättartekniker som också används är bland annat *stereotypisering*, *personifiering* och *konkretisering*.

Nyheter för en köpstark publik

Det finns olika styrfält som påverkar det redaktionella nyhetsarbetet. Det handlar å ena sidan om en publicistisk styrning och å andra sidan om en ekonomisk. Båda spelar en stor roll för vilken typ av nyheter som publiceras. När den ekonomiska styrningen dominerar handlar det om att marknaden styr produktionen och sätter press på nyhetsorganisationer om att producera nyheter som attraherar publik. När den publicistiska styrningen får styra handlar det istället om att producera nyheter som är viktiga för samhällsbildningen. Nyheternas innehåll påverkas mycket av de personer som är högst rankade inom redaktionen. Det redaktionella arbetet påverkas i sin tur av ägarnas vinstintressen och marknadskrav. Vid nyhetsproduktionen gäller det att redaktionerna väger de båda styrningarna mot varandra. Även om den publicistiska styrningen gör det möjligt för journalister att uppfylla ett demokratiskt uppdrag, så har ändå den ekonomiska ett övertag. Detta då konkurrensen växer mellan de olika medieorganisationerna om annonsörer, nyhetskällor, information och kampen om uppmärksamhet. En konsekvens av detta är att det blivit allt viktigare att producera för en köpstark publik och ge dem vad de vill ha istället för vad de borde känna till (Hvitfelt 1989). I relation till detta kan Marina Ghersettis (2000) avhandling *Sensationella berättelser* förklara varför vissa händelser står ut och därmed fångar publikers uppmärksamhet. Ghersetti menar att sensationella och dramatiska nyheter når flest tittare, lyssnare och läsare, till skillnad mot samhällsjournalistik som sällan lockar nyhetspubliker. Detta kan förklara varför nyheten om näthat fick sådant genomslag i medier och gestaltades på ett sådant sätt som väckte starka känslor och reaktioner.

Standardiserade och homogena nyheter

Eftersom medieorganisationer ständigt tävlar om att fånga in de viktigaste publikgrupperna så har detta kommit att påverka nyhetsinnehållet på två sätt. Dels tenderar nyheterna att standardiseras då innehållet anpassas till det man tror att publiken vill ha, och dels blir nyheterna alltmer homogena i och med att medieföretagen försöker publicera liknande nyheter. Allt för att kunna fånga in de viktigaste publikgrupperna, eftersom det är de som ger bäst ekonomisk utdelning (Palm 2002). Nyheten om näthat kan ses som ett exempel på detta då de olika medierna till stor del hanterade debattens innehåll på liknande sätt. Det mesta av nyhetsrapporteringen handlade om näthat i relation till exempelvis lagar, yttrandefrihet, ungdomar, feminism, offentliga personer och kända profiler från Uppdrag Granskningens avsnitt om näthat. Innehållet anpassas alltså till mediernas form och behov, vilka i sin tur är utformade för att möta publikens tycke och smak (Hvitfelt 1989).

Mediernas egna behov och format påverkar alltså vad man rapporterar om och på vilket sätt. Därför är det inte en så kallad verklighet som styr nyheters innehåll utan istället

mediers behov som uppstår i samband med teknologiska villkor och förutsättningar, organisatoriska faktorer, mediepubliker, konkurrensen om publikers uppmärksamhet och politiska och ekonomiska aktörer. Att välja nyheter handlar alltså om att göra journalistik av sådant som antingen passar det egna mediets format eller produktionsvillkor. Verkligheten är socialt konstruerad då den redan är anpassad till medielogiken. Man kan därför inte se verkligheten som oberoende av medierna (Strömbäck 2009).

Som en nyhetsfabrik

Som ett resultat av teknikutvecklingen liknar Gunnar Nygren (2008) dessa redaktionella processer vid en nyhetsfabrik med en industriell produktion. Han syftar på att nyheter produceras som organisatoriska produkter i en fabrik och att nyhetsjournalistiken på så vis blir en organiserad värld. Med detta menar Nygren att *nyhetsfabriken* är en hierarkisk organisation med en stark och standardiserad arbetsfördelning, vilket gör att arbetare när som helst kan bytas ut. Detta har lett till att journalister har fått en alltmer stressad vardag. Den nya tekniken har effektiviserat produktionen vilket medfört att de förväntas göra mer på mindre tid. Detta innebär mer journalistiskt arbete på redaktionerna och mindre tid till att få komma ut på "fältet" i verkligheten. På grund av tidigare nämnda produktionskrav har de flesta medier inte tid att ägna sig åt grävande journalistik (Nygren 2008).

Med bakgrund till detta kan näthatsdebatten ses som en tacksam nyhet på flera sätt. En anledning till detta är att SVT hade chansen till att lägga grunden för den debatt som skulle komma att ta fart bland medierna. Tack vare att SVT är en Public Service-kanal har de större resurser till att ägna sig åt grävande journalistik, vilket gjorde att de kunde ha en genomtänkt strategi om hur avsnittet skulle presenteras för masspubliken inför programmet. De lyckades skapa starka reaktioner både innan och efter att programmet hade sänts och underlättade för en mer effektiviserad produktion bland andra medier. En annan anledning till att näthatsdebatten kan ses som en tacksam nyhet är att den uppfyller flera av de nyhetskriterier som påverkade nyhetsvärderingen positivt. Till exempel handlade den om makteliten, avvek från det normala, hade ett nära avstånd till publiken och innehöll konflikter (Häger 2009). Detta ökade chansen för att händelsen skulle bli en stor nyhet och hamna på andra mediers agenda.

5.1.5 Sammanfattning

Resultatet visar att nyheten om näthat kom att handla om sex olika teman, som utvecklades och bidrog till debatten. Nyheten om näthat kom att delas in i två huvudsakliga diskussioner som handlar om hur man ska hantera näthat i aspekter av lagar och om män som hatar kvinnor i offentligheten. De flesta som figurerar i debatten om näthat tillhör någon form av antingen medial, politisk, rättslig eller akademisk elit. Av de som driver frågan om näthat tillhör mer än hälften medieeliten, varav merparten av dessa är journalister. Den näst största aktörsgruppen utgörs av politiska eliter, där partiledare, ministrar, talespersoner och övriga politiker driver frågan. Resultatet visar

att av de 112 aktörerna som driver frågan är endast fem "vanliga medborgare". Av dessa fick Julia i princip ensam representera medborgarna. Av totalt 46 utsatta aktörer tillhör nästan hälften medieeliten och samtliga av dem är kvinnor.

Nyheten om näthat mot kvinnor innehåller flera av de faktorer som höjer nyhetsvärdet på en händelse, vilket kan vara en förklaring till att näthatsdebatten blev så stor. Nyhetsvärdet påverkades positivt i och med att nyheten är oväntad och sensationell och innehåller flera negativa inslag. Varför det ser ut som det gör kan förstås utifrån Altheides och Snows teori om medielogiken, som handlar om att nyheter numera utformas utifrån mediet och dess logik. Detta innebär att ett medium fylls med sådant som passar det egna formatet och organisationens produktionsvillkor. Nyheterna utformas på så sätt för att passa mediets logik. Som resultatet visar använder sig medier av ett antal olika berättartekniker för att fånga människors intresse och nå igenom det informationsbehov som finns. Detta för att öka chansen om att nyheten ska passera nyhetsurvalet och publiceras. Några berättartekniker som ofta förekommer i näthatsdebatten är *polarisering och konflikter* och *intensifiering*. Som ett resultat av att konkurrensen hårdnat om kampen om publikens uppmärksamhet, har det blivit allt viktigare att producera nyheter för en köpstark publik. Det innebär att man ger publiken vad de vill ha istället för vad de borde känna till. Detta i sin tur leder till att det är publikens tycke och smak som till stor del påverkar hur innehållet utformas.

5.2 Retorisk och semiotisk analys

För att förklara hur näthatsdebatten gestaltas lämnas nu plats åt den kvalitativa analysen (se bilaga 4), vilken innefattas av en retorisk och semiotisk analys. Som den kvantitativa innehållsanalysen visar handlar näthatsdebatten om två huvudsakliga diskussioner; å ena sidan handlar den om hur man ska hantera näthat i aspekter av lagar, och å andra sidan handlar den om män som hatar kvinnor i offentligheten. Den retoriska och semiotiska analysen bygger därför på ett TV-inslag som diskuterar *lagar* och ett debattinlägg som diskuterar *feminism* och hot mot kvinnor. För att komplettera den mer djupgående analysen av hur näthatsdebatten gestaltas, har vi även valt ut en ledare. Denna belyser en avvikande aspekt som vi anser har glömts bort i debatten. Den handlar om den så kallade pk-elitens eget ansvar i näthatsdebatten. I den retoriska och semiotiska analysen presenteras först det TV-inslag som lyfter frågan kring lagar och polisens agerande, därefter redovisas det debattinlägg som lyfter diskussionen kring feminism. Slutligen analysers den ledare som vi anser uppmärksammar en viktig men bortglömd aspekt på näthatsdebatten.

5.2.1 "Lagen om förolämpning ska ses över"

Inslaget är från SVT Gomorron som publicerades den 8 februari 2013 och är hämtat från SVT:s temasida "Uppdrag Granskning - näthat". Inslaget är på 8:42 minuter (SVT Gomorron 2013).

Den retoriska situationen

IT-brottspecialisten Anders Ahlqvist på Rikspolisstyrelsen vill övertyga tittaren om att polisen gör så gott de kan med hänsyn till den rådande näthatsdebatten.

Justitieutskottets ledamot Caroline Szyber (KD) vill övertyga tittaren om att Riksdagen diskuterar och vill få fram åtgärder om hur näthatet ska hanteras. Båda aktörerna använder många sakliga argument och inger trovärdighet i rollen som experter.

En polis och en politiker ger sin syn på näthat

Nyhetsklippet från SVT:s Gomorron börjar med att visa ett utdrag från Uppdrag Granskning avsnitt om näthat. I utdraget läser tre medieprofiler, Sanna Lundell, Åsa Linderborg och Maria Sveland, upp ett av de hatbrev som de har fått. Gemensamt för de tre kvinnorna är att samtliga är ledigt klädda, vilket indikerar att de är en av oss och detta skapar möjligheter till identifikation. Alla sitter framför en svart bakgrund, tittar rakt in i kameran och återberättar sina hatbrev. Detta konnoterar att SVT:s Gomorron vill skapa en intim och dramatisk känsla. Mellan varje medieprofil byter kameramannen vinkel, så att tittaren får följa med backstage och se när nästa kvinna förbereder sig för sin tur, vilket indikerar att de tar mod till sig för att berätta sin historia. Den här filmfrekvensen bygger på *pathos* då tittarna ska bli känslomässigt berörda genom att kvinnorna använder många värdeladdade ord som till exempel "hora" och att man önskar livet ur dem. Genom denna *intensifiering* skapar man medlidande för de kvinnliga medieprofilerna.

När klippet är slut visas Gomorrorns studio där två programledare ska intervjua Caroline Szyber (KD, ledamot Justitieutskottet) och Anders Ahlqvist (IT-brottspecialist, Rikspolisstyrelsen). Dessa personer intervjuas i egenskap av deras expertis, vilket kan knytas till *ethos* och skapar trovärdighet och inger förtroende bland tittarna. SVT skapar i sin tur trovärdighet genom att de är en av Sveriges ledande TV-kanaler och är en del av Public Service. Programledarna är ledigt mörkt klädda medan Szyber och Ahlqvist är mer formellt klädda i kavaj, vilket styrker deras roll som experter. Detta skapar en kontrast som konnoterar en känsla av vi och dem.

