

Sportsvasking i Norge

Hvordan belyser tidsskriftet Josimar sportsvasking i norsk fotball?

Bacheloroppgave i journalistikk

Universitetet i Stavanger



2023

Jørgen Karlsen, 260350

Veileder: Ellen Kari Kongsnes

Forside

Bacheloroppgave

Studieprogram: Journalistikk

Opptaksår: 2020

Er oppgaven konfidensiell? (skriv X) NEI: X JA:

Kan oppgaven benyttes til undervisningsformål (anonymt)?

JA: X NEI:

Forfatter(e)

Studentnr (6 siffrer)	Navn:
260350	Jørgen Karlsen

Oppgavens tittel: Hvordan belyser tidsskriftet Josimar sportsvasking i norsk fotball?

Veileder: Ellen Kari Krogsnes

Sammendrag

Sportsvasking har blitt et ord mange i Norge har et forhold til. Assosiasjonene til Midtøsten er ikke langt unna da temaet blir diskutert, men det forekommer langt nærmere vårt trygge Norge. Gjennom kvantitativ og kvalitativ forskning, har jeg analysert fotballmagasinet Josimars dekning av den hjemlige sportsvaskingen. Perioden forskningen dreier rundt er 2021 og 2022. Etter ordtelling for å kartlegge hvor ofte de berører temaet spisses forskningen til en artikkel ved navn "Sportsvasking på norsk". Med under et år til verdensmesterskapet i fotball, i Qatar, ble artikkelen publisert. Den inneholder flere ord enn noen annen artikkel utgitt av Josimar disse to årene. Artikkelen bidrar til å finne svar på hvordan Josimar dekker sportsvasking i Norge. Tittel, ingress, mellomtitler, bildebruk, kildebruk, etikk og en mulig multimedievri gjennomgås. Til slutt konkluderes det med hvordan tidsskriftet har belyst sportsvaskingen i Norge de to årene.

Forord

Jeg ønsker å takke alle som har bidratt til tre fine år som student ved Universitetet i Stavanger. Både medstudenter og forelesere har beriket min kunnskap. Både kunnskap og minner tas med videre i livet. I den siste fasen av studietiden har min veileder, Ellen Kari Krogsnes, vært en solid støttespiller. Takk for motiverende ord og konstruktive tilbakemeldinger. Tusen takk til familie og venner som har støttet meg gjennom hele studietiden. Helt til slutt en spesiell takk til samboeren min, som ikke er spesielt interessert i verken sport eller politikk. Hun har måttet leve med mye snakk om begge temaene de siste månedene, som et resultat av denne oppgaven.

Stavanger, 10. mai 2023

Jørgen Karlsen

Innholdsfortegnelse

Innledning	6
Problemstilling	10
Kvantitativ metode	11
Kvantitativ analyse	12
Antall artikler og lengde	16
Innhold i artiklene	16
Empiri basert på kvantitativ metode	17
Innholdsprodusentene	17
Kvalitativ metode	21
Beskyldninger om sportsvasking i Norge	22
Nammo	22
Kongsberg Gruppen	24
Equinor	25
SalMar	26
Kvalitativ analyse	28
Tittel	28
Ingress	28
Mellomtitler	28
Bildebruk	29
Kildebruk	31
Etikk	33
Multimedia	34
Empiri basert på kvalitativ metode	34
Konklusjon	35
Referanseliste	36

Innledning

2. desember 2010 sjokkerte FIFA-president Joseph "Sepp" Blatter hele fotballverdenen. Sveitseren annonserte at verdensmesterskapet i fotball 2022 skulle avholdes i Qatar. Presidenten ble beskyldt for korrupsjon. Mennesker verden over steilet over at det totalitære regimet fikk arrangøransvaret. Amnesty International har siden opplyst om situasjonen i arrangørlandet. De har før og etter mesterskapet skrevet om systematiske menneskerettighetsbrudd mot migrantarbeidere tilknyttet arrangementet (Amnesty International, u.å.). Ti år etter tildelingen nærmet det seg mesterskap. Enorme stadioner sto klare, og kritikken var på vei opp igjen. På denne tiden oppsto begrepet "sportsvasking". Et fenomen som går ut på at personer, bedrifter, organisasjoner eller nasjoner sponser eller kjøper opp organisasjoner eller begivenheter innenfor idretten. Kritikerne som tok i bruk ordet, beskylder for eksempel Qatar for å kjøpe fotball-VM med mål om å revaske sitt eget rykte (Haugsdal, 2022).

Et bilde på dette fenomenet finnes i spanske Catalonia. Der spiller FC Barcelona. Klubben med rød- og blåstripete drakter var i årevis kjent som klubben uten draktsponsor. Drakten ble holdt helt "ren" fram til 2006. Da plasserte de Unicefs logo på magen. I en artikkel fra VG kommer det fram at fotballklubben ikke fikk noen penger gjennom avtalen. Logoen på magen var veldedighet. Unicef-logoen fikk skinne i ensom majestet i fem år. Så, i 2011, solgte FC Barcelona sin første draktreklame. Etter en tøff økonomisk sesong takket klubben ja til 1,2 milliarder kroner fra Qatar Foundation. BBC var de første til å røpe summen, som ifølge FC Barcelona var den høyeste i fotballens historie innen sponsorbeløp. På denne måten bruker Qatar FC Barcelona til å vaske sitt renommé. (Kippernes, 2010) (Grimes, 2021).

Gjennom noen år i sportsjournalistikken, og 20 år før det som fotballentusiast, har jeg ofte fått høre at fotball og politikk ikke hører sammen. Påstanden har levd siden 2008, kanskje enda lengre (Aftenposten, 2008). En kommentar skrevet av Jo Moen Bredeveien tar for seg den moderne fotballen. Der setter han ord på hvordan tradisjonelle fotballromantikere kjøres over av kapitalismen. Det kommer tydelig fram at politikken for lengst har blandet seg inn i fotballen (Bredeveien, 2021). Idrett og politikk er ikke det samme, men politikken spiller stadig en rolle i fotballen. Ståle Solbakken er fotballtrener, ikke politiker. Likevel har han tatt noen politiske beslutninger i jobben sin. Et eksempel er Mathias Normanns utestengelse fra landslaget. Etter å ha vist gode takter ble han ikke tatt ut på laget. Landslagets trener, Ståle

Solbakken, sa klart og tydelig ifra at grunnen var spillerens overgang til Dynamo Moskva i Putins Russland (Lokøy & Langeveld, 2022). Her møter fotballen seg selv i døra, med tanke på påstanden om at idrett og politikk ikke hører sammen. Dette viser at det hele er en uferdig debatt.

Samtidig er Sheikh Mansour bin Zayed Al Nahyan visestatsminister, medlem av regjeringen og en del av kongefamilien i Abu Dhabi. Det er ett av de syv Emiratene. Den høytstående mannen i det totalitære regimet eier fotballklubben Manchester City. Dermed betaler han deler av lønnen til lagets kanskje største stjerne. Erling Braut Haaland. Han får spille under Solbakken (Newbould, 2023). Dette er et eksempel på politikk i idretten.

Man kan like eller ikke like utviklingen. Eller ikke bry seg, som kan være målet til menneskene bak. Med det mener jeg at aktørene som bedriver sportsvasking, i Josimars betydning av begrepet, til en viss grad ønsker å jobbe i det skjulte. At de ønsker å kjøpe seg et bedre omdømme, men uten at menneskene som endrer syn på dem skal tenke over at dette er noe den sportsvaskende part betaler for. Både Josimar i seg selv og deres betydning av ordet sportsvasking skal belyses senere.

Fra en veldig forenklet synsvinkel kan man si at journalistikk er to ting. Det er en tekstform og en yrkespraksis (Allern, 2018, 17).

Fagkunnskapen peker på at pressen er blant de viktigste ingrediensene i et demokrati, og det er svært viktig for demokratiet at den er fri. Ellers står informasjonsfriheten, trykkefriheten og selveste grunnfjellet i et demokrati, ytringsfriheten, i fare (Norsk Presseforbund, u.å.). De fem første punktene i Vær Varsom-plakaten underbygger og forklarer ytterligere hva pressens samfunnsrolle er. Vær Varsom-plakaten er en liste med punkter som består av selvpålagte normer. Etikk er et nøkkelord. Den forvaltes av Norsk Presseforbund, og gjelder for alle mediebedrifter, redaktører, journalister og andre medlemmer av forbundet. Norsk Presseforbund er fellesorganisasjonen til de nevnte gruppene. (Norsk Presseforbund, u.å.) Enkelt forklart kan man si at redaktørstyrte medier er underlagt Vær Varsom-plakaten (Brønn et al., 2015, 68).

1.1. Ytringsfrihet, informasjonsfrihet og trykkefrihet er grunnelementer i et demokrati. En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i demokratiske samfunn.

