# Berättelsen om svensk insats i Afghanistan

## En kvantitativ undersökning av mediers roll för det strategiska narrativet

*av Marcus Ekengren*

**Résumé**

The Afghan war post 9/11 has become the source of multiple case studies. Recent studies suggest that variations in domestic support for deployment of troops in Afghanistan can be explained by means of the strategic narratives provided by the policymakers of the contributing state; a strong consistent narrative increases public support. Scholars recognize a Swedish catch-all narrative, which suggests that it weakens the narrative, thus raising the uncertainty among the public. The study presented in this article investigates the projection of Swedish strategic narrative through elite Swedish newspapers. The content analysis reveals an inconsistency between the policymaker's formation of the strategic narrative and the narrative projected by individual newspapers. The finding suggests that the lack of a strong strategic narrative due to the inconsistencies raised an uncertainty among the public during the period. The results recognize media to be a significant, but surprisingly unnoticed, actor in the projection of policymakers' strategic narratives.

EN LEDNING AV något slag måste kunna motivera och legitimera varför beslut tas och handlingar utförs för att vinna omgivningens stöd. Detta blir speciellt påtagligt för den offentliga makten i moderna demokratier. Antingen detta stöd består av laga stöd, opinionsstöd, stöd från underställda enheter eller samarbetspartner av olika slag, måste hänsyn tas till omgivningen och dess uppfattning av motiven.

När det kommer till svenska militära insatser utomlands sanktionerade av FN har deltagandet traditionellt sett åtnjutit stort förtroenden hos den svenska befolkningen.

Opinionsundersökningar visar dock på ett fallande förtroende för dessa insatser under perioden för den svenska militära insatsen i Afghanistan, till förmån för ett ökat antal utan åsikt i frågan. Det är alltså inte en markant ökning av motstånd till militära insatser utomlands, utan en ökad osäkerhet bland allmänheten.[1] Detta har Ångström och Noreen uppmärksammat i sitt bidrag till en multipel fallstudie[2] rörande tretton deltagarnationers motiveringar till respektive nations bidrag i Afghanistan. Då insatsen i Afghanistan var den mest tongivande under perioden gör Ångström och Noreen sambandet kausalt, även om de berör möjligheten att insatsen och opinionen inte är beroende av varandra.[3]

Ångström och Noreen föreslår, efter en analys av riksdagsdebatter rörande svensk insats i Afghanistan, att allmänhetens ökade osäkerhet rörande svenska militära insatser utomlands kan förklaras med att statsmakterna skapar en bild av varför svensk trupp sätts in i Afghanistan; ett *strategiskt narrativ*, som varken är tydligt eller konsekvent. I sin strävan att forma ett sammanhängande *varför*

till insatsen i Afghanistan, som tillmötesgår flertalet olika mottagare och minimerar utrymmet för att konkurrerande motiv skapas, formar Sveriges makthavare det strategiska narrativet. Narrativets innehåll består av ett brett spektrum av olika motiv. Motiv som stundom kan förefalla motsägelsefulla. Ångström och Noreen beskriver narrativet som en helgardering (*catch-all narrative)*.[4]

Förklaringen ovan förutsätter att allmänheten faktiskt mottar det strategiska narrativ som statsmakterna via riksdagsdebatterna skapar. Den breda allmänheten följer sällan riksdagsdebatter, utan förlitar sig på mediebevakning. Medier bildar här en länk mellan det offentliga och allmänheten. Så snarare än att betrakta statsmakternas utformning av det strategiska narrativet bör man betrakta narrativets projektion via medierna för att kunna dra paralleller mellan det strategiska narrativet och den ökade osäkerheten bland allmänheten om svensk militär insats utomlands. Antingen resultatet av undersökningen redovisad nedan stödjer Ångström och Noreens resultat eller inte, så ger en kartläggning av hur svensk militär insats utomlands motiveras enligt svenska medier en ökad förståelse för mediernas roll som länk mellan det offentliga och allmänheten när det kommer till svenskt strategiskt narrativ specifikt och strategiska narrativ generellt.

Utifrån ledare och debattartiklar i svensk dagspress, kartläggs svenska mediers bild av motiven för den svenska militära insatsen i Afghanistan under åren 2002–2014. Artikeln gör inte anspråk på att fastställa ett samband mellan strategiska narrativs projektion via medier och opinionen, men ideologiska skillnader dagstidningarna emellan och förändringarna över tiden ger en bild allmänheten exponeras för när det kommer till makthavarnas strategiska kommunikation. De frågeställningar undersökningen ämnar svara på är:

- På vilka sätt motiveras svensk militär insats i Afghanistan av svensk dagspress?
- Hur konsekventa ter sig motiven som svensk dagspress framställer för svensk militär insats i Afghanistan?
- Skiljer sig motiven åt olika dagstidningar emellan?

Att undersöka narrativens projektion via medier är inte unikt, men denna undersökning bidrar likväl empiriskt till det vetenskapliga området genom att behandla svensk militär insats i Afghanistan som fall; ett fall där narrativet är av helgarderad karaktär och skapar ökad osäkerhet hos opinionen gällande militära insatser i utlandet. Undersökningen lyfter också upp svaga delar i tidigare forskning för granskning. Slutsatser dragna av undersökningen kan öka makthavares möjligheter att dels påverka hemmaopinionens förståelse för militära insatser utomlands och dels förstå allmänhetens reaktioner på detsamma bättre.

## Den svenska dagspressen

Svensk dagspress representeras i denna undersökning av artiklar ur tre svenska dagstidningar; *Dagens Nyheter*, *Aftonbladet* samt *Svenska Dagbladet*. Dessa tidningar är samtliga rikstäckande och hade 2014 tillsammans en daglig upplaga av 642 000 exemplar, där *Dagens Nyheter* (283 000 ex) och *Aftonbladet* (199 000 ex) är de svenska dagstidningar med störst respektive näst största upplagor. *Svenska Dagbladet* (160 000 ex) placeras såsom femte största dagstidning.[5] Värt att ha i åtanke är att dessa exemplar når fler läsare än upplagor, då ett exemplar läses av flera i exempelvis ett hushåll eller på en arbetsplats. Även om tryckta upplagor gått ner markant under de senaste decennierna, så dominerades den tryckta dagspressen av samma aktörer i samma rangordning

även 2005, så när som på att *Aftonbladet* (429 000 ex) hade en större upplaga än *Dagens Nyheter* (363 000 ex).[6]

I takt med att dagspressens fysiska upplagor minskar, ökar samma tidningars nätupplagor. Bland svensk dagspress nätsajter konkurrerar endast *Expressen* bland de mest lästa såsom näst störst.[7] Dagspressens nätsajter torde därmed bidra till spridningen av artiklar publicerade i de fysiska upplagorna, då dessa även går att återfinna på nätet.

Dagstidningarna i undersökningen skiljer sig från varandra genom att vara uttalat olika politiskt inriktade. *Dagens Nyheter* beskriver sig själva som oberoende liberal, *Aftonbladet* som oberoende socialdemokratisk och *Svenska Dagbladet* som oberoende moderat.

Material för undersökningen är ledar- och opinionssidor. Dessa kategorier ger utrymme för både kritik av och resonemang kring *varför* makthavarna agerar eller kommunicerar som de gör. Nyhetsartiklar och -reportage fungerar snarare som förmedlare av *vad* för beslut som tas.

Valet av dagstidningar bygger på två kriterier; de ska nå ut till en stor mängd läsare och de ska representera olika politiska inriktningar. Kriterierna har prioriterats i ordningen antal läsare före politisk färg, vilket motiveras genom att det resultat den enskilda tidningen genererar också ska kunna företräda den bild en väsentlig del av den svenska befolkningen exponeras för. Samtidigt är de största av våra dagstidningar väldigt Stockholmkoncentrerade, vilket skulle kunna medföra att de åsikter som uttrycks i dessa tidningar till en viss grad blivit homogeniserade. En större skillnad utfallen emellan skulle mycket väl kunna uppstå om valet på tidningar istället föll på lokaltidningar. Dock skulle konsekvensen av det bli att validiteten i studien minskar och resultatet av studien inte blir lika generaliserbart.

## Tidigare forskning

Västländernas engagemang i Afghanistan inom ramen för Operation Enduring Freedom (OEF) samt International Security Assistance Force (ISAF) har visat sig utgöra en tacksam grund för studiet av hur den inhemska opinionen påverkar och påverkas av insatser i fjärran länder. I antologin *Strategic Narratives, Public Opinion, and War: Winning Domestic support for the Afghan War*[8] har 26 olika forskare bidragit med resonemang kring strategiska narrativ som koncept samt analyser av 13 länder, som alla bidragit militärt till kriget i Afghanistan inom ramen för OEF och ISAF. Analyserna har utgått ifrån det strategiska narrativet som teoretiska koncept och kopplar agerandet av respektive lands maktelit till hemmaopinionen. Få av bidragen fäster dock någon uppmärksamhet vid mediers roll i att förmedla narrativet. De Graaf och Dimitriu inkluderar dem dock när de behandlar den nederländska insatsen.[9]

Liksom i det svenska fallet skapade de nederländska beslutsfattarna ett strategiskt narrativ som utgjordes av ett brett spektrum av motiv. En skillnad mellan det svenska och det nederländska fallet är de motnarrativ som skapades av den politiska oppositionen i det senare fallet. De Graaf och Dimitriu menar att medier i det nederländska fallet fungerade dels som ett led i beslutsfattarnas kommunikation med allmänheten och dels som kanal för oppositionella krafters strategiska motnarrativ.[10] I det svenska fallet menar Ångström och Noreen att avsaknaden av något starkt motnarrativ kan förklaras av den konsensustradition som råder inom svensk utrikespolitik.[11] Det svenska fallet blir därmed intressant att studera utifrån hur mediers roll som länk mot allmänheten ter sig när ett helgarderat strategiskt narrativ skapats i konsensus, som från politiskt håll ej ger upphov till starka motnarrativ.

Flera av bidragsgivarna till antologin har även tidigare studerat opinionsbildningen kring olika nationers bidrag till insatsen i Afghanistan utifrån konceptet strategiskt narrativ.

Ringsmose & Børgensen förklarar, utifrån analys av brittiskt, kanadensiskt, nederländskt samt danskt strategiskt narrativ och opinionsundersökningar från respektive land, att möjligheterna att vinna hemmaopinionens stöd ökar av ett starkt strategiskt narrativ, där insatsens *när, var, hur* och *varför* framgår med all tydlighet, medan svaga motiv snabbt bidrar till intolerans för insatsen och dess kostnader, både monetära och humana.[12]

Relevansen inom ovan nämnda forskning bygger på att makthavare faktiskt har ett intresse av att blidka hemmaopinionen. Inom diskursen uppfattas det lätt som att detta tas för givet. Detta axiom går dock inte fritt från kritik. Betydelsen nedtonas eller avfärdas från vissa håll helt till förmån för internationella påtryckningar.[13] Att hemmaopinionen är av så ringa betydelse som Kreps uttrycker det anses dock inom området vara en ytterlighet, men det används av desto fler i argumenten för en mer nyanserad bild, där inte politikernas enda mål är att bli omvald nästa mandatperiod.[14]

Sedan startskottet för OEF i oktober 2001 har medierna utvecklats avsevärt och den medieekologi som då rådde ser helt annorlunda ut vid tidpunkten för ISAF:s avveckling 2014. Forskningen nämnd ovan, och så även denna undersökning, har endast tagit hänsyn till traditionella medier i form av den tryckta pressen. Forskning rörande nya medier visar dock på att sociala medier kan utgöra en stark grogrund för motnarrativ, där Youtube-klipp under USA:s angrepp mot Irak 2003 utgör ett tydligt exempel.[15] Forskning kring nya mediers påverkan på opinionen och grogrund för motnarrativ kan dock anses som omogen ännu. Detta påvisas t ex av Hellman och Wagnsson, där de större försvarsbloggarna i Sverige snarare stärker det officiella strategiska narrativet än skapar motnarrativ.[16]

Denna undersökning kompletterar, och i viss mån utmanar, Ångströms och Noreens studie gällande det specifika fallet av svenskt strategiskt narrativ om den militära insatsen i Afghanistan, genom att fokusera på hur narrativet förmedlas av dagspressen. Undersökningen bidrar även till ytterligare empiri när det kommer till medias roll för strategiska narrativ samt dess påverkan på hemmaopinionen.