Den manliga programledaren vänder sig till Ahlqvist och Szyber och ställer frågan hur de reagerar efter att ha sett klippet. Programledarens allvarliga tonläge konnoterar att de bär ansvaret och nu ska ställas till svars. Caroline Szyber får svara på frågan först och säger att hon reagerar mycket starkt och att hon fått liknande hot och hat. Hennes svar bygger på *ethos* då det inger trovärdighet och skapar mottaglighet för den kommande argumentationen. Genom att även hon har blivit utsatt ger det en känsla av att hon är en av oss. Argumentationen övergår till *logos*. Szyber vill se en öppen debatt där man bemöter med motargument och inte hat, hot och sexism. Hon väljer sina ord väl och för ett sakligt och logiskt resonemang. Den manliga programledaren frågar vad Ahlqvist har att säga om detta. Ahlqvist anser att "det är förskräckligt", vilket visar på sympati och stärker *ethos*. Argumentationen övergår återigen till *logos*. Ahlqvist menar på att

näthatet inte är ett nytt fenomen och att det inte bara är något som drabbar kvinnor i offentligheten. Ahlqvist berättar att han har arbetat med dessa frågor i 15 år. Han betonar att "*media öppnar upp för de här tongångarna*", som konnoterar att man kanske får räkna med näthat när man arbetar i mediesfären.

Kritiserar varandra

Den kvinnliga programledaren frågar Ahlqvist hur han skulle beskriva hoten på internet. Ahlqvist skapar en kontrast mellan internet och verkligheten genom att säga att hoten på internet är väldigt ohämnade och inte något som man skulle säga i verkligheten. Han för ett sakligt resonemang och menar att Uppdrag Granskning avsnitt verkligen visade på detta, då många verkar uppleva en sorts anonymitet på internet. Den kvinnliga programledaren ställer frågan vad man ska göra åt det här och genom betoningen på "*åt*" signalerar hon en uppgivenhet. Ahlqvist övergår återigen till *logos* då han gör skillnad på lagar och sunt förnuft. Han anser att det har sagts många bra saker i debatten rörande attityder och närvaro på de sociala medierna. Ahlqvist anser att de sociala medierna inte får bli "*någon sorts kloak*" och ordet "*kloak*" kan ses som en *metonymi* för att man inte ska sprida elakheter i de sociala medierna. Ahlqvist menar även att det handlar om lagar då den som betar sig illa ska tillrättavisas. Den kvinnliga programledaren tar fasta på ordet "*tillrättavisning*" och kritiserar polisen för att de inte gör tillräckligt och vänder sig till Anders Ahlqvist för ett svar. Detta visar en tydlig *personifiering* då Ahlqvist får representera hela polisväsendet. Han svarar att polisen aldrig gör tillräckligt och håller med om att "*att vi alltid kan göra mer*". Genom att säga *vi* visar han på en moralisk karaktär och inger förtroende. Den kvinnliga programledaren använder ett rakt och tydligt kroppsspråk och gestikulerar med händerna. Det indikerar att hon vill ställa de till svars. Hon avbryter Ahlqvist och konstaterar att det är få som blir lagförda. Ahlqvist för ett sakligt resonemang genom att han hänvisar till Uppdrag Granskning och betonar att det endast är de tekniska spåren som gäller. Han fortsätter och menar att de tekniska spåren finns i ett annat land som de inte får tillgång till. Detta konnoterar att polisen arbete begränsas. Polisen kan inte hjälpa utan tekniska bevis men att de gör så gott de kan.

Ahlqvists säger att man har påtalat detta i många år, vilket konnoterar att han besitter kompetens och har varit medveten om detta sedan tidigare. Detta gör att tittarna har lättare för att ta till sig det han har att säga. Han menar att det var tack vare Uppdrag Granskning avsnitt som diskussionen tog fart. Det konnoterar att ingen riktigt prioriterat frågan innan, utan att det krävdes en uppseendeväckande nyhet i media. Ahlqvist menar att i den tråkiga näthatsdebatten så kom det något positivt ur den. Frågan skickas vidare till Szyber om vad man kan göra lagmässigt. Szyber svarar att de ska se över lagen om förolämpning då den skrevs innan den nya tekniken. Szyber använder *logos* för att föra en neutral argumentation, när hon konstaterar att "*tekniken har sprungit ifrån oss*". Detta är en *metafor* som konnoterar att lagen ligger efter i tiden och att man inte riktigt har hunnit med. Szyber säger att man arbetar med internationella avtal för att få ut de tekniska uppgifter som polisen är inne på.

Caroline Szyber tycker att det var starkt att se när "Agenda" (syftar på Uppdrag Granskning) plingade på näthatarnas dörrar, som visade att alla inte är anonyma på internet. Detta konnoterar att näthatarna tror att de är säkra. Szyber kritiserar polisen och menar att det skulle vara en brottsförebyggande insats om polisen ringer upp och hör sig för. Den manliga programledaren skickar över frågan till Anders Ahlqvist, som håller med om att "man kunde ha gjort mer i det här fallet" (syftar på Julia i Uppdrag Granskning). Detta indikerar att Ahlqvist tog Szybers ord som kritik och menar att det är skillnad på journalistiskt arbete och på polisens. Ahlqvist anser att det inte är polisens primära uppgift att ringa upp i brottsförebyggande syfte. Detta konnoterar att han inte tycker att Szybers tidigare argument om att polisen skulle engagera sig mer håller.

Ingen vill ta skulden – En maktkamp om vem som bär ansvaret

Den kvinnliga programledaren frågar om problem i samband med olika rubriceringar. Hon ställer frågan till Ahlqvist som svarar att man ska skilja på olaga hot och förtalsbrott. Ahlqvist berättar att olaga hot är allmänt åtalsrätt, vilket innebär att om någon anmäler olaga hot ska *rättsväsendet* hantera det direkt. *Rättsväsendet* fungerar som en *metonymi* för poliser, advokater etcetera. Förtalsbrotts går under särskild åtalsprövning, vilket innebär att man oftast får ta tag i det själv. Ahlqvist säger att det är få som driver en sådan fråga. Den kvinnliga programledaren konstaterar att detta är det stora problemet för många. Ahlqvist menar att även om det blir en förändring här, så kan man inte få ut några uppgifter från USA. Detta konnoterar att trots en lagändring kan polisen ändå inte komma åt näthatarna. Ahlqvist berättar hur han skulle vilja ha det idag, vilket signalerar att han är missnöjd med dagens läge. Den kvinnliga programledarens ivriga tonläge och gestikulerande kroppsspråk indikerar att hon vill ha svar på tal om hur det kan bli tydligare. Ahlqvist harklar sig och svarar att polisen endast kan agera om förtalsbrottet går under allmänt åtal. Detta konnoterar att även om polisen vill agera, så kan man inte göra så mycket i dagsläget. Denna argumentation bygger på *ethos* då Ahlqvist inger trovärdighet genom att vilja möta de utsattas behov.

Szyber avbryter Ahlqvist med att förklara att politiker "faktiskt gör något" samtidigt som hon nickar och söker bekräftelse. Szyber berättar att alla Riksdagspartier har träffats för att diskutera yttrandefrihet och tryckfrihet. Att Szyber avbryter konnoterar att det pågår en maktkamp om vem som bär ansvaret för hur lösningar på näthatet ska hanteras. Ingen av de två parterna vill ta på sig skulden för hur det ser ut idag. Szyber övergår till att använda *logos* när hon säger att man ska se över särskilda åtalsbegränsningar. Hon betonar att det behövs fler rättsfall för att visa att anmälningar kan leda till fällande dom. Szyber beskriver att polisen ofta inte lägger tid på utredning för att det ändå inte tas vidare till domstol. Detta i sin tur leder till att många inte vill anmäla. Den manliga programledaren bekräftar att det ska bli en ändring. Caroline Szyber nickar instämmande och säger att man har påbörjat ett stort arbete inom Justitiedepartementet.

Szyber påpekar att debatten som Uppdrag Granskning lade grund för har lett till en diskussion om vad "polis, åklagare och vi lagstiftare" kan göra. Szyber använder *ethos* när hon säger "vi lagstiftare", vilket signalerar att hon tar på sig ett ansvar. Den kvinnliga programledaren frågar inom vilken tid en förändring kan ske och betonar "faktisk förändring". Detta konnoterar att politiker oftast talar mer än de handlar. Szyber berättar att man har lämnat en remiss och hoppas att förändringen går "fort". Den kvinnliga programledaren frågar vad som är "fort", vilket indikerar att hon fortfarande inte är övertygad. Szyber säger att hon hoppas att det sker inom ett år.

Den manliga programledaren vänder sig till Ahlqvist med korsade armar, som indikerar att han håller sig kritisk. Programledaren konstaterar att Anders Ahlqvist jobbat med IT-brott sedan -97 och att det rent tekniskt inte borde vara svårt att hitta uppgifter. Det konnoterar att Ahlqvist har lång kunskap och borde ha ett bra svar. Ahlqvist svarar att en svårighet är att man endast kan agera i Sverige men inte i USA. Han använder *metonymin* "muskler" för att konstatera att man inte är handlingskraftig i andra länder än i Sverige. Detta konnoterar att det finns en hjälplöshet kring problemet.

Vill inge förtroende bland medborgarna

Den kvinnliga programledaren ser uppgiven ut och håller sig kritisk eftersom hon tror att man gömmer sig bakom "USA-problemet". Detta indikerar att hon är skeptiskt till om polisen gör allt de kan. Ahlqvist svarar att de har haft ett möte med Facebooks högsta säkerhetsledning på Justitiedepartementet. Han säger att arbetet pågår, vilket konnoterar att polisen *faktiskt* gör något. Han betonar att lagstiftningen inte harmonierar med dagens situation, som konnoterar att mycket av ansvaret ligger hos politikerna. Argumentationen övergår från *ethos* till *pathos* när den kvinnliga programledaren frågar vad Szyber tänker kring detta då hon själv varit utsatt. Caroline Szyber säger att fler måste känna att polisen faktiskt gör *någonting*, med betoning på någonting. Detta är en konnotation om att polisen borde anstränga sig mer. Om inte polisen gör något kommer ingen att anmäla, vilket konnoterar att ansvaret ligger hos polisen. Szyber använder sig av *metaforen* "måste vända på varje sten", för att hävda att politikerna ska undersöka detta grundligt. På så sätt vill hon vinna tittarnas förtroende. Szyber använder igen en *metafor*; "skolgårdarna har flyttat till Facebook", för att illustrera att ungdomar numera är aktiva på de sociala medierna. Szyber för ett logiskt resonemang då hon säger att polisen måste finnas där människorna finns, vilket konnoterar att näthatet framför allt sker bland ungdomar. Szyber menar att det är viktigt att unga får veta att "vare sig man är 14 år, ledarskribent eller riksdagsledamot" ska man känna att man har ett stöd. Genom att Szyber skapar en kontrast mellan "den vanliga människan" och eliterna får tittarna förtroende för henne då hon inkluderar alla. Szyber skapar även en kontrast mellan det ansvar som polisen har och som företag har och påpekar bådas ansvar.

Hon fortsätter sedan att föra ett logiskt resonemang då hon gör skillnad på vad som är olagligt och olämpligt. Szyber använder sig av *förenkling* för att kategorisera och organisera verkligheten för att göra den lätthanterlig för tittarna. I slutet av programmet

ställer sig den kvinnliga programledaren frågan om de "*med handen på hjärtat*" tror att arbetet skulle ha sett annorlunda ut om hoten bara var riktade mot män. "*Handen på hjärtat*" fungerar som en *metafor* för ärlighet och spelar på *pathos*. Ahlqvist svarar att han inte har någon sådan uppfattning "*med handen på hjärtat*", vilket konnoterar att han är övertygad om sitt svar. Caroline Szyber svarar att det är hemskt oavsett vem som blir utsatt. Hon tror att det har uppmärksammats för att det berört många i det offentliga rummet men påpekar att unga har utsatts för det här under lång tid.

5.2.2 Lisa Magnusson svarar Oscar Swartz om näthatet mot kvinnor: "Nej, Swartz, näthatarna är inte intresserade av sanningen"

Debattartikeln är från SVT Debatt den 8 februari 2013. Artikeln fungerar som ett svar till den debattartikel som Oscar Swartz (skribent och nätkaktivist) tidigare skrivit på SVT Debatt (SVT Debatt 2013).