1.2. Pressen ivaretar viktige oppgaver som informasjon, debatt og samfunnskritikk. Pressen har et spesielt ansvar for at ulike syn kommer til uttrykk.

1.3. Pressen skal verne om ytringsfriheten, trykkefriheten og offentlighetsprinsippet. Den kan ikke gi etter for press fra noen som vil hindre åpen debatt, fri informasjonsformidling og fri adgang til kildene. Avtaler om eksklusiv formidling av arrangementer skal ikke være til hinder for fri nyhetsformidling.

1.4. Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold. Det er pressens plikt å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle.

1.5. Det er pressens oppgave å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre.

(Norsk Presseforbund, u.å.)

Som en del av journalistikken har ikke sportsjournalistikken noen tradisjon for å gå i dybden med undersøkende journalistikk. Verken i Norge eller utenfor. Sportsjournalistikkens kvalitet er likevel i bedring (Antonsen, 2018, s. 83).

Altså er en stor del av medienes rolle å avdekke. Hvem står bak? Hvilke summer betales? Hva er målet til bedriftene og nasjonene som bruker disse ufattelige summene? Et tidsskrift som har satt av ressurser til både Qatar spesielt og sportsvasking generelt er Josimar. På sin egen nettside josimar.no skriver de følgende:

"Josimar skal være et tidsskrift som tar deg med bak overskriftene, vi skal vise fotballens storhet, men også dens skyggesider, vi skal fange det brede, men

samtidig være smale. I Josimar skal du lese om fotballens historie, spillets taktiske endringer, treningsmetodikk og spillestil, supporterkultur og om fotballens rolle i verdenssamfunnet. Og ikke minst skal vi drive kritisk og etterforskende journalistikk i en bransje som preges av store summer og dobbeltroller blant sentrale aktører."

(Om Josimar, 2012)

I dag er mediene som er underlagt Vær Varsom-plakaten mangfoldige. Det er ikke bare gravende dybdejournalistikk. Sport er et eksempel. Det produseres journalistikk om fotball, jakt og fiske, kunsthåndverk og mote (Jakt & Fiske, u.å..) (Kunsthåndverk, u.å.) (Elle, u.å.). Alle disse er eksempler på nisjene i presse-Norge. Uten gladsakene er krymper mangfoldet. Det kan ende med at ikke alle fortsetter å konsumere nyheter fra den organiserte pressen. Jeg kommer senere tilbake til hva organisert presse betyr. Josimar har gått ut og tatt på seg ansvaret for skyggesidene av idretten verden elsker. Den skal heller ikke undervurderes, og gjøre nok heller ikke det i like stor grad som gladsakene. Selv om Josimar har fotball som en rød tråd i sin journalistikk, er de underlagt de samme grunnreglene som alle andre redaktørstyrte medier i Norge.

I 2009 ble Josimar etablert og begynte å skrive om fotball på nett og papir. I 2018 ble Håvard Melnæs redaktør. På tross av at oppstarten var ni år tidligere, skal årene som fulgte ha vært sterkt preget av dårlig økonomi. Den økonomiske situasjonen fikk et vendepunkt i 2023 (Spigseth, 2023). Papirmagasinerne gjøres grundigere rede for etter presentasjonen av problemstillingen.

Problemstilling

Jeg ønsker å dokumentere hvordan tidsskriftet Josimar belyser sportsvasking i norsk fotball. Grunnen til at nettopp disse årene ble valgt er at de leder opp mot det utskjelte mesterskapet i Midtøsten (Christiansen et al., 2022). Kan mesterskapet skygge over sportsvasking i hjemlige ligaer? Har Josimar klart å bane vei for de andre mediene få temaet på dagsordenen? Sammen leder dette fram til problemstillingen min:

“Hvordan belyser tidsskriftet Josimar sportsvasking i norsk fotball?”

Aller først må ordet sportsvasking defineres. Amnesty International har denne definisjonen på sin nettside:

“Sportsvasking skjer når stater arrangerer eller sponser store idrettsarrangementer, klubber eller organisasjoner for å avlede oppmerksomheten vekk fra menneskerettighetsbrudd som staten kritiseres for.”
(Amnesty International, u.å.).

Som en del av denne forskningen har jeg lest grundig gjennom over 40 artikler utgitt av Josimar. Dette har gitt meg innsikt og et solid inntrykk av hvordan magasinet bruker begrepet. Det skiller seg litt fra Amnesty Internationals definisjon. Nasjoner eller bedrifter som bruker økonomisk kraft for å renvaske seg, eller ønsker å forbedre omdømmet sitt. Gjennom å donere penger inn i idrettslag, enkeltutøvere eller turneringer skaper de seg et navn i idretten som støtter. Qatar ber til og med inn til fest. Jeg vil dokumentere at ordet “Omdømme” henger sammen med sportsvasking. Akkurat dette skal tydeliggjøres.

I 2009 ga Josimar ut sitt første fysiske magasin. På Josimar.no omtaler de seg som et uavhengig, månedlig tidsskrift. I flere år leverte de ti utgaver årlig, men etter hvert kom det en nedgang. Den blir relevant for forskningen (Melnæs, 2023). Derfor kommer jeg tilbake til det senere. Papirmagasiner inneholder i hovedsak det samme som publiseres på nett, med noen egne saker, som ikke gis ut på nett. Kanskje for å holde verdien på den fysiske plattformen oppe. Dette blir ikke så relevant, da forskningen min først og fremst bygger på nettpubliseringsene under fanen “ARTIKLER” på Josimar.no ([Josimar, u.å.](#)).

Kvantitativ metode

Hvordan var opptakten til VM i Qatar i Josimar? Mesterskapet har blitt et bilde på sportsvasking. Jeg ønsket å undersøke deknningen av sportsvaskingen hjemme i Norge på samme tid. Forhåndsinntrykket mitt var at jeg knapt har hørt om sportsvasking i forbindelse med norske lag eller utøvere. Om det finnes burde vel Josimar ta ansvar og få dette fram i lyset. Tematiseringen av sportsvasking i Qatar aktualiserte emnet også her hjemme i Norge, men hvor mye ble det egentlig skrevet om? For å få svar på spørsmålene ble Josimars nettpubliserte artikler fra 2021 og 2022 analysert. Totalt 43 artikler. Verdens Gang viste at nesten hver femte nordmann over 18 år planla før mesterskapet å boikotte sendingene (Christiansen et al., 2022).

I 2021 ga Josimar ut seks papirmagasiner. I 2022 kun fem. Grunner til dette skal drøftes litt senere. I forskningsanalysene tar jeg uansett kun for meg nettutgivelser under fanen “ARTIKLER” på Josimar.no (Melnæs, 2023) (Josimar, u.å.).

I den kvantitative analysen ble ordtelling gjennomført. Jeg noterte antall ganger det sto sportsvask, Qatar og omdømme. Mine funn i den kvantitative analysen gjorde at en kvalitativ analyse ble nødvendig. I forkant av den kommer en egen metodedel med tittel “Kvalitativ metode”. I den kvantitative analysen ønsket jeg å dokumentere om det ble skrevet stadig mer, eventuelt mindre, om Qatar-mesterskapet. Ved å ta med sportsvask og Qatar som to forskjellige begreper er tanken at man kan luke ut hvilke saker som handler om sportsvasking generelt eller utenfor Qatar. Dette er relevant for problemstillingen fordi saker som omhandler sportsvasking utenfor Qatar er sakene som etter hvert skal vurderes.

Problemstillingen min har i utgangspunktet ikke noe med VM i Qatar å gjøre, i hvert fall ikke direkte. Jeg har likevel prioritert å gi noe plass til mesterskapet. De siste årene har jeg som aktiv sportsjournalist observert samfunnsdebatten rundt sportsvasking generelt og Qatar-VM spesielt. Jeg har vært, og er fortsatt en del av journalistikken og samfunnsdebatten. En observasjon jeg har gjort er at Qatar og sportsvasking nærmest er synonymmer i den offentlige debatten i Norge. De to ordene “sportsvasking” og “Qatar” virker å vekke mange av de samme assosiasjonene hos nordmenn. Metanivået gjør at det er verdi i å inkludere Qatar og deres mesterskap i denne forskningen. Amnesty International trekker kun fram stater som

sportsvaskere, ikke firmaer eller bedrifter. Dette underbygger min påstand (Amnesty International, u.å.).

Resultatet av ordtellingen ble ført i tabeller. “2021” og “2022” er systematisert i to separate tabeller.

