

# DE 17 HVAD?



# Titelblad

---

**Titel:** De 17 hvad?

10. semester

Kommunikation

Aalborg Universitet

**Vejleder:** Pirkko Liisa Raudaskoski

**Forfattere:** Ellen Grønberg Christiansen og Nicoline Bundgaard Klarskov

**Afleveringsdato:** 31.05.2018

**Antal sider:** 93

**Anslag:** 168.984



## Abstract

---

The present study examines a qualitative study on the danish peoples ignorance on The Sustainable Development Goals (SDGs).

The Sustainable Development Goals, otherwise known as the SDGs and Global Goals, were adopted in 2015 by 193 nations. They are a universal call to action to protect the planet and ensure that all people enjoy peace and prosperity. It is the most ambitious project in the history of humankind, and provide clear guidelines and targets for all countries to adopt in accordance with their own priorities. These 17 Goals with 169 associated targets work in the spirit of pragmatism and partnership to make the right choices now, to improve life, in a sustainable way, for future generations.

What is likely to be the greatest challenge humanity has ever faced, is probably also the most important communication challenge of our time. Denmark is globally ranked as number two on achieving the Sustainable Development Goals, which is odd, since 89 percent of the country's population either have never heard of the goals or do not know what they are all about. Therefore, we are questioning, who got the responsibility to inform the danish population about the goals?

Theoretically, the thesis is integrated within the field of discourse studies with critical discourse analysis(CDA) as it's primary theoretical and methodological approach. The proposition of CDA is to make a linguistically oriented sociological analysis. New studies show, that most of the danish people gets their news through digital medias, why we chose to do a comparison of three articles from most-read danish news media [www.dr.dk/nyheder](http://www.dr.dk/nyheder), representing each one of the three dimensions: economic, social and environmental, in achieving sustainable development. Through an linguistically analysis, we are analysing the representation of the goals in the danish news media coverage with the aim of detecting which discourses appears.

Seeing discourse as social practice enables us to combine the perspectives of structure and action, which is why we in conclusion are reflecting on, how people getting to know about the Sustainable Development Goals. News medias and news values have a major impact on which and how we experience and read about our society and especially politics in the postmodern society. It is not only a question about when and how the politicians choose to speak about them, the danish news medias do also take a big part in how to get people to know about the goals. In general, news

medias and news values have a major impact on which and how we experience and read about our society and especially politics in the postmodern society, because of the news media's power to determine how much prominence they want give a story.

## Indholdsfortegnelse

---

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| <b>Indledning</b>                 | <b>7</b>  |
| <i>Indledning</i>                 | 8         |
| Problemfelt                       | 9         |
| <i>Kontekstbeskrivelse</i>        | 11        |
| Forenede Nationer                 | 11        |
| De 17 verdensmål                  | 14        |
| Markedsføring af de 17 verdensmål | 16        |
| Danskernes forhold til FN         | 19        |
| Verdensmålenes omtale i medierne  | 21        |
| Danskernes nyhedsforbrug          | 24        |
| <i>Literature review</i>          | 27        |
| Politik og nyhedsværdi            | 27        |
| Medialisering og sociale medier   | 32        |
| <b>Metodologi</b>                 | <b>36</b> |
| <i>Metodologi</i>                 | 37        |
| Videnskabsteori                   | 37        |
| Dataindsamlingsmetode             | 41        |
| Kritisk diskursanalyse            | 45        |
| <b>Analyse</b>                    | <b>49</b> |
| <i>Tekstanalyse</i>               | 50        |
| Økonomidimension                  | 51        |
| Socialdimension                   | 58        |
| Miljødimensionen                  | 61        |
| Opsamling af tekstanalyse         | 71        |
| <i>Diskursiv praksis</i>          | 74        |
| Diskursorden                      | 74        |
| Nyhedsværdi og diskursiv praksis  | 76        |
| <i>Social praksis</i>             | 78        |
| Nyhedsværdi og medialisering      | 79        |
| Ansvarsplacering                  | 81        |
| <b>Konklusion</b>                 | <b>84</b> |
| <i>Konklusion</i>                 | 85        |
| <i>Bibliografi</i>                | 89        |

## Forord

---

Dette speciale er udarbejdet af Nicoline Bundgaard Klarskov og Ellen Grønborg Christiansen på 10. semester på Kommunikation ved Aalborg Universitet.

Specialet placerer sig under 10. semesters temaramme 'Kandidatspeciale', hvor dette afsluttende projekt har til formål at udvise kendskab til relevant og akademisk forskning samt identificere og analysere et selvvalgt problemfelt (Universitet, 2014, s. 33-35).

Dette speciale omhandler danskernes manglende kendskab til FNs 17 verdensmål. Der tages udgangspunkt i danskernes foretrukne nyhedsmedie, dr.dk/nyheder, hvoraf tre forskellige artikler udgør tekstanalysens empiri. Analysen er opbygget efter Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse og har til formål at afsløre artiklernes diskurser, den diskursive praksis i nyhedsbranchen samt diskutere de resultater, vi når frem til.

Vi vil gerne takke Pirkko Liisa Raudaskoski for det gode samarbejde og den faglige og konstruktive vejledning i specialeperioden.

God læselyst!

# Indledning



## Indledning

---

Den 1. januar 2016 trådte en politisk hidtil uset ambitiøs og transformativ udviklingsdagsorden i kraft. 17 verdensmål og 169 delmål skal frem til 2030 danne rammen for at skabe en mere bæredygtig udvikling for Jorden og dens befolkning, og alle FN's 193 medlemslande har forpligtet sig til at gøre en betydelig indsats for, at dette lykkes.

Målene koncentrerer sig om nationale udfordringer med regionale og globale konsekvenser, hvorfor de bygger på en nødvendighed af et samarbejde og en fælles indsats. De har, i kraft af deres universalitet, en national og international dimension, der bygger på en anerkendelse af et afhængighedsforhold mellem de tre dimensioner bæredygtig udvikling økonomisk, socialt og miljømæssigt (Udenrigsministeriet, Udenrigsministeriet. Ministry of Foreign Affairs of Denmark, u.d.). Områder hvor vi i dag har den fornødne teknologi, viden og ikke mindst ressourcer til at understøtte og forbedre (FN, u.d.). Et år efter startskuddet for målene lød, placerede Danmark sig, ifølge internationale analyser, allerede i den absolutte top blandt lande, der er tættest på at nå målsætningerne inden 2030, kun slået på målstregen af Sverige (Christensen, 2017). En placering, som regeringen ikke var for sen til at understrege i Danmarks handlingsplan for FNs verdensmål, der fredag den 30. marts 2017, blev præsenteret af udviklingsminister Ulla Tørnæs og finansminister Kristian Jensen. Handlingsplanen har til formål at rammesætte regeringens prioriteter og tilgang til opfølgningen på disse. Netop under denne rammesætning præsenteres Danmark som værende "generelt i hus med verdensmålene" (Regeringen, 2017, s. 13), hvilket er understøttet med begrundelsen, at Danmarks udgangspunkt for at fremme denne bæredygtige udvikling, hviler på en lang tradition for et stærkt internationalt engagement og medansvar for at bidrage til de førnævnte tre dimensioner.

Hvad der er interessant er, at Ulla Tørnæs, i forbindelse med offentliggørelsen af handlingsplanen, italesatte, at kendskabet til de 17 verdensmål blandt danskerne var steget, men stadig var for lavt, hvorfor hun fremlagde, at:

"Der er ingen tvivl om, at med det brede fokus og den historiske ambition om at afskaffe al fattigdom og skabe bæredygtig udvikling i hele verden, så skal kendskabet til verdensmålene nå ud til hele Danmark. Det er i hvert fald min ambition. Det kommer til at afspejle sig meget klart i den



måde, vi fra Udenrigsministeriet formidler Danmarks indsats i vækst- og udviklingslandene.” (Udenrigsministeriet, Udenrigsministeriet Ministry of Foreign Affairs Denmark, 2017).

Blot en måned efter dette, bragte websitet Globalnyt – en verden i udvikling, den 5. maj 2017 artiklen: ”Verdensmålene stort set ukendte blandt danskerne og EU-borgerne” (Holdt, 2017). Denne belyser, med kritiske briller, en undersøgelse fra EU's analyseinstitut, Eurobarometer, hvordan 89 procent af den danske befolkning enten aldrig har hørt om de 17 verdensmål eller ikke aner, hvad de går ud på. Dette tal placerer sig højere end EU-gennemsnittet, der ligger på 87 procent.

Netop dette skel mellem en så omfattende plan, der har til hensigt at strække sig fra særlige indsatser i de højere politiske instanser til den almene borgers indsats, samt hvilken forskel der ses i succesraten af Danmarks opnåelse af målene kontra den store uvidenhed, danner grundlaget for projektets undren. For hvor og hvordan udbredes kendskabet til en omfattende politisk indsats som de 17 verdensmål, der for nogen synes at tilhøre de højere politiske luftlag og ikke forekommer spiselige for den almene dansker? Og på hvilken måde fremlægges disse?

## **Problemfelt**

Nærværende speciale i Kommunikation tager udgangspunkt i et fælles interesseområde for politisk kommunikation, formidling og nyhedsmedier. Vi har gennem vores virksomhedspraktikker på 9. semester på henholdsvis Jyllands-Postens afdelingen for markedsføring og digital salg og kommunikationsbureauet Tankegang arbejdet med ovenstående områder, hvorunder vi er blevet udfordret, klogere og mere nysgerrige på dette felt. Det faldt os derfor naturligt, at dette speciale skulle centrere sig herom.

Særligt politiske tiltag og nyhedsmediernes prioritering og fremlægning af disse, var for os en interessant problemstilling at dykke ned i. Specialet tager derfor udgangspunkt i en undren opstået under Nicoline Bundgaard Klarskovs praktik, hvor uvidenheden om de 17 verdensmål, i forbindelse med en opgave fra Ringkøbing-Skjern Kommune angående hjælp til implementering af målene i kommunens daglige arbejde, fremstod bemærkelsesværdig høj. Dette gav således grobund for en undren omkring disse 17 verdensmål og kommunikationen herom, hvorfra projektet tager sit afsæt.

Vores undren ledte os til førmtalte artikel: "Verdensmålene stort set ukendte blandt danskerne og EU-borgerne" (Holdt, 2017), hvilket bekræftede os i, at der var en interessant og ikke mindst aktuel problemstilling, der rent kommunikationsmæssigt ville være særligt interessant at belyse og undersøge ud fra vores faglige felt. I nutidens formidling fra politikere til borgere, kan vi ikke se os fri fra, at mediernes rolle som den fjerde statsmagt, lever op til sit navn. Vi ser som følge heraf netop også en naturlig kobling mellem formidlingen af målene, folks uvidenhed og mediernes rolle i dette, hvorfor vores undren hovedsageligt består i, hvordan danske nyhedsmedier behandler de 17 verdensmål eller måske rettere sagt, hvordan de ikke gør.

I så stort et felt, som formidlingen omkring disse 17 verdensmål er, må vi være i besiddelse af begrænsningens kunst. Vi har med hård hånd begrænset os til at belyse ovenstående undren med udgangspunkt i danskernes foretrukne nyhedsmedie: [www.dr.dk/nyheder](http://www.dr.dk/nyheder). Feltet er herefter yderligere begrænset til artikler hvori ordet 'verdensmål' indgår, hvorunder vi efterfølgende har taget udgangspunkt i DRs fremstilling af de tre dimensioner i den bæredygtige udvikling: økonomi, social og miljø. Dette danner tilsammen udgangspunktet for en diskursiv analyse af sprogets praksis omhandlende målene.

På baggrund af ovenstående tanker og betragtninger danner nedenstående problemformulering grundlag for nærværende speciale:

*FN har vedtaget 17 verdensmål for at sikre en bæredygtig udvikling for Jorden og dens befolkning. 89 procent af danskerne har ikke kendskab til disse mål. Hvilken rolle spiller Danmarks Radio som en public service kanal i udbredelsen af kendskabet til verdensmålene? Og hvordan formidles verdensmålene gennem tre udvalgte artikler fra danskernes foretrukne nyhedskilde: [dr.dk/nyheder](http://dr.dk/nyheder)?*

## Kontekstbeskrivelse

---

Dette speciale krævede en omfattende bearbejdning af både data og forskning såvel som helt basal og faktuel viden om et globalt politisk system, som vi fra specialets begyndelse kun overfladiske havde kendskab til. Vores problemfelt kan opfattes som et lille felt inden for et meget stort og komplekst felt. Vi vidste, at det i første ombæring ville blive nødvendigt, at indsamle al den viden der var tilgængelig om FNs konstruktion og Danmarks rolle heri.

Vores personlige opfattelse af FN var i begyndelsen, at organisationen var af en meget stor, komplekst og lidt 'sfærisk' karakter. En politisk organisation, som Danmark selvfølgelig havde en rolle i, men som for den almindelige dansker lå meget fjern og passede sig selv. Dette distancerede forhold til organisationen gjorde, at vores første uger i specialeperioden gik med at indsamle viden og få et mere nært og detaljeret billede af FN. Det samme gjorde sig gældende med de 17 verdensmål, som vi kun overfladisk kendte på daværende tidspunkt. Specialets problemfelt krævede, at vi brugte en masse tid på at læse og tilegne os en stor mængde baggrundsviden.

I dette afsnit vil vi give et overblik over FNs opbygning, Danmarks indflydelse og rolle i organisationen samt et uddybende underafsnit om FNs verdensmål. I forhold til specialets problemformulering er det væsentligt for os, at få en forståelse af FN som organisation og de interne positioner, strukturer og interesser. I forbindelse med udredningen af specialets problem indleder vi med en forståelse af verdensmålenes grundlægger og tidligste afsender, Forenede Nationer.

### Forenede Nationer

I 1945, efter 2. Verdenskrig, blev der indgået en alliance mellem 51 stater, der skulle sikre, at der ikke udbrød krige igen. FN-organisationen blev dannet ud fra forestillingen om et fælles internationalt samarbejde, der først og fremmest skulle sikre og forbedre menneskerettigheder rundt om i verden. I dag består FN af 193 medlemslande, der varetager politiske konventioner om alt fra bæredygtig udvikling og ligestilling til terrorisme og styreformer. Organisationens opgave er det muligt for lande at debattere deres synspunkter og indgå i dialog med hinanden. <http://www.un.org/en/sections/about-un/overview/> (Nations, www.un.org, u.d.).

## *Generalforsamlingen*

FN-organisationen er opbygget af seks hovedorganer.

Det første er FNs Generalforsamling, der udgør organisationens centrale organ. Her afgøres sager ved flertalsafstemninger, hvor alle nationer er tildelt én stemme. En nation repræsenteres ofte af flere medlemmer fra samme land, og ledes af en diplomat eller ambassadør. Resolutionerne der afgøres ved flertal i generalforsamlingen fungerer ikke som love men derimod opfordringer til lande. Generalforsamlingen betragtes som verdenssamfundets offentlige overbevisning og stemme <http://un.dk/da/om-fn/generalforsamling> (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.).

## *Sikkerhedsrådet*

Som beskytter af verdensfreden er Sikkerhedsrådets opgave at undersøge enhver stridighed, der potentielt kan medføre krig eller internationale konflikter samt komme med forslag til foranstaltninger i disse tilfælde. Sikkerhedsrådet består af fem permanente medlemslande herunder: Kina, Rusland, Storbritannien, Frankrig og USA. Derudover udskiftes de resterende 10 medlemslande af FNs Generalforsamling hvert andet år. Valgene træffes blandt andet ud fra landenes lokationer. Ved afstemninger har de fem permanente medlemslande vetoet og kan nedlægge et forslag ved blot én stemme imod (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.).

## *Det Økonomiske og Sociale råd (ECOSOC)*

ECOSOC består af 15 medlemslande, der hver tredje år udvælges af Generalforsamlingen. Rådet beskæftiger sig med landes økonomi og velfærd herunder: Menneskerettigheder, kvinder og børns rettigheder, kriminalitet, ungdomsproblematikker, sundhedssektor, diskrimination samt fødevarer og miljø. ECOSOC består af en masse kommissioner, der tager sig af hver sit område, for eksempel Kommissionen for bæredygtighed. Rådet arbejder ud fra anbefalinger fra diverse regionalkommissioner og særorganisationer (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.).

### ***Forvaltningsrådet***

Forvaltningsrådets hovedopgave er at overvåge og sikre landets sociale velfærd. Rådet består af Sikkerhedsrådets vetolande, og beslutninger afgøres ved et flertal. Her har landene ikke vetoet. Mødernes afholdes efter behov, hvor kontrol af velfærd og menneskerettigheder diskuteres. Rådet er delt op i to komitéer, der hver beskæftiger sig med selvstyrende nationer eller kolonilande (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.).

### ***Den Internationale Domstol***

Den Internationale Domstol i Haag består af 15 dommere, der alle er udvalgt af Sikkerhedsrådet samt FNs Generalforsamling. Ligesom højesteret i Danmark udgør FNs domstol det dømmende organ i organisationen. Beslutninger afgøres ved enighed blandt ni dommere, altså flertalsafgørelse. Ofte løser domstolen konflikter om landegrænser (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.).

### ***FNs Sekretariat***

Det sidste organ i organisationen består af sekretariatet, der ledes af Generalsekretæren i samarbejde med tjenestemænd over hele verden. Sekretariatet indsamler den baggrundsviden om specifikke problematikker, som blandt andet benyttes i forbindelse med beslutninger og vedtægter i de resterende af FNs organer (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.). I alt består FN af omkring 50.000 medarbejdere herunder jurister, økonomer, oversættere, eksperter, journalister samt mennesker, der kvalificerer sig til at repræsenterer lande.

### ***Danmark og FN***

Danmark har været medlemsland siden FNs stiftelse efter 2. Verdenskrig, med WHO som Danmarks første FN-organisation (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.). I dag har Danmark 11 forskellige organisationer, der alle varetager forskellige interesser og værdier i bæredygtighedens tjeneste (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.). Vi har en fast repræsentant i FN, Ib Petersen, der siden 2013 besteg posten. Ib Petersen har en lang karriere i diverse chefstillinger lige

fra udviklingsdirektør i Udenrigsministeriet i forbindelse med samarbejde i en håndfuld forskellige lande til stedfortrædende ambassadør i Zimbabwe og rådgiver for Verdensbankens direktør i Washington. Derudover har han siddet i forskellige bestyrelser heriblandt UN Women, UNICEF samt forskellige investeringsfonde (Udenrigsministeriet, <http://fnnewyork.um.dk/da>, u.d.). Hans stedfortræder er ambassadøren Peter Lehmann Nielsen, som tidligere har været ansat i FN-sekretariatet, Rigsrevisionen og den danske ambassade i Washington (Udenrigsministeriet, <http://fnnewyork.um.dk/da>, u.d.). Foruden de to faste repræsentanter findes en længere liste over de forskellige danske ambassadører, politiske rådgivere og sekretærer, der har en dansk stemme i FN (Udenrigsministeriet, <http://fnnewyork.um.dk/da>, u.d.). I alt 27 medlemmer. Foruden de danske repræsentanter besad Danmarks tidligere udenrigs-, skatte- og finansminister, Mogens Lykketoft, stillingen som formand for Generalforsamlingen fra september 2015 til 2016.

## De 17 verdensmål

Verdensmålene er baseret på den mest gennemsigtige og omfattende globale konsultationsproces i FNs historie og er et resultat af tre års intensivt diplomatisk arbejde, der fik startskuddet ved Rio+20 topmødet i 2012<sup>1</sup>. Foruden den mellemstatslige Åbne Arbejdsgruppe, bidrag fra civilsamfundet, privatsektoren, FN Generalsekretærens Høj-niveau Panel af Eminente Personer og FN systemet, er der gennemført mere end hundrede nationale og elleve globale tematiske konsultationer, samt en online survey MyWorld, hvor mere end ti millioner mennesker verden over har givet deres mening til kende (FN, u.d.). Denne omfattende konsultationsproces har sikret et bredt ejerskab og offentlig indflydelse, hvilke fremstår som afgørende elementer, når intentionerne bag målene skal omsættes til handling over de kommende 15 år, som målene strækker sig over.

Verdensmålene blev vedtaget af verdens stats- og regeringsledere på FN topmødet i New York den 25. september 2015. Målene er en hidtil uset ambitiøs og transformativ udviklingsdagsorden, og trådte i kraft den 1. januar 2016 hvorfra de frem mod 2030 skal sætte rammen for en mere bæredygtig udvikling for Jorden og dens befolkning (FN, u.d.). Verdensmålene, Sustainable Development Goals – SDGs, bygger videre på de otte 2015-mål, Millenium Development Goals – MDGs, der havde sin deadline ved udgangen af 2015. Disse mål beviste, gennem politisk velvilje,

---

<sup>1</sup> FN konference omhandlende de 17 verdensmål, Rio de Janeiro 20.-22. Juni 2012

klar målsætning og korrekt prioritering af ressourcer, at det er muligt at opnå resultater, hvorfor de nye verdensmål ikke blot vil færdiggøre men også gå endnu længere end 2015-målene.

Verdensmålene består af 17 konkrete mål og 169 delmål:

1. Afskaf fattigdom i alle dens former overalt
2. Stop sult, opnå fødevarerikkerhed og forbedret ernæring og støt bæredygtigt landbrug
3. Fremme sundhed og trivsel for alle i alle aldre
4. Fremme kvalitetsuddannelse og muligheder for livslang læring for alle
5. Opnå ligestilling mellem kønnene og styrk kvinder og pigers rettigheder og muligheder
6. Fremme adgang til, og bæredygtig forvaltning af, vand og sanitet for alle
7. Fremme adgang til billig, pålidelig, bæredygtig og moderne energi til alle
8. Fremme vedvarende, inkluderende og bæredygtig økonomisk vækst, fuld og produktiv beskæftigelse og anstændigt arbejde for alle
9. Opbyg en modstandsdygtig infrastruktur, støt inkluderende og bæredygtig industrialisering og frem innovation
1. Reducer ulighed i og mellem lande
2. Gør byer og lokalsamfund inddragende, sikre, modstandsdygtige og bæredygtige
3. Fremme bæredygtigt forbrug og produktion
4. Hurtig indsats for at bekæmpe klimaforandringer og dens indvirkninger
5. Bevar og sikre bæredygtig udnyttelse af verdenshavene og andre hav samt marineressourcer
6. Beskyt, genopret og støt bæredygtig udnyttelse af økosystemer og af skove, bekæmp ørkendannelse, stands jordforringelser og tab af biodiversitet
7. Støt fredelige og inkluderende samfund, sikre adgang til retfærdighed for alle og opbyg effektive, ansvarlige og stærke institutioner på alle niveauer
8. Styrk det globale partnerskab for handling og øg midlerne til at nå målene



Målene forpligter alle FNs 193 medlemslande til helt at afskaffe fattigdom og sult i verden, reducere ulighed, fremme ligestilling, anstændige jobs og bæredygtigt økonomisk vækst og forbrug samt sikre god uddannelse. Målene anerkender således, at økonomisk, social og økonomisk udvikling, sikkerhed, fred og internationalt samarbejde er tæt forbundet og kræver en fælles indsats for holdbare udviklingsresultater (FN, u.d.).

Målene har yderligere fokus på at fremme sikkerhed, stærke institutioner og fred samt at styrke internationale partnerskaber. Foruden dette, er der særligt fokus på målenes universelle ansvar med højde for landenes forskellige udgangspunkt qua I- eller U-land. Nationale udfordringer som økonomisk, social og politisk marginalisering, fattighed, ulighed, mangel på eller ulige adgang til grundlæggende naturressourcer, klimaforandringer samt mange andre problemstillinger, har alle store regionale og globale konsekvenser, hvilket yderligere understøtter behovet for internationalt samarbejde.

### Markedsføring af de 17 verdensmål

Dette afsnit har til formål at kortlægge de digitale tiltag, der er gjort i forbindelse med udbredelsen af informationer omhandlende de 17 verdensmål. Der er i forbindelse med den ønskede udbredelse af kendskabet til målene iværksat flere store tiltag, der har til hensigt at informere og inspirere hele verdens befolkning. Vi forsøger på bedste vis at skildre dette gennem en indsnævret og kort



beskrivelse af de websteder, der, for os, fremstår som de mest centrale og informationsrige for den danske befolkning i forbindelse med opnåelse af viden omkring de 17 verdensmål.

Som led i udbredelsen af viden omkring målene er der oprettet adskillige informationssider omhandlende alt fra politiske tiltag, til hvordan målene kan implementeres i undervisning eller anvendes som underholdning. Bag disse tegner der sig et billede af et stort netværk af samarbejde mellem non-profit organisationer, politiske organisationer og ildsjæle. Vi fraskriver os at vurdere eller analysere selve webdesign eller navigation på de forskellige sider, men ønsker blot at afdække hvilke digitale tiltag, der er gjort for at oplyse den danske befolkning om verdensmålene. Vi vil herunder præsentere de websteder, vi finder mest relevante.

<http://www.un.org/sustainabledevelopment/>

Denne er FNs officielle side om verdensmålene. Her findes indgående informationer om alt fra politiske tiltag til målenes liv på sociale medier og hele verdens indsats. Siden opererer yderligere på Facebook og Twitter, hvor indsatser og nyheder deles løbende (Nations, <http://www.un.org/en/index.html>, u.d.).

<http://un.dk/da/>

Dette er FNs officielle danske side, der i samme omfang indeholder nogenlunde ligelig information som ovenstående. Målene optræder på siden, hvor der løbende fremhæves et mål af gangen, hvortil der forklares indgående, hvordan der arbejdes med målet i Danmark ([www.un.dk](http://www.un.dk), u.d.).