Retoriska situationen

Artikeln är skriven av debattören och krönikören Lisa Magnusson som har varit en flitig debattör i näthatsdebatten. Hon vill omvända alla som sympatiserar med de åsikter som Oscar Swartz gav uttryck för i sin debattartikel. Magnusson vill övertyga läsaren om att näthatsdebatten handlar om ett hat mot kvinnor och inte om ett hat mot medieeliten. Detta försöker hon göra genom att använda argument som väcker känslor hos läsaren och som inger förtroende hos henne. Magnusson lyfter vissa av Swartz resonemang för att besvara dessa och för att framställa sig som mer trovärdig.

Ett förakt mot kvinnor och inte mot eliter

Debattartikelns denotativa inslag är en stor bild som föreställer en person som sitter framför en datorskärm. Man ser endast personen bakifrån och dennes pekfinger är riktade uppåt, och inte mot tangenterna. Detta konnoterar att personer ofta gömmer sig bakom en upplevd anonymitet på internet, där de kan skriva saker och komma undan med det. Denna konnotation styrks av att personen verkar vara redo att publicera elaka kommentarer i vilken sekund som helst. I bilden syns också ett personporträtt på Lisa Magnusson där hon tittar in i kameran med en listig blick som indikerar att hon är säker på sin sak.

Debattartikeln inleder med att Lisa Magnusson konstaterar att Oscar Swartz skrivit "*en konstig artikel*" på SVT Debatt i "*svallvågorna*" av Uppdrag Gransknings avsnitt om näthat. Ordet "*svallvågorna*" är en *metafor* för de efterföljare som näthatsdebatten resulterade i. Magnusson använder sig av *polarisering* för att skapa en vi och dem-känsla mellan henne och Swartz. Hon menar att Swartz använder "*samma konspiratoriska språk som dem som angriper oss*". Detta konnoterar att Magnusson likställer Swartz språkbruk med det som näthatarna använder. Hon motsätter sig Swartz argument om att det bara skulle handla om "*markfolket*" som vill protestera mot "*den hegemoniska politiska och mediala eliten*". Detta är *metonymier* för den vanliga människan som protesterar mot alla

journalister och politiker som tillhör eliten. I detta argument trycker Magnusson på *ethos* eftersom hon inget trovärdighet då hon själv är kvinna och utsatt journalist. Genom *personifiering* låter hon sig själv få representera alla utsatta kvinnor. Magnusson öppnar upp mottagligheten för kommande argumentation när hon tydligt visar att hon är en av dem och på deras sida. Lisa Magnusson hävdar att det är sajter som Avpixlat och Fria Tider som sprider idén om att kvinnor i offentligheten skulle förtrycka folk genom att inte själva ge uttryck för rasistiska och sexistiska åsikter. Hon menar att de sprider denna idé "för att rättfärdiga vedervärdigheter mot oss". Detta konnoterar att kvinnor får utstå ett hat som inte grundas på något annat än tomma argument.

Skillnad på den svenska majoritetens generella åsikter och näthatarnas Argumentationen övergår till *pathos* och Magnusson menar att det Swartz kallar för "alternativa nyhetsbyråer" inte alls är några förmedlare av nyheter. "Alternativa nyhetsbyråer" är en *metonymi* som syftar på sajter som Avpixlat och Fria Tider. Hon anser att dessa så kallade nyhetsbyråers verksamheter går ut på att bekräfta det förakt de känner för kvinnor, invandrare och vänsterrörelsen. *Metaforen* "så kryddar de det med groteska vantolkningar och fria fantasier" konnoterar att det som sajterna sysslar med bygger på lösa och förvrängda resonemang som inte har en hög sanningshalt. "Jag har själv fått en släng av slevan" är en *metafor* som konnoterar att även Lisa Magnusson utsatts och anklagats för saker hon inte står för. Till exempel menar hon att sajterna hävdar att hon tycker det är "okej när invandrare våldtar" och att "vita män är djur". Detta är exempel på värdeladdade ord som Magnusson använder för att beröra sina läsare genom att visa vad för sorts påhopp hon utsätts för. Magnusson betonar att hon självklart aldrig sagt något sådant men att det inte spelar någon roll hur ofta hon påpekar detta för "sajterna i fråga är inte intresserade av sanningen". Detta konnoterar att sajterna inte är några pålitliga källor utan bara skriver det som faller dem in. Detta gör att Lisa Magnusson håller sajterna ansvariga för det som hänt och fortfarande händer henne i form av trakasserier och "hot om våldtäkt och mord" och att hon får "bilder på ihjälslagna kvinnolik hemskickade med posten". Hon använder sig av *pathos* för att ytterligare väcka känslor och skapa medlidande för det hon utsätts för.

Lisa Magnusson skriver att de som Swartz i sin artikel kallar för "markfolket" är de som hänger på sajter som Avpixlat. Begreppet "markfolket" antyder "en tyst och stark majoritet med fötterna djupt rotade i den svenska myllan", vilket kan ses som en *metafor* för människor som håller av det så kallade "typiskt svenska i den svenska kulturen". Magnusson menar dock att majoriteten av det svenska folket inte tycker att kvinnor som uttrycker en annan åsikt än deras är "horror som skall dö en plågsam död". Detta innebär enligt henne att "hatsajtsskribenterna" och "kommentarsfältskrigarna" inte representerar några andra än sig själva. Detta konnoterar att det är skillnad på den svenska majoritetens generella åsikter och näthatarnas. Orden "hatsajtsskribenterna" och "kommentarsfältskrigarna" är *metonymier* för sajter som Avpixlat och näthatarna. Med uttryck som "homosexuella är äckliga" och "de som röstar vänster är

landsförräddarslödder” spelar Magnusson på *pathos* för att få läsarens sympatier och för att göra läsaren upprörd.

För att skapa en kontrast mellan sig själv och Oscar Swartz bemöter hon Swartz argument genom att lyfta upp delar ur hans resonemang för att sedan ge sitt svar. Till exempel betonar hon att det som hon anser är allvarliga brott såsom att förtala, hota och trakassera är något som Swartz kallar för *”att protestera”*. Magnusson får inte ihop Swartz åsikter med honom som person, då han är *”en inflytelserik samhällsdebattör och skribent från en namnkunnig släkt”*. Detta visar hon då hon ställer Swartz till svars; *”hur ofta folk ”protesterat” mot dina åsikter genom att säga att du är en äcklig jävla gigolo”*. Lisa Magnusson använder återigen starka ord, såsom att *”komma hem till dig på fredag för att knulla sönder dig och sedan stycka dig, steka din kuk i smör – med din adress bifogad”*. Detta för att *intensifiera* sin artikel och få läsaren att reagera och bli mottaglig för hennes poäng med artikeln. Allt detta konnoterar att Swartz borde veta bättre och förstå att det inte handlar om att *”markfolket protesterar”* utan att det rör sig om ett kvinnohat.

Ett tydligt kvinnohat

Efter detta stycke övergår argumentationen från *pathos* till *ethos*. Lisa Magnusson medger att hon precis som Swartz älskar internet och att hon precis som han inte tror att uthängningar och nedstängningar är *”rätt väg att gå”*. Det kan ses som en *metafor* för hur man ska hantera det fortsatta näthatet. Hon betonar att trots att hon älskar internet så har det också svagheter som *”vi på något sätt måste lära oss att tackla”*. Magnusson inger trovärdighet när hon inte enbart anklagar Swartz, utan också kan se vad de har gemensamt. Hon anser att internet möjliggör för en *”omedelbarhet”* men att samma *”omedelbarhet”* kan leda till att folk gör ogenomtänkta saker. Vidare menar hon att anonymiteten som *”kan vara så befriande”* också kan bli *”en sköld i handen på nätterroristerna”*. Detta kan ses som en *metafor* som konnoterar att näthatarna kan skydda sig bakom anonymiteten och därmed gå fria från brott. Lisa Magnussons argumentation *konkretiseras* när den övergår till *logos* och hon visar en sammanställning över de nättrakasserier som skett mellan år 2000 och 2011. Detta argument stärker hela hennes tes om att hatet faktiskt är riktat mot kvinnor, då hon kan visa att nästan hälften av de som trakasserat var män medan cirka 30 procent var kvinnor. Av dem som utsatts för trakasserier var ungefär 70 procent kvinnor. Magnusson hävdar att det alltså inte är så enkelt som Swartz vill få det till och att det inte handlar om ett sunt uppror från folket mot *”en förtryckande överhet”*. Detta kan här ses som en *metonymi* för den mediala eliten. Detta konnoterar att Swartz tes inte bygger på fakta och att Magnusson till skillnad från Swartz framställs som trovärdig. Det blir lättare för läsaren att ta in den nya informationen som Lisa Magnusson tillför näthatsdebatten, genom att *stereotypisera* Oscar Swartz och hans tidigare åsikter.

Till sist ställer Magnusson sin tes mot Swartz tes som bygger på att näthatarna bara vill åt *”makt- och medieeliten”*. Detta är en *metonymi* för alla journalister som besitter en

position med koppling till mer makt. Hon spelar på känslor för att få förtroende hos läsaren och för att övertyga den. Detta genom att bland annat avsluta stycket med; "Varför förföljs Aftonbladets kvinnliga kulturchef, men aldrig den manlige chefredaktören?" eller "Varför är det jag som får höra att jag skall våldtas och mördas, men aldrig mina manliga kolumnistkollegor?". Slutligen skriver Magnusson: "Och varför i hela friden sköljer ett helt orimligt hat över en vanlig ung tjej som inte gjort annat än att skriva på H&Ms Facebook-sida att hon inte gillar motivet på en av deras tröjor?". Detta konnoterar att hatet är riktat mot alla kvinnor oavsett om det gäller den vanliga människan eller den offentliga. På detta sätt skapar Magnusson en *polarisering* mellan vi och dem.

5.2.3 "PK-eliten borde först ta en titt på sig själva"

Denna artikel är en ledare som publicerades på Aftonbladets ledarsida den 9 februari 2013 (Virtanen 2013).

Den retoriska situationen

Artikeln är skriven av journalisten Fredrik Virtanen. Skribenten vill övertyga den grupp av människor som inte tror att pk-eliten har ett eget ansvar i näthatsdebatten. Virtanen menar att denna aspekt saknades i debatten efter Uppdrag Granskning avsnitt. Ledaren är skriven i samband med näthatsdebatten och är ett bidrag till en ny aspekt kring diskussionen. Skribenten försöker övertyga läsaren genom ett bildrikt språk och använder berättarteknikerna *polarisering* och *intensifiering* för att skapa en spännande läsning.

Olika sorters näthat som genomsyrar samhället

Fredrik Virtanen är en journalist som ofta dyker upp i debatter, vilket stärker *ethos* och ger tyngd till hans kommande resonemang. Det denotativa i ledaren är att man möts av en bild på Virtanen, där han står med korsade armar och allvarlig blick. Att han står med korsade armar signalerar att han är reserverad men samtidigt självsäker. Detta konnoterar att han ifrågasätter sina egna kollegor, den så kallade pk-eliten. Han bär kavaj, mörka glasögon och en stor klocka, som konnoterar att han har pondus vilket inger trovärdighet. Detta kan ses som en *myt* om den mediala och kulturella eliten som signalerar att skribenten har ett ekonomiskt och kulturellt kapital. Detta konnoterar att skribenten talar till en homogen publik som är högre utbildade, med liknande ekonomiska förutsättningar och som delar liknande åsikter. Under bilden står *Fredrik Virtanen* stort och tydligt, vilket konnoterar att skribenten är en viktig journalist som många människor lyssnar till då han skriver på ledarsidan.