## Strategiskt narrativ i teori och praktik

Intresset för och teoribildning kring narrativ inom de moderna samhällsvetenskaperna växte fram under 1980-talet. Barbara Czarniawska nämner i en introduktion till ämnet bl a Walter R. Fisher som tongivande för narrativet som begrepp inom just statsvetenskapen.[17] Teoretiker inom området menar att människans förhållande till sin omgivning, må det vara politiskt eller kulturellt, tydliggörs och får mening genom berättelser – ett narrativ. Bergström och Boréus påpekar dock att synen på vad narrativ är och bör betraktas som i vetenskapligt sammanhang skiljer sig åt anhängare emellan. Då det inte råder samsyn om vare sig definitioner eller användning av narrativ, saknas även vedertagna analysmetoder för att behandla narrativ.[18]

I ett strategiskt sammanhang beskriver Lawrence Freedman narrativbegreppet som ”compelling story lines which can explain events convincingly and from which inferences can be drawn”.[19] Narrativen bör betraktas som mer än endast retorik; det är även bärare av kultur, identitet och tillhörighet. Narrativen fungerar som grund och

ramverk för gemensamma mål och fungera som meningsskapare.[20] Strategiska narrativ är inte bara ett ramverk, med vars hjälp skeenden kan betraktas. Det fungerar också som ett konkret kommunikativt verktyg för makteliten att utnyttja. Genom ett skickligt utformat och kommunicerat strategiskt narrativ kan makthavare skapa mening gällande vad som skett, vad som sker och vad som komma ska för att bana väg mot olika politiska mål.[21]

Narrativ samverkar med andra, redan befintliga narrativ. Narrativ existerar och samexisterar på olika nivåer. De kan innefatta hela internationella system som narrativet *Kriget mot terrorn*, via narrativ som bärare av nationell identitet till enskilda sak-narrativ.[22] Insikter om befintliga narrativ och hur de påverkar varandra kan i sin tur utnyttjas av makthavare och användas strategiskt. Genom att skapa ett strategiskt narrativ som stämmer väl in bland befintliga narrativ kan makthavare signalera trovärdighet och skapa mening i sitt agerande.[23]

Undersökningen fokuserar på hur det strategiska narrativet om en svensk militär insats i Afghanistan påverkar och påverkas av det existerande narrativet om en militär insats i utlandet generellt, såsom det uppfattas av hemmaopinionen. Värt att ha i åtanke är att samma strategiska narrativ samtidigt interagerar med andra narrativ. Narrativen utvecklas därmed efter hand, efter makthavarnas behov och efter händelser i omvärlden. Ett system av olika budskap, vilket tillsammans konstruerar narrativet som inledningsvis håller samman och upplevs som konsekvent kan med tiden förändras till ett system bestående av delar som står i konflikt med varandra.[24] Sådan oförutsedd utveckling sker i större omfattning och med mer betydande konsekvenser efter framväxten av ett nytt medialt landskap i början av 2000-talet. De ökade globala kommunikationsmöjligheterna samt statsmakternas minskade förmåga att kontrollera informationsflöden skapar en högre komplexitet i internationella relationer. Strategiska narrativ erbjuder ett konceptuellt ramverk för att hantera detta och har aktualiserats det senaste decenniet.[25]

Strategiska narrativ kan betraktas vid olika skeden: makthavares utformning av ett strategiskt narrativ och hur de påverkas av befintliga narrativ (*formation*); hur narrativet projiceras, d v s hur det t ex via medier sprids (*projection*); mottagandet av det strategiska narrativet hos en mottagargrupp (*reception*); hur mottagargruppen skapar en mening av narrativets budskap utifrån mottagarens omständigheter (*interpretation*).[26] För att makthavarnas strategiska målsättning ska uppnås måste narrativet ha erforderlig effekt genom hela kedjan, från utformningen till tolkningen. En lyckad strategisk kommunikation torde kräva både god kännedom om hur de olika stegen fungerar och möjligheter att influera dessa. En övervägande del av tidigare forskning fokuserar på utformandet av strategiska narrativ (*formation*). Denna undersökning tar dock sin utgångspunkt i *projektionen* av det strategiska narrativet.

## ”Framing” som koncept

Narrativ som koncept är nära sammankopplat med konceptet inramning, *framing*. Framing rör snarare retorik, där händelser, karaktäristika eller dylikt kopplas ihop för att en specifik tolkning, beskaffenhet eller kanske lösning av en situation. ”Narratives devote attention to time and space, while framing is a snapshot of an issue in a given moment.”[27] Robert Entmans definition av *media framing* lyder ”to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text in such a way as to promote a particular problem definition,

causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation".[28]

Medan det strategiska narrativet utgör en komponent av en inramning av en specifik sakfråga, fungerar dessa inramningar också som byggstenar av strategiska narrativ. Genom att studera inramningen av sakfrågor kan man därmed också studera narrativet de ingår i.[29] I denna undersökning betraktas de olika motivtyperna beskrivna nedan såsom inramningar som bygger upp det strategiska narrativet.

## Helgarderat narrativ och motnarrativ

Det helgarderade narrativet, som återkommer artikeln igenom, refererar till Ångström och Noreens användande av termen *catch-all narrative*. Det helgarderade narrativet, genom vilket den svenska insatsen i Afghanistan motiveras och legitimeras, gör en ansats att vara så många olika mottagargrupper som möjligt till lags och därmed stävja att eventuella konkurrerande narrativ får fäste. Detta trots att motiven sinsemellan riskerar att bli motsägelsefulla. En starkt bidragande faktor till det helgarderade narrativet konstateras vara den konsensuskultur som råder inom svensk politik, där en bred flora av motiv formas som konsekvens av att nå konsensus.[30] Detta kan ställas i kontrast till danskt strategiskt narrativ för insats i

Afghanistan, där ett tydligt strategiskt narrativ utformats som sedan erhöll ett brett parlamentariskt stöd. Politisk konsensus i form av brett parlamentariskt stöd innebar i det danska fallet inte kompromissande eller försvagande av det tydliga strategiska narrativet. Det danska narrativet visade, till skillnad från det svenska, ett starkt opinionsstöd.[31]

Konsekvenserna av en sådan helgardering föreslås vara ett minskat förtroende för svensk utrikespolitik och en ökad osäkerhet, både inhemskt och internationellt, vad det egentliga syftet med insatsen är.[32]

Konkurrerande narrativ kan även komma att uppstå, vilket utgörs av en alternativ berättelse som delvis eller helt motsäger det ursprungliga narrativet. Ett sådant konkurrerande narrativ kan både uppstå medvetet och skapas omedvetet. Det förstnämnda alternativet kan exempelvis skapas av politiska oppositionspartier, men även medier och andra oppositionella krafter kan ge upphov till konkurrerande narrativ.[33] I denna artikel benämns medvetet skapade konkurrerande narrativ motnarrativ (*counter narrative*). De Graaf och Dimitriu beskriver det som att avsaknandet av ett starkt, tydligt strategiskt narrativ ger upphov till ett politiskt vakuum, vilket sedan kan fyllas med oppositionella krafters motnarrativ. Motnarrativ som under dessa omständigheter, jämfört med om konsensus råder inom makteliten, upptar tydlig plats i medierapporteringen och har i sin tur en effekt på hemmaopinionen.[34]

## En kvantitativ undersökning

I undersökningen analyseras tidningsartiklar som berör den svenska insatsen i Afghanistan med hänsyn till de motiv för insatsen som kommuniceras i texten. Motiven kategoriserades utefter de intressen de ger uttryck för: kortsiktiga-långsiktiga samt nationellt intresse-värdedrivna. Varje tidning analyserades för sig och placerades in i en fyrfältsmatris uppbyggd av de två ovan nämnda axlarna. Resultatet utgörs av en sammanställning av de olika artiklarnas motiv för vart år samt en sammanvägd placering för respektive tidning och tidsperiod i matrisen. Resultatet kompletteras också med illustrationer över förändringar över tid.

- Förekomsten av de fyra olika kategorierna svarar på den första frågan ställd ovan; *På vilka sätt motiveras svensk militär insats i Afghanistan av svensk dagspress?*
- Hur respektive tidning sammanvägt placerar sig i matrisen och hur placeringen förändas från år till år svarar på den andra frågan; *Hur konsekventa är motiven svensk dagspress framställer för svensk militär insats i Afghanistan?*
- Respektive tidnings sammanvägda resultat förs in i en gemensam matris och skillnader tidningarna emellan kan observeras. Detta svarar på den tredje forskningsfrågan; *Skiljer sig motiven åt olika dagstidningar emellan?*

Insamlad data i studien har analyserats utefter förekomsten av uttryck som motiverar svensk insats i Afghanistan. Resultatet ska klargöra om de olika tidningarna också speglar ett helgarderat narrativ eller om några motivtyper är mer dominerande. Varje text ger uttryck för inget, ett eller flera motiv.

Som en del av tillvägagångssättet konstruerades ett analysinstrument, vilket i denna studie utgörs av ett kodschema. Kodschemat beskriver närmre vad som ska noteras ur textmaterialet. Företeelserna som noteras benämns som kodningsenheter, medan textstycket som analyseras kallas analysenhet. Ett väl utarbetat kodschema med tillhörande kodningsinstruktioner lägger grunder för en god intersubjektivitet i studien. Ett sätt att själv pröva analysverktyget är att genomföra dubbelkodning. Då genomförs analys av samma material vid skilda tillfällen för att jämföra utfallen.[35]

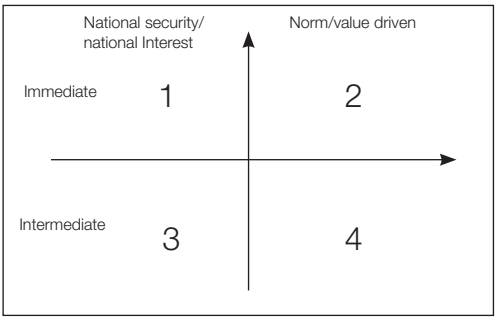
Insamlade data utgörs av ledare och opinionssidor från dagstidningarna *Dagens Nyheter*, *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet* mellan 2002-01-01 och 2014-12-31.[36] De olika texternas relevans som analysenheter bedömdes i en första genomläsning. Texten ska, för att vara giltig som analysenhet i denna undersökning, uttrycka någon typ av resonemang kring svensk militär insats i Afghanistan och inte endast återge en nyhetshändelse. Berör texten endast humanitärt bistånd och insatser utan att beröra eller syfta till de militära delarna, kommer den också att sållas bort.

## De Graafs fyrfältare och ”media framing”

I *Strategic Narratives, Public Opinion, and War* sammanställs alla bidragande länders narrativ längs med två axlar. Den första axeln sträcker sig från motiv som är direkta och handfasta (kortsiktiga) till motiv som är mer avlägsna och snarare rör mellanstatliga relationer (långsiktiga). Den andra axeln sträcker sig från att motiven gäller nationella intressen eller nationell säkerhet till att de snarare är värde- eller normgrundade. De kvadranter som bildas utgör idealtyper av narrativ, där argumenten från de deltagande ländernas olika narrativ kan placeras in. Dessa idealtyper av motiv utgör de mediainramningar (media frames) som kan tänkas bygga upp ett strategiskt narrativ.[37]

Coticchia och De Simone har nyttjat framing som del i sin operationalisering, då de behandlar Italiens insats i Afghanistan. I det italienska fallet har dock de olika inramningarna först identifierats genom en kvalitativ innehållsanalys av kabinettens protokoll.[38] På liknande vis skapade även de Graaf och Dimitriu de nederländska inramningarna.[39] De Graaf gör samtidigt i antologins sammanfattning anspråk på att fyrfältaren, med sina idealtyper, inkluderar dessa mer specifika narrativ som identifieras i de italienska och nederländska fallen. Till följd av detta nyttjar denna undersökning dessa idealtyper

som fyra generella inramningar istället för att identifiera fler specifika.[40]




*Figur 1 – Fyra idealtyper av motiv enligt de Graaf m fl*[41]

Utifrån Ångström och Noreens analys placeras argumenten som utgör det svenska strategiska narrativet precis i mitten, täckandes samtliga kvadranter.[42] Detta är också en placering Ångström och Noreen menar håller i sig genom hela insatstiden. Även om det strategiska narrativet förändras något, så fortsätter det vara av helgarderad karaktär.[43]

Genom att placera resultaten av denna undersöknings analyser enligt dessa axlar kan man resultatet också jämföras dem med Ångström och Noreens resultat och de slutsatser de Graaf m fl drar.