<http://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html>

Bag denne side er UNDP. FNs udviklingsorganisation og den største blandt FNs fonde og programmer. På denne side finder man informationer om deres arbejde med implementeringen af målene i deres arbejde i 170 lande og områder, herunder hvordan UNDP støtter integreringen af målene i landenes nationale udviklingsplaner og politik (Programme, u.d.).

<http://www.verdensmaalene.dk>

Verdensmaalene.dk er udviklet af UNDPs nordiske kontor i Danmark, Globale Gymnasier og Mellemløst Samvirke med støtte fra Danidas Oplysningsbevilling. Mediet er et digitalt læringssite, der har til formål at give lærere og elever på landets ungdomsuddannelser mulighed for

at opnå viden, handlingskompetencer og holdninger i forhold til FNs verdensmål for bæredygtig udvikling. Mediet opdateres løbende med nyeste statistikker, viden og undervisningsøvelser.

Siden findes yderligere på Facebook, men er ikke aktiv (UNDP, u.d.).

### <https://verdensbedstenyheder.dk>

Verdens Bedste Nyheder startede som en oplysningskampagne tilbage i 2010. Bag kampagnen stod FN, Danida og daværende NGO FORUM - Globalt Fokus. Grundet undersøgelser, der påviste, at danskerne vidste meget lidt om udviklingslandene og udviklingssamarbejde, samt at der var en generel tro på, at det gik dårligere i verden, end det gjorde på områder som krig, konflikt og bekæmpelse af fattigdom, havde kampagnen til formål at oplyse danskerne om globale fremskridt, FNs 2015 mål og dansk udviklingssamarbejde. I 2016 blev Verdens Bedste Nyheder stiftet som selvstændig forening af FN, de danske udviklingsorganisationer og det danske erhvervsliv.

Verdens Bedste Nyheder tager udgangspunkt i de 17 verdensmål, hvorfra de med deres egne ord laver: "konstruktiv journalistik og kampagner, der formidler fremskridt og løsninger på verdens udfordringer" (nyheder, u.d.). Mediet er uafhængigt og arbejder med midler fra Danida, medlemskontingenter, EU-midler, fonde og private bidrag. Mediet arbejder med en vision om, at alle danskere får en aktuel og nuanceret viden om verden. Foruden dette, arbejder mediet ud fra den overbevisning, at den nuancerede viden skaber håb, der skaber motivation for handling. Deres hovedformål er, at skabe et så stort kendskab til verdensmålene blandt den danske befolkning som muligt. Konceptet har i løbet af de sidste år spredt sig, hvorfor der i dag findes søsterorganisationer i Holland, Irland, Finland og Norge (nyheder, u.d.).

### <https://www.globalgoals.org>

Dette medie kan bryste sig at, at være det mest informationsgivende, da det favner alt fra musikvideoer, materiale om arbejdet fra organisationer og kendte og tilgængelige vidensmaterialer til formidling. Mediet dækker verdensomspændende nyheder og tiltag angående målene og måske vigtigst af alt, inviterer mediet den almene borger til at deltage. Bag siden er 'Project Everyone', der har gjort det til deres mål, at gøre verdensmålene så kendte som muligt verden over, så indsatsen for opnåelsen af målene maksimeres (Everyone, <https://www.globalgoals.org>, u.d.).

<http://worldslargestlesson.globalgoals.org>

Denne side har til formål at introducere de 17 verdensmål til børn og unge i hele verden med henblik på at forene dem i deres arbejde med målene. Siden arbejder med grafiske og skæve elementer, der skjuler politikken i dem og gør dem let forståelige (Everyone, [www.worldslargestlesson.globalgoals.org](http://www.worldslargestlesson.globalgoals.org), u.d.).

<http://heleverdeniskole.dk/de-17-maal/>

Bag denne side er Oxfam IBIS, en uafhængig medlemsbaseret udviklingsorganisation og medlem af Oxfam International. Disse arbejder for en verden, hvor alle har lige adgang til uddannelse, ressourcer og indflydelse. Hvert forår gennemfører de kampagnen Hele Verden i Skole, som halvdelen af de danske folkeskoler deltager i. Her arbejdes der også med verdensmålene, der ligesom Worlds Largest Lesson indeholder grafiske elementer og let forståelige information tilpasset målgruppen (IBIS, u.d.).

## **Danskernes forhold til FN**

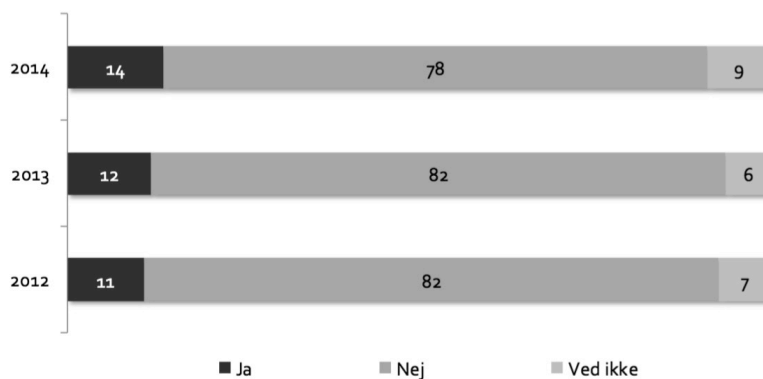
Det har været vanskeligt at finde konkrete statistikker og udtalelser, der besvarer spørgsmålet om hvordan danskernes forhold til Danmarks medlemskab i FN-organisationen er. Dette spørgsmål finder vi dog relevant i specialet i forbindelse med kontekstbeskrivelsen. I forlængelse af beskrivelsen af Danmarks samarbejde med FN kan det være væsentligt at vide noget om befolkningens interesser og holdninger. I et senere afsnit om verdensmålenes medieomtale vil det blive interessant at finde ud af, hvorvidt danskernes interesse for organisationens arbejde og viden herom, stemmer overens med verdensmålenes medieomtale eller mangel på samme. Kan der være en forbindelse?

I dette afsnit har vi taget udgangspunkt i en undersøgelsesrapport fra 2014, der hviler på svar fra 2.857 interviews med en håndfuld danskere. Undersøgelserne i rapporten er foretaget af Wilke Markedsanalyse i samarbejde med Danida, Danmarks udviklingssamarbejde under Udenrigsministeriet. Rapporten beskriver blandt andet danskernes viden om FN's tidligere 2015-plan. Herunder viser statistikkerne både procenter fra 2014, 2013 og 2012. Herunder ses et diagram over statistikkerne.

## Kendskabet til FN's 2015 mål og Verdens Bedste Nyheder

Figur 6: FN har opstillet en række mål for udviklingen i verden. Har du hørt eller læst om 2015 Målene?

Alle tal er %



Figur 1: Statistik fra Wilke for Danida's rapport: "Danskernes holdning og kendskab til udviklingsbistand 2014" Illustrerer procentfordelingen mellem vidende og uvidende danskere i forbindelse med kendskabet til 2015-planen i FN (Danida, 2014).

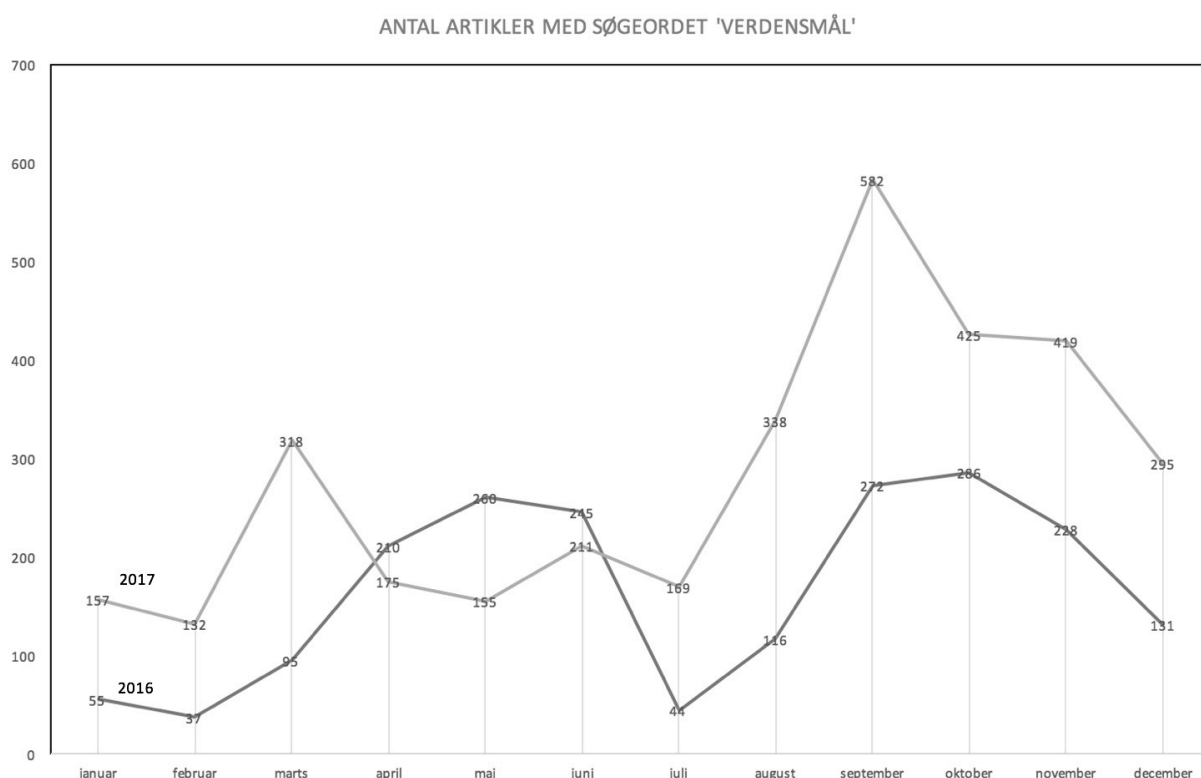
Undersøgelsen viste en general stilstand i procenterne mellem de tre år og yderligere skrives i rapporten: "Kendskabet til FN's 2015 mål er på niveau med sidste års kendskab." (Danida, 2014, s. 12).

I rapporten fra Europakommissionen, om danskernes kendskab til de 17 verdensmål fra april 2017, ses samme høje procentdel af de uvidende danskere. Det er interessant, at tallene ikke synes at have ændret sig siden de første målinger for nu syv år siden. Procentdelen har ligget solidt mellem de 78- 89 procent på de syv år (European Commission, 2017, s. 78). Selvom specialet rammeforståelse så vidt muligt ikke skal indeholde vores personlige vurderinger af de mange data og statistikker, har vi i netop dette afsnit været tvunget til at konkludere på tallene i de to rapporter, for at kunne give et fingerpræg om danskernes forhold til FN. Tallene taget i betragtning er størstedelen af danskerne ikke bekendte med de 17 verdensmål eller den tidligere 2015-plan fra FN. Denne store uvidenhed kan teoretisk set overføres til en vurdering af danskernes forhold til organisationen. Den høje uvidenhed vidner om en generel uvidenhed om FNs arbejde, særligt i lyset af, at de 17 verdensmål fremlægges som et af organisationens største og mest omfattende

fremtidsplaner for verden. Dermed ikke sagt at danskerne ikke har interesse for FN-samarbejdet og verdensmålene. Dette kan vi ikke vurdere på nuværende tidspunkt.

### **Verdensmålenes omtale i medierne**

I forsøget på at besvare specialet problemformulering er det relevant at gå tilbage og kigge på de første måneders medieomtale efter målenes officielle vedtagelse den 25. september 2015. Faktisk er det relevant at kigge endnu længere tilbage, da verdensmålene efterfølger FNs 2015 målene og allerede ses omtalt i diverse medier flere måneder før vedtagelsen i september. For at danne os et overblik over verdensmålenes medieomtale har vi valgt at udarbejde to kurver, der viser antallet af artikler, hvor ordet 'verdensmål' nævnes. Vi har valgt at afgrænse søgningen til to år. Fra 1. januar 2016 hvor verdensmålene officielt implementeres på landenes dagsorden og frem til 31. december 2017, hvor dette speciale påbegyndtes. En rapport fra Europa Kommissionen afslører danskernes manglende kendskab til verdensmålene. Rapporten er udarbejdet før 31. december 2017 og allerede før denne dato ses problematikken. Vi kan derfor roligt udelukke de efterfølgende måneder i specialeperioden som værende af den store betydning. For at give en forståelse for omfanget af mediernes omtale af verdensmålene i perioden 1. januar 2016 til 31. december 2017 har vi udarbejdet to kurver over det indsamlede datamateriale. De to nedenstående kurver illustrerer mediernes omtale af verdensmålene i henholdsvis 2016 og 2017. Vi benyttede søgeordet 'verdensmål' i ubestemt form, for ikke at udelukke artikler. Til vores held sammenfattes specialets problemfelt i ordet 'verdensmål' og danskernes kendskab til netop dette ord og hvad det indebærer. Det er derfor vores overbevisning, at søgningen er meget præcis og frasorteringen af relevante artikler er minimal.

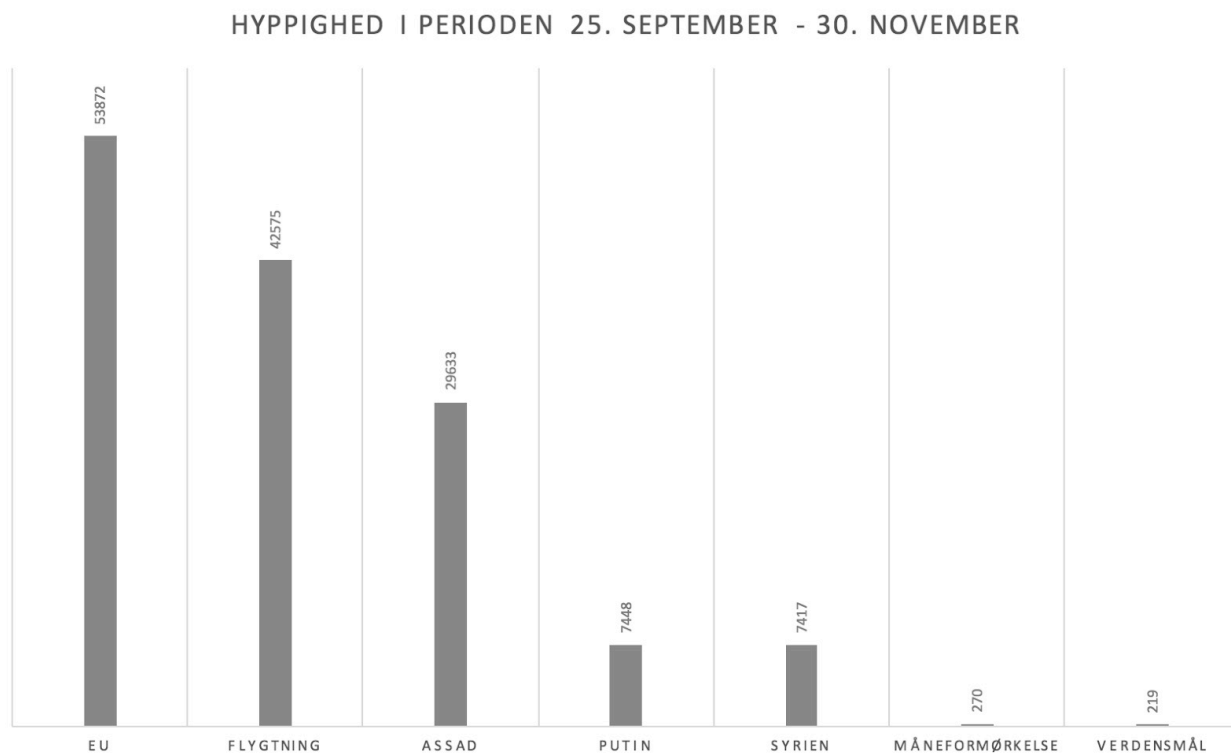


Figur 2 Antal artikler med søgeordet 'verdensmål' optrædende. Data taget fra Infomedia.dk i perioden 1. januar 2016 til 31. december 2017.

I modellen ses to kurver fra henholdsvis 2016 og 2017. I de første måneder efter målenes officielle implementering og igangsættelse er omtalen ikke stor. Faktisk er tallene nogle af de laveste i de to år. Til gengæld ses markante stigninger i artikler i august, september og oktober måned begge år. Særlig september, hvor målene vedtages i 2015 synes at være mest aktiv. Samlet set nævnes ordet 'verdensmål' af danske medier 1.979 gange i 2016 og 3.376 gange i 2017. Dette er en stigning på hele 1.397 artikler i 2017 altså 70,29 procent mere aktivitet end året før.

I forbindelse med mediernes brug af ordet 'verdensmål' har det været nødvendigt, at sætte tallene i perspektiv. For at gøre dette har vi måtte sammenligne de forskellige emner, der var aktuelle i perioden 25. september 2015 og tre måneder frem til 30. november 2015. Vi har valgt at søge inden for en periode på tre måneder fra den officielle lancering af verdensmålene, således at de danske medier har haft chance for at gå i dybden og skrive artikler. I denne periode har vi observeret en del andre aktuelle emner, der har taget mediernes opmærksomhed. Vi har

sammenfattet disse emner til søgeord, hvorefter vi har udviklet en model, der illustrere antallet af artikler med aktuelle søgeord i samme periode. Modellen ses herunder.



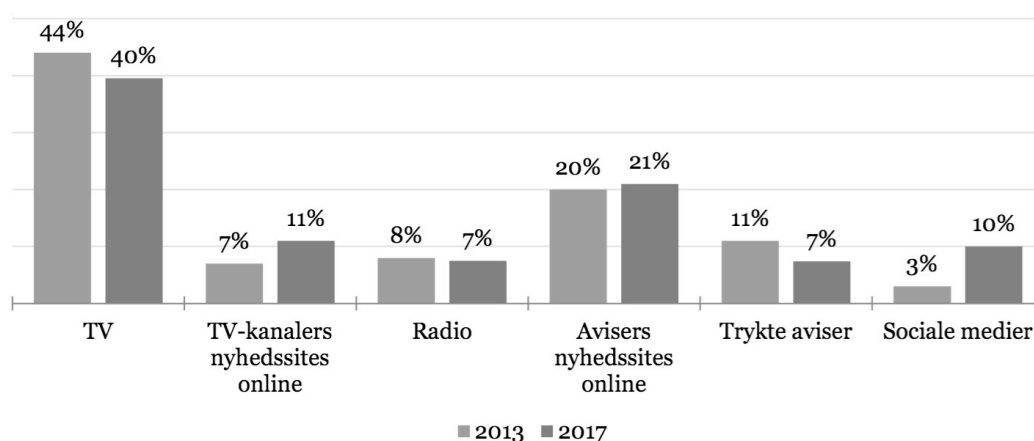
Figur 3 Hyppighed i søgeord i perioden 25. september 2015 til 30. november 2015. Data fra Infomedia.dk

Som det ses i modellen har vi søgt på emneordene: EU, Flygtning, Assad, Putin, Syrien og måneformørkelse. Denne model har til formål at sætte medieomtalen af de forskellige emner i perioden i perspektiv. Som det illustreres i modellen er der stor forskel på antallet af artikler, der indeholder de repræsenterede søgeord. I perioden fra den 25. september til 30. november 2015 tog flygtninge-strømningerne fra Syrien meget medieomtale. I den forbindelse er der stort fokus på EU, der ender med et resultat på 53.873 artikler i perioden. Taget artikel-antallet med søgeordet 'verdensmål' i betragtning, har medierne en klar prioritet. I samme periode som lanceringen af verdensmålene optrådte en måneformørkelse, der tog mediernes fokus. Søgeordet 'måneformørkelse' ses i flere artikler end søgeordet 'verdensmål' i samme periode, og det må

forventes, at måneformørkelsens medieomtale strækker sig over en kort periode lige op til formørkelsesdatoen, hvorefter tallet må forventes at dale hastigt.

## Danskernes nyhedsforbrug

I 2017 foretog tre forskere fra Roskilde Universitet en undersøgelse af danskernes brug af nyhedsmedier. Undersøgelsen gav resultater, som er væsentlige for dette speciale. I forsøget på at finde svar på danskernes manglende viden omkring FNs verdensmål, er det relevant at spore danskernes nyhedsforbrug og finde ud af, hvilke medier og hvilke medieplatforme der udgør danskernes foretrukne nyhedskilder. Herfra søger vi at spore os ind på verdensmålenes frekvens i de forskellige medier samt analytiske analyser af sproget i de forskellige medier. Samtidig er det relevant at finde ud af, hvilke medieplatforme der benyttes af danskerne. Disse platforme kan yderligere kræve en analyse af platformens muligheder og begrænsninger. Både i form af tekst, visuelle muligheder men også brugskulturen og dens begrænsninger for læseren. Det første statistikdiagram viser danskernes foretrukne nyhedsplatforme fra henholdsvis 2013 og 2017. Det ses herunder:



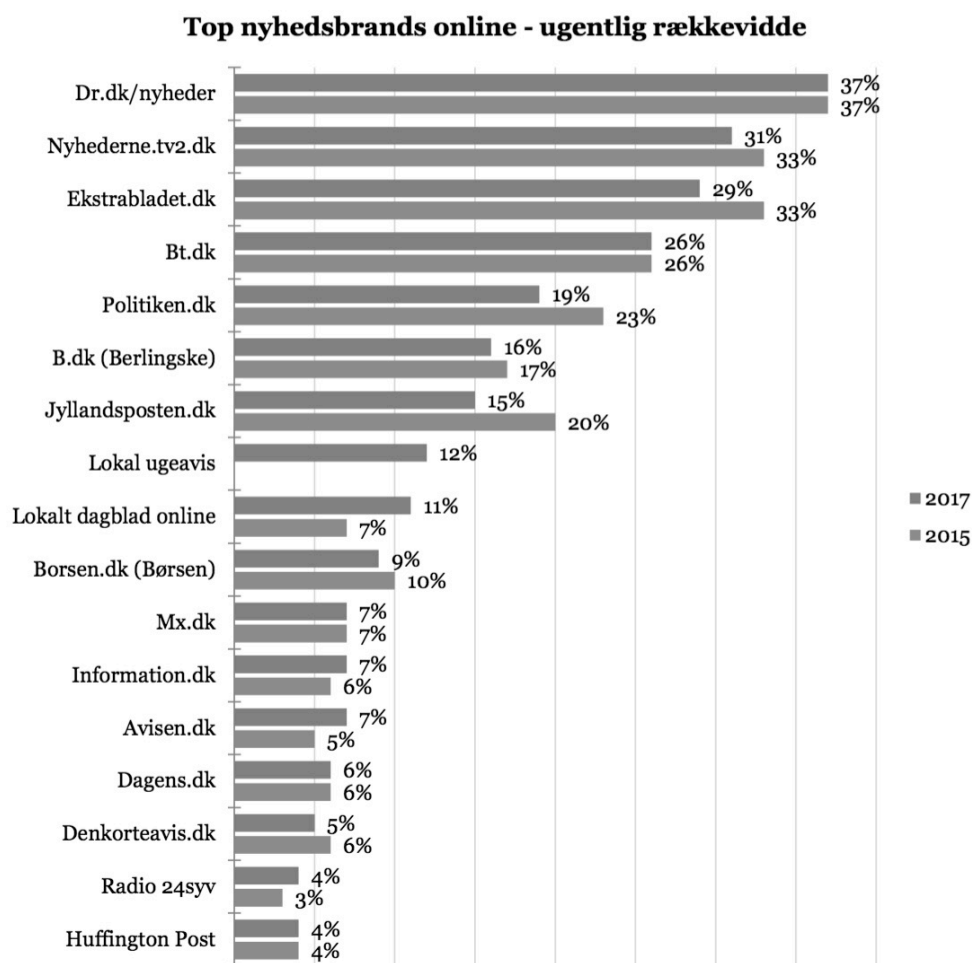
Figur 4 Statistik over danskernes foretrukne nyhedsplatforme fra 2013 og 2017. Undersøgelse foretaget i rapporten: Danskernes brug af nyhedsmedier, 2017, Roskilde Universitet.



Ovenfor ses en markant og gennemgående brug af TV og avisers nyhedssites online. I TV-statistikken er der tale om DR nyhederne, TV2s 19-nyheder og TV2 News samt regionale nyheder blandt de mest sete nyhedsudsendelser (Schrøder, Blach-Ørsten, & Burkal, 2017, s. 28).

De fleste af statistikkerne viser et stabilt forbrug af de forskellige nyhedsplatforme i de to forskellige år. Dog er brugen af sociale medier steget fra tre til 10 procent fra 2013 til 2017. Denne stigning ses ikke i samme grad hos de resterende nyhedsplatforme, og stiger de sociale medier med samme hastighed de følgende år, må det forventes, at de ligger sig tæt op ad de to foretrukne platforme, TV og avisers nyhedssites (Schrøder, Blach-Ørsten, & Burkal, 2017, s. 22).

