

Da norske medier oppdaget Latin-Amerika

Nyhetsgestaltning av tre latinamerikanske ledere under presidentvalg i 2006 i
Aftenposten, Dagbladet og VG



Leiv Eriksson oppdager Amerika av Christian Krogh (1893)

Masteroppgave i medievitenskap

September 2008

av Susana Borgen

Institutt for informasjons- og medievitenskap
Det samfunnsvitenskapelige fakultet

Universitetet i Bergen



Forord

Denne oppdagelsesreisen vil jeg sammenligne med opplevelsen til Leiv Eriksson da han reiste til det amerikanske kontinent rundt år 1000. Jeg tror at hans reise var full av vanskeligheter, han kjempet mot dårlig vær og hans motivasjon var sikkert ikke på topp hele tiden. Men til tross for alt, klarte han å se en ny ”verden”. Det som er viktig å understreke er at han kunne ikke klare å krysse det atlantisk hav uten hans mannskap.

I likhet med han kunne jeg ikke klare dette uten mitt mannskap. Jeg vil takke alle dere. Spesielt takk til min veileder, Martin Eide for å være mitt kompass på denne reisen. Stor takk til mine venninner, Gudrun, Karen Elisabeth og Trude, som tok vekk alle tåken på min reise, dere har vært fantastisk og med tålmodighet støttet meg. Stor takk også til Alvaro Ramírez for hans vennskap, og for våre fine samtaler.

Jeg er veldig takknemlig for å ha hatt Berit om bord, fordi hun lærte meg å lese det vanskelige kartet og fordi hun var veldig engasjert i min reise da mine ressurser og krefter var i ferd med å ta slutt. Uten min norske båt med navn *Eystein* kunne jeg aldri klart det, jeg er heldig fordi jeg hadde en sterk båt med tre fine master: Isabel, Elena og Martine. Uten dere kunne jeg aldri ropt som Christofer Columbus gjorde en gang i 1492: *Land! Land! Land!*

*Bergen 24. august 2008
Susana Borgen*

Innhold

Innledning	4
1.1 Bakgrunn	4
1.2 Problemstilling	6
1.3 Metodisk tilnærming	7
1.3.1 Sentrale begreper	8
1.3.2 Analysemodell.....	10
1.3.3 Gestalningsfaktorer	11
2. Gestaltningsteori som nytt paradigme i mediaforskningen	11
2.1 Nyhetsstruktur og jakten på et nyhetsideal	12
2.2 Gestaltningsperspektivet som en modell for analyse av journalistikk	14
2.2.1 Kobling mellom gestaltning og journalistikk.....	14
2.2.2 Journalistikkens særegne gjennomslag og makt	18
2.2.3 Journalistiske formidlingsformer	20
3. Analyse 1: Hvordan være kvinne og ikke dø i forsøket	21
3.1 Kontekst: Hjelp! en kvinne overtar makten i Chile.....	21
3.1.1. Presentasjon av analysematerialet.....	22
3.1.2 Nyhetsartikler som analysen bygger på	24
3.2 Analyse.....	28
3.2.1 Analyse av journalistikkens gestaltning av Bachelet	31
3.2.3 Bachelet som en notis.....	32
3.3 Internasjonale medier har snudd seg mot Chile etter presidentvalget.....	34
4. Analyse 2: En spesiell erobring	36
4.1 Kontekst: Mexico, ett land i flammer.....	36
4.1.1 En innledende beskrivelse av presidentvalg i Mexico i moderne tid.....	36
4.1.2 Presentasjon av analysematerialet.....	37
4.1.3 Nyhetsartikler som analysen bygger på	38
4.2 Analyse.....	44
4.2.1 Analyse av gestaltningsfaktorer	48
4.2.2 Journalisters vinkling mot det politiske spillet.....	48
4.2.3 Sportsmetafor som gestaltningsfaktor	49
4.2.4 Skandalegestaltning.....	51
4.2.5 Journalistikkens fremstilling av kandidatene	53
4.2.6 Moralsk vurdering som gestaltningsfaktor.....	53
5. Analyse 3: Venezuela og Chávez sine demoner	55
5.1 Kontekst: Da Chávez fornærmet djevelen	55
5.1.1 Presentasjon av analysematerialet.....	56
5.1.2 Nyhetsartikler som analysen bygger på	56
5.1.3 Gestaltningsfaktorer	61
5.2 Analyse.....	62
5.2.1 Analyse av gestaltningsfaktorer	66
5.2.2 Faktoren skandalegestaltning	66
5.2.3 Moralske Gestaltningsfaktorer	67
5.2.4 Propaganda	69
6. Avsluttende diskusjon og videre forskning	71
6.1 Journalistisk gestaltning	74
6.2 Bedre utenriksjournalistikk og videre forskning.....	75
Litteratur.....	78

Innledning

1.1 Bakgrunn

What constitutes Latin America [...] who are the Latin Americans? Responses to these questions are more complicated than they may appear at first. Latin America can be defined as a region in a variety of ways. Some definitions are based on geopolitical and strategic concern, other on common languages and cultures. Some includes only Hispanic countries, excluding the Anglo-Caribbean, the Francophone countries, and Brazil; whereas others include these areas as well as French Canada, part of Louisiana, southern Florida, and the southwestern United States because of their "Latin" influence and cultural connections".
Richard S. Hillman (2005:1)

Hva vet vi om Latin Amerika i Norge, eller som Walter Lippmann spurte seg: *When we use the word "Mexico" what pictures does it evoke?* (1922:37). Rollen til norske medier er sentral for å gi dybdeinnhold i nyhetene og for å formidle informasjon til nordmenn om kontinentet. Norsk medier står derfor overfor en utfordring i formidlingen av den store politiske og sosiale bevegelsen i Latin-Amerika som har begynt å forandre land etter land på kontinentet.

Norske medier hadde stor interesse for Latin-Amerika på 1980-og 1990-tallet. Ifølge Erling Borgen hadde NRK ubegrensede ressurser til reportasjereiser og dokumentarfilmer i denne perioden, men i 1994 la NRK ned sitt latinamerikanske kontor, for å inngå en leveringsavtale i 1999 med Arne Halvorsen (som nå leverer til Aftenposten). I perioden 2002 til 2004 økte interessen igjen, og TV-stasjonen hadde fast korrespondent. Siden presidentvalget i USA i 2004 derimot har NRK ikke lenger korrespondenter utstasjonert på kontinent. I stedet ligger det til en av NRKs to Washington-korrespondenter å dekke Latin-Amerika "ved siden av", som det heter. Borgen sier om dette at "det er uforståelig at vår lisensfinansierte statskringkasting har valgt bort et helt kontinent med til sammen 550 millioner mennesker" (Borgen, 2008:11).

De norske avisene Aftenposten, Dagbladet og VG dekket alle i 2006 presidentvalgene i Latin-Amerika. Dette året var det valg i 12 av de 20 landene på kontinentet, hvorav tre av de største landene var Chile, Mexico og Venezuela. Tre kandidater ble valgt, og hver av dem fikk betydelig oppmerksomhet i de tre norske avisene.

Michelle Bachelet ble valgt til Chiles første kvinnelige president. Bachelet som var tidligere sosialminister og forsvarsminister i president Ricardo Lagos regjering (2000-2005), ble av mange ansett for å være favoritten, og gikk videre fra første valgomgang 11. September 2005 med 46 % av stemmene. I andre omgang, 15. januar 2006, fikk hun 53,5 % av stemmene og ble valgets vinner. Overskriften i Aftenposten 10. desember lød: "Kvinne favoritt i Chile. Alenemor kan bli landets første kvinnelige president". VGs dekning av valget fokuserte også på et "uvanlig valg" og skrev 16. januar 2006 at "Michelle Bachelet er alenemor i et mannsdominert katolsk samfunn".

Den 2. juli 2006 ble det jevneste og mest spennende presidentvalget i Mexicos historie avholdt. Felipe Calderón, presidentkandidaten fra det konservative *Partido Accion Nacional* (PAN) vant med 35,89 % av stemmene, mens López Obrador med sitt venstreparti, *Partido de la Revolucion Democratica* (PRD) fikk 35,31 %. Forskjellen var på knappe 0,58 %. Resultatet skapte kaos og befolkningen var skeptisk til om opptellingen av stemmene hadde gått riktig for seg. De meksikanske valgmyndighetene erklærte Felipe Calderón som vinner av presidentvalget, mens venstresiden erklærte Lopez Obrador som den moralske vinner av president-tittelen. Aftenposten beskrev valget som: "kaotisk" og skrev videre at "Politisk uro truer etter at både presidentkandidatene fra venstre og høyresiden utropte seg som vinnere av søndagens valg" (Aftenposten, 4. juli 2006).

Den 3. desember i 2006 vant den nåværende presidenten i Venezuela, Hugo Chávez, sin andre periode som president. Chávez truet med å frata kritiske TV-kanaler konsesjonen, men på tross av sterke konflikter med flere av de store mediene i Venezuela, ble Chávez gjenvalgt med 61,35 % av stemmene. Overskriften i Aftenposten var "Chávez i revers", og det ble hevdet at den venezuelanske presidenten stod i fare for å miste politisk innflytelse i Latin-Amerika og at han kunne komme til å bli totalt isolert på grunn av sin anti-amerikanske politikk (Aftenposten, 05.12.06).

1.2 Problemstilling

Hovedtematikken for oppgaven er presidentvalgene i Latin-Amerika i 2006. For å avgrense og konkretisere fokuset har jeg valgt følgende problemstilling med tilhørende underproblemstillinger:

Hvilke nyhetsrammer kommer til uttrykk i portrettene av de tre latinamerikanske lederne, Michelle Bachelet (Chile), Felipe Calderón (Mexico) og Hugo Chávez (Venezuela) i de tre norske avisene Aftenposten, Dagbladet og VG?

- Hvilke gestaltningsfaktorer kommer til uttrykk i konstruksjonen av portrettene av Michelle Bachelet, Felipe Calderón og Hugo Chávez i de tre norske avisene VG, Dagbladet og Aftenposten?
- Når journalistene gestalter nyhetene kommer idealene om objektivitet i konflikt med journalistenes egen tolking av nyhetene?

Jeg vil diskutere medieteoretikerne Jesper Strömbäcks og Robert Entmans forståelse av bakgrunnen for at nyheter presenteres på en bestemt måte og bruke Strömbäcks (2001, 2004) teori om gestaltningsmakt og Entmans (1999, 2003) *framing theory* for å belyse maktstrukturer i nyhetsinnholdet. Jeg vil også diskutere objektivitetsmyten i journalistikken.

Det er relevant for denne analysen å spørre seg hvordan mediene håndterer grunnleggende oppgaver om deknningen av det de kaller ”de andre”, folk som hører til andre kulturer og religioner enn de ”vestlige”. Og jeg vil stille spørsmål ved om hva vi bør kunne kreve av en utenriksjournalist siden utenriksnyheter får lite spalteplass i norske aviser i forhold til det innenriksstoff gjør.

Ifølge Johan Galtung og Mari Holmboe Ruges undersøkelse av norsk utenriksdekning fra 1965, ”The Structure of Foreign News”, bygger utvalget på 12 faktorer som gir nyhetskriterier som kvalifiserer for nyhetsbildet. Blant faktorer som er relevant for oppgavens analyse er: *personifisering* og *negativitet*. Knut Lindh (1984) presenterer også en liste over nyhetskriterier. Kriterier som jeg ser som interessante for oppgaven er: *nærhet*, *uvanlighet* og *kulturell og økonomisk nærhet*.

Kriterier som: *personifisering og negativitet, nærhet, uvanlighet og kulturell og økonomisk nærhet*, vil bli studert i et gestaltningsperspektiv. Grunnen til at jeg har brukt dette perspektivet er at for å forstå noe som har mening må vi alltid fortolke delene ut fra en viss forforståelse, og gestalting gir en tolkning og forforståelse. En sentral tanke i hermeneutikken er at en teksts mening ikke nødvendigvis er umiddelbart tilgjengelig, og at den kan være flertydig, det vil si ha flere meninger. Den eneste måten å finne fram til meningen på er å tolke teksten (Østbye m.fl. 2002:63). ”Den hermeneutiske sirkel” betyr at vi stadig justerer vår forståelse. I den forbindelse er konteksten og ”forståelseshorisonten,” som kan sammenlignes med frame og gestalning, av sentral betydning. Nyhetene som vi får om regionen har i seg selv en vinkling fra journalister. Sæther (2007) finner i sin undersøkelse om norsk pressedekning av Latin-Amerika fra 1902 til 2002 at deknningen av Latin-Amerika er liten og preget av en veldig stor andel notiser. Årsaken til dette kan være geografisk og kulturell avstand, begrenset handel, språkbarrierer, lite norske næringsinteresser, og en Europa orientert ideologi i norske aviser.

Sæther sier at *konflikt* er en dominerende diskurs, ettersom *konflikt* er det enkelttemaet som i størst grad preger deknningen. Journalistens måte å gestalte nyhetene på er avgjørende for folks oppfatning av den politiske stemningen i Latin-Amerika. Vinklingen journalister gir saken, prioriterer eller prioriterer ikke en hendelse. Sæther oppsummerer sin undersøkelse med at et stort antall tekster om krig og kriminalitet bidrar gjennom konfliktdiskursen til å framstille Latin-Amerika på en relativt negativ måte, med vekt på uro, vold og kriser.

1.3 Metodisk tilnærming

Hoveddelen av denne oppgaven består av analyse av i alt 16 artikler fra de tre norske avisene Aftenposten, Dagbladet og VG. Jeg har analysert flere typer sjangre (nyhetsartikkel, kommentar, leder og notis) benyttet i fremstillingen av presidentvalgkampene i de nevnte latinamerikanske land i følgende tidsperioder:

Chile: Fra 01. desember 2005 til 25. januar i 2006 og en artikkel fra 31. mai 2007.

Mexico: fra 01. juli til 25. juli 2006

Venezuela: fra 01. til 15. desember 2006.

I forbindelse med valgkampen i Chile har jeg valgt å analysere 5 artikler, to artikler fra Aftenposten, en fra Dagbladet og en fra VG. Fra valgkampen i Mexico har jeg valgt tre artikler fra Aftenposten, en fra Dagbladet og en fra VG, og fra valget i Venezuela vil jeg benytte meg av 7 artikler, to fra Aftenposten, tre fra Dagbladet og to fra VG. Jeg vil referere til de valgte artiklene med dato og med titler.

Det vil også til en viss grad bli å benytte artikler fra aviser i henholdsvis Chile, Mexico og Venezuela som sekundær kilder for å underbygge observasjoner i oppgaven, men uten at det blir gjort en komparativ analyse med disse. De Latin-Amerikanske avisene jeg har hentet artiklene fra er *El Mercurio* (Chile), *La Jornada* (México) og *Ultimas Noticias* (Venezuela).

De tre landene som blir belyst, har alle til felles at de hadde spesielle og unike presidentvalg. I Chile ble i dette valget landets første kvinnelige president valgt. I Mexico håpet mange på at venstrevinden på kontinentet også skulle feie over Mexico da folket gikk til valg i 2006. Det hele endte derimot med seier til høyrepartiet PAN og mistanker om valgfusk. I Venezuela vant Hugo Chávez sitt tredje valg i 2006, denne gang på et nasjonalt program som appellerte til de fattige. Chávez har fått mye oppmerksomhet i media, mye på grunn av hans radikale endringer av den nasjonale politikken i tillegg til hans kritiske uttalelser i forhold til den amerikanske presidenten George Bush.

1.3.1 Sentrale begreper

I dette kapitlet blir definisjonene av *framing*/gestaltning som kan brukes for å analysere journalistikken gjennomgått. Enkelte definisjoner som kan avgrense bruken av framing-paradigmet og som kan bidra til å forklare hvorfor dette er et nyttig begrep i denne oppgaven, blir belyst.

Gestaltning kan defineres som ”formgivning åt idé, litterär figur e.d. En gestaltning är en helhet som är något mer än de inngående delarna” (*Norstedts Stora Svenske Ordbok*:1995).

Tilnærmingen for å studere *media framing* bør være systematisk og empirisk. Denne oppgaven presenterer en slik tilnærming i form av en liste av rammer (*frames*) med utgangspunkt i *framing* teorien (Entman 2004) eller gestaltningsteorien (Strämbäck 2004), som jeg vil kalle det i denne undersøkelsen. *Gestaltningsteorien* er en generell teori og har

både psykologiske og sosiologiske røtter. I løpet av det siste 10-året har teorien blitt stadig mer brukt i medieforskning, men da i en mer psykologisk orientert form. Strömbäck uttrykker det slik:

I likhet med dagsordingsteorin på dess första och andra nivå samt priming-teori, intreserar sig gestaltningsteorin för sambandet mellan journalistiska innehåll och människors uppfattningar. I den meningen är gestaltningsteorien en teori om mediernas effekter, deras makt över tanken (2001: 178).

Gestaltning, er en måte å uttrykke medias perspektivtaking på. En annen betegnelse på samme fenomen er det engelske framing (Mc Combs: kap.6, Entman 2004), eller en kan tenke seg det som mediene "briller". Det handler om at mediene ved sin presentasjon setter en hendelse inn i et bestemt fortolkende rammeverk (Kjensjord 2006: 18).

Framing teorien anvender begrepet *media frames* som er vanskelig å oversette til norsk. Jeg vil derfor i oppgaven bruke det engelske ordet *frame*. *Media frames* er en sentral organiserende ide eller fortelling som gir mening til utviklingen av en serie av hendelser. Disse *frames* eller rammene antyder hva debatten handler om og hva som er sakens kjerne (Gamson og Modigliani, 1987:143). Strömbäck kaller *news frames* for *gestaltnyheter*, og definerer det som et element som organiserer virkeligheten og som er uløselig knyttet til virkeligheten. "Det er den viktigste egenskapen ved nyheter", hevder han (2001: 193).

Journal of Communication (2007) skriver at den mest brukte definisjon av *Framing*, er fra Robert M. Entman.

En gjennomgang og oppsummering av forskningslitteratur gir oss mulighet til å gjøre følgende forsøk på å definere framing: utvalg og fremheving av enkelte aspekter ved hendelser eller saker, og å skape sammenheng mellom dem for å fremme en bestemt tolkning, vurdering og/eller løsning (Entman 2004: 5, min oversettelse)

Entman peker i sin undersøkelse på to typer framing, *substantive og prosessuelle*. *Substantive frames* må oppfylle en serie av grunnleggende funksjoner, som for eksempel påvisning av problematiske virkninger og forhold, identifisering av årsaker, formidling av moralske vurderinger og godkjenning av tiltak eller forbedringer. *Procedural framing* foreslår vurdering av politiske aktøres legitimitet basert på deres teknikk, suksess og representativitet (2004:6).

For å nevne noen eksempler på hvordan media har brukt begrepet *frame*, kan jeg sitere medieforskeren Noam Chomsky som omtalte *frame*-begrepet i en diskusjon i *New York Times* da han kommenterte dekningen av krisen i Kuwait før Golfkrigen. Chomsky argumenterte at *the Times* sin historie *framed* et tilbud fra Irak om å trekke seg ut av Kuwait på en måte som trivialiserte tilbudet. Mediekritikeren David Shaw of *The Los Angeles Times* brukte *frame* i en diskusjon om dekning av abortdebatten. Shaw sier at "the very language used to frame the abortion debate in much of the media implicitly favors the abortion rights advocates" (Tankard, 2001:95). En *frame* som dominerte verden i mange år var den kalde krigen. Mediene fremhevet de to typer av hegemonimodeller i verden, kommunismen og den vestlige modellen. En annen *frame* som har vært fremtredende i omtaler og nyheter om Latin-Amerika i norske medier de siste årene er "den røde bølge", eller "venstrevinden i Latin-Amerika". Å bruke denne *frame* innebærer også å vise til en ideologi.

Jeg vil i det følgende underavsnitt forklare hvordan jeg skal identifisere *frames* i norsk utenriksjournalistikk. Jeg vil undersøke hvordan man kan parametrisere *frames* i de utvalgte latinamerikanske presidentvalgene og hvordan disse *frames* ble behandlet i norske medier. Jeg skal bruke Tankard sin modell for å identifisere disse begrepene.

1.3.2 Analysemodell

Tankard (2001) bruker en annen tilnærming til måling av media frames når han tolker framing som deler eller dimensjoner av fortellinger som tilsvarer begrepet gestaltningfaktorer. For hver avis og for hver kandidat har jeg laget en tabell som viser gestaltningfaktorer i avisen. Jeg har tatt utgangspunkt i Entman (2004) og Tankard (2001), men har tilpasset tabellen til mitt eget arbeid om Latin-Amerika og kom derfor frem til følgende inndeling/kategorisering ved hjelp av gestaltningfaktorer eksemplifisert ved ulike deler av materialet:

1. Overskrift
2. Ingress
3. Dominant *frame*
4. Formidling av moralske vurderinger
5. Kilde sitert
6. Beskrivelse av den chilenske konteksten
7. Uttrykk brukt for å beskrive motstanderen Manuel Lopez Obrador
8. Uttrykk brukt for å beskrive Chávez sin retorikk

9. Hyppigst anvendte ord/uttrykk

10. Kontekstuell ramme

11. Bilder

12. Bildetekster

Denne type forskning baserer seg på kvalitativ analyse eller tekstanalyse. Tankard (2001) foreslo en tilnærming til studiet av *frames* hvor et avgjørende første trinn ville være å identifisere en liste med rammer som gjelder for feltet som studeres. I innholdsanalysen vil hver ramme videre bli definert i forhold til bestemte nøkkelord, slagord og bilder.