Skribenten inleder ledaren med att använda sig av *ethos* för att stärka sin trovärdighet. Läsarna får känna sig bekräftade genom att Virtanen tar upp olika människors erfarenheter kring näthat oavsett kön. Att kolumnen är publicerad på ledarsidan spelar på *ethos* och gör att läsaren får förtroende för den. Virtanen använder värdeladdade ord och meningar som "*hora*" och "*hotas med våldtäkt*" för att beröra läsaren och få den att

känna sig upprörd. Detta skapar mottaglighet för att läsaren ska ta till sig den kommande argumentationen. Skribenten visar på en moralisk karaktär när han skriver att näthatet inte är lika systematiskt könsrelaterat för honom som manlig journalist, som det är för hans kvinnliga kollegor. Detta framställer skribenten som empatisk då han använder argument som stärker hans trovärdighet.

Virtanen övergår till *pathos* för att väcka känslor hos läsaren. Han skriver att alla kan drabbas av näthat, oavsett om man är "kvinnlig frilansare", "en kompis tonårsbarn" eller "en invandrad manlig journalist". Han lyfter specifikt upp en berättelse om hans kompis tonårsbarn som bröt ihop efter att ha utsatts för "en vämjelig kampanj" av ett gäng skolkamrater. Virtanen använder metaforen "lögnare som Google aldrig glömmet" vilket konnoterar att det som en gång publicerats på internet alltid finns kvar där. Därefter skriver han att "ingen går fri från trollen och hatarna", som är en *metafor* för att näthat kan drabba en när man minst anar det. I nästa mening använder Virtanen *metaforen* "vämjeligheterna genomsyrar samhällskroppen" som konnoterar att näthatet finns i hela samhället och att man inte kan undvika det. Virtanen fortsätter att använda *pathos*. *Metaforen* "näthatet är som alkoholism" konnoterar att näthatet finnas mitt ibland oss. Det är inte något man talar om och kanske inte ser för att man skäms över det. Virtanen menar att om man inte har drabbats själv, så känner man troligtvis någon som har det.

Pk-elitens bortglömda ansvar

Ledaren övergår i *logos* när skribenten sakligt berättar att det som saknades i debatten efter Uppdrag Granskning avsnitt "är den så kallade pk-elitens ansvar". Pk-eliten är här en *metonymi* som representerar det övre skiktet av journalister, som får tycka och tänka på ledarsidor och i krönikor. Virtanen byter till *ethos* då han vill vinna läsarens förtroende genom att skriva att han "inte kan låta bli att se mitt ansvar, kollegors ansvar, bloggares ansvar och twittrares ansvar". Virtanen fortsätter kolumnen med att använda ett bildrikt språk som "klingat av", "klat varandra på ryggen" och "pöbels hemsgheter" när han menar att allt blir som vanligt igen efter att den så kallade "näthatkampanjen" avtagit. *Metaforen* "klat varandra på ryggen" konnoterar att "medietwittrarna" försökt vara varandra till lags. Det sistnämnda är en *metonymi* för medieprofiler som aktivt ger uttryck för sina åsikter via Twitter. "Pöbels hemsgheter" är här en *metafor* för att beskriva näthatarnas brutalitet, som medietwittrarna tagit ett stort avstånd ifrån. Genom att använda *pathos* försöker skribenten framkalla känslor hos läsaren för att påverka den.

Metonymin "stora mediehus" får representera alla de mäktiga medieföretagen i Sverige. Virtanen skriver att journalister som kollektivt använder ett för grovt språk i de professionella texter som mediehusen publicerar. Han menar att journalister och "den mediala halvvegetationen", inte sänder ut bra signaler. Detta är en *metonymi* för medieprofiler som inte är journalister men som har många åsikter i det offentliga rummet. *Metaforen* "en ton som sprider sig som ringar på vattnet" konnoterar att en

framförd kontroversiell åsikt sätter en viss ton på samtalsklimatet som kan förvärras och tillslut leda till näthat. *"Gud må förlåta oss somliga rader"* används som en *metonymi*, där *"samliga rader"* står för de texter som uttrycker många kontroversiella åsikter. Virtanen byter till *logos* genom att föra ett logiskt resonemang när han skriver att *"sågningar och taskigheter ger mer läsning än hyllningar, det har medier vetat sedan medier uppfanns"*. Med detta menar han att man måste utmärka sig *"för att höras i bruset"*. Detta är en *metafor* för att man måste skilja sig ur mängden för att bli hörd bland alla som skriver på den mediala arenan.

Förhållandet mellan pk-eliten och näthatarna

Virtanen använder berättartekniken *polarisering* då han ställer pk-eliten och näthatarna i kontraster mot varandra. Detta skapar på så sätt en känsla av vi och dem, som väcker uppmärksamhet. Han menar att de som aldrig bjuds in till *"pk-elitens storstadsvärme"* marginaliseras, vilket leder till att de hatar ännu mer. *"Pk-elitens storstadsvärme"* används som en metafor som konnoterar att pk-eliten är en liten exklusiv grupp av människor. Virtanen kritiserar sina egna journalistkollegor för att vara *"narcissistiska halvdårar"* som har till uppgift att upprepa *"dyngan"* och vara *"en frisk fläkt"*. Detta konnoterar att journalister kan upplevas som självgoda personer som i hög utsträckning vill synas i det offentliga även om de kanske inte har något vettigt att säga. *"En frisk fläkt"* är en *metafor* som står för de journalister som tycker för tyckandets skull. Detta konnoterar att Virtanen vågar ifrågasätta sina egna och utmana dem. På det viset hamnar han på de svagas sida. Virtanen menar att förslagen om starkare lagar mot hot och förtal och mer resurser till rättsväsendet är goda. Han poängterar dock att *"en pk-elit som själv är anständig är betydligt effektivare"*. Genom *intensifiering* skapar skribenten dramatik på olika sätt för att det ska bli spännande att läsa.

I slutet av kolumnen använder Virtanen *metaforen* *"i skuggan av #näthatet växte hashtaggen #nättkärlek fram"*, för att illustrera hur *"nättkärlek"* blev en motpol till näthatet. Ledaren avslutas med *pathos* då han konstaterar att han tycker att *"det låter väldigt vackert"*. Genom att avsluta kolumnen med positiva inslag balanserar skribenten den tidigare negativa tonen som till stor del präglat den.

5.3 Hur gestaltas näthatet?

McCombs teori om *framing* blir användbar i analysen av hur medierna gestaltar näthatsdebatten. Enligt McCombs (2004) handlar *gestaltning* om hur man kan gestalta verkligheten på ett särskilt sätt beroende på vilka källor, ord och perspektiv man väljer att använda (McCombs 2004). Genom att medier lyfter fram vissa saker men inte andra, gestaltas verkligheten på ett visst sätt som sedan människor får ta del av. Strömbäck (2009) menar att medier aldrig kan visa alla delar utav verkligheten, utan att nyheters bild av verkligheten rekonstrueras av journalister. På så vis kan mediernas gestaltningar påverka människors uppfattning om verkligheten (Strömbäck 2009). I frågan om näthatsdebatten använder journalisterna olika metoder för att gestalta nyheten. Genom

att använda sig av *händelseorienterade gestaltningar* kunde näthatsdebatten ramas in som ett allmänt problem, i och med att man lät enskilda personer träda fram och illustrera att alla kan drabbas. Dock ligger fokus framför allt på de kvinnliga medieprofilerna och deras upplevelser av de hot och hat som de har utsatts för. Dessa medieprofiler får nämligen *personifiera* näthatsdebatten då de kan representera alla kvinnor som utsatts och utsätts för näthat, vilket leder till att fler människor på så sätt kan identifiera sig med dem (ibid).

En pågående maktkamp

Genom att de som driver frågan i näthatsdebatten främst tillhör den mediala eller den politiska eliten, reproducerar och sprider medierna redan rådande maktcentras och ideologier som finns i samhället (Strömbäck 2009). Detta resulterar i att näthatsdebatten gestaltas på ett liknande sätt av en hegemonisk elit.

Det är främst tre maktkamper som pågår i näthatsdebatten, vilka går att urskilja i den kvalitativa analysen. I TV-inslaget syns en tydlig maktkamp som pågår mellan polisen och politikerna, som handlar vem som bär ansvaret för hur näthatet hanteras. Detta då egentligen ingen av aktörerna vill ta på sig skulden för hur det har hanterats tidigare. Denna kamp kan ses som en generell maktkamp som pågår i samhället mellan var ansvaret ska ligga gällande olika frågor. Att Anders Ahlqvist i SVT Gomorron påpekar att polisen *faktiskt* gör något illustrerar att det finns en misstro gentemot polisen. En annan tydlig konflikt som gestaltas är den i debattartikeln mellan Lisa Magnusson och Oscar Swartz, båda debattörer med skilda åsikter om vem som näthatas och av vem. Genom kontrastskapande vill Magnusson få läsarna på sin sida och framställa sig som mer trovärdig. Diskussionen kring näthat mot kvinnor tar sig uttryck i *myten* om de onda och de goda. I fallet med debattinlägget visar sig detta tydligt då "näthatarna" och "Oscar Swartz" får stå för de onda, medan Lisa Magnusson får stå för de goda. Den tredje och sista maktkampen som går att urskilja i näthatsdebatten är den mellan medborgarna och den så kallade pk-eliten, mellan vi och dem. Virtanen (2013) menar nämligen att det finns en klyfta mellan de journalister som tillhör det övre skiktet av mediasfären och de "vanliga medborgarna", vilket visar sig tydligt i det hätska samtalsklimat som präglar förhållandet. Man kan säga att det pågår en maktkamp om yttrandefrihet och vem som har rätt att uttrycka sina åsikter. Enligt Virtanen (2013) kunde en anständigare pk-elit som tar ett större ansvar bidra till ett bättre klimat på nätet, då han menar att många journalister idag framför kontroversiella åsikter för tryckandets skull. Samtidigt vill journalister höras och synas för att få publikens intresse och uppmärksamhet, vilket ofta kräver ett visst mått av *dramatik* och *intensifiering*.

Varierande berättartekniker i ett bildrikt språk

Generellt ökat sannolikheten att en händelse faktiskt blir en nyhet, ju fler berättartekniker som kan användas (Strömbäck 2009). I fallet med näthatsdebatten använde sig journalisterna av olika berättartekniker för att nyheten skulle passa mediets logik och fånga publikens uppmärksamhet. Samtliga inslag och artiklar präglas

av *personifiering* för att skapa möjligheter till identifikation bland tittarna och läsarna. Dock förekommer endast *stereotypisering* i Lisa Magnussons debattartikel där den används för att läsaren ska kunna relatera till ämnet och enklare ta till sig ny information. Gemensamt för de analyserade artiklarna och inslaget i näthatsdebatten är att *pathos* används flitigt. Bland annat vill man skapa medlidande för de kvinnliga medieprofilerna. Debattinläggen använder framför allt *pathos* för att väcka känslor hos läsaren och beröra på något sätt. Däremot används mer *logos* än *pathos* i debattinslaget från SVT Gomorron, då aktörerna där presenterar fler sakliga och logiska resonemang.

I gestaltningen av näthatsdebatten förekommer *polarisering och konflikter* i alla analyserade textartiklar och i TV-inslaget och det används vanligtvis för att skapa kontraster mellan den vanliga människan och eliterna. Genom att till exempel Virtanen kritiserar sina egna journalistkollegor ställer han sig på de svagas sida. I och med att man skapa kontraster, oftast mellan vi och dem, kan man förenkla olika uppfattningar. På så vis går det lättare att rama in verkligheten, strukturera den och skapa sammanhang (Strömbäck 2009). Båda debattörerna använder ett bildrikt språk med en hel del *metaforer* och *metonymier* för att gestalta debatten kring näthatet. Många värdeladdade ord används för att påverka läsaren i önskad riktning. Genom att spela på tittarens eller läsarens känslor vill journalisterna skapa reaktioner för att göra det lättare för mottagarna att ta till sig argumentationen. Överlag är det mer förekommande att textartiklarna präglas av *intensifiering*, då journalisterna skriver målade om våld och dramatik för att skapa spänning åt nyheten. Att journalisterna väljer att gestalta näthatsdebatten på olika vis kan förklaras av att en del budskap lämpar sig bättre för vissa medier, eftersom de har olika egenskaper som gör att de skiljer sig åt från varandra. Vissa nyheter passar till exempel bättre i tryckta medier medan andra lämpar sig för TV. Skilda medietyper har också olika inverkan på hur innehållet utformas (Hvitfelt 1989).