Kvantitativ analyse

2021

Nummer og artikkeltittel	Inneholder ordet sportsvask	Inneholder ordet omdømme	Inneholder ordet Qatar	Antall ord i artikkel
1. Tåkefyrstenes tid	0	0	0	1863
2. Kartet og terrenget	0	1	0	2252
3. Bortenfor UEFA Pro	0	0	0	1147
4. «Gammeldags og autoritært»	0	0	0	800
5. Multitaskeren	0	0	0	2611
6. Kompetanse i et nytt fotballandskap	0	0	0	877
7. De som leker mest blir best	0	0	0	708
8. Utgave 1/2021	0	0	0	381
9. «Martin Ødegaard har prestert, i motsetning til mange journalister»	0	0	0	1053

10. Fotball uten dommere	0	0	11	858
11. Utgave 2/2021	0	0	1	616
12. Sterke påstander, ingen dokumentasjon	0	0	49	2377
13. Pengekarusellen	0	0	0	909
14. Best of Josimar	0	0	0	215
15. Ingen sponsortap ved Qatar-boikott	1	0	32	1988
16. EM-bibelen 2021	1	0	0	570
17. Ut av kurs	0	0	0	1216
18. Mens ballen ruller gjennom verden	1	1	1	1749
19. Beretningen om et varslet bestillingsverk	0	1	79	3979
20. «Nå er det faenmeg nok»	0	0	10	2263
21. Stillhet før stormen	0	0	42	1780
22. Når absolutt ikke betyr absolutt	0	0	1	1926
23. Full forvirring på Ullevaal?	0	0	4	1524
24. Utgave 4/2021	0	0	0	261

25. «I den grad det finnes en offisiell statistikk, er det ingen grunn til å ha noe tiltro til den»	0	0	35	2570
26. Utgave 5/2021	0	0	0	347
27. «Norsk Qatar-deltakelse fremmer kriminalitet»	0	0	15	1555
28. Møtt med taushet og spamfilter	0	0	23	1687
29. Årets siste utgave	0	0	1	261
30. Alt skal utredes og kommersialiseres	0	0	0	3372
31. Når utredning blir fornedring	1	0	0	897

2022

Nummer og artikkeltittel	Inneholder ordet sportsvask	Inneholder ordet omdømme	Inneholder ordet Qatar	Antall ord i artikkel
1. Utgave 1/2022	2	0	1	320
2. Sportsvasking på norsk	17	0	5	6401

3. Solidaritet med Ukraina!	0	0	0	228
4. Ny utgave sendt til trykk	0	0	0	399
5. Fotballen som var vår	1	0	0	1397
6. Hastig og lite begeistret	0	0	2	2370
7. EM-festen kan begynne	0	0	0	393
8. Jubel og mål!	0	0	1	402
9. 40 years of silence	0	0	0	2926
10. Alle inntekter til Trøim	0	0	0	2091
11. Omkamp om dualmodellen?	0	0	0	2596
12. Leder 5/2022	0	0	28	1378

Flere av sakene omhandlet temaene. Jeg la til ytterligere et kriterium i analysen. Antall ord i hver artikkel. Lengden på sakene varierte voldsomt. Dette kom fram gjennom analysen. En grunn til det spriket i antall ord kan være at noen av publikasjonene kun var korte meldinger som at de støttet Ukraina, eller at neste fysiske opplag straks var på vei ut til abonnentene. En annen ting som er slående er antall utgitte artikler i året. I 2021 ble 31 saker publisert. Året etter, altså i 2022, ble kun 12 saker utgitt. Spriket er illustrert i tabeller

Antall artikler og lengde

	Antall artikler (fordelingen i prosent i parentes)	Antall ord i gjennomsnitt per artikkel	Antall ord i lengste artikkel	Totalt antall ord (fordelingen i prosent i parentes)
2021	31 (72,1%)	1439	3372	44 612 (68,1%)
2022	12 (27,9 %)	1742	6401	20 901 (31,9%)
Differanse	-19	+303	+3029	-23 771

Innhold i artiklene

Årstall (Antall artikler totalt i parentes)	Antall artikler som inneholder ordet “sportsvask” (andelen i prosent i parentes)	Antall artikler som inneholder ordet “omdømme” (andelen i prosent i parentes)	Antall artikler som inneholder ordet “Qatar” (andelen i prosent i parentes)
2021 (31)	4 (12,9%)	3 (9,7%)	14 (45,2%)
2022 (12)	3 (25%)	0 (0%)	5 (41,7%)

At ordene “sportsvask” og “omdømme” ikke benyttes mer kan skyldes at andre ord heller benyttes. Grunnen til at “sportsvask” ble valgt var at det gir utslag på både “sportsvaske” og “sportsvasking”. Ordet omdømme ble brukt én gang i 2021s 18. artikkel, “Mens ballen ruller gjennom verden”. I samme artikkel brukes ordet “rykte”. Kanskje kan Josimars journalister foretrekke sistnevnte begrep oftere enn “Omdømme”, i situasjoner med samme tematikk.

Empiri basert på kvantitativ metode

I 2021 ble det skrevet nesten tre ganger så mange artikler som i 2022. Snittlengden på sakene går marginalt opp i 2022, 303 ord for å være presis. Mye på grunn av én sak. Årets andre utgivelse, "Sportsvasking på norsk", er den saken med soleklart flest ord og tegn gjennom de to årene (Johnsen, 2022). I utgangspunktet ville det vært naturlig å tenke at den enorme saken har krevd så mye ressursbruk at det har gått utover antall saker. Den teorien spennes bein på av at saken om sportsvasking i Norge ble publisert 24. februar 2022 (Johnsen, 2022). Dette var årets første artikkel. Den eneste publiseringen som ble gjort før dette var en oversikt over hva som kom i årets første trykkede opplag. Dermed hadde journalistene over ni måneder å produsere innhold på (Josimar, 2022). Skulle argumentet holde, burde den lange artikkelen kommet senere på året.

Innholdsprodusentene

Økonomiske og redaksjonelle ressurser kan forklare svingningene i min empiri. Derfor er ressursene kartlagt. For å finne ut hvor mange som jobbet med å skape innhold til Josimar.no i 2021 og 2022, har jeg produsert to tabeller. En for hvert år. Her listes alle de konkrete navnene som har fått sin byline på nettsiden opp. I tillegg kommer ledere og noen artikler som er signert "Redaksjonen". Tabellene er konsentrert rundt faktiske navn, for å finne ut hvem denne redaksjonen i grove trekk bestod av på de forskjellige tidspunktene.

Noen artikler har såkalte doble byliner. Dermed har flere enn én person medvirket for å produsere saken. Ved disse tilfellene har journalistene fått hver sin rad, og begge har fått lagt til en ny sak som sin. Eventuelle gjesteskribenter eller frilansere kan forekomme. Tabellen fanger ikke opp arbeidsforhold.

2021

Navn på journalist	Antall artikler skrevet på Josimar.no dette året
Lars Johnsen	12
Hallgeir Gammelsæter	3

Mads Skauge	1
Erling Rostvåg	1
Håvard Melnæs	1
Ivar Dale	1
Vegard Egeland	1
Henning Homme	1
Yaw Ihle Amankwah	1
Henrik Herrebrøden	1
Christian Thue Bjørndal	1
Arve Hjelseth	1
Karl-Fredrik Tangen	1

2022

Navn på journalist	Antall artikler skrevet på Josimar.no dette året
Lars Johnsen	6
Romain Molina	1
Herman Berg	1

Sammenligningen

Årstall	Antall benyttede journalister/skribenter
2021	13
2022	3
Differanse	10

Med få unntak har altså ikke sakene blitt veldig mye mer innholdsrike på ord. De kan være grundigere eller mer tidkrevende av andre grunner, men mine funn viser ingen god grunn til den kraftige nedgangen. Med unntak av én. Økonomien virker å ha vært anspent. (Spigseth, 2023). Argumenter for dette kommer før den kvalitative metoden. Tallene som angår antall skrevne saker og antall skribenter underbygger dette.

Enkelte medier får støtte fra det offentlige. Det er lovfestet i "lov om økonomisk støtte til mediene (mediestøtteleven)". Her er noen relevante paragrafer. (*Mediestøtteleven*, 2021§1)

§ 1. Formål Loven skal legge til rette for et mangfold av redaktørstyrte journalistiske medier over hele landet ved å bidra til forutsigbare økonomiske rammer for medienes virksomhet og en styrket uavhengighet i forvaltningen av mediestøtten.