Tankards modell for å identifisere frames ble valgt fordi den hjelper oss til å forstå mediaeffekter og fordi det tilbyr mediabransjen nye innspill. Gestaltningsteori er også en bro mellom studiene om objektivitet og studier om ideologi i nyhetene.

1.3.3 Gestalningsfaktorer

Entmans definisjon av *frame* (ramme) blir brukt i analysen. Ifølge Entman er *frame* i øynefallende tekst tegn som utfører minst en av de følgende rammefunksjonene: (1) definerer et bestemt problem; (2) foreslår en bestemt årsaksforklaring; (3) gir en bestemt moralsk evaluering eller foreslår en måte å behandle problemet på (2004:5). Rammene som legges til grunn i analysen, er operasjonalisert med utgangspunkt i Tankards retningslinjer (2001:101) for de mest vanlige rammemekanismene: Overskrifter, underoverskrifter, sitater, statistikk og figurer, og konklusjoner.

Jeg har valg å bruke tre tabeller, en for hver avis, for å vise noen av gestalningsfaktorene som til sammen utgjør gestaltningen eller *framing*. Utsagnene som vises, representerer det som etter min vurdering er hjelpemidler til å skape en nyhetsramme. Faktorene teksten blir vurdert ut fra er følgende: Hovedoverskrift, ingress, dominant rammegrunnlag, formidling av moralske vurderinger, hyppigst anvendte ord og uttrykk samt kontekstuell ramme.

2. Gestaltningsteori som nytt paradigme i mediaforskningen

Den klassiske tyske skolen Gestaltpsykologi betoner den aktive relasjon mellom objekters organisering i en helhet *gestalt*, som på tysk betyr form, og det enkelte objekt i persepsjonsprosessen. Dette hevdes å skje ved hjelp av en medfødt disposisjon for

organiseringsprosesser i hjernen. Helheten oppfattes som mer enn summen av delene (objektene). *Det vil da si at det perseptuelle feltet som helhet bestemmer hvorledes delene oppleves* (Krech et. Chrutchfield, 1969 min oversettelse). Gestaltpsykologene hevder videre at problemløsningsprosesser er generelt analoge til persepsjonsprosessene og at noen av begrepene fra persepsjonen med fordel kan bli anvendt i analysen av problemløsningsprosesser (Smedslund, 1967). Dette resonnementet kan videreføres til også å gjelde for journalistikk og forskning innen dette faget.

Så tidlig som i 1922 viste Walter Lippman interesse for spørsmålet om hvorvidt det er virkeligheten som blir beskrevet av media. I tillegg til dette spørsmålet er analysen relatert til hvordan media gestalter nyheter og hvilken makt media har over innholdet i nyhetene.

Enkelte forskere, som for eksempel Entman (2003) eller Weaver (1996) uttrykker at de har vanskelig for å forstå hvorfor det i løpet av de siste 10 årene har blitt stadig mer populært med *framing* fremfor dagsordensteori innen mediaforskning. Dagsordenforskningen dreier seg om forholdet mellom hva mediene retter oppmerksomhet mot og hva publikum oppfatter som viktige anliggender. Dette har etter hvert blitt betegnet som dagsordenteoriens første nivå, mens det som blir kalt dens andre nivå handler om hvordan mediene beskriver og hvordan det blir oppfattet av leserne (Strömbäck 2004:36). En mulig forklaring på hvorfor framing har fått en så vid betydning, er at perspektivene og rammene som journalister bruker fokuserer på visse egenskaper ved det som blir dekket, i tillegg til objektet i seg selv, og noen av disse perspektivene kan være veldig generelle (for eksempel den kalde krigen *frame*) hevder Weaver (1996).

2.1 Nyhetsstruktur og jakten på et nyhetsideal

Hvilket bilde ser vi for oss når vi hører ordet ”Mexico”? Dette spørsmålet stilte Walter Lippmann i sin klassiske bok *Public Opinion*. Flere år senere kan vi besvare spørsmålet på tilnærmet samme måte som Lippman gjorde det i sin bok:

“Likely as not, it is some composite of sand, cactus, oil wells, greasers, rum-drinking Indians, testy old cavaliers flourishing whiskers and sovereignty, or perhaps an idyllic peasantry a la Jean Jacques, assailed by the prospect of smoky industrialism, and fighting for the Rights of Man” (Lippmann 1922: 37).

For Lippmann er nyheter og sannhet ikke det samme, og det må skilles skarpt mellom dem. Denne diskusjonen handler også om den såkalte ”objektivitetsmyten”. Eide (1992) skriver at det finnes en ”objektivitetsmyte” som er omsatt i yrkesideologi for journalister. ”Og det er i praksis et spørsmål om hvordan en holder speilet – i hvilken vinkel. For det er *vinkling* det dreier seg om. Nyheten er en vinkel. Den er en vare med spesiell form, den uttrykker de perspektiv som nyhetsbegrepet gir, og den blir solgt av store foretak med multinasjonale forgreininger. Objektivitetsmyten hjelper oss til å tro at vi ser verden på samme måte” (Eide, 1992: 36-37).

Det er objektivitetsmyten som får oss til å tro at vi ser verden på samme måte, og derfor ikke har noen konflikter, hevder Nerman, referert i (Eide, 1992). Spørsmålet her er: Hvorfor beskriver journalistene nyhetene som de gjør? Journalistens jobb er å gjøre et utvalg, samle, redigere og presentere. Journalistene går gjennom en prosess hvor de må velge mellom ”stories” eller historier, som kan konstrueres som nyheter. Som en del av prosessen det er å skape nyheter, møter journalistene et dilemma eller et problem: nemlig bearbeiding av nyhetene. Journalistene bruker en bestemt vinkel og produserer nyheter som ikke er helt fri fra sin egen tolkning, eller sagt på en annen måte, journalistenes egen vurdering av virkeligheten. Her møter journalistene et problem i forhold til idealet om objektivitet i journalistikken.

Ifølge Lippmann produseres nyheter gjennom en sosial prosess som involverer mange aktører som ofte jobber ut ifra ulike perspektiver eller mål. Basert på dette hevdet han at det går et viktig skille mellom nyheter og sannhet: ”Nyhetenes funksjon er å signalisere en hendelse, sannhetens funksjon er å bringe opp i dagslyset de skjulte fakta, å sette dem i sammenheng med hverandre, og å skape et virkelighetsbilde som kan gi grunnlang for handlig” (Lippman, 1922: 194 min oversettelse).

Ricoeur (1981) referert i Johnson-Cartee (2005:185) snakker om nyhetsrapporter har mye til felles med historikers produkter. I våre dager tror vi ikke lenger at historiske fremstillinger er objektive. Vi anerkjenner at historikere ser hendelser av offentlig interesse fra et subjektivt perspektiv, at de tolker hendelsenes betydning for fremtidige generasjoner utfra sitt eget verdensbilde.

Virkeligheten slik den oppfattes er skapt gjennom en ”sosial kommunikasjonsprosess”, hevder Luckmann (1966) og gjennom denne kommunikasjonsprosessen kan rene fakta ende opp med

å bli presentert i en mindre objektiv form, som kan kalles propaganda eller stereotype. Dette skjer ofte i fremstillinger som er preget av unøyaktighet eller ufullstendighet i utvalget av fakta.

2.2 Gestaltningsperspektivet som en modell for analyse av journalistikk

Teorien om politisk kommunikasjon og medias makt i forhold til hvordan virkeligheten oppfattes er av Jesper Strömbäck altså kalt *gestaltningsteorien*. En annen betegnelse på samme fenomen er det engelske *framing theory*. I løpet av de siste tiårene har *framingteori* blitt en av de mest anvendte massekommunikasjonsteoriene. Det er fremdeles et relativt gebrekkelig paradigme (*fractured paradigm*) (Entman, 1993), men det ser ut som det er økende konsensus om definisjonen av framing¹ (se side 9).

Spørsmålet blir da hvordan vi kan koble gestaltninger til journalistikken. Det viktigste i denne situasjonen er å kunne ”avgrense hva som skal regnes som gestaltninger” (Strömbäck, 2004: 34). I denne analysen danner gestaltningsteorien utgangspunkt for en systematisk tolkning og kategorisering av ulike variabler og ulike definisjoner som skal hjelpe til å bygge opp en modell for journalistikkanalyse.

2.2.1 Kobling mellom gestaltning og journalistikk

The study of perception is one of the oldest enterprises in psychology. Facts and theories about perception have long intrigued artist and philosophers, physicists and physiologists. There is good reason for this concern and fascination with how we sense our world” Krech & Crutchfield (1969:232)

Innenfor forskning på journalistikk og media finnes flere ulike teorier som direkte eller indirekte tar opp spørsmålet om hva nyhetsjournalistikk representerer. Strömbäck (2001) beskriver tre grupper av teorier: De som ser nyhetsjournalistikken som 1) konstruksjoner eller rekonstruksjoner, 2) fortellinger, eller 3) gestaltninger. Det finnes også en annen teori kalt ”speilteorien”, som handler om hvordan medias innhold fremstiller virkeligheten slik virkeligheten faktisk er.

¹ Referert i *Journal of Communication*, 11 (4) Fall 2006

Gestaltningsteorien anvendt på forskning innen journalistikk og media er basert på studiet av det journalistiske innhold og måte å uttrykke medias perspektivtaking på. Dette gjøres ved å stille spørsmålet: hvilken virkelighet er det journalistikken presenterer? Det er dette som, i denne sammenheng, av Strömbäck ble kalt gestaltningsteorien. Teorien har, som nevnt tidligere, både psykologiske og sosiologiske røtter. Fra det psykologiske perspektiv kan journalistikken ta i bruk begrepet *oppmerksomhet* og *sektiv persepsjon*. Kjell Raaheim (1984:84) sier at vi kan forsøke å beskrive denne innstilthet ved å si at alt gjøres klart for mottakelsen av et spesielt inntrykk, uten at man kan redegjøre nærmere for hva denne klargjøringen består i. Hvis innstiltheten varer ved over lengre tid, vil man gjerne forsøke å danne en forestilling om inntrykket allerede før det inntreffer. Den mentale beredskap kan bli så utpreget, at vi noen ganger feiltolker eller synes å oppfatte noe vi ennå ikke har mottatt inntrykk av. Denne psykologiske påstanden viser et nært forhold mellom det psykologiske feltet og journalistikken.

Her sees et bånd mellom det psykologiske feltet og det som Lippmann nevner at spesielt nyheter er vår hovedkilde til informasjon om verden, og disse i stor grad skaper våre oppfatninger om den. Spørsmålet her er å ta et fokus på hvilket bilde media produserer. Disse bildene som er en representasjon av virkeligheten, er det vi reagerer på, enten som en negativ, eller positiv instilling, eller med enigheter eller uenigheter.

Fra et sosiologisk perspektiv definerer Gamson og Modiglianis (1987) *media frame* som en sentral organiserende ide eller historie som gir mening til en rekke hendelser. *The frames* antyder hva striden handler om og hva som er sakens kjerne. Tuchman (1978) derimot organiserer *the news frames* som en del av virkeligheten. Dette er en av nyhetenes viktigste egenskaper.

I utgangspunktet handler gestaltningsteorien om to forskjellige, men relaterte fenomener eller fakta. Det første er at alle beskrivelser av virkeligheten nødvendigvis må være begrenset, i særdeleshet gjelder dette media som konkurrerer med hverandre om publikums oppmerksomhet. I beskrivelsene velges bestemte aspekter og fakta, eller attributter bort, mens andre fremholdes beholdes/understrekes. Hver beskrivelse av noe kan derfor ses som en gestalting av det som blir beskrevet. At disse gestaltingene skiller seg fra virkeligheten er en selvfølge. Hver gestalting er en tolking, og er derfor mer eller mindre åpen for subjektivitet. Entman beskriver dette på følgende måte:

Å *frame* er å velge ut og å fremheve enkelte aspekter ved hendelser eller saker, og å skape sammenheng mellom dem for å fremme en bestemt tolkning, vurdering og/eller løsning (Entman, 2004: 5 min oversettelse).

Entman skriver at disse egenskapene ikke behøver å være åpenbar for journalisten som har skrevet en artikkel eller laget et innslag. Gestaltning behøver ikke å være bevisst eller intensjonell for å eksistere, gestaltning kan også være ubevisst og en del av den sosiale kunnskapen som blir tatt for gitt.

Ifølge gestaltningsteorien representerer journalistikk gestaltninger av virkeligheten. Journalistikken (re)konstruerer virkeligheten. Det finnes alltid en relasjon mellom journalistikkens (re)konstruksjoner av virkeligheten og virkeligheten slik den er, men det er ikke mulig å sette likhetstegn mellom virkeligheten og nyhetene som representerer den (Strömbäck, 2004: 41).

Vi kan finne to observasjoner i gestalteorien. Den første er at nyhetene beskriver noen aspekter av virkeligheten men er ikke det samme som virkeligheten nyheten omhandler. Den andre er at det som har betydning for menneskers egne bilder av virkeligheten, ikke er virkeligheten i seg selv, men nyhetenes bilder av den. Medias gestaltning av virkeligheten påvirker publikums gestaltning av samme virkelighet. Forfatter av den klassiske *Public Opinion* Lippman (1922) uttrykket at:

“Nyhetene er ikke et speilbilde av de sosiale forholdene, men en rapport om et aspekt som har tvunget seg frem. Nyhetene sier ingenting om hvordan frøet gror under jorden, men de sier kanskje fra når spiren kommer til overflaten” (Lippman 1922: 185 min oversettelse).

I motsetning til Lipmann, hevder Strömbäck (2004) at nyhetene er et speilbilde av virkeligheten, ikke nødvendigvis som den er, men slik den oppfattes av publikum. Og ifølge Scheufele (1999) burde journalistiske gestaltninger ses som en form for konstruksjon av virkeligheten. Ved hjelp av gestaltninger kan journalister sette en nyhet i sammenheng og skape mening av den, som i sin tur gjør det mulig for medienes publikum å skape mening av og å forstå en nyhet. Gestaltninger skaper et rammeverk for tolkning og gjør nyhetene lettere å forstå for leserne.

Entman (1993) opererer med fire stadier eller egenskaper som kjennetegn for framingprosessen. Disse stadiene er som følger: 1) journalister gestalter definisjonen av et problem, 2) journalister gestalter årsaken til problemet, 3) journalister uttrykker en moralsk vurdering og 4) journalister gir en mulig løsning. Man kan spørre seg om alle de fire stadiene må være dekket for at man skal kunne si at en nyhet har en sentral og organiserende ide og blitt en gestaltning. Svaret må være at det vesentlige i denne teorien er at gestaltninger har en sentral og organiserende ide eller vinkel som gir mening til en serie hendelser som finner sted. Det er derfor sentralt hvilke egenskaper ved en person eller en hendelse journalistikken fremhever:

- ”Gestaltninger lyfter fram vissa aspekter av en fråga som kommuniceras, och gör dem därför viktigare. Med viktigare menas att dessa aspekter lyfts fram, görs meningsfulla och lättare att komma ihåg av mediepublikerna” Entman (1993) referert i Strömbäck, (2001:180).
- ”Gestaltningar är delad förståelse av hur politiken fungerar, teman som styr uppmärksamheten till eller från specifika politiska frågor eller personligheter, och som tillhandahåller tittare ett sammanhang som gör det möjligt att förstå dem” Kerbel, Apee & Roos, (2000) referert i Strömbäck (2001:180).
- ”Gestaltningar tillhandahålls av journalister för att ge mediepublikerna hjälp att organisera och förstå ny informasjon” Tewsbury (2001) referert i Strömbäck, (2001:180).

Disse aspektene belyser en dimensjon i dette studiet av nyhetsvurdering og journalisters gestaltninger. For det første, nyhetsvurdering påvirker hva journalister og redaksjoner oppfatter som verdt å gi oppmerksomhet og videre lage en nyhet av. Disse aspektene påvirker også hvordan journalistikken utformer nyhetene. I likhet med nyhetsvurdering, fyller gestaltninger også det journalistiske behov for å tilpasse en virkelighet til et begrenset format, og til å skape innhold som lokker lesere eller seere (Ibid, 2001).

Alle disse faktorene viser til sammen at de journalistiske gestaltninger beskriver virkeligheten eller aspekter av virkeligheten, gjennom et valg av egenskaper eller attributter, vinklinger, fokus, ordvalg og temaer. Dersom mediegestaltninger handler om hvordan journalisten gestalter virkeligheten, handler mediepublikums gestaltninger og kognitive *schema* om hvordan mennesker gestalter virkeligheten (Ibid, 2001).

2.2.2 Journalistikkens særegne gjennomslag og makt

The role of the media in contemporary politics forces us to ask what kind of a world and what kind of society we want to live in, and in particular in what sense of democracy do we want this to be a democratic society
(Noam Chomsky 2002:9)

Journalistikkens rolle har fått mye oppmerksomhet i moderne tid. Samtidig er denne rollen mer kompleks enn før. Ut fra at norske aviser analyseres i denne oppgaven, er det derfor relevant å spørre seg om hvordan norsk journalistisk makt fungerer, og hvordan nyhetene blir produsert. Basert på Eides (2001) beskrivelse av hvilke faktorer som er avgjørende for å studere norsk journalistikkmakt, vil jeg fokusere på tre momenter:

1. Man må ta høyde for særegne trekk ved norsk journalistikk og ved samvirket mellom journalister og andre aktører i norsk offentlighet. F.eks. behov for en analyse av journalistisk profesjonsideologi i en post-parti-presse tid.
2. Behov for en forståelse av samvirket mellom en presset *public service* orientert journalistikk og andre journalistiske ytringsformer.
3. Behov for en adekvat forståelse av norsk populærjournalistikks særpreg og særegne gjennomslag og makt.

Det første momentet gjør et poeng av at den norske mediamodellen er preget av å virke i et demokrati. Ifølge Hallin og Mancinis (2004) klassifisering av individuelle land er Norge et typisk eksempel på den demokratiske modellen (*The Democratic Corporatist Model*). De fleste av dagens norske aviser er politisk uavhengige. Normene for journalistikk er sterke og blir stort sett fulgt, blant annet ved at ikke bare uttalelser fra politiske motstandere av myndighetene blir referert, men også en debatts harde politiske fakta. Både avis-, TV- og radiojournalister er profesjonelle. Det andre punktet kan vi forklare ved at norske journalister har høy grad av selvstendighet, klare profesjonelle normer og er sterkt orientert mot å tjene offentligheten. Ifølge Hallin og Mancinis gir staten alle organiserte synspunkt lik mulighet til å kommunisere. Den norske modellen har derfor store muligheter for å informere. De beskriver kjennetegn ved den demokratiske mediemodellen slik:

Landene som har demokratiske mediemodeller er kjennetegnet av tidlig og sterk utvikling av liberale institusjoner og et godt utviklet sivil samfunn. Myndighetenes makt har gjennom historien vært begrenset og dette gjenspeiles i at pressefrihet og andre aspekter av en åpen offentlig sfære ble tidlig utviklet. Dette inkluderer sterke rettigheter til tilgang til statlig informasjon (Ibid:197 min oversettelse).

Det siste momentet peker på at populærjournalistikk også har makt. Det handler om å forstå at ”populariseringen, profesjonalisering og avpartifisering av journalistikken nok et langt stykke på vei kan sees som en frigjøringsprosess” (Eide, 2001: 19).

Nyhetene som blir analysert i neste kapittel ble produsert i Aftenposten, VG og Dagbladet. De to siste er populære aviser i Norge. Populær kommer fra det latinske ordet *popularis* som på norsk betyr folk. Begrepet kan kobles til popularisering. Og popularisering er en sosial endringsprosess, og følgelig en prosess som fordrer sosiologisk forståelse. Sentralt i analysen av disse avisene er å analysere hvordan leserne skaper sin egen realitet under et definert rammevilkår som er laget av en menneskelig virksomhet.

Av analysen fremgår at de populære avisene fremstiller en nyhet lite dyptgående, lite analytisk, og med et enkelt språk, men dette gjør at stoffet kan være mer tilgjengelig for leserne. Gestaltning uttrykker medias tolkning for å gi en lettere forståelse av nyhetene. Det ligger derfor mye symbolsk makt i både populærjournalistikk og gestaltning.

Det er avgjørende å fokusere på at det finnes en sammenheng mellom marked og demokrati, og at i dette feltet fungerer massemediene som arenaer og aktører. Norsk journalistikk maktgrunnlag preges av nettopp dette forholdet mellom marked og demokrati. En kan hevde at det er dette den norske modellen handler om.