Den anden statistik omhandler danskernes foretrukne nyhedskilder blandt de etablerede publicistiske nyhedsmedier i Danmark. Statistikken omfatter fordelingen i brugen af nyhedsmediernes online nyhedssites, som udgør den anden mest foretrukne nyhedsplatform i Danmark. Herunder ses et screenshot af statistikkerne:



Figur 5 Statistik over danskernes foretrukne online nyhedssites fra de etablerede publicistiske danske nyhedsmedier. Undersøgelsen er foretaget i rapporten: Danskernes brug af nyhedsmedier, 2017, Roskilde Universitet

I statistikken ovenover ses en forholdsvis jævn fordeling af de fem mest benyttede nyhedssites fra de etablerede danske nyhedsmedier. På en førsteplads ligger DRs nyhedssite. En delt andenplads går til TV2 nyhederne og Ekstrabladets hjemmeside, tæt fulgt af BT og Politikens hjemmeside. Denne fordeling er fordelingen fra 2017. Generelt ses et faldende besøgstal på nyhedsmediernes egne hjemmesider. Denne udvikling kan være relevant i en senere analyse. Særligt Jyllands-Posten, Politiken og Ekstrabladet har oplevet et fald i besøgstallene (Schrøder, Blach-Ørsten, & Burkal, 2017, s. 27). Hvor disse besøgende er søgt hen, kan blive relevant for en senere analyse.

Den sidste statistik, vi vil benytte i dette afsnit, er en statistik fra 2015 foretaget af Reuters. Rapporten beskrives blandt andet forskellige landes brug af sociale medier samt deres foretrukne sociale medieplatform, når det drejer sig om nyheder. Danskernes klart foretrukne nyhedskilde er Facebook med hele 44 procent. Dernæst Youtube med otte procent og LinkedIn med seks procent. Undersøgelsen viste også, at 60 procent af den danske befolkning har stor interesse for at læse nyheder (Newman, Levy, & Nielsen, 2015, s. 36-37).

## Literature review

---

### Politik og nyhedsværdi

Det gensidigt afhængighedsforhold mellem politik og journalistik går helt tilbage til 1800'tallets partipresse. Dengang var aviser tæt forbundet med de enkelte partier og formidlede politiske ideologier ud til befolkningen. En del er sket siden 1800'tallets politiske mediedækning, og i dette afsnit af specialet literature review vil vi benytte en håndfuld relevante forskere, der kan give et klarere billede af forholdet mellem politik og medier i dagens Danmark. Vi vil undersøge, hvordan nyheder tillægges værdi og spalteplads i de danske nyhedsmedier.

Det er relevant at få et indblik i nogle af de journalistiske principper og traditioner, der har afgørende betydning for mediernes syn på politik og nyhedsværdi. I denne sammenhæng kan vi ikke undgå at tale om sociale medier som ny markedsføringskanal, samt det journalistiske fags udvikling under påvirkning fra konkurrenter. Vi vil begynde med en udredning af forholdet mellem politik og journalistik.

I år 2004 udgav kommunikationsforsker Louise Phillips og Professor og Cand.mag., Kim Schrøder fra Roskilde Universitet, bogen: "Sådan taler medier og borgere om politik". Bogen er en diskursanalytisk betragtning af det medialiserede samfundssyn på forholdet mellem politik og medier. Når der tales om medier og politik i dagens Danmark, er det ofte en debat omkring hvorvidt medierne har for stor påvirkning på den politiske dagsorden og hvorvidt medierne svigter i forhold til information til fordel for underholdning (Philips & Schrøder, 2004, s. 13-14). Der argumenteres for, at den manglende oplysning til fordel for underholdningsværdi, kan stille borgerne dårligt, når de skal forholde sig til politiske spørgsmål eller træffe beslutninger i stemmeboksen (Philips & Schrøder, 2004, s. 15). Denne udledning skrev Phillips og Schrøder allerede tilbage i 2004, og påstanden bliver stadig bekræftet af nyere forskning.

En udredning af forholdet mellem medier og politik er en antropologisk udredning af forholdet mellem borgere, medier og de samlede komplekse meningsdannelsesprocesser i det medierede samfund (Philips & Schrøder, 2004, s. 17-19). En sådan udredning af den nutidige nyhedsverden, og dens begrænsninger og muligheder, vil være omfattende nok til et separat speciale i sig selv. Vi er

klar over, at der i dag, grundet internettet, findes et utal af alternative medieplatforme, der på en eller anden måde formidler nyheder og historier verden over. Det kan ikke udelukkes, at internettet og de sociale medier har betydning for de etablerede danske nyhedsmediers måder at bedrive og markedsføre journalistik eller har indflydelse på selektionen af nyheder. Indtil videre ved vi allerede fra tidligere afsnit om danskernes nyhedsforbrug, at et fortsat stigende antal danskere læser deres nyheder på de sociale medier. I dette afsnit er det ikke væsentligt at redegøre for danskernes brug af de sociale medier og meningsdannelsen i kraft af dem. Vi hviler blot ved det faktum, at flere og flere procent af danskerne læser nyheder gratis på sociale mediers platforme (Jævnfør Danskernes nyhedsforbrug). Vi vil derimod se på de sociale mediers indflydelse på den praktiserende journalistik og nyhedsmediers markedsføring af deres produkter via de sociale medier.

Professorer i kommunikation, Sun Kyong Lee og Nathan J. Lindsey fra University of Oklahoma har i samarbejde med professor Kyun Soo Kim fra Chonnam National University i Korea undersøgt netop hvordan de sociale medier påvirker journalistik og nyhedsmediers markedsføring. I 2017 udgav de artiklen: "The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices". De argumenterer for, at den almindelige borgers adgang til nyheder samt deling af indhold via de sociale medier har ført til en ændring i journalistiske normer og praksisser:

*"As more people access news through newer media platforms such as social media, and interact with journalists and news agencies more directly through such venues, the ways in which people consume news and think of journalism are likely to be influenced."* (Lee, Linsey, & Kim, 2017, s. 254-263).

Undersøgelserne viste, at selektiv nyhedssøgning og hurtige nyhedsoverskrifter lå højest på ønskelisten hos forbrugerne, hvorfor de sociale medier var et oplagt alternativ til papiraviser og andre trykte nyheder. Samtidig var forbrugerne villige til at betale for kvalitetsjournalistik, som oftest ikke er tilgængelig på de sociale medier, da medierne kun tillade et etableret digitalt råderum grundet deres interaktions- og digitale design. Overfloden af nyheder på de sociale medier medfører, at hvert enkelt nyhedsmedie, der benytter de sociale medier til at nå forbrugerne, må

tilrettelægge artiklen med fangende billede og tekst, for at overdøve de eksisterende tilbud fra konkurrenter på platformen. Denne tilpasning medførte en højere frekvens af nyhedsopslag og dermed en overflod af nyhedstilbud på de sociale medier. Overfloden af kvantitetsjournalistisk medførte en højere grad af selektiv nyhedssøgning hos forbrugerne og en generel nyhedsundgåelse, hvilken kan forventes, at have en indflydelse på den journalistiske praksis (Lee, Linsey, & Kim, 2017, s. 254-263). Denne udvikling og det massive informationsoverskud tvinger nyhedsmedier der markedsfører sig via de sociale medier ud i en konkurrence med et utal af konkurrenter. Ikke kun konkurrenter der leverer andet nyhedsindhold, men også et utal af brands, videoklip, viralt indhold med videre. For at konkurrere med den store mængde af konkurrenter er det altafgørende for nyhedsmedierne, at tilrettelægge deres kommunikation og nyheder efter de sociale mediers præmisser og skabe fokus og interesse i løbet af meget kort tid.

I forlængelse af disse resultater, er det relevant at undersøge spørgsmål om nyhedsværdi og selektionen af nyheder i de etablerede medier. På denne måde vil vi søge at få et nuanceret billede af de væsentlige processer i den nutidige nyhedskonstruktion, der har betydning for udvælgelsen af de nyheder, som skal trække forsider samt opnå spalteplads.

Et væsentligt led i specialets literature review er, at besvare spørgsmålet om, hvad der tillægges nyhedsværdi for medierne, og dermed forstå dén udvælgelsesproces som foregår. Hvad er det der giver en historie nyhedsværdi og medieomtale?

I dette afsnit af specialet literature review vil vi tage udgangspunkt i en håndfuld udvalgte forskere og deres teorier inden for 'news value', altså nyhedsværdi, og denne del af det journalistiske felt. Der findes allerede meget forskning på netop dette område, og vi har derfor forsøgt at omfavne emnet bredt, ved at udvælge forskning fra flere tidsperioder. Både nyere og ældre artikler og bøger.

*"Journalists do not write articles. They write stories. A story has structure, direction, point, viewpoint. An article may lack these. (...) Journalists are professional story-tellers of our age."* (Bell, 1991, s. 147).

Sådan skrev professor i sociolingvistik, Allan Bell, allerede i starten af 90'erne. Hans pointer er meget simple. God journalistik er i virkeligheden en god fortælling om en historie. Præcis som et

eventyr, en novelle eller roman. Hans vigtigste pointer i denne sammenhæng er, at journalistik ikke er en genre, som hundrede procent afspejler virkeligheden. Allan Bell pointerer, at en god journalist altid spørger sig selv: 'er dette en god historie?' (Bell, 1991, s. 147-150). I ethvert journalistik arbejde findes specifikke grundstrukturer, som en artikel bygges op omkring. Det er en struktur, der har til formål at besvare de spørgsmål, som læseren kunne finde på at spørge om. En sådan struktur er delt op i specifikke dele, og kan opfattes som gængse lærerprincipper (Bell, 1991, s. 148-149). I dette afsnit vil vi ikke begynde at forklare denne struktur, da vi hellere vil fokusere på de underlæggende faktorer, der afgør om en nyhed har værdi nok til at blive trykt.

Det kan være naturligt at antage, at en god journalist altid vil kunne skrive en hvilken som helst nyhed om til en god historie med forsidepotentiale. Sådan hænger det dog ikke helt sammen ifølge lingvist Teun A. van Dijk, som allerede i 1988 skrev bogen "News as discourse". Bogen berører flere emner inden for nyhedsstudierne også nyhedsværdi.

Ifølge van Dijk handler nyhedsværdi om kognitive processer. En nyhed tillægges størst værdi, hvis den kan skabe en psykologisk ændring eller reaktion hos læseren. Den skal så at sige berøre noget i læseren, der trækker den menneskelige hjerne (Dijk, 1988, s. 180). I bogen beskriver Van Dijk ofte nyhedsværdien i lokale nyheder. Med disse menes ikke udelukkende nyheder, som foregår i det lokale miljø, altså fysisk lokale nyheder. Der menes samtidig de psykologiske nyheder. De nyheder som på en eller anden måde, kommer ind på livet af os. Hvor en nyhedshistorie berører os personligt på et menneskeligt niveau, hvor vi forarges, forløses eller på en anden måde får en subjektiv oplevelse ud af at læse historien. En undersøgelse viste, at de nyheder, som læserne huskede bedst, var emotionelle begivenheder, hvor de indblandede hovedpersoner levede op til samfundsstereotyper, og hvor historien gav genlyd til tidligere oplevelser og lignende historier (Dijk, 1988, s. 181). Van Dijk beskriver disse nyhedsværdige kriterier, og mange flere, som cognitive constraints, altså restriktioner og et journalistisk handlerum, der er underlagt den menneskelige hjernes begrænsninger, som er formet af de diskurser og samfundsideoologier, som nyhedsmedierne allerede reproducerer (Dijk, 1988, s. 112-120).

Siden 1988 hvor Van Dijk udgav bogen, har samfundet forandret sig en hel del på nyhedsfronten. Grundet internettet og de sociale medier har de etablerede publicistiske nyhedsmedier ikke

længere monopol på distributionen af nyheder til befolkningen. I dag kan enhver med internetadgang publicere historier og nyheder til hele verden. Grundet denne udvikling har vi været nødsaget til at søge nyere forskning inden for news values, da vi ikke kan udelukke disse samfundsmæssige forandringer fra at have en betydning for nyhedsværdien.

Lingvistik professor Monika Bednarek og Professor i diskurs og pragmatik Helen Caple skrev i 2012 artiklen: "Language, image and News Values" i forsøget på at give et diskursivt billede af nyhedsværdiens tilblivelse. Endnu en gang sættes der fokus på den kognitive proces. Denne har dog fokus på journalistens selektive søgen efter nyhedsmateriale med værdi, og samtidig stilles der spørgsmålstejn ved produktionen og den diskursive konstruktion af nyhedsværdi i en historie (Bednarek & Caple, 2012, s. 103-104). Nyhedsværdi er en subjektiv og kognitiv proces, der i hvert enkelte tilfælde defineres af journalistens syn på nyheden. Journalisten er underlagt intersubjektive regelsæt på baggrund af antagelser om, hvad der for læseren er nyhedsværdigt. I det fleste tilfælde er kriterierne for en god historie, om historien har en grad af konflikt, katastrofe, uheld eller anden negativitet, som helst skal have adgang til forargelse, fortvivlelse eller på anden måde stærke psykologiske følelser hos læseren (Bednarek & Caple, 2012, s. 104-105). Kan sprog og billeder understøtte eller forstærke læserens oplevelse, er dette en del af journalistens mulighed for at fortælle en historie, der tillægges ekstra nyhedsværdi. Den lingvistiske side af selve historiefortællingen er derpå mindst lige så væsentlig for graden af nyhedsværdi. Bednarek og Caple sætter fokus på ords betydning og variation, der understøtter og intensiverer nyhedens grad af kognitiv værdi hos læseren (Bednarek & Caple, 2012, s. 108).

Grundet konkurrencen fra internettet og de sociale medier, kan det ikke udelukkes, at nyhedsværdi er eftertragtet i ønsket om at tiltrække læserne. De lingvistiske tilføjelser til nyhederne er derfor vigtige, og ind imellem kan netop disse tilføjelser være skyld i, at sager om falske nyheder og fordrejede historier vinder frem i medierne. En nyhed har ikke altid en stor nok værdi i sig selv. Den gode historie er mindst lige så væsentlig i forsøget på at vinde læsernes gunst.

Ligesom de ovenstående forskere har lektor i journalistik, Tony Harcup og professor i public management, Deirdre O'Neill, forsøgt at forske inden for feltet: 'News values'. De to har taget udgangspunkt i tidligere forskningsresultater, og skrevet artiklen: "News values revisited (again)" fra

2017. I modsætning til de ovenstående forskere har de to udarbejdet en liste over det mest nyhedsværdige indhold i et top-ti. Øverst på listen ligger historier fra magteliten, altså magtfulde individer og institutioner. Dernæst kendishistorier, underholdning om sex, drama, humor eller sjove fotos. Herefter følger overraskende historier, negative historier, positive historier og på ottendepladsen ligger historier om gennemgående internationale eller nationale problematikker (Harcup & O'Neill, 2017, s. 1471).

Harcup og O'Neill har dedikeret et helt afsnit, i deres artikel, til de sociale medier nærmere bestemt Facebook. Fordi Facebook er mange læsers foretrukne nyhedsplatform, er de publicistiske medier tvunget til at markedsføre sig via Facebook. Så hvilken markedsføringsstrategi virker bedst på Facebook? Dette spørgsmål er essentielt i forsøget på at vurdere en nyheds klik-potentiale (Harcup & O'Neill, 2017, s. 1474). Det kan ikke udelukkes, at en histories nyhedsværdi reduceres, hvis historien ikke passer ned i udgivelsesplatformen. På Facebook er der en tæt trafik af kontekst og billeder, der springer i øjnene og forsøger at fange brugernes opmærksomhed. En nyhedshistorie skal derfor være i stand til at få brugerne til at stoppe op i flowet af kontekst. På Facebook vidner statistikkerne om en ny ranking af nyhedsværdige tophistorier. Her er det negative nyheder og underholdning, der ligger nummer ét, og to på listen over populært nyhedsindhold. Endnu en gang ligger internationale og nationale nyheder samt magteliten langt længere nede i rang og popularitet hos brugerne (Harcup & O'Neill, 2017, s. 1478). Der er simpelthen færre penge i international politik og på de sociale medier råder underholdning frem for oplysning.

## **Medialisering og sociale medier**

Et begreb vi ikke kan undgå, når vi arbejder med det moderne samfund og hvordan massemedier og digitale netværksmedier er blevet en integreret del af samfundsinstitutioners virke og kulturelle praksisser, er 'medialisering'. Medialisering definerer den danske professor i medie, kultur og samfund, Stig Hjarvad, i hans bog 'Medialisering - mediernes rolle i social og kulturel forandring' som værende (Hjarvad, Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring, 2016, s. 7):

*"Den proces, hvor samfundet i stigende grad underlægges eller bliver afhængigt af medierne og deres logik. Denne proces er kendetegnet ved en dobbelthed af, at medierne integreres i andre*



*samfundsinstitutioners virke, samtidig med at medierne selvstændiggør sig som en institution i samfundet”.*

Medialisering har altså ikke udelukkende en effekt alene på politik, men en række samfundsmæssige forhold som familie, opdragelse, idræt med mere. Men når det gælder politik, må vi sande, at medialisering har en afgørende effekt på den politiske debat, hvor mediernes indflydelse påvirker den politiske kommunikations form og indhold. Tidligere forskning i medialisering havde i særlig grad fokus på nyheds- og massemediernes voksende rolle i den politiske kommunikation, samt de forandringer der forekom i det politiske system, som følge heraf (Hjarvad, *Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring*, 2016, s. 8). Dette er stadigvæk et centralt omdrejningspunkt i medialisering men er, som følge af medie- og samfundsudviklingen, udvidet med undersøgelser af det samlede system af mediers indflydelse, samt sociale- og interpersonelle medier og hvordan disse tre kategoriers samspil fungerer. Medialiseringen er en voksende del af kultur og samfund, og må altid ses og forstås i den kontekst, hvori det sættes i forhold til og undersøges. Når det gælder forholdet mellem medialisering af politik i nyhedsmedier og på sociale medier, hersker der ingen tvivl om, at brugen af sociale medier har vundet indpas i politik. Mediernes betydning for det politiske system peger dog på, at anvendelsen af disse ofte er styret af nyhedsmediernes logik. Anvendelsen af sociale medier bruges med henblik på at påvirke nyhedsmediernes dagsorden eller udbrede nyhedshistorier (Blach-Ørsten, 2016, s. 185-216).

Medialiseringen dækker over, hvordan medierne har fået en mere fremtrædende rolle i kultur og samfund, og har haft konsekvensen, at eksempelvis politik er blevet afhængig af medier. Dette skal ses i den forstand, at medier på forskellig vis er integreret i samfundet og dets kulturer, og derved er med til at strukturere, hvorledes mennesker kommunikerer og interagerer, som medierne yderligere har bidraget til at forøge hastigheden og rækkevidden af (Hjarvad, *Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring*, 2016, s. 7). Medialiseringen af den politiske kommunikation medfører, at medierne forenkler, konkretiserer og intensiverer og dermed påvirker formen og indholdet af informationerne, der skal formidles fra politikerne til borgerne. At medierne går ind og arbejder med disse informationer har den konsekvens, at medierne favoriserer korte budskaber, der kan omsættes til et let sprog, hvilket ofte medfører, at virkelighedens nuancer i den

politiske kommunikation går tabt. I mediernes yderligere konkretisering fokuserer de på afgrænsede begivenheder, snarere end generelle spørgsmål, hvilket Stig Hjarvad omtaler som 'nuheder' (Hjarvad, *Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring*, 2016). Medierne vælger at fokusere på det nye i nyheden, frem for årsagerne til den. Dette understøttes af den yderligere intensivering, hvor der lægges vægt på sensationerne og gerne med kendte aktører. Hjarvad arbejder endvidere med *polarisering* og *personificering*, hvor medierne lægger vægt på modstående frem for nuancerede synspunkter og tilgår forhold som personspørgsmål, hvor casehistorier koblet på en person kan anvendes til at illustrere en kompleks sag.

Når man taler om medialisering og nyhedsværdi, samt hvorfor og hvorledes nyheder kan skinne igennem og overleve på et socialt medie som Facebook, må man også have in mente, at sociale medier har et stort formidlingspotentiale. I artiklen: "Incidental Exposure, Selective Exposure, and Political Information Sharing: Integrating Online Exposure Patterns and Expression on Social Media" (*Article Navigation Incidental Exposure*, 2017) påpeger en række forskere, at sociale medier har en central og afgørende rolle i nutidens nyhedsstrøm. Den store udbredelse har en indflydelse på, hvordan individet oplever, søger efter og interagerer med nyheder og politik. En vigtig ting som disse sociale medier yderligere har bragt med sig, er muligheden for at dele politisk information med sit netværk (Kümpel, Karnowski, & Keyling, 2015) (Weeks & Holbert, 2013). I stedet for blot at være en passiv modtager af nyheder, kan individet nu aktivt deltage i politisk distribution af holdninger. Nettet giver nemlig mulighed for at søge efter politiske informationer, inden for ens egen politiske interesse (Bennett & Iyengar, 2008), hvorfor man via sociale medier selv, aktivt, kan moderere, hvilke nyheder og fra hvem, man ønsker at læse. Det er dog også vigtigt at pointere, at et medie som eksempelvis Facebook giver mulighed for, at udbrede nyheder til hvem de normalt ikke ville ramme. På samme måde gælder dette politik, da ens færden på sociale medier, herunder hvilke sider man følger og liker, samt hvilke personer man interagerer med og lader sig inspirere af, har en indflydelse på, hvilken politisk indflydelse man udsættes for. Man er i denne forbindelse udsat for informationer, man i en vis grad ikke selv opsøger (Zúñiga, Jung, & Valenzuela, *Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation*, 2012) (Zúñiga, Weeks, & Ardèvol-Abreu, *Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics*, 2017) (Yonghwan, Chen, & Zúñigac, 2013) (Tewksbury, Weaver, & Maddex, 2001) (Turcotte,

York, Irving, Scholl, & Pingree, 2015). Massemediernes indtog i den politiske verden påvises dermed, i kraft af kombinationen mellem tilfældigheden online og den aktive søgning på politiske nyheder og informationer, og hvordan denne øger sandsynligheden for engagementet med indholdet, ved at have muligheden for at dele og diskutere med andre, samt kunne afdække sit vidensbehov gennem flere platforme.

# Metodologi



## Metodologi

---

Et væsentligt og uundgåeligt led i ethvert videnskabeligt arbejde er metoden og metodologien. Metoden beskriver, hvordan der arbejdes med et emne ud fra udvalgte teorier og eksisterende videnskabsteorier. Hvad vi vil undersøge, hvordan vi vil undersøge det og fra hvilket videnskabsteoretisk udgangspunkt. Vores ontologiske og epistemologiske ståsted i analysen. I dette afsnit vil vi begynde med en redegørelse af specialets videnskabsteoretiske fundament, der omfatter socialkonstruktivismen og hermeneutikken. Formidling og metakommunikation opfatter vi som essentielle kvaliteter i specialet. Derfor vil redegørelsen af det videnskabsteoretiske felt søge at afsløre vores videnskabelige ståsted, der samtidig udgør en væsentlig del af den aktive refleksion, vi har haft igennem specialeperioden. Vi har flere gange måtte forholde os til vores egen subjektivitet som oplyste mennesker i et humanioravidenskabeligt arbejde. Kvaliteten af et videnskabeligt arbejde med mennesker opfatter vi som et konstant arbejde med os selv og vores egne fortolkninger og overbevisninger baseret på vores sociale liv og uddannelse inden for universitetets rammer, hvor vi gennem de sidste fem år har skulle forholde os teoretisk til verden omkring os. En verden vi hver dag selv agerer i og omkring som sociale individer i samfundet.

## Videnskabsteori

### *Socialkonstruktivisme*

Allerede på nuværende tidspunkt i specialet kan det opfattes, at et gennemgående videnskabsteoretisk ståsted placeres inden for socialkonstruktivismens verdenssyn. Den socialkonstruktivistiske videnskabsteori kan tolkes som værende en konstant kritisk betragtning af menneskets fortolkning. Både i sociale kontekster men også i et større kosmisk perspektiv. Tabula rasa beskriver vores erkendelsesmæssige udgangspunkt. "Troen på den rene objektive erkendelse" (Wenneberg, 2000, s. 24). Tabula rasa er en metafor, der beskrives som menneskets tomme tavle. Erkendelse opstår først gennem menneskets sansemøde med verden. Inden da eksisterer ingen erkendelse og ingen subjektivitet. Et menneskes sanselige møde med verden former den menneskelige erkendelse og denne erkendelse kan ikke længere viskes ud. Erkendelsen bliver en forankret del af menneskets bevidste væsen og er udgangspunktet for tanker, følelser, handlinger

og på naturlig adfærd. Tabula rasa blev professor, Francis Bacon, første udkast til socialkonstruktivismens tilblivelse. En radikal empirisme og verdensopfattelse af menneskets livsverden (Wenneberg, 2000, s. 24-25).

I dette speciale erkender vi os ikke til Bacons radikale teorier. Vi følger hans synspunkter, når det gælder det sanselige møde med verden og følger hans overbevisning om, at det sanselige møde sætter sine spor i erindringer og underbevidsthed, og tilmed sprog og adfærd. Bacon forklarer samtidig, hvordan forskellige faktorer påvirker og manipulerer de indtryk, som bevidstheden suger til sig. Disse faktorer indgår i Idola tribus; stammens idoler. Det er i denne teori, vi erkender Bacons teori om socialkonstruktivismens kritiske syn på menneskets fortolkning. Idola tribus kan opfattes som den sociale verden, som gennem sprog og adfærd former individets bevidsthed og forstyrrer dets sanseapparat (Wenneberg, 2000, s. 25).