## Kodschema och kodningsinstruktioner

Kodschemat som används i denna undersökning bygger direkt på de fyra idealtyperna av motiv som återfinns i fyrfältsmatrisen beskriven ovan.

Anledningen till svensk militär insats i Afghanistan:[44]

1) För att främja svenska direkta och kortsiktiga nationella säkerhetsintressen. Uttryck för detta är: hindra spridning av terrorism/kriminalitet/narkotikaflöden innan den når Sverige; säkra svensk handel med/i Afghanistan.
2) Direkt och på kort sikt påverka i enlighet med svenska värderingar: hjälpa kvinnor och barn i Afghanistan; Visa solidaritet i kampen mot terrorn; dela västvärldens börda i internationella åtaganden.
3) För att främja svenska långsiktiga och mellanstatliga nationella säkerhetsintressen: stödja Nato/USA för att stärka svenska band till dessa; skapa goodwill/influenser hos FN/Nato; Förbättra Sveriges profil internationellt; utveckla svensk militär förmåga.
4) Långsiktigt och mellanstatligt sprida svenska värderingar: stärka
5) demokrati/mänskliga rättigheter; moralisk skyldighet att ställa upp för FNs resolutioner.

Var analysenhet kodas enligt ovan och uttrycks som en binär vektor, exempelvis (0, 1, 0, 1), där positionen representerar förekomst (1) eller icke förekomst (0) av argument av respektive kategori.

För att ett argument ska godtas ska det explicit eller implicit förmedla varför Sverige bidrar militärt i Afghanistan. Explicit här menas att det uttryckligen står vad motiven är enligt kodschemat och implicit att argumentationen i texten pekar på ett eller flera motiv, även om motiven inte står uttryckligen. Implicita uttryck tolkas i denna undersökning restriktivt, då metoden riskerar att bli svag om implikationerna inte är tydliga.

Undersökningen syftar till att identifiera de argument som respektive dagstidning lägger fram för att vara statsmakternas motiv. Det kan uttryckas neutralt på ett informativt vis, i samband med en argumentation för eller argumentation mot. Ett sätt kodningsenheter implicit kan komma till uttryck

är om textförfattaren till en analysenhet förutsätter att något motiv är gällande när vederbörande själv bygger sin argumentation. Textförfattare kan också argumentera för egna motiv, som tydligt är skilt från de motiv som statsmakterna har. Föreslagna motiv ska då inte räknas som kodningsenhet, om det tydligt är skilt från rådande motiv. En redogörelse för svensk trupps uppgifter är i sig heller inte uttryck för statsmakternas motiv, utan måste kompletteras med någon form av politisk viljeyttring.

I fall där motiv längs med ena axeln är tydligt men måste anses vara ett gränsfall längs med den andra axeln kommer motivet räknas som två motiv som uppfyller var sitt krav längs gränsfallsaxeln. Exempelvis genererar ett motiv som är tydligt gällande nationella säkerhetsintressen, men gränsfall om det ska räknas som direkta eller långsiktiga, (1, 0, 1, 0).[45]

## Kvantitativt kontra kvalitativt

Den kvantitativa ansatsen beskriven ovan har fördelen att det binära synsättet som implementerats i operationaliseringen ger upphov till tydliga resultat. Att betrakta världen svart eller vitt på detta sätt är dock en grov förenkling av verkligheten. Det torde vara ett rimligt antagande att en dagstidningstext, där något eller några motiv propageras starkt, påverkar läsaren i större utsträckning än i en text där motiv endast nämns i en bisats. I denna undersökning värderas dessa två fall lika; de indikerar förekomst av motiv. En kvalitativ metod skulle kunna vikta de motiv som uttrycks och därmed skapa en mer nyanserad bild av texten. En sådan metod ställer dock högre krav på operationaliseringens utformning. Generaliserbarheten riskerar att minska, då forskarens objektivitet sätts på prov vid den ökade graden av tolkning. Möjligheterna att behandla en stor mängd material torde också minska drastiskt. Däremot skulle en begränsad kvalitativ undersökning kunna komplettera denna undersökning.

Dubbelkodning har använts som metod i denna studie för att öka validiteten i undersökningen. Tjugo slumpmässigt utvalda texter ur analysmaterialet kodades igen för att jämföra utfallet från det tidiga. En av de tjugo analysenheterna visade på en skillnad i kodning.

## Dagstidningarnas representativitet

Metoden nyttjar dagstidningars ledare och opinionssidor som källa. Dessa källor får därmed utgöra en representation av vad den breda allmänheten tar intryck av vid opinionsbildning avseende svensk militär insats utomlands.

En alternativ uppsättning data för denna undersökning kan hämtas från radio och tv. Förtroendet för medieinnehållet i radio och tv, speciellt public service, är avsevärt större än för dagstidningar, både generellt och avseende var tidning för sig.[46] Den del av befolkningen som regelbundet tar del av nyheter via radio och tv är högre än andelen som tar del av nyheter via papperstidningar.[47] Dock så är opinionsprogrammen färre. En undersökning baserat på nyhetsrapportering går miste om eventuell diversifiering i förmedlade narrativ. Dessutom så återfinns inte samma uttalade politiska inriktningar inom radio och tv i Sverige som det gör med dagstidningar. Detta alternativ skulle dock kunna vara mer fruktbart om undersökningen gäller ett annat fall än Sverige.

Förtroendet för de olika dagstidningarna har varierat något under perioden 2002–2013. Både *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* åtnjuter 2002 liksom 2013 ett ganska stort förtroende, medan *Aftonbladet* tappat i för-

troende under perioden från att upplevas som ”antingen eller” 2002 till ”ganska litet” 2013.[48] Dessa nivåer stämmer väl överens även med respektive tidnings nätsajter.[49] Detta skulle kunna betyda att *Aftonbladets* läsare ställer sig mer kritiska till tidningens innehåll än de andra läsarna och att kommunikation inte har samma påverkan på denna grupp. Samtidigt är ett möjligt scenario att icke-läsare av *Aftonbladet* hyser ett väldigt svagt förtroende för tidningen, medan den ändå åtnjuter ett förtroende hos läsarna.

Undersökningen förutsätter i viss mån att påverkan från de olika dagstidningarna är ömsesidigt uteslutande. Medan *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* är morgontidningar, där en hög grad av ömsesidigt uteslutande torde vara att förvänta, så är *Aftonbladet* en kvällstidning, och gruppen som både läser en morgon- och en kvällstidning är inte obetydlig. Speciellt inte när tidningarnas nätsajter inkluderas, där exempelvis aftonbladet.se är Sveriges mest besökta sajt.[50] SOM-undersökningen 2012 visar att 32 % läser aftonbladet.se regelbundet och endast 8 % pappersupplagan.[51] En betydande överlappning av läsargrupper borde vara att förvänta. Dock så har ledar- och debattsidorna på aftonbladet.se endast 4,2 % respektive 3,0 % av de unika träffarna. Av morgontidningarna läsare uppger 54 % att de läser allt eller ganska mycket av ledare och kommentarer.[52] Enligt Wadbring vid SOM-institutet tenderar läsare av online-material ta del av sådant läsaren redan visste. Denna typ av bekräftelse kan tyda på att det kompletterande läsandet på tidningarnas nätsajter inte inför speciellt mycket nya infallsvinklar för läsaren, utan snarare bekräftar redan etablerade.[53]

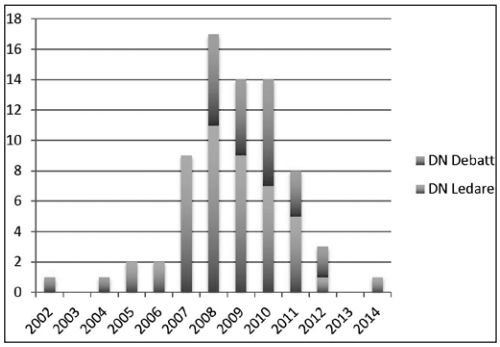
Aspekterna ovan påvisar en viss osäkerhet i materialvalet för denna undersökning, men de inbjuder också till fortsatta studier i ämnet där andra medier nyttjas som analysenheter.

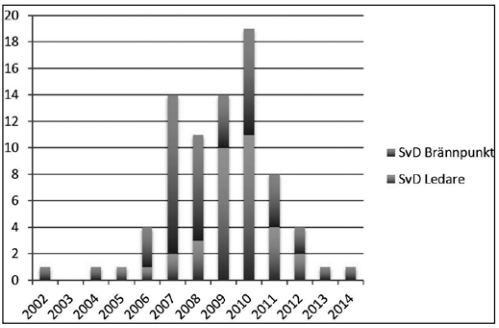
## Analys och resultat

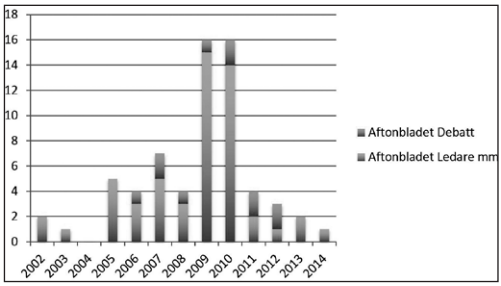
Då ansatsen till denna undersökning är kvantitativ till sin natur torde omfattningen av empirin vara relevant för att bedöma undersökningens validitet. Nedan redovisas omfattningen av undersökningens analysenheter.

Under perioden 2002-01-01 till 2014-12-31 har *Dagens Nyheter* publicerat 72 artiklar i kategorin ledare eller debatt som ger uttryck för motiv för svensk militär insats i Afghanistan och som därmed kvalificeras såsom analysenheter. Av dessa har 25 publicerats på debattsidorna och resterande 47 på ledarsidorna. Under samma period har *Aftonbladet* publicerat 65 artiklar i kategorin ledare[54] eller debatt. Av dessa har 11 publicerats på debattsidorna och 54 på ledarsidorna. Motsvarande läge för *Svenska Dagbladet* är 79 artiklar i kategorin ledare eller debatt, där 45 publicerats på debattsidorna och 34 på ledarsidorna.

Gemensamt för samtliga tre tidningar är att få texter som kvalificerar som analysenheter publicerades 2002–2004 samt 2013–2014. För att sätta detta i en tidsmässig kontext, så föreslogs att det svenska bidraget skulle utökas under 2005. Bidraget skulle omfatta mer personal på plats i Afghanistan samt ett övertagande av ansvaret för PRT i området kring Mazar-i-Sharif. Det första svenska dödsfallet i samband med insatsen inträffade också i november 2005. Under 2012 togs beslut att den svenska militära insatsen i Afghanistan i rådande form skulle avvecklas. Det blir tydligt under 2012–2014 att avvecklingen snarare än motiven för den svenska militära insatsen är fokus när Afghanistan behandlas i dagspressen. Valida slutsatser gällande de enskilda dagstidningarna be-




*Figur 2 – Analysenheter ur respektive dagstidning.*

döms inte kunna dras från resultatet från dessa år. Resultat gällande dessa redovisas därför endast för åren 2005–2012.