Kommersialisering fungerer som en link til journalistisk makt, men hvordan er den journalistiske tenkemåten og formidlingsformen i forhold til såkalt symbolsk makt? Er det at journalistene begynner å tenke på en bevisst måte når det gjelder å kommersialisere makt? Det er to premisser her, det ene handler om makt over mennesker, det andre handler om medias makt over innhold. Som et resultat av dette argumenterer Strömbäck (2004) at vi kan si at media har stor makt over dagsorden. Dagsorden kan videre sies å være et resultat av forhandlinger mellom et mangfold av ulike aktører med ulike interesser

2.2.3 Journalistiske formidlingsformer

Den latinamerikanske virkeligheten ligger fortsatt fjernt fra Norge. Om du, en relativt tidlig morgen onsdag 12. mars 2008, var logget på internett og navigerte deg fram til NRKs nyhetssider, deretter videre til utenriks, fikk du servert dette: fem saker, fra toppen og nedover, som omhandla presidentvalget i USA. Den sjette fortalte at øverstkommanderende for Irak og Afghanistan i samme land (USA) nå går av. Til samtlige av sakene var det bilder av dresskleddede menn med fine slipsknuter. Norske medier forteller i stor grad om hva som skjer i USA, eller om land og saker som har strategisk interesse for USA. Er det denne virkeligheten vi lever i? Hva er det egentlig det norske folk vil vite om verden der ute? Hvilken verden lever vi i?

Latin-Amerikaboka 2008: 9

Nyheter fra Latin-Amerika får lite oppmerksomhet i norsk media. Den tidligere Latin Amerika korrespondenten i NRK, dokumentarfilm-skaperen Erling Borgen, kritiserer både statskanalen og norske medier generelt for den fraværende deknningen av kontinentet. Norske aviser marginaliserer nyhetene om Latin-Amerika og ekskluderer kontinentet fra dagsorden.

Journalistikken bidrar med vinkling, metaforbruk, dramaturgi, kildevalg og presentasjonsformer for å sette nyhetene inn i bestemte medierammer og sammenhenger. I kapittelet der analysen er fokusert på hvordan norske medier fremstiller latinamerikanske ledere, gir jeg en oversikt over hvordan journalistikk ved hjelp av metaforbruk og dramaturgi, tolker en politisk aktør. For eksempel "President fra macholand" i VG 31.mai 2007, eller "Syltynn konservativ seier i Mexico" i Dagbladet 07. juli 2006 eller "Diktator Chávez" Dagbladet 01. februar 2007. Under deknningen av valget i Mexico brukte avisene en sportsmetafor hvor valget blir beskrevet som en kamp mellom de to presidentkandidatene. En av kritikerne til denne type metaforbruk er journalisten James Fallows (1996). Han skriver at i årevis har journalister brukt sportsmetaforer når de skriver om offentlige saker og at det har blitt rutine, og ingen tar det på alvor. Et eksempel som illustrerer dette er avisoverskiftene etter at presidentvalget i Mexico ble avgjort. Dagbladet skrev 3. juli 2006 under bildet av kandidaten som ble president, Felipe Calderón, "Jeg vant!" (se bildetekst 8). Og under bildet av opposentkandidaten Lopez Obrador, skrev Dagbladet, "Jeg vant også!"(se bildeteks 9). Nettopp denne metaforbruken inngår som et viktig tema i diskusjonen om journalistikkens gestaltninger som jeg vil belyse i kapittel fire.

3. Analyse 1: Hvordan være kvinne og ikke dø i forsøket

3.1 Kontekst: *Hjelp! en kvinne overtar makten i Chile*

I denne delen av oppgaven er det en hensikt å synliggjøre under hvilke omstendigheter Michelle Bachelet kom til makten, og hvilken bakgrunn hun kom fra. Den politiske situasjonen i Chile kan ikke fullt ut redegjøres for i denne oppgaven. En kort beskrivelse av situasjonen før Bachelet kom til makten kan derimot forklares og vil styrke forståelsen av hvorfor maktovertakelsen ble omtalt som den ble i de tre norske avisene VG, Dagbladet og Aftenposten.

Presidentvalget i Chile i 1970 utgjorde en av de mest avgjørende hendelser i chilensk historie. Det var dette året Salvador Allende ble valg til president med kun 36.6 % av stemmene. Den tidligere franske presidenten Francois Mitterrand uttalte at ”med dette resultatet kan man ikke forandre et samfunn”. Bak Allende, var den uavhengige kandidaten Jorge Alessandri med 34.9 % av stemmene etterfulgt av Radomiro Tomic fra *partiet La Democracia Cristiana* (kristendemokratene) med 27.8 %. Kongressen tok den endelige avgjørelsen og Salvador Allende ble valgt som president.

Under den kalde krigen forsøkte Allende å samarbeide med *La Democracia Cristiana*, men forholdene ble forverret av både interne og eksterne kriser. Den økonomiske krisen førte til at Chile i 1973 opplevde en inflasjon på 342 %. I tillegg førte de interne krisene i sentrumpartiene og på venstresiden til at samfunnet ble stadig mer polarisert.

Da Allende satt sammen sin regjering, ble Augusto Pinochet valgt som forsvarsminister. I 1973 tok Pinochet makten fra Allende ved hjelp av et militærkupp. I årene som fulgte var Chile preget av vold og undertrykking. Pinochets diktatur varte fra 1973 til 1990.

Diktaturets redsler har en lang historie og mange ofre, blant annet i familien til Michelle Bachelet. Bachelets far ble fengslet og torturert til han tilslutt døde av følgene av torturen. Michelle Bachelet ble også selv fengslet og torturert under militærdiktaturet.

Den 5.oktober 1988 ble det avholdt folkeavstemning i Chile for å avgjøre om Augusto Pinochet skulle fortsette som landets president frem til 1997. Resultatet ble 44.01 % til ja-

siden og 55,99 % til nei-siden. 7 435 913 velgere deltok i avstemningen. Resultatet av nei-sidens seier ble dermed slutten på diktaturet i landet og starten på en ny periode hvor landet beveget seg i retning av en demokratisk styreform, noe som blant annet skulle vise seg i nye grunnlovsbestemmelser og innkallinger til demokratiske president- og nasjonalforsamlingsvalg.

Like før presidentvalget i desember 2005 døde den 91 år gamle eks diktatoren Augusto Pinochet, ustraffet og uten at rettsaken imot ham, hvor han var tiltalt for drap, kidnapping, tortur og økonomisk utroskap, ble gjennomført.

I januar 2006 vant sosialisten Michelle Bachelet det chilenske presidentvalget i andre valgomgang. Den meksikanske avisen *El Universal* (17. januar 2006) kalte henne ”*la socialista del dolor*” (Smertens sosialist, min oversettelse). Bachelet er barnelege av yrke og har vært både helse- og forsvarsminister under den tidligere chilenske presidenten Ricardo Lagos.

Atten år etter folkeavstemningen vant Chiles Michelle Bachelet presidentvalget med 53,49 % av stemmene. Bachelet, som i 2003 ble kåret til årets navn i flere av Chiles massemedier, vant dermed med større margin enn den tidligere presidenten Ricardo Lagos ved valget i 2002. Bachelet er i tillegg den første presidenten som siden innføringen av demokratiet i 1990 har hatt flertall både i Underhuset og i Overhuset i den chilenske kongressen.

3.1.1. Presentasjon av analysematerialet

I dette avsnittet vil fem nyhetsartikler om Michelle Bachelet trykket i Norge i tiden rundt presidentvalget bli analysert. Nyhetene er fra perioden desember 2005 til mai 2007. To av artiklene er hentet fra Aftenposten, en fra Dagbladet og to fra VG. Artiklene fra Aftenposten, er fra 10. desember 2005 og fra 12. desember 2005. De beskriver situasjonen i første valgomgang. Den første er skrevet av en NTB-kilde og den andre av journalisten Arne Halvorsen som på denne tiden befant seg i Rio de Janeiro.

Dagbladets artikkel, som er skrevet etter andre valgongang er datert 22. Januar 2006 og er forfattet av Einar Hagvaag. Hagvaag beskriver her Bachelet som et sterkt symbol i det mannsdominerte samfunnet.

VG-artiklene er fra henholdsvis 16. januar 2006 og 31. mai 2007. Den første artikkelen beskriver hvordan befolkningen tok imot sin første kvinnelige president og hvordan befolkningen feiret i hovedstaden Santiago. Den andre artikkelen gir en oversikt over den politiske situasjonen i Chile før Bachelet kom til makten. Artiklene er relatert til Bachelets besøk i Norge 31. mars 2007.

I denne delen av oppgaven er hensikten å undersøke om avisenes ideologiske ståsted gjenspeiles i deres framstilling av Chiles nye president. Hovedfokus er å analysere hvilke nyhetsrammer som kommer til uttrykk i portrett av Bachelet. Det vil videre bli diskutert hvordan dette gjøres og hvorfor det gjøres på denne måten. Ved hjelp av gestaltningsteorien vil jeg analysere hvordan avisene uttrykker medias perspektivtakning.

Materialet har hovedfokus på norske nyhetsartikler, men det vil også bli referert til latinamerikanske nyheter i den chilenske nettavisen *El Mercurio*. Dette bidrar til å synliggjøre hvilke nyhetsrammer chilenske aviser gir sammenlignet med norske i forhold til samme sak. Dette ser jeg som en fordel for analysen av norske media, siden det kan belyse om det er store forskjeller i oppfattelse av "virkeligheten" i de to landene. Gjennom denne analysen vil jeg utdype min problemstilling i forhold til hvilke faktorer som påvirker måten journalister og samfunnet framstiller enkelte saker på.

Det vil også bli benyttet bilder som en ressurs og utfylling til teksten, og det vil bli kommentert hvordan bildene bidrar til å skape oppmerksomheten om nyhetene. Bildene representerer en del av virkeligheten som avisene vil vise. De gir oss mer detaljer om en person, og de kan beskrive, uten ord, hvordan president Michelle Bachelet ser ut. Etter beskrivelsen av nyhetene vil det bli inkludert et bilde som ble brukt i artiklene og som jeg anser som relevant for analysen.

3.1.2 Nyhetsartikler som analysen bygger på

1. Aftenposten 10.12.05

Overskrift: ”Kvinne favoritt i Chile”

Ingress: ”Michelle Bachelet fra sosialistpartiet ligger best an på meningsmålingene foran morgendagens valg i Chile”. Artikkelforfatter er Arne Halvorsen som skrev fra (oppholdt seg i) Rio de Janerio. Artikkelen formidler at valgkampen er over og at de siste meningsmålingene gir ”alenemoren Michelle Bachelet (54) fra regjeringskoalisjonen *Concertacion* en oppslutning på 46 prosent”.



Bilde 1

Billedtekst: Michelle Bachelet vinker til sine tilhengere sammen med familien Foto: AP/SCANPIX. På bilde 1 kan man se en framstilling av Bachelet som representerer ”seier”. Vi ser at hun er foran en mann og ved siden av sin datter, noe som kunne være et vanlig familiebilde med fokus på moren.

2. Aftenposten 12.12.05

Overskrift: ”Sosialist vinner valget i Chile”

Ingress: ”Sosialisten Michelle Bachelet ligger an til å bli Chiles første kvinnelige president”

Kilde: NTB. I første linje etter ingressen står det at Bachelet vant første valgomgang, men at hun ikke fikk nok stemmer til å unngå en annen valgomgang, satt til 15. januar 2006. Ifølge artikkelen blir Bachelet hvis hun vinner i januar den første kvinnelige presidenten i det konservative Chile.



Bilde 2

Billedtekst: Michelle Bachelet lover å skape flere arbeidsplasser, minske fattigdommen og øke pensjonene. Foto: STR/ AP / SCANPIX

På bilde 2 ser vi et eksempel på sammenheng mellom tekst og bilde. Aftenpostens artikkel omtaler hvordan Bachelet hadde mulighet til å bli den første kvinnelige president i Chile. Bildet viser Bachelet som hilser på flere personer, mens mannen til høyre trer tydelig fram. Det er ikke lett å si hvorfor bildet ble valgt. En grunn kan være at avisens valg av bilde ble brukt for å understreke innholdet i teksten og vise at menn støtter henne som president kandidat. I bakgrunnen kan en skimte to symboler på den chilenske nasjonen: *El Palacio de La Moneda*, presidenthovedsetet i Chile, og det chilenske flagget til venstre.

3. Dagbladet 22.01.06

Overskrift: "Skal lege Chiles sår"

Ingress: "Pinochet-diktaturets levninger skal begraves av torturofferet som ble president". Artikkelforfatter er Einar Hagvaag. Artikkelen gir bakgrunnen for den politiske situasjonen i Chile og viser Bachelet som et sterkt symbol som skal begrave sårene fra den gamle diktatoren, general Augusto Pinochet.

Nyheten er plassert på side 22 og siden er delt i to vertikalt. På venstre side presenteres tekst og bilde av Bachelet, og på høyre side finner vi seksjonen Sex & samliv (se bilde 3).

Billedtekst: Ensom kamp: Chiles nye president Michelle Bachelet har tre barn med tre ulike menn, men akkurat nå har hun ingen partner å støtte seg til. Foto: Scanpix.

4. VG 16.01.06

Overskrift: "Seiret i natt"

Ingress: "Sosialismen har bitt seg fast i Chile. For ved midnatt var det offisielt:

Alenemoren, barnelegen, torturofferet og sosialisten Michelle Bachelet (54) blir Chiles nye president". Artikkelforfatter Jon Magnus skriver at Bachelet vant på ren "knockout" og at "dermed er det en kvinne som skal lede macholandet Chile". Ifølge artikkelen må Bachelet "kjøre politisk slalåm på et kontinent som vipper stadig mer mot venstre".



Bilde 4

Billedtekst: Seiersfesten: Jublende tilhengere av Michelle Bachelet stormet ut på gatene med flagg og vinflasker da seieren var klar. Foto: Reuters

Bildet viser feirende mennesker som uttrykker følelser og en annen måte å uttrykke sine idealer på. Bildet viser videre både kvinner og menn som gir sin støtte til Bachelet.

5. VG 31.05.07

Overskrift: "Presidenten fra macholand"

Ingress: "Michelle Bachelet er et lys levende bevis på at alt er mulig i politikken. For bare få år siden var det helt utenkelig at hun skulle bli president i et land som Chile". Artikkelforfatter er Jon Magnus. Journalisten skriver at "hun representerer med andre ord et klart brudd på mange av de tradisjonene og rollene vi normalt forbinder med "manneland" i Latin Amerika".

3.2 Analyse

Som et første trinn i analysen presenteres her 3 tabeller med gestaltningsfaktorer som anvendes i analysen.

Tabell 1: Gestaltningsfaktorer i Aftenposten 10. og 12. desember 2006

Michelle Bachelet i Aftenposten		
	Aftenposten 1 10. desember 2005	Aftenposten 2 12. desember 2005
Hovedoverskrift	”Kvinne favoritt i Chile”	”Sosialist vinner valget i Chile”
Ingress	”Michelle Bachelet fra sosialistpartiet ligger best an på meningsmålingene foran morgendagens valg i Chile”	”Sosialisten Michelle Bachelet ligger an til å bli Chiles første kvinnelige president”
Dominant rammegrunnlag	Alenemoren har en oppslutning på 46 prosent	”Alenemor kan vinne fram i det katolske Chile.”
Formidling av moralske vurderinger	Hun får støtte fra et flertall av landets kvinner som er lei av machokulturen og kvinnediskrimineringen i Chile.	Hun er agnostiker, separert og alenemor
Hyppigst anvendte ord/uttrykk	ingen	Første kvinne (3 ganger)
Kontekstuell ramme	Machokulturen og kvinnediskrimineringen.	”Verdimessig konservative Chile”. ”Skilsmisse ble lovlig så sent som i fjor”.
Kilder	Arne Halvorsen	NTB, Bachelet

Tabell 2: Gestaltungs-faktorer i Dagbladet 22. januar 2006

Michelle Bachelet i Dagbladet	
	Dagbladet 3 22. januar 2006
Hovedoverskrift	”Skal lege Chiles sår”
Ingress	”Pinochet-diktaturets levninger skal begraves av torturofferet som ble president”.
Dominant rammegrnlag	Håp for at Bachelet skal lege landets historiske sår fra diktaturet.
Formidling av moralske vurderinger	”Bachelet er et symbol, hun er et av ofrene, som endelig skal begrave diktaturet”.
Hyppigst anvendte ord/uttrykk	Pinochet-diktaturet (4 ganger)
Kontekstuell ramme	Chile beskrives ofte som et ultrakonservativt samfunn, preget av katolsk tro og rå manns-makt.
Kilder	Analytikerne, Bachelet

Tabell 3: Gestaltungs-faktorer i VG 16. og 31. mars 2007

Michelle Bachelet i VG		
	VG 16. januar 2006	VG 31.mai 2007
Hovedoverskrift	”Seiret i natt”	”President fra macholand”
Ingress	”Sosialismen har bitt seg fast i Chile. For ved midnatt var det offisielt: alenemoren, barnelegen, torturofferet og sosialisten Michelle Bachelet (54) blir Chiles nye president.	”Michelle Bachelet er et lys levende bevis på at alt er mulig i politikken. For bare få år siden var det helt utenkelig at hun skulle bli president i et land som Chile”.
Dominant rammegrunnlag	En kvinne skal lede macholandet Chile.	Hun er ikke bare en kvinne, hun er kvinne i et macholand.
Formidling av moralske vurderinger	<ul style="list-style-type: none"> • Alenemor • Chile er et macholand. • Torturoffer • ”Bachelet må kjøre kløktig politisk slalåm på et kontinent som vipper stadig mer mot venstre”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hun er en religiøs tviler i en dypt katolsk nasjon • hun er alenemor til tre barn- med to forskjellige fedre. • Hun er karismatisk
Hyppigst anvendte ord/uttrykk	Ingen	Ingen
Kontekstuell ramme	Chile er et macholand	<ul style="list-style-type: none"> • Chile er et land som i nesten to tiår ble styrt av en reaksjonær junta med blod på hendene. • Dypt katolsk nasjon • Et land hvor skilsmisse først ble tillatt for et par år siden.
Kilder	Jon Magnus	Klassekampen, Hernan Rojas, leder av Komiteen for mapuche-rettiheter som er tilsluttet latinoamerikanskegruppe i Norge

3.2.1 Analyse av journalistikkens gestaltning av Bachelet

De følgende relevante rammer i denne analysen er: (1) presidentvalg i Latin-Amerika (definerer et bestemt problem) (2) Michelle Bachelet (person ansvarlig for hendelsen) (3) kvinne, alenemor (moralsk evaluering) (4) gestaltnyheter som gir grunnlag for prognose (det legges vekt på at hun er sosialist og Pinochets offer).

Gjennom analysen er det fremkommet fire gestaltfaktorer som viser hvordan framing fokuserer på hvordan hendelser, saker eller sosiale aktører organiseres i kommunikative beskjeder og i individets tanker (Strömbäck, 2004). Artikkene jeg har valgt å bruke har disse gestaltnyheter: at Bachelet først og fremst er kvinne, alenemor, sosialist og Pinoches offer.

Det er vanskelig å si hvorfor avisene bruker nyhetsramme ”alenemor”. Det er imidlertid tydelig at intensjonen er å skape oppmerksomhet omkring konteksten hendelsen tar sted i; et latinamerikansk land, hvor nesten 70 prosent av befolkningen er katolikker, og hvor det sterkt mannsdominert landet har valgt en kvinne til president.

Det kan virke som at de tre norske avisene bruker ”alenemor” som sloganbasert tabloidspråk. Norske aviser fokuserer her på en mer personlig side av politikeren. Aftenposten, Dagbladet og VG fremstiller en mer personlig politiker (frame/ramme) enn den chilenske avisen *El Mercurio*. En presidentkandidat som har tre barn med tre forskjellige menn og ”ingen partner å støtte seg til” (Dagbladet, 22. januar 2006) er i tillegg et kontroversielt tema for en konservativ avis som *El Mercurio*.

Den viktigste informasjonen vi får fra overskrift 1 i Aftenposten 10. desember 2005 er at Bachelet er kvinne. I overskrift 2 i Aftenposten 12. desember 2005 leser vi at Bachelet er Chiles sosialistiske president, og dette brukes som et eksempel i beskrivelsen av venstrevinden på kontinentet. I Latin-Amerika er det svært stor avstand mellom fattig og rik, og denne sosiale ulikheten gir venstresiden et naturlig velgergrunnlag som typisk omfatter flertallet av befolkningen.

Høydepunktet i nyheten fra Aftenposten er at Bachelet representerer venstresiden. Begrepet ”sosialist” viser til venstresiden, og ordet ”sosialist” spesielt i Latin-Amerika skaper inntrykk i norske aviser. Hvorfor er det viktig å være sosialist i et land som Chile? Nyhetsartikkene

referert til over forklarer hvorfor venstresiden i Latin-Amerika er spesielt viktig, og det er fordi venstresiden under valgkamp snakker om håp. Medianvelgeren støtter politiske alternativer som lover å gjøre de økonomiske forskjellene mindre.

Avisene refererer til et ideologisk aspekt ved politikken i Latin-Amerika. Venstresiden har vunnet fram i land etter land i Latin-Amerika hvor den har hatt ressurser og muligheter for å mobilisere store velgergrupper langs en økonomisk akse. Avisene framstiller venstresiden som en gruppering som viser at de deltar i et demokratisk spill om makten gjennom valg, at de har gitt avkall på revolusjonære og voldelige ideologier, og at de nå har som fokus å vise en ny side for å vinne frem i valg. Dette er den nye visjonen i Latin-Amerika og dette bildet skapes gjennom norske media, her representert ved Aftenposten, VG og Dagbladet.