Netop Bacons udlægning af idola tribus og den sociale verdens manipulation med menneskets bevidsthed, fungerer som vores konstante pejlemærke i enhver fortolkning af specialets empiri og vores for forståelse og erfaringer samt de fejlfortolkninger, der kan synes uundgåelige undervejs. Den subjektive analyse i det humanistiske arbejde med mennesker og sprog er, ifølge socialkonstruktivismen, altid et spørgsmål om de individuelle og samfundsmæssige indtryk, der har sat sit præg på vores rene tavle.

Inden for socialkonstruktivismen findes fire forskellige positioner. Det er positioner, der understreger socialkonstruktivismens sammenhænge med den sanselige og sociale verden. De forskellige positioner rankes lige fra moderate til radikale overbevisninger om videnskabsteoriens indhug i verden. I dette speciale vil vi forholde os til to positioner. Den første er det kritiske perspektiv (Wenneberg, 2000, s. 71). Det kritiske perspektiv arbejder med studier fra den sociale verden omkring os. Det er en position, der stiller sig kritisk over for fænomener, der virker naturlige, men som kan forklares ud fra det socialkonstruktivistiske perspektiv, som værende menneskeskabte. Denne position er særlig interessant, når det drejer sig om diskursanalyse og sproglige analyser af offentlige tekster, der læses og fortolkes af samfundet. Med udgangspunkt i idola tribus-teorien indtager vi en kritisk position til forholdet mellem medie og modtager i forbindelse med samfundets manglende viden og kendskab til FNs 17 verdensmål. Det er vores overbevisning, at der findes en sammenhæng mellem samfundets viden, hvad end den er stor eller

begrænset, og Danmarks største, eneste og mest populære public servicekanal. Det kritiske perspektiv i socialkonstruktivismen har til formål at afsløre den diskursive praksis, som eksisterer i DR nyhedernes måde at kommunikere og formidle verdensmålene til befolkningen. Gennem sproget formes og forandres individets syn på verden både i personlig og politisk forstand.

Vores overbevisning om sprogets magt over menneskets bevidsthed og verdenssyn bringer os videre til den anden position inden for socialkonstruktivismen. Den anden position er en erkendelsesteoretisk position om viden og videns tilblivelse (Wenneberg, 2000, s. 97).

Den erkendelsesteoretiske position har til formål at afsløre forskellene mellem videnskab og pseudovidenskab, der nærmere kan betegnes som sociale fakta. Inden for socialkonstruktivismen er denne position særlig det, der kendetegner socialkonstruktivismen som filosofi omkring det naturlige, det videnskabelige og det menneskeskabte (Wenneberg, 2000, s. 97). Positionen er skabt gennem filosofiske betragtninger af menneskets erkendelse af verden, og hvad der ligger til grund herfor. Den har særligt fokus på det, som mennesket betragter som videnskab og dermed argument for, hvad der er sandt og falsk (Wenneberg, 2000, s. 98). I dette speciale følger vi den erkendelsesteoretiske position i arbejdet med ords betydning og ords værdi i et udvalg af tekster. Vi arbejder med journalistiske artikler, der i sig selv kan siges at være interessante, når vi arbejder med menneskelig erkendelse gennem sprog samt vidensdeling i samfundet. Medier er et essentielt link mellem politikere og befolkning, og har væsentlig indflydelse på strømmen af informationer fra de politiske instanser til den enkelte borger. Det journalistiske arbejde består i at viderebringe informationer og formidle nyheder til den brede befolkning. Artikler sammensættes af ord og sætninger, hvis væsentligste ansvar er, at komme så tæt på sandheden som muligt. Men sprog er ifølge socialkonstruktivismen menneskeskabt og som udgangspunkt manipulerende. Der findes ikke en sproglig sandhed, og alting er op til fortolkning. Denne fortolkning af ofte en forankret kulturel fortolkning, som kan være forskellig fra individ til individ i samme kultur men særligt fra kultur til kultur. Ifølge socialkonstruktivismens erkendelsesteoretiske position er disse ord og tekster med til at præge den kulturelle fortolkning og bibeholde eller forandre virkelighedsopfattelsen ved brug af sproget og sprogets foranderlige tolkningsmuligheder. Sproget fungerer ikke blot som et magtmiddel i en sådan sammenhæng. Det er også selv formet gennem praksis, og dets råderum kan siges, at være begrænset. Ord genfortælles og genfortolkes konstant og erkendelsen af verden følger trop (Wenneberg, 2000, s. 99). Den virkelige verden er derpå altid op til fortolkningen af

sprogets mange muligheder og begrænsninger for kommunikation. I forbindelse med specialets analyse af sproget, gør vi os bevidste om vores kritiske position. Ikke blot overfor mediets behandling og brug af ord, men særligt i forholdet mellem teksten og vores egne fortolkninger. En sådan fremgangsmåde vil, i den socialkonstruktivistiske optik, aldrig gøre fortolkningerne mere objektive eller sande. Den vil blot give et bredere råderum for at kunne komme i nærheden af en potentiel kulturelt betinget sandhed.

### *Hermeneutik*

Udover tyvenes og købmændenes gud, så var Hermes også de græske guders sendebud. Hermes opgave var, at formidle gudernes budskaber til mennesket, så mennesket var i stand til at forstå det kryptiske gudesprog. Hermes opgave blev en metafor for hermeneutikkens videnskabsteori, hvor hans arbejde blev, at forme ét sprog til ét andet sprog (Højberg, 2009, s. 310). Ord formidles og fortolkes i processen. Inden for den traditionelle hermeneutik handlede det om, at "(...)læse meningen ud af teksten" (Højberg, 2009, s. 311). Her fokuserede man på sprogets skjulte budskaber og de undergravede fortolkningsmuligheder. Senere blev den metodiske hermeneutik en del af videnskabsteorien, hvor opfattelsen var, at forståelse og fortolkning var det samme. Der skulle laves regelsæt for brugen af sproget i forsøget på at opnå en fælles fortolkning og undgå miskommunikation. Her arbejder man med sprogets udlægning og modtagerens fortolkning. Til sidst har vi den filosofiske hermeneutik, som handler mere om hvorfor menneskets fortolker og ikke hvordan, det gør det (Højberg, 2009, s. 312). De tre dele inden for hermeneutikken danner til sammen den hermeneutiske cirkel. "Delene kan kun forstås, hvis helheden inddrages, og omvendt kan helheden kun forstås i kraft af delene" (Højberg, 2009, s. 312). Sådan beskriver Henriette Højberg den hermeneutiske cirkel og arbejdet ud fra den hermeneutiske videnskabsteori. De enkelte relationer mellem dele af en tekst udgør tekstens helhed, og kan kun forstås i relationen mellem teksten og individets livsverden. I specialet forstår vi den hermeneutiske cirkel som et ontologisk princip, hvor vi vedkender os den hermeneutiske filosofi og mener ikke, at vi kan frigøre os af meningsdannelsesprocessen (Højberg, 2009, s. 314-315).

I arbejdet med teksters kommunikation hviler specialets analyse på de budskaber, som hermeneutikken har kastet af sig. Særligt den traditionelle hermeneutik, baseret på den



hermeneutiske filosofi, har været vores udgangspunkt og fortolkningsmarkør i analysen. I sammenfald med socialkonstruktivismen har videnskabsteorierne ikke blot været en betragtningsform, som vi lagde over empirien. Den har også givet os indsigt i vores egen fejlbarlighed som mennesker med bevidsthed og fortolkningsevne. Selv ved at studere videnskabsteorierne ser vi kritikken af fortolkningsevnen. Vi genfortæller de ord vi lærer, gennem de tekster som egentligt skulle frisætte os fra sprogets evne til at gentage sig selv og manipulere vores livsverden.

Socialkonstruktivismen og hermeneutikken udgør de to videnskabsteorier som vores arbejde hviler på. Vi kan i arbejdet med fortolkning ikke fraskrive os vores egne fortolkninger som fejlkilde. Vores kulturelle viden om ords betydning i samfundets øre og vores evne til at diskutere kvalitative tekstlige data skal udgøre vores pejlemærke mod en forståelse og konklusion. Endnu engang vil vi gøre opmærksom på, at en fortolkning i socialkonstruktivistisk og hermeneutisk forstand er relativ.

## Dataindsamlingsmetode

### *Kvalitativ metode*

*"Traditionelt har sådanne forskere villet distancere sig fra positivismen, som bredt betragtet er det synspunkt, at videnskabelig sandhed nødvendigvis kræver anvendelse af bestemte naturvidenskabelige metoder. Men hvis man ser nærmere på, hvordan forskere, der ikke identificerer sig særligt med begrebet 'kvalitativ forskning', arbejder, da finder man, at disse meget ofte alligevel foretager sig noget, som ret beset må anses for at være kvalitativ forskning."*  
(Brinkmann & Tanggaard, 2010, s. 18).

Vores dataindsamlingsmetode og studie tager udgangspunkt i Svend Brinkmann og Lene Tanggaards bog om kvalitative metoder. I overensstemmelse med socialkonstruktivismen erkendelsesposition er det naturvidenskabelige felt ikke blåstemplet som værende en sandhed i det kosmiske perspektiv. Sandhedsfænomenet er, ifølge socialkonstruktivismen, lige så menneskeskabt som det, der for os kan virke naturligt. Selvom positivismen, i det moderne landskab, kan virke til at arbejde så tæt på sandheden som naturlovene tillader, så tilslutter vi os overbevisningen om, at sandheden ikke udelukkende kan findes inden for de naturvidenskabelige love. Vi er af den

overbevisning, at mennesket er komplekst og individuelt. Der vil, ifølge os, altid findes undtagelser i et hvert studie af den menneskelige tankeproces og de kvalitative studier kan bidrage med lige så stor forståelse som de kvantitative. Den store forskel i disse to metoder er, efter vores betragtning, at målene er forskellige. De naturvidenskabelige og kvantitative studier søger fakta og sandhed i form af data, der aldrig eller sjældent afviger fra reglen. De humanistiske studier søger blot forståelse og fortolkningsmuligheder. Fokus er to forskellige steder og misforståelser kan opstå, hvis vi blander dem sammen. Det er derfor vigtigt at skelne mellem kvalitative og kvantitative undersøgelser. Resultaterne fra et kvalitativt studie kan være lige så sandfærdigt som de kvantitative alt afhængig af øjnene der ser og den livsverden de betragter verden gennem.

### ***Dokumentanalyse og datareduktion***

Inden for den kvalitative metode vil vi benytte dokumentanalysen. En analyse af et antal eksisterende tekster. I dette speciale består empirien af tre udvalgte artikler fra DR nyhederne ud fra et 26 artiklers datasæt. Vi vil senere i afsnittet beskrive udvælgelsen af netop de tre artikler.

”Dokumentanalyse kan anvendes til at afdække fx processer, som leder til fastsættelsen af en politisk eller en mediemæssig dagsorden, udviklinger i normer og praksisser inden for og blandt organisationer, etablering af og forandring i netværk, etablering af og forandring i magt relationer og teknikker til magtudøvelse, udviklinger i etniske og nationale identiteter og stabilitet og forandring i den mening, aktører tillægger sociale og politiske fænomener.” (Lynggaard, 2010, s. 137).

Dokumentanalysen er i specialets tilfælde oplagt, da den arbejder med tekstlige analysemetoder. I dette tilfælde arbejder vi med den kritiske diskursanalytiske metode. Inden for netop dokumentanalysens metode findes der forskellige udfordringer, som vi har måtte forholde os til i en metodisk sammenhæng. En af udfordringerne ligger i søgningerne og udvælgelsesprocessen af de datasamlinger, som vi har fundet frem til. Datareduktion er i dokumentanalysen en vanskelig størrelse, fordi den ofte er baseret på subjektive syn og individuelle logikker.

Specialets dataindsamling har fundet sted ud fra de grundlæggende oplysninger, som undersøgelser fra Roskilde Universitet har skrevet om danskernes nyhedsforbrug og de medier,

som danskerne bruger mest i forbindelse med nyhedssøgning. Først og fremmest kiggede vi på danskernes foretrukne nyhedsplatform, som afslørede, af TV og avisernes nyhedssites var de mest populære. Vi besluttede at foretage en analyse af journalistiske tekster og ikke TV indslag, da tekster har en mere isoleret form. Her går vi ikke konversationsanalytisk eller fonetisk til værks. Vi vil undgå at inddrage nonverbale signaler og personanalyser, men derimod udelukkende fokusere på det skrevne og velovervejede sprog, som vi forventer at finde inden for ethvert journalistisk arbejde. Det er tekster, sætninger og ords betydning og meningsdannelse, der er vores fokus i dette speciale. En analyse af TV indslag vil ikke blot være en analyse af tekst, men vil hurtigt være en omfattende analyse af konsensus og alle de parametre der har betydning i et TV indslag.

I forbindelse med danskernes andet mest populære nyhedsplatform: avisernes nyhedssites online, valgte vi at undersøge, hvilke nyhedsmedier, der her var tale om. I dette tilfælde var danskernes foretrukne fire nyhedsmedier: Dr.dk/nyheder, Nyhedernes.tv2.dk, Ekstrabladet.dk og Politiken.dk (Skrevet i rangorden med det mest populære medie først, jævnfør danskernes nyhedsforbrug). Endnu engang måtte vi forholde os til den store mængde af data og det omfattende arbejde med flere forskellige nyhedsmedier og deres artikler om verdensmålene. Vi besluttede at lægge fokus på det mest populære nyhedsmedier: Dr.dk/nyhederne.

I datareduktionsprocessen er det væsentlig at opstille de forskellige kriterier, der har indflydelse på vores udvælgelse. Hvilke muligheder har de enkelte udvælgelser, og hvilke konsekvenser har udelukkelse af data for det videnskabelige arbejde og besvarelsen af vores problemfelt? Enhver handling har konsekvens for det videnskabelige arbejde, men reduktion er en nødvendighed taget specialets omfang i betragtning samt evnen til at kunne gå analytisk i dybden. DR er ikke underlagt politiske standpunkter, hvilket stemmer overens med vores forhåbning om, at dette speciale ikke skal fokusere på bagvedlæggende politiske parametre, der forsøger at finde vej gennem artiklerne. Sproglig manipulation i et politisk lys, har ikke specialets interesse. Det er vores overbevisning, at svaret på danskernes manglende viden, skal findes andre steder. Et sidste og væsentligt kriterie for udvælgelsen af netop dr.dk/nyheder er, at vi ikke vil kunne forsvare en analyse, der skal rumme så mange data. Rent komparativt ville analysens størrelse overgå det maximale sideantal samt potentielt blive overfladisk og intetsigende i forhold til at besvare specialets problemfelt. På den

anden side kan vi ikke fraskrive os risikoen for, at udvælgelsen af ét enkelte medie frem for flere forskellige, ikke udelukker potentielle væsentlige faktorer. Den risiko må vi tage i betragtning.

Yderligere datareduktion og potentielle udelukkelse af væsentlige faktorer sker, i reduktionen af artikler om verdensmålene inde på [dr.dk/nyheder](http://dr.dk/nyheder). Her findes i alt 26 artikler hvori ordet 'verdensmål' indgår. Af de 26 artikler forsøgte vi at reducere og udvælge præcis de artikler, som vi fandt interessante i en diskursanalyse.

### *Udvælgelse af nyhedsartikler*

Som udgangspunkt var det vores vilje, at de udvalgte artikler skulle repræsentere de resterende artikler så godt som muligt. Formålet var, at udvælgelsen skulle anses for at være så objektiv som mulig, og vi ville undgå, at væsentlige diskurser ville blive udelukket fra analysen. Men hvad havde de forskellige artikler til fælles? Igen blev udvælgelsen et spørgsmål om, hvad vores subjektive fortolkningsapparat havde af indflydelse på udvælgelsen.

Vi besluttede derfor at gå tematisk til værks. Regeringens handlingsplan fra marts 2017 afslørede verdensmålenes tre dimensioner: social, miljø, økonomi (Regeringen, 2017, s. 11). Med et tematisk udvælgelsesapparat gik vi analytisk-induktivt til værks. Vi udvalgte ud fra objektive faktorer og temaer, så vores egen subjektive overvejelser blev udelukket (Lynggaard, 2010, s. 145). De 26 artikler blev skåret ned til tre artikler, der hver især repræsenterer de tre dimensioner. Vi var af den overbevisning, at udvælgelse gennem tematisering gjorde udvælgelsen mere objektiv. Det må forventes, at de tre dimensioner formidles gennem Danmarks Radio, hvorfor empirien er begrænset til disse dimensioner. Dette var en overbevisning, der lå til grund for den tematiske udvælgelsesmetode. En sådan metode betegnes som sneboldmetoden (Lynggaard, 2010, s. 141). En metode, hvor udvælgelsen består i at dvæle ved et udgangspunkt og dernæst forholde sig objektivt til det tema, som går igen. Man følger de åbenlyse referencer i forhold til den problemstilling, som man arbejder ud fra. I vores tilfælde har vi først skulle samle en masse viden om danskernes nyhedsforbrug og de mest populære medier, for dernæst at vide i hvilken retning empirien skulle findes.

## Kritisk diskursanalyse

I forsøget på at studere de formidlingsmønstre og diskurser, der omkredser verdensmålene i Danmarks Radios nyhedsformidling, anvender vi Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse.

Formålet med den kritiske diskursanalyse er, først og fremmest, at undersøge den lingvistisk-diskursive dimension af sociale og kulturelle strukturer og processer (Jørgensen & Philips, 1999, s. 78). I nærværende speciale er netop dette diskursteoretiske fællestræk særligt vigtigt, da vi med udgangspunkt i tekstanalysen kan danne meningsfulde perspektiver på den sociale verden, der konstitueres i formidlingen der omkredser verdensmålene. Dette ligger til grund for projektets analyse, hvor vi ønsker at afdække hvordan udvalgte artikler og den diskursive praksis forholder sig til den sociale praksis.

I Faircloughs kritiske diskursanalyse er det centralt, at diskurs er en vigtig form for social praksis, der reproducerer og forandrer viden, identitet og sociale relationer, herunder magtrelationer, og på samme tid formes af andre sociale praksisser og strukturer gennem diskurs. Fairclough anser diskurs som udelukkende lingvistiske elementer, men anser den sociale praksis som indeholdende både diskursive elementer og ikke-diskursive elementer. Derfor kan netop diskursanalysens stærke fokus på lingvistiske elementer i teksten ikke stå alene, hvorfor den kombineres med kultur- og sociologisk teori (Jørgensen & Philips, 1999, s. 82). Derved kan vi belyse sammenhængen mellem teksterne, og den måde hvorpå nyhedsmediernes fremlægning af verdensmålene har betydning i en større social sammenhæng.

Nærværende speciales analyse og diskussion er bygget op over Norman Fairclough tredelte model, der arbejder med diskurs på mikro-, meso- og makroniveau, hvilke repræsenterer de tre dimensioner i modellen.

Første dimension, tekst, koncentrerer sig om tekstnær analyse af specialets udvalgte empiri på mikroniveau. Denne indebærer den lingvistiske analyse af diskurser, der kommer til syne gennem sproget, hvorfor denne dimension udelukkende beskæftiger sig med tekstens indhold af ord. I forsøget på at identificere disse diskurser, har vi udvalgt en række tekstanalytiske redskaber. Disse udvalgte næranalytiske traditioner er valgt på baggrund af deres formålstjenlige potentiale for

nærværende speciale datagrundlag. Følgende analysebegreber vil blive anvendt i forestående analyse:

### ***Modalitet***

Modalitet arbejder med logik i den måde hvorpå udsagn fremstår sande eller falske. Gennem modalverber og –adverbier har vi mulighed for at vurdere og afsløre modaliteten og dermed graden af affinitet i udvalgte empiri. Ved modalverber som 'må' og 'skal' påvises en stærk affinitet til individets påstand, hvorved påstanden fremstår sandfærdig. Ved modalverber som 'bør', 'må' og 'kan' tillades alternativer til påstanden, som derved fremstår svagere. Ved brug af modaladverbierne forstærkes eller svækkes modalverbet og tilfører påstandens alternativer en højere sandsynlighed. Modaladverbier omfatter ord som: jo, måske, nok, sandsynligvis eller vist (Jørgensen & Philips, 1999, s. 95).

### ***Ords betydning og begivenhedsreferencer***

Disse begreber supplerer hinanden i henhold til deres dybere tolkning af det sagte. Fairclough mener, at den betydning, der tillægges et ord, er afhængig af den sociale praksis det indgår i. Man har som producent mulighed for at anvende ord eller danne en mening, hvilke fortolkes af modtageren (Fairclough, 1992, s. 185-190). Disse valg og muligheder indgår som en del af kulturelle- og sociale processer, hvor der skelnes mellem formulering af mening og ords betydning. Under analysens tekstdimension vil udvalgte ords kulturelle medbetydning analyseres gennem meningspotentiale samt hvilken mening disse tillægges i en dansk politisk og nyhedsformidlings kontekst. Dette er relevant, da ords betydning har indflydelse på diskursers tilblivelse eller reproduktion. Yderligere vil vi undersøge begivenhedsreferencer i udvalgte empiri, da disse, ligesom ord, kan skabe associationer hos modtageren og derfor kan forklares som en måde at genbruge diskurser fra tidligere kontekster.

### ***Nominationer***

Nominationer koncentrerer sig om, hvordan personer, genstande, begivenheder, handlinger med mere, benævnes. Disse kan have stor indflydelse på de karakteristika, der tillægges en person, og kan være medvirkende til at forme en diskurs herom (Horsbøl, 2016, s. 69).

Anden dimension udgør den diskursive praksis. Denne omhandler tekstens produktions- distributions- og receptions kontekster, og udgør således den måde hvorpå teksten fremstilles, formidles og fortolkes (Horsbøl, 2016, s. 71). Vi undersøger hvorvidt tekstforfatterne under tekstdimensionen trækker på allerede eksisterende diskurser. Under denne dimension anvender vi begrebet konventionel diskursiv praksis, der bibeholder en dominerende diskursiv og social praksis, der ikke er i stand til at forandre den sociale verden, hvorfor den er relativt stabil.

Tredje og sidste dimension i Faircloughs model er den sociale praksis, der i nærværende speciale fungerer som diskussion. I denne dimension arbejder vi med analysen på makroniveau, da vi undersøger, hvordan tekst og den diskursive praksis former og formes af den sociale praksis. Under den sociale praksis inddrager vi teori omhandlende medialisering i samfundet set i forhold til individet, af Stig Hjarvad, Niels Ole Finnemanns og Niklas Luhmanns teorier om selektiv nyhedssøgning og informationssamfundet samt Richard Dawkins teori om underholdning på nettet, for at belyse bredere sociale processer der ses i den diskursive praksis og herved kunne sætte dem op mod den diskursorden den befinder sig i.

### ***Kritik af kritisk diskursanalyse***

Værd at nævne er, at vi ikke udelukkende anvender kritisk diskursanalyse uden at stille os kritiske overfor en række af de anvendelsesaspekter der ligger i brugen af den tredelte model. Det kan være en vanskelig affære at gennemskue forskellen mellem den diskursive og ikke-diskursive aspekt samt forskellen mellem den diskursive og sociale praksis. Dette bidrager til en forvirring omkring formålet med opdelingen og samspillet i et dialektisk forhold. Forholdet mellem tale og handling beskrives som værende meget klart i brugen af analysen, hvilken kan være besværligt at benytte i praksis, da det tekstuelle og diskursive har et afhængighedsforhold i analysen, og derfor kan risikere at blive gentagende eller i værste fald overflødig. Ydermere præsenterer problemstillingen en række mulige analyseværktøjer, hvilket er op til den enkelte forsker at vurdere aktualiteten for den gældende problemstilling. Dertil bør det tilføjes, at den metodiske tilgang er en vurderingssag for den enkelte forsker, hvilket i samspil med vurderingen af fordelagtige analysebegreber, kan have en svækkende indflydelse på analysens validitet, da der ikke fremstår en klar rettesnor for den mest

fordelagtige måde at gribe analysen an på. Slutteligt ønsker vi at stille os kritiske overfor Faircloughs umiddelbare godtagelse af, at ord har en betydning for fortolkning.



# Analyse

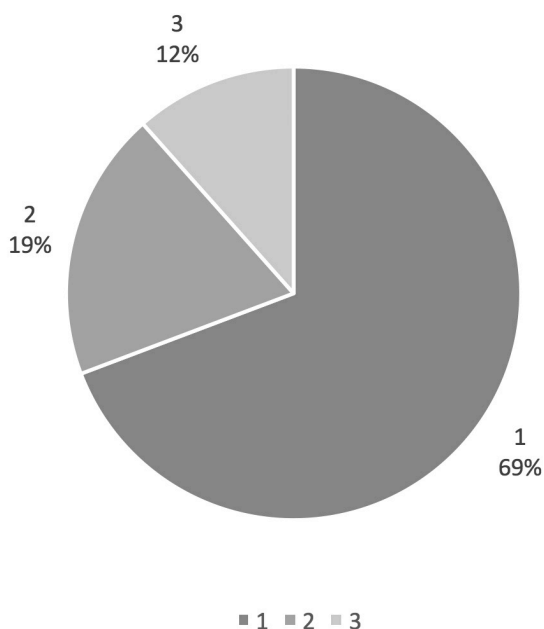


## Tekstanalyse

---

I begyndelsen af specialets analyse har vi valgt at give et indblik i én af de faktorer, som potentielt kunne have indflydelse på danskernes manglende viden om verdensmålene. Det drejer sig om hyppigheden af ordet 'verdensmål' i de 26 artikler på dr.dk/nyhederne, hvor ordet indgår. Hyppigheden, samt placeringen af ordet 'verdensmål' i artiklerne, ser vi som værende en vigtig faktor i forbindelse med formidlingen af verdensmålene og viden herom. Vi har derfor valgt at indlede specialets analyse med faktuelle tal og observationer i de 26 artikler hvori blandt ordet 'verdensmål' indgår.

