

Kapitel 2: Metoden bag rapporten

Rapporten er baseret på en *kvantitativ indholdsanalyse* af centrale dele af nyhedsudbuddet fra en række større, landsdækkende nyhedsmedier.

Den kvantitative indholdsanalyse er en velfunderet metode, hvis fordel er, at den giver et systematisk indblik i datamaterialet, der gør det muligt at anlægge et tværmedialt perspektiv på analysen samt at kvantificere og sammenligne de forskellige mediers dækning på baggrund af en række faste, genkommende parametre. Netop sammenligningen af medieinstitutioners dækning af det samme emne er ifølge Berelson (1954) et af den kvantitative medieindholdsanalyser primære formål. Samtidig kan metoden anvendes til at sammenligne journalistikkens retningslinier for det faglige arbejde, f.eks. normer for kildebrug, upartisk dækning osv., med den praktiske operationalisering heraf.

Den kvantitative analyse bliver dog i analysen af nyhedsstoffets mere overordnede vinkling suppleret af et mere kvalitativt fokus inspireret af Gamson og Modiglianis (1989) fortolkningspakker. Således opstilles i denne analyse en række *nyhedstemaer*, hvis forekomst såvel som indre logik bliver analyseret. Eksempler på sådanne relevante temaer er bl.a.:

- Krigshændelser
- Danmark i krig
- Sårede og dræbte
- Folkelige reaktioner og stemninger

Kodeskema, kodning & intercoder-reliability-test

Som afsæt for en systematisk registrering og senere analyse af medieindholdet, blev der udarbejdet et kodeskema med en tilhørende kodemanual (vedlagt i bilag 1, 2 og 3). Kodeskemaet bestod af i alt 18 kategorier, hvoraf en række havde til hensigt at indkredse eller beskrive analyseenhederne ud fra konkrete parametre såsom dato og medie, redaktionel placering, omfang, formidlingsmæssige kendetegn, lån fra andre medier, genremæssige tilhørsforhold, og endelig hvorfra rapporteringen foregik.

Endvidere indeholdt skemaet en række kategorier med fokus på analyseenhedernes indhold – først og fremmest deres overordnede emne og geografiske tilhørsforhold; de mere nuancerede temaer, som indslagene og artiklerne berørte

samt indholdets fakticitet. Endelig var kilderne til historierne helt centrale, herunder hvor mange kilder der var til de enkelte artikler og indslag, disse kilders sociale og samfundsmæssige status og nationalitet, hvor eksplicit de optrådte i formidlingen (f.eks. med citat og navn eller refereret og anonymt), samt om der blev taget forbehold enten af kilden selv eller fra journalistisk side i forhold til kildeinformationen.

Analyseenhederne blev kodet på baggrund af kodemanualen af fem studentermedhjælpere i perioden fra slutningen af april 2004 til og med udgangen af september 2004. To studentermedhjælpere kodede tv-materialet og tre avis-materialet. Der blev foretaget en intercoder-reliability-test, hvor de to avis-koderes registreringer blev sammenlignet med en masterkodning for 10 artikler og de to tv-koderes registreringer med en masterkodning for fem tv-indslag. Denne test viste, at der var overensstemmelse med masterkodning i 91,4 procent af alle koder A's kodninger; i 87,6 procent af alle koder B's kodninger; i 85,8 procent af alle koder C's kodninger; og i 84,6 procent af alle koder D's kodninger, mens koder E forestod intercoder-reliability-testen. Den gennemsnitlige overensstemmelse mellem masterkodningen og studentermedhjælpernes kodninger var således på 87,3 %, hvilket må betegnes som meget tilfredsstillende.¹

Der må dog tages det generelle forhold, at flere af kodningskategorierne nødvendigvis indeholder elementer af fortolkning. Selv om intercoder-reliability-testen viser en stor ensartethed i fortolkningen, er det stadig en usikkerhed, som præger indholdsanalysen som metode (Deacon et. al. 1999).

Medier

Konkret indgår følgende seks nyhedsmedier i analysen:²

- TV 2 Nyhederne kl. 19.00 til 19.30 og kl. 22.00 til 22.20
- DR1 TV-Avisen kl. 18.30 til 19.00 og kl. 21.00 til 21.30
- DR Radio P1 Kl. 07.00 til 07.10 og kl. 12.00 til kl. 12.30
- Dagbladet Information
- Morgenavisen Jyllands-Posten
- Politiken

¹ Procenterne er udtryk for graden af enighed i forhold til kodningen. At alle tal ikke er lig med 100 procent betyder ikke, at koderne har begået reelle fejl, men udelukkende, at de har fortolket dele af materialet forskelligt.