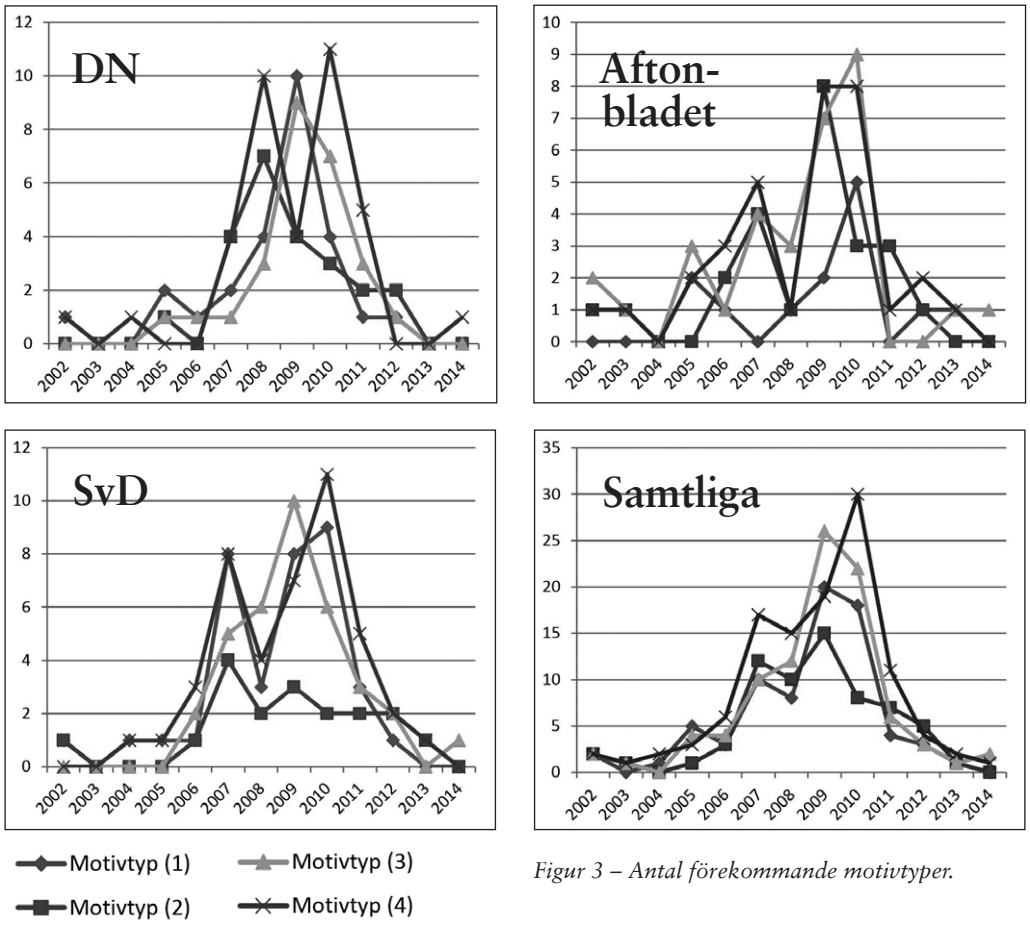
## På vilka sätt motiveras insatsen

När svar på frågeställningen På vilka sätt motiveras svensk militär insats i Afghanistan av svensk dagspress? söks bör också bristen på analysenheter beaktas. Det är svårt att dra några generella slutsatser om utfallet de år där analysenheterna är få. Däremot stärker det bilden av att kännedomen och intresset inte var speciellt stora kring varför Sverige bidrog till insatsen i Afghanistan. Initialt, d v s under 2002, skrevs sammanlagt i de tre dagstidningarna fyra artiklar som uttryckte motiven till insatsen. Detta följdes av en respektive två artiklar 2003 och 2004. Först under 2005 tycks intresset att skriva om motiven till insatsen ha väckts och åtta artiklar publicerades totalt.

År där många texter publiceras ökar följaktligen utrymmet för att fler typer av motiv ska förekomma. Samtliga av de fyra kategorierna av motiv finns representerade i *Dagens Nyheter* åren 2007 till 2011. I *Aftonbladet* finns samtliga representerade under 2006 samt åren 2008 till 2010. I *Svenska Dagbladet* återfinns samtliga motiv åren 2006 till 2012.

Resultatet för 2007 bör beaktas speciellt. Det kortsiktiga nationella intresset (1) representerades inte alls i de sju texter *Aftonbladet* publicerade detta år. *Aftonbladet* utmärker sig även 2011, då varken kortsiktiga (1) eller långsiktiga nationella intressen (3) representerades av tidningens fyra texter under det aktuella året. Dock bör noteras att fyra texter också måste betraktas som lågt ur validitetssynpunkt. *Dagens Nyheter* och *Aftonbladet* publicerade 2012 tre texter var. *Dagens Nyheter* saknade motivtypen långsiktigt värdegrundat (4) och *Aftonbladet* motivtypen långsiktigt nationellt intresse (3).

Sammanfattningsvis så nämns 2002 och 2004 motiv till insatsen så få gånger i svensk




*Figur 3 – Antal förekommande motivtyper.*

dagspress att det inte torde anses ge någon betydande påverkan på läsarna. Därmed motiveras inledningsvis svensk militär insats i Afghanistan inte alls. Därefter motiveras insatsen med alla motivtyper, vilket stämmer överens med det helgarderade strategiska narrativet Slutligen sker en återgång till samma situation som den inledande, och läsarna torde inte påverkas nämnvärt av de få aktuella texter som publicerades. Under den sistnämnda fasen kan bland publicerade texter ett tydligt fokus på avvecklingen av svensk insats i Afghanistan observeras, medan motiven för själva insatsen lämnas därhän.

## Hur konsekventa är motiven?

Den andra frågeställningen lyder: Hur konsekventa är motiven svensk dagspress framställer för svensk militär insats i Afghanistan?

För att beskriva hur konsekvent något är behöver det ställas i relation till något annat. De aspekter på konsekvens som behandlas nedan är: de sammanslagna motivens konsekvens i tid, d v s i relation till tidigare års resultat; de enskilda dagstidningarnas konsekvens i tid, d v s i relation till den enskilda dagstidningens tidigare resultat; de enskilda dagstidningarnas konsekvens mot de sammanslagna motiven. Den utsträckning moti-

ven är att betrakta som konsekventa beskrivs med graden av koherens utfallen emellan. Beräkningen av motivens tyngdpunkt erbjuder ett tydligt mått på koherens genom att beräkna avståndet mellan mätpunkten i fråga och det mätpunkten sätts i relation till. En närmre uppfattning om de enskilda åren erhålls av att betrakta vilka motivtyper den samlade motivbilden spänner över. Dessa två sätt att betrakta motivbilden på kompletterar varandra för en ökad förståelse av resultatet.

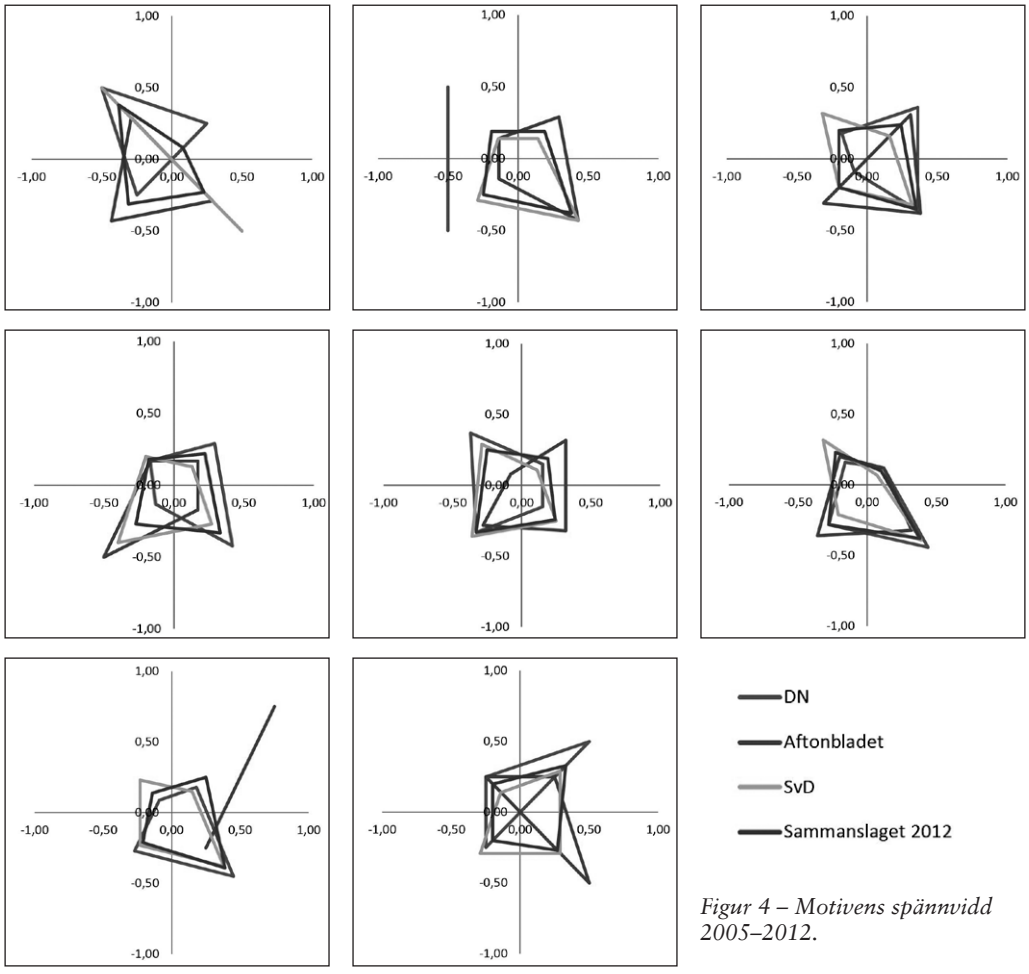
Spännvidden betraktar de enskilda motivtyperna oberoende av varandra; som fyra olika inramningar av motiven. Tyngdpunkten beskriver motivtyperna som beroende av varandra och erbjuder en uppfattning av i vilken grad den samlade motivbilden är värdegrundad och kortsiktig. Ett exempel på hur spännvidden kompletterar tyngdpunktskoherensen är då en jämn fördelning föreligger mellan utfall i kvadrant (1) och (4), men representation saknas i kvadrant (2) och (3), sätts i relation till ett jämnt fördelat utfall i kvadrant (2) och (3), men representation saknas i kvadrant (1) och (4). Tyngdpunkten skulle i båda fallen placeras nära origo i fyrfältsmatrisen. Betraktas motiven utifrån axlarna, så ger tyngdpunkten en representativ bild; graden av värderingar som grund till motiven (horisontalaxeln) och graden av kortsiktighet till motiven (vertikalaxeln) är konstant. Dock är motivtyperna helt ombytta. Situationen uppmärksammas i spännviddsfigurerna, där den avlånga polygonen roterar 90 grader från ett år till ett annat kring origo.

## Motivens spännvidd

Spännviddsfigurerna erbjuder en överblick hur motiven är fördelade för var dagstidning samt den samlade fördelningen. En unik polygon i de Graafs fyrfältsmatris representerar en unik motivbild. Ju längre in i en kvadrant polygonen stäcker sig desto större andel av denna motivtyp har läsarna fått ta del av under året. Om endast två motivtyper finns representerade bildas istället för en polygon en linje. Förekommer tre motivtyper bildas en triangel och en trapets när alla fyra motivtyper finns representerade. Helt jämt fördelat mellan alla fyra motivtyper bildar en kvadrat, vars mitt är placerad i origo. Ju närmre en kvadrat polygonen är desto tydligare är det helgarderade strategiska narrativet.

De år då antalet analysenheter är få bör slutsatser rörande den enskilda tidningens texter dras med bristande validitet i beaktande. Vart förekommande motiv påverkar, vid ett lågt antal analysenheter, utslaget avsevärt. Det kan därmed ge upphov till en bild av att tendensen är starkare än vad den reella influensen troligtvis är. Dock kan dessa data bidra till den sammansatta bilden för det aktuella året. Detta görs gällande 2005, 2006 samt 2012. Totala antalet texter är 8, 10 respektive 10 för dessa år. Åren 2002–2004 samt 2013–2014 presenteras inte alls här, då analysenheterna är allt för få.