Først og fremmest kan vi konstatere, at hovedparten af artiklerne benævner ordet 'verdensmål' én til to gange per artikel. Ordet 'verdensmål' nævnes i 25 af artiklerne som en del af brødteksten. I én artikel nævnes ordet i underrubrikken, mens ingen af artiklerne har ordet 'verdensmål' i rubrikken altså i artiklens overskrift. Det maksimale antal benævnelser er tre. I kun 12 procent af artiklerne nævnes 'verdensmål' tre gange. Dette svarer til tre ud af de 26 artikler. I 19 procent af artiklerne nævnes ordet to gange svarende til fem artikler og i hele 69 procent, nævnes ordet kun en enkelt gang. Dette forekommer i de resterende 18 artikler. Herunder ses et cirkeldiagram over fordelingen af artikler og det antal gange ordet 'verdensmål' nævnes:



Figur 6 Illustration af fordelingen af de 26 artikler fra dr.dk/nyheder, hvor ordet 'verdensmål' indgår. Diagram over fordelingen af artikler, hvor 'verdensmål' optræder i henholdsvis rubrik, underrubrik og brødtekst.

Figur 1: Cirkeldiagram over artikler som nævner ordet 'verdensmål' henholdsvis 1, 2 eller 3 gange per artikel. Diagrammet viser, at 69 procent nævner ordet én gang, 19 procent nævner ordet to gange og 12 procent nævner ordet tre gange.

Da vi ikke kan afvise, at antallet af benævnelser samt hvori artiklerne at ordet forekommer, har betydning for kendskabet til verdensmålene, er vi nødsaget til at tage disse tal i betragtning. Dernæst vil vi påbegynde specialets kritiske diskursanalyse med det første niveau, nemlig det tekstuelle niveau i Faircloughs tredelte model. Tekstanalysen er delt op efter verdensmålenes tre dimensioner: økonomi, køn og miljø. Tre artikler er nøje udvalgt, således at hver dimension er repræsenteret. Analysen af hver artikel er opdelt efter fremtrædende diskurser. Artiklerne er kronologisk præsenteret.

### Økonomidimension

Bilag 1: "Organisationer: Beskæring af ulandsbistand er en historisk svinestreg".

Denne artikel koncentrerer sig om verdensmålenes første dimension, økonomi. De 17 verdensmål nævnes i denne artikel to gange. Første gang sidst i brødteksten som rene informationer til den uvidende læser:

*"De 17 nye bæredygtighedsmål, der har været undervejs gennem to års forhandlinger, skal blandt andet udrydde ekstrem fattigdom, sikre rent drikkevand, uddannelse og sundhed til alle." (LI. 75-77, bilag 1).*

I artiklen uddybes de 17 verdensmål med et par eksempler på de mest fremtrædende mål for u-lande. Journalisten kalder de 17 verdensmål for 'bæredygtighedsmål' hvilket efterlader tvivl om, hvorvidt, der er tale om verdensmålene eller blot specifikke verdensmål. Ved at benævne eksempler som er nærliggende for u-lande at opfylde, distanceres Danmark, hvilket kan efterlade et indtryk af, at verdensmålene i højere grad bør efterstræbes af u-lande. Målene uddybes ikke yderligere, men sætningen afsluttes ved ordene 'blandt andet' og efterlader en uvidenhed om det er disse mål, som vedrører Danmark. Verdensmålene nævnes anden gang i en af de efterfølgende

citater, der inddrages og analyseres herunder. Verdensmålene omtales som 'nye', hvilket fra start af tillægger dem en nyhedsværdi. Ved at der yderligere skrives, at målene 'har været undervejs i to år', tillægges de en større værdi i kraft af arbejdet omkring udarbejdelsen af målene, hvilket yderligere understøttes af brugen af ordet 'forhandlinger' der påviser, at der er taget højde for flere parter. I kraft af vedtagelsen af målene må man formode, at der dermed er taget højde for alle parter ønsker og forslag, da forhandlingerne har kastet en endelig handlingsplan af sig. Ved at benævne tidsangivelsen 'to år' tillægges vedtagelsen en større værdi, da processen derved synes lang og omfangsrig.

### **Markedsføringsdiskurs**

I gennemgangen af denne artikel er særligt en diskurs særligt fremtrædende. Denne omhandler Danmarks omdømme og hvordan landet opleves og gerne vil opleves på den politiske scene, samt en kritik af dette, hvorfor vi har valgt at kalde den markedsføringsdiskurs. Første gang denne diskurs fremtræder i artiklen er i underrubrikken:

*"Den historisk store beskæring af ulandsbistanden vil koste både verdens fattigste og Danmarks gode omdømme, lyder det fra flere organisationer." (Ll. 6-8, bilag 1).*

Allerede ved brugen af 'historisk' omkring beskæringerne af ulandsbistanden, tillægges denne begivenhed en stor værdi. Det er en begivenhed, som man socialhistorisk vil huske og man får et indtryk af, at der er tale om noget skelsættende. Som konsekvens af denne historiske begivenhed, fremstilles de to konsekvenser: Det 'vil koste både verdens fattigste og Danmarks gode omdømme'. Her vælger man at sidestille disse to konsekvenser, som var de én af samme størrelse. Med et socialt perspektiv og værdi in mente kan man stille sig kritisk over for, at disse konsekvenser optræder på samme niveau, da der her er tale om to vidt forskellige størrelser: udviklingsarbejde og et lands omdømme. Selvom der uden tvivl er tale om et forsøg på et ordspil, er brugen af ordet 'koste' altafgørende for, hvordan denne konsekvens opleves, da det blot bidrager yderligere til en komisk oplevelse af måden hvorpå de to konsekvenser sidestilles. De to konsekvensers omfang, er besværlige at forholde sig til i den forstand, at 'Danmarks gode omdømme', hvor brugen af 'gode' i

forbindelse med omdømme, får det til at fremstå som en selvfølgelighed, at Danmarks omdømme er godt, er nemt at forholde sig til. Derimod er 'verdens fattigste' en stor og uklar størrelse, der er svær at placere et konkret sted, hvilket tegner et alvorligt skisma mellem de to konsekvenser. Ved at understøtte udsagnet med at det kommer fra 'flere organisationer' tillægges udsagnet en større værdi, da det derved fremstår som en generel holdning, der bakkes op af flere.

Et andet eksempel hvor markedsføringsdiskursen optræder er i følgende udtalelse fra generalsekretær for Mellemlfolkeligt Samvirke, Frans Mikael Jansen:

*"– Det er en katastrofe for Danmark og Danmarks omdømme i verden, og det er en katastrofe for de mennesker, vi hjælper rundt omkring i verden hver dag (...)" (LI. 50-52, bilag 1).*

Her omtaler Frans Mikael Jansen beskæringen af ulandsbistanden som en 'katastrofe', hvilket understreger graden af hans opfattelse af konsekvensen af denne. I hans brug af de personlige pronominer 'vi' og 'de' understreger han skellet mellem rig og fattig, ved at 'vi' økonomisk stærke, der hjælper 'de mennesker', der ikke har mange midler at gøre med. Ved brug af ordene 'det er' understreges påstanden som faktuel. Ligeledes sidestiller han Danmarks omdømme i verden med de mennesker, som den danske ulandsbistand hjælper. Man må dog formode, at der fra Frans Mikael Jansens perspektiv er tale om Danmarks omdømme i henhold til landets ellers gode ry for udviklingsarbejde. Dette kan understreges med hans efterfølgende udsagn:

*"Selvom Danmark efter beskæringen stadig ligger blandt de fem lande i verden, der giver mest i forhold til BNP, så vil det i internationale samfund blive lagt mærke til, at man fra dansk side ændrer tilgangen til ulandsbistand (...)" (LI. 55-57, bilag 1).*

I brugen af 'selvom' indikereres der en indrømmelse og konstatering i den forstand, at Danmark bibeholder deres placering, men at det ikke er uden konsekvenser. Ved brug af ordet 'så' i forbindelse med 'vil' udelukkes andre muligheder og påstanden fremstår faktuel og uundgåelig. Han benytter det personlige pronomen 'man', hvilket gør det vanskeligt at placere ansvaret for denne prioritering. Ved brug af ordet 'man' udelukkes yderligere muligheden for at placere ansvaret hos

en enkelt person eller parti. Ansvar et kan såvel tilskrives alle andre, hvilket gør, at Frans Mikael Jansen fremstår som en inkluderende person, der tilskriver alle et ansvar, hvilket er i overensstemmelse med hans forrige brug af det personlige pronomen 'vi' om ansvaret for ulandsbistanden. Det kan samtidig tolkes, at han mener, at beslutningen sker på bekostning af danskernes ry som samlet befolkning.

Et andet eksempel, der bidrager til markedsføringsdiskursen, er et citat fra WWF Verdensnaturfondens generalsekretær, Gitte Seeberg:

*"Ikke siden slutningen af 1970'erne har rige Danmark givet mindre til verdens fattigste. Når regeringen så samtidig vil lade verdens fattigste betale for klimaindsatsen, så er den borgerlige anstændighed desværre beklageligt fraværende (...)" (LI. 20-23, bilag 1).*

Ligesom i underrubrikken drager Gitte Seeberg et historisk perspektiv ind over sin udtalelse, for at skabe en historisk perspektivering og konstatering. Dette understøtter hun med 'ikke siden', hvilket skaber et skel imellem fortiden og nutiden, og derved tillægger hændelsen større værdi i form af tilbagegangen. Efterfølgende kobler hun nominationen 'rige' på 'Danmark', hvorefter hun stiller landet op imod 'verdens fattigste' og dermed stiller klare linjer for skellet mellem rig og fattig, for at understrege, hvor absurd hun mener, at beskæringen er. For at følge op på dette forhold placerer hun efterfølgende det fulde ansvar hos 'regeringen' og opstiller endnu en, fra hendes synspunkt, absurd betragtning, hvor hun henviser tilbage til det 'rige Danmark', der lader 'verdens fattigste betale for klimaindsatsen', hvorfor der her også opstår en svag ansvarsdiskurs. Der hersker ingen tvivl om, at Gitte Seeberg forholder sig kritisk til denne beslutning og placerer sit fulde medhold ved verdens fattigste i kraft af hendes faglige baggrund. Det kan tolkes, at dette imødekommer nogle af de tanker, der ligger bag de 17 verdensmål, da vi er nødsaget til at tage højde for de afhængighedsforhold, der eksisterer blandt alle verdens nationer, og i sidste ende bidrager til, at målene imødekommes. Gitte Seebergs utilfredshed afsluttes i kraft af hendes italesættelse af konsekvensen af beskæringen som 'den borgerlige anstændighed desværre beklageligt fraværende(...)'. I brugen af 'borgerlige anstændighed', kan der her både være tale om borgerlige i den politiske forstand, der ikke tilslutter sig en socialistisk ideologi men en eksempelvis konservativ eller fascistisk ideologi, der kan fremstå som en direkte kritik af politikken i beslutningen.

'Borgerlige' kan dog også tolkes som en samfundsbevarende og konventionel tankegang og levevis, med centrale værdier som økonomisk tryghed, familie og dannelse. Ved ordet 'beklageligt' kan der herske tvivl om, hvorvidt hun beklager på regeringens vegne, på egne vegne eller på Danmarks vegne. At beklage er ikke det samme som at undskylde. I ordet 'beklage' indgår en grad en uhensigtsmæssige tilfældigheder, der gjorde et negativt udfald. I dette ord tolker vi derfor, at hun beklager på vegne af Danmark, og beklager 'den borgerlige anstændighed'.

### **Ansvarsdiskurs**

Som kort nævnt i ovenstående finder vi i denne artikel også tydelige eksempler på en ansvarsdiskurs. Første eksempel er endnu en udtalelse fra Frans Mikael Jansen, der siger:

*"- Danmark har altid stået for at være lidt foran, dem der ikke lod bistanden være et spørgsmål om at tjene penge på det, dem der har stået for menneskerettigheder, fattigdomsbekæmpelse og har stået for at hjælpe de svageste". (LI. 59-62, bilag 1).*

Ansvarsdiskursen kommer her til udtryk gennem Frans Mikael Jansens fremstilling af Danmark som et foregangsland. Dette ses i hans ytring 'Danmark har altid stået for at være lidt foran', hvor særligt brugen af 'stået for' tillægger Danmarks handlen en stor værdi og ansvar, da Danmark sættes som ansvarshavende. Dette understøtter han yderligere ved at nævne, at Danmark er 'lidt foran', hvor der må formodes, at der her er tale om, at Danmark ligger sig i spidsen af lande, der opererer med ulandsbistand på de samme områder: menneskerettigheder, fattigdomsbekæmpelse og at hjælpe de svageste. I hans yderligere brug af 'altid', fastslår han, at Danmarks placering som foregangsland er en fast og kontinuerlig position. I hans beskrivelse af Danmarks position skifter han pludselig fra nutid til datid, hvilket ses i hans brug af 'lod' og 'har stået for', hvilket kan være en indikation på, at hans opfattelse af Danmarks indstilling og arbejde med ovenstående områder har forandret sig til det værre. I hans brug af det personlige pronomen 'dem' synes tilknytningen til udsagnet svagt, da han ikke kobler ansvaret på nogen eller nogle bestemte. Ved brug af gentagelserne af 'dem' og 'stået for' samt ordstillingen og pausernes placering fremstår hans udtalelse næsten som en motivationstale. Her ses ansvarsdiskursen positivt hos Danmark som stålfast og etisk land.

Et andet og anderledes eksempel på ansvarsdiskursens optræden findes i en udtalelse af Gitte Seeberg, der placerer ansvaret et mere specifikt sted:

*"- Blækket er næppe tørt på de 17 nye verdensmål, som FN og statsledere fra hele verden vedtog i sidste uge med Lars Løkke for bordenden. At Løkke som noget af det første derefter massakrerer den danske ulandsbistand er et trist og fattigt signal." (Ll. 80-83, bilag 1).*

Gitte Seeberg lægger ud med at bruge talemåden "Blækket er næppe tørt", hvilket indikerer, at hun oplever en problematik, der modarbejder den, på dette tidspunkt, netop vedtaget skriftlige formalitet omkring de 17 verdensmål. Problematikken omhandler beskæringen i ulandsbistanden. Efterfølgende tillægger hun Lars Løkke Rasmussen en stor værdi og ansvar ved visuelt at placere ham 'for bordenden', der giver ham en ledende rolle. At hun yderligere vælger at omtale ham som 'Lars Løkke', bibeholder en vis respekt omkring ham, da det er mere formelt. På samme tid antager hun, at alle ved, at han er statsminister, hvilket kan understøttes af hendes udeladelse af 'Rasmussen'. Dette har på samme tid en minimerende effekt om hans person, da hun ved udeladelsen af hele hans navn bliver mere personlig og uformel. Der forekommer dog et mindre skifte i dette, da hun påbegynder sin yderligere kritik af håndteringen af beskæringerne i ulandsbistanden. Her benytter hun nominationen 'Løkke', hvilket degraderer ham til en mere uformel og almen karakter, hvorved han mister status og etos, hvilket ikke harmonerer med hans status som statsminister. Gitte Seeberg fortsætter i de negative vendinger, og omtaler regeringens beskæringer af ulandsbistand, som en 'massakrering', der er et stærkt værdiladet konsekvens betonet ord, der påviser en kritik i håndteringen af prioriteringen af målene. Denne holdning til prioriteringen understøttes yderligere af holdningen, at det er et 'trist og fattigt signal'.

Et endeligt eksempel på ansvarsdiskursen ses i nedenstående udtalelse af Gitte Seeberg:

*"Men rundbarberingen af ulandsbistanden er en historisk svinestreg." (L. 16, bilag 1).*

At Gitte Seeberg anvender 'rundbarbering' om beskæringen af ulandsbistanden, kan ses som en måde at forklæde hendes holdning til disse beskæringer. Der lægges ikke skjul på, at hun forholder sig yderst kritisk til beskæringerne, hvorfor hendes brug af billedsprog kan opleves som et lettere



elegant forsøg på at undgå at bruge grimme vendinger. Dette ses yderligere i hendes udtalelse om beskæringerne som 'en historisk svinestreg'. At hun anvender 'historisk' om beskæringerne, kan her ses som en styrkemarkør, der forværrer og fremhæver handlingen. Ved brugen af 'svinestreg' understøttes handlingen yderligere som umoralsk og foragtelig. Dette er negativt i den forstand, at man ikke normalt ville forbinde politik og svinestreg med hinanden, da politik hviler på en stor tillid fra befolkningen, hvorfor ansvarsdiskursen her kommer til syne.

### **Prioriteringsdiskurs**

En sidste diskurs, der kommer til syne i artiklen, er prioriteringsdiskursen. Denne kommer til udtryk i måden hvorpå beskæringen i ulandsbistanden ofte fremstilles som konsekvensbetonet. Et eksempel på dette ses i denne udtalelse af Frans Mikael Jansen:

*"– Når man så ser, at vi samtidig med, at vi kan tjene penge på den her omlægning, også går hen og tager penge fra de fattigste, så er det altså noget, der giver Danmark et rigtigt dårligt ry." (LI. 67-69, bilag 1).*

Her taler han om dansk erhvervslivs bidrag til en omlægning til grøn økonomi, hvilken han mener er 'En vigtig funktion – men ikke uden forbehold'. Dette forbehold er ovenstående udtalelse, hvor konsekvensen igen er, at det har en betydelig konsekvens for Danmarks ry. Frans Mikael Jansen distancerer sig fra omlægningen i hans brug af ordene 'den her', der får omlægningen til at syne fjern, da han ikke omtaler den i bestemt form. I samme stil fortsætter han med ikke at konkretisere, hvem pengene bliver taget fra, andet end 'de fattigste'. Dette er en bred term, der igen distancerer ham fra udtalelsen, da ofrene i dette ikke fremstår konkrete. 'De fattigste' har en kulturel medbetydning i det danske samfund, hvor vi ledes til at tænke på de værste skæbner, vi kan tænke os. 'De fattigste' fungerer herfor også som en styrkemarkør for, hvor alvorlig denne konsekvens af prioritering af økonomi er. Hvad der er interessant at bemærke i denne udtalelse er, at Frans Mikael Jansen anvender det personlige pronomen 'vi', på trods af hans kritik af prioriteringen af økonomi. Han placerer sig selv i samme båd med hvem han retter kritikken mod, hvilket medvirker til en rodet opfattelse af hans ståsted i udtalelsen på trods af hans gennemtrængende kritik.

## Socialdimension

Bilag 2: "Stor Olympisk pris til dansk kvindesports-forkæmper."

Denne artikel koncentrerer sig om verdensmålenes anden dimension omhandlende blandt andet ligestilling mellem kønnene. De 17 verdensmål nævnes to gange i denne artikel. Begge gange i forbindelse med prisvinderen Majken Gilmartins arbejde med udviklingen af en fodboldturnering, hvor der spilles for de 17 verdensmål.

## Ansvarsdiskurs

I denne artikel er den første diskurs, der kommer til syne ansvarsdiskursen. Denne optræder allerede i underrubrikken:

*"Majken Gilmartin er blevet tildelt Den Internationale Olympiske Komité's 'Women and Sports Trophy' for sin mangeårige kamp for kvinder i sportens verden." (LI. 116-118, bilag 2).*

Diskursen kommer til udtryk i ansvarsplaceringen for indsatsen for ligestilling mellem kønnene ved Majken Gilmartin. Dette ses blandt andet i brugen af det personlige pronomen 'sin', der henviser tilbage til Majken Gilmartin og hendes mangeårige kamp. Foruden dette anes en svag kønsdiskurs, i italesættelsen af det stærkt værdiladede ord 'kamp' understøttet af styrkemarkøren 'mangeårige', der knytter sig til arbejdet med kvinder i sportens verden, hun nu hædres for. 'Kamp' indikerer, at der ikke blot er tale om en ændring men handling for at opnå et mål eller en forandring.

## Anerkendelsesdiskurs

Bag en pris ligger en naturlig anerkendelse som grundlag for dette. Derfor kommer vi ikke udenom, at der i artiklen optræder en anerkendelsesdiskurs. Første gang denne optræder er i nedenstående uddrag:

*"Majken Gilmartin blev mandag aften ved en gallamiddag i Lausanne hædret for sit store arbejde med at forbedre mulighederne for kvinder i sportens verden." (LI. 120-122, bilag 2).*

Alene i brugen af ordet 'hædre' ligger en stor anerkendelse og respekt, for det stykke arbejde Majken Gilmartin har gjort. Igen anvendes en styrkemarkør i forbindelse med hendes arbejde, hvilket i dette tilfælde er 'store', der indikerer oplevelsen af omfanget og indsatsen for kvindernes muligheder i sportens verden. Hvad der ellers er interessant at bemærke i dette uddrag, er den kløft mellem kønnene i sportens verden, der indirekte italesættes i '(...)at forbedre mulighederne for kvinder i sportens verden.' At det alene er forholdende for kvinder, der ønskes forbedrede, påviser et behov for ligestilling. Særligt ved brugen af 'forbedre' indikeres der, at der her er plads til at udvikle og gøre bedre, hvilket går fint i spænd med tankerne bag netop dette verdensmål, artiklen og Gilmartins arbejde koncentrerer sig om.

Anerkendelsesdiskursen kommer yderligere til syne i nedenstående udtalelse fra DIF<sup>2</sup>-formanden, Niels Nygaard:

*"- Der har været indstillinger fra mange lande i Europa, men i IOC<sup>3</sup> har de set, at der er handling bag Majkens ord. Hun er en aktivist, der kæmper for kvinders ret i sportens verden, og det kan vi kun bakke op om i DIF." (Ll. 143-145, bilag 2).*

Første sted den optræder ses i 'Der har været indstillinger fra mange lande i Europa, men i IOC har de set, at der er handling bag Majkens ord.' Han starter med at beskrive feltet for konkurrencen som stort, i hans brug af 'mange lande'. Herefter vælger han at stille Majken Gilmartins arbejde i en særlig kontrast til feltet, gennem hans brug af det konsekvens betonedede ord 'men', hvorved han minimerer værdien af de andre indstillinger fra Europa, og derved fremstiller Majken Gilmartins indsats som noget særligt. Hvad der er positivt er, og som går hånd i hånd med tanken bag de 17 verdensmål er, at der skal handling bag ordene, hvilket Niels Nygaard også italesætter som en afgørende faktor for Gilmartins hæder. Dette understøtter han med 'Hun er en aktivist', hvor særligt den stærkt værdiladede nomination 'aktivist', han tildeler Gilmartin, understreger den anerkendelse der ligger i hendes arbejde med sin sag. Afslutningsvis understreger han, på sine egne og DIFs vegne, at 'det kan vi kun bakke op om (...)'. I hans brug af modalverbet 'kan' i forbindelse

---

<sup>2</sup> Danmarks Idrætsforbund

<sup>3</sup> The International Olympic Committee

med 'kun' fastslår han denne opbakning som en selvfølge, og støtter dermed slutteligt op om denne sag og hæder, hvorved det kan forstås, at han imødekommer ligestillingen mellem kønnene i sportens verden.

### ***Kønsdiskurs***

En anden diskurs, vi ikke kan se os fri fra, hvilket forekommer ganske naturligt under netop denne dimension, er kønsdiskursen. Første gang denne fremtræder i artiklen, er i en udtalelse fra førnævnte Niels Mikael Nygaard.

*” – Vi ønsker selv at få flere kvinder ind i sportens verden, for vi mener, at vi med både kvinders og mænds stemmer opnår de bedste tilbud og løsninger(...)”(LI. 147-148, bilag 2).*

Niels Nygaard lægger ud med at italesætte hvordan den ideelle fremtid for sportsverdenen ville se ud: 'Vi ønsker selv at få flere kvinder ind i sportens verden'. Ved brugen af ordet 'ønsker' ytrer han et håb for, hvordan tingene fremadrettet ideelt set bør udvikle sig. Men trods artiklens omdrejningspunkt omhandlende problematikken omkring forholdene for kvinder i sportens verden, fremstilles den i denne udtalelse af Niels Nygaard, som værende et manglende antal kvinder i sportens verden. Et større antal kvinder ville skabe balance og symbiose imellem de to køn, hvorved man ville kunne opnå 'de bedste tilbud og løsninger(...)'. Majken Gilmartins arbejde koncentrerer sig ikke udelukkende om at få flere kvinder ind i sportens verden men at skabe bedre forhold for de kvinder, der har fundet eller finder derind. Med Niels Nygaards udtalelse skaber han en kløft mellem kønnene samtidig med, at han forsøger at forene dem, da han lægger værdien i problematikken i antallet af kønnene i sportens verden. Hvad end det er bevidst eller ej. Hvad der er yderligere interessant at bemærke er, at han igennem hele denne udtalelse anvender det personlige pronomen 'vi'. Dette må formodes at dække over ham selv og resten af DIF, hvilket selvfølgelig skaber en oplevelse af, at de løfter i flok og kæmper sammen for at støtte op om de problematikker Gilmartin også arbejder med. Men ved brugen af 'vi' distancerer Niels Nygaard sig på samme tid fra hans udtalelser, da han ikke fremstår som ene formidler af dem.