Dagbladet er også opptatt av å presentere Bachelet som et symbol som representerer det gode som vinner over det onde. Artikkelforfatter Einar Hagvaag legger vekt på den historiske prosessen i Chile fra diktaturmakt på 1970 og 1980-tallet til demokrati på 2000-tallet. Forfatteren vier også litt oppmerksomhet til det faktum at Bachelet er kvinne. Hagvaag skaper imidlertid et veldig tosidig bilde av chilensk historie og politikk; Det er en framstilling i svart-hvitt, det første representert ved Augusto Pinochet og den andre ved Bachelet.

Jon Magnus, korrespondent i VG har en nyhetsramme som forsterker Bachelet sin seier, han sier at det er en kvinne som skal lede "macholandet". Jon Magnus bruker situasjonen i Chile for å vise hvor vanskelig det kan være å være (kvinnelig) president i et konservativt, katolsk og mannsdominert land i Latin-Amerika.

3.2.3 Bachelet som en notis

I analysen fremkommer noen av elementene som Kock (2002) regner som nødvendig for at en nyhetsartikkel blir god: konflikt, personlig identifikasjon og at artikkelen har et element av overraskelse. Problemet er at elementene som ble presentert hadde en stilistisk frihet og frekkhet som gjør at noen av nyhetsartiklene forandrer seg til en notis. For eksempel i tabellen 1, 2 og 3 under kategorien *formidling av moralsk vurdering* kan vi lese følgende beskrivelse i Aftenposten 12. desember, 2005: "Bachelet er agnostiker, separert og alenemor". I Dagbladet 22. januar 2006 leser vi "Bachelet er et symbol, hun er et av ofrene, som endelig skal begrave diktaturet" mens VG 31. mai 2007 skriver at "hun er alenemor til tre barn- med to forskjellige

fedre”. Retorikken kan skape et budskap hvor Bachelet er kritisert både som privat person og som offentlig personlighet. Disse nyhetene mangler en dypere tematisk (politisk) analyse, men inneholder i stedet faktorer som overraskelse og personlig identifikasjon.

Linda Eide (2004) hevder at ”når mediene dekker hendelser som finner sted langt hjemmefra, dominerer gjerne kortformen *notisen*. I første halvdel av det tjuende århundre vitner fraværet av utdypende opplysninger om lav prioritet og om mangel på ressurser. Det avspeiler også avhengighet av byråenes korrespondentnett eller norske misjonærer og reisende som befinner seg på stedet der noe vesentlig eller spektakulært skjer” (2004:11).

Eide (2004) belyser at denne mangelen på utdyping bidrar til forenkling og stereotypier. For eksempel skriver VG 16. januar 2006 at ”Chile er et macholand” og at ”en kvinne skal lede macholandet”. *Macho* er et begrep som er mest brukt som en stereotyp i Latin-Amerika, det viser oss en vinkel hvor man kan identifisere mannfolk i Latin-Amerika, akkurat som vi gjør for å identifisere en engelskmann: som en gentleman. Men *macho* er vanligvis et negativt bilde av et samfunn. De tre avisene, Aftenposten, Dagbladet og VG kontekstualiserer Latin-Amerika som et macholand gjennom eksempelvis følgende ytringer: ”Machokulturelt og kvinnediskrimineringen” eller at hun ”får støtte fra et flertall av landets kvinner som er lei av machokulturen og kvinnediskrimineringen i Chile” (Aftenposten 10. desember 2005). Andre eksempel på dette er ”Chiles beskrives ofte som et ultrakonservativt samfunn, preget av katolsk tro og rå mannspekt” (Dagbladet 22. januar 2006). VG, 16. januar 2006 skriver at ”Hun er ikke bare en kvinne, hun er kvinne i et macholand”

Vi kan bruke definisjonen til Eide for å forklare at ”stereotypier står i nært slektskapsforhold til essensialisering. Stereotypier er forenklete, generaliserende oppfatninger av grupper mennesker. De kan være både positivt og negativt ladet” (2004:159).

Nyhetsvurdering påvirker hvordan journalister og redaksjoner oppfatter hva som er verdt å rette oppmersomheten mot og gjøre nyheter av. De påvirker også hvordan nyheter utformes journalistisk gjennom måten nyheter gestaltet (Strömbäck, 2001: 181, min oversettelse).

Gestaltninger beskriver virkeligheten eller aspekter av virkeligheten gjennom attributter, vinkel, fokus, ordvalg og tema. Dette er et tankekart for journalistene. VG 31. mars 2007 viser følgende attributt om Bachelet: torturoffer, hun er religiøs tviler i en dypt katolsk nasjon, hun er karismatisk, Aftenposten påpeker 10. desember 2006: Hun er agnostiker, separert

alenemor. Alle disse kjennetegnene konstruerer et bilde som fokuserer på den kommersielle nyhetsverdien. Journalistene står i fare for å marginalisere det viktigste i disse nyhetene.

3.3 Internasjonale medier har snudd seg mot Chile etter presidentvalget

I artiklene kan en finne noen reaksjoner på valget av Bachelet som president i flere internasjonale aviser. Disse har forskjellige ideologiske vinkler, og dette kan være fruktbart for analysen min i forhold til å se grad av konsensus eller uenighet mellom dem

Bachelets seier ble forsidestoff i aviser over hele verden, ikke bare fordi hun som første kvinne ble president, men også på grunn av hennes bakgrunn. Hun var ung sosialist under Allende-regjeringen fra 1970 til 1973.

Følgende aviser skrev at en kvinne hadde vunnet valget i Chile: *Aljazera*; Arabiske land, *El mundo*; Spania, *New York Times*; USA og *BBC*; Storbritannia, (basert på overskrifter i nettaviser fra 15. januar 2006). Følgende aviser skrev at en sosialistisk kvinne hadde vunnet presidentvalget i Chile: *El Pais*; Spania, *El Clarin*; Argentina og *Miami Herald*, USA (nettaviser fra 15. januar 2006).

En gjennomgående kommentar i internasjonale aviser, blant annet (*El Pais*, Spania, *El Mercurio*, Chile, *La Jornada*, Mexico, Aftenposten, Norge) er at en kvinne har vunnet valget til en mannsdominert posisjon, og dette i et land hvor likestilling ikke er en viktig prioritet i samfunnet. *El Pais* omtalte seieren som en del av “ *El ascenso de las mujeres*” ”Kvinnenes fremtog” (10. Oktober 2007).

Den chilenske avisen *El Mercurio* er en konservativ avis og en av de viktigste i Santiago, hovedstaden i Chile. Avisen var imot Salvador Allende, og støttet Augusto Pinochet under diktaturet. *El Mercurio* skrev 15. januar 2006 at valget av Bachelet var en milepæl, en kvinne hadde skrevet historie, og vist en fundamentalt ny side av Chile.

I et intervju i *El Mercurio* på Internett 15. januar 2006 understreket avisen at det er en sensasjon at en kvinne hadde tatt makten i landet. Og på førstesiden i *El Mercurio* 12. mars 2006 står det at ”Chile får sin første kvinnelige president” og siterer ordene til Bachelet da

hun avla presidenteden: “*No queremos repetir los errores del pasado*” (Vi ønsker ikke å gjenta feilene fra fortiden).

På samme måte som den spanske avisen *El Pais* er *El Mercurio* et organ som har gått over fra å støtte diktaturet til å støtte demokratiet, et organ som har blitt holdt ved like og samtidig modernisert gjennom de historiske endringene som har funnet sted i landet. Bachelet holdt etter sin seier en tale som *El Mercurio* publiserte på internett 15. januar 2006. I talen sa hun blant annet:

“Hvem hadde trodd det? Hvem hadde trodd det for 20, 10 eller 5 år siden? At Chile ville komme til å velge en kvinne som president? Dette er ikke første gangen vi chilenerne overrasker verden. Etter 17 år med diktatur gikk overgangen til demokrati for seg på en eksemplarisk måte. (...) Vi er stolte av det vi har oppnådd (...) Jeg skal være alle chileneres president”, uttalte hun.

4. Analyse 2: En spesiell erobring

4.1 Kontekst: Mexico, ett land i flammer

Presidentvalget i 2006 ble et av de mest spennende i Mexicos historie: for første gang siden 1930 kjempet et parti fra venstresiden om makten mot høyresiden med stor sjanse for å vinne. Denne saken fikk lite oppmerksomhet i norske aviser. Hvordan ble Felipe Calderón, presidentkandidat i Mexico i 2006, omtalt i norske aviser? I dette kapittelet vil det bli fokusert på journalistikkens framstilling av denne presidentkandidaten i Mexico. Som en bakgrunn vil det bli gitt en kort beskrivelse av Mexicos presidentvalg i moderne tid.

4.1.1 En innledende beskrivelse av presidentvalg i Mexico i moderne tid

I Mexico råder en overgangperiode etter at PRI, *Partido Revolucionario Institucional*, (Det institusjonelle revolusjonspartiet) som styrte landet uavbrutt i 70 år, måtte gi fra seg makten i 2000. Under PRIs styre var Mexico preget av korrupsjon, økonomiske kriser, overgrep fra myndighetene og mangel på demokratisk stabilitet. Den latinamerikanske forfatteren Mario Vargas Llosa har uttalt at PRI var "det perfekte diktatur" i Latin-Amerika. Under valget i 2000 led PRI et historisk nederlag som brakte PAN til makten.

Vicente Fox fra PAN *Partido de Accion Nacional* (Partiet for nasjonal handling) kom til makten gjennom demokratisk valg i 2000. Valget representerte et politisk skifte i Mexicos politiske historie. I sin kampanje fokuserte Fox på å skape et bilde av et nytt Mexico med et parti som representerte sine velgeres ønsker og behov. Det nye bildet innebar også en ny type president, en president med integritet, og PAN ble presentert som en vare som skulle selges.

I løpet av Vicente Fox sin presidentperiode, ble Andres Manuel Lopez Obrador fra PRD *Partido de la Revolucion Democratica*, (Det demokratiske revolusjonspartiet) borgermester i Mexico City. Han skulle vise seg å bli en sterk presidentkandidat for valget i 2006. Manuel Lopez Obrador representerte venstresiden i Mexico og hadde satt i gang en rekke tiltak for å hjelpe de fattige i millionbyen. Hans store prosjekt var å få større nasjonal kontroll over ressursene i Mexico, og utgjorde derfor som sentral kandidat til presidentvalget en trussel for den økonomisk liberalistiske modellen til PAN.

Vinneren av presidentvalget i 2006 ville bli stilt overfor en rekke store oppgaver og ha mange valgløfter å innfri. Begge partiene, PAN og PRD, lovet å bekjempe fattigdommen, kriminaliteten og korrupsjonen som preger dagens Mexico.

9. juli 2006 publiserte Aftenposten resultatene fra det mest spennende presidentvalget i Mexicos historie: Felipe Calderón (43) fra PAN: 35,89 prosent mot Andres Manuel Obrador (52) fra PRD: 35,31 prosent.

Tiden etter valget har vært vanskelig for PAN. 9. Juli 2006 skrev Aftenposten ”kaotisk etter Mexicos valg”. Dagbladet skrev 7. juli 2006 at ”Motstanderen, Andres Manuel Lopez Obrador, klager valgutfallet inn for domstolen”. To dager før, 5. juni kunne følgende leses i VG, ”opposisjonslederen [Lopez Obrador] har uttalt at han aldri vil anerkjenne Calderón som Mexicos president og at han derfor vil danne en egen regjering”. PRD organiserte gigantiske demonstrasjoner i Mexico City, og i mange dager var en av verdens største byer rammet av demonstrasjoner som gjorde situasjonen i byen ustabil. (*La Jornada* 8. juli 2008). Dagbladet skrev 7. juli 2006 at Mexico kan stå overfor uro og voldelige sammenstøt. Men på tross av opposisjonens protest ble Felipe Calderón fra PAN erklært som Mexicos nye president. Valgresultatet, kaoset som fulgte og hensynet til opposisjonen er viktige årsaker til problemene Felipe Calderón har møtt i forbindelse med gjennomføringen av den lovede liberaliseringsplanen og han har måttet ta mer hensyn til opposisjonen. Calderón har også fått kritikk for sitt forsøk på å privatisere oljen i landet, noe som er en av de største forskjellene mellom Calderón og Chávez i Venezuela.

4.1.2 Presentasjon av analyse materialet

Velgere i Norge er generelt mer engasjerte i valgprosesser sammenlignet med Latin Amerika. Siste statistikken i Mexico sier at “lav interesse for politikk har en tendens til å begrense “informasjonsdietten” for de fleste innbyggerne. I oktober 2005, for eksempel, svarte 64% (av de spurte) at de hadde lite eller ingen interesse for politikk og 67% fulgte lite eller overhode ikke med på valgkampen” (Lawson, 2008:371 min oversettelse), mens statistikken sier at befolkning i Norge leser mest aviser i hele verden. Videre informerer norsk media befolkningen om partier og politikere, mens media i Latin Amerika ikke deler det samme idealet om å informere leserne.

Under følger en presentasjon av nyhetene i norske aviser om presidentvalget i Mexico i 2006. Mitt valg av Mexico for denne analysen er basert på at det verken var en typisk kampanje eller et typisk resultat. To kandidater erklærte seg som vinnere. Uventede eller sjeldne hendelser, eller i beste fall hendelse med begge disse egenskapene, har stor nyhetsverdi.

Nyhetene som jeg vurderer i analysen er presentert sammen med forskjellige bilder som ble publisert i de norske avisene. I denne analysen skal jeg bruke tre artikler fra Aftenposten, en artikkel er publisert 4. juli 2006 og to publisert 9. juli 2006. Fra Dagbladet har jeg valgt to artikler, publisert 3. og 7. juli 2006. Fra VG har jeg valgt tre artikler, publisert 3., 5. og 21. juli 2006.

4.1.3 Nyhetsartikler som analysen bygger på

6. Aftenposten 4. juli 2006

Overskrift: Kaotisk etter Mexicos valg

Ingress: ”Politisk uro truer etter at både presidentkandidatene fra venstre og høyresiden utropte seg som vinnere av søndagens valg”. Artikkelforfatter er Arne Halvorsen, som oppholdt seg i Rio de Janeiro. Artikkelen beskriver kaos i Mexico etter at de to kampanjene Andres Manuel Lopez Obrador fra venstresiden og høyresidens Felipe Calderón begge erklærte seg som vinnere av søndagens presidentvalg.

Aftenposten presenterer under et kart over Mexico og en tabell med fakta om Mexico som blant annet viser antall innbyggere, nåværende president, fattigdomstall i Mexico, inflasjon, og eksporttall.

7. Aftenposten 9. juli 2006

Overskrift: Mexico refser USA

Ingress: ”Mexicos nyvalgte president Felipe Calderón tar til orde for bred koalisjon. Han refser amerikanerne og sier at en grensemur ikke løser problemet med ulovlige mexicanske innvandrere til USA”. Artikkelforfatteren skriver at ”Calderón ser mest ut som en kjedelig kontorist, og til og med hans tilhengere mener han utstråler negativ karisma. Men han er kjent for å være en hard og besluttsom politiker, som kalles konservativ, men som beskriver seg som en sentrumspolitiker”.



Bilde 5

Bildetekst: Felipe Calderón vant presidentvalget med knapt flertall og ønsker å danne en bred koalisjonsregjering når han overtar som Mexicos president 1. desember. Foto: Dario Lopez-Mills/AP/Scandix.

Tekstene i artiklene beskriver Calderón som en ”kjedelig kontorist”. Calderón studerte ved (ITAM), en av de dyreste privatskolene i Mexico og har en Master i offentlig administrasjon (MBA).

8. Aftenposten 9. juli 2006

Overskrift: Masseprotest i Mexico etter valg

Ingress: ”Nær 300 000 meksikanere samlet seg i Mexico City i går for å kreve at stemmene etter forrige ukes presidentvalg skal telles på nytt”. Nyhetsforfatter: Solrun Dregelif.

Nyheten gir en oversikt over det som skjedde etter valgresultatene ble kjent: Zocalo Square var ”tettpakket av Obrador støttespillere som var kommet for å høre på den opprørte opposisjonslederen”.



Bilde 6

Bildetekst: Masseprotest i Mexico etter valg. Foto: Alfredo Estrella

Dette bildet ble tatt på El *Zocalo* i Mexico City. Bildet illustrerer det som ble sagt i ingressen, at rundt 300 000 mennesker var ”på demonstrasjon for å støtte Lopez Obrador som ”*legitimo presidente*” (den rettmessige presidenten). Den gule fargen på flagget, på klærne til demonstrantene og på slipset til Obrador representerer den gule fargen på logoen til det politiske partiet PRD, som Obrador tilhører.

9. Dagbladet 3.juli 2006

Overskrift: Jeg vant!

Ingress: ”Begge de mexicanske presidentkandidatene erklærer seg som vinner av valget”. Artikkelforfatter er Ole-Thomas Steiro Andersen. Journalisten skriver at mexicanerne gikk til valgurnene søndag, i det jevneste og mest aggressive valget i Mexico på mange år. Kandidatene har beskyldt hverandre for valgfusk og hengt hverandre ut på tv.

Under følger to bilder av de to presidentkandidatene som Dagbladet presenterer på en parodisk måte.



Bilde 7

Bildetekst: JEG VANT! Både Felipe Calderón og motstanderen hans, Andres Manuel Lopez Obrador, har erklært seg som vinnere av det mexicanske presidentvalget: Foto AP.

Dagbladet understreker de første ordene under bildeteksten med ”fete typer”. I dette tilfellet var ”JEG VANT!” et utsagn som avisen sette opp mot teksten under bilde 8, hvor det står JEG VANT OGSÅ! På begge bildene ser vi triumf og glede. Dagbladet sin fremstilling er ironisk: to presidentkandidater som erklærer seg som president.



Bilde 8

Bildetekst: JEG VANT OGSÅ!: Andres Manuel Lopez Obrador (bildet over) som etter den foreløpige valgopptellingen ligger én prosent bak rivalen Felipe Calderón, avviser ikke at han kan komme til å legge inn en protest dersom tallene viser at han har tapt det svært jevne valget. Foto: EPA

10. Dagbladet 07.juli 2006

Overskrift: Syltynn konservativ seier i Mexico

Ingress: ”Den konservative Felipe Calderón ser ut til å ha vunnet presidentvalget i Mexico med en ledelse så tynn som et barberblad”. Artikkelforfatter: Einar Hagvaag som befinner seg i Brussel. Artikkelforfatteren skriver at da 99,92 % av stemmene offisielt var optelt skilte 0,55 prosentpoeng- mindre enn 200 000 av de mer enn 41 millioner stemmene- de to kandidatene. 35,87 % for Calderón mot 35,31 for Lopez Obrador. Dette utfallet kan føre til uro og vold i gatene i Mexico, skrev Hagvaag.



Bilde 9

Bildetekst: HÅRFINT: Ifølge tellingen vant Calderón med knapp margin. **Foto:** SCANPIX
Dagbladet kan ha brukt uttrykket HÅRFIN av to grunner: på grunn av liten margin i presidentvalget og på grunn av utseendet til den nåværende presidenten Felipe Calderón. "Hårfint" kan også være en metafor for det kontroversielle valget.

11. VG 3. juli 2006

Overskrift: Mexico: Høyresiden leder

Ingress: "Mexicos konservative presidentkandidat, Felipe Calderón, utropte seg selv til vinner i valget som har vært svært jevnt mellom de to hovedkonkurrentene". Kilde: NTB.

Ifølge artikkelen viser offisielle tall at Calderón leder med nærmere 400.000 stemmer over venstresidens mann, Andres Manuel Lopez Obrador. Tidligere på kvelden hevdet Lopez Obrador å være vinner av valget. Samtidig skriver artikkelforfatteren at Lopez Obrador hevder at "ifølge våre tall har vi vunnet valget med minst 500 000 stemmer.



Bilde 10

Bildetekst: I TET: De konservatives presidentkandidat Felipe Calderón løfter armen etter at foreløpige resultater viste et lite forsprang til venstresidens kandidat Andres Manuel Lopez Obrador. Valgresultatet er veldig jevnt, og også Lopez Obrador mener han har vunnet. Foto: SCANPIX

12. VG 05. juli 2006

Overskrift: Calderón erklæres som valgvinner

Ingress: "Valgdomstolen i Mexico har enstemmig kommet fram til at Felipe Calderón vant presidentvalget som ble holdt i begynnelsen av juli". Artikkelen er fra NTB. I artikkelen står det at "i den siste avgjørende avstemningen kom valgdomstolens sju dommere enstemmig fram til at den konservative kandidaten Felipe Calderón har vunnet presidentvalget i Mexico. Dermed er Calderón offisielt utropt som vinner av det jevneste presidentvalget i Mexico noensinne".



Bilde 11

Bildetekst: **VANT VALGET:** Felipe Calderón i Mexico. Foto: AFP

På Bilde 11 og 12 ser vi to ulike kandidater som har det samme uttrykket, begge erklærte seg som vinner og begge uttrykker sin glede. Felipe Calderón viser et stort smil, og Lopez Obrador (bilde 12) gjør det samme på et av de mest symboliske stedene i Mexico –*el zocalo* i Mexico City. VG skaper en parodi av de to kandidatene som i sine taler har erklært seg som erkerivaler. Under bilde 12 ble TAPTE skrevet med store bokstaver

13. VG 21. november 2006

Overskrift: Obrador innsatte seg selv til president

Ingress: ”Opposisjonsleder Andres Manuel Lopez Obrador erklærte seg mandag som Mexicos eneste rettmessige president”. Kilde: NTB.