² De angivne tidspunkter for radio og tv gælder for udsendelserne på hverdage.

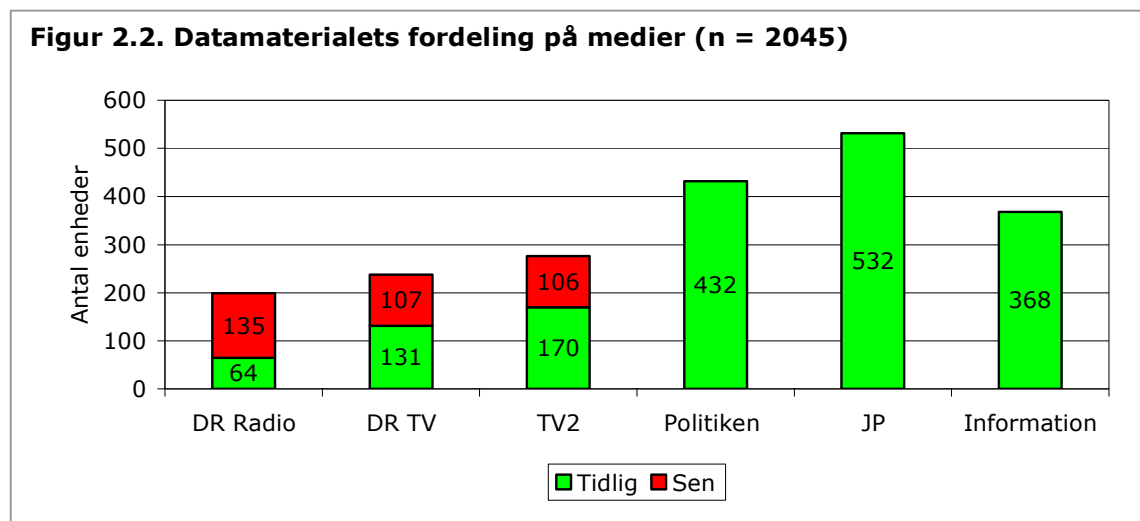
Analysematerialet dækker således de primære danske medier, hvorfra størstedelen af den danske befolkning får deres information.

I alt indgår 2045 analyseenheder i form af artikler eller indslag fordelt på de seks medier i analysen. Heraf tegner tv sig for en fjerdedel (514 indslag), radio for én tiendedel (199 indslag), og aviserne for to tredjedele (1332 artikler) (jf. figur 2.1. og 2.2.).

Figur 2.1. Datamaterialet i overordnede tal

| | |
|--|------|
| Totalt antal analyseenheder | 2045 |
| Totalt antal analyseenheder uden opinion | 1769 |
| Totalt antal avisartikler | 1332 |
| Totalt antal opinionsartikler | 276 |
| Totalt antal avisartikler uden opinion | 1056 |
| Totalt antal tv-indslag | 514 |
| Totalt antal radioindslag | 199 |

Figur 2.2. Datamaterialets fordeling på medier (n = 2045)



De enkelte indslag og artikler er udvalgt på baggrund af deres såvel direkte som indirekte relation til krigen. Således tælles artikler, der beskæftiger sig med økonomisk afmatning eller andre ikke-militære konsekvenser af krigen, også med i analysen. Forsidehenvisninger til artikler er medtaget i begrænset omfang, mens intro'er fra studieværter i tv og radio ikke er inddraget i analysen.

Opinionsstoffet i form af ledere, kronikker, læserbreve mv. udgør cirka én femtedel af avisstoffet og lidt mere end en tiendedel af det samlede datamateriale (276 artikler). Det indgår dog ikke i mange af de følgende analyser, idet rapportens konklusioner primært fokuserer på mediernes *nyhedsstof*, hvilket opinionsstoffet indholds- og formmæssigt adskiller sig betydeligt fra. Opinionsstoffet underlægges i stedet en selvstændig analyse med vægt på dets holdningstilkendigelser i forhold til krigen, hvilket kan bidrage med et generelt medieinstituti-

onelt og offentligt perspektiv som kontekst for hovedanalysen af de 1056 nyhedsartikler samt 713 tv- og radionyheder.