Anden gang vi støder på denne diskurs, er i nedenstående udtalelse fra Majken Gilmartin, hvor hun udtaler sig efter overrækkelsen af prisen:

*”- Jeg er super stolt over at modtage en IOC-pris for min kamp for kvinder og deres rettigheder i sportens verden. – At blive IOC-europamester i disciplinen ’kvinder og sport’ er super sejt. Det er blevet en del af mit DNA at tage kvindernes kamp i sportens verden, og det er rart at blive anerkendt for at være med til at gøre en forskel i verden(...)” (LI. 135-137, bilag 2).*

Hvad der er interessant i denne udtalelse, er Majkens Gilmartins valg af personlige pronominer. Gennem sin udtalelse ytrer hun: ’jeg er’, ’min kamp’ og ’mit DNA’. På samme tid siger hun ’kvinder og deres rettigheder’ og ’at tage kvindernes kamp’. Dette skaber en distance mellem hende og kvinderne, da hun ikke italesætter sig selv som værende en del af dem, hun kæmper for, på trods af, at hun, i dette tilfælde, er hele omdrejningspunktet for netop denne kamp. Dette distancerer hun sig yderligere fra, da hun siger: ’(...)for min kamp for kvinder og deres rettigheder i sportens verden(...)’, der understreges af hendes brug af ordet ’for’ i stedet for ’med’, der ville have skabt en anden oplevelse af kampen. Men hvorom alting er, hersker der ingen tvivl om, at Gilmartin kæmper for sit køn og dets rettigheder og er stolt af dette. Dette kommer til syne i hendes brug af det værdiladede ord ’super’, som hun både anvender i forbindelse med ’stolt’ og ’sejt’, som hun bruger til at italesætte hendes følelse omkring anerkendelsen af sin kamp. Heraf ses også anerkendelsesdiskursen i denne udtalelse. Afslutningsvis italesætter hun, at hun med sin kamp for kvinderne i sportens verden er ’(...)med til at gøre en forskel i verden(...)’, hvorfor hun imødekommer nogle af de tanker, der ligger bag de 17 verdensmål.

## **Miljødimensionen**

Bilag 3: ”Løkke kritiseres for dobbeltmoral: Iscenesætter sig som grøn messias”.

Den sidste artikel i tekstanalysen indgår under den sidste dimension i FNs udspil, miljø. Artiklen omhandler de reaktioner, der kom i kølvandet på venstre regeringens nye tiltag i forbindelse med en international klimapolitik. Analysen er, ligesom de forrige, opdelt i diskurser, hvorunder diskurserne er forklaret via tekstanalysen. I artiklen nævnes verdensmålene én gang i brødteksten: ”Statsministerens globale P4G-initiativ har til hensigt at fremme konkrete løsninger på FN’s verdensmål og klima-aftalen i Paris” (Bilag 3). P4G er navnet på det initiativ, som Lars Løkke

Rasmussen har fremlagt for FN i New York. Artiklen handler om forskellige reaktioner på dette initiativ. Særligt med fokus på international politik over for national politik.

### **Ansvarsdiskurs**

Den første diskurs, som vi vil berøre, er ansvarsdiskursen. Det er en diskurs, der også optræder i de forrige to artikler. Diskursen udspiller sig ofte i forbindelse med en diskussion om det politiske ansvar, i forhold til måden hvorpå Lars Løkke Rasmussen og regeringen forholder sig til klima- og miljøpolitik. Vi vil benytte to citater fra artiklen, der afspejler en ansvarsdiskurs. Det første citat er en udtalelse fra WWF Verdensnaturfondens klima- og miljøchef, John Nordbo:

*”Klimaproblemet skal ikke bare løses ude i verden. Vi skal også gøre vores indsats, og det er vigtigt, at Danmark spiller en rolle som foregangsland. Hidtil har vi set Venstre trække den danske klimainsats ned, ned og atter ned. Vi har udskudt målsætninger, vi har fået nedskæringer, og regeringen har taget forskellige initiativer, som øger det danske CO2-udslip, siger organisationens klima- og miljøchef, John Nordbo” (LI. 211-216, bilag 3).*

I den første sætning omtaler John Nordbo problemet som ’klimaproblemet’, som ’skal’ løses. ’Skal’ fungerer i denne sætning som et modalverb. Ordet beskriver graden af affinitet, som i denne sætning er høj. Ved hjælp af ordet ’skal’ understreges nødvendigheden af påstanden. Allerede i den første sætning kommer ansvarsdiskursen til synes i ordene ’ikke bare løses i verden’. Her understreger John Nordbo, at klimaproblemet ikke kun er et problem, der skal løses ude i verden. Ordet ’bare’ benyttes i denne sammenhæng som en ironisk minimering af problemet. Dette kan fortolkes som, at klimaproblemet kræver en kontinuerlig løsning og ved brug af ordet ’bare’ understreges et stort behov for at løse problemet og ikke ’bare’ lade det være op til andre. I den næste sætning benytter han det personlige pronomen ’vi’ og understreger ansvaret som værende fælles for alle. Ordet ’skal’ udgør endnu et modalverb, der beskriver en høj affinitetsgrad. Han understreger vigtigheden ved at benytte ordet ’vigtigt’ og udtrykker, at Danmark har et ansvar som foregangsland. I den efterfølgende sætning beskriver han sin overbevisning om, at Venstre ikke har haft positiv indflydelse. Han benytter endnu engang det personlige pronomen ’vi’ men denne gang

over for Venstre, som derved udelukkes fra 'vi' og fællesskabet. Ved ordene 'har set' understreger han, at der ikke er tale om andre muligheder og at hans påstand er sandfærdig. Ved at benytte nominationen 'Venstre' peger han ikke på én person som skyldig, men lægger ansvaret hos hele partiet. Ordene 'ned, ned og atter ned' understreger påstanden om, at Venstre har trukket klimaindsatsen ned. Gentagelsen intensiverer påstandens sandfærdighed. Han afslutter udtalelsen med at bruge det personlige pronomen 'vi' to gange. 'Vi' har udskudt målsætninger og 'vi' har fået nedskæringer. Han har etableret en kløft mellem Venstre og 'vi', hvoraf Venstre bærer ansvaret for den manglende klimaindsats. Ordet 'har', der står alene, udelader andre muligheder. Ved brug af ordet 'fået' fralægges ansvaret hos 'vi', hvilket kan tolkes som om, at nedskæringerne er givet af regeringen.

Et andet eksempel, hvor ansvarsdiskursen kommer til syne, er i citatet:

*"Det klinger hult og er direkte dobbeltmoralsk, når statsminister Lars Løkke Rasmussen (V) stiller sig i spidsen for en koalition af lande og byer verden over(...)Sådan lyder kritikken fra flere organisationer og partier i forbindelse med, at Løkke ved FN's Generalforsamling i New York vil annoncere den nye klimakoalition, der har fået navnet P4G." (LI. 200-206, bilag 3).*

'Det klinger hult' er af samme betydning som: det er usandsynligt. I sætningen står denne påstand i forbindelse med ordet 'er' som i denne sammenhæng indikerer, at noget er en sandhed. Ordet 'direkte' efterlader ingen tvivl om påstanden og ordet 'dobbeltmoralsk', er et ord, som i kulturel forstand kan tolkes som værende umoralsk, demoraliserende eller hyklerisk. Alt sammen udsagnsord der beskriver en person negativt. Ordet dobbeltmoralsk står lige inden 'statsminister', hvilket sætter de to ord i perspektiv. Ordene og deres kulturelle tolkninger harmonerer ikke i den forstand, at en statsminister helst ikke skal opfattes som værende dobbeltmoralsk. Nominationen 'statsminister' kan anses for at gøre påstanden og perspektivet mere alvorlig, grundet den store kulturelle fortolknings kontrast mellem en statsminister og en dobbeltmoralsk person. 'Lars Løkke Rasmussen' nævnes ved hele sit navn i denne sammenhæng og ansvarsdiskursen kommer til syne. Det er Lars Løkke Rasmussen, der forbindes med ordet 'dobbeltmoralsk'. Senere kaldes Lars Løkke Rasmussen ved mellemnavnet 'Løkke' og kritiseres af et flertal som benævnes 'partier' og 'organisationer'. I artiklen nævnes to organisationer og to partimedlemmers udtalelser, selvom

denne sætning kunne tolkes som om, at kritikken kom fra mange flere. Ved at benævne Lars Løkke Rasmussen ved mellemnavnet 'Løkke' tolkes hans person mindre formelt, hvilket kan hæmme hans etos i dette citat. Han går fra at betegnes som 'statsminister Lars Løkke Rasmussen' til 'Løkke'. Denne nomination kan tolkes som værende betydningsfuld for hans hierarkiske status og gøre ham mere ligesindet med den øvrige befolkning eller sågar med dobbeltmoraliske personligheder.

### **Prioriteringsdiskurs**

Den næste diskurs er prioriteringsdiskursen. Denne diskurs ses i følgende citat fra den internationale chef for tænketanken Concito, Jarl Krausing:

*"Man kunne godt tænke sig, at regeringen havde en tilsvarende vision om at man lancere en ambitiøs koalition også i Danmark for dem, der vil den grønne omstilling helt seriøst. – Så der er lidt afstand mellem, hvad vi prøver at gøre internationalt, og hvordan vi taler om den grønne omstilling herhjemme."* (LI. 240-244, bilag 3).

I citatet sætter Jarl Krausing fokus på hans mening om, at regeringens grønne omstilling med fordel kunne implementeres ligeledes i national politik som i international politik. Han starter sin sætningen med det personlige pronomen 'man', og etablerer herved en personlig distance til påstanden. Samtidig efterfølger modalverbet 'kunne', som afslører en lavere grad af affinitet til påstanden. Ved brug af disse ord kan sætningen tolkes som værende en påstand, som indbyder til, at der kan findes andre muligheder. Påstanden virker derpå mere blid og påpasselig. Jarl Krausing benævner 'regeringen' som værende den ansvarshavende, men bruger alligevel det personlige pronomen 'man' om regeringen. Endnu engang medfører ordet 'man', at ansvaret placeres hos en ubekendt. Han påpeger ønsket om en tilsvarende vision for 'dem', der vil den grønne omstilling. Det personlige pronomen 'dem' står ikke i forbindelse med en benævnelse af, hvem 'dem' er, men det kan læses som 'dem der vil den grønne omstilling helt seriøst'. 'Helt' fungerer i dette tilfælde som forstærker til ordet 'seriøst'. Ordet 'seriøst' udelukker muligheder for at handle imod den grønne omstilling, hvilket kan tolkes som værende artiklens udgangspunkt: at Lars Løkke Rasmussen ikke handler seriøst i forbindelse med grøn omstilling i Danmark kontra i udlandet. Det er blandt andet



her prioriteringsdiskursen kommer til syne. Et andet sted er i den sidste sætning. 'Så' fungerer som bindeled mellem den udtrykte påstand og den kommende påstand. 'Der er' indikerer, at ikke er andre muligheder til stede end påstanden og ordet 'lidt' fungerer som minimering af påstandens alvor. Han påpeger afstanden mellem national politik og international politik. Her bruger han det personlige pronomen 'vi' om hvilke tiltag der foretages herhjemme og placerer derfor ansvaret hos 'vi', der kan tolkes som værende alle. Samtidig benytter han endnu engang 'vi', da han henviser til måden, der tales om grøn omstilling i Danmark. Der ses derfor både en prioriteringsdiskurs og en ansvarsdiskurs. Det er en tydelig prioriteringsdiskurs, hvor budskabet er klart men blidt og påpasseligt overført. Samtidig er ansvarsdiskursen tilstedeværende i form af, at ansvaret både placeres hos 'regeringen', 'man' og 'vi'.

Den ustrukturerede brug af de personlige pronominer gør det vanskeligt at vide, hvor Jarl Krausing placerer ansvaret. Samtidig kan budskabet om ansvarsplaceringen tolkes som om, at det er fælles. Jarl Kausings udtalelse differentierer sig fra de yderligere udtalelser, da hans brug af modalverber og personlige pronominer gør hans påstande mere åbensindede og inkluderende, på trods af, at han udtrykker, at visionen i Danmark burde være tilsvarende.

### **Markedsføringsdiskurs**

Den sidste diskurs i denne analyse er en diskurs, der går igen i en tidligere artikel. Det er markedsføringsdiskursen, som vi har valgt at kalde den. I denne artikel kommer den til udtryk gennem de måder hvorpå Lars Løkke Rasmussen italesættes som person. Diskursen kommer til syne i reaktionerne på Lars Løkke Rasmussens fremtræden i international politik kontra national politik. Det første citat vi vil analysere, er en udtalelse fra udenrigsordfører for De Radikale Venstre, Martin Lidegaard.

*"I øjeblikket har vi en "mr. Løkke klima", når han besøger de bonede gulve i udlandet. Der praler han af det, som vi andre gennemførte for nogle år siden. Men når han kommer hjem, er det "sorte Løkke", der tager over og så handler det om at gøre sorte biler billigere og stoppe enhver grøn omstilling(...)" (LI. 264-267, bilag 3).*

I dette citat fra Martin Lidegaard er det særligt interessant at have fokus på nominationer. Med hvilke ord han beskriver Lars Løkke Rasmussen. Han begynder med at kalde Lars Løkke Rasmussen for 'mr. Løkke klima', når han taler om Lars Løkke Rasmussens udtryk i international politik. Mr. er betegnelsen for mester eller herre. Tages ordets oprindelse i betragtning er ordet engelsk og henviser til en mand af særlig rang. 'Løkke klima' eller Løkke-klima, som det kan fortolkes er lidt sværere at definere betydningen af. Taget 'mr.' i betragtning i denne nomination kunne 'Løkke Klima' have ironiske undertoner omkring Lars Løkke Rasmussens mellemnavn og kunne henvise til ordet lykke og dermed lykke-klima. Ordet lykke drager paralleller til ord som glæde, tilfredshed, stolthed eller, sandsynligt i denne sammenhæng, heldig. Skal vi undgå videre fortolkninger i denne retning, må vi tage en anden tolkning i betragtning. 'Løkke klima' kan også være en ironisk betragtning af Lars Løkke Rasmussens klimapolitik, og Lars Løkke Rasmussen som værende den høje, ranke Mr. Løkke klima, der har gjort sig bemærket inden for klimafeltet. Martin Lidegaard præsenterer Lars Løkke Rasmussen som 'Mr. Løkke klima' i forbindelse med hans internationale møder på 'de bonede gulvet'. Endnu en reference, der kan bekræfte fortolkningen af 'Mr.'. De bonede gulve kan anses som en metafor, der understreger Lars Løkke Rasmussens markedsføring af sig selv over for en overklasse i de finere kredse. I forlængelse af nominationen må vi betragte denne udtalelse som værende ironisk. 'Der praler han af det, som vi andre gennemførte for nogle år siden.' Sådan lyder den efterfølgende sætning. Martin Lidegaard benytter det personlige pronomen 'vi', og det må tolkes som værende De Radikale Venstre, rød blok eller et ukendt flertal. Ved at benytte 'vi' mod 'Mr. Løkke Klima' skabes en kløft, hvor 'vi' udgør modsætningen til nominationen af Lars Løkke Rasmussen. Martin Lidegaard påstår at Lars Løkke Rasmussen 'praler' over et arbejde, han ikke selv har lavet. Ordet 'prale' refererer til en person der fremstiller eller iscenesætter sig selv som bedre, klogere eller selvhævdende over for andre. Martin Lidegaard iscenesætter Lars Løkke Rasmussen som en selvhævdende, umoralsk og højtstående person, som tager æren for andres arbejde og præstation. Lykke-klima kan referere til, at Lars Løkke Rasmussen er heldig med, at klimapolitikken i Danmark har sikret Danmark et omdømme som forgangsland. 'Men når han kommer hjem, er det "sorte Løkke", der tager over og så handler det om at gøre sorte biler billigere og stoppe enhver grøn omstilling (...)'. Sådan lyder den sidste sætning. Her omtales Lars Løkke Rasmussen med nominationen 'sorte Løkke', som kan referere til 'sorte biler' altså biler med højt brandstofferbrug, som udleder meget CO2. Her hævder Martin Lidegaard, at det ikke

længere handler om grøn omstilling. Sort konnoterer i den forbindelse ting som ulykke og magt, og det kan diskuteres hvorvidt Martin Lidegaard kaster Sorteper-kortet efter Løkke, og derved hentyder til, at han sidder med et ubehageligt ansvar eller er taberen i spillet. Her ses prioriteringsdiskursen i forbindelse med markedsføringsdiskursen. De to forskellige nominationer beskriver et billede af Lars Løkke Rasmussen som værende dobbeltsidet og måske endda hyklerisk i sit politiske arbejde.

Endnu et eksempel på markedsføringsdiskursen kan findes i udtalelsen fra Enhedslistens klimaordfører, Maria Reumert Gjerding:

*”Det er noget paradoksalt, at vi har en statsminister, der iscenesætter sig selv internationalt som den grønne messias, samtidig med at hans regering i Danmark ikke har gjort andet end at modarbejde vores grønne dagsorden herhjemme (...) Herhjemme er han kulsort. Det må man bare sige. Og det hele halter gevaldigt med hans troværdighed, siger hun” (Ll. 277-282, bilag 3)*

Maria Reumert Gjerding starter sætningen med en manifestation i form af 'er'. Hun manifesterer påstanden om, at det er paradoksalt. Ordet paradoksalt betyder, at noget er selvmodsigende og absurd afvigende til trods for, at det er faktisk. Hun benytter det personlige pronomen 'vi' som i denne sammenhæng kan tolkes som værende den danske befolkning i og med, at hun benytter nominationen 'statsminister'. Ordet 'statsminister' står i kontrast til hendes påstand om, at statsministeren iscenesætter sig som 'den grønne messias'. Ordet statsminister rummer en del kulturelle og værdiladede associationer som vi ikke forbinder med påstanden. Et statsoverhoved eller regeringschef rummer et billede af en formel, karakterfast eller sandfærdig person, der er valgt af folket til at tage vare på landet. Maria Reumert Gjerding påstår, at Lars Løkke Rasmussen iscenesætter sig selv. I ordet 'iscenesætter' kan udelades både ordet scene og sætter. En scene udgør et rum hvori fantasien sætter grænser. Alt der sker på en scene er skuespil og fiktion. Når noget iscenesættes, gøres det i viden om, at det skal udtrykke noget helt bestemt. Hvis noget er iscenesat er det en fiktiv akt. Maria Reumert Gjerding benytter nominationen 'den grønne messias'. Messias betegnes inden for flere religioner som værende en frelserskikkelse. Den 'grønne' messias kan tolkes som værende en bæredygtig frelser. I Danmark kan kristendommen have en kulturel medbestemmelse for fortolkningen. Ifølge kristendommen er det 'vor frelser, Jesus Kristus' som har

til opgave at frisætter mennesket fra dets synder. Ordet kan samtidig referere til den ironiske distance til det, at være frelst. At føle sig hævet over andre som værende den moralske korrekte med de rigtige meninger og holdninger. I denne forbindelse kan det tolkes, at 'den grønne messias', som Lars Løkke Rasmussen betegnes som, anser sig selv som værende bæredygtig og moralsk. Her ses markedsføringsdiskursen.

En anden diskurs, der også kommer til syne, er ansvarsdiskursen. I den følgende del af citatet udtaler Maria Reumert Gjerding ordene 'hans regering' og lægger derpå et ansvar hos Lars Løkke Rasmussen. Hun giver udtryk for, at regeringen er Lars Løkke Rasmussens, og at den støtter ham ved at modarbejde den grønne dagsorden i Danmark. Ved ordene 'har ikke gjort andet' manifesterer Maria Reumert Gjerding hendes påstand som værende sandheden. Hun benytter det personlige pronomen 'vores', der kommer af vi og i denne sammenhæng kan tolkes som værende Enhedslisten eller de partier der, hun mener, kæmper for grøn omstilling i Danmark. Til slut i sætningen anklager hun Lars Løkke Rasmussen som værende 'kulsort'. Ordet drager i denne sammenhæng associationer til sort røg og CO2. Eller som i Martin Lidegaards udtalelse, at Lars Løkke Rasmussen er Sorteper. Hun manifesterer denne påstand ved sætningen: 'Det må man bare sige'. Her benytter hun det personlige pronomen 'man', hvilket er en ukendt mængde og har til formål at styrke hendes påstand, ved at udtrykke, at 'man' mener det samme som hende. Ordet 'bare' efterlader indtrykket af, at noget er enkelt at forstå og derpå, måske, være enig i.

Et andet citat vi vil analysere, er fra venstres klima- og miljøminister, Lars Christian Lilleholt. Det anderledes ved netop dette citat er, at Lars Christian Lilleholt er den eneste af de udvalgte interviewede personer, der støtter op om Lars Løkke Rasmussen og venstre internationale miljøpolitik. Dette citat er også placeret under markedsføringsdiskursen, selvom det også rummer andre diskurser.

*"Danmark er meget, meget ambitiøs. Det er Lars Løkke og den danske regering også. Også på hjemmefronten. Resten af verden kigger til Danmark og den måde, vi har skruet vores klima- og energipolitik sammen på. – Jeg kan garantere dig for, at statsministeren både er en miljø- og klimaforkæmper, og jeg glæder mig over, at resten af verden bakker op om Danmark og den danske statsministers initiativ. Det har vi god grund til at være stolte af i Danmark, siger Lars Christian Lilleholt." (LI. 289-295, bilag 3).*

I den første sætning påpeger Lars Christian Lilleholt en overbevisning om, at Danmark er et ambitiøst land. I denne sammenhæng må vi gå ud fra, at han taler om ambitiøst land i forbindelse med landets klima- og miljøpolitik. Han gentager ordet 'meget' to gange, hvilket har til formål at understrege sandheden i hans påstand. Ordet 'er' efterlader ingen muligheder for alternativer. Ved at konstruere sætningen på netop denne måde med ordene 'meget, meget ambitiøs' foreskriver sætningen, at Lars Christian Lilleholt sammenligner Danmark med andre lande, der er knapt så ambitiøse. Allerede ved denne sammenligning kan det tolkes, at Danmark generelt har en god klima- og miljøpolitik sammenlignet med andre lande. Han påpeger efterfølgende, at Lars Løkke Rasmussen og den danske regering også er ambitiøse. Endnu en gang benytter han det manifesterende ord 'er' og fremstiller derpå sin påstand som urokkelig fakta. Han kalder regeringen 'den danske regering', hvilket kreerer et tilknytningsforhold mellem regeringen og den danske befolkning. Efterfølgende påpeger han, at resten af verden ser på Danmarks klima- og miljøpolitik. Der skabes en særlig hierarkisk struktur ved brug af ordene 'resten af verden' og 'Danmark'. Herved hæves Danmark op på et beundringsniveau og tillægges, i kraft af 'den danske regering' og 'Lars Løkke', det samme niveau. Ved at bruge det personlige pronomen 'vi' er det svært at gennemskue, hvem Lars Christian Lilleholt taler om. Ordet 'vi' må i denne sætning tolkes som værende den danske befolkning. Markedsføringsdiskursen fremstår i påstanden om, at den danske regering, Danmark og Lars Løkke Rasmussen er ambitiøse og at resten af verden ser til Danmark. I den efterfølgende sætning garanterer Lars Christian Lilleholt for, at Lars Løkke Rasmussen er klimaforkæmper. Her benytter han det personlige pronomen 'jeg' og vedkender sig sit budskab. Modalverbet 'kan' afslører dog en lavere affinitet, selvom ordet 'garanterer' kan tolkes som om, at der ikke skal herske tvivl om budskabets sandhed. Han benytter nominationen 'statsministeren' om Lars Løkke Rasmussen, hvilket er en mere formel betegnelse. Herved sammenholdes Lars Løkke Rasmussen med de associationer ordet 'statsminister' kaster af sig. Lars Christian Lilleholt udtrykker, at han glæder sig over verdens opbakning og påstår derpå, at verden bakker op. Ved ordet 'resten' udelukkes, at andre lande skulle have andre meninger. Ved nominationen 'Danmark' og 'den danske statsminister' kreeres et fællesskab, som Lars Christian Lilleholt udtrykker eksisterer. Endnu engang iscenesættes Lars Løkke Rasmussen under nominationen 'den danske statsminister' og her kreeres en sammenhæng mellem Danmark og Lars Løkke Rasmussen. I den sidste sætning

påpeger Lars Christian Lilleholt, at vi har grund til at være stolte. Han benytter det personlige pronomener 'vi' som kan tolkes som det danske fællesskab. Ved brug af ordet 'god' forstærkes påstanden. Ordet stolt i forbindelse med stolthed af Danmark, kan endnu tolkes som et forsøg på at skabe en fællesskabsfølelse, hvilket inviterer til et medhold i hans påstand. Også her ses ansvarsdiskursen og markedsføringsdiskursen sammen. Lars Christian Lilleholt kreerer et politisk billede af Danmark som et land, der fører anerkendt klima- og miljøpolitik, og ved brugen af de personlige pronomener kan ansvaret både placeres hos regeringen, Lars Løkke Rasmussen og Danmark som fællesskab.