Artikkelen formidler at Lopez Obrador nekter å godta seieren til de konservatives kandidat og at Felipe Calderón ble utropt til vinner av presidentvalget i Mexico i juli. Opposisjonslederen har uttalt at han aldri vil anerkjenne Calderón som Mexicos president og at han derfor vil danne en egen regjering.



Bilde 12

Bildetekst: TAPTE: Andres Manuel Lopez Obrador tapte i presidentvalget, men ble ”president” likevel. Foto: AP

4.2 Analyse

Som i forrige analyse presenteres som et første trinn i analysen 3 tabeller med gestaltungs-faktorer som anvendes i analysen.

Tabell 4: Gestaltungs-faktorer i Aftenposten 4. og 9. juli 2006

Felipe Calderón i Aftenposten			
	Aftenposten 4. juli 2006	Aftenposten 9. juli 2006	Aftenposten 9. juli 2006
Hovedoverskrift	Kaotisk etter Mexico valg	Mexico refser USA	Masseprotest i Mexico etter valg
Ingress	Politisk uro truer etter at både presidentkandidatene fra venstre og høyresiden utropte seg som vinnere av søndagens valg.	Mexicos nyvalgte president Felipe Calderón tar til orde for en bred koalisjon. Han refser amerikanerne og sier at en grensemur ikke løser problemet med ulovlige mexicanske innvandrere til USA.	Nær 300 000 meksikanere samlet seg i Mexico City i går for å kreve at stemmene etter forrige ukes presidentvalg skal telles på nytt
Dominant rammegrnlag	De to kamphanenes tilhengere feiret.	<ul style="list-style-type: none"> • Calderón har en positiv holdning til USA, men han er også kritisk til USAs innvandringspolitikk. • Chávez- kritiker. 	Den konservative Felipe Calderón vant med knapp margin.
Formidling av moralske vurderinger		Den lett skallede og bebrillede Calderón ser mest ut som en kjedelig kontorist, og til og med hans tilhengere mener han utstråler negativ karisma.	Den konservative Felipe Calderón.
Uttrykk brukt for å beskrive motstanderen Manuel Lopez Obrador	Lopez Obrador er karismatisk og populist	Calderón stemplet sin argeste rival, Lopez Obrador, som en Mexicos Hugo Chávez: En politiker som ønsker seg diktatorisk makt, som Venezuela omstridte president Chávez.	<ul style="list-style-type: none"> • Zocalo Square var tettpakket av Lopez støttespillere. • Nå vil Lopez Obrador gå rettens vei for å få resultatet kjent ugyldig
Hyppigst ord/uttrykk	Ingen	Ingen	Ingen
Kontekstuell ramme	Hvis Calderón vinner regner de fleste med at han vil fortsette den liberale linjen som har preget Mexicos politikk under Fox sitt styre	Mexicos nyvalgte president, Felipe Calderón er oppflasket i partiet PAN. Det var faren som stiftet partiet i 1939, men han lyktes ikke særlig godt og tapte åtte valg på rad.	Valgobservatører fra EU sa fredag at de ikke hadde funnet noe galt med valget forrige søndag.
Kilder	Lopez Obrador, tidligere president Vicente Fox.	Analytikere	EU observatører, Lopez Obrador

Tabell 5: Gestaltungs-faktorer i Dagbladet 3. og 7. juli 2006

Felipe Calderón i Dagbladet		
	Dagbladet 9 3 juli 2006	Dagbladet 10 7. juli 2006
Hovedoverskrift	Jeg vant!	Syltynn konservativ seier i Mexico
Ingress	Begge de mexicanske presidentkandidatene erklærer seg som vinner av valget	Den konservative Felipe Calderón ser ut til å ha vunnet presidentvalget i Mexico med en ledelse så tynn som et barberblad
Dominant rammegrunnlag	Jevneste og mest aggressive valg i Mexico på mange år	Mexico kan stå overfor uro og voldelige sammenstøt i gatene med dette utfallet.
Formidling av moralske vurderinger	<ul style="list-style-type: none"> • Jeg vant! – Calderón • Jeg vant også!- Lopez Obrador • Bitre rivaler 	Calderón har vunnet presidentvalget i Mexico med en ledelse så tynn som et barberblad.
Uttrykk brukt for å beskrive motstanderen Manuel Lopez Obrador	”Smil: vi har allerede vunnet”, sa Lopez Obrador til sine tilhengere	Lopez Obrador gikk ut i gatene med krav om rettferdig opptelling og anklager om valgfusk.
Hyppigst anvendte ord/uttrykk	Løgn! (2) Fusk! (2)	
Kontekstuell ramme	Skeptikerne frykter at det ytterst spennende presidentvalget i Mexico kan ende i voldelige opptøyer etter at begge de to bitre rivalene erklærte seg som som vinner.	Mexico kan stå framfor uro og voldelige sammenstøt.
Kilder	Dagbladet.no, Calderón, Lopez Obrador	Lopez Obrador, Calderon

Tabell 6: Gestaltungs-faktorer i VG 3. 5. juli og 21. november 2006

Felipe Calderón i VG			
	VG 11 03. juli 2006	VG 12 05. juli 2006	VG 13 21. november.2006
Hovedoverskrift	Mexico: Høyresiden leder	Calderón erklæres som valgvinger	Lopez Obrador innsatte seg selv til president
Ingress	Mexicos konservative presidentkandidat, Felipe Calderón, utropte seg selv til vinner av valget som har vært svært jevnt mellom de to hovedkonkurrentene	Valgdomstolen i Mexico har enstemmig kommet fram til at Felipe Calderón vant presidentvalget som ble holdt i begynnelsen av juli.	Opposisjonsleder Andres Manuel Lopez Obrador erklærte seg mandag som Mexicos eneste rettmessige president.
Dominant rammegrnlag	Spenningen i Mexico stiger etter myndighetenes offisielle kunngjøring om at det ikke vil bli utropt noen vinner på flere dager.	Calderón er offisielt utropt som vinner av det jevneste presidentvalget i Mexico noensinne.	Lopez Obrador nekter å godta at det konservatives partiets kandidat Felipe Calderon ble utropt til vinner av presidentvalget i Mexico i juli.
Formidling av moralske vurderinger	Folk er frustrerte	Lopez Obrador mener Calderón sto bak massivt valgfusk under presidentvalget 2. Juli	
Uttrykk brukt for å beskrive motstanderen Manuel Lopez Obrador (AMLO)	Motstanderne mener at Lopez Obrador prøver å finne en unnskyldning for å mobilisere sine tilhengere til bråk.	Lopez Obrador har uttalt at han aldri vil anerkjenne Calderón som Mexicos president og at han vil danne en parallell regjering.	Veronica Bernal, ansatt i Mexico bys foretningsstrøk: Lopez Obrador er en klovn. Han tapte og nå er det på tide at han innses det.
Hyppigst anvendte ord/uttrykk			
Kontekstuell ramme	Offisielle tall viste at Calderón ledet med nærmere 400.000 stemmer over venstresidens mann, Lopez Obrador.	Venstresiden i landet har organisert demonstrasjoner som har lammet deler av sentrum i Mexico by den siste måneden.	Mexicos venstreside har organisert en rekke omfattende demonstrasjoner mot valgresultatet, og titusenvise av mennesker har deltatt i Lopez Obradors protestaksjoner. Sermonien mandag har vakt frykt for at Mexico by igjen kan bli lammet at demonstrasjoner.
Kilder	Åsa Åkesson, svenske valgobservatøren, Reuters, motstanderne til Lopez	NTB	NTB

4.2.1 Analyse av gestaltningsfaktorer

I denne del av oppgaven analyserer jeg hvordan metaforer var knyttet til sport og til politisk journalistikk, og hvordan journalistene brukte de fysiske personlighetene av kandidater for å belyse deres svake politiske sider. Journalistene benytter sportsgestaltninger som fokuserer på politikk som spill og strategi for å belyse en del av Mexico som ikke er kjent i Norge. I samme kapittel vil jeg beskrive faktorer rundt skandalegestaltning og hvordan journalistene brukte *negativitetsfaktorer*.

De tre tabellene som jeg presenterer på side 45-47 viser hvordan nyhetsrammen om presidentvalget i Mexico ble presentert i norske aviser og hvordan disse avisene tolker situasjonen i Mexico i tiden rundt presidentvalget. Kategorien ”uttrykk brukt for å beskrive motstanderen Manuel Lopez Obrador” belyser hvordan Lopez Obrador ble fremstilt. I tabellen blir begge kandidatene presentert ettersom valgkampen var svært jevn og begge kandidater fikk mye oppmerksomhet i norske aviser. Faktorene som blir brukt i tabellen er basert på både Entman og Tankard og tilpasset analysen til presidentvalget i Mexico: Hovedoverskrift, ingress, dominerende rammegrnlag, formidling av moralske vurderinger, nyhetsramme rundt opposisjonslederen Andres Manuel Lopez Obrador, hyppigst anvendte ord/uttrykk, kontekstuell ramme og kilder.

4.2.2 Journalisters vinkling mot det politiske spillet

”Jeg vant”. Dette var en overskrift i Dagbladet 3. juli 2006. Artikkelen fra journalist Ole Thomas Steiro Andersen har to bilder fra EPA. Teksten under bildet i artikkelen (bilde 7) er den samme som overskriften ”Jeg vant!” (med store bokstaver), mens det under bilde 8 (som er fra samme artikkel) står ”Jeg vant også” (også med store bokstaver).

Overskriften, bildet og bildeteksten bidrar sammen til å fremstille saken mer som en sportsnyhet enn som en politisk nyhet fordi det er en strategisk vinkel preget ikke bare av stoffvalget i politiske journalistikk, men også av sportsbruken for å øke nyhetsinteressen.

Gestaltninger skaper, som beskrevet tidligere, et rammeverk for tolkning, og de gir til en viss grad ledetråder for leserne om hvordan en nyhet bør forstås. Journalister kaster lys på noe som kan gi signaler om mulig påvirkning, manipulasjon eller propaganda. Aftenposten publiserte 4. juli 2006, ”politiske uro truer etter at både presidentkandidatene fra venstre og høyresiden

utropte seg som vinnere av søndagens valg”. I semiotiske termer innebærer dette at funksjonen til journalistikkens gestaltninger er å skape en ”preferred reading” av nyhet (Strömbäck, 2001). Det hindrer alternative tolkninger og betydninger av en journalistisk tekst. Uttrykt i termer av psykologiske effekter, skriver David Tewsbury:

Forskning og gestaltningsteori bygger på at medierede buskap, gjennom å framhäva vissa aspekter av ett problem snarare än andra, kan påverka människor så att de tar hänsyn til väldigt olika saker när de funderar över en fråga og formar sina opinioner. David Tewsbury (2000) referer i Strömbäck (2001:178).

4.2.3 Sportsmetafor som gestaltningsfaktor

I en slik situasjon kan vi se at norsk presse delvis her beskriver et problem: to presidentkandidater har erklært seg som vinnere. En offisiell president, og en rettmessig president. Under bildet i VG-artikkelen 21. november 2006 (bilde 12) sto det: ”Tapte (med store bokstaver): Andres Manuel Lopez Obrador tapte i presidentvalget, men ble ”president” likevel”. I artikkelens tekst kan vi videre lese at opposisjonsleder Andres Manuel Lopez Obrador mandag erklærte seg som eneste rettmessige president. 5. juli 2006 skriver VG imidlertid at Calderón erklæres som valgvinner.

Når journalistene fremstiller politiske nyheter som en sportsnyhet, mister nyhetene en del av sin seriøsitet og som en konsekvens kan oppmerksomheten om saken bli svekket. Dette er en kritikk mot journalister som omtaler den interne politikkens spill eller den interne politikerens spill (Eide, 2004:173).

En annen konsekvens av å fremstille politikk som sportsnyhet er at nyheten blir satt i et konfliktfokus. Konflikter er på mange måter selve kjernen i all sport, i hvert fall dersom man ser konkurranse og konflikt som synonymer. Noen vinner, som Calderón: ”Jeg vant” (Dagbladet, 3. juli 2006), ”Vant valget” (VG, 05. juli 2006), eller den kontroversielle kommentaren under bildet 8: ”Jeg vant også” i (Dagbladet, 03. juli 2006). Og noen taper som i bildeteksten ”Tapte” fra VG 21. november 2006). Aftenposten presenterte nyhetene på en annen måte: ”Kaotisk etter Mexico valg” (Aftenposten 4. juli 2006) og ”Masseprotest i Mexico etter valg” (Aftenposten 9. juli 2006).

Sentralt er å studere hvordan journalistikken kan tolke alle hendelser og hvordan konkurransen mellom de to kandidater utviklet seg. I sportens verden finnes serietabeller, i

politikkens verden finner vi opinionsundersøkelser. I nyhetene om valget i Mexico ble ingen opinionsundersøkelse presentert, men avisene trykket bilder av kandidatene, noe de kan ha gjort for å øke nyhetenes underholdningsfaktor. Eide beskriver hvordan metaforikken er knyttet til sport og til politisk journalistikk:

”Sportsmetaforer spiller en ledende rolle i politisk journalistikk. Vi kan høre, se og lese om han som vant TV-debatten på knockout. Om alle politikerne som gjerne vil være på banen. Om noen som ble spilt ut over sidelinjen. Andre fikk av og til inn en fulltreffer. Noen spilte for defensivt. Andre forsøkte seg med fikse finter, noen med raske kontringer. Noen vant, andre ble liggende etter- og noen finner visst aldri formen” (2004:169-170).

I dette spillet kan det observeres at journalister ifra de tre utvalgte norske avisene har bygget opp en personkonfrontasjon mellom de to meksikanske kandidater. I tabell 4, 5 og 6 under kategorien *formidling av moralske vurderinger* leser vi i Aftenposten, 9. juli 2006, at den ”lett skallede og bebrillede Calderón ser mest ut som en kjedelig kontorist, og til og med hans tilhengere mener han utstråler negativ karisma”. Dagbladet 7. juli 2006 skriver at Calderón har vunnet presidentvalget i Mexico med en ledelse så tynn som et barberblad, mens de viser et bilde at en nesten loslott Calderón (bilde 9). Bildetekst er ”hårfint: ifølge tellingen vant Calderón med knapp margin”. VG skriver 5. juli 2006 at Manuel Lopez mener Calderón sto bak massivt valgfusk under presidentvalget 1. juli. I motsetningen til disse kommentarer rundt de konservatives kandidat, kan vi lese i Aftenposten 4. juli 2006 at Lopez Obrador er karismatisk og populist. Dagbladet 3. juli 2006 skriver: ”Smil: vi har allerede vunnet”, men i VG 5. juli 2006 står det at Manuel Lopez Obrador har uttalt at han aldri vil anerkjenne Calderón som Mexicos president og at han vil danne en parallell regjering.

Både Aftenposten og Dagbladet sammenligner de to kandidater gjennom overfladiske kommentarer om personaliteten, karisma og fysiske detaljer. De konservatives presidentkandidat er en kjedelig kontorist, mens venstre presidentkandidaten blir fremhevet som karismatisk. Gjennom skjulte kommentarer uttrykker journalistene sin sympati for venstresiden i Latin-Amerika. Nevnte eksempel synliggjør hvordan journalistikk med strategiorientert vinkel i særlig grad dominerer over innholdsorientert journalistikk.

4.2.4 Skandalegestaltning

Latin American attitudes, values, and beliefs regarding the conduct of politics, business, and life in general remain misunderstood by many. The media have sensationalized issues such as political corruption and instability, narcotics trafficking, and immigration problems, overshadowing attempts to promote democracy, trade, development, tourism, and regional cooperation. Hillman (2005: xiii).

Journalistene har en tendens til å fokusere på korrupsjonsskandaler av ulike slag blant politiske aktører. I Mexico, som betraktes som et land med et svakt og lite etablert demokrati, er korrupsjon en del av hverdagen. Den meksikanske avisen *La Jornada* skrev 8. juli 2006 at ”det ble observert store uregelmessigheter under valget”, noe som kan være tegn på valgfusk. *La Jornada*, ser vi her gestalter presidentvalget som en korrupsjonsskandale. Det finnes normer for skandaler som regnes for ekstra sensitive, som ”normene som omgir sex, penger og makt står i så måte i en særklasse” (Thompson (1997) referert i Eide (2001:15)). De norske avisene var mer forsiktige med å omtale valget på denne måten.

I tabell 5 er de hyppigst anvendte ord/uttrykk ”Løgn!” og ”Fusk!” (Dagbladet 3. juli 2006), mens i tabell 6 ser vi at VGs anvendte ord/uttrykk er ”valgfusk!”, ”Det jukses” ”ble fratatt valgseieren”, og ”De rike gutta stjal seieren” (VG 3. juli 2006). Alle disse uttalelsene kom fra Manuel Andres Lopez Obrador. Jeg mener at tonen i de to populære avisene var mer klar enn tonen som ble brukt i Aftenposten, som skrev: ”valgobservatører fra EU sa fredag at de ikke hadde funnet noe galt med valget forrige søndag” (se tabell 7). Uttalelsene fra både Dagbladet og VG antyder korrupsjonsskandale i valgkampanjen, og det er her populærjournalistisk makt ligger, i dens forenkling og store gjennomslag. Saken kan også tolkes som en skandale, slik som Strömbäck beskriver:

En faktor av betydelse i det sammenhenger är vilka proportioner uppmärksamheten kring någonting får: I själva skandalgestatningen inngår att något uppmärksammas stort. En annan viktig faktor är vilken ton artiklarna eller inslagen har. I en artikel eller ett innslag kan tonen vara mer eller mindre känsloladdad og anklagande, og det får avgöra om journalistikens sak bedömas som sak – eller skandalgestaltande (Strömbäck, 2001:245).

En annen nyhet som ble presentert som en skandale var en uttalelse fra presidentkandidaten Felipe Calderón. Aftenpostens skandalegestaltning var at Calderón er USA-vennlig men kritiker av amerikansk innvandringspolitikk (Aftenposten 4. juli 2007). Nyheten fikk best plassering av alle nyhetene som er analysert i denne oppgaven. Aftenposten bruker søndagens førsteside for å vise en USA kritisk latinamerikansk kandidat. Denne historien fikk mye oppmerksomhet. Nyheten kan ha fått nettopp den plasseringen den fikk for å fange og holde oppmerksomhet mer enn for å trenge inn i materien.

Skandalehistorier om Latin-Amerika har også preget norsk journalistikk, og er kanskje den mest brukte fremstillingen for å belyse nyheter om kontinentet. To politiske aktører som har skapt oppmerksomhet i media på grunn av at deres uttalelser har vært preget av skandale, er Venezuelas president Hugo Chávez, og Cubas tidligere president Fidel Castro.

I kontrast til plasseringen av denne nyheten om Calderón, ble nyheten om at Chile hadde fått ny president, Michel Bachelet, presentert på side 22 i Dagbladet, ved siden av seksjonen Sex & samliv. I Dagbladet 19. august 2007 finnes en nyhetsartikkel om president Hugo Chávez som ble plassert ved siden av et stort bilde tatt av fotografen Spencer Tunick med 600 nakne mennesker på en sveitsisk isbre. Det er vanskelig å forstå hvorfor avisene organiserer utenlandske nyheter på en slik måte. En grunn kan være at begge nyhetene kom på en søndag og intensjonen for å presentere slike tema kan variere fra dag til dag. I tillegg kan man tenke seg at underholdningsstrategien benyttes mer i helgen enn i hverdagen. At aviser legger stadig mer vekt på visuelle fremstillinger, har blitt tolket som et postmoderne trekk ved medieutviklingen. Astrid Gynndild (1988) referert i Eide (1992: 44) hevder at:

”billedbruken i løssalgstabloidene bidrar til å danne mentale bilder av en verden der mennesker er isolert og alene, uten bånd til familie og andre fellesskap. Dagbladet og Ekstra Bladet formidler også et inntrykk av at vi lever i et samfunn der alt er privatisert og individualisert, der politikernes syn på politikk er uinteressant og det eneste som betyr noe er å få høre hvordan de skal tilbringe helgen”.

Plasseringen av artikkelen i Aftenposten 9. juli 2007 ga nyheten mer oppmerksomhet enn det som er vanlig for latinamerikanske nyheter. Overskriften var: ”Mexico refser USA” Artikkelen presenterer det største problemet den nye presidenten må forholde seg til: ”det er ikke mulig å løse den illegale immigrasjonen fra Mexico til USA med den amerikanske nasjonalgarden og en grensemur” sier Calderón. Mexico og USA har dannet tette forhold seg imellom, både politisk og økonomisk. Mexico signerte i 1994 en handelsavtale med Canada og USA; NAFTA; (*North American Free Trade Agreement*), og de siste 10 årene har 90 prosent av meksikansk eksport gått til USA og Canada.