De tre tidningarna sammanslaget placerar sig huvudsakligen väl kring origo, vilket visar på en jämn fördelning mellan motivtyperna; ett helgarderat strategiskt narrativ förmedlas via dagspressen generellt. En liten förskjutning åt det långsiktiga hållet längs med den vertikala axeln och åt det värdegrundade hållet längs med horisontalaxeln kan noteras dock. Denna placering stämmer väl överens hur motiven i riksdagsdebatterna placerar sig enligt Ångström och Noreen.[55] Det något spretiga utfallet 2005 bör åter igen betraktas med det ringa antalet av analysenheterna i åtanke. Utmärker sig gör 2009, då det sammanslagna resultatet drar sig åt det nationella hållet längs med horisontalaxeln. Året efter skiftar detta läge, för att resultatet med tydlighet drar åt den långsiktiga värdegrundade hållet. Denna tendens syns fortfarande under

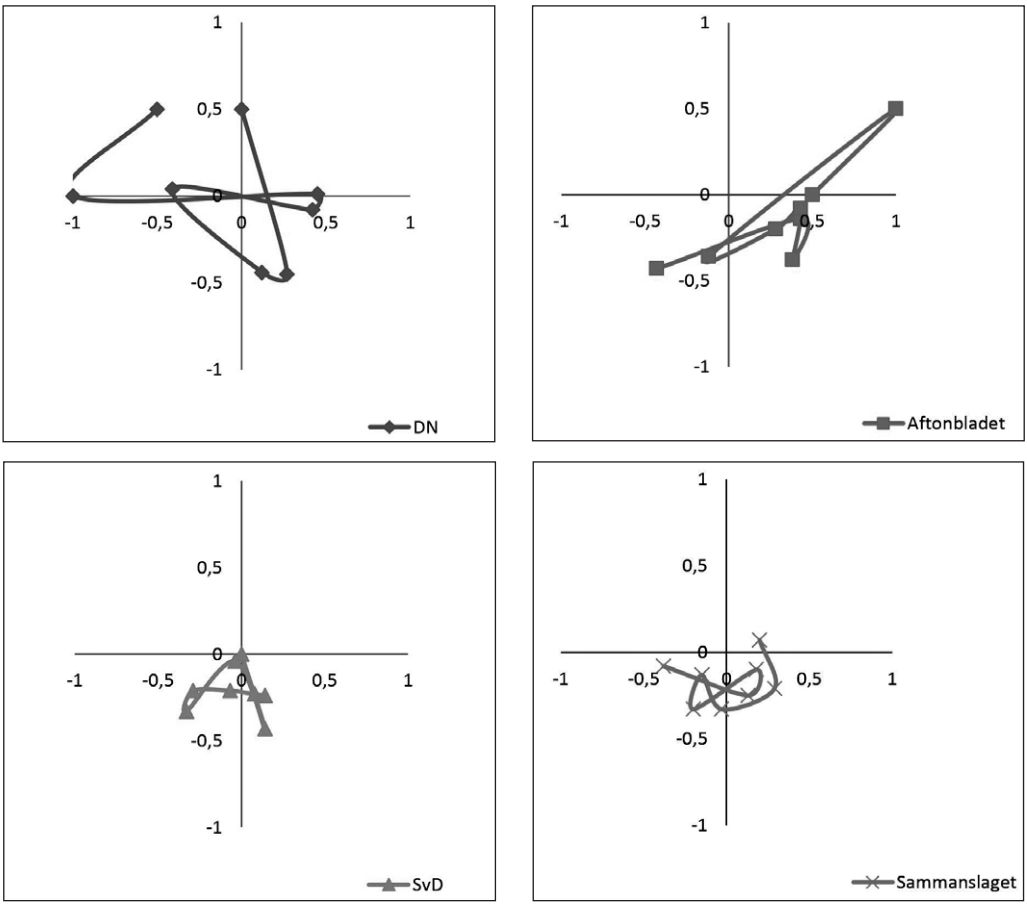



*Figur 4 – Motivens spännvidd 2005–2012.*

2011, för att resultatet återigen placeras en bit in åt det värdegrundade hållet längsmed horisontalaxeln 2012. Längs med vertikalaxeln rör sig den sammanslagna placeringen huvudsakligen på den nedre, långsiktiga halvan. Undantaget är 2012, då den sammanslagna placeringen går över något åt det kortsiktiga hållet.

Betraktas tidningarna för sig framträder större variationer från år till år vad respektive tidningars motiv spänner sig över för motivtyper. Under de välrepresenterade åren 2007–2011 visar *Dagens Nyheter* upp ett inkonsekvent förmedlande av motivtyper, dels i relation till angränsande år och dels till den ideala helgarderade motivbilden. Inledningsvis noteras en markant förskjutning åt det värdegrundade hållet, som stärks ytterligare åt det långsiktiga värdegrundade hållet 2008. Året därpå skiftas motiven starkt till att vara av typen nationella intressen. Dessa motiv tappar sedan under 2010 sin dominans och en tydlig tendens åt det långsiktiga värdegrundade hållet etableras.

*Aftonbladet* är välrepresenterat 2007–2010. Perioden inleds med att motivtypen




*Figur 5 – Motivens tyngdpunkt 2005–2012.*

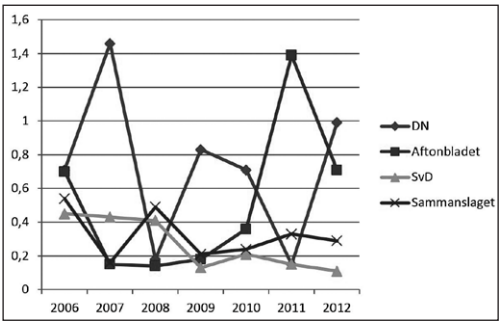
kortsiktiga nationella intresset inte förmedlas alls, medan övriga motivtyper är jämt fördelade. Året därpå förmedlas även denna motivtyp, men det långsiktiga nationella är det dominerande. Vikten skjuts tydligt över åt det värdegrundade hållet under 2009, medan det skiftar tillbaka åt det nationella hållet under 2010. De långsiktiga motiven stärks också kraftigt under 2010.

*Svenska Dagbladet* måste anses välrepresenterat åren 2007–2011 och är också den tidning som uppvisar högst grad av koherens. Likt *Aftonbladet* noteras en tendens åt det långsiktiga nationella hållet under 2008, men inte lika kraftigt. Åren 2007, 2010 och 2011 är de kortsiktiga nationella samt långsiktiga värdegrundade motiven dominerande för *Svenska Dagbladet*. Det särskiljer tidningen från de andra, att två diametralt olika motivtyper är de dominerande under samma år.

## Motivens koherens sett till tyngdpunkt

Det andra sättet att beskriva motivbilden är, som nämnt ovan, att betrakta motiven utefter axlarna istället för de enskilda idealmotiven

som spännvidden gör. Med detta synsätt betraktas ändarna på de två axlarna som varandras respektive motpoler. Resultatet av detta kan beskrivas som ett snittmotiv, eller den gemensamma tyngdpunkten. Ett motiv i fjärde kvadranten, d v s långsiktigt värdegrundat, förflyttar snittmotivet till höger på den horisontella skalan. Snittmotivets värdegrundade värde ökar därmed. På samma vis minskar det kortsiktiga värdet. I Figur 5 illustreras motivtypernas förändring i tyngdpunkt mellan åren 2005–2012, först för var dagstidning och sedan den sammanslagna förändringen.




*Figur 6 – Koherens mot föregående år.*

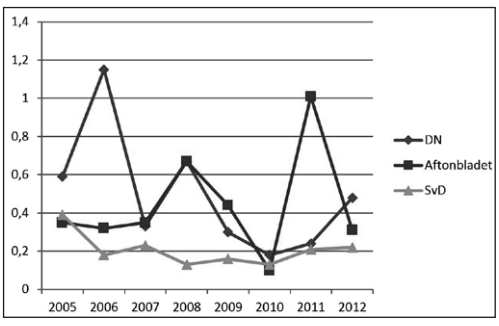
Måttet på tyngdpunktskoherensen erhålles genom att beräkna avståndet mellan mätpunkterna ett år till ett annat. Figur 6 beskriver koherensen mellan det aktuella och det föregående året. Ett högt värde visar på låg koherens som i sin tur indikerar ett inkonsekvent förmedlande av motiv.

*Dagens Nyheter* visar på en låg grad av koherens åren emellan, vilket följer av allmänt höga värden. Medelvärdet på koherensen över perioden är 0,72. Som nämnt ovan placeras *Dagens Nyheter* extremt åt det nationella intresset längs med horisontalaxeln 2006. Med i beaktandet av detta utfall bör vara att det endast är två texter som utgör analysenheter för *Dagens Nyheter* 2006. Även med detta i åtanke skiftar typerna av motiv generellt sett mycket från år till år förtidningen.

*Aftonbladet* visar en låg grad av koherens i början och i slutet av perioden, medan 2007–2010 visar en hög grad av koherens. Över perioden erhåller *Aftonbladet* medelvärdet 0,52 i koherens. Utfallet 2011 sticker ut rejält, men antalet analysenheter för tidningen detta år var fyra. Detta låga antal förklarar ett extremt utslag och det bör betraktas med vetskapen att påverkan på *Aftonbladets* läsare troligtvis är lågt till följd av få publicerade texter.

*Svenska Dagbladet* är den tidning som uppvisar högst grad av koherens under hela perioden, vilket tolkas som ett konsekvent förmedlade av motivtyper. Medelvärdet på koherens är 0,27.

Figur 7 beskriver istället koherensen mellan de sammanslagna motiven och den enskilda tidningen för var år. Genom att det sammanslagna motivet får representera den breda allmänhetens bild av motiven för svensk militär insats i Afghanistan, beskriver koherensen som visas i figuren hur mycket synen hos respektive dagstidnings läsare skiljer sig från allmänhetens under det angivna året.



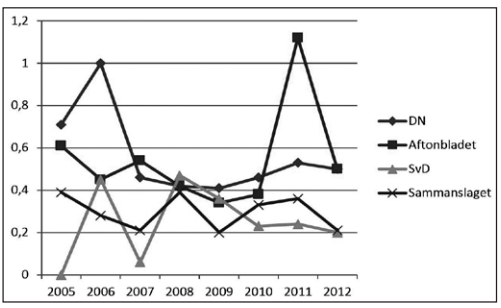

*Figur 7 – Koherens mot den sammanslagna motivbilden*

Av figuren framgår tydligt när de olika dagstidningarna skiljer sig från den gängse uppfattningen. Även i detta avseende visar

*Svenska Dagbladet* en hög grad av kongruens under perioden. Bortsett från periodens första år, 2005, avviker tidningen inte mer än 0,20 från normvärdet. Värt att nämna i sammanhanget är att *Svenska Dagbladet* också publicerat flest texter som kvalificerat som analysenheter, även om skillnaden inte är stor framför allt i jämförelse med *Dagens Nyheter*. Detta gör ändå *Svenska Dagbladet* till den mest normgivande av dagstidningarna i detta sammanhang.

En sista aspekt när det kommer till tidningarnas koherens är hur de förhåller sig till det ideala helgarderade narrativet. En hög koherens av detta slag tyder på att dagstidningen i fråga konsekvent förmedlar ett helgarderat strategiskt narrativ.

Den sammanslagna motivbilden dagstidningarna förmedlar har en koherens mellan 0,20 – 0,40 till den ideala helgarderade motivbilden under hela perioden, med medelvärdet 0,30. *Svenska Dagbladet* visar åter på en hög grad av koherens även när det kommer till relationen till den ideala helgarderade motivbilden. Trots att *Svenska Dagbladet* placerar sig över den sammanslagna motivbilden några år så erhåller tidningen ett medelvärde på 0,25, vilket understiger den sammanslagna koherensen. *Svenska Dagbladet* är konsekvent när det kommer till att förmedla en helgarderad motivbild.