§ 5. Produksjonstilskudd til nyhets- og aktualitetsmedier

*Produksjonstilskuddet til nyhets- og aktualitetsmedier skal stimulere til et mangfold av tekstbaserte nyhets- og aktualitetsmedier over hele landet, med et bredt journalistisk innhold rettet mot allmennheten. Videre skal ordningen fremme uavhengig journalistikk karakterisert ved høy kvalitet, særlig i nyhets- og aktualitetsmedier i markeder som er for små til å være bærekraftige, eller i nyhets- og aktualitetsmedier som er alternativer til de ledende nyhetsmediene i de ulike mediemarkedene. Produksjonstilskuddet gis som driftstilskudd. Vilkårene for å motta tilskudd skal i størst mulig grad være objektive og bidra til forutsigbarhet for tilskuddsmottakerne. (*Mediestøtteleven*, 2021, §5).*

Pressestøtten ble innført i 1969. (Medienorge, u.å.). Den kom av flere grunner, men øverst på listen var målet å unngå nedleggelser i avismarkedet og å sikre variert presse i framtiden. Et av flere undermål var å sørge for konkurranse mellom lokalaviser. Den gang var det tre ulike tilskuddsordninger. Man kunne få tilskudd for å jevne ut geografiske forskjeller, støtte de politiske partienes egne pressekontorer eller for avisepapir. Sistnevnte ble senere omgjort til

produksjonsstøtten. Året etter, 1970, ble etterutdanning subsidiert. I 1971 var det mulig å få en liten sum til forskning. Senere har det blitt tilført nye varianter. For eksempel kan man få støtte til samiske og minoritetsspråklige aviser. Flere ganger har kriteriene for å kunne motta støtte blitt endret. Dette for å målrette støtten, og tilgjengeliggjøre den for de avisene som er mest truet av konkurs og nedlegging. Den største av de direkte støtteordningene er produksjonsstøtten. Den er rettet mot to grupper. De minste lokalavisene, og nummer to-aviser med svak økonomi. I tillegg hjelper den noen av de riksdekkende avisene. Først og fremst de meningsbærende som for eksempel Vårt Land (Velsand, 2021). Josimar hevder de havner mellom stolene hver gang pressestøtten skal deles ut (Melnæs, 2023).

Årene 2021 og 2022, som denne forskningen dreier seg om, mottok ikke Josimar noen pressestøtte. Begge årene var det den meningsbærende avisen Klassekampen, nummer to-avisen Bergensavisen og Dagsavisen som mottok mest (Aarli-Grøndalen, 2021) (Aarli-Grøndalen, 2022).

Forståelsen av at økonomien kan ha vært trang i Josimar underbygges ytterligere av at de under flere av sine artikler har lagt ved følgende tekst:

"LIKTE DU ARTIKKELEN? SEND OSS GJERNE ET BIDRAG FOR Å STØTTE KRITISK OG UNDERSØKENDE FOTBALLJOURNALISTIKK. VIPPS 84433." (Johnsen, 2021)

Tidlig i 2023 uttalte Josimar at det fysiske magasinet ikke lenger kunne trykkes (Melnæs, 2023). Økonomien var anspent. I mars 2023 ble det klart at de snudde. Da var en ny eier på plass. Dagsavisen skrev om dette. De beskrev fotballmagasinet som "konkurstruede Josimar". Videre slo de fast at eieren av blant annet Filter Nyheter og Natt & Dag, Venture Factory Media, nå overtok aksjemajoriteten i Josimar (Spigseth, 2023). Det er grunn til å anse det som naturlig at den kraftige nedgangen i antall saker og medarbeidere kommer som følge av konkursspøkelset.

Oppkjøpet ga Josimar-redaksjonen muligheten kreftene på journalistikk. Likevel er det viktig å understreke at et slikt oppkjøp ikke trenger å være positivt på sikt. Å være avhengig av andres lommebok kan påvirke hva som skrives om, og tilliten fra lesere og samfunnet for øvrig kan svekkes. I et søkt scenario kunne staten Qatar ofret noen millioner for å redde den

lille redaksjonen. Om Josimar i dette scenarioet ville godtatt, ville de Qatar-kritiske sakene blitt vanskeligere å produsere. Venture Factory Media eier allerede nyhetsproduserende selskaper. Det gjør at Josimar kanskje føler seg tryggere enn om noen uerfarne la inn et bud for å redde dem. Spesielt ved den formen for kritisk journalistikk Josimar ofte skaper, kan frihet være en nøkkelfaktor for redaksjonen. Om noen fortjener kritikk må de kunne kritiseres. I framtiden kan det komme fram om eieren påvirker innholdet. Eiere har vært mer kritisert blant utenlandske medier. Fox News-eier Rupert Murdoch har stått i stormer flere ganger. Lignende har ikke vært vanlig i Norge (Breivik, 2023).

Kvalitativ metode

Oppkjøpet av Josimar skjedde etter årsskiftet til 2023, utenfor mine kriterier. I 2022 er det altså grunn til å tro at økonomien var trang. Dette kan være grunnen til langt færre utgitte saker enn året før. Likevel kom den utvilsomt største saken i 2022. Det viser mine funn i den kvantitative metoden. “Sportsvasking på norsk” er lengre enn alle de andre sakene fra de to årene. (Johnsen, 2022) Den er skrevet av Lars Johnsen. Artikkelen stikker seg såpass ut at jeg ønsket å dykke dypere i den enn i de andre sakene, i søken etter svar på problemstillingen.. Den kvalitative analysen er ikke en ren tekstanalyse. Det er en vurdering av det journalistiske håndverket som er gjort. Alle de 6401 ordene kan ikke analyseres og vurderes på detaljnivå i en bacheloroppgave på 8000 ord. Derfor vurderes følgende kriterier: bildebruk, kildekritikk, etikk og multimediale valg.

For å gi økt forståelse for måten Josimar jobber på, er artikkelen delt i fire deler.

Våpeneksport fra Nammo på Raufoss, våpeneksport fra Kongsberg, Equinors utslipp og sjømatelskapet SalMars konsekvenser. For å gi et grundig innblikk i måten journalisten jobber på, velger jeg å gå detaljert gjennom delen om våpeneksport fra Nammo på Raufoss, før resten av referatet, som er satt sammen av undertegnede, forenkles noe. Grunnen til at jeg velger akkurat den er hele artikkelens vinkling. Blar man forbi saken i sosiale medier eller på Josimar.no er Nammos logo et tydelig blikkfang. Sammen med tittelen “sportsvasking på norsk”. Sammendraget åpner med artikkelens ingress.

Beskyldninger om sportsvasking i Norge

«Sportsvaske» ble årets ord i 2021. Mens norske selskaper har solgt krigsmateriell til Emiratene, sponser de lokal idrett. Equinor fortsetter å lete etter olje i alle verdens hjørner, og pøser penger inn i norsk idrett. Oppdrettsnæringen, som forurensar våre felles eide fjorder, har blitt en milliardindustri som også fyller på norske klubbkasser.» (Johnsen, 2022)

Nammo

Hovedbildet er av to barn som spiller fotball. Barnas ansikter er sladdet. Den ene gutten har på seg en gul Raufoss-drakt med logoen til Nammo på magen. Logoen er utformet med en patron inne i O-en (Johnsen, 2022). Allerede etter ett bilde og noen linjer har journalisten kanskje fått mottakerne til å tenke. Kanskje sportsvasking ikke bare er et problem i Midtøsten?

Videre siteres Nammo og Kongsberg Gruppen (Tidligere Kongsberg Våpenfabrikk). De skryter av sine brede utvalg innen våpen og ammunisjon. Situasjonen rundt borgerkrigen i Jemen forklares, og det slås fast at våpen fra de norske produsentene høyst sannsynlig er solgt til land som bidrar i krigen (Johnsen, 2022).

Grusomme historier fra krigen følger. Luftangrep, mennesker som har mistet alt og som nå verken har mat eller nødvendige medisiner. Videre viser de til økt våpeneksport. Karl Schembri benyttes som ekspertkilde og forklarer situasjonen. Han tituleres som Flyktinghjelpens pressekontakt for Øst-Afrika og Jemen. Gina Ekholt, utviklingspolitisk seniorrådgiver i Redd Barna, benyttes for å gå dypere i materien. Hun forteller om gjentatte brudd på humanitærretten, drap på sivile, drap på hjelpepersonell og bombing av skoler og sykehus (Johnsen, 2022).

20. desember 2021 skal journalisten ha lest på Raufoss Fotballs hjemmeside at Nammo og Raufoss fotball har en avtale. De to skal stå sammen og bygge hverandre opp i den vesle byen på Toten. Journalisten underbygger samarbeidet med konkrete deler av sponsoravtalen som er

gjort. For eksempel at Raufoss Fotball spiller sine hjemmekamper på Nammo stadion og at Nammo-logoen fortsatt pryder draktene til OBOS-ligalaget (Johnsen, 2022).

Så kommer tilsvaret fra Nammo. Fredrik Tangeraas, Nammos senior vice president communications, forteller først fritt om hvorfor Nammo ønsker å sponse blant annet fotballklubben. Så blir sportsvasking et tema. Tangeraas mener det er naturlig for Nammo, som han omtaler som en hjørnesteinsbedrift på Raufoss, å engasjere seg. Han trekker fram at mange som jobber på Nammo har barn i klubben. Videre sier han at engasjementet for klubben og lokalsamfunnet er ektefølt, sterkt og gjensidig, noe som illustreres i en av supportersangene:

«Vi har åsen full ta ammunisjon å går itte rundt å ær redd for non» (Johnsen, 2022).