5.4 Hur utvecklas en nyhet i olika medier och hur utgör de tillsammans en medielavin?

Hvitfelts (1989) *nyhetsspiral* kan användas för att visa hur näthatsdebatten utvecklades i medierna från början till slut. I uppsatsen har vi valt att benämna denna nyhetsspiral som en *medial lavin*, för att kunna illustrera hur en stor nyhet blir till, hur den tar skilda riktningar, för att sedan minska i kraft. När publikens intresse sinar och det inte finns fler aspekter att rapportera om avtar denna mediala lavin, vilket inträffade med näthatdebatten. Som vi tidigare har nämnt började denna händelse med att ett filmklipp från SVT:s Uppdrag Granskning spreds på sociala medier. Klippet var en potentiell nyhet och visade hur de 12 kvinnorna i offentligheten läser upp de hatbrev som de fått. Efter att avsnittet sändes tog debatten fart på riktigt och hamnade på flera nyhetsmediers dagordningar parallellt. Forskning har visat att mediernas agenda mer eller mindre är standardiserad, vilket kan ses som ett resultat av att nyhetsurval bestäms av *gate keepers*, som utgår från liknande nyhetsvärdering (Maier 2010). Detta kan förklaras av att när en potentiell nyhet värderas högt och uppmärksammas av ett medium så följer

andra nyhetsmedier efter. Hur en händelse utvecklas beror till stor del på publikens nyfikenhet och intresse. Genom att näthatsdebatten väckte publikens intresse kunde medierna producera fler nyheter kring ämnet. När fler artiklar produceras blir publiken mer intresserad, vilket gör att det uppstår ett behov av nya artiklar i nyhetsrapporteringen (Hvitfelt 1989). I och med att aktualitetsjournalistiken till stor del handlar om att svara varandra och ge utlopp för olika åsikter i debattartiklar- och inslag, kunde näthatsdebatten hållas levande under en längre tid. Varför medier uppmärksammar vissa händelser mer än andra kan förklaras med denna så kallade nyhetsspiral (Hvitfelt 1989).

5.5 Sammanfattning

Den kvantitativa innehållsanalysen visar att nyheten om näthat mot kvinnor framför allt blev en fråga för medieeliten, som både var de utsatta och de som främst drev frågan. Av de 112 aktörerna som driver frågan är endast fem medborgare, där främst 21-åriga Julia fick representera medborgarna. Som den kvantitativa innehållsanalysen visar, innehåller nyheten om näthat mot kvinnor flera faktorer som höjer nyhetsvärdet. Detta kan förklara varför näthatsdebatten fick genomslagskraft. I och med att nyheten var oväntad och sensationell och innehöll flera negativa inslag och konflikter, påverkades nyhetsvärdet positivt. För att passa in i mediets logik använde journalisterna diverse berättartekniker för att skapa spänning och uppmärksamhet åt nyheten och fånga läsaren, lyssnaren eller tittarens intresse. Näthatsdebatten gestaltas som ett allmänt problem genom att media låter enskilda personer träda fram och illustrera att alla kan drabbas. Medierna ägnar framför allt fokus åt de kvinnliga medieprofilerna och deras upplevelser av de hot och hat som de har utsatts för på nätet. Dessa medieprofiler får *personifiera* näthatsdebatten genom att de kan representera alla kvinnor som utsatts och utsätts för näthat, vilket på så sätt leder till att fler människor kan identifiera sig med dem.

Journalisterna använder ofta *pathos* för att bland annat skapa medlidande för de kvinnliga medieprofilerna. *Pathos* är framför allt framträdande i debattinläggen, då skribenterna vill väcka känslor hos läsaren. För att lyckas med detta använder debattörerna ett bildrikt språk med många värdeladdade ord, för att mottagarna lättare ska ta till sig argumentationen. För att tittarna eller läsarna lättare ska kunna identifiera sig används *personifiering*. Även *polarisering* är vanligt förekommande i samtliga analyserande textartiklar och TV-inslag. För att organisera verkligheten och förenkla olika uppfattningar skapas kontraster, oftast mellan vi och dem. En vanligt förekommande *polarisering* som framträder i näthatsdebatten är att skapa kontraster mellan den "vanliga människan" och eliterna. De två debattartiklarna och TV-inslaget som den retoriska och semiotiska analysen bygger på, visar också att det förekommer olika maktkamper i näthatsdebatten, som även kan urskiljas i samhället.

6

Slutdiskussion

I uppsatsens sista kapitel kommer vi att presentera slutsatser och besvara den problemformulering som ställdes inledningsvis. Vi kommer att diskutera hur och varför näthatet hamnade på mediernas dagordning, vilka aktörer som drev frågan, hur medierna gestaltade näthatet samt hur en nyhet med högt nyhetsvärde utvecklas till en medial lavin. Kapitlet avslutas med att vi sammanfattar studiens viktigaste resultat och ger förslag på vidare forskning.

6.1 En arena för eliterna

Vi kan dra följande slutsatser. Näthatsdebatten var i stort sett bara en arena för eliterna, där Julia i princip stod ensam som representant för medborgarna. Detta kan förklaras av att en händelse blir mer nyhetsmässig och får uppmärksamhet om den innehåller någon form av elitcentrering (Ghersetti 2012) och gärna berör många och kända personer (Häger 2009). När "vanliga människor" syns, som Julia i detta fall, gör de ofta det i samband med särskilda omständigheter (Ghersetti 2012). Resultatet visar att näthatsdebatten framför allt kom att handla om kvinnliga medieprofiler inom medieeliten; antingen drev de diskussionen framåt eller så figurerade de i debatten för att de själva blivit utsatta. Näthatsdebatten kom sedan att ta två huvudsakliga riktningar som handlade om hur man ska hantera näthat i aspekter av lagar och om män som hatar kvinnor i offentligheten. Två aspekter som möjligtvis saknades är vilket ansvar den så kallade pk-eliten och företag hade i näthatsdebatten.

Hur kan vi då besvara den inledande problemformuleringen; *Hur utvecklas en nyhet som anses ha ett högt nyhetsvärde, från det att den först kommer upp på mediernas dagordning, tills dess att den avtar?* För det första började nyheten med att Uppdrag Granskning släppte en trailer inför avsnittet "Män som näthatar kvinnor". Denna skapade en så kallad "buzz" på sociala medier redan innan programmet hade sänts. Detta skapade goda förutsättningar för att nyheten skulle få ett stort genomslag och hamna på andra mediernas dagordningar. För det andra innehöll näthatsdebatten många olika faktorer som påverkade nyhetsvärdet positivt. Näthatsdebatten var framför allt en oväntad och sensationell nyhet, som innehöll flera negativa inslag. Debatten grundades framför allt på en stor konflikt mellan kvinnor i offentligheten och de som näthatar och innehöll även andra konflikter. Detta kan relateras till Marina Ghersettis studie (2012) *Sensationella berättelser*, där hon kommer fram till att de nyheter som får mest uppmärksamhet i media är de som är sensationella och dramatiska.

6.2 Avsaknad aspekt i debatten

För att nå igenom bruset och fånga läsarnas uppmärksamhet måste journalister utmärka sig. Fredrik Virtanen poängterade i sin ledare den 9 februari 2013 i Aftonbladet att näthatet kanske är ett resultat av det hårda samtalsklimat som präglar mediesfären idag. För att utmärka sig framför ofta journalister kontroversiella åsikter, vilket Virtanen menar sätter prägeln på det fortsatta samtalsklimatet. Detta kan i sin tur leda till näthat. Förslagen om starkare lagar mot hot och hat är goda men han påpekar att det skulle bli mer effektivt med en anständig pk-elit som tar ett större eget ansvar. Det hårda mediaklimatet kan förklaras av att den publicistiska styrningen har blivit allt viktigare, vilket innebär att medier ger publiken vad de vill ha istället för vad de bör känna till (Hvitfelt 1989). På så sätt framställdes näthatsdebatten mer som populärkultur än som samhällsjournalistik.

6.3 Huvudpersoner på sin egen arena

När allt kommer omkring kanske näthatsdebatten inte var så oväntad och ovanlig ändå i och med att nyheten rörde många människor inom medieeliten. Dessa medieprofiler fick utrymme på den offentliga arenan där de både framträdde som utsatta och som drivande i frågan. Att näthatet blev en fråga för medieeliten resulterade i att de blev huvudpersoner på sin egen arena. Detta i sin tur ledde till att de som gestaltade näthatsdebatten var en homogen elit med liknande värderingar och åsikter. Det i sin tur gjorde det möjligt för medieeliten att reproducera och sprida redan rådande maktcentras och ideologier (Strömbäck 2009) och ge sin bild av verkligheten. Näthatsdebatten gestaltades som ett allmänt problem genom att låta en liten grupp av människor representera en större helhet.

Frågan övergår då till att handla om näthatsdebatten verkligen gestaltades som ett samhällsproblem eller bara som ett problem för medieeliten. Endast fem av de 112 aktörerna som drev frågan var medborgare, där det i princip bara var Julia och den före detta näthataren Erik Walfridsson, som fick komma till tals i medierna och tillföra något till debatten. Man kan säga att Julia framför allt fick representera medborgarna och att det i sin tur var anledningen till att hon fick utrymme att driva frågan i olika medier. Det är dock värt att poängtera att frågan troligtvis inte hade kommit upp på mediernas agenda om inte de 12 offentliga kvinnorna hade trätt fram och berättat om det hat och hot som de utsatts och utsätts för. Genom att återge sin historia i det offentliga rummet kom diskussionen igång på riktigt och blev en prioriterad fråga för lagstiftare och polisen. Det gav i alla fall ett sken om att det var en prioriterad fråga då den politiska eliten och eliter från rättsväsendet framträdde på den offentliga arenan i form av deras expertis.

6.4 Ett samhällsproblem eller ett problem för medieeliten?

Man kan då ställa sig frågan om näthatsdebatten egentligen var en fråga för medborgarna eller om det bara var ett spel för gallerierna. Detta kan diskuteras i

relation till dagordningsteorin som handlar om sambandet mellan de frågor och objekt som får mycket uppmärksamhet i medierna, och de frågor och objekt som medborgarna tycker är viktiga (Strömbäck 2009). Genom att medierna gav mycket uppmärksamhet åt näthatsdebatten, gav det medborgarna indikationer om att näthatsdebatten var ett viktigt samhällsproblem. De frågor som medier ger mycket uppmärksamhet, är ofta de frågor som människor upplever som viktiga (ibid). Att detta hade varit ett problem för unga under längre tid kom upp på tapeten i debatten, dock ägnades mest utrymme åt *ytttrandefrihet och lagar* och till *den politiska debatten*. Företags ansvar gentemot privatpersoner är en aspekt som medierna nästintill inte ägnat någon uppmärksamhet åt. I Uppdrag Granskning avsnitt intervjuades Miriam Tappert, som är ansvarig för H&M:s sociala medier. Hon fick svara på frågor och stå till svars om deras agerande i Julias fall. Att Hennes och Mauritz, som är en stor och mäktig aktör inom Sveriges handel, inte får stå mer till svars kan tyckas märkligt. I programmet frågar sig Julia varför H&M valde att ha kvar de elaka kommentarerna så länge efter att de publicerades. Med hänsyn till detta borde kanske näthatsdebatten ha handlat mer om vilket ansvar som företag har på sociala medier.

Resultatet visar tydligt att näthatsdebatten främst blivit en fråga som drivs av medieeliten eller den politiska eliten. Mer än hälften av de drivande aktörerna tillhör medieeliten, där merparten var journalister, följt av politiska eliter. Den aktör som var mest framträdande från medieeliten var Aftonbladets kulturchef Åsa Linderborg, som både var utsatt och drivande i frågan. Vi har också kunnat se att det förekommer ett antal aktörer som driver frågan inom olika områden i debatten. Detta stöds av att medierna oftast vänder sig till ett så kallat elitnätverk för att få information (Palm 2002).