*Figur 8 – Koherens mot den helgarderade motivbilden*

*Dagens Nyheter* påvisar större utfall 2005 och 2006 för att sedan stabilisera sig mellan 0,40- 0,50. De två första årens extrema utfall förklaras dock av ytterst få analysenheter, endast två stycken texter vartdera av dessa två år. Men de övriga år, då underlaget är betydligt bättre, påvisas en lägre grad av koherens jämfört med medelvärdet. *Dagens Nyheter* uppvisar, om de två första åren exkluderas, medelvärdet 0,46. Detta resultat indikerar att tidningen inte konsekvent förmedlar en helgarderad motivbild.

Även *Aftonbladet* påvisar en lägre grad av koherens i relation till den ideala helgarderade motivbilden. Tidningen erhåller ett medelvärde på 0,55. Speciellt utmärker sig 2011, där

*Aftonbladets* motivbild är renodlat av värdegrundad karaktär och övervägande kortsiktig. Antal analysenheter från *Aftonbladet* var förvisso 2011 endast fyra till antalet, men bör inte bortses ifrån helt. Exkluderas 2011 så erhålls istället medelvärdet 0,46. Den generella koherensen från den ideala helgarderade motivbilden är då densamma som *Dagens Nyheter* erhåller efter att ha exkluderat sina mer tveksamma värden.

Undersökningen visar att den kombinerade bilden dagspressen förmedlar av motiven för svensk militär insats i Afghanistan inte bjuder på några tvära kast under de välrepresenterade åren, men en generell skillnad kan noteras framför allt 2010. Detta år visar alla tre dagstidningar en motivbild som alla ligger nära varandra, men tillsammans med något större avstånd från den helgarderade motivbilden än tidigare. En förklaring till detta kan ligga i att 2010 var ett valår och motiven förmedlades tydligare. Av detta följer också att konsensus kring motiven för insatsen tycks bestå, då någon polarisering under valåret inte går att notera.

Sammanfattningsvis förmedlar svensk dagspress en sammantagen motivbild utan

tvära kast från år till år; motivbilden är över lag konsekvent. Motivbilden skildrar generellt det helgarderade strategiska narrativet, men under valåret 2010 får de långsiktiga motiven en tydligare roll.

Motivbilden förmedlad av de enskilda dagstidningarna visar på en större inkonsekvens. *Svenska Dagbladet* visar dock under de välrepresenterade åren på ett mer konsekvent förmedlande i förhållande till den egna tidningen och i förhållande till den sammantagna motivbilden. Tidningen visar inte konsekvent en helgarderad motivbild. Dock i större utsträckning än *Dagens Nyheter* och *Aftonbladet*. Gemensamt för alla tre dagstidningar är att de skilda motivbilderna homogeniseras anmärkningsvärt under valåret 2010 och samtliga uppvisar en hög koherens i relation till den sammantagna motivbilden.

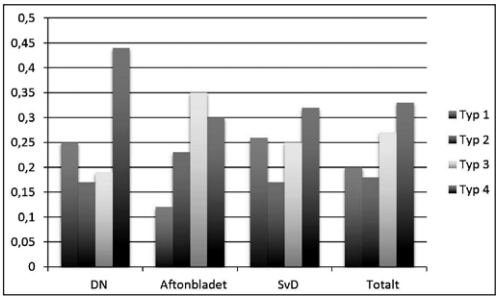
För att motiven ska kunna betraktas som konsekvent förmedlade krävs att det finns ett tillräckligt stort empiriskt underlag som grund. Detta gör att endast åren 2005–2012 tagits i beaktande och 2005–2006 samt 2012 bör betraktas med svagare validitet i åtanke till följd av lågt antal analysenheter.

## Skillnader dagspressen emellan

Till sist besvaras nedan frågeställningen

### *Skiljer sig motiven åt dagstidningar emellan?*

Den sammantagna bilden av hur svensk dagspress förmedlar motiven för den svenska militära insatsen i Afghanistan ter sig enligt ovan tämligen konsekvent och troget det strategiska narrativets utformning. Detta pekar på att makthavarna skapar ett helgarderat narrativ som sedan projiceras tämligen intakt via medierna för att komma allmänheten tillhanda. Figur 9 visar hur stor andel varje enskild motivtyp utgör för de enskilda tidningarna samt den sammanslagna motivbilden sett till hela 2002–2014.

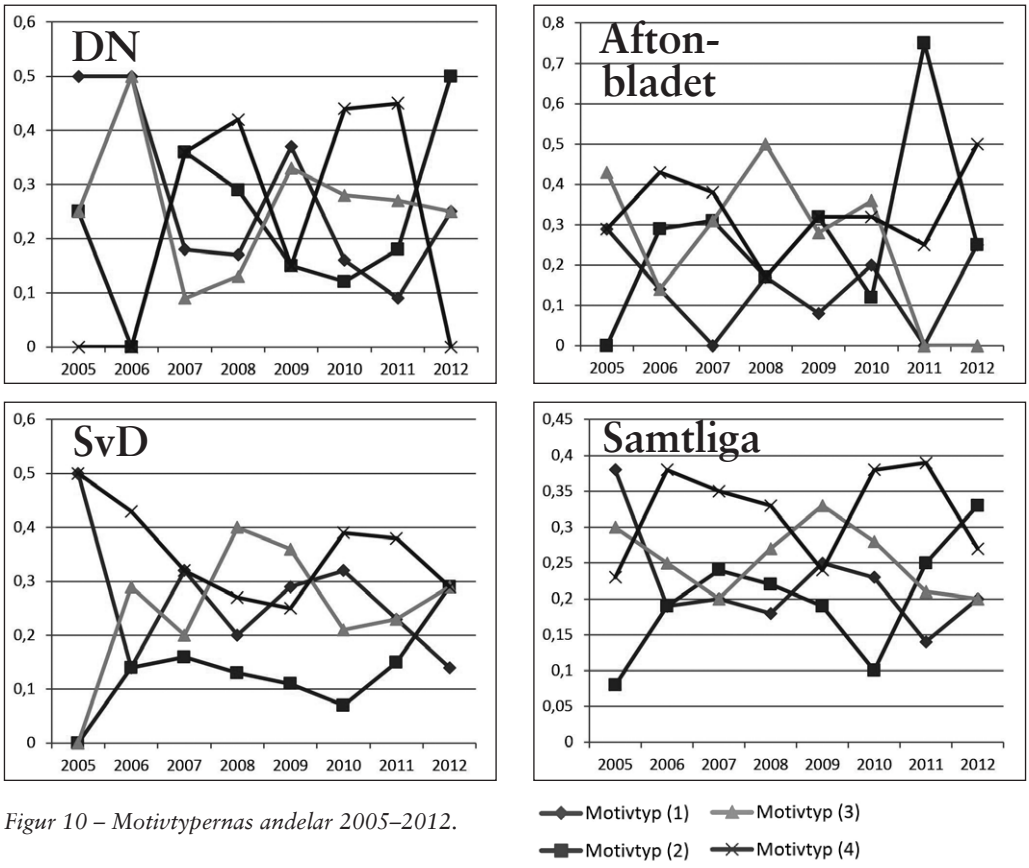



*Figur 9 – Motivtypens andel för respektive dagstidning*

Betraktas de enskilda dagstidningarna framkommer dock skillnader. I figuren framkommer att de individuella dagstidningarna representerar vissa motiv mer än andra. *Dagens Nyheter* visar på en överrepresentation när det kommer till det långsiktiga värdegrundade typen.

*Aftonbladet* visar framför allt på en underrepresentation av motivtypen kortsiktiga nationella intresset. *Svenska Dagbladet* förmedlar, som konstaterat tidigare, den mest balanserade motivbilden och den tydligaste representationen av det helgarderade strategiska narrativet, även om den kortsiktiga värdegrundade motivtypen är något underrepresenterad. Alla tidningar förmedlar dock över perioden samtliga fyra motivtyper.

Sett från år till år är det svårare att påvisa samma tendenser. Som tidigare konstaterat varierar motivtyperna som oftast kraftigt ett år till ett annat. Ett par utfall är dock värda att betrakta närmre. Både 2009 och 2010 var antalet publicerade texter som förmedlade motiv för den svenska militära insatsen i Afghanistan stort. Resultat avseende dessa år torde därmed kunna antas ha hög validitet. Tyngdpunktsrepresentationen 2009 visar

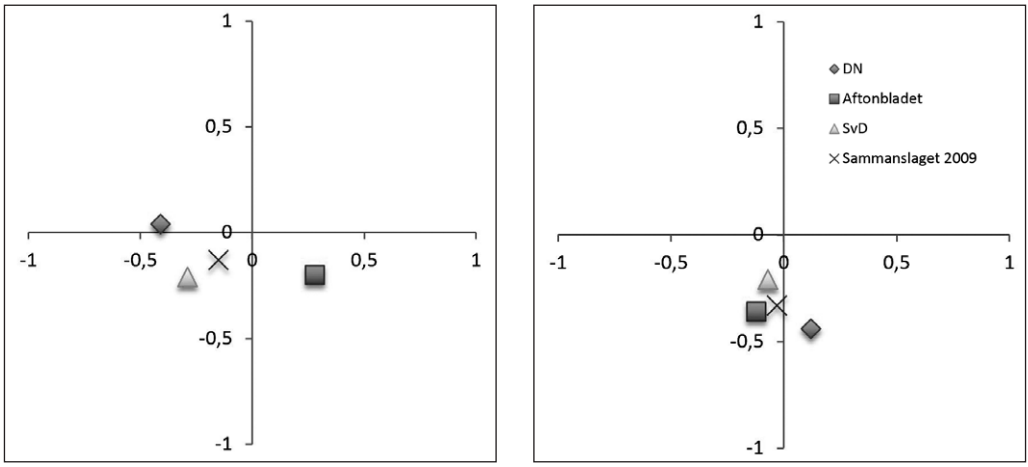



*Figur 10 – Motivtypernas andelar 2005–2012.*

en typisk bild för hur spridningen mellan de olika tidningarna kan se ut. Detta år får speciellt *Aftonbladets* läsare andra typer av motiv till livs, då värdegrundade motiv ofta lyfts fram. Läsare av *Dagens Nyheter* delges både lång- och kortsiktiga motiv, men med en tydlig tonvikt på nationella intressen. *Svenska Dagbladet* ligger närmst det sammanvägda resultatet, men tidningens läsare får mest ta del av motiv av typen långsiktiga nationella intressen. Tyngdpunkten ligger nära origo, men de enskilda dagstidningarnas tyngdpunkt är spridda. Åt vilket håll de enskilda dagstidningarnas tyngdpunkter drar förändras från år till år, även om en tendens sett till hela perioden går att urskilja enligt ovan. År 2010 visar, som nämnt ovan, på en hög grad av samsyn, även om tidningarnas motivbilder inte var identiska. Sådan hög grad av samsyn är unik i denna undersökning.

Ett år som påvisar att hänsyn bör tas till att olika tidningarna delger olika typer av motiv är 2007.

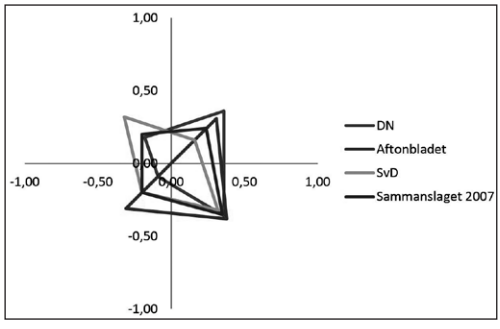
Det sammanvägda resultatet föreslår att samtliga motivtyper är ungefär lika representerade, med en svag förskjutning mot det långsiktiga värdegrundade motivtypen. Detta torde stämma väl överens med makthavarnas helgarderade strategiska narrativ. Betraktas de enskilda tidningarna, så framgår det dock att *Aftonbladets* läsare inte stöter




*Figur 11 – Tyngdpunkt 2009 och 2010.*

på det kortsiktiga nationella intresset över huvud taget bland de motiv som tidningen förmedlar. Vidare kan konstateras att *Svenska Dagbladets* läsare stöter mest på motiv av typen kortsiktiga nationella intressen.