Han mener Nammo skulle ha svært lite å oppnå ved å sportsvaske gjennom sponning. (Johnsen, 2022)

Neste avsnitt er uthevet. Der står det at Riksrevisjonen og uavhengige rapporter har kommet fram til at det er “betydelig risiko for at norsk krigsmateriell har havnet i Jemen” – også fra Nammo. Jemens borgerkrig omtales som den største humanitære katastrofen i dag. Dette underbygges med tall. 2 millioner barn får ikke gått på skole, 2,2 millioner barn er underernærte som følge av krigen. Det uthevede avsnittet avsluttes på følgende vis:

“Samtidig som barn lider i Jemen, skal barn og unge i Raufoss løpe rundt med Nammos logo når de spiller fotball. Hva tenker du om det?” (Johnsen, 2022)

Tangeraas svarer at situasjonen i Jemen åpenbart er tragisk, men han er ikke enig i premisset til journalisten. Han ser ikke noen sammenheng mellom borgerkrigen, Nammo og fotball på Raufoss. Han viser til en rapport fra Riksrevisjonen og gjentar at det er særdeles lite sannsynlig at norsk krigsmateriell er brukt i denne krigen. Dette er Tangeraas’ siste sitat i saken (Johnsen, 2022).

Det betyr ikke at kapittelet om Nammo er avsluttet. Nå introduseres Gina Ekholt i Redd Barna igjen. Hun stusser over uttalelsene til Tangeraas, og sier litt om at det er dokumentert at

norske våpen er solgt til Emiratene, og at et av argumentene til Tangeraas er et forsøk på en avsporing fra industrien og utenriksdepartementet (Johnsen, 2022).

Neste avsnitt åpnes med at Nammo har hatt eget salgskontor i Emiratenes hovedstad Abu Dhabi siden 2015. Journalisten deler informasjon om landet. Så tilbake til fotball. Raufoss Fotballs daglige leder, Mathias Engebakken, får spørsmål om hvorfor Raufoss Fotball ønsker å samarbeide med Nammo. Journalisten informerer om at Engebakken ønsket å svare på spørsmålet på E-post, og påpeker at svaret er ganske likt det Nammo ga tidligere i saken. Nøkkelord i svaret er hjørnesteinsbedrift og lokalsamfunn. Han skriver at det ikke er utfordrende for Raufoss Fotball å bære selskapslogoen til Nammo på klær. Han avslutter E-posten med å informere om at de to partene har satsingsområder innenfor like muligheter, inkludering og mangfold utover ulik synlighet på tøy og arenaer (Johnsen, 2022).

I det siste avsnittet av første del skriver journalisten at Engebakken ikke ønsker å svare på hvordan klubben har reflektert rundt at sponsoren produserer ammunisjon. Han heller ingen kommentar til at norsk krigsmateriell kan ha blitt benyttet i borgerkrigen i Jemen (Johnsen, 2022).

Kongsberg Gruppen

Andre del har noen likhetstrekk med første. Nå er Kongsberg Gruppen (Tidligere Kongsberg Våpenfabrikk) i søkelyset. Leserne vite at Kongsberg Jazzfestival i 2021 ikke lenger ønsket å bli sponset av Kongsberg Gruppen. Arrangørene hadde opplevd at artister ikke ønsket å opptre, fordi våpenfabrikken var blant sponsorene. Samme uke økte Kongsberg Gruppen sin økonomiske støtte til Kongsberg idrettsforening. De ble generalsponsor i alle klubbens ti grener. I tillegg skal de ha gått inn med et sjufiget beløp i byens basketballag. Daglig leder i idrettsforeningen gjør det klart at dette samarbeidet har pågått i over ti år. I likhet med på Raufoss trekkes hjørnesteinsbedriften og arbeidsplassene i lokalsamfunnet fram (Johnsen, 2022).

Ronny Lie i Kongsberg Gruppen har fått svare for våpenfabrikken. Journalisten presiserer at de ikke ønsket å svare på de konkrete spørsmålene fra Josimar. De fikk dette generelle svaret:

“– Vår sponsorpolicy går ut på å sponse lokale kulturarrangementer, idrettslag, dugnadsarbeid og veldedighet på de stedene vi er tilstede.” (Johnsen, 2022).

Nærings- og fiskeridepartementet kontaktes da de eier 50 prosent av fabrikkene. De henviser videre til UD, som Josimar ikke klarer å oppnå kontakt med. Karl Schembri i Flyktninghjelpen avslutter artikkelens siste våpenkapittel med å oppfordre nordmenn til å være kritiske til sine klubbers sponsorer (Johnsen, 2022).

Equinor

Del tre åpnes med en skildring av en TV-reklame. I reklamen sliter unge mennesker med ting som idrett og musikk. Etter hvert løsner det og alt flyter som det skal. Reklamen avsluttes med «Framtiden trenger mange typer helter. Vi støtter morgendagens helter. Equinor.» på skjermen (Johnsen, 2022).

Journalisten informerer om at Equinor siden 2001 har sponset Norges Fotballforbund (NFF). Gro Tvedt Anderssen, direktør for kommunikasjon og samfunn i NFF svarer på e-post at NFF er glade og stolte av samarbeidet. Hun trekker fram hva sponsoratet har bidratt til og retter søkelyset mot produksjonen av gode fotballspillere og økt folkehelse. Verken NFF eller Equinor deler beløpene. Sissel Rinde, informasjonsdirektør i Equinor, begrunner det med at avtalene bestemmes individuelt sammen med sponsorobjektet. Hun trekker fram at Equinor ser på å bidra til utvikling som en del av deres samfunnsoppdrag. Cathrine Instebo, sponsorsjef i Equinor, tok opp samfunnsoppdraget under lanseringen av den nevnte reklamefilmen (Johnsen, 2022).

Journalisten viser til en NRK-dokumentar og en Dagens Næringsliv-artikkel, hvor Equinors USA-satsing plukkes fra hverandre. Det kommer fram at selskapets olje- og gassleting har ødelagt natur og menneskeliv. Branner og lekkasjer får mye av skylden. Lederen i Greenpeace, Frode Pleym, er kritisk til Equinors handlinger. Så oppgis navnene på Instagram-kontoene til noen av juniorlandslagene i både sykkel og langrenn. Flere av dem inneholder navnet på sponsoren. NFF bruker “NFF Landslagsskole” som navn på en Instagram-profil, men journalisten slår fast at det kommer tydelig fram at det offisielle navnet

er Equinor Landslagsskole. Norges Cykleforbund og Norges Skiforbund Langrenn får forklare hvorfor de samarbeider med oljegiganten..

– Måten Equinor bruker idretten på, og idretten lar seg bruke på, er rett og slett sportsvasking og grønnvasking. Det er kvalmt. De gjør dette for at virksomheten skal se bedre ut enn den egentlig er. Selskapet misbruker idrett for å unngå negativt søkelys på det som er Equinors kjerneverdi – nemlig å øke utslipp som fører til klimaendringer, som igjen fører til at snøen blir borte, Frode Pleym (Johnsen, 2022).

Grønnvasking skiller seg litt fra sportsvasking. Mange i dagens samfunn er opptatt av miljøet. Miljødirektoratet slår fast at globale utslipp fortsetter å øke. Særlig i transport og industri (Miljødirektoratet, 2022). Det vet kommersielle og andre aktører godt. Derfor går mange langt i å hevde at de er “grønne”, altså klimavennlige, for å lokke til seg forbrukere. Eller for å renvaske et omdømme som klimafiendtlig. Dette kan gå utover troverdigheten, om det avsløres at påståtte grep ikke blir gjort (Brønn et al., 2015, s. 315).

Pleym sier at han forstår at selskapet ønsker å renvaske seg, men han skjønner ikke at idrettslagene ønsker å la seg sponse (Johnsen, 2022). Lagene får tilsvar like etter. Anders Bjartnes erredaktør i Energi og klima introduseres og for et kort avsnitt, hvor han påpeker at det er brenningen av oljen som står for de største utslippene. Ikke selve produksjonen. Diego Salas, talsperson for Greenpeace Argentina forklarer at det er store demonstrasjoner i Argentina, fordi Equinor har fått lov til å lete etter olje i landet. Journalisten hevder at oljegiganten ikke har påtatt seg noe samfunnsansvar i Argentina, som de har i Norge. Pleym avslutter del tre, og slår fast at bedriften har lykket 100 prosent med sin sportsvaskingskampanje (Johnsen, 2022).

SalMar

Umiddelbart i den fjerde og siste delen blir vi kjent med Arne Roger Hansen i Norges Miljøvernforbund. Han omtaler seg som Rosenborg-supporter, men sier han ikke føler seg bra når han ser SalMar-logoen på hjemmebanen Lerkendal (Johnsen, 2022).