Norske medier var tidlig ute med å skrive om de to største kreftene under presidentvalget i Mexico: Venstre- og høyresiden. Både Aftenposten og VG beskriver Calderón som Chavez-kritiker. Vinklingen kan skape inntrykk av at Calderón er mer positiv til å samarbeide med USA enn med Latin-Amerika. Aftenposten skrev 9. juli 2006 at under hele valgkampen har

Calderón stemplet sin rival, Andres Manuel Lopez Obrador, som Mexicos versjon av Hugo Chávez: en politiker som ønsker seg diktatorisk makt, slik som Venezuelas omstridte president Chávez, og som vil ødelegge det gode forholdet til USA.

VG skriver 21. november 2006 at Calderón ”sanket stemmer blant forretningslederne og blant middelklassen. Calderón regnes også som en støttespiller av USA, som fryktet at en seirende Lopez Obrador skulle plassere Mexico blant Latin-Amerikas antiamerikanske statsledere”.

Den Chavez-kritiske kommentaren er en kontrast til den såkalte nye venstrebølgen i Latin-Amerika, og bekrefter at ikke alle politikere på kontinentet er enige med ideologien til Hugo Chávez. Mexico har alltid hatt et sterkt økonomisk avhengighetsforhold til USA.

4.2.5 Journalistikkens fremstilling av kandidatene

Hvordan fremstilles politikerne av journalistene? Er journalistikken et speil av virkeligheten? En politiker i den medialiserte virkeligheten er ikke det samme som en politiker i en objektivt eksisterende ”virkelighet” fordi virkeligheten alltid vil bli oppfattet av noen, og denne noen vil alltid ikke være objektiv. Svaret på det siste spørsmålet er derfor nei. De medialiserte bildene av virkeligheten er altså ikke det samme som en objektiv virkelighet (Strömbäck 2004). Media og journalister skaper seg i stedet sin egen virkelighet, som preges av visse karaktertrekk. Gestaltning av politikk er et fremtredende karaktertrekk i dagens politiske journalistikk, og særlig i de norske populæravisene Dagbladet og VG.

4.2.6 Moralsk vurdering som gestaltungs faktor

For å belyse den medialiserte fremstillingen avisene gir av Felipe Calderón, vil det være hensiktsmessig å bruke en faktor Entman (2004) kaller moralsk vurdering. Aftenposten beskriver 9. juli 2006 Calderón som konservativ og katolikk, men ingen av de tre avisene skriver om Felipe Calderóns politiske visjoner. I Mexico regnes Calderón som konservativ på grunn av hans synspunkter mot abort, mot barmhjertighets drap, mot prevensjon og mot homofilt ekteskap. Calderóns hovedsaker under valgkampanjen var blant annet en ny skattepolitikk med økte skatter som skulle gå til å forbedre helseapparatet og et bredt program for å få folk i arbeid.

De norske avisene skaper to helt forskjellige bilder av de to presidentkandidatene; Felipe Calderón er en kjedelig kontorist, lett skallet, bebrillet, og konservativ kandidat (Aftenposten 9. juli 2008) og Andres Manuel Lopez Obrador er karismatisk og populistisk (Aftenposten 9. juli 2008). Avisenes beskrivelse av Calderón er preget av en tabloid fremstilling.

I hvilken politisk sfære beveger de to kandidatene seg? Lopez Obrador skrev en bok etter presidentvalget i 2006 for å forklare hvordan valgprosessen foregikk, boken heter ”*La mafia nos robo la presidencia, solo le han quitado una pluma al gallo*” (”Mafiaen har stjålet presidentembetet fra oss, men de har bare plukket en fjær av hanen”) I denne boken beskriver Obrador to typer politikere på følgende måte:

Livet til en tradisjonell politiker er veldig forskjellig fra livet til en opposisjonspolitiker som er opptatt av sosiale spørsmål. For en tradisjonell politiker består dagsorden av å spise frokost med andre politikere, med direktører eller journalister... en politiker som er del av en sosial bevegelse kjenner folket bedre; vet hvordan de tenker, hvilke følelser de har, og bruker i tillegg disse erfaringene i opposisjonskampen (Lopez Obrador 2007: 53 min oversettelse).

Lopez Obrador beskriver Calderón som en tradisjonell politiker og kaller seg selv leder av en sosial bevegelse. I dette tilfellet stemmer vinklingen til Obrador overens med vinklingen til de norske avisene. Aftenposten påpeker 4. juli 2006 at Obrador er populist, en term som kan gi leserne konnotasjoner til nasjonalisme og anti-oligarki, spesielt i Latin-Amerika. VG og Dagbladet skriver ikke at han er populist, men VG skrev 21. november 2006 at Obrador har stor støtte blant Mexicos fattige, noe som er typisk for populistiske bevegelser i Latin-Amerika.

5. Analyse 3: Venezuela og Chávez sine demoner

5.1 Kontekst: Da Chávez fornærmet djevelen

Venstresiden har vunnet fram i land i Latin-Amerika hvor den har hatt mulighet for å mobilisere store velgergrupper langs en økonomisk skillelinje. Fremstillingen av Venezuela i media fokuserer på den såkalte venstreboelgen som har preget det latinamerikanske kontinentet de siste årene. For første gang siden 1960-tallet lever folk flest i Latin-Amerika under regimer som identifiserer seg med den politiske venstresiden.

Venezuelas mangeårige demokrati ble utfordret av to kuppforsøk mot regjeringen til Carlos Andres Perez i 1992. På grunn av anklager om korrupsjon og innføring av strenge innstramminger var motstanden mot Perez sitt styre blitt så stor at opposisjonslederne, og særlig Hugo Chávez, hadde bred støtte for sitt første kuppforsøk den 4. februar 1992. Perez ble avsatt som president i 1993 og ble anklaget for misbruk av midler, stilt for retten og dømt. Perez-regjeringens fall bidro til å underminere folkets oppfatning av et demokratisk styresett i et land der økonomisk nedgang og elitenes dominerende har tært på støtten til tradisjonelle partier (Hillman, 2005:104).

Chávez vant presidentvalget i 1998, seks år etter hans forsøk på å fjerne den demokratiske valgte Perez-regjeringen. Chávez sin maktovertakelse er del av en mye diskutert "venstredreining" av latinamerikansk politikk. I 2002 tok en opposisjonsgruppe makten midlertidig fra Chávez i et kupp som mange mener hadde -i det minste stilltiende- samtykke fra USA. Selv om Chávez raskt tok makten tilbake fortsatte opposisjonen sine anstrengelser for å bli kvitt Chávez ved hjelp av en rekke streiker og tilslutt en folkeavstemning i august 2004, hvor opposisjonen led et klart nederlag.

Hugo Chávez vant presidentvalgene i 1998, 2000 og 2006 med et flertall av stemmene på et radikalt nasjonalt program som appellerte til de fattige og utstøtte. Venezuela er det venstredreide latinamerikanske landet som har fått størst oppmerksomhet, spesielt i norske medier, og det er ikke tilfeldig: Da Hugo Chávez vant valget i Venezuela i 1998, var han den første venstrekandidaten siden Salvador Allende i Chile i 1970 som hadde vunnet et valg i Latin-Amerika.

Hugo Chávez bidro til å gi den latinamerikanske populismen et nytt ansikt. Mens den neolibérale populismen synes å ha vært et forbigående fenomen, har Chávez, i motsetning til liberale neopopulister, så langt lyktes i å skape en bevegelse som identifiserer seg med ham og de slagord, symboler og mål han representerer (Berntzen, 2006:19).

Venezuela representerer således det klareste eksemplet på den nye venstrepopulismen i Latin-Amerika. President Chávez ukentlige TV- og radio program *Alo Presidente!* Er et moderne eksempel på en populistisk leders forsøk på å kommunisere direkte med folket. Han bruker media gjennom sitt tv-program for å vise sin nærhet til folket i Venezuela.

5.1.1 Presentasjon av analysematerialiet

Denne analysen vil bli fokusert om fem nyhetsartikler, en leder og en kommentar som omhandler presidentvalget i Venezuela i 2006. En kommentar fra Aftenposten, fra 5. desember 2006 og en artikkel fra 2. februar 2007. Fra Dagbladet vil en artikkel publisert 4. desember 2006, en kommentar fra 1. februar 2006 og en leder publisert 1. februar 2006. bli analysert Fra VG vil det bli benyttet en artikkel publisert 4. desember 2006 og en publisert 6. desember 2006.

I likhet med de to forrige analysene vil jeg benytte bilder. I tilnærmingen til studier av *frames* vil det sentrale første trinn være å identifisere en frames-liste for det bestemte feltet som skal undersøkes. Hver ramme vil deretter bli definert i forhold til spesifikke nøkkelord, slagord og bilder.

5.1.2 Nyhetsartikler som analysen bygger på

14. **Aftenposten** 5. desember 2006

Overskrift: Chávez i revers

Ingress: "Seier med bismak. Hugo Chávez vant valget i Venezuela, men utfordres nå av en samlet opposisjon. Og han mister politisk innflytelse i Latin-Amerika". Kommentarforfatter er Arne Halvorsen som skrev fra Rio de Janeiro. Artikkelen handler om seieren til Chávez, som vant med over 20 prosentpoeng mer enn sin motstander. Artikkelen har fire deler. Første del har overskriften "Kritikk hjemme" og skriver at hans tilhengere er misfornøyde med tempoet i revolusjonen, mens andre mener han bruker for mye oljepenger i utlandet. Andre del titulert "Svekket ute" omtaler drømmen om den bolivarianske revolusjonen, om å realisere den store latinske revolusjonshelten Simon Bolivars ide om et samlet Sør-Amerika, er i ferd

med å smuldre bort og at Chávez skremmer stadig flere statsledere i Latin-Amerika. Tredje del, "Evo tviler", skriver at Bolivias president, som betraktes som en disippel av Chávez, har begynt å vakle. Siste del av artikkelen heter "Djevelen". I denne delen skriver Halvorsen at Hugo Chávez heller ikke lyktes med sin største utenrikspolitiske ambisjon, nemlig å gjøre Venezuela til medlem av FNs sikkerhetsråd.

15. **Aftenposten** 2. desember 2006

Overskrift: Jubel for den allmektige

Ingress: "Venezuelas president kan styre landet ved dekret de neste 18 måneder".

Artikkelen er skrevet av Nils Christian Helle. Han deler artikkelen i 4 deler: I den første delen, som han kaller "Nasjonalist", beskriver forfatteren situasjonen i Venezuela fra to sider: de som støtter Chávez og tror på at han vil skape sosial likhet og rettferdighet i det oljerike landet og kritikernes side. Mange av kritikerne befinner seg i USA, og sier at Venezuela kommer til å bli et kommunistisk diktatur og at Chávez forsøker å etterligne regimet til sin gode venn Fidel Castro. Forfatteren sier også at Chávez er en macholeder i latinsk tradisjon. Neste del av artikkelen heter "Radikal populist". Forfatteren skriver at Chávez ble kalt "radikal populist" av John Negroponte, USAs viseutenriksminister. Del tre er "Store rikdommer". Forfatteren beskriver her hvordan oljeselskapene tjener ufattelige summer, og at Venezuelas kreolske elite – har karret til seg det den har kunnet. Siste del, "Maktens geometri", omtaler Chávez ambisjon om å "endre maktens geometri", det vil si, skrive Helle, måten politisk, sosial, økonomisk og militær makt spres i samfunnet.



Bilde 13

Bildetekst: Tilhengere av Hugo Chávez gleder seg over at de folkevalgte gir Venezuelas president all makt. F. LLANO / AP

Bildet representerer populisme. Chávez har bidratt til å gi den latinamerikanske populismen et nytt ansikt. Han har så langt lyktes i å skape en bevegelse som identifiserer seg med ham og de slagord, symboler og mål han representerer. Kvinnen i bildet holder en plakat som blant annet viser Hugo Chávez og Simon Bolívar. På plakaten står det: *"El día de la dignidad nacional"* som betyr "En dag fylt av nasjonal verdighet". Plakaten er til minne om 4. Februar 1992, da en gruppe soldater ledet av Hugo Chávez med våpen i hånd gikk imot den daværende presidenten, Carlos Andres Perez, og den neoliberale politikken han hadde innført.

16. Dagbladet 4. desember 2006

Overskrift: Chávez på vei mot seier i Venezuela

Ingress: "Hugo Chávez er på vei mot brakseier i Venezuela. Foreløpige målinger viser overveldende flertall, med 61 prosent mot 38. Chávez har allerede utropt seg til seierherre".

Forfatter er Henrik Brattli Vold. Han skriver at alt nå tyder på at Hugo Chávez blir gjenvalgt som president i Venezuela. En valgdagsmåling ga dagen før Chávez en oppslutning på 58 prosent av stemmene, mot 40 prosent til hans utfordrer Manuel Rosales. Valgdagsmålingen ble utført av det amerikanske meningsmålingsbyrået Evans/McDonough, og ble betalt av det statlige oljeselskapet i Venezuela.



Bilde 14

Bildetekst: PÅ VEI MOT SEIER: Sittende president Hugo Chávez hever sin høyre lillefinger. Blekket på fingeren viser at han har levert sin stemme.

Foto: Scanpix



Bilde 15

Bildetekst: **JUBLET:** Chávez-tilhengere danset i går kveld, overbevist om at den sittende presidenten var klar for seks nye år. Foto: Scanpix

Disse to bildene viser en leder som har bred støtte i Venezuela, basert på en kombinasjon av karisma og populisme. VG skrev 6.desember 2006 at observatørene påpeker at det hadde vært uvanlig høy deltagelse blant offentlig ansatte på Hugo Chávez sine valgkampmøter, en ubalansert/skjev dekning av valget i både statlige og private media, samt langt høyere bruk av reklame fra styresmaktene for Chávez enn for motstanderen Manuell Rosales.

17. **Dagbladet** 1.februar 2007

Overskrift: Diktator Chávez

Leder. Det står at Hugo Chávez har fått fullmakt til å styre landet som han selv vil. Lederen forsetter med å fortelle at denne rause handlingen fra parlamentets side ble markert med en overdådig seremoni i hovedstaden Caracas. Det skulle markeres at oljelandet nå er blitt et enevelde.

18. **Dagbladet** 5. desember 2006

Overskrift: Urokråka

Ingress ”Med rød skjorte og balltre i hånda har Latin-Amerikas største politiske urokråke vunnet en seier som ga gjenlyd i fattigbeltet rundt Caracas. I seks nye år, kanskje flere, kan han fortsette å erte USA”, skriver Einar Hagvaag i sin kommentar.

19. **VG** 4. desember 2006

Overskrift Chávez gjenvalgt: et nytt nederlag for djevelen Bush

Ingress ”Like etter valgseieren i natt gikk Venezuelas president Hugo Chávez (52) igjen til angrep på sin største fiende, George Bush”. Artikkelforfatter er Camilla Ryste. Hun skriver at Chávez kaller den sosialistiske valgseieren for et slag mot den amerikanske presidenten og at Chávez kaller Bush sin regjering for farlig imperialistisk.



Bilde 16

Bildetekst: HYLLET: Venezuelas president Hugo Chávez feiret valgseieren på balkongen i presidentpalasset. - En ny æra har begynt, forkynte den frittalende sosialistiske presidenten foran tusenvis av tilhengere. Foto: REUTERS



Bilde 17

Bildetekst: FEIRET: ”Tilhengerne til Hugo Chávez danset i gatene i Venezuela i natt, etter at det ble klart at presidenten er gjenvalgt for seks nye år”. Foto: AFP. En som beskriver situasjonen i Venezuela etter seieren til Chávez er journalist fra Dagbladet, Einar Hagvaag. Han skriver at i fattigbeltet rundt hovedstaden i Caracas feiret man seieren med en ”kjempesfest, større enn en nyttårsfest”.

20. VG 6. desember 2006

Overskrift: Truet oljearbeidere til å stemme Chávez

Ingress: ”Internasjonale valgobservatører påpeker at oljearbeidere i Venezuela ble forsøkt presset til å stemme på valgets vinner, Hugo Chávez. Likevel har de godkjent valget”. Artikkelforfatter er Jostein Martre. Han skriver at Chávez vant valget med relativ klar margin til sin motstander Manuel Rosales, men at observatører peker på enkelte ting som de ikke er helt fornøyde med. Blant annet press på offentlig ansatte om å stemme på den sittende president Hugo Chávez.



Bilde 18

Bildetekst. JUBLET: Venezuelas president Hugo Chávez feiret valgseieren på balkongen på presidentpalasset. - En ny æra har begynt, forkynte den frittalende sosialistiske presidenten foran tusenvis av tilhengere. Foto: REUTERS.

VG brukte det samme bildet 4. desember 2008 og 6. desember 2008, men med forskjellig bildetekst. Det er flere symboler i bildet, den røde fargen som representerer sosialismen og rundt Chávez er det flere kvinner, noe som uttrykker at han har støtte blant kvinner.

5.1.3 Gestaltungs-faktorer

Aftenposten presenterer en nyhet i form av en kommentar på side 3 den 5. desember 2006. Avisen presenterer her en mer seriøs vinkel av presidentvalget, og fakta rundt den venezuelanske lederen har fått en sentral plass i avisen. Det er sjelden å se en nyhet om Latin-Amerika på de første sidene av norske aviser. En faktor som er interessant å fremheve er at Arne Halvorsen, korrespondent, i denne kommentaren skriver at ”Chávez har olje, men han skremmer med sin retorikk”. Denne vinklingen er en nøkkel for å skape et portrett av den latinamerikanske lederen, hans retorikk mot USA har vært et fokus for både internasjonal og

norske medier. I analysen vil denne nyheten bli analysert som *skandalegestalt*. Dagbladet på sin side, skrev også en kommentar 1. februar 2007 hvor vinkelen er at ”Med rød skjorte og balltre i hånda har Latin-Amerikas største politiske urokråke [Hugo Chávez] vunnet en seier”. Denne kommentaren vil også bli analysert som *skandalegestaltning* og som politikk- og sportgestaltning. 4. desember 2006 bruker VG den samme tolkningen gjennom metaforisk og fargerike språk, disse faktorer spiller en ledende rolle på grunn av at de representerer en konfrontasjon mellom de to lederne, Hugo Chávez og George W. Bush. Vi leser i hovedoverskrift fra VG 4. desember 2006 at Chávez sitt valg var ”ett nytt nederlag for djevelen Bush”. I sammen nyhet skriver journalisten at Chávez sa at det var et nytt nederlag for djevelen, som prøver å dominere verden”.

Momentene som tekstene vurderes ut fra er de følgende: Sjanger, hovedoverskrift, ingress, dominant rammegrnlag, formidlig av moralske vurderinger, uttrykk som blir brukt for å beskrive Chávez sin retorikk, kontekstuell ramme, og kilde.

Bildene i denne analysen er inkludert for å gi nærhet til de refererte nyhetsartiklene. På de fleste av bildene kler Hugo Chávez seg med rød farge. Han bruker rød for å representere den politiske venstreside. Seks bilder ble publisert under perioden da jeg studerte presidentvalget i Venezuela, og i samtlige av bildene dominerer denne fargen. I noen av disse bildene kan vi observere stemningen under valget, for eksempel i bilde 13, 15, 17. Bilder 16 og 18 er gjentatt to ganger i VG og avisen bruker samme bilde til to forskjellige nyheter. Siden Latin-Amerika er et kontinent langt fra Norge, trenger leserne flere bilder til å formidle situasjonen i regionen. Dette kan hjelpe til å få mer emneorientert nyhetsformidlig. Bildene bør derfor være nøytrale og må være bedre tilknyttet teksten.

5.2 Analyse

Som et første trinn i analysen presenteres her 3 tabeller med gestaltningsfaktorer som anvendes i analysen.

Tabell 7: Gestaltungs-faktorer i Aftenposten 5. og 2. februar 2007

Hugo Chávez i Aftenposten		
	Aftenposten 5. desember 2006	Aftenposten 2. februar 2007
Sjanger	Kommentar	Nyhetsartikkel
Hovedoverskrift	Chávez i revers	Jubel for den allmektige
Ingress	Seier med bismak. Hugo Chávez vant valget i Venezuela, men utfordres nå av en samlet opposisjon. Og han mister politisk innflytelse i Latin-Amerika.	Venezuelas president kan styre landet ved dekret de neste 18 måneder.
Dominant rammegrnlag	Hugo Chávez knuste den sosialdemokratiske utfordreren Manuel Rosales med over 20 prosentpoengs forsprang, og sitter med makten til 2013. Hugo Chávez lyktes heller ikke med sin største utenrikspolitiske ambisjon.	Forsamlingens medlemmer vedtok enstemmig å overføre all politisk makt til president Hugo Chávez i halvannet år fremover.
Formidling av moralske vurderinger	Venezuelas karismatiske og venstrepopulistiske president. Han dummet seg ut.	Chávez er først og fremst nasjonalist Chávez er en macholeder i latinsk tradisjon (BBC). Chávez er en typisk latinamerikansk <i>caudillo</i> (BBC). Chávez er radikal populist: John Negroponte, USAs viseutenriksminister.
Uttrykk brukt for å beskrive Chávez sin retorikk	Hugo Chávez sin krasse kritikk mot USA. Da Hugo Chávez gikk på FNs talerstol og kalte president Bush for en djevel, mistet han støtte for sitt kandidatur (FNs sikkerhetsråd)	Chávez vil ha større nasjonal kontroll over olje-og gass industrien. Hans ambisjon er å ”endre maktens geometri”
Kontekstuell ramme	Det er flere latin-amerikanske land som ønsker bilaterale avtaler med USA, og da blir Chávez en belastning.	Venezuela er verdens fjerde største oljeprodusent, og neststørst i produsentkartellet OPEC, etter Saudia-Arabia.
Kilder	Carlos Urrutia, tidligere peruansk ambassadør i Caracas, og i dag politisk rådgiver for Perus president Allan Garcia. Nicholas Burns, statssekretær i det amerikanske utenriksdepartementet.	Roger Noriega, gjesteforsker ved American Enterprise Institute til BBC, John Negroponte, USAs viseutenriksminister, Alberto Garrido, politisk kommentator i Venezuela, den spanske avisen El Mundo.