*Aftonbladets* och *Svenska Dagbladets* läsare torde därav fått diametralt olika bilder av hur den svenska militära insatsen i Afghanistan motiverades 2007.



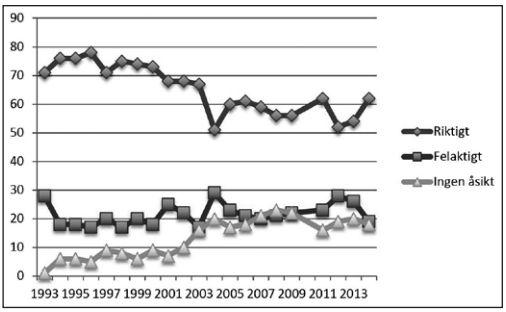

*Figur 12 – Motivbilder 2007*

Sammanfattningsvis kan konstateras att de olika dagstidningarna visar på några olika särdrag sett till hela perioden för svensk militär insats i Afghanistan, medan den samlade motivbilden ligger betydligt närmre det helgarderade ideala motivbilden, som representerar det helgarderade strategiska narrativet. *Dagens Nyheter* tenderar förmedla den långsiktiga värdegrundade typen och *Aftonbladet* tenderar att undvika motivtypen kortsiktiga nationella intresset. *Svenska Dagbladet* förmedlar inte lika ofta det kortsiktiga värdegrundade motivtypen, men detta är inte lika utmärkande som de drag *Dagens Nyheter* och Aftonbladet visar. Från år till år är dessa tendenser dock svåra att uttyda. Representationen av de olika motivtyperna varierar kraftigt.

## Resultatet i relation till opinionen

Jämförs förekomsten av motiv för svensk insats i Afghanistan i dagstidningarna med inställningen till svenskt deltagande i militära insatser utomlands, så går där att notera ett tydligt trendbrott redan före tilltagandet av texter publicerade. Från 2002 till 2004 förändrades nämligen stödet för militära insatser utomlands från 68 % 2002 positiva till 51 % 2004. Andelen negativa gick från 22 % till 29 % och andelen osäkra från 10 % till 20 %.

Andelen negativa minskar sedan något igen till förmån för andelen positiva.[56]




*Figur 13 – MSB Opinioner 2014*[57].

*Kommentar: Frågan som ställdes var huruvida det är ett riktigt eller felaktigt beslut av Sverige att sända svenska soldater utomlands.*

Trenden av ökad osäkerhet avseende svenska militära insatser utomlands kan noteras från 2003. Detta är något som inte tycks ha skapat reaktioner i dagspressen när det kommer till motiven kring Afghanistan. Under Afghanistaninsatsens första år pågår förvisso redan omfattande insats i Kosovo, för att efter 2004 minska i omfattning. Denna insats kan också haft en påverkan på opinionen, men Afghanistan är den tillförda faktorn och stämmer överens i tid med trendbrottet i opinionen.

Man kan tolka kopplingen mellan opinionsmätningen ovan och förekomsten av motiv för insatsen i ledar- och opinionssidor som att dagspressen reagerade på den allmänna opinionen snarare än att påverka den. Denna tolkning av resultatet kan försvaga trovärdigheten för dagspressen som påverkanskraft. Å andra sidan kan kopplingen tolkas som att dagspressen lyckades erbjuda läsarna motiv för insatsen, som tidigare varit mer oklar för dessa, och därmed återupprätta förtroende för svenska militära insatser utomlands något under 2005, även om de inte återgått till nivåerna före insatsens start.

Den noterade homogeniseringen av motivbilderna under valåret 2010 kan också betraktas i relation till opinionen. Någon opinionsmätning angående svensk militär insats i utlandet gjordes ej 2010, men 2011 har andelen osäkra sjunkit till 16 % från 22 % 2009; lägsta andelen osäkra sedan 2003, som också visade 16 %. Andelen positiva ökade från 56 % 2009 till 62 % 2011. Förändringen i opinionen kan förklaras av att det strategiska narrativet för svensk militär insats i Afghanistan förtydligats och förstärkts. Dock så bör även den svenska militära insatsen i Libyen, som åtnjöt stor uppmärksamhet under 2011, tas i beaktande. Libyeninsatsen torde även den kunnat påverka opinionen vid sidan av Afghanistaninsatsen.

## Det sammantagna resultatet

Sett till förändringen över perioden 2005–2012, vilket är åren då det empiriska underlaget bedöms vara tillräckligt stort för att ha relevans, flyttar sig tyngdpunkten fram och tillbaka längsmed horisontalaxeln, vilket representerar nationella intressen kontra värdegrundade motivtyper. Den vertikala förskjutningen håller sig mer konsekvent något åt det långsiktiga hållet. Alltjämt är samtliga motivtyper välrepresenterade och det helgarderade strategiska narrativet bibehålls konsekvent över perioden.

Dock kan en avvikelse från detta mönster noteras. Resultaten för 2010 visar på att motivbilderna respektive tidning förmedlar närmar sig varandra avsevärt. Denna gemensamma motivbild placerar sig tydligt åt det långsiktiga hållet, d v s motiven till svensk insats i Afghanistan beskrivs framför allt som långsiktigt nationella intressen (3) och långsiktigt värdegrundat (4). En förklaring till avvikelsen beskriven ovan kan vara att 2010 var ett valår. Motivbilder torde kunna förväntas förmedlas tydligare i samband med att det politiska samtalet intensifieras. Dock visar denna homogenisering av dagstidningarnas olika motivbilder att konsensuspoliti-

ken består; när det politiska samtalet, som speglas av de politiskt olika dagstidningarnas ledare- och debattsidor, torde vara som mest intensiv framträder en snarlik projektion av det strategiska narrativet.

Under perioden 2009–2011 förstärks också stödet för svensk militär insats i utlandet och andelen osäkra minskar avsevärt. Då Libyeninsatsen 2011 erhöll stort medialt fokus kan inte opinionsundersökningen anses enkom vara kopplat till Afghanistaninsatsen. En bidragande faktor till förändringen från 2009 till 2011 skulle dock kunna vara en tydligare projektion av det strategiska narrativet, då motivbilden tillfälligt både är mer homogen, dagstidningar emellan, och mer renodlad när (3) och (4) framför allt förmedlas.

Betraktat var för sig uppvisar dagstidningarna i mer eller mindre utsträckning inkonsekvens, i förhållande till både varandra och den egna förändringen över tiden. Var dagstidning betraktad för sig uppvisar inte ett lika övertygande helgarderat strategiskt narrativ som alla dagstidningar sammantaget. *Svenska Dagbladet* förefaller dock mest konsekvent spegla statsmakternas strategiska narrativ såsom de formats. De flesta år är samtliga fyra motivtyper representerade i respektive dagstidning, men en eller några motivtyper dominerar respektive dagstidning. Vilka motivtyper som dominerar varierar starkt, både dagstidningarna emellan och över tiden inom respektive dagstidning. Motiven skiljer sig tydligt åt dagstidningarna emellan, men utan att några generella slutsatser kring respektive dagstidning kan dras.

## Sammanfattning av undersökningen och dragna slutsatser

Undersökningen har, efter en innehållsanalys av 216 ledar- och opinionstexter ur *Dagens Nyheter, Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet* mellan 2002 och 2014 som behandlar motiven till svensk militär insats i Afghanistan, identifierat vilka typer av motiv som förekommer.

Motiven kategoriserades i fyra idealtyper utifrån långsiktiga eller kortsiktiga samt nationella intressen eller norm- och värdegrundade motiv. Den motivbild som uppsättningen motivtyper utgör representerar det strategiska narrativ för svensk militär insats i Afghanistan som projiceras för den aktuella tidningens läsare. Med hjälp av resultaten från undersökningen kan de tre frågeställningarna som initialt ställdes besvaras.

### *På vilka sätt motiveras svensk militär insats i Afghanistan av svensk dagspress?*

Inledningsvis motiveras inte insatsen alls eller försumbart lite av svensk dagspress. Under perioden 2005–2012 motiveras dock insatsen med samtliga motivtyper. Slutligen sker en återgång till att insatsen inte motiveras något nämnvärt.

### *Hur konsekventa är motiven svensk dagspress framställer för svensk militär insats i Afghanistan?*

Den sammantagna motivbilden förmedlas på ett konsekvent vis, med hög koherens både från år till år och i relation till den helgarderade ideala motivbilden. Betraktas istället de enskilda dagstidningarna separat förmedlas istället motivbilden inkonsekvent, i relation till angränsande år, till den sammantagna motivbilden och till den helgarderade idealbilden. *Dagens Nyheter* och *Aftonbladet* visar sig vara inkonsekventa i högre grad än *Svenska Dagbladet*. Ett tydligt undantag från detta generella resultat är valåret 2010, då samtliga tre dagstidningars motivbild närmar

sig varandra avsevärt, med en förskjutning mot de långsiktiga motivtyperna.

### *Skiljer sig motiven åt olika dagstidningar emellan?*

Betraktat över tiden förmedlar alla tre dagstidningar samtliga fyra motivtyper, men individuella särdrag kan noteras. Sett till hela perioden 2002–2014 tenderar *Dagens Nyheter* att förmedla den långsiktiga värdegrundade motivtypen oftare. *Aftonbladet* tenderar att undvika motivtypen kortsiktiga nationella intressen. Det kortsiktiga värdegrundade motivtypen tenderar vara något underrepresenterad i *Svenska Dagbladet*. Från år till år visar dock resultatet att motivbilden variera avsevärt för alla tre dagstidningar.

Svaren på frågeställningarna ger bilden av att läsare av svenska dagstidningar exponeras för det strategiska narrativets alla fyra typer av motiv, men vilka motiv som är tongivande skiljer sig dagstidningarna emellan. Vilka dessa tongivande motiv är varierar också från år till år för de enskilda tidningarnas läsare. Läsare som tar del av alla tre dagstidningar får förmedlat ett strategiskt narrativ som konsekvent ligger närmre det utformade helgarderade narrativet.

Opinionen för svensk militär insats i utlandet under tiden för Afghanistaninsatsen visar på två händelser av intresse. Under perioden 2002–2004 ökar andelen utan åsikt i frågan samtidigt som stödet minskar. Denna trend bryts till 2005, då en kraftig minskning av andelen utan åsikt minskar igen och stödet ökar för att därefter plana ut. Valåret 2010 saknas mätdata för, men från 2009 till 2011 minskar andelen utan åsikt i frågan kraftigt samtidigt som stödet ökar kraftigt. Sätts dessa två händelser i relation till undersökningens resultat är möjliga förklaringar till förändringarna i opinionen följande:

- Den ökade osäkerheten i frågan om svensk militär insats i utlandet påverkas av att svensk militär insats i Afghanistan inleds utan att hemmaopinionen känner till motiven bakom insatsen. När medierna börjar projicera det strategiska narrativet för insatsen 2005, så byts också osäkerheten kring svensk militär insats i utlandet mot ett ökat stöd. Att andelen osäkra inte sjunker till samma nivåer som före 2002 tyder på att det strategiska narrativet är svagt.
- Från en diversifierad projektion av det strategiska narrativet bidrar det intensifierade politiska samtalet i samband med valåret 2010 till att de olika dagstidningarnas versioner av narrativet närmar sig varandra avsevärt och de två långsiktiga motivtyperna framträder mer tydligt. Detta ger opinionen ett tydligare och starkare strategiskt narrativ att förhålla sig till, vilket visar sig i att osäkerheten kring svensk militär insats i utlandet minskar avsevärt och stödet ökar.

Denna undersökning gjorde inte anspråk på att fastställa ett samband mellan det strategiska narrativets projektion via medier och opinion, men föreslår att sambanden ovan kan vara kausala och värda att studera noggrannare. Av resultaten kan följande slutsatser gällande det svenska fallet dras:

1) Politisk konsensus rådde kring det strategiska narrativet för den militära insatsen i Afghanistan. Detta påvisas av att det under perioden kring valet 2010, då det politiska samtalet torde vara som starkast, inte uppstod något tydligt motnarrativ; de enskilda dagstidningarna, som representerar olika politiska inriktningar, närmade sig varandra istället för att polariseras.
2) Det strategiska narrativet var, bortsett från perioden kring valet 2010, svagt i det avseende att makthavarna saknade

kontroll över projiceringen. Detta följer av att politisk konsensus rådde, men de enskilda dagstidningarna internt visade på ett inkonsekvent sätt att projicera det strategiska narrativet.