6.5 Dramatik för att sälja en nyhet

En förklaring till att näthatsdebatten fick ett sådant stort genomslag är att den passade väldigt väl in i mediernas logik. När näthatsdebatten medialiserades kunde medier lättare nå igenom det informationsöverskott som finns och fånga människors intresse (Strömbäck 2004). Resultatet visar att medierna använde olika berättartekniker för att nyheten om näthat skulle passa in i mediernas logik. Bland annat användes *polarisering och konflikter* och *intensifiering*, för att öka chansen för att nyheten skulle passera nyhetsurvalet och publiceras (Strömbäck 2009). Som vi tidigare har nämnt låg huvudfokusen på de kvinnliga medieprofilerna, som fick personifiera näthatsdebatten. Genom att journalisterna använde mycket *pathos* i debatten kring näthat, skapade det mycket känslor hos tittarna, lyssnarna och läsarna. Särskilt när debatten kom att handla om feminism användes ett bildrikt språk. Detta för att framhäva att det inte bara handlar om ett hat mot kvinnliga medieprofiler, utan att det finns ett generellt hat mot kvinnor. Media skapade starka reaktioner genom att använda sig av konflikter i form av polarisering mellan vi och dem. Detta gestaltades genom att skapa motpoler mellan bland annat medborgare och medielit, de kvinnliga medieprofilerna och näthatarna och pk-eliten och näthatarna. Nyheten om näthat passade alltså in i mediernas logik och uppfyllde flera av de traditionella faktorer som avgör om en händelse blir en nyhet. En

annan anledning till att näthatsdebatten blev stor kan förklaras av det faktum att nyheten rörde medieprofilerna själva, vilket är utmärkande för just denna nyhet. Det är också en ovanlig företeelse att det är journalisterna själva och andra aktörer från den mediala eliten som får utgöra nyheten och ta den sortens utrymme på den offentliga arenan.

6.6 Den mediala lavinen

Näthatsdebatten avslutades med att Uppdrag Granskning sände ett nytt avsnitt om näthat den 17 april 2013, som handlade om näthat men med fokus på unga. Dock fick det inget större genomslag. Detta kan förklaras genom att en mättnad kring ämnet uppstått (Strömbäck 2009). För att utgå från Hvitfelts *nyhetsspiral* kan man förstå hur näthatsdebatten utvecklades till en *medial lavin*. Från början väckte näthatsdebatten publikens intresse, vilket gjorde att media kunde publicera fler nyheter kring ämnet. När fler artiklar publiceras uppstår det enligt Hvitfelt (1989) ett behov av nya i nyhetsrapporteringen. Detta eftersom publiken blir mer intresserad när fler artiklar publiceras. När publikens intresse minskar och det inte finns fler aspekter att rapportera om avtar nyhetsspiralen. Skillnaden mellan en nyhetsspiral och en medial lavin är dock att den sistnämnda tar hänsyn till både nyhetsrapportering och debattmaterial. Nyheten om näthat utmärkte sig på denna punkt då mer än hälften av rapporteringen bestod av debattmaterial.

Den utlösande faktorn som först fick fart på näthatsdebatten var det klipp som Uppdrag Granskning släppte inför sitt avsnitt om näthat mot kvinnor och som snabbt spreds på de sociala medierna. Likt att det behövs en utlösande faktor för att få en lavin i rörelse, kan detta förklara hur den så kallade mediala lavinen startade. Efter att Uppdrag Granskning visat sitt avsnitt om näthat eskalerade debatten och väckte starka känslor. Nyheten om näthat engagerade flera medieprofiler som tillsammans drev frågan och bidrog med sin syn på debatten. Egentligen var inte näthat ett nytt fenomen men det var först efter Uppdrag Granskningens uppmärksammade avsnitt som debatten tog fart och nyheten intensifierades. Tids nog mattades debatten av, fick mindre utrymme i medierna, för att tillslut avta. Det var först när debatten lugnat sig och rapporteringen nästintill upphört som det gick att reflektera över den och bearbeta vad som hänt. Kanske skulle näthatsdebatten egentligen ha handlat mer om ungdomar och näthat och framställts som ett riktigt samhällsproblem. Uppdrag Granskning sände ytterligare ett avsnitt om näthat men med fokus på unga för att på så sätt "rädda debatten" och visa att den inte bara handlade om medieeliten. Dock påverkade detta knappt näthatsdebatten som redan hade lagt sig. Tillsammans kan detta och liknelsen vid en lavin förklara hur nyheten om näthat utvecklades till det som vi kommit att benämna som en medial lavin.

Slutligen...

Det som utmärker denna nyhet är att:

- Näthatsdebatten handlade i stort sett bara om eliterna.
- Julia fick i princip stå ensam som representant för medborgarna.
- Medieeliten både var de utsatta och de som främst drev frågan.
- Även om näthatsdebatten gestaltades som ett allmänt samhällsproblem så framställdes det framför allt som ett problem för medieeliten.

Genom att byta fokus och se näthatsdebatten ur ett större perspektiv vill vi nu lyfta vad som kännetecknar en händelse som har ett högt nyhetsvärde och faktiskt blir en nyhet. Denna uppsats har visat att:

- Det är troligt att en händelse blir en nyhet och hamnar på mediernas dagordning om den är oväntad, sensationell och innehåller någon form av elitcentrering.
- Medier ofta vänder sig till ett antal aktörer i så kallade elitnätverk för att få expertuttalanden.
- För att få uppmärksamhet och genomslagskraft använder sig media av olika berättartekniker, som polarisering och konflikter och intensifiering, för att utmärka sig.
- Journalister använder sig ofta av pathos för att väcka publikens känslor och skapa reaktioner.
- En nyhet blir lättare en medial lavin om den väcker intresse och engagerar en stor publik, då det leder till ett ökat behov av fler artiklar i nyhetsrapporteringen.

Förslag på vidare forskning

För vidare forskning hade det varit intressant att undersöka skillnader och likheter mellan olika medier. Vi har sett tidningsartiklar, radio- och TV-inslag som en enhet men det hade varit intressant att se hur de olika mediernas rapportering skiljer sig åt. En annan intressant aspekt att undersöka är att se vilket utslag som näthatsdebatten fick i sociala medier som Facebook, Twitter och bloggar. Vi ansåg att detta var av intresse, men på grund av tidsaspekten avgränsade vi oss till att bara behandla traditionella medier som TV, tidningar och radio. Avslutningsvis vore det spännande att granska hur de elitnätverk som media använder sig av är uppbyggda och vilken betydelse dessa har i nyhetsrapporteringen.

7

Referenser

Litteratur

Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1979). *Media logic*. Sage, Beverly Hills

Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2012). Innehållsanalys. I Bergström, Göran & Boréus, Kristina (red.). (2012). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Studentlitteratur AB, Lund

Ekström, Mats & Larsson, Lars-Åke (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur AB, Lund

Ekström, Mats & Moberg, Ulla (2008). Semiotik. I Ekström, Mats (red.). (2008). *Mediernas språk*. Liber AB, Malmö

Esiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (2007). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts Juridik AB, Stockholm

Ghersetti, Marina (2000). *Sensationella berättelser*. Livréna Grafiska AB, Kungälv

Ghersetti, Marina (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.). (2012). *Medierna och demokratin*. Studentlitteratur AB, Lund

Gripsrud, Jostein (2011). *Mediekultur – mediesamhälle*. Bokförlaget Daidalos AB, Göteborg

Hall, Stuart (1978). *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order*. Macmillan, London

Hvitfelt, Håkan (1985). *På första sidan: en studie i nyhetsvärdering*. Norstedts Tryckeri AB, Stockholm

Hvitfelt, Håkan (1989). *Nyheter och verkligheten. Byggstenar till en teori*. Kompendiet, Källered

Häger, Björn (2009). *Reporter: en grundbok i journalistik*. Norstedts Tryckeri AB, Stockholm

Ledin, Johanna & Moberg, Ulla (2010). Textanalytisk metod. I Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). (2010) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur AB, Lund

McCombs, Maxwell (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Blackwell Publishing Inc., Malden, MA

Nilsson, Åsa (2010). Kvantitativ innehållsanalys. I Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). (2010) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Studentlitteratur AB, Lund

Nygren, Gunnar (2008). *Nyhetsfabriken. Journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*. Studentlitteratur AB, Lund

Palm, Göran (2002). *I nationens och marknadens intresse – Journalister, nyhetskällor och EU-journalistik*. Livréna Grafiska AB, Kungälv

Rienecker, Lotte & Stray Jörgensen, Peter (2008). *Att skriva en bra uppsats*. Liber AB, Malmö

Shehata, Adam (2012). Medierna och makten över publiken. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.). (2012). *Medierna och demokratin*. Studentlitteratur AB, Lund

Strömbäck, Jesper (2000). *Makt och medier: samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Studentlitteratur AB, Lund

Strömbäck, Jesper (2004). *Den medialiserade demokratin: om journalistikens ideal, verklighet och makt*. SNS Förlag, Stockholm

Strömbäck, Jesper (2009). *Makt, medier och samhälle*. SNS Förlag, Stockholm

Renberg, Bo (2007). *Retorikanalys*. Studentlitteratur AB, Lund

Vetenskapliga artiklar

Bennet, Lance, W & Lyengar, Shanto (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731.

Maier, Scott (2010). All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspapers, Television, and Radio. *Journalism and mass communication quarterly*, 2010, 87:548

Shehata, Adam & Strömbäck, Jesper (2013). Not (Yet) a New Era of Minimal Effects: A Study of Agenda Setting at the Aggregate and Individual Levels. *International Journal of Press/Politics*, 18(2), 234-255.

Strömbäck, Jesper; Karlsson, Michael & Hopmann, David Nicolas (2012). Determinants of News Content. Comparing Journalists' Perceptions of the Normative and Actual Impact of Different Event Properties When Deciding What's News. *Journalism Studies*, 13(5-6), 718-728.

Strömbäck, Jesper & Kioussis, Spiro (2010): A New Look at Agenda-Setting Effects – Comparing the Predictive Power of Overall Political News Consumption and Specific

News Media Consumption Across Different Media Channels and Media Types. *Journal of Communication*, 60(2), 271-292.

Elektroniska källor

Avpixlat (2013). <http://avpixlat.info/> Hämtad 2013-06-07

Publicistklubben (2013). <http://www.publicistklubben.se/> Hämtad 2013-06-07

SVT Debatt (2013). Lisa Magnusson svarar Oscar Swartz om näthatet mot kvinnor: "Nej Swartz, näthatarna är inte intresserade av sanningen". <http://debatt.svt.se/2013/02/08/nej-swartz-nathatarna-ar-inte-intresserade-av-sanningen/> Hämtad 2013-04-15

SVT Gomorron (2013) från SVTs temasida Ug – näthat.
<http://www.svt.se/nyheter/sverige/article1014552.svt> Hämtad 2013-04-15

SVT Uppdrag Granskning (2013). <http://www.svtplay.se/video/995361/del-4-av-18?tab=episodes&sida=6> Hämtad 2013-04-12

Virtanen, Fredrik (2013). Pk-eliten borde först ta en titt på sig själva. *Aftonbladet*.
<http://www.aftonbladet.se/ledare/ledarkronika/fredrikvirtanen/article16209677.ab> Hämtad 2013-04-15

Bilaga 1: Urval medierna

Tidningar

Två kvällstidningar och två dagstidningar har valts ut för att utgöra studiens material som tidigare nämnt. Vi använde ett sökord som "näthat" för att vi på en övergripande nivå ville se vilket utfall det gav. I och med att vi var intresserade av att se hur näthatsdebatten utvecklades efter Uppdrag Granskning avsnitt, var sökkriteriet definierat efter ett specifikt startdatum (6 februari 2013). För få maximalt antal träffar, användes en Asterisk (*). Detta för att få så många olika kombinationer som möjligt som började med texten "näthat". Materialet avgränsades ytterligare. Inga debattartiklar, krönikor/kolumner, ledare, reportage, nyhetsartiklar och notiser har valts som är skrivna av privatpersoner i form av insändare eller debattinlägg. Inte heller sådana som bara bestod av citat eller artiklar som rörde webbomröstningar. I och med att vi var intresserade av att undersöka vilka aktörer som var drivande i näthatsdebatten, valdes heller inga recensioner om teater, film eller böcker. Detta för att det oftast inte finns några aktiva aktörer i dessa, som driver frågan framåt.