Det sidste citat fra artiklen, og det sidste citat vi vil analysere i først dimension af Faircloughs model, er følgende citat:

*"- Jamen, vi fører jo i forvejen en meget grøn og klimavenlig politik. Det er også sådan, at jeg i det kommende halve år skal i gang med at præsentere en energiaftale. Der er det helt klart min ambition at fortsætte den grønne omstilling, siger klimaministeren." (LI. 197-300, bilag 3).*

I ovenstående citat fra Danmarks klimaminister, Lars Christian Lilleholt, ses et sidste eksempel på markedsføringsdiskursen. Endnu engang forsvarer Lars Christian Lilleholt kritikken. Han sætter fokus på hans eget arbejde og ambitioner, og det er væsentligt at fokusere på hans brug af personlige pronomener i denne sammenhæng. Sætningen starter med ordet 'jamen', der kan opfattes som en minimering. I dette tilfælde en minimering af alvoren i det spørgsmål han blev stillet. 'Jamen' kan opfattes som om, at Lars Christian Lilleholt forsøger at påpege at kritikken ikke har noget på sig og virkeligheden er en anden. Ordet er bundet sammen af erkendelsen i form af 'ja' og den modstridende bemærkning i form af 'men'. Han benytter herefter det personlige pronomener 'vi', som kan tolkes som værende regeringen, da sætningen tilmed sætter ordet i forbindelse med 'grøn og klimavenlig politik'. Samtidig må det forventes, at kritikken mod regeringen og Lars Løkke Rasmussen driver Lars Christian Lilleholt ud i et modsvar, hvor 'vi' udgør netop disse parter. Han vedstår sig samtidig, at være en del af disse parter, hvilket udtrykker en form for selvsikkerhed og fastholdelse i sit modargument. Ved modaladverbiet 'jo' udtrykker han påstanden som værende en selvfølge. Ordet 'jo' kan samtidig tolkes som værende en påpegelse om, at påstanden er gentaget, hvilket endnu en gang udviser en sikkerhed i udsagnets sandhed.

Ordet 'meget' benyttes som styrkemarkør, der understreger indsatsen for den klimavenlige grønne omstilling. I næste sætning benytter Lars Christian Lilleholt ordene 'det er', hvor ordet 'er' påpeger påstanden som værende fakta. Ordet 'også' kan referere tilbage til ordene 'jamen' og 'jo' og kan siges at have samme effekt og formål. Herefter slår Lars Christian Lilleholt over i det personlige pronomen 'jeg', når han omtaler en kommende energiaftale. Ved at bruge ordet 'jeg' tilskriver han sig selv en værdi der imødekommer kritikken. Han skaber en kløft mellem regeringen og ham selv, der efterlader regeringen med det ansvar, der startede kritikken. Selv imødekommer han kritikernes ønske. Ved brug af modalverbet 'skal' udtrykkes en høj grad af affinitet, og ordet efterlader ikke muligheder for alternativer. Lars Christian Lilleholt fremstår derpå med en klar ambition, som ikke mindst imødekommer kritikken, men fastslår samtidig, at handlingen bliver foretaget. I den efterfølgende sætning fortæller Lars Christian Lilleholt, at det 'helt klart' er hans ambition. Ordene 'helt klart' forstærker påstanden og benyttes som styrkemarkører. Ved ordet 'min' om hans ambition, udelader han endnu engang forholdet til regeringen og fremstiller sig selv som stålfast og ambitiøs. Dog udtaler han til slut, at han vil 'fortsætte' den grønne omstilling. Her henviser han formentlig til regeringens udspil, som ellers er under kritik. Denne udtalelse kan opfattes som om, at Lars Christian Lilleholt forsøger at imødekomme kritikken men fastholder påstanden om, at kritikken ikke har noget på sig.

### Opsamling af tekstanalyse

I den første artikel omhandlende økonomidimensionen forekommer de tre fremtrædende diskurser: markedsførings-, prioriterings- og ansvarsdiskurs. Her er særligt markedsføringsdiskursen fremtrædende, da Danmarks politiske omdømme i verden italesættes op til flere gange gennem kritiske udtalelser fra Frans Mikael Jansen og Gitte Seeberg. Disse udtalelser er især konsekvensbetonet, idet både Frans Mikael Jansen og Gitte Seeberg italesætter omfanget af konsekvenserne af beskæringen i ulandsbistanden, ofte bakket op af styrkemarkører og værdiladte ord. Herunder inddrager begge ofte et historisk perspektiv, samt skifter i tiderne nutid og datid, hvilket understøtter den forandring af Danmarks omdømme de begge forholder sig yderst kritisk til. Dette understøttes af prioriteringsdiskursen, der kommer til syne i den konsekvente fremstilling af skismaet der er opstået mellem at vedholde Danmarks gode omdømme og på samme tid tage højde for landets økonomi, hvor det til tider angribes på en humoristisk måde gennem billedsprog

og overdrivelse. Den endelige ansvarsdiskurs kommer til syne gennem de personlige pronominer, der anvendes i forbindelse med ansvarsplaceringen for beskæringerne, hvilken aldrig fremstår som klar, hvorfor ansvarsplaceringen fremstår som uklar og søgende, da der skiftes mellem 'regeringen', 'man', 'dem', 'han' med mere.

I anden artikel, der koncentrerer sig om socialdimensionen, ses en stærk kønsdiskurs. Denne ses som en selvfølge af artiklens gennemgående omdrejningspunkt omhandlende kvinder i sportens verden, hvor kvinder versus mænd ofte sættes op imod hinanden, og Majkens Gilmartins arbejde for kvindekønnet omtales. Altid med udgangspunkt i og vigtigheden af, at benævne kvindekønnet. Dette kommer ofte til udtryk gennem brugen af personlige pronominer. Brugen af personlige pronominer er, i analysen og adskillelsen af diskurser i denne artikel, et vigtigt værktøj, da disse yderligere er afgørende for, hvor og hvordan ansvars- og anerkendelsesdiskursen fremtræder samt hvem disse kobler sig på. Anerkendelsesdiskursen kommer oftest til syne gennem værdiladet ord som 'kamp' og 'aktivist', samt mindre værdiladede positive tillægsord, der fremstiller hele Majken Gilmartins arbejde som ekstraordinært og anerkendelsesværdigt. Ansvarsdiskursen kommer særligt til syne gennem de personlige pronominer 'min', 'sin' og 'hendes', hvilket understøtter placering af anerkendelsen og ansvaret ved Majken Gilmartin.

Den sidste artikel indeholder forskellige diskurser, hvoraf nogle af diskurserne har fået samme navne, men har forskellige formationer. For eksempel går ansvarsdiskursen igen flere steder, men grundet personlige pronominer, placeres sjældent et definitivt sted. Markedsføringsdiskursen ses ofte i forbindelse med nominationer, særligt af Lars Løkke Rasmussen. Markedsføringsdiskursen kommer også til udtryk på et ustabilt grundlag, hvor påstande uden belæg fremlægges som værende sandfærdige. I disse tilfælde kan det diskuteres, hvorvidt sådanne udtalelser fremmer journalistikkens genre, hvorfor udtalelserne læner sig op af tabloidgenren. Særligt i forbindelse med artiklens overskrift ses brugen af markedsføringsdiskursen. Her står sætningen: "Løkke kritiseres for dobbeltmoral: Iscenesætter sig som grøn messias" (Bilag 3). Sætningen udtrykker, at Lars Løkke Rasmussen 'iscenesætter sig'. Allerede ved brug af disse ord i artiklens overskrift er diskursen fremtrædende. Artiklen har en tydelig historie, der handler om kritik af Lars Løkke Rasmussen. Selvom der suppleres med en udtalelse fra Lars Christian Lilleholt, er det vores indtryk, at de tre



diskurser konstant supplerer hinanden og bakker op om hinanden. Ansvar, iscenesættelse og prioritering. De tre findes allerede i artiklens rubrik og underrubrik. Ansvar er hos 'Løkke', iscenesættelsen består i ordet 'dobbeltmoral' og 'grøn messias' og prioriteringsdiskursen kommer til udtryk i italesættelsen af den 'hjemlige politik' kontra 'globale initiativ'.

## Diskursiv praksis

I dette afsnit vil vi lægge fokus på den diskursive praksis og den diskursive orden og struktur, som vi fandt i tekstanalysen. Om muligt repræsenterer den diskursive praksis i artiklerne et mønster i den diskursive praksis, der knytter sig til den journalistiske genre og nyhedsbranchen. Om den diskursive orden i empirien kan drage paralleller til en bestemt branche eller institution, er dette afsnits fokus. Med udgangspunkt i specialets literature review, hvor vi har forsøgt at afsløre de nyeste forskningsresultater inden for nyhedsproduktion og nyhedsværdi. Selvom diskursorden som teoretisk rammeværktøj indbyder til betragtningen af modstridende diskurser i hegemonisk kamp, vælger vi at arbejde med diskursordnen i den forstand, at diskurserne i artiklerne ikke er modstridende men derimod ser ud til at understøtte og bekræfte hinandens eksistenser. Vi vil derfor benytte diskursorden som et værktøj, der kan belyse de mest fremtrædende og dominerende diskurser, der viser sig på baggrund af et antal underliggende diskurser. Nogle af diskurserne går igen i de tre artikler, selvom artiklerne ikke har samme fokus, emne eller historie. På baggrund af de mest fremtrædende diskursive praksisser i artiklerne, vil vi søge at sætte dem i et større brancherelateret perspektiv og derpå søge at belyse den diskursive praksis inden for det journalistiske felt. Dette vil lede os videre til tredje dimension og specialets diskussion af den diskursive praksis og dets indflydelse i den sociale praksis.

## Diskursorden

Vi har opdelt de tre artikler ud fra verdensmålenes tre overordnede dimensioner: Økonomi, social og miljø. Disse dimensioner udgør de 17 verdensmåls overordnede hovedemner, som derfor udgjorde et relevant udvælgelseskriterium af de artikler fra dr.dk/nyheder, som vi ville analysere. Vi argumenterer for, at Danmarks Radio har til ansvar at formidle de tre dimensioner i forbindelse med verdensmålenes implementering i Danmark og dansk politik. Under hver artikel er der gennem tekstanalysen identificeret nogle fremtrædende diskurser. De markerede diskurser repræsenterer den eller de diskurser der, ifølge vores perspektiv og analyse, vinder hegemoni og fremstår som den mest dominerende diskursive tilgang til emnet og historien.

|         |        |       |
|---------|--------|-------|
| Økonomi | Social | Miljø |
|---------|--------|-------|

|                         |                        |                         |
|-------------------------|------------------------|-------------------------|
| - Markedsføringsdiskurs | - Ansvarsdiskurs       | - Ansvarsdiskurs        |
| - Ansvarsdiskurs        | - Anerkendelsesdiskurs | - Prioriteringsdiskurs  |
|                         | - Kønsdiskurs          | - Markedsføringsdiskurs |

Figur 7 Oversigt over de identificerede diskurser i de tre artikler. De markerede diskurser med fed skrifttype udgør de dominerende diskurser i artiklerne. Modellen er udarbejdet af os selv på baggrund af tekstanalysens resultater.

I kølvandet på den første artikel kunne vi observere to fremtrædende diskurser, der udgjorde historiens positioner. Ansvarsdiskursen kommer til synes ved brugen af personlige pronominer og dermed udpegelsen af den ansvarshavende part. Den anden diskurs er markedsføringsdiskursen, der understøttes af ansvarsdiskursen i form af argumentation for de påstande, som artiklen er skrevet ud fra. Markedsføringsdiskursen træder frem, når de interviewede parter udtaler sig om den ansvarshavende parts selviscenesættelse.

I den anden artikel, som hører under den sociale prioritet, findes tre diskurser.

Anerkendelsesdiskursen tillægges Majken Gilmartin, der blev tildelt Den internationale Olympiske Komité's pris: 'Women and Sport Trophy'. Den sidste diskurs i artiklen var kønsdiskursen, som i høj grad understøttede anerkendelsesdiskursen i forlængelse af historien om en kvindes kamp for kvinderettigheder. Kønsdiskursen fremstår samtidig i forbindelse med benævnelserne om kvinder og sport, og den kønsbestemte kløft mellem en sportslig mandeverden og en kvinde, der gør sig bemærket heri. Anerkendelsesdiskursen, der lever på baggrund af kønsdiskursen, der kreerer historien samt kønsdiskursen udgør den anden artikels historiegrundlag. Der kan tales om en hegemonisk kamp i forholdet mellem kønsdiskursen i form af sportens verden, som værende en maskulin verden over for anerkendelsen af en kvinde. Her kan være tale om modstridende opfattelser af diskursformationer. Formationer som brydes og skaber nye diskurser og nye opfattelser af verdens sociale sammenhænge.

I den sidste artikel gøres brug af tre diskurser. Endnu engang ses samme diskursive mønster som hos de resterende artikler. En dominerende diskurs understøttes af de resterende diskurser. Ansvarsdiskursen understøttes af argumenter om forkerte prioriteter omhandlende miljø- og klimainsatsen i Danmark og fremskynder en markedsføringsdiskursen på baggrund af påstande om

ansvarshaverens image og selvbillede. Her er den dominerende diskurs: markedsføringsdiskursen, der understøtter artiklens historie.

Vi kan observere en generel tendens til, at diskurser understøtter hinanden i forbindelse med de tre nyhedsartikler. Det er sjældent, at diskurserne udfordres eller nuanceres. Der er en generel konventionel diskursiv praksis og det kan diskuteres yderligere, om dette billede kan forventes at være en gennemgående praksis inden for nyhedsforfatning i nyhedsbranchen. Alle tre artikler har gennemgående agendaer, der former historiens fortælling. Det kan diskuteres om historien er skrevet ud fra et perspektiv, der har nyhedsværdi, eller om det er skrevet i overensstemmelse med den journalistiske genres stolte opgave: at belyse nye og undergravede vinkler, så mennesket kan vælge og orientere sig selvstændigt i samfundet. Netop dette spørgsmål vil vi søge at besvare i næste afsnit af den diskursive praksis. Vi vil trække på specialets literature review om nyhedsbranchen og nyhedsværdi, og finde ud af, hvordan disse tre artikler repræsenterer forskningens resultater om diskursiv praksis i nyhedsbranchen.

### **Nyhedsværdi og diskursiv praksis**

Den diskursive praksis er en relativ størrelse, der har til sinde at opstille hypoteser om tekster produktion og konsumtion. I denne del af analysen har vi ikke fokus på konsumtionen, som vi derimod har valgt at gemme til tredje dimension af Faircloughs model. Vi vil i stedet have fokus på produktionen af teksterne og de moderne vilkår, som kan have influeret den diskursive praksis. Vi vil opstille hypoteser om de tre artiklers lingvistiske udformning, og hvordan denne udformning kan siges at være affødt af den moderne nyhedsbranche og dens præmisser. I den første artikel læser vi de negative reaktioner, der er kommet mod Lars Løkke Rasmussen og regeringen efter beskæringer i ulandsbistanden og andre landes reaktioner herpå. I artiklen kan vi læse udtalelser, der hæmmer Lars Løkke Rasmussens person og stiller spørgsmålstegn ved hans autoritet som statsminister. Deirdre O'Neills forskning viser, at nyheder om magteliten ligger højt på listen over historier med nyhedsværdi. Samtidig beskriver Monika Bednarek og Helen Caple, at dramatik i subjektorienterede historier har høj nyhedsværdi, fordi vi som mennesker kan relaterer hertil. Har dramaet samtidig med et politisk statsoverhoved at gøre, kan historien placeres i den høje ende af skalaen. Journalisten der forfattede netop denne artikel, kunne have valgt at fokusere på Danmarks ry og undlade karaktermordet på Lars Løkke Rasmussen og hans regering. I stedet bliver

denne del af historien artiklens overskrift, fordi det er hér nyhedsværdien er størst forskningen taget i betragtning. Historier om international politik er et af de lavest placerede nyhedsemner på listen.

I anden artikel læser vi om en kvinde, der har fået anerkendelse inden for en maskulin disciplin nemlig fodbold. Ligestilling og kønsdebat har været store nyhedsemner, der eksempelvis har affødt det sociale mediefænomen: #Metoo<sup>4</sup>. Der kan argumenteres for, at køn og ligestilling vedkommer alle i verden i større eller mindre omfang i hverdagen. Dette emne er derfor relaterbart, selvom historien også placeres under international politik. I stedet fokuserer historien på Majken Gilmartin og hendes personlige gennembrud som forkæmper for kvindesporten. I stedet for at lade artiklen omhandle kvindesport og ligestillingstiltag generelt, leveres disse emner i kraft af en personlig succeshistorie, som er relaterbar for læseren. Når et politisk emne leveres i form af ét menneskes personlige historie transformeres emnet i et format, der giver læseren adgang til psykologisk at fremkalde en følelsesmæssig reaktion. En reaktion der affødes af menneskets tilbøjelighed til at dele og forstå følelser hos andre individer. Herpå får historien ekstra nyhedsværdi.

I den sidste artikel læser vi om de reaktioner, der er kommet efter regeringens fremlæggelse af et globalt klimainitiativ. Her forekommer kraftige reaktioner på Lars Løkke Rasmussen, som beskyldes for dobbeltmoral og iscenesættelse af sig selv. Ligesom i første artikel er nyhedsværdien ikke svær at genkende. Den leveres i form af dramatik og en subjektiv historie inden for magteliten. Subjektet er Lars Løkke Rasmussen og dramatikken består i de nominationer og værdier, han tillægges. Der skabes en kløft mellem mennesket Lars Løkke Rasmussen og statsministertitlen. Artiklen fokuserer ikke på Danmarks klimaudspil men derimod de negative reaktioner, der rettes mod Lars Løkke Rasmussen. Endnu en gang leveres historien om international politik på baggrund af historien om Lars Løkke Rasmussen som en dobbeltmoralisk statsminister. Denne nyhedsværdi og vinkel leveres allerede i artiklens overskrift.

Det er ikke vanskeligt at få øje på, hvilken historie der tilfører artiklerne værdi. Den journalistiske praksis afsløres allerede i artiklernes overskrifter. Det er her værdien sælges. I alle artikler findes en underliggende større international politisk historie men den kommer kun frem via en overskyggende og relaterbare historie. Enten i form af drama eller succes. Vi kan derfor

---

<sup>4</sup> <https://www.dr.dk/nyheder/tema/metoo>

konkluderer, at en gennemgående journalistiske praksis inden for nyhedsbranchen stemmer overens med de diskursive praksisser i de tre artikler.

Om journalistik og nyhedsværdi er forankret i den enkelte kultur vides ikke med sikkerhed. Det kunne tyde på, at nyhedsværdi, jævnfør literature review, er underlagt en praksis som ses i flere forskellige kulturer rundt omkring i verden. Vi kan gisne om de forskellige konsekvenser, der kan udspringe af den journalistiske praksis omhandlende nyhedsværdi og nyhedsbranchens diskursive praksisser. Diskussionerne går ofte på, hvad der er negativt for denne praksis. I den næste og sidste del af analysen, vil vi blandt andet diskutere netop konsekvenserne og årsagerne til denne journalistiske praksis.

## Social praksis

Det sidste led i Faircloughs tredimensionelle kritiske diskursanalyse er den sociale praksis. Det er her hvor tekstanalysens resultater og viden om den diskursive praksis, sættes i en større samfundsmæssig forbindelse. I dette speciale vil vi benytte den sociale praksis til at diskutere nogle af de samfundsmæssige problematikker og emner, som er blevet afsløret gennem specialets analyse og problemfelt. Den sociale praksis vil derpå udgøre specialets diskussion og afsluttende refleksioner om verdensmålenes position i nyhedsmediet: [dr.dk/nyheder](http://dr.dk/nyheder) samt Danmarks Radios grundlæggende samfundsansvar omkring formidling af samtidspolitiske problemer.

Ved specialets begyndelse var det relevant at udforme en kontekstbeskrivelse, der havde til formål at sætte problemet i perspektiv. Hvem er verdensmålenes afsender: FN? I hvor høj grad og hvor findes eksisterende og offentligt tilgængeligt vidensmateriale om målene, forarbejdet af FN-organisationer og i hvor høj grad får verdensmålene mediemæssig opmærksomhed i de danske publicistiske medier? Dette var spørgsmål, som vi måtte få afklaret i forsøget på at opnå et overblik over, hvilke kommunikationsparter der havde eller ikke havde taget del i kommunikationen af verdensmålene til den danske befolkning. Vi sammenlignede søgeordet 'verdensmål' med andre nyhedssøgeord fra samme periode, hvor målene blev lanceret i september 2016. Her blev det tydeligt, at verdensmålene ikke havde mediernes store interesse til trods for, at initiativet skulle udgøre den mest omfattende plan på verdensbasis nogensinde. Medierne havde blandt andet

større interesse for den måneformørkelse, som kunne ses i samme måned. Vi fandt ud af, at på trods af den store mængde offentligt tilgængelige informationer om verdensmålene fra FN organisationer, var der andre emner, der optog nyhedsmediernes jævnfør kontekstbeskrivelsen. Verdensmålene fik derfor aldrig rigtig stor medieomtale, og det kan diskuteres, hvorvidt den høje uvidenhedsprocent skyldes nyhedsmediernes manglende interesse for at formidle målene.

Ud fra tekstanalysen kunne vi observere et par fællestræk hos de tre artikler. For det første blev verdensmålene altid formuleret kort og en kende vagt. Den begrænsede information var altid at finde sidst i brødteksten men aldrig i rubrikken eller underrubrikken. Informationen om verdensmålene var altid begrænset og henkastet som en reference til artiklens centrale historie. For det andet blev verdensmålene nævnt meget få gange. Fem gange i tre artikler, hvoraf den ene gang er ved brug af synonymet 'bæredygtighedsmål'. Selvom de tre artikler fokuserer på historier, der vedkommer verdensmålene, er det ikke verdensmålene der er i fokus. Disse observationer bringer os videre til diskussionens første afsnit om nyhedsværdi og medialisering.

### **Nyhedsværdi og medialisering**

Som beskrevet i specialets literature review er der foretaget en del forskning i nyhedsværdi og den journalistiske udvælgelse af netop de historier, som skænker nyhedsmediernes kredit og sikrer et højt læsertal jævnfør nyhedsværdi. I literature reviewet er der klare tegn på, at lokale nyheder, der tilmed fordrer psykologiske og følelsesmæssige reaktioner hos læseren, altid har haft læsernes største interesse. Hvorimod tungere internationale politiske historier findes længere nede på skalaen over indhold med høj nyhedsværdi. Det kan diskuteres hvorvidt den moderne medialisering i samfundet har haft indflydelse på de kriterier, hvoraf journalisten udvælger historier med høj nyhedsværdi. Nyhedsværdien er defineret ud fra det høje antal læsere. I dette afsnit vil vi diskutere de samfundsmæssige tendenser, der karakteriserer individets brug af nyhedsmedier og informationssøgning. Vi tager udgangspunkt i medieforsker, Niels Ole Finnemanns bog: Internettet i mediehistorisk perspektiv. Finnemann skriver blandt andet om det elektronisk integrerede vidensarkiv (Finnemann, 2005, s. 300). Dette vidensarkiv er et globalt og digitalt arkiv, som defineres som den nyeste generation af vidensdelingsmetode i informationssamfundets fem faser (Finnemann, 2005, s. 33-40). Disse faser repræsenterer hver deres overgang fra det orale

informationssamfund og til nutidens informationssamfund, der er præget af skrift, tale, bogtryk og medie, herunder sociale medier. Det kan diskuteres hvorvidt det store udbud af informationer har medvirket til, at individet er mere selektiv i sin søgen. Denne overbevisning deler Finnemann blandt andre med den tyske sociolog, Niklas Luhmann, som bekræfter overbevisningen om, at det moderne individs selektive informationssøgning medfører bekræftelse af egne overbevisninger i stedet for at udfordre egne synspunkter eller overbevisninger (Luhman, 2002, s. 97-100). Der er nok ingen tvivl om, at særligt de sociale medier tilbyder en enorm mængde informationer, hvoraf det kan synes vanskeligt at navigere i sandt og falsk. I forlængelse heraf tilbyder de sociale medier virtuelle underholdningsfællesskaber i kraft af underholdningsplatforme, hvor en bestemt type humor eller underholdning er i højsæde, og kreerer store interne underholdningsfællesskaber, hvor nyheder transformeres over i et underholdningsunivers og fortolkes på ny. Flere og flere danskere får deres nyheder gennem de sociale medier, hvorfra det kan diskuteres, hvorvidt nyhederne observeres i deres rene form direkte fra journalisten, eller om nyheden modificeres og produceres med henblik på at tilføre underholdningsværdi. En sådan modifikation af nyheder ses blandt andet i det moderne underholdningsfænomen kaldet memes. Memes er oftest små billeder med tekst, der tager udgangspunkt i nyheder, der på en eller anden måde har en komisk reference. Denne reference forstærkes via tekst og billede. Over tid kan memet overføres til andre nyhedshistorier, hvor samme komiske reference kan refereres til. Evolutionsteoretiker Richard Dawkins forsker blandt andet i netop disse sociale medietendenser (Dawkins, 2006, s. 189-201). Når nyhedshistorier fra publicistiske massemedier modificeres ned i en underholdningsform, der potentielt bliver viralt set og delt af mange på de sociale medier. Det kan diskuteres om disse sociale mediefænomener har skabt en appetit på netop denne form for nyhedsformidling. Underholdning frem for oplysning.

Så hvad sker der, når nyhedsværdi skabes gennem underholdning, hvad end det er humor eller dramatik? Nogle forskere mener, at individets selektive nyhedssøgning kan medføre polarisering i demokratiet jævnfør literature review. Andre vil måske mene, at underholdningsformen gør sig dårligt i de publicistiske medier og bør undgås. Dels fordi historien potentielt forvrænges og læner sig op ad fiktion, eller dels fordi individet får et ironisk og distanceret forhold til politikere og samfundet generelt. De store udbud af informationer, nyheder og underholdning i det medialiserede samfund har tilmed en indflydelse på markeds kræfterne og de mange udbydere. Det



kan diskuteres om Danmarks Radio også er tvunget til at tilrettelægge deres kommunikation og nyhedsartikler efter de nye eftertragtede underholdningsstandarder. Selvom disse standarder måske nærmere hører tabloidaviserne til.