3) Dagstidningarna skapade inte egna ihållande varianter av narrativen. Denna slutsats följer av att dagstidningarna visade på inkonsekvens i projektionen; inget försök till egen agenda tycks ha bedrivits över tiden. *Svenska Dagbladet* som den mest konsekventa dagstidningen projicerade också i stor utsträckning det helgarderade narrativet.

Ställs resultatet av undersökningen i relation till opinionen, föreslås följande slutsatser:

4) Projiceras inte det strategiska narrativet alls uppstår en osäkerhet i opinionen. Inleds projicering av ett narrativ, om än av helgarderad karaktär, minskar osäkerheten igen.

5) Projektionen av ett tydligt strategiskt narrativ skapar mindre osäkerhet i opinionen. Tydligt innebär här dels ett smalare och mindre helgarderat narrativ och dels en mer homogen projektion inom media.

6) Av de två slutsatserna ovan följer att medierna har stor betydelse som länk mellan makthavarna och opinionen.

## Några avslutande reflektioner

Antingen det helgarderade strategiska narrativet var ett medvetet drag från svenska makthavare att tillmötesgå en från start splittrad opinion eller konsekvensen av sökandet efter brett parlamentariskt stöd och konsensus i utrikespolitiken, så kommer narrativet i någon utsträckning projiceras mot den breda allmänheten via medierna.

Ett tydligt och konsekvent strategiskt narrativ kan visserligen ge upphov till ogillanden inom opinionen och inbjuda till motnarrativ, men det torde å andra sidan ge mindre utrymme för förvanskning av makthavarnas budskap vid dess projicering mot allmänheten.

Ett helgarderat strategiskt narrativ medger utrymme för medierna att genom att medvetet eller omedvetet vara selektiva, omformulera narrativet innan det når mottagarna. Den kontroll makthavarna besitter i formandet av det strategiska narrativet överlåts därmed i stor utsträckning till medierna när det kommer till den strategiska kommunikationen mot den inhemska opinionen. Undersökningen visar på att olika dagstidningar kommunicerar olika versioner av det strategiska narrativ makthavarna utformat.

Motnarrativ behandlas i forskningen och är en faktor makthavarna bör förhålla sig till. En följd av inkonsekventa och helgarderade narrativ, såsom det svenska, är ett svagt narrativ som ger upphov till ett politiskt vakuum. Samtidigt råder dock konsensus inom makteliten. Detta politiska vakuum fylls därmed inte på ett tydligt vis. Resultaten föreslår att tomrummet fylls av media själva. Denna selektiva projektion, vars existens denna undersökning genom dagspressens olika versioner påvisar, bör vara ytterligare en faktor för makthavarna att ta hänsyn till i utformandet av det strategiska narrativet.

Utöver de fördelar en ökad förståelse för mediernas roll som länk mot den breda allmänheten ger, tydliggör insikten även möjligheten för makthavarna att nyttja detta fenomen strategiskt. Redan idag nyttjas debattsidor flitigt av politiker och andra makthavare. Genom att målmedvetet stärka eller komplettera narrativet torde en del av kontrollen kunna återföras till makthavarna.

Denna undersökning bekräftar Ångström och Noreen slutsatser att ett svagt helgarderat strategiskt narrativ gällande svensk militär

insats i Afghanistan ökar osäkerheten hos hemmaopinionen. Undersökningen kompletterar även detta med att påvisa att narrativet inledningsvis inte ens nådde en stor del av mottagarna. Dessutom utmanar undersökningen Ångström och Noreens slutsatser att kausaliteten inte ligger mellan helgarderat narrativ och opinionens osäkerhet,[58] utan medias inkonsekventa förmedling av narrativ och opinionens osäkerhet.

Undersökningen bekräftar också Ringsmoses och Børgensens generella slutsats att hemmaopinionens stöd ökar av ett starkt strategiskt narrativ. Slutsatsen att svaga motiv snabbt bidrar till intolerans kan dock inte bekräftas, då denna studie snarare visade på ökad osäkerhet än intolerans.[59] Undersökningen visar vidare på att medier även i det svenska fallet fungerar som ett led i beslutsfattarnas kommunikation med allmänheten, såsom de Graaf och Dimitriu visar på i det nederländska.[60] Detta ökar generaliserbarheten i antagandet.

Författaren är fänrik i flygvapnet och tjänstgör vid Luftstridsskolans strilbataljon.

## Noter

1. Gell, Tomas och Stenbäck, Ingela: *Opinioner 2014: Allmänhetens syn på samhällsskydd, beredskap, säkerhetspolitik och försvar,* rapport MSB802, Stockholm 2015, s 63.
2. De Graaf, Beatrice; Dimitriu, George och Ringsmose, Jens (red): *Strategic narratives, public opinion and war: winning domestic support for the Afghan War*, Routledge, New York 2015.
3. Noreen, Erik och Ångström, Jan: "A Catch-All Strategic Narrative: Target Audiences and Swedish Troop Contribution to ISAF in Afghanistan" i op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 282-299.
4. Ibid, s 282-299.
5. Hedström, Tobias: *Svenska mediehus 2014/15 – Fakta om marknad och medier*, 2015, *http://www.dagspress.se/imagens/stores/Svenska_Mediehus_2014_2015.pdf*, (2015-05-21).
6. Lindblad, Sverker: *Svensk dagspress 2005 – Fakta om marknad och medier*, Tidningsutgivarna, Nyköping 2006.
7. Op cit, Hedström, Tobias, se not 5.
8. Op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2.
9. De Graaf, Beatrice och Dimitriu, George: "'Fighting' versus 'reconstructing': Framing the Dutch mission in Afghanistan" i op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 241–262.
10. Ibid, s 253.
11. Op cit, Noreen, Erik och Ångström, Jan, se not 3, s 295.
12. Ringsmose, Jens och Børgesen, Berit Kaja: "Shaping public attitudes towards the deployment of military power: Nato, Afghanistan and the use of strategic narratives", *European Security*, vol 20 nr 4 2011, s 505–528.
13. Kreps, Sarah: "Elite Consensus as a Determinant of Alliance Cohesion: Why Public Opinion Hardly Matters for Nato-led Operations in Afghanistan", *Foreign Policy Analysis,* vol 6 nr 3 2010, s 191–215.
14. Op cit, Ringsmose, Jens och Børgesen, Berit Kaja, se not 12, s 507-508.
15. Christensen, Christian: "Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq", *Media War Conflict*, vol 1 nr 2 2008, s 155–175.
16. Hellman, Maria och Wagnsson, Charlotte: "New media and the war in Afghanistan: The significance of blogging for the Swedish strategic narrative", *New Media Society*, vol 17 nr 1 2015, s 6–23.
17. Czarniawska-Joerges, Barbara: *Narratives in Social Science Research, Introducing Qualitative Method*, SAGE Publications Ltd, London 2004.
18. Bergström, Göran och Boréus, Kristina: *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*, Studentlitteratur, Lund 2012, s 221.

19. Freedman, Lawrence: ”Networks, culture and narratives”, *Adelphi Papers*, vol 4 nr 379 2006, s 22.
20. Arquilla, John och Ronfeldt, David: *Networks and netwars: the future of terror, crime, and militancy*, Rand, Santa Monica, CA 2001, s 328.
21. Miskimmon, Alister; O’Loughlin, Ben och Roselle, Laura: ”Great power politics and strategic narratives of war” i op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 59.
22. Roselle, Laura; Miskimmon, Alister och O’Loughlin, Ben: ”Strategic narrative: A new means to understand soft power”, *Media War Conflict*, vol 7 nr 1 2014, s 76.
23. Op cit, Miskimmon, Alister m fl, se not 21; Ibid se not 22, s 76.
24. Ibid, Miskimmon, Alister m fl, se not 21, s 69.
25. Op cit, Freedman, Lawrence, se not 19, s 23; Op cit. Miskimmon, Alister m fl, se not 21, s 61-62; Op cit, Roselle, Laura m fl, se not 22.
26. Ibid, Miskimmon, Alister, se not 21, s 59; Op cit, Roselle, Laura m fl, se not 22, s 78-79.
27. Coticchia, Fabrizio, De Simone, Carolina: “The winter of our consent?: framing Italy’s ‘peace mission’ in Afghanistan” i op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 228.
28. Dimitrova, Daniela och Strömbäck, Jesper: ”Foreign policy and the framing of the 2003 Iraq War in elite Swedish and US newspapers”, *Media War Conflict*, vol 1 nr 2 2008, s 205.
29. Op cit, Coticchia, Fabrizio och De Simone, Carolina, se not 28, s 228; Maley, William: ”The war in Afghanistan: Australia’s strategic narratives” i op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 84.
30. Op cit, Noreen, Erik och Ångström, Jan, se not 3, s 296.
31. Jakobsen, Peter Viggo och Ringsmose, Jens: “’For our own security and for the sake of the Afghans’: How the Danish public was persuaded to support an unprecedented costly military endeavor in Afghanistan” i op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 149.
32. Op cit, Noreen, Erik och Ångström, Jan, se not 3, s 296.
33. Op cit. Miskimmon, Alister m fl, se not 21; Op cit, Roselle, Laura m fl, se not 22, s 69.
34. Op cit, De Graaf, Beatrice och Dimitriu, George, se not 9, s 256.
35. Op cit, Bergström, Göran och Boréus, Kristina, se not 18, s 55-57.
36. Sökströngen *afghanistan* AND (insats* OR mission*)* i databasen *Mediaarkivet*
37. Op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 354-356.
38. Op cit, Coticchia, Fabrizio och Simone, Carolina, se not 28, s 228-229.
39. Op cit, De Graaf, Beatrice och Dimitriu, George, se not 9, s 249-250.
40. Op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 354.
41. Ibid, s 295.
42. Ibid, s 355-356.
43. Ibid, s 295.
44. Ibid, s 355-356.
45. Komplett förteckning över samtliga analysenheter, dess respektive utfall, samt övrig data kopplad till denna undersökning finns att tillgå efter begäran till författaren. Kontakt: marcus@ekengren.se
46. Ekengren Oscarsson, Henrik och Bergström, Annika: *Svenska trender 1986 – 2013*, rapport 2014:23, SOM-institutet Göteborgs universitet, Göteborg 2014, s 62.
47. Wadbring, Ingela: *Mindre törst efter nyheter än förr?*, seminarium 2013-04-16, s 2, *http://www.som.gu.se/digitalAssets/1447/1447198_mindre-t--rst-efter-nyheter---n-f--rr-iw.pdf*. (2015-05-21)
48. Op cit, Ekengren Oscarsson, Henrik och Bergström, Annika, se not 46, s 62.
49. Ibid, s 63.
50. *KIA-index 2015*, KIA-index, *http://kiaindex.se/*. (2015-05-21)
51. Op cit, Wadbring, Ingela, se not 47, s 11.
52. Op cit, *KIA-index 2015*, se not 50.
53. Op cit, Wadbring, Ingela, se not 47, s 19.
54. Då den databas som nyttjats vid undersökningen (Mediaarkivet) kategoriserar exempelvis nyheter och ledare lika samt ej tillhandahåller kopia av originaltrycket, har de texter som bedömts skrivits av tidningens ledarskribenter och kolumnister inkluderats och kategoriserats såsom *ledare*.
55. Op cit, De Graaf, Beatrice m fl, se not 2, s 356.
56. Op cit, Gell, Tomas och Stenbäck, Ingela, se not 1, s 63.
57. Ibid, s 63.
58. Op cit, Noreen Erik och Ångström, Jan, se not 3.
59. Op cit, Ringsmose, Jens och Børgesen, Berit Kaja, se not 12.
60. Op cit, De Graaf, Beatrice och Dimitriu, George, se not 9.