Tabell 8: Gestaltungs-faktorer i Dagbladet 4. desember 2006 og 1. februar 2007

Hugo Chávez i Dagbladet			
	Dagbladet 4. desember 2006	Dagbladet 1. februar 2007	Dagbladet 1. februar 2007
Sjanger	Nyhetsartikkel	Kommentar	Leder
Hovedoverskrift	Chávez på vei mot seier i Venezuela.	Urokråka	Diktator Chávez
Ingress	Hugo Chávez er på vei mot brakseier i Venezuela. Foreløpige målinger viser overveldende flertall, med 61 prosent mot 38. Chávez har allerede utropt seg til seierherre.	Med rød skjorte og balltre i hånda har Latin-Amerikas største politiske urokråke vunnet en seier som ga gjenlyd i fattigbeltet rundt Caracas. I seks nye år, kanskje flere, kan han fortsette å erte USA.	
Dominant rammegrunnlag	Chávez kritiseres av sine motstandere for å føre en autoritær politikk og for å knytte Venezuela for nært til Fidel Castros Cuba.	Hugo Chávez har greid det igjen. Han har vunnet en overlegen seier i valget søndag og får nå seks nye år som Venezuelas president, valgt for tredje gang.	Hugo Chávez fikk fullmakt til å styre landet som han selv vil.
Formidling av moralske vurderinger	"Vi trenger en ny verden. Lenge leve den sosialistiske revolusjonen!" Chávez	<ul style="list-style-type: none"> Chávez er ikke bare brysom for USA og dets meningsfeller i Latin-Amerika. Han er også brysom og uberegnelig for venstresidas ledere. Så lenge Chávez fortrekker å spille <i>enfant terrible</i>, foretrekker Lula (Brasils president) å holde han på en armlengdes avstand. 	Denne rause handling fra parlamentets side ble gjennomført under fulle pontifikalier og seremoni i hovedstaden Caracas.
Uttrykk brukt for å beskrive Chavez sin retorikk	"En ny æra har begynt. Vi viser alle at Venezuela er rødt. Ingen behøver å frykte sosialismen. Sosialismen er til for mennesket. Sosialisme er kjærlighet! Ned med imperialismen, vi trenger en ny verden": Chávez.	Chávez sa i FN "Den amerikanske presidenten var her i går. Det lukter fremdeles svovel her" Dette er jo fargerikt, men kanskje ikke diplomatisk håndverk av beste merke.	Vi er ikke sikre på om det er et sosialistisk diktatur Chávez innfører. Det ser umiskjennelig søramerikansk ut.
Kontekstuell ramme	Valget har ikke vært helt fritt for skandaler.	Chávez akter åpenbart å sette et varig preg på Venezuela, men det er ennå nokså uklart hvor hans "bolivarianske revolusjon" skal føre hen, utover å dele ut litt av oljeinntektene gjennom sosial støtte til de fattige.	
Kilder	Montoya (Rosales seniorrådgivere), Reuters,NTB/Dagbladet.no	Henrik Barattli Vold, Scanpix	

Tabell 9: Gestaltungs-faktorer i VG 4. og 6. desember 2006

Hugo Chávez i VG		
	VG 4. desember 2006	VG 6. desember 2007
Sjanger	Nyhetsartikkel	Nyhetsartikkel
Hovedoverskrift	Chávez gjenvalgt: Et nytt nederlag for djevelen Bush	Truet oljearbeidere til å stemme Chávez
Ingress	Like etter valgseieren i natt gikk Venezuelas president Hugo Chávez (52) igjen til angrep på sin største fiende, George Bush	Internasjonale valgobservatører påpeker at oljearbeidere i Venezuela ble forsøkt presset til å stemme på valgets vinner, Hugo Chávez. Likevel har de godkjent valget.
Dominant rammegrnlag	Chávez kaller den sosialistiske valgseieren for et slag mot den amerikanske presidenten. Den frittalende sosialistiske presidenten kaller Bush sin regjering for farlig imperialistisk.	Observatørene har pekt på enkelte ting som de ikke er helt fornøyde med. Blant annet press på offentlig ansatte om å stemme på den sittende presidenten Hugo Chávez.
Formidling av moralske vurderinger	Dette er et nytt nederlag for djevelen, som prøver å dominere verden, ropte Chávez.	
Uttrykk som blir brukt for å beskrive Chávez sin retorikk	Ned med imperialismen. Vi trenger en ny verden: Chávez	Støtt oss, eller flytt til Miami.
Kontekstuell ramme	Da 78 prosent av stemmene var talt opp, hadde Hugo Chávez støtte fra 61 prosent av landets velgere, mot 38 prosent til hans utfordrer Manuel Rosales.	Observatørene påpekte også at det hadde vært en uvanlig høy deltagelse av offentlige ansatte på Hugo Chávez sine valgkampmøter, en ubalansert dekning av valget i både statlige og private media, samt langt høyere bruk av reklame fra styresmaktene for Chávez enn for motstanderen Manuel Rosales.
Kilder	Venezuelas nasjonale valgråd,	Monica Frassoni, leder av EU delegasjonen av valgobservatører, AP, Ola Morten Aanestad, informasjonsdirektør i Statoil i Venezuela.

5.2.1 Analyse av gestaltningsfaktorer

Presidentvalget i Venezuela var mye omtalt i norske aviser i 2006. En faktor som kan hjelpe oss å forstå hvorfor president Chávez er så mye omtalt i media kan være at media kan lage skandalegestaltninger av uttalelsene hans. Hans uttalelser mot president Bush har ført til at han har fått mer oppmerksomhet enn det som er vanlig for latinamerikanske presidenter. Dette antyder at politikerne også er klar over betydningen av *framing* og bruker den bevisst.

I denne analysen må vi ta hensyn til at å gestalte er også å slette noen stemmer eller “voices” som gjør at argumentasjonene virker svakere, og det er her hvor media kan gestalte noe ”pro”/”for” eller ”imot” en side. Dette er viktig for å identifisere at gestaltning kan ha en effekt på publikum.

5.2.2 Faktoren skandalegestaltning

”Urokråka” er en hovedoverskrift i en kommentar i Dagbladet 1. februar 2006. Artikkelforfatter Einar Hagvaag sammenligner her Chávez med en urokråke. Esop brukte kråka i sine fabler og han beskriver også fuglen som en skøyer. Det kan være at forfatteren sammenligner den ”frittalende sosialistiske presidenten” med en urokråke på grunn av at Chávez snakker kontinuerlig og kommer til stadighet med skandaløse uttalelser. President Chávez bruker svært personifisert symbolikk og sine evner som sosial kommunikator for det det er verdt i sin bruk av offentlige ressurser for å dyrke sin massive støtte. Det er her hans karisma ligger (Hillman, 2006: 107).

1. februar 2006 presenterer Dagbladet en leder med tittelen ”Diktator Chávez” som er en kontroversiell kommentar som gir inntrykk av at Dagbladet vil kategorisere Hugo Chávez som autoritær og diktatorisk. Lederen skriver at Hugo Chávez fikk fullmakt fra parlamentet til å styre landet som han selv vil. I lederen leser vi ”for oss i Europa, med rik erfaring med sosialismens velsignelser, kan vi vel si at venezuelanerne godt kunne nøle litt. Nå er ikke vi sikre på om det er et sosialistisk diktatur Chávez innfører. Der ser umiskjennelig søramerikansk ut”. Teodoro Petkoff, journalist fra den venezuelanske avisen *Tal Cual!* sier om venezuelansk politikk at ”Vi er ikke under et diktatur som August Pinochets, men vi er under en regime som er autoritært og personalisert” (*El Pais* 5. november 2006). Teodoro

Petkoff er en populær kritiker av Hugo Chávez, likevel velger han å ikke bruke begrepet ”diktator” når han referer til demokratisk valgte Chávez.

Både kommentar om tittelen ”Urokråka” i Dagbladet 1. februar 2006 og leder med tittelen ”Diktator Chávez” kan gestalte som skandaler, men de behøver ikke nødvendigvis å være det, fordi det er den journalistiske tonen i artiklene som avgjør det. Strömbäck skriver:

”...med skandalgestaltad journalistikk avses innslag eller artikler som fokuserar på skandaler, moraliskt eller juridisk klandervärda betenden av politiker, samt (i vissa fall) felsägningar som behandlas som om det som har sagts är skandal” (Strömbäck, 2001:247).

Det handler også om vinkling, som Eide (2001) beskriver: ”En skandale kan i prinsippet hente næring i alt fra harmløse tabber til grove kriminelle handlinger. Om en skandales potensial skal forløse eller ei, handler ikke minst om journalistisk vinkling”.

Aftenposten har en mindre skandalepreget tone i sine beskrivelser av Chávez. De to hovedoverskiftene i Aftenposten belyser en mer ”konservativ” journalistikk, for eksempel: ”Chavez i revers” 5. desember 2006 og ”Jubel for den allmektige” fra 2. februar 2006. I motsetning til Aftenposten spiller populærjournalistikken gjerne en ledende rolle i formidlingen av skandaler og i allmennmenneskeliggjøringen av dem. Et melodramatisk journalistisk repertoar spiller seg i slike saker ut med stor kraft og tydelighet (Eide, 2001: 23).

5.2.3 Moralske Gestaltungs-faktorer

Med utgangspunkt i Capella og Jamieson (1997) vil jeg vurdere hvordan journalistikken fremstiller politikerne. 1) Om det er mulig å stole på dem, 2) om de manipulerer 3) om de er som folk flest 4) om de er en gruppe for seg selv 5) om de lytter på vanlige folk, og 6) om de er strategiske aktører? I tillegg til å undersøke disse spørsmålene er det viktig å undersøke hvor stort ansvar journalistene har for negative fremstillinger av politikere.

Jeg vil ta utgangspunkt i eksempler på nyheter som kan påvirke lesernes meninger om Hugo Chávez i negativ eller positiv retning. Chávez er en av de latinamerikanske lederne som har fått mest oppmerksomhet i norsk media. En grunn til dette kan være at Chávez sin retorikk innebærer en del radikal kritikk av USA; mot neoliberalistisk politikk og spesielt mot den nåværende presidenten George W. Bush. Chávez representerer en annen type populisme, en

populisme som har sine røtter i venstrepolitikk, og er inspirert av radikale ledere i Latin-Amerika på 1970-tallet, blant dem Juan Perón i Argentina og Salvador Allende i Chile. Populisme er et omstridt begrep. I den latinamerikanske konteksten har begrepet ”populisme” tradisjonelt blitt brukt som betegnelse på bevegelser eller regimer med en karismatisk leder som på en personlig måte mobiliserer store folkemasser som hovedsaklig tilhører underklassen, uten å gå veien om et fast organisert politisk parti med sterke ideologiske røtter (Bertzen: 2006). Denne definisjonen av populisme kan brukes til å beskrive presidentskapet til Chávez, og kan forklare hvorfor Chávez blir beskrevet som en karismatisk og venstrepopulistisk president i mange norske aviser.

Aftenposten skrev 5. desember 2006 at Hugo Chávez er ”Venezuelas karismatiske og venstrepopulistiske president”. Ifølge avisen uttrykker Chávez ”krass kritikk mot USA”. Budskapet i denne nyheten kan være at Chávez er populist og karismatisk fordi han bruker en sterk retorikk mot USA. Aftenposten fokuserer på to ting: at Chávez er populist og at han er motstander av USA

Aftenposten skriver at det finnes to ulike populistiske tendenser; den populistiske og den reformistiske. Den populistiske tendensen kommer til uttrykk gjennom Chávez i Venezuela, mens den reformistiske tendensen gjør seg sterkest gjeldende i for eksempel Brasil. Chávez har blitt kritisert for å være populist i Aftenposten og Dagbladet, men avisene har ikke nevnt at ”populist” også har en rekke positive konnotasjoner i Latin-Amerika.

Jeg har observert et generelt bilde av Latin-Amerika som blir presentert i norske aviser hvor kontinentet blir beskrevet som mannsjåvinismens vugge og preget av kvinnelig underdanighet. I tillegg til å bruke betegnelsen ”macholeder” skrev Aftenposten 2. februar 2006 at Chávez er en typisk latinamerikansk *caudillo* (BBC var kilden til artikkelen). Artikkelforfatteren beskriver en *caudillo* som en ”fører” eller ”den sterke mann”, og uttrykket er en av betegnelse som ble brukt på general Franco i Spania. *Caudillo* er relatert til *caudilismen*, som var et kulturelt fenomen som dukket opp tidlig på 1800-tallet i det revolusjonære Sør-Amerika, og beskriver en ”type milits-leder med karismatisk personlighet og et populistisk program som inneholder generelle fremtidige reformer for å få bred støtte, i det minste til å begynne med, blant folket. Effektiv *caudilisme* avhenger av persondyrking”²

² (Wikipedia <http://es.wikipedia.org/wiki/Caudillo>).

Hillman (2006) skriver at Chávez handlet i større grad som en populistisk caudillo enn en forkjemper for demokrati, det vil si en som utformer og innfører reformer innenfor et deltakende rammeverk.

Avisen tegner et bilde av Chávez som en machofigur, men skriver ikke at *machisme* har vært et verktøy for sosial kontroll og utnyttelse basert på kjønn i mange kulturer, særlig i Latin-Amerika. Betegnelsen "macho" gir konnotasjoner til makt, spesielt makt over kvinner. Aftenposten 10. desember 2005 beskriver det latinamerikanske kontinentet som preget av "machokultur og kvinnekriminering". Norske media brukte denne betegnelsen også da Michelle Bachelet vant presidentvalget i Chile. VG skrev 31. mai 2007 at hun var "president fra macholand".

Norske medier har gestaltet Hugo Chávez som en populist, han er mot USA, han er en macholeder, urokråka, diktator, han er først og fremst nasjonalist, han spiller *enfant terrible* og han er en latinamerikansk *caudillo*. Disse begrepene bygger en moralsk forståelsesramme og denne rammen evaluerer og foreslår en måte å behandle en sak på: en venstreorientert president har vunnet valget i et land i Latin-Amerika, eller, hvis man vil si det med den journalistiske vinkling som ligger til grunn for overskriften fra nyheten i VG 4. desember 2006: "Chávez gjenvalgt: Et nytt nederlag for djevelen Bush".

5.2.4 Propaganda

Jeg vil under trekke frem en nyhet fra VG 4. desember 2006 fordi den profilerer den siste delen av de fem nyhetsfiltrene fra Chomsky og Herman (1994) referert i Allern (1996: 31-32); "Antikommunisme som kontrollmekanisme". Forfatterne understreker noen momenter som er viktige i vinklingen av en hendelse eller en sak. For eksempel snakker de om plassering, tone og repetisjon, analyserammen de presenteres i, og tilknyttede fakta som gir hendelsen eller saken mening eller hindrer forståelse.

VG skriver 4. desember 2006 at Chávez kaller den sosialistiske valgseieren et slag mot den amerikanske presidenten, og at den frittalende sosialistiske presidenten betegner George W. Bush regjeringen som farlig imperialistisk. VG skriver at Chávez sin diskurs er basert på sterk USA-kritikk, noe som har gitt Chávez oppmerksomhet, makt og ekstra belastning. VG skriver videre i samme artikkel om noen av slagordene til Hugo Chávez, slagord som beskriver hans retorikk: "Ned med imperialismen. Vi trenger en ny verden". "Dette er et nytt nederlag for

djevelen, som prøver å dominere verden”. VG repeterer videre saken om Chávez sin diskurs i FN hvor han kalte president Bush for en djevel. Et fokus på sensasjonalisme kan være grunnen til at VG presenterer dette innslaget.

Dagbladet belyser 4. desember 2006 en del av Chávez sin retorikk: ”En ny æra har begynt. Vi viser alle at Venezuela er rødt. Ingen behøver å frykte sosialismen. Sosialismen er til for mennesket. Sosialismen er kjærlighet! Ned med imperialismen, vi trenger en ny verden”. Artikkelen nevner ikke begrepet *chavismo*, et begrep som representerer Chávez ideologi. Denne typen konnotasjon er vanlig og populær for å beskrive Chávez sine ideer. Ifølge Hillman (2006) har flere ulike typer ideologi bidratt til å skape chavismens verdensbilde. Chavismen gjenspeiler ikke bare Venezuelas nasjonalisme, men har også ideer fra en eklektisk rekke av ledere og tenkere, fra Fidel Castro til Tony Blair.

Avisene som jeg har analysert fremstiller etter min mening Chávez som ”venstreorientert” og ”kontroversiell”. Avisene påvirkes av, og henger sammen med dominerende ideer (gestaltninger) og kommersielle hensyn, og nyhetsprodukter blir nødvendigvis farget av dette. Jeg tenker at presentasjonen av Chávez i de norske avisene mangler dybdeinformasjon som gjør at leserne får presentert en forenklet og stereotyp fremstilling. Her tenker jeg at utenriksjournalistikken med fordel kunne hatt en høyere grad av spesialitet.

6. Avsluttende diskusjon og videre forskning

Det er bare naturlig at de insisterer på å male oss med den tommestokken de bruker selv, men de glemmer at tidens tann ikke er lik for alle, og at vår søken etter egen identitet er like besværlig og blodig som deres var. Fortolkningen av vår virkelighet via mønstre som ikke er våre, tjener bare til å gjøre oss enda mer ukjente, mindre frie og enda mer avsondret.
Gabriel García Márquez: "The Solitude of Latin America"³

Jeg begynte min oppdagelsesreise gjennom dette materialet med et håp om å finne svar på et personlig spørsmål om hvorfor norsk medias mentale bilde av det latinamerikanske kontinent etter min mening var basert på myter, stereotyper og misforståelser, når virkeligheten min var at Latin-Amerika er et kontinent i en spennende demokratisk prosess. Denne personlige "gestaltning" har vært en motivasjonsfaktor under arbeidet med oppgaven samtidig som risikoen naturligvis er at den også kan ha fungert som en forforståelse. Det er mitt håp at mitt utgangspunkt likevel ikke har bidratt til "bias" i min tolkning av materialet.

Problemstillingene i denne oppgaven er hvilke nyhetsrammer som kommer til uttrykk i portrettene av de tre latinamerikanske lederne. Ved bruk av gestaltningsteorien som analyseredskap i analysen av norske aviser er det avdekket hvordan journalistenes bruk av eksisterende tolkningsrammer er. Med hjelp av gestaltningsteori har jeg identifisert noen av de sentrale rammene (*frame*) som ble brukt i norsk presse under presidentvalgene i Latin-Amerika. 2006 var året norske aviser omtalte som "den røde bølge" eller "venstrebølgen" i Latin-Amerika.

Gestaltningsteorien skaper et rammeverk for tolkning, og dette gjør at leserne kan få en bredere forståelse av nyhetene og deres hendelseskontekst. Jeg har benyttet denne teorien for å analysere hvordan journalistene organiserer deres "virkelighet". Journalister definerer et problem når de gestalter, deretter vurderer de problemets årsak og de setter moralske vurdering for å eventuelt komme til en mulig sak.

Ulempen med gestaltnings(*framing*)teorien er at den framdeles er under utvikling, og studiene i stor grad har et svært bredt omfang som fører til at det kan være vanskelig å gi entydige definisjoner. *Framing* begrepet har blitt brukt i flere forskjellige disipliner og det har forskjellige meninger. At begrepet har forskjellige meninger er ikke bare fordi

³ Márquez, Gabriel García (1994): *The Solitude of Latin America*, Nobel Lecture, 1982. Macondo website, www.themodernword.com/gabo/gabo_nobel.html

gestaltningsteorien er relativt ny og brukes i flere disipliner, men også fordi de relevante engelske ordene (*frame, framework, framing*) benyttes også i det hverdagslige språket. Dette har skapt en viss begrepsforvirring. En generell definisjon av *framing* kan bli redusert til måten historien er skrevet på eller produsert. Og dette inkluderer faktorene jeg har nevnt i metode kapitlet: overskrift, ingress, dominant *frame* osv. Denne innfallsvinkelen er veldig bred og bruken av *frame* kan lett bli diffus. Likevel skriver *Journal of Communication* (2007) at *framing theory* i de siste årene har blitt stadig mer brukt.

I første kapittel gav jeg eksempler på begrepet *framing* som viser denne teoriens bruk internasjonalt, spesielt i USA. Eksempelene viser et viktig punkt: at gestaltnyheter kan både forsterke og koble ut eller svekke argumenter. Media bruker sin makt for å styrke noen argumenter og viser dermed nyheters hegemoniske ideologi. Det blir da hensiktsløst å snakke om objektivitet som et oppnåelig ideal.