## **Ansvarsplacering**

Markedskræfter udfordrer Danmarks Radio på deres underholdning i kraft af deres mistede monopol. Medieforsker og sociolog Stig Hjarvad skrev i 2008 en bog om medialisering. Heri beskrev han Danmarks Radios udvikling i det moderne samfund med digitalisering af nyhedsprodukter og danskernes højere grad af selektiv nyhedssøgning. I bogen beskriver han blandt andet Danmarks Radios fralæggelse af et kulturelt værdisæt som havde til formål at ændre folks livsstil til det bedre gennem oplysning. Det kan diskuteres om Danmarks Radio lever op til deres daværende ansvar, der som udgangspunkt havde til formål at opdrage befolkningen til at være gode og oplyste samfundsindivider med en bred forståelse af det demokrati de er opvokset i (Hjarvad, En verden af medier - medialiseringen af politik, sprog, religion og leg, 2008, s. 274). Hjarvad sætter fokus på udviklingen af Danmarks Radio i forhold til underholdningsværdien i deres nyheder. Før det 20. Århundrede var fokus i politiske nyheder præget af saglighed og kommunikationen af politiske tiltag og agendaer. I dag har medialiseringen og den selektive nyhedssøgning tvunget nyhedsmedierne ud i underholdningsbranchen, hvor det kan diskuteres om Danmarks Radio bør være. Politisk nyhedsværdi rummer følelsesmæssige dramaer, der ofte er møntet på enkelte politikere med fokus på deres person og privatliv. Samtidig skriver Stig Hjarvad om en nyhedsværdi i form af en kollektiv følelsesappel, der kommunikeres i form af Danmark som et nationalt fællesskab (Hjarvad, En verden af medier - medialiseringen af politik, sprog, religion og leg, 2008, s. 105-111).

Ansvarsplaceringen for udbredelsen af kendskabet til de 17 verdensmål er uomtvisteligt svær at placere endeligt ved nogen eller noget bestemt. Som ovenstående belyser, tillægges nyhedsmedierne en væsentlig værdi, men hvorvidt den høje uvidenhedsprocent skyldes nyhedsmediernes manglende interesse for at formidle målene, stiller professor i organisations- og ledelsesteori Steen Hildebrandt ikke spørgsmålstegn ved. I sit blogindlæg "Verdensmålene: tænk hvis regeringen og dagspressen..." fra 6. April 2017 (Hildebrandt, 2017), er han ikke sen til at sende

en mindre stikpille afsted mod den danske regering og dagspresse angående deres håndtering af omtalen af de 17 verdensmål.

Først og fremmest hersker der ingen tvivl om, at Steen Hildebrandt er af den overbevisning, at den danske regering har rykket alt for sent på målene. I kraft af regeringens langsomme reaktionsevne, om den har været bevidst eller ej, nåede målene at miste deres nyhedsværdi, hvilket i sidste ende har haft afgørende konsekvenser for hele formidlingsprocessen omkring dem. Hvis regeringen og dens ministre havde taget målene til sig, da de blev vedtaget, konsekvent havde forklaret og formidlet dem til befolkningen, og ikke mindst have taget dem alvorligt, ville vi i dag have stået et helt andet sted med en anden dagsorden (Hildebrandt, 2017).

Hvorvidt en sådan anden dagsorden ville have set ud, kan man kun gisne om, om end Steen Hildebrandt hentyder til bedre dage. Projektet tilslutter sig i denne forbindelse et vigtigt perspektiv, som Steen Hildebrandt tager til efterretning: tidsaspektet. Dette forplanter sig i den aftagende nyhedsværdi, der særligt kommer til udtryk i den langsomme reaktionsevne angående regeringens udspil til handlingsplanen for verdensmålene. Dette, samt manglende italesættelse fra regeringsmedlemmerne, har haft en række negative konsekvenser for formidlingen. Politikerne og medierne hviler på et afhængighedsforhold, der i dette tilfælde ikke synes hverken at lykkedes eller udnyttes til fulde. I kraft af politikernes formidlingspotentiale gennem medier, må dette siges at være en forspildt chance for at smede, men jernet var varmt. Der hersker ingen tvivl om, at man kan placere en del af et ansvar hos begge parter, men uden politikernes omtale eller handlinger, er der ingen nyheder for dagspresse at kunne formidle. Når det så endelig kommer til handling fra politikernes side, som i offentliggørelsen af regeringens handlingsplan for verdensmålene, er medierne tavse som døden. Ikke ét eneste medie, bragte dagen efter offentliggørelsen af handlingsplanen informationer vedrørende dette. Tankevækkende, mener Steen Hildebrandt, da ikke engang Børsen tager notits af, at verdensmålene så småt er begyndt at indfinde sig i flere af de større danske virksomheders topprioriteter (Hildebrandt, 2017).

Betyder det, at den omfattende og transformative plan for jordens bæredygtige fremtid rent kommunikativt og formidlingsmæssigt har slået fejl? Gennem vores undersøgelse af tilgængelige

informationer, jævnfør Kontekstbeskrivelsen, kan vi fastslå, at der hverken mangler informationssider, tiltag, foregangsmænd eller organisationer, der belyser målene fra alle tænkelige vinkler, og på bedste vis forsøger at inddrage hele verdens befolkning. Så hvor er det, at det går galt? Hvorfor ved danskerne intet om målene?

Man fristes til at tro, at verdensmålenes indholdsmæssige bredde, der favner alt fra ligestilling mellem kønnene til bedre miljø i verdenshavene, burde have nyhedsværdi i en sådan grad, at der kontinuerligt ville være interessante betragtninger og historie for medierne at bringe (Hildebrandt, 2017). Men historierne og nyhederne udebliver.

Eller gør de? For når Steen Hildebrandt italesætter den danske regering og de danske politikeres manglende reaktionsevne på vedtagelsen af de 17 verdensmål, og hvilken effekt det har haft på nyhedsværdien i målene, kan vi ikke se os fri fra at tage medialiseringen til efterretning. Historierne om verdensmålene findes, men er oftest forklædt bag en personificering, hvilket vi også kan konstatere i tekstanalysen, der gør historierne mere relatérbare og spiselige, for modtagen. Men hvad så med nyhedsværdien i dem? Hvis man skal tage Stig Hjarvads betragtninger om nyheder in mente, opstår der her et skisma. Ifølge Hjarvad, er nyheder ikke længere nyheder men nuheder. Hvad der er en nyhed for den enkelte nu, deraf 'nuheder', er måske en nuhed for en anden i morgen eller om en måned. Der hersker ingen tvivl om, at nyhedsværdien omkring et emne er størst, idet nyheden sker, men det betyder nødvendigvis ikke, at nyheden ikke er en nyhed mere om en måned. Det afhænger af det enkelte individ. På trods af, at målene var nye og nyheder tilbage i september 2015, var de for os en nyhed, da vi påbegyndte nærværende speciale. Man kan i kraft af medialiseringen ikke længere karakterisere en nyhed ud fra det nye ved den, men ud fra det nye i den for den enkelte. Dansk medieforsker Anker Brink Lund italesætter, at vi måske bør interessere os mere for aktualiteter og segmentere dem efter relevans, frem for at tale så meget om nyheden i nyheder (Rimestad, 2009).

Hvorvidt det kan kobles på det stigende antal af folk, der får kendskab til de 17 verdensmål, kan vi kun gisne om. Men vi bevæger os i den rigtige retning.

# Konklusion



## Konklusion

---

Specialets problemformulering lød således:

*FN har vedtaget 17 verdensmål for at sikre en bæredygtig udvikling for Jorden og dens befolkning. 89 procent af danskerne har ikke kendskab til disse mål. Hvilken rolle spiller Danmarks Radio som en public service kanal i udbredelsen af kendskabet til verdensmålene? Og hvordan formidles verdensmålene gennem tre udvalgte artikler fra danskernes foretrukne nyhedskilde: dr.dk/nyheder?*

Til at besvare denne problemformulering benyttede ved Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse. Vi havde en forudindtaget overbevisning fra socialkonstruktivismen der lød på, at ord og sprog har rig indflydelse på individets måde at leve i og forstå samfundet. Med Louise Phillips og Kim Schrøders overbevisning om, at nyhedsmedier har indflydelse på individets 'opdragelse' til oplyste og indsigtsfulde borgere i demokratiet, omsluttede specialets problemfelt en dybere samfundsmæssig interesse. Vi godtog derfor overbevisningen om, at de 89 procent uvidende danskere manglede en nødvendig viden om FNs verdensmål, når de i fremtiden ville benytte deres stemmeret. Efter et grundigt indblik i problemets kontekst blev det tydeligt, at de gense danske publicistiske nyhedsmedierne ikke havde den store interesse for verdensmålene. Vi måtte derfor opsøge forskning omkring nyhedsværdi. Vi benyttede herefter både ældre og nyere forskning omkring emnet. Forskningen fortalte os blandt andet, at nyhedsværdi defineres af den enkelte journalist ud fra et samfundsmæssigt skøn baseret på tidligere læsertal og reaktioner. I perioder kan den samme historie have befolkningens opmærksomhed til trods for et utal andre historier, som kan synes lige så relevante eller måske mere relevante. Forskning viste, at internationale politiske historier lå nederst på listen over indhold med høj nyhedsværdi. Nyhedsværdien kom ofte til synes i historier, som vækker psykologiske reaktioner hos læseren. Ofte med enkelte hovedpersoner, som læseren kan identificere sig med. Drama og succeshistorier fra lokalsamfundet vægtes højt.

Med dette forskningsmæssige udgangspunkt og viden om nyhedsværdi, udvalgte vi tre artikler fra danskernes foretrukne nyhedsmedie: dr.dk/nyhederne. Vi valgte netop Danmarks Radio af flere

årsager. En afgørende årsag var, at dette licensstøttede medie måtte forventes at have en samfundsmæssig oplysningspligt overfor danskerne. De tre artikler repræsenterede verdensmålenes tre overordnede dimensioner: økonomi, social og miljø. Alle 17 verdensmål kunne inddeles under disse tre dimensioner. Vi fandt tilmed ud af, at dr.dk/nyheder brugte ordet 'verdensmål' i 26 artikler, hvoraf kun én af artiklerne bruger ordet i underrubrikken. Det kan ikke udelukkes, at disse tal har betydning for danskernes uvidenhed. Ved brug af Faircloughs kritiske diskursanalyse benyttede vi analysens tekstdimension til at finde ud af, hvad der lingvistiske og sprogligt karakteriserede de tre artikler. Vi fandt brugen af personlige pronominer samt nominationer af personer særlig fremtrædende i de tre artikler. Samtidig observerede vi forskellige diskurser i artiklerne. I to af artiklerne var alle diskurser med til at beskrive en overordnet markedsføringsdiskurs i forbindelse med politiske personers fremtræden. Her i blandt identificerede vi en prioritetsdiskurs og en ansvarsdiskurs, der ofte kom til syne, når udtalelser i artiklerne omhandlede Lars Løkke Rasmussen eller den danske regerings måde at agere i det internationale politiske selskab. I artiklen om kvindefodbold herskede en kønsdiskurs, der var bakket op af en anerkendelsesdiskurs og en ansvarsdiskurs. Fælles for diskurserne og for artiklerne var, at historierne havde stort fokus på enkelte personer og deres historier eller kritik af dem. Her følger artiklerne forskningens resultater. Når verdensmålene i sjældne tilfælde nævnes i artiklerne, var det altid i en kort reference til historiernes fokus. I enkelte tilfælde blev de uddybet med to til tre vage sætninger om målenes overordnede formål. Altid i et globalt perspektiv, aldrig i et dansk henseende. I den diskursive praksis drog vi perspektiver fra specialets literature review, som bekræftede den journalistiske praksis i de tre artikler. I specialets sociale praksis og sidste dimension af Norman Faircloughs kritiske diskursanalyse benyttede vi relevante teoretikere, som diskuterer de problematikker, der kan udledes af analysens resultater om nyhedsværdi og manglende interesse for international politik i de danske medier. Samtidig diskuterede vi Danmarks Radios ansvar og oplysningspligt. Her perspektiverede vi til potentielle problematikker i forbindelse med nyhedsbranchen og samfundets medialisering.

Det er vigtigt at tilføje, at besvarelsen på problemformuleringen kan anskues fra det perspektiv, at en undersøgelse af de tre artikler er en undersøgelse af problemet omkring, hvorfor procentdelen af danskere, der ikke kender til de 17 verdensmål, er så høj. Det skal tilføjes, at en fyldestgørende besvarelse af problemet kræver fokus på en langt større dataindsamling med flere forskellige

instanser og perspektiver. Vi har i dette speciale haft Danmarks Radio som fokus som blot én af de tilsyneladende ansvarshavende parter i dette problemfelt. Dermed er denne analyse ikke en analyse af problemets rod, men en analyse af en instans, som må forventes at have et ansvar for politisk formidling. Grundet det lille datasæt med kun 26 artikler fra Danmarks Radio, hvori ordet 'verdensmål' indgår samt analysen af tre af disse artikler, kan specialet alligevel anses som værende repræsentativt for et problem om nyhedsformidling og nyhedsværdi.

Efter næsten fire måneders arbejde med specialets problemfelt måtte vi sande, at nyhedsværdi i dagens Danmark har stor betydning for mediernes muligheder for at oplyse borgerne. Om ansvaret skal gives til det medialiserede samfunds intense konkurrence om borgernes opmærksomhed eller borgernes egne individuelle lyst til oplysning kan være til diskussion. Forskning viser, at individets nyhedssøgning oftere og oftere sker via de sociale medier, som samtidig tilbyder et utal af konkurrenters produkter og information. Det er stadigvæk et spørgsmål om den moderne nyhedskultur for individet har betydning for dets måde at tilgå politik, politikere og det at være borger med stemmeret i et demokrati. I forbindelse med polarisering kan netop vigtigheden af et uafhængigt oplysningsmedie som Danmarks Radio diskuteres. Hvad der nok ikke i samme grad kan diskuteres er, om et licensbetalte oplysningsmedie som Danmarks Radio i dette tilfælde har svigtet deres ansvar.

Den kritiske diskursanalyse blev benyttet med det formål at identificere de diskursive praksisser, som er gennemgående for de tre nyhedsartikler. Ved brug af den kritiske diskursanalyse blev de ovenstående problematikker tydelige, da alle artikler indeholdte diskurer og betragtninger, som foreskrev menneskelige reaktioner som for eksempel forargelse, vrede, glæde, bekymring med videre. Alle diskurser havde et potentielt bindeled til netop de menneskelige reaktioner, som foregav om en historie havde nyhedsværdi. Det kan diskuteres som den journalistiske genre har ændret sig over tid grundet medialisering og konkurrencen. Det kan være vanskeligt at opspore de bagvedlæggende politiske historier, når grundlaget for artiklens tilblivelse er skabt med det formål at fremføre en historie der blot har referencer til verdensmålene. Jævnfør specialets literature review viste forskning ikke blot, at international politik ikke har læsernes store interesse, den viste tilmed at udvælgelsen af nyheder sker på baggrund af branchens tidligere erfaringer med læsestof, der sælger godt. Selvom verdensmålene vedkommer os alle, der bor på planeten Jorden, kan det

måske være en svær størrelse af implementere i dagligdagen. Når Danmarks Radio ofte skriver om verdensmålene i forbindelse med de danske politikere, kan det afføde et billede af, at verdensmålene udelukkende er et politisk foretagende.



## Bibliografi

---

- Article Navigation Incidental Exposure, S. E. (28. November 2017). Incidental Exposure, Selective Exposure, and Political Information Sharing: Integrating Online Exposure Patterns and Expression on Social Media. *Journal of computer-mediated communication*, 22(6), s. 363-379.
- Bednarek, M., & Caple, H. (24. maj 2012). 'Value added': Language, image and news values. *Discourse, Context & Media*, 1(2-3), s. 103-113.
- Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Cambridge Massachusetts, USA: Basil Blackwell.
- Bennett, W. L., & Iyengar, S. (29. December 2008). A New Era of Minimal Effects? the Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, s. 707-731.
- Blach-Ørsten, M. (2016). Politikkens medialisering - en ny-institutionelt perspektiv. I S. Hjarvad, *Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring*. Hans Reitzels Forlag.
- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2010). *Kvalitative metoder. En grundbog* (1. udg.). København K: Hans Reitzels Forlag.
- Christensen, A. B. (24. september 2017). Verdensmålene efter to år: Danmark er næstbedst, men... (L. Knudsen, Red.) *Mandag morgen*, 1.
- Danida, W. f. (2014). *Danskernes holdning og kendskab til udviklingsbistand og forholdene i udviklingslandene*. Wilke for Danida.
- Dawkins, R. (2006). *The selfish gene: 30th anniversary edition*. Oxford: oxford university.
- Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- European Comission. (2017). *EU Citizens' viewson development, cooperation and aid*. European Union.
- Everyone, P. (u.d.). <https://www.globalgoals.org>. Hentet 24. februar 2017 fra The Global Goals For Sustainable Goals: <https://www.globalgoals.org>
- Everyone, P. (u.d.). [www.worldslargestlesson.globalgoals.org](http://worldslargestlesson.globalgoals.org). Hentet 6. marts 2017 fra Worlds Largest Lesson: <http://worldslargestlesson.globalgoals.org>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge UK: Polity Press.
- Finnemann, N. O. (2005). *Internettet i mediehistorisk perspektiv*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

- FN. (u.d.). FN's verdensmål for bæredygtig udvikling. Hentet 3. marts 2018 fra [www.verdensmaalene.dk](http://www.verdensmaalene.dk): <https://www.verdensmaalene.dk/fakta/verdensmaalene>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (1. marts 2017). What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), s. 1470-1488.
- Højberg, H. (2009). Hermeneutik. Forståelse og fortolkning i samfundsvidenskaberne. I L. Fuglsang, & P. B. Olsen, *Videnskabsteori på tværs af fagkulturer og paradigmer i samfundsvidenskaberne* (2. udg., s. 309-347). Roskilde Universitetsforlag.
- Hildebrandt, S. (6. april 2017). Verdensmålene: tænk hvis regeringen og dagspressen. Steen Hildebrandt. Danmark.
- Hjarvad, S. (2008). En verden af medier - medialiseringen af politik, sprog, religion og leg. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hjarvad, S. (2016). Medialisering. Mediernes rolle i social og kulturel forandring. Hans Reitzels Forlag.
- Holdt, L. (5. maj 2017). Globalnyt en verden i udvikling. Hentet 1. ma 2018 fra [www.globalnyt.dk](http://www.globalnyt.dk): <https://globalnyt.dk/content/verdensmaalene-stort-set-ukendte-blandt-danskerne-og-eu-borgerne>
- Horsbøl, A. (2016). Kritisk Diskursanalyse. I A. Horsbøl, & P. Raudaskoski, *Diskurs og praksis* (s. 59-88). Viborg: Samfundslitteratur.
- IBIS, O. (u.d.). [www.heleverdeniskole.dk/de-17-maal/](http://www.heleverdeniskole.dk/de-17-maal/) . Hentet 3. marts 2017 fra Hele verden i skole: <http://heleverdeniskole.dk/de-17-maal/>
- Jørgensen, M. W., & Philips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode* (1. udgave udg.). Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.
- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (18. Oktober 2015). News sharing in social media: A review of current research on news sharing users, content, and networks. *Social Media + Society*, s. 1-15.
- Lee, S. K., Linsey, N. J., & Kim, K. S. (Oktober 2017). The effects of news consumption via social media and news information overload on perceptions of journalistic norms and practices. *Computers in Human Behavior*, 75(C), s. 254-263.
- Luhman, N. (2002). *Massemediernes realitet*. Gylling: Hans Reitzels forlag.

- Lynggaard, K. (2010). Dokumentanalyse. I S. Brinkmann, & L. Tanggaard, Kvalitative metoder: En grundbog (1. udg., s. 27). København K: Hans Reitzels Forlag.
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. Marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/om-fn/generalforsamling>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/om-fn/sikkerhedsraadet>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. Marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/om-fn/oekono-og-sociale-raad>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/om-fn/forvaltningsraad>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/om-fn/den-internationale-domstol>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/om-fn/sekretariatet>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 4. marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/fn-i-danmark>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 5. marts 2017 fra United Nations: <http://un.dk/da/udenrigspolitik/internationalt-samarbejde/fn/danmark-i-fn/>
- Nations, U. (u.d.). <http://www.un.org/en/index.html>. Hentet 10. marts 2017 fra United Nations: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/>
- Nations, U. (u.d.). [www.un.org](http://www.un.org). Hentet 4. marts 2017 fra United Nations: <http://www.un.org/en/sections/about-un/overview/>
- Newman, N., Levy, D. A., & Nielsen, R. K. (2015). Reuters Institute digital news report 2015: Tracking the future of news. University of Oxford.
- nyheder, V. b. (u.d.). <https://verdensbedstenyheder.dk>. Hentet 26. februar marts fra Verdens bedste nyheder: <https://verdensbedstenyheder.dk/om-verdens-bedste-nyheder/>
- Philips, L., & Schrøder, K. (2004). Sådan taler medier og borgere om politik: En diskursanalytisk undersøgelse af politik i det medialiserede samfund. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.

Programme, U. N. (u.d.). [www.undp.org](http://www.undp.org). Hentet 11. marts 2017 fra United Nations Development Programme: <http://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html>

Regeringen. (2017). Handlingsplan for FN's verdensmål – Danmarks opfølgning på FN's verdensmål for bæredygtig udvikling. Regeringen.

Rimestad, L. (5. Maj 2009). De mest citerede medier. Forbrugerinfo: Dette er ikke en blog, men en nyhed. Journalisten, 1.

Schrøder, K., Blach-Ørsten, M., & Burkal, R. (2017). Danskernes brug af nyhedsmedier. Roskilde: Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet.

Tewksbury, D., Weaver, A. J., & Maddex, B. D. (1. September 2001). Accidentally Informed: Incidental News Exposure on the World Wide Web. Journalism & Mass Communication Quarterly.

Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (1. September 2015). News Recommendations from Social Media Opinion Leaders: Effects on Media Trust and Information Seeking. Journal of Computer-mediated communication, 20(5), s. 520-535.

Udenrigsministeriet. (3. marts 2017). Udenrigsministeriet Ministry of Foreign Affairs Denmark. Hentet 1. maj 2018 fra [www.um.dk](http://um.dk): <http://um.dk/da/udenrigspolitik/udenrigspolitiske-nyheder/newsdisplaypage/?newsid=d5a07d5a-f00f-4eb8-b521-c9ebede224ab>

Udenrigsministeriet. (u.d.). <http://fnnewyork.um.dk/da>. Hentet 7. marts 2017 fra Danmarks faste mission ved FN i New York, Udenrigsministeriet: <http://fnnewyork.um.dk/da/om-os/danmarks-fn-ambassadoer/>

Udenrigsministeriet. (u.d.). <http://fnnewyork.um.dk/da>. Hentet 7. marts 2017 fra Danmarks faste mission ved FN i New York: <http://fnnewyork.um.dk/da/om-os/danmarks-stedfortraedende-fn-ambassadoer/>

Udenrigsministeriet. (u.d.). <http://fnnewyork.um.dk/da>. Hentet 7. marts 2017 fra Danmarks faste mission ved FN i New York: <http://fnnewyork.um.dk/da/om-os/medarbejdere/>

Udenrigsministeriet. (u.d.). Udenrigsministeriet. Ministry of Foreign Affairs of Denmark. Hentet 1. maj 2018 fra [www.um.dk](http://um.dk): <http://um.dk/da/danida/strategi%20og%20prioriteter/verdensmaal/>

- UNDP. (u.d.). <http://www.verdensmaalene.dk>. Hentet 27. februar marts fra FN's verdensmål for bæredygtig udvikling: <https://www.verdensmaalene.dk/om-os>
- Universitet, A. (September 2014). STUDIEORDNING FOR KANDIDATUDDANNELSEN I KOMMUNIKATION. Hentet 10. maj 2018 fra [www.fak.hum.aau.dk](http://www.fak.hum.aau.dk): [http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/84/84310\\_studieordning\\_ka\\_kommunikation\\_2014\\_hum\\_aau.pdf](http://www.fak.hum.aau.dk/digitalAssets/84/84310_studieordning_ka_kommunikation_2014_hum_aau.pdf)
- Weeks, B. E., & Holbert, L. R. (30. April 2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Media A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, s. 212-232.
- Wenneberg, S. B. (2000). *Socialkonstruktivisme: positioner, problemer og perspektiver*. Frederiksberg C: Samfundslitteratur.
- [www.un.dk](http://www.un.dk). (u.d.). Hentet 10. marts 2017 fra UN City Copenhagen: <http://un.dk/da/>
- Yonghwan, K., Chen, H.-T., & Zúñigac, H. G. (November 2013). Stumbling upon news on the Internet: Effects of incidental news exposure and relative entertainment use on political engagement. *Computers in Human Behavior*, 29(6), s. 2607-2614.
- Zúñiga, H. G., Jung, N., & Valenzuela, S. (1. April 2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation . *Journal of Computer-mediated communication*, 17(3), s. 319-336.
- Zúñiga, H. G., Weeks, B., & Ardèvol-Abreu, A. (1. Maj 2017). Effects of the News-Finds-Me Perception in Communication: Social Media Use Implications for News Seeking and Learning About Politics. *Journal of Computer-mediated Communication*, 22(3), s. 105-123.