Samarbeidet mellom RBK og SalMar introduseres. Avtalen ble inngått i 2014, og har siden blitt forlenget flere ganger. Aktørene skryter av hverandre. Hansen mener oppdrettsnæringen har forurenset fjordene og kjøpt godvilje ved å sponse lokalidretten i Trønderlag (Johnsen, 2022). Tall fra Fiskeridirektoratet og Fisk.no benyttes for å vise hvor pengesterk næringen er. Videre understrekes det at i motsetning til Nammo, Kongsberg Gruppen og Equinor, er så å si all oppdrett drevet privat av eiere. Pengene havner i lommebøkene til eierne. I Kapitals årlige oversikt over Norges 400 rikeste personer konkluderes det med at SalMar-eier Gustav Witzø innehar 6. plassen. Som i forrige del beskyldes aktørene, denne gang oppdretterne, ikke bare for sportsvasking, men også for grønnvasking. Maren Esmark i Naturvernforbundet leverer det som blir tittelen på artikkelen til slutt (Johnsen, 2022).

“– Det er sportsvasking på norsk”
(Johnsen, 2022).

Naturvernerne forklarer hvorfor næringen truer dyrearter og forurenses. De forklarer hvordan det kan unngås, ved at aktørene bruker litt mer penger på lukkede merder. Det refereres til dokumentasjon fra Norges Miljøvernforbund. Til slutt informeres det om at verken Rosenborg eller SalMar har besvart Josimars spørsmål (Johnsen, 2022).

Kvalitativ analyse

Tittel

Faglig sett skal en tittel, eller overskrift, være én setning som oppsummerer artikkelen. Nyheten skal komme fram (Kjendsli, 2008, s.67). Den definerte tittelen var kanskje mer relevant før. Samme tankesett brukes etter min erfaring ennå, men oftest i papiraviser. Med eksempelet “Sportsvasking på norsk” handler det nok like mye om å friste potensielle lesere inn. Jeg mener dette er en god tittel, fordi den bryter med forventninger. I den kvantitative delen drøftet jeg samfunnets forhold til ordet sportsvasking. Basert på det, og at det i stor grad forbindes med Midtøsten, tror jeg tittelen kan vekke interesse hos mange.

Ingress

Allerede i ingressen i artikkelen pekes fingeren mot konkrete selskaper.

En ingress skal være en oppsummering av hele saken. Sammen med tittelen skal den gi så mye informasjon at mottakeren blir orientert og finner ut hva som har skjedd hvor med hvem. En tittel og en ingress til sammen er nære den gamle nyhetsnotisen fra avisen. Eller nyhetsmeldingen på radio (Kjendsli, 2008, 67). Ingressen til Josimar gir som den skal, et innblikk i hva som kommer. Basert på faglig erfaring med leserstatistikk og hva som fungerer best for å favne bredest mulig, synes jeg den er for lang. Optimalt sett skulle budskapet blitt kommunisert på halvparten så mange ord. Dette kan være en krevende øvelse. Innholdet er viktigst, og det kommer fram. Å lokke leserne inn i sakene er nok mer prioritert i andre nyhetsmedier enn hos nisjene. Idet en leser har gått inn på Josimar.no er det allerede tatt et aktivt valg hvor h*n ønsker å lese om fotball.

Mellomtitler

Mellomtitlene ble ikke nevnt i sammendragene. Totalt i artikkelen er følgende 13 mellomtitler.

Mot avgrunnen
Seksdoblet våpeneksport
Flengende kritikk
«Åsen full ta ammunisjon»
Svart på hvitt
Jazz-nei
«Gotta be larger than life»
«Glade og stolte»
Tente på springvannet
Smelte snø som kjerneverdi
Sportsvasking funker
«Verdens beste oppdretter»
Rødlistet villaks

(Johnsen, 2022).

Det er ikke mye fagkunnskap å finne om mellomtitler, men for meg gjelder det samme her som for hovedtittelen. Skumleser en gjennom 13 mellomtitler skal man ha skjønt mye av hva artikkelen handler om. Disse mellomtitlene gir bare delvis den informasjonen. Dette kan skyldes slett håndverk. Det kan også være fordi journalistikken utvikles. Nå handler mye om å få leserne inn, og får dem til å være på siden. Vi har slått fast at Josimar var i en krevende økonomisk situasjon på tiden artikkelen kom. Kanskje ønsker de ikke å gi bort for mye informasjon i mellomtitlene, fordi man ikke skal kunne skumlese seg gjennom og forlate nettsiden. Å lese hele artikkelen vil ta flere minutter. Det betyr at flere annonser vises, som igjen gagnar økonomien. Det er viktig å understreke at ikke alle mellomtitlene ikke villedende. For eksempel gir “Seksdoblet våpeneksport” og “Rødlistet villaks” tydelige indikasjoner.

Bildebruk

Skal man gjøre en artikkel levende og illustrere godt er dette relevante punkter for bildene:

- Sted
- Årsak
- Konsekvens
- Personer

Visuelt er det ofte flere muligheter enn man skulle tro. Det er lurt å tenke at man skal få bildet til å inneholde noe:

- Nytt
- Annerledes
- Interessant
- Uventet

(Weisser, 2013, s. 14).

I artikkelen er det viktig å få brutt opp den lange teksten. Artikkelen inneholder elleve bilder.

Hovedbildet er av to barn som spiller fotball. Videre følger noen bilder av barn som ser syke eller skadde ut. Plasseringen i brødteksten gir inntrykk av at bildene er fra Jemen. Neste er av en marinerobot med logoen til Kongsberg Gruppen på. Så et av to smilende mennesker som holder en Raufoss-drakt med Nammo-logoen på. I bakgrunnen ser man samme logo på et bygg. Neste av enda et skadet barn, mest sannsynlig fra Jemen. Så jublende gutter/menn i det som ligner en fotballgarderobe. Aktørene har på seg Kongsberg-draker med Kongsberg Gruppens logo på magen. Neste er av en rygg. Personen på bildet har på seg en rød drakt. Øverst på ryggen står det “NORGE”. Under er Equinor-logoen, sammen med slagordet “Vi støtter morgendagens helter”. På bilde nummer ni holder en hånd en fyrstikk mot vannet fra en kran. Det ser ut som vannet som tar fyr. Neste inneholder en stor folkemengde. De holder opp bannere. Det ser ut som om de demonstrerer. Basert på brødteksten i forkant virker det som om bildet er fra en demonstrasjon i Argentina, hvor de frammøtte ikke ønsker mer oljeleting. Siste bilde er av fire mennesker foran en vegg med reklamer. De to i midten viser fram en Rosenborg-drakt. På magen er en SalMar-logo. Personen ytterst til høyre holder et papir hvor det står “ROSEBORG BALLKLUB SAMARBEIDSAVTALE” (Johnsen, 2022).

Den ene gutten på hovedbildet har på seg Raufoss-drakt med Nammo-logo. Dette kan være en øyeåpner. At barn i Norge har en reklame som inneholder en kule på magen kan oppfattes uventet og interessant. Guttenes ansikter er sladdet. Etisk sett savner jeg en liten bildetekst

som kan gjøre det klart at dette er et slags illustrasjonsbilde. Det handler om fotballklubben og politikken, men i en liten by som Raufoss kan guttene bli kjent igjen selv om ansiktet er skjult. Leser man hele artikkelen skjønner man at gutten på bildet ikke har noe med saken å gjøre, men førsteinntrykket kan skape et uriktig bilde av tematikken.

I det korte sammendraget hvor jeg skildret bildene i artikkelen ble det et par ganger understreket at bildet mest sannsynlig var fra Jemen, fordi det ga mening sammen med brødteksten. Ingen av bildene har fått noen bildetekst. Dette oppleves som unødvendig. På den andre siden er det kanskje bevisst hos Josimar at leseren selv skal måtte reflektere rundt bildene. Manglende bildetekst går igjen i andre artikler, så det ser ikke ut til å være slurv. Om målet med bildene av syke og skadde barn i Jemen er å skape et forhold til konsekvensene, kunne kanskje en bildetekst med navnet til barna og noe kort info om hva som har skjedd og deres livssituasjon vekket ytterligere følelser.