Mht. mediernes respektive vægtning i dækningen af krigen viser analysen, at de to tv-stationer, inden for den udvalgte sample, har haft næsten lige mange timers nyhedsformidling med fokus på krigen – DR har sendt i alt 10,6 timer og TV 2 10,1 timer (jf. figur 2.3). Det var forventeligt, eftersom analysen fokuserer på tv-stationernes almindelige nyhedsudsendelser frem for på f.eks. deres ekstraudsendelser.

Figur 2.3. De elektroniske mediers tidsforbrug på krigsdækningen

| | <i>DR TV kl. 18.30</i> | <i>DR TV kl. 21</i> | <i>TV 2 kl. 19</i> | <i>TV 2 kl. 22</i> | <i>DR Radio kl. 7</i> | <i>DR Radio kl. 12</i> |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------|
| <i>Antal indslag</i> | 131 | 107 | 170 | 106 | 64 | 135 |
| <i>Total sum</i> | 20.455 sek. 5,7 timer | 17.748 sek. 4,9 timer | 23.290 sek. 6,5 timer | 13.071 sek. 3,6 timer | 4.497 sek. 1,2 timer | 15.562 sek. 4,3 timer |

Stationerne har også haft næsten lige mange indslag om krigen, om end det ud fra denne måleenhed er TV 2, der har haft den største dækning med 276 indslag mod 238 hos Danmarks Radio. DR's indslag er således i gennemsnit noget længere end TV 2's – 160,5 sekunder mod 131,7 sekunder. DR P1 har i den tidlige udsendelse sendt lidt mere end én times nyheder om krigen i analyseperioden, og cirka fire gange så meget i middagsudsendelsen, som dog kun varer tre gang så lang tid som den tidlige. Det vil sige, at historier om krigen er blevet prioriteret højest i middagsudsendelsen.

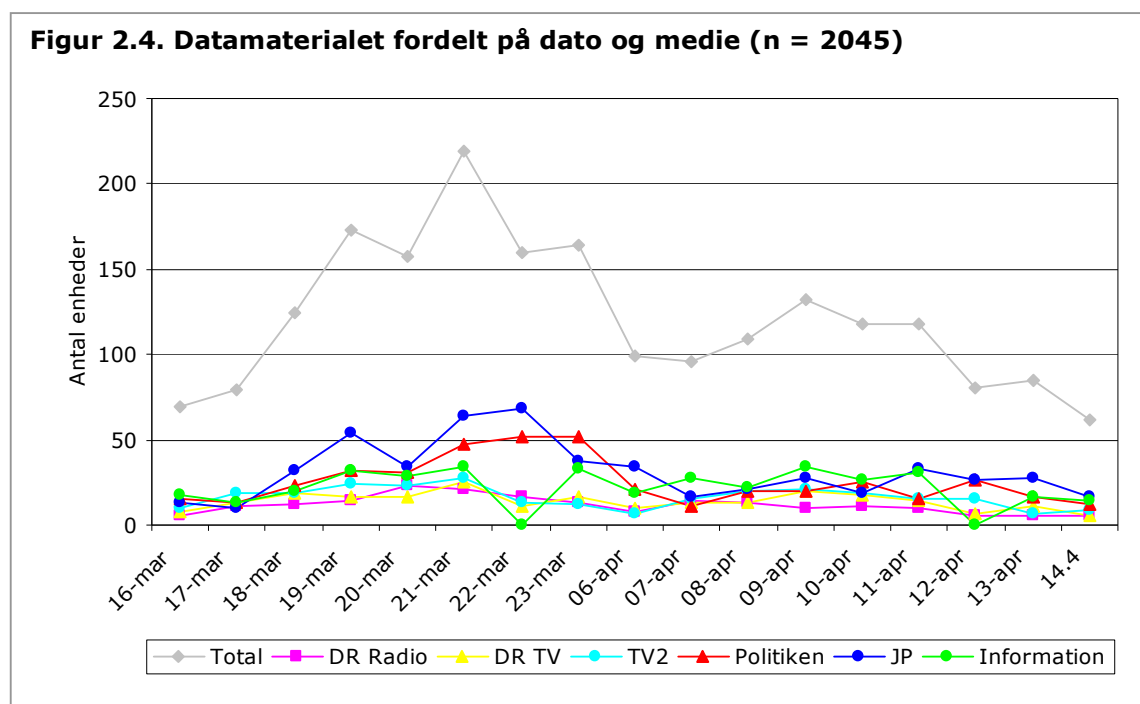
Tidsperioder (datoer/tidsintervaller)