Analysen avdekker to kjennetegn som gestaltningsteorien peker på: for det første, å gestalte en nyhet er også mer enn en positiv eller negativ beskrivelse av nyheten. Det gir muligheter for å inkludere en mer kompleks og emosjonell reaksjon og legge til en *kognitiv* dimensjon. Det vil si at ofte kan journalisten på forhånd avgjøre hvilken retning oppmerksomheten skal ta og det har betydning for persepsjonen og forståelsen at vi vet hva vi skal rette oppmerksomheten mot. Og for det andre, å gestalte beskriver hvordan medier gjennom beskrivelse av en situasjon med bruk av gestaltninger påvirker betingelser eller utgangspunktet for en debatt.

Gestaltninger er nødvendige, men ikke alle nyheter som er gestalter er like gode. I de fleste saker er det mulig å tenke seg flere tolkningsmuligheter. For eksempel i tilfellet til Bachelet ble hun fremstilt mer med hennes personlige side og ikke med hennes politiske visjon. Den forståelsesrammen som velges i fremstillingen, sier også noe om hva teksten eventuelt utelater. Gestaltninger er viktig fordi det øker bevissthet om hvilke gestaltninger som er i spill. Det er viktig fordi det fortolker delene ut fra en viss forhåndsforståelse. Det er her hvor journalistene kan skape både en kontekst og en forståelseshorisont og derved påvirke forståelsen.

For eksempel i sin presentasjon av Hugo Chávez som ny president, gestalter den norske avisen Dagbladet Chávez som ”diktator”, og som ”urokråke”. I analysen blir nyheten presentert som en skandalegestaltning. Presentasjonen av Chávez i Dagbladet bekrefter faktoren *negativitet*, en av 12 faktorer som påvirker avisens nyhetsvurdering. Faktoren bekrefter teorien av Galtung og Ruge (1965) som viser prinsippet for at desto mer negative konsekvensene av en hendelse er, desto større er sannsynligheten for at den blir nyhet.

Andre faktorer jeg oppdaget i analysen angående nyhetskriterier er *kulturell og økonomisk nærhet* og *uvanlig*, som er nevnt av Knut Lindh (1984). Både Aftenposten, Dagbladet og VG fokuserer i sine nyheter om Latin-Amerika på at det er ”uvanlig”. Avisene uttrykker tre ulike vinkler: I Mexico er to presidentkandidater erklært vinnere; en offisiell og en ”rettmessig president”. I det ”katolske macholandet” Chile har en kvinne gått av med seieren og i Venezuela er Chávez, en ”diktator”, valgt til president.

Aftenposten, Dagbladet og VGs dekning av presidentvalgene i Latin-Amerika kjennetegnes først og fremst ved at det har vært få nyheter og at notisene har dominert. En mulig årsak kan ligge i den geografiske og kulturelle avstanden, relativt lite handel, få norske næringsinteresser, språkbarrieren og en sterk ”eurosentrisk” ideologi i norske aviser.

Selv om Norge for tiden har investeringer i Brasil, Mexico og Venezuela, er disse ikke tilstrekkelige store for å få særlig oppmerksomhet i norske aviser. Nyhetene som kommer i de norske avisene er preget av stadig mer underholdningstoff, for eksempel, sport, forbrukerstoff, katastrofe, kjendisstoff o.s.v. Avisene har en tendens til å gi det seriøse stoffet et preg av underholdningsnyhet. Nettopp denne type vinkling kan være et problem i de norske avisene.

Vi leste om presidentvalget i Chile, men det som ble fremhevet i Aftenposten, Dagbladet og VG var at en alenemor ble president. Denne vinklingen forandrer verdien i innholdet til underholdningstoff. Ved å bruke denne teknikken kan det være mulig å samle mer oppmerksomhet fra leserne men på bekostning av nyhetens seriøsitet.

Journalisters forenkling av dype komplekse problemer kan bidra til å tabloidisere utenriksjournalistikken. Et forslag kan være at norske journalister bidrar med variasjoner og nyanser med mer analyser og kunnskap om utenrikspolitikk. Norge har potensial for kulturforskjeller som kan skape nye former for mening og identifikasjonsstrategier og derfor

burde mediens rolle være mer åpen overfor hele verden, og dermed bidra til å skape mer åpenhet i vårt stadig mer multikulturelle samfunn.

Av analysen fremgår at de populære avisene gir en nyhet lite dyptgående, lite analytiske, og med et enkelt språk, men dette gjør at stoffet kan være mer tilgjengelig for leserne. Gestaltning uttrykker medias tolking for å gi en lettere forståelse av nyhetene. Det ligger derfor mye symbolsk makt i både populærjournalistikk og gestaltning.

Det kan her være hensiktsmessig å nevne en debatt som for tiden pågår i BT angående journalistenes jobb. Peter Larsen (Bergens Tidende, 12. juli 2008) skriver at ”moderne journalistikk er et selvstendig sosialt felt som styres etter egne normer og kollegiale kvalitetskriterier, løsrevet fra resten av samfunnet”. Mon tro om det ikke fremdeles er flere moderne journalister som føler de må kjempe for å kunne være det de selv oppfatter som uavhengig og unngå å bli en del av et konformt kollegium med sammenfallende oppfatning av utgangspunktet eller ”rammen/frame” som nyhetene skapes i.

6.1 Journalistisk gestaltning

Ved bruk av gestaltningsteori er materialet analysert med fokus på følgende gestaltninger : skandalegestaltning, trivialgestaltning og sportsgestaltning. Negativitetsnyheter er plassert som skandalegestaltning. I analyse 1, ble Michell Bachellet presentert som en ”agnostisk kvinne med tre barn fra tre forskjellige ektemenn”. En nyhet som sier mer om privatlivet til en offentlig person. Grunnen til dette kan være at avisene opplever en konkurranse om lesernes interesse og derfor må avisene ty til en ”snarvei” med skandalepreg for å få oppmerksomhet blant leserne. Dette gjør at formidling og fortolkning av saken ofte blir stereotypisk. Lesernes interesse for å vite mer om politiske aktørers private saker har økt og dette kan synes å føre til at nyhetene ofte blir presentert som underholding.

I analyse 2, kan oppsummeres at politikk ble behandlet som sport. Det ble en intern dialog med journalisten som fremstilte saken som et spill. Sportsspråket ble brukt som en formidlingsmetode for å kaste lys over emnet politikk. Bak dette ligger sannsynligvis en tankegang om at dette kan være et kjedelig politisk emne om Mexico. Men det viser også at leserne vil ha underholding. Det fremgår av disse to analyser at nyhetene om presidentvalget i Mexico har en betydelig andel *forenkling*. I analyse 3 ble det vurdert som negativ tolkning når

journalistene beskriver Hugo Chávez som urokråke og diktator. Spesielt i nyhetene om Chávez kan en merke en vinkling i de norske avisene som er sammenfallende med amerikansk offisiell utenrikspolitikk.

Medieglobaliseringen kan si å ha styrket Latin-Amerika-dekningen. Internasjonal maktstruktur, og ikke minst USAs utenrikspolitikk, ser ut til å ha større påvirkning på Latin Amerika-dekningen enn globaliseringen. De forhold USA er sterkt involvert i har fått mye oppmerksomhet i norske aviser. Det gjelder spesielt konfliktene i Mellom Amerika under den kalde krigen. Flere studier om utenriksjournalistikk sier at da den kalde krigen tok slutt, mistet Latin-Amerika i stor grad sin strategiske betydning for USA, og dette gjorde at dekningen ble drastisk redusert i begynnelsen av 90-årene. Latinamerikanske nyheter må dessuten i dag konkurrere med andre nyhetene etter 11. september 2001, fordi den såkalte ”krigen mot terror” har dominert nyhetsbilde.

Det er mulig at kommersialisering i media gjør at utenriksjournalistikken står i fare for å bli redusert i konkurranse med tabloid journalistikk om kjendiser og sport. For Latin-Amerika-dekningens del vil det også ha betydning at kontinentet fortsatt har en relativt perifer posisjon i forhold til USAs utenrikspolitikk, som først og fremst er konsentrert rundt Midt-Østen. Profilerte presidenter som Hugo Chávez har imidlertid trukket til seg mye internasjonal oppmerksomhet. Grunnen til dette er at media har hjulpet til at Chávez har vokset ut som en motsetning mellom latinamerikanske land og USA.

6.2 Bedre utenriksjournalistikk og videre forskning

Folk er ofte skuffet over journalister fordi de forventer mer selvstendighet. Flere av leserne forventet mer seriøst stoff om Latin-Amerika. Peter Larsen snakker om en moderne journalistikk, men hvor finner vi det? I norske presse hvor det mangler kreative element og interessante tolkninger som engasjerer publikum? Og hvor en god del av stoffet blir til underholdningsstoff? En undersøkelse viser at 17 % av befolkningen svarte at de hadde tillit til journalistene som yrkesgruppe. Når tilliten synker betyr det kanskje at leserne ikke får nok hjelp for å forstå virkeligheten utenfor Norge. Det kan synes som at når det gjelder latinamerikansk stoff i norske medier, finnes det et stort hull. Et forslag for å tette hullet, kunne være at siden nyheter om Latin-Amerika i stor grad er ukjent stoff, kunne journalister gi korte analyser, lederkommentarer og debattinnlegg i nær tilknytning til det vanskelige

stoffet. Eller at de kunne øke fokus på innhold. De kunne også benytte boks med stikkord, definisjoner, resymé eller tematisk oppstillinger, samtidig som mer informasjonsgrafikk kan gi overblikk og innholde detaljer.

Viktige spørsmål er: Hvorfor er det behov for norske medier å øke kunnskap om Latin-Amerika i Norge? Hvem er brukere/interessenter? I rapporten fra Utenriksdepartementet (2007) vurderes mulighetene for utvikling av en permanent Latin-Amerika-kompetanse i Norge. I denne rapporten kan vi lese at Latin-Amerika blir stadig viktigere, ikke bare utdannings- og forskningsmessig, men også næringspolitisk, utenrikspolitisk og utviklingspolitisk. Formålet med satsingen er å støtte forskning av høy kvalitet som bidrar til å styrke Latin-Amerika-kunnskap i Norge. Dette inkluderer forskning om samfunn, kultur, miljø og næringsliv og skal styrke Norges evne til å samarbeide med Latin-Amerika på disse områdene. På 60 tallet delte de nordiske landene verdensdelene seg imellom, hva forskning angår. Sverige opprettet et Afrika institutt, Danmark et Asia institutt og Norge skulle opprette et Latin- Amerika institutt, men det skjedde aldri at Norge gjorde noe. Det jobbes derimot med noe i Norge nå.

Jeg vil hevde at norske mediers rolle i denne sammenheng er av stor betydning, og norsk utenriksjournalistikk kunne derfor med fordel hatt mer fokus på Latin-Amerika. Stoffet bør baseres på kunnskap om den politiske, sosiale og økonomiske utviklingen i regionen. Rollen til utenriksjournalistene kunne vært mer konkret og presis i sine reportasjer om politiske endringer på dette kontinentet. Journalistene kan medhjelpet til at regionen kunne blitt mer synliggjort for befolkningen i Norge, for eksempel forbrukere og leverandører, studenter og forskere etc. Et eksempel er den politiske og økonomiske utvikling i Venezuela, som endrer rammevilkårene for norsk næringsliv med interesser i landet.

Et forslag for videre studier er å analysere hvordan vinklingen i norske utenriksjournalistikk er. Disse studiene kan basere seg på Norges interesser i Latin-Amerika, som i hovedsak er knyttet til fire områder: freds- og forsoningsarbeid, styrking av demokrati og menneskerettigheter, bistand og næringslivet. Et interessant emne for videre forskning kan være hvordan norske medier dekker saker om norsk utviklingssamarbeid med denne regionen innen fattigdomsreduksjon, likestilling, miljø, energi og naturressursforvaltning.

Eide og Simonsen (2004) beskriver situasjonen i forhold til utenriksjournalistikken med begrepet vi og ”de andre”. Et poeng er at når en spesiell konstruksjon av ”den andre” blir en gjentakende diskurs, er dette med på å befeste forestillinger som ikke så lett lar seg fortrenge. Det skapes stereotyper, som de latinamerikanske som et bilde av de fattigste, de som sover siesta og spiser *tortillas* og sterk mat. I videre forskning vil det være viktig å peke på faktorer som kan bidra til å ballansere bildet av Latin-Amerika som et kontinent full av korrupsjon, vold, fattigdom, fotball og god mat. Det er på tide å avslutte stigmatiseringen av et helt kontinent.

Latin-Amerika har en komplisert historie og mange begivenheter har funnet sted. Dermed er det vanskelig å gi informasjon om denne regionen om man ikke har basiskunnskap. En utfordring til utenriksjournalister er derfor å bringe orden i kaos. For å klare dette vil norske utenriksjournalister måtte sette Latin-Amerika på agendaen og gi leserne nødvendig basiskunnskap. Dette kan videre føre til at denne regionen blir en naturlig del av den offentlige debatt i Norge, på linje med f.eks USA. Videre forskning kunne derfor være omkring hvilke faktorer som er nødvendige for at norsk media skal interessere seg for å formidle slik basiskunnskap om Latin-Amerika.

Det finnes lite nyheter om Latin-Amerika i Aftenposten, Dagbladet og VG, og det som finnes er relativt fragmentert. Det bør kreves at journalister har tilstrekkelig bakgrunnsinformasjon for å gjøre dypere intervju, skrive essays og opinionsartikler. Å forenkle innholdet, altså redusere kompleksiteten, er ikke det samme som å skrive mer klart. I tilfelle til Bachellet, Calderón og Chávez forveksler journalistene klarhet med forsimplicitet. Latinamerikansk politisk historie er kompleks, og en av rollene til norske media burde derfor være å skape forståelse av regionen. Når dette skjer kan vi si at de norske medier har oppdaget Latin-Amerika.

Litteratur

- Allern, Sigurd (2001): "Kilene og mediemakten", i: Eide, Martin (red): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal.
- Berntzen, Einar (2006): "Det nye venstrepopulisme", i: *Latin-Amerikaboka 2006: Latin-Amerika på nye veier*. Oslo: Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG) og Solidaritet forlag
- Borgen, Erling (2008): "Innledning: Et kontinent i endring", i: *Latin-Amerikaboka 2008: Oljetønner og kaffebønner –kampen om naturressersene*. Oslo: Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG) og Solidaritet forlag
- Capella, Joseph N. & Hall Jamieson, Kathleen (1997): *Spiral of Cynicism. The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Chomsky, Noam (1997): *Media Control. The spectacular Achievements of Propaganda*. New York, seven stories press
- Eide, Linda (2004): *Å se verden fra et annet sted. Medier, norskhet og fremmedhet*. Oslo: Cappelen
- Eide, Martin (1992): *Nyhetens interesse. Nyhetesjournalistikk mellom tekst og kontekst*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Eide, Martin (2001): "Journalistisk Makt. Et oppslag", i: Eide, Martin (red): *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal
- Eide, Martin (2004): *Hodet på blokken: Essays om journalistikk..* Oslo: Gyldendal Akademisk
- Entman, M. Robert (2004): *Projections of Power. Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: The University of Chicago Press
- Entman, M. Robert (1993): "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm", in: *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Fallows, James (1996): *Breaking the News. How the Media Undermine American Democracy*. New York: Pantheon Books.
- Gamson, A.; Modigliani A. (1986) "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach" in *The American Journal of Sociology*, Vol. 95, No. 1 (Jul., 1989), pp. 1-37
- Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe (1965): "The Structure of Foreign News", in: *Journal of Peace research*, nr 2, 64-91
- Hallin, C. Daniel, and Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems*. USA: Cambridge University Press

- Hillman, S. Richard (ed.) (2005): *Understand Contemporary Latin America*. London: Lynne Rienner
- Husby, Audun (2006): "Zapatistene – Konsolidering og et nytt veivalg", i: *Latin-Amerikaboka 2006: Latin-Amerika på nye veier*. Oslo: Latin-Amerikagruppene i Norge (LAG) og Solidaritet forlag
- Johnson-Cartee (2005): *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. USA: Rowman & Littlefield
- Kjensjord, S.erna (2006): *Beretningen om et varslet kupp. Nyhetsgestaltning av statskuppet i Venezuela 2002*. Masteroppgaven, Institutt for informasjon- og medievitenskap, Universitet i Bergen, Bergen.
- Kock, Kristian (2002): "Ut af hvalfiskens bug" i Kock, Kristian (red): *Forstå verden –politisk journalistikk for fremtiden*. Fredriksberg: Samfundslitteratur.
- Krech, D.; Chritchfield (ed.) (1969): *Elements of psychology*. New York : Knopf
- Lawson, Chappell (2008): "Election Coverage in Mexico: Regulation Meets Crony Capitalism" in: Strömbäck Jesper and Lee Kaid, Linda (ed.) (2008): *The Handbook of Election News Coverage Around The World*. N.Y. and London: Routledge
- Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. New York: Dover Publications
- Lopez Obrador, Manuel Andres (2007): *La mafia nos robo la presidencia, solo le han quitado una pluma al gallo*. Mexico: Oceano
- Luckmann, T. og Berger, P. (1966): *Den samfundsskabte virkelighed : en videnssociologisk afhandling*. København : Lindhardt og Ringhof
- Márquez, Gabriel García (1994): *The Solitude of Latin America*, Nobel Lecture, 1982. Macondo webside, www.themodernword.com/gabo/gabo_nobel.html
- Raaheim, Kjell (red) (1984): *Psykologi en grunnbok*. Oslo: J.W. Cappelens Forlag
- Sheufele, Dietram A. (1999): "Framing as Theory of Media Effects", *Journal of Communication*, 49, (I), 103-122
- Shehata, Adam og Stömbäck Jesper (2007): "Structural Biases in British and Sweden Election News Coverage", in: *Journalism Studies*, Vol. 8 No. 5, 2007
- Strömbäck, Jesper (2004): *Den medialiserade demokratin. Om journalistikens ideal, verklighet og makt*, Stockholm: SNS Förlang
- Strömbäck, Jesper (2007): "Four of Mediatization. An Analysis of the Mediatization of Politics". Paper presented at the International Communication Association Annual Conference, San Francisco, May 2007.

Strömbäck, Jesper (2002:5): *Medialiserat politiskt ledarskap*. Stiftelsen Institutet för Mediestudier, frejas fond.

Sæther, Ann Karin (2007): *Rapporter fra Bakgården. Norsk pressedekning av Latin-Amerika fra 1902 til 2002*, Hovedoppgave i journalistikk, Institutt for medier og kommunikasjon, Oslo: Universitetet i Oslo.

Smedslund, J. (1967): *Psykologi*. Oslo: Universitetsforlaget.

Tankard, W. James Jr. (2001): "The empirical Approach to the Study of Media Framing", in: Stephen D. Reese, Oscar H. Gandy and Jr., August E. Gran (ed.) *Framing public life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates

Tewsbury, David; Jones Jennifer; Peske, Matthew W.; Raymond, Ashlea & Vig, William (2000): "The Interaction of News and Advocate Frames: Manipulating Audience Perceptions of a Local Public Policy issue", in: *Journalism & Mass Communication Quarterly* vol. 77, no. 4

Tuchman, Gaye (1978): *Making news. A study in the construction of reality*. New York : Free Press

Utenriksdepartementet Rapport (2007): "Utredning av Modeller for etablering av permanent kunnskapsmiljø på Latin-Amerika i Norge".
http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/pressemeldinger/2007/la_forskning.html?id=488402

Weaver, H. David (2007): "Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Priming". *Journal of Communication*, (57) 142-147

Øsbye, Helge. Helland, Knut. Knapskog, Karl. Larsen, Leif Ove (2002): *Metodebok for mediefag*. Polen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke A.S.

Lenker til nyheter om Calderón

Aftenposten:

<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article1375981.ece>

<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article1382109.ece>

<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article1382350.ece>

Dagbladet

<http://www.dagbladet.no/nyheter/2006/07/07/470884.html>

<http://www.dagbladet.no/nyheter/2006/07/03/470559.html>

VG

<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=121927>

<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=128881>

<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=141914>

Lenker til nyheter om Hugo Chávez

Aftenposten:

<http://www.aftenposten.no/meninger/kommentarer/article1557044.ece>

<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article1625685.ece>

Dagbladet

<http://www.dagbladet.no/nyheter/2006/12/04/484894.html>

<http://www.dagbladet.no/nyheter/2006/12/05/485041.html>

VG

<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=143900>

<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=164660>

Lenker til nyheter om Bachelet

Aftenposten

<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article1176117.ece>

<http://www.aftenposten.no/nyheter/uriks/article1177260.ece>

Dagbladet

<http://www.dagbladet.no/tekstarkiv/artikkel.php?id=5001060035363&tag=item&words=skal%3Blege%3Bchile%3Bs%E5r>

VG

<http://www.vg.no/nyheter/utenriks/artikkel.php?artid=138424>

Andre nyheter

<http://www.vg.no/nyheter/meninger/artikkel.php?artid=140127>

Utenlandske aviser

La jornada, Mexico D. F., Mexico: www.jornada.unam.mx

El mercurio, Santiago de Chile, Chile: www.emol.com

El pais, Madrid, España: www.elpais.com

Tal Cual, Caracas, Venezuela: www.talcualdigital.com