Bildene har heller ingen fotobyline. Altså en referanse på hvem som har tatt bildene. I min analyse ser jeg alt fra to sider. Dette har ingen åpenbar forklaring. Som en anerkjent nyhetskilde skal de ha skaffet seg rettigheter på alle bilder de ikke har tatt selv. Å sløyfe fotobylinen kan da skape unødvendige spekulasjoner på om jobben med å hente inn bildene er gjort korrekt. Ved å referere til raufossfotball.no, Equinor.com/no og de andre nettstedene de har hentet bilder fra unngår de dette. Stadige spørsmål rundt slike ting er fra et PR-ståsted farlig, fordi det kan sette omdømmet til Josimar på spill. Om noen av bildene er tatt av Josimar selv vil dette kunne gi dem ytterligere status. Å ta kostnaden og risikoen ved å reise til krigsherjede Jemen, for å ta bilder til en sak om sportsvasking i Norge, vil veldig sannsynlig få kredibilitet. Dette er dårlig journalistisk håndverk, som kan skyldes hastverk, slurv eller dårlig skolering. En annen faktor kan være den økonomiske situasjonen og presset på få ansatte til å levere fortløpende (Spigseth, 2023).

Kildebruk

Ved å gå til kilder for informasjon blir kvalitetssikring av informasjonen man får helt essensiell. Her er det sentralt å konfrontere andre kilder med materialet. I tillegg er det viktig å undersøke om kilden man benytter seg av er troverdig og pålitelig (Allern, 2018, s. 21).

I artikkelen benytter journalisten seg av totalt 16 kilder som bidrar med sitater levert muntlig eller per e-post. I tillegg underbygges mange av “ekspertenes” utsagn med tall fra andre kilder eller rapporter.

I den siste fjerdedelen, den om SalMar, står det at verken Rosenborg Ballklub eller SalMar svarte på henvendelsene fra Josimar. Dette påvirker saken i stor grad. Dette gjør nemlig at kritikken ikke får noe svar i artikkelen. Beskyldningene hagler, men tilsvarene kommer ikke. Mer om tilsvarsretten kommer under “Etikk”. For å være på den sikre siden ville jeg som journalist skrevet mer detaljert hvordan jeg hadde kommunisert for å få et svar fra de to. Det er stor forskjell på å sende en SMS til et telefonnummer som kanskje er utgått, og å møte opp fysisk men bli avvist idet temaet tas opp. Dette leder oss videre til neste punkt.

I artikkelen kommer det fram at Utenriksdepartementet må kontaktes for spørsmål om norsk eksportregelverk. Videre informeres det om at Utenriksdepartementet ikke har svart på spørsmålene fra Josimar. Her er et sentralt spørsmål hvor hardt Josimar har jobbet for å komme i kontakt med Utenriksdepartementet. Med bakgrunn i Amnestys definisjon av sportsvasking og våpenfabrikken som eies over 50 % av staten, ville det vært svært interessant å få svar på hvordan staten Norges politikk rundt sponing av idrett er. Å få svar fra departementene kan ta tid, men i en så stor artikkel ville det vært verdt en utsatt dødlinje å vente på svar. Om Utenriksdepartementet har rett på tilsvaret eller ikke, ville det ha hevet artikkelens kvalitet.

Under denne forskningen har jeg selv brukt mange kilder. En svakhet er at mange av dem er artikler fra nettaviser. I dagens presse handler mye om å være først ute med nyhetene, noe som kan føre til feilinformasjon. To av referansene var ukjente for meg fram til nå.

Manchester Evening News og ultrafootball.com. For å verifisere den første snakket jeg muntlig med flere personer som slo fast at nettstedet var legitimt. ultrafootball.com ble benyttet for å finne en tidslinje hvor man kan se utviklingen i draktene til FC Barcelona fra år til år. For å sikre fant jeg offisielle bilder fra de mest relevante sesongene og fikk bekreftet at draktene samsvarte med nettsiden.

Etikk

Josimar er underlagt noen regler. Sent i innledningen ble Vær Varsom-plakaten og dens grunnlag for eksistens gjennomgått. Der ble det slått fast og gjort rede for hvorfor Josimar er underlagt plakaten. Noen viktige punkter ble listet opp, men et ekstremt viktig punkt ble spart til nå.

4.14. De som utsettes for sterke beskyldninger skal så vidt mulig ha adgang til samtidig imøtegåelse av faktiske opplysninger. Debatt, kritikk og nyhetsformidling må ikke hindres ved at parter ikke er villig til å uttale seg eller medvirke til debatt.

(Norsk Presseforbund, u.å.)

Altså virker det ikke som om Josimar har gjort noen brudd. Punktet understreker at blant annet at kritikk ikke skal hindres ved at parter ikke ønsker å medvirke. SalMar og Rosenberg tar kanskje et dårlig valg ved å ikke stille. Det gjør at kritikken mot dem blir stående uimotsagt og setter dem i et dårlig lys. Samtidig kommer ingen av de andre kritiserte aktørene spesielt godt ut, selv om de gir forsvaret et forsøk. Dette er mer relevant innenfor PR og kommunikasjon enn det er innen journalistikken.

Grunnen til at jeg gjerne ville hatt en konkret beskrivelse av hvordan journalisten gikk fram i jakten på svar fra SalMar og RBK er flere. Først og fremst er det for å sikre at ingen av aktørene slår tilbake idet artikkelen er publisert med at de ikke føler seg tilstrekkelig kontaktet. Kanskje er det frykten for å bli felt i PFU, som får en ung journalistikkstudent til å dvelle med dette. På en annen side, om journalisten har sine beviser på at han har forsøkt å komme i kontakt, kan disse bli liggende til de eventuelt blir nødvendige. Jeg har et klart inntrykk av at presseetikk er mer interessant for journalister enn for den jevne fotballentusiast, som leser Josimar. Dermed er det kanskje greit å la være å bli for metodisk i selve artikkelen.

Multimedia

Artikkelen fra Josimar er ingen multimediefortelling. Den inneholder kun stillbilder og tekst. Derfor går jeg ikke dypt inn i materien på dette punktet, men jeg savner et grep fra journalisten. Om man skal skape multimediefortellinger må man vite styrker og svakheter ved forskjellige former for journalistikk. Det er ikke slik at det ene er bedre enn det andre på alle punkter. En video gjør seg for eksempel ikke så godt for å referere fra et langt møte. En styrke ved videoen er at den har kraften til å fortelle noen typer historier bedre enn bokstaver (Hernandez & Rue, 2016, s. 6).

Under Equinor-bolken skildrer journalisten en reklamefilm. Jeg tror det ville vært et godt grep å legge selve videoen i artikkelen, både for å gi et sterkere inntrykk av den, og for å bryte opp all teksten litt. Om det ikke har oppstått uenigheter om rettigheter eller lignende, synes jeg det er merkelig at dette ikke gjøres.

Empiri basert på kvalitativ metode

Artikkelen “Sportsvasking på norsk” består av fire historier. En om Nammo, en om Kongsberg Gruppen, en om Equinor og en om SalMar (Johnsen, 2022).

Søker man på “sportsvasking” på Google et drøyt år etter at artikkelen ble publisert, handler de fleste treffene fortsatt om Midtøsten. Med noen unntak. Den profilerte kommentatoren Jan Petter Saltvedt i NRK skrev en kommentar ved navn “Hvis fotball-VM var i Norge” før jul 2022. Den ble publisert på statsfinansierte NRK.no 10. desember, altså underveis i Qatar-VM. I kommentaren trekker han fram to av de fire aktørene som fikk kritikk av Josimar under ti måneder tidligere. Både Nammo og Equinor (Saltvedt, 2022).

I tillegg har organisasjoner utenfor pressen, som miljøorganisasjonen Greenpeace bidratt til å løfte tematikken opp i dagen. Rundt fire måneder etter Josimars publisering la de ut en sak hvor de kritiserte Equinor og skiforbundets samarbeid. Frode Pleym i Greenpeace bidro i

Josimars artikkel med kritikk rundt samme tema, så at han var bevisst på Josimars artikkel er det all grunn til å tro (Greenpeace Norge, 2022).

Mitt eget inntrykk, altså fra en sportsjournalists faglige ståsted, av debatten er at de sportsinteresserte og kanskje sportsjournalister spesielt nå ser på ordet “sportsvasking” med et annet blikk enn de gjorde før februar 2022. Påminnelsen om at det er lurt å feie for egen dør først virker å ha truffet miljøet som arbeider med temaet. Det er ikke et stort utvalg av artikler om dette, men min subjektive opplevelse er at det har vært en økning etter 24. februar 2022.

Konklusjon

I den kvantitative delen ble det gjort noen funn som bygget videre til den kvalitative analysen. En svakhet i den kvantitative delen er tidvis lave tall. For eksempel har de fleste skribentene på Josimar.no kun skrevet én artikkel. Det gjør at antallet skribenter kan bli litt tilfeldig. En svakhet i forskningen er Josimars tydelig pregede økonomi gjennom 2021 og 2022 (Spigseth, 2023). Derfor har denne blitt greiet ut om. Variasjonene har jeg ikke lykkes med å slå fast, derfor har jeg vært nødt til å belage meg mye på innholdet og antall skribenter. Den økonomiske situasjonen har blitt belyst for å gi et mest mulig riktig blikk på totalen, men jeg har ikke lykkes med å komme helt ned på detaljnivå.