- Slutligen bestod tidningsurvalet av 33 artiklar från Expressen, 46 stycken från Aftonbladet, 12 från Svenska Dagbladet och 22 artiklar från Dagens Nyheter. Varav 6 av dessa är framsidor.

TV

De TV-inslag som ligger till grund för uppsatsens material kommer från SVT Debatt och SVT:s temasida om Uppdrag Granskning och näthat. Då Uppdrag Granskning sändes i SVT, ville vi först se vilka program och nyhetssändningar som berörde näthat i denna programkanal. Det gick dock inte att få tag på nyheter så långt tillbaka i arkivet. Vi övervägde att beställa Rapport och Aktuellt från ett mediearkiv men bestämde oss för att bara använda de artiklar/inslag som går att komma åt på SVT:s temasida. Detta då insamlingen av material från mediearkivet skulle ta x antal timmar att gå igenom och analysera. På temasidan samlades både klipp och kortare nyhetsartiklar som berörde det ämnesområde vi ville undersöka. Vid fall då det både publicerades en textartikel och ett klipp under samma rubrik, räknade vi dessa som en enhet då vi ansåg att de kompletterade varandra. Alla inslag som publicerats innan den 6 februari 2013 valdes bort i urvalsprocessen.

- Slutligen bestod TV-urvalet av ett avsnitt ur SVT Debatt, 11 artiklar på SVT Debatts webbplats och 27 artiklar/inslag från temasidan.

Radio

De radio-inslag som utgör studiens material är insamlade från Studio Ett och Medierna, vilka sänds i Sveriges Radio. Dessa har strategiskt valts på grund av att de har en mer fördjupande karaktär och är stora samhällsprogram i Sverige. I och med att dessa program behandlar aktuella ämnen ansåg vi att de borde ha behandlat näthat i något

program. På grund av att alla program inte var indexerade fick vi lyssna igenom samtliga av de valda radioprogrammens inslag från och med den 6 februari 2013. Ett kriterium i denna urvalsprocess var att inslagen till största del skulle handla om näthat och inte bara nämnas flyktigt. Då vi även ville inkludera nyhetssändningar ville vi undersöka i vilken utsträckning som Dagens Eko i Sveriges Radio behandlade näthat efter Uppdrag Gransknings avsnitt. Med anledning av att Dagens Eko är en av Sveriges största nyhetsbaserade radioprogram ansågs detta relevant att undersöka. Till skillnad mot Ekot varar Dagens Eko under längre tid. På grund av att Dagens Eko saknade indexeringar, lyssnade vi på samtliga sändningars löpsedlar. Detta gav inget resultat och då det inte gick att få tag i det "vanliga" Ekots nyhetssändningar på Sveriges Radios hemsida, så övervägde vi att beställa Dagens Ekos lunchsändning från ett mediarkiv. Dock skulle insamlingen av detta ta x antal timmar vilket gjorde att vi fick begränsa oss till Studio ett och Medierna.

- Slutligen bestod radiourvalet är 6 avsnitt ur Studio ett och 2 avsnitt från Medierna.

Bilaga 2: Definition artiklar och inslag

Nyhetsartiklar/inslag

- Syftar på nyheter som förmedlats via textartiklar, TV eller radioinslag.

Debattartiklar/inslag

- Syftar på debatterande textartiklar, TV eller radioinslag, där ofta avsändaren framträder med egna åsikter etcetera.

Reportage

- Syftar på intervjuer i text, TV eller radio.

Krönikor/kolumner

- Syftar på opinionsbildande textspalter.

Ledare

- Syftar på opinionsbildande textartiklar som skrivits på en tidnings ledarsida, vilken vanligtvis är placerad på andra sidan i tidningen.

Notiser

- Kortare nyhet som saknar ingress och ibland rubrik. Utgörs av en textartikel med den väsentligaste informationen.

Bilaga 3: Kodschema

Formvariabler:

V1: ID-nummer	V2: Datum
V3: Medium 1: SVT Debatt 2: SVTs temasida Ug – näthat 3: Medierna 4: Studio ett 5: Aftonbladet 6: Expressen 7: Dagens Nyheter 8: Svenska Dagbladet	V4: Typ av artikel/inslag 1: Nyhetsartikel/inslag 2: Debattartikel/inslag 3: Reportage 4: Krönika/kolumn 5: Ledare 6: Notis

Innehållsvariabler:

V5: Teman 1: Uppdrag Granskning 2: Yttrandefrihet & lagar 3: Offentliga personer 4: Politiska debatten 5: Ungdomar & internet 6: Efterföljder & reaktioner	V6: Huvudfokus 1: Allmänt 2: Kända personer 3: Regelverk 4: Polisens agerande 5: Åtgärder – lagar 6: Sociala medier 5: Yttrandefrihet 6: Manliga profiler 7: Kvinnliga profiler 8: Feminsim 9: Avpixlat &pk 10: SD 11: Nätmobbning 12: Åtgärder – ungdomar 13: Ökad medvetenhet 14: Nätkärlek
V7: Drivande aktör 1 1: Journalist 2: Programledare 3: Nätaaktivist 4: Författare 5: Partiledare 6: Ministrar 7: Talespersoner 8: Övriga politiker 9: Professorer 10: Forskare 11: Polis 12: Åklagare 13: Domare 14: Advokat 15: Övriga juridiska aktörer 16: Psykolog 17: Medborgare 18: Fotboll 19: Skidstjärna	V8: Utsatt aktör 1 1: Journalist 2: Programledare 3: Nätaaktivist 4: Författare 5: Partiledare 6: Ministrar 7: Talespersoner 8: Övriga politiker 9: Professorer 10: Forskare 11: Polis 12: Åklagare 13: Domare 14: Advokat 15: Övriga juridiska aktörer 16: Psykolog 17: Medborgare 18: Fotboll 19: Skidstjärna

20: Organisationer/ föreningar 21: Myndigheter	20: Organisationer/ föreningar 21: Myndigheter
V9: Drivande aktör 2 1: Medieelit 2: Kulturell elit 3: Politisk elit 4: Akademisk elit 5: Idrottselit 6: Experter – rättsväsendet 7: Experter – medicin 8: Enskilda aktörer 9: Näringsliv	V10: Utsatta aktörer 2 1: Medieelit 2: Kulturell elit 3: Politisk elit 4: Akademisk elit 5: Idrottselit 6: Enskilda aktörer 7: Näringsliv 8: Enskilda aktörer 9: Näringsliv

Förklaring kodschema:

Variabel 1: ID-nummer

Varje artikel/inslag får ett ID-nummer som fungerar som enhetsnummer, första 01 och så vidare.

Variabel 2: Datum

Visar aktuellt datum, exempelvis 2013-05-29

Variabel 3: Medium

Visar vilket medium som kodas, exempelvis 1 för *SVT Debatt*

Variabel 4: Typ av artikel/inslag

Varje artikel/inslag kodas olika nummer, exempelvis 1 för *Nyhetsartikel/inslag*

Variabel 5: Tema

Varje artikel/inslag kodas olika nummer beroende på riktning (tema), exempelvis skrivs 1 för *Uppdrag Granskning*

- 1: Uppdrag Granskning: det finns en nära koppling mellan näthat och Uppdrag Granskning
- 2: Yttrandefrihet & lagar: rör näthat i aspekter av yttrandefrihet och lagar.
- 3: Offentliga personer: handlar om offentliga personer som drabbats av näthat.
- 4: Politiska debatten: ser nyheten om näthat i en mer övergripande politisk debatt, som rör näthatsdebatten och feminism, SD, Avpixlat och publicistklubben.
- 5: Ungdomar & internet: kopplar näthatsdebatten till ungdomar och hur näthat figurerar på internet.
- 6: Efterföljder & reaktioner: svarar på vilka reaktioner nyheten om näthat lett till och vilka efterföljder som uppstått som direkt följd av näthatsdebatten.

Variabel 6: Huvudfokus

Vad fokuserar artikeln/inslaget på? Varje artikel/inslag kodas olika nummer beroende på vad den fokuserar mest på, exempelvis skrivs 1 för *Allmänt*

- 1: Allmänt: fokus på artiklar/inslag som har ett allmänt innehåll utifrån Uppdrag Gransknings avsnitt.
- 2: Kända personer: fokus på de kända personer som talar om näthat.
- 3: Regelverk: fokus på artiklar/inslag som rör aktuella lagar och hur de fungerar idag.
- 4: Polisens agerande: fokus på hur polisen har och kan agera med hänsyn till näthat.
- 5: Åtgärder – lagar: fokus på hur man kan ändra lagar för bättre skydd mot näthat.
- 6: Sociala medier: fokus på hur näthat tar sig uttryck i sociala medier.
- 5: Yttrandefrihet: fokus på näthat i aspekter om yttrandefrihet och olika ideologier.
- 6: Manliga profiler: fokus på de manliga profiler som utsatts för näthat.
- 7: Kvinnliga profiler: Fokus på de kvinnliga profiler som utsatts för näthat
- 8: Feminsim: fokus på näthatsdebatten med hänsyn till feminism som förklaring.
- 9: Avpixlat & pk: fokus på den debatt som uppstod efter att personer kritiserat Publicistklubben efter att de bjudit in representanter från sajten Avpixlat till diskussion.
- 10: SD: fokus på eventuella sambandet mellan näthat och Sverigedemokraterna.
- 11: Nätmobbning: fokus på näthat på internet.
- 12: Åtgärder – ungdomar: fokus på vad man kan göra för att minska näthat bland ungdomar på internet.
- 13: Ökad medvetenhet: fokus på de efterföljder som näthatsdebatten lett till, exempelvis att man blivit mer medveten om näthat på internet.
- 14: Nätkärlek: fokus på fenomenet nätkärlek som växte fram som en motpol mot näthat.

Variabel 7: Drivande aktör 1

Drivande aktör 1 kodar vilka aktörer som är drivande, exempelvis skrivs nummer 1 för drivande journalist

Variabel 8: Utsatt aktör 1

Utsatta aktör 1 kodar vilka aktörer som är utsatta, exempelvis skrivs nummer 1 för utsatt journalist

Variabel 9: Drivande aktör 2

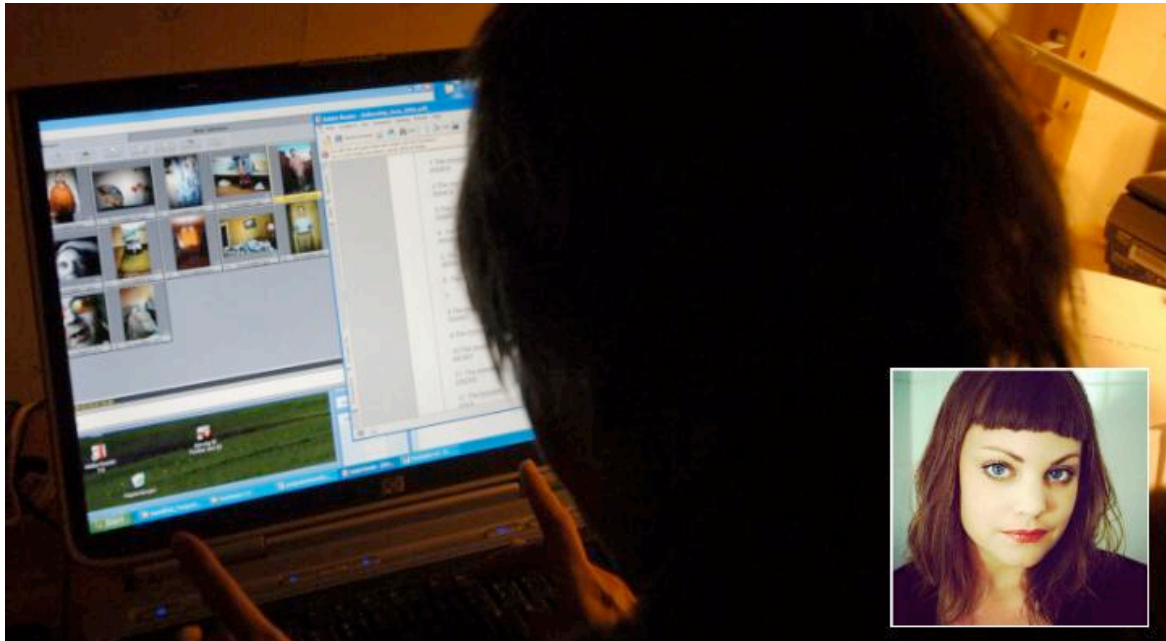
Drivande aktör 2 kodar de drivande aktörerna under tillhörande aktörsgrupp, exempelvis skrivs nummer 1 för drivande aktör inom medieeliten.