Analysen fokuserer på 17 dage fordelt på fire tidsintervaller inden for de cirka tre uger i marts og april 2003, som de egentlige krigshandlinger forløb over:

- 1) *Optaktsfasen*, dvs. dagene umiddelbart før invasionen den 20. marts 2003 – mere konkret fra den 16. marts til og med den 19. marts 2003.
- 2) *Krigsudbruddet*, dvs. de første dage af krigen – mere konkret fra den 20 marts til og med den 23 marts 2003.
- 3) *Bagdads fald*, dvs. dagene op til og med Bagdads – mere konkret fra den 6. april til den 9. april 2003.
- 4) *Afslutningsfasen*, dvs. dagene efter Bagdads fald – mere konkret fra den 10. april til og med den 14. april 2003.

Årsagen til valget af netop disse fire intervaller er en formodning om, at medier-nes prioriteringer ændrer sig under krigens udviklingsforløb. Således antages det, at kritik og debat har størst mulighed for dækning i tiden op til krigsudbruddet (jf. Entman & Page 1994). Under selve krigsudbruddet antages kildeproblematikken derimod at slå igennem, da det i overvejende grad vil være de militære kilder, der styrer informationsstrømmen i denne fase. Endelig antages det, at der mod de regulære krigshandlingers afslutning igen åbnes mere op for debat, da adgangen til krigsskuepladsen ændres i takt med at kamphandlingerne minimeres.

Analysen viser, at dækningen af krigen var mest omfattende i optakts- og startfasen, hvor lidt mere end halvdelen (56%) af analyseenhederne befinder sig (jf. figur 2.4.). Ikke overraskende var dækningen særlig intens den 21. marts 2003 – dagen efter at krigen brød ud. Denne dags artikler og indslag (i alt 219 stk.) udgør faktisk lidt mere end én ud af ti af alle analyseenhederne. Medierne imellem er der ingen markante forskelle på omfanget af dækningen på de forskellige datoer – ud over at Politiken og Jyllands-Posten har særligt mange artikler også den 22. marts.³



³ Information udkommer ikke søndag, derfor er der dyk i dette medies kurve den 22. marts 2003 og den 12. april 2003, hvilket også påvirker den samlede fordeling en smule, idet omfanget af dækningen netop falder på disse datoer (jf. totalkurven) for efterfølgende at stige lidt igen.

Irak-krigen på mediedagsordenen

Den følgende analyse fokuserer især på den *skrevne tekst* og det *talte ord* i mediedækningens indhold, men i begrænset omfang inddrages også analyse af *billedbruget* i nyhedsmedierne samt brug af forskellige tekniske og formidlingsmæssige tiltag, såsom live, journalistisk stand-up, grafik, faktabokse mv.

Mere konkret vil omdrejningspunktet for analysen være den relative og absolutte vægtning af følgende aspekter i krigsdækningen:

- Fordelingen af dækningen på forskellige genrer: nyhed, analyse, kommentar, baggrund m.m.
- Mediernes brug af forskellige formidlingskendetegn
- Prioritering og hierarkisering af emner og temaer i krigsdækningen (konkrete militære tiltag, politiske forhold, civile ofre etc.), herunder også forandringer i løbet af krigen
- Kilder og aktører i nyhedsformidlingen (militærfolk, politikere, civile, eksperter m.m.), herunder:
 - hvor mange kilder der i det hele taget er til historierne
 - hvorvidt disse kilder/aktører er partshavere i konflikten eller udenfor
 - hvorvidt især kilderne optræder eksplicit
 - kildernes/aktørernes geografiske tilhørsforhold, dvs. den geografiske distribution af opmærksomhed
- Forholdet mellem nyhedsstof og opinionsstof, herunder tendenser i især avisernes opinionsstof

Analysens resultater præsenteres med fokus på såvel overordnede tendenser på *tværs* af de seks medier som ligheder og forskellige *mellem* de seks mediers dækning af krigen og dens interesser.