Målet med denne forskningen har vært å finne et svar på denne problemstillingen.

“Hvordan belyser tidsskriftet Josimar sportsvasking i norsk fotball?”

Etter både kvantitativ og kvalitativ forskning konkluderer jeg med at Josimar har belyst sportsvasking i Norge på en kritisk måte i 2021/2022. De har ikke latt seg stoppe av aktører som ikke har ønsket å snakke med dem. Samtidig gjør de noen valg som oppfattes som dårlig håndverk. De manglende fotobylinene og det som virker som en enkel vei ut av en lang dialog med Utenriksdepartementet. Basert på det som står i delen “Empiri basert på kvalitativ metode” kan det slås fast at Josimar har bidratt til å sette dagsorden med måten de har prioritert og produsert sin kritiske journalistikk. De har med stor sannsynlighet vært en faktor til at tematikken preget NRK.no underveis i VM i Qatar (Saltvedt, 2022).

Referanseliste

- Aarli-Grøndalen, R. (2021, 2. desember). Pressestøtte: Dagen og Medier24 får størst økning. *Journalisten*.
<https://journalisten.no/dagen-klassekampen-kortnytt/pressestotte-dagen-og-medier24-far-storst-okning/490689>
- Aarli-Grøndalen, R. (2022, 25. november). Pressestøtten er klar – se oversikt. *Journalisten*.
<https://journalisten.no/pressestotten-er-klar-se-oversikt/546467>
- Aftenposten. (2008, 18. mars). - Idrett og politikk hører sammen. *Aftenposten*.
<https://www.aftenposten.no/sport/fotball/i/wPKEjP/idrett-og-politikk-hoerer-sammen>
- Allern, S. (2018). *Journalistikk og kildekritisk analyse* (2utg.). Cappelen Damm akademisk.
- Amnesty International. (u.å.). Sportsvasking: VM i Qatar. *Amnesty International*.
<https://amnesty.no/sportsvasking-vm-i-qatar>
- Amnesty International. (u.å.). Sportsvasking: VM i Qatar. *Amnesty International*.
<https://amnesty.no/sportsvasking-vm-i-qatar>
- Antonsen, R. (2018) *Vaktbikkje eller supporter?: En studie av undersøkende sportsjournalistikk i norsk presse* [Masteroppgave]. OsloMet.
- Bredeveien, J. M. (2021, 5. mai). Mot den moderne fotballen – også på norsk. *Dagsavisen*.
<https://www.dagsavisen.no/debatt/kommentar/2021/05/05/mot-den-moderne-fotballen-ogsaa-pa-norsk/>
- Breivik, E. M. (2023, 28. februar). Erkjenner at Fox News-verter fremmet falske påstander. *VG*.
<https://www.vg.no/nyheter/utenriks/i/JQ7wyR/erkjenner-at-fox-news-verter-fremmet-falske-paastander>

Brønn, P. S., Bang, T., & Bonvik, Ø. (2015). *En innføring i PR: teori, prosess og praksis*. Fagbokforlaget.

Christiansen, A. K., Vesteng, C., & Boge-Fredriksen, H. C. (2022, 16. november). 1 av 5 nordmenn vil boikotte VM: – Ikke ubetydelig. *VG*.

<https://www.vg.no/sport/fotball/i/dw4LQq/1-av-5-nordmenn-vil-boikotte-vm>

Elle. (u.å.). Elle - *Forsiden*.

<https://www.elle.no/>

Greenpeace Norge. (2022, 3. juni). Morgendagen smelter: Hvordan Equinors sportsvasking koker kloden. *Greenpeace*.

<https://www.greenpeace.org/norway/nyheter/klimaendringer/morgendagen-smelter-hvordan-equinors-sportsvasking-koker-kloden/>

Grimes, M. (2021, 5. august). Barcelona Jersey History & Timeline. *Ultra Football*.

<https://www.ultrafootball.com/blogs/ultra-mag/barcelona-jersey-history-timeline>

Haugsdal, T. (2022, 16. november). VM-kuppet – Sport Langlesing. *NRK*.

<https://www.nrk.no/sport/xl/vm-kuppet-1.16182536>

Hernandez, R. K., & Rue, J. (2016). *The Principles of Multimedia Journalism: Packaging Digital News* (1. utg.). Routledge.

Jakt & Fiske. (u.å.). Jakt & Fiske | *Det beste magasinet om jakt, fiske og friluftsliv*.

<https://jaktogfiske.njff.no/>

Johnsen, L. (2021, 21. desember). Alt skal utredes og kommersialiseres. *Josimar*.

<https://josimar.no/artikler/alt-skal-utredes-og-kommersialiseres/6810/>

Johnsen, L. (2022, 24. februar). Sportsvasking på norsk. *Josimar*.

<https://josimar.no/artikler/sportsvasking-pa-norsk/6849/>

Josimar. (u.å.). Josimar. *Josimar*.

<http://magasin.josimar.no/utgaver>

Josimar, R. (2022, 31. januar). Utgave 1/2022. *Josimar*.

<https://josimar.no/artikler/utgave-1-2022-er-snart-pa-vei-til-abonentene-les-mer-om-innholdet-her/6842/>

Kippernes, G. A. (2010, 10. desember). Barcelona selger drakten sin for første gang. *VG*.

<https://www.vg.no/sport/fotball/i/3v59v/barcelona-selger-drakten-sin-for-foerste-gang>

Kjendsli, V. (2008). *Rett på sak! lærebok i praktisk journalistikk* (1. utg). IJ-forlaget.

Kunsthåndverk. (u.å.). Om tidsskriftet — KUNSTHÅNDVERK. *KUNSTHÅNDVERK*.

<http://www.kunsthandverk.no/about>

Lokøy, C. D., & Langeveld, E. (2022, 5. september). Solbakken til NRK etter

Normann-utestengelse: – Ikke et vanskelig valg. *NRK*.

https://www.nrk.no/sport/solbakken-til-nrk-etter-normann-utestengelse_-_ikke-et-vanskelig-valg-1.16092756

Lov om økonomisk støtte til mediene. (2021, January 1). Lovdata.

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2020-12-18-153?q=lov%20om%20%C3%B8konomisk%20st%C3%B8tte%20til>

Lov om økonomisk støtte til mediene. (2021,1. januar). Lovdata.

<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2020-12-18-153?q=mediest%C3%B8tte>

Medienorge. (u.å.). *Pressestøtte - Medienorge - fakta om norske massemedier - statistikkmeny*. *Medienorge*.

<https://www.medienorge.uib.no/statistikk/medium/avis/193>

Melnæs, H. (2023, 9. februar). Josimar i respirator, leve Josimar? *Josimar*.

<https://josimar.no/artikler/josimar-i-respirator-leve-josimar/7009/>

- Miljødirektoratet. (2022, 15. august). Utslipp og opptak. *Miljødirektoratet*.
<https://www.miljodirektoratet.no/ansvarsomrader/klima/fns-klimapanel-ipcc/dette-sier-fns-klimapanel/sjette-hovedrapport/utslipp-og-opptak/>
- Newbould, K. (2023, 2. april). Man City owner Sheikh Mansour named vice-president of United Arab Emirates. *Manchester Evening News*.
<https://www.manchestereveningnews.co.uk/sport/football/football-news/man-city-sheikh-mansour-uae-26603232>
- Norsk Presseforbund. (u.å.). Vær Varsom-plakaten - Presse.no. *Norsk Presseforbund*.
<https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>
- Om Josimar. (2012, 7. juni). *Josimar*. <https://josimar.no/om-josimar/>
- Saltvedt, J. P. (2022, 10. desember). Sportsvasking: Hvis fotball-VM var i Norge – NRK Sport – Sportsnyheter, resultater og sendeplan. *NRK*.
https://www.nrk.no/sport/sportsvasking_-hvis-fotball-vm-var-i-norge-1.16214174
- Spigseth, R. (2023, 10. mars). Fotballmagasinet Josimar er reddet, får ny eier. *Dagsavisen*.
<https://www.dagsavisen.no/kultur/2023/03/10/fotballmagasinet-josimar-er-reddet-far-ny-eier/?R=cWcsYcfLnl&subscriberState=expired&action=loggedin>
- Thore Haugstad. (2022, 16. november). VM-kuppet – Sport Langlesing. *NRK*.
<https://www.nrk.no/sport/xl/vm-kuppet-1.16182536>
- Velsand, M. (2021, 8. desember). De direkte mediestøtteordningene - 2021. *Medietilsynet*.
https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/utredninger-pa-oppdrag-fra-andre/mediestotterapporten/211206_mediestotte_utredning_endelig.pdf
- Weisser, A. (2013). *Bare et bilde: fotojournalistikk for skrivende journalister* (2. utg.). IJ-forlaget.