Variabel 10: Utsatt aktör 2

Utsatt aktör 2 kodar de utsatta aktörerna under tillhörande aktörsgrupp, exempelvis skrivs nummer 1 för utsatt aktör inom medieeliten.

Bilaga 4: Kvalitativa textanalysens studieobjekt

Debattartikel från SVT Debatt



Lisa Magnusson svarar Oscar Swartz om näthatet mot kvinnor:

Nej Swartz, näthatarna är inte intresserade av sanningen

Publicerad 8 februari, 2013 - 13:07

MÄN SOM NÄTHATAR KVINNOR Precis som Oscar Swartz älskar jag internet. Men hans tes om att näthatet skulle vara ett uppror mot medieeliten är orimlig. Varför förföljs Aftonbladets kvinnliga kulturchef, men aldrig den manlige chefredaktören? Har Oscar Swartz, själv inflytelserik debattör, någon gång fått höra att folk tänker stycka honom och steka hans kuk i smör? Föraktet mot kvinnor och invandrare är kärnan i näthatarnas verksamhet, skriver Lisa Magnusson i en replik.

Oscar Swartz har skrivit en konstig artikel på [SVT Debatt](#) i sällvågorna av Uppdrag Gransknings reportage om hatet och hoten som drabbar oss kvinnor i offentligheten. Han använder samma konspiratoriska språk som dem som angriper oss, talar i termer om hur allt detta egentligen bara handlar om att "markfolket" vill "protestera" mot "den hegemoniska politiska och mediala eliten".

Denna idé, att kvinnor i offentligheten på något sätt liksom förtrycker folk genom att inte själva ge uttryck för rasistiska och sexistiska åsikter, förfäktas ivrigt av sajter som Avpixlat och Fria Tider för att rättfärdiga vedervärdigheter mot oss.

"Alternativa nyhetsbyråer", kallar Oscar Swartz dem. Men de förmedlar ju inga nyheter? Deras verksamhet går ut på att publicera texter som bekräftar det förakt de känner för

kvinnor, invandrare och vänsterrörelsen, och så kryddar de det med groteska vantolkningar och fria fantasier.

Jag har själv fått mig en släng av sleven både en och två gånger. Bland annat hävdas det på de här sajterna att jag tycker att det är okej när invandrare våldtar, och att jag tycker att vita män är djur.

Självklart har jag aldrig sagt något sådant, men det spelar ingen roll hur många gånger jag påpekar det. Sajterna i fråga är nämligen inte intresserade av sanningen. De är bara ute efter att piska upp den sorts stämning som sedan leder till att exempelvis jag trakasseras, utsätts för hot om våldtäkt och mord och får bilder på ihjälslagna kvinnolik hemskickade med posten.

Jag håller Avpixlat, Fria Tider och Nationell.nu direkt ansvariga för det som har hänt, och fortfarande händer, mig.

De som hänger på sajter som Avpixlat kallas i Oscar Swartz artikel "markfolket" – ett begrepp som antyder en tyst och stark majoritet med fötterna djupt rotade i den svenska myllan.

Men majoriteten av det svenska folket tycker inte att kvinnor som uttrycker en annan åsikt än deras är horor som skall dö en plågsam död. Inte heller tycker de flesta att homosexuella är äckliga, att de som röstar vänster är landsförräddarslödder eller att alla med svart hår och bruna ögon skall utvisas från Sverige.

Hatsajtsskribenterna och kommentarsfältskrigarna representerar inga andra än sig själva. Och det är inte demokrati de förespråkar, utan ett mörker som påminner om de allra minst utvecklade ländernas.

Att förtala, trakassera och hota är allvarliga brott, men Oscar Swartz kallar det för att "protestera". Säg mig, Oscar Swartz, du som är en inflytelserik samhällsdebattör och skribent från en namnkunnig släkt; hur ofta har folk "protesterat" mot dina åsikter genom att säga att du är en äcklig jävla gigolo och att de kommer att komma hem till dig på fredag för att knulla sönder dig och sedan stycka dig, steka din kuk i smör – med din adress bifogad, så att du skall veta att de har koll på var du bor?

Precis som Oscar Swartz älskar jag internet, och i likhet med honom tror jag inte att uthängningar och nedstängningar är rätt väg att gå. Men trots att jag älskar internet kan jag se att nätet också har inneboende svagheter, som vi på något sätt måste lära oss att tackla. Omedelbarheten, som är så exceptionell och fantastisk, kan leda till att folk gör en massa ogenomtänkta saker. Anonymiteten, som kan vara så befriande, kan bli en sköld i handen på nätterroristerna.

En sammanställning av nättrakasserier mellan åren 2000-2011 visar att av dem som trakasserat var 47,5% var män, 30,25% kvinnor, 1,21% blandade grupper och 21% av okänt kön. Av dem som utsatts för trakasserier var 72,5% kvinnor. Den största gruppen förövare är alltså män, och majoriteten av dem som blir trakasserade är kvinnor. Det är med andra ord inte så enkelt som Oscar Swartz vill få det till.

Det handlar inte om folkets sunda uppror mot en förtryckande överhet.

Om det vore så, om det verkligen är själva "makt- och medieeliten" som nätterroristerna vill åt, varför mordhotas då den kvinnliga huvudrollsinnehavaren i SCUM, men aldrig den manlige regissören? Varför förföljs Aftonbladets kvinnliga kulturchef, men aldrig den manlige chefredaktören? Varför är det jag som får höra att jag skall våldtas och mördas, men aldrig mina manliga kolumnistkollegor?

Och varför i hela friden sköljer ett helt orimligt hat över en vanlig ung tjej som inte gjort annat än att skriva på H&M:s Facebook-sida att hon inte gillar motivet på en av deras tröjor?

Lisa Magnusson, debattör och krönikör

Foto: Hasse Holmberg/Scanpix

Ledare från Aftonbladet

**Pk-eliten borde först ta en titt på sig själva
– Virtanen**

Kvinnor mordhotas av näthatare, stalkas, kallas hora och hotas med våldtäkt. Själva har jag mordhotats av näthatare, stalkats, kallats böghora och anklagats för våldtäkt. Jobbigt förstås, men näthatet jag får är inte lika systematiskt könsrelaterat som hatet mina kvinnliga kompisar tvingas leva med. Att kvinnor drabbas hårdast innebär inte att någon går säker för hatet. Det slår våldsamt mot alla, oavsett kön, ålder eller ursprung. Det kan drabba en invandrad manlig journalist lika hänsynslöst som en kvinnlig frilansare, det drabbar Julia på självaste H & M:s Facebooksida, det drabbar min kompis tonårsbarn som bröt ihop efter att ha utsatts för en vämjelig kampanj av ett gäng skolkamrater med tillgång till dator och ett helt fritt internet där vem som helst kan skriva vad som helst - lögner som Google aldrig glömmer. Ingen går fri från trollen och hatarna. Vämjeligheterna genomsyrar samhällskroppen. Alla mår i någon mån dåligt av den underbara uppfinningen internet. Har du inte drabbats själv så känner du någon. Näthatet är som alkoholism. Men vad som saknats i debatten efter "Uppdrag granskning" starka film i veckan är den så kallade pk-elitens eget ansvar. Jag kan inte låta bli att se mitt ansvar, kollegors ansvar, bloggares ansvar och twittrares ansvar. När den senaste näthatkampanjen klingat av, när medietwittrarna kliat varandra på ryggen och tagit jättekraftigt avstånd från pöbelns hemskheter, så återgår allt till det vanliga. Då sitter varu- märkesbyggande medieentreprenörer där igen med aggressiva och småhatiska angrepp på människor och företeelser i ett vildsint ordbajsande som kommit att upphöjas till debatt. Även i professionella texter, sanktionerade av stora mediehus, förekommer alltför grovt underhållningsvåld. Som kollektiv skickar journalister och den mediala halvvegetationen inte bra signaler. Något enstaka misstag här, ett annat där. En hårddragning här, en onödig "harmlös" elakhet där. En ton som sprider sig som ringar på vattnet. En ton som slutar med hat. Gud må förlåta oss somliga rader. Sågningar och taskigheter ger mer läsning än hyllningar, det har medier vetat sedan medier uppfanns. Man ska sticka ut för att höras i bruset. På andra sidan är det någon som drabbas av dessa hastigt utflugna ord, precis som kvinnorna i SVT:s reportage. Men kommersen skriker efter narcissistiska halvårar så i stället för att marginaliseras, vilket vore det rimliga, bjuds de in från laglöst nätland till radio och tv med uppgift att upprepa dyngan och vara "en frisk fläkt". Marginaliserade blir i stället de som aldrig någonsin bjuds in i pk-elitens storstadsvärme och vad gör de? De hatar ännu mer. Det är den enda röst de har. Starkare lagar mot hot och förtal och mer resurser till rättsväsendet är goda för-slag. Men en pk-elit som själv

är anständig är betydligt effektivare. I skuggan av hashtaggen #näthat så växte hashtaggen #nät kärlek fram på Twitter i veckan. Det må låta naivt, jag tycker att det låter väldigt vackert. Narcissistiska halvdårar bjuds in till radio och tv där deras uppgift är att upprepa sin dynga och vara en 'frisk fläkt'

© Aftonbladet

TV-inslag från SVT temasida Uppdrag Granskning - näthat

<http://www.svt.se/nyheter/sverige/article1014552.svt>

Inslag om när Anders Ahlqvist (IT-brottsspecialist Rikspolisstyrelsen) och Caroline Szyber (KD, ledamot Justitieutskottet) diskuterar näthat i SVT Gomorron.

Bilaga 5: Analysmodell

Retoriska analysen

1. Hur ser den retoriska situationen ut?

1. Vem är det som försöker övertyga?
2. Vem är det man försöker övertyga?
3. Vad är det man försöker övertyga om?
4. Vilken kontext sker det i?
5. Hur försöker man övertyga?

2. Vilka argumentationsmedel används för att övertyga sina läsare?

1. Argument som bygger på ethos
2. Argument som bygger på logos
3. Argument som bygger på pathos

Medielogik

3. Vilka berättartekniker används?

- Tillspetsning
- Förenkling
- Polarisering och konflikter
- Intensifiering
- Konkretisering
- Personifiering
- Stereotypisering

Semiotiska analysen

4. Vad säger artikeln/ inslaget med hänsyn till:

- Denotationer
- Konnotationer
- Myt
- Metafor
- Metonymi

Dessa analysvariabler används för att ge svar på frågor som kan kopplas till analyskategorierna

- Innehåll: Vad händer i texten? Vad handlar den om? Vad påstår den?
- Relation: Hur riktar sig texten till sin läsare? Hur skapar skribenten en relation till sin läsare? Genom vilka språkhandling?
- Form: Vad är det för slags text?