

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Lindén, Carl-Gustav			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Landskampen : Nokia vs. Ericsson			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2006-04-28	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 148 s.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Avhandlingen analyserar hur Nokia och Ericsson jämförs i fyra dagstidningar – Helsingin Sanomat, Kauppalehti, Dagens Nyheter och Dagens Industri. Materialet omfattar 123 tidningsartiklar publicerade under mars-maj 2001 och mars-maj 2004. Dessa två tidpunkter är valda med tanke på att Ericsson kämpade med stora lönsamhetsproblem 2001, medan Nokias marknadsandel inom mobiltelefoner sjönk under början av 2004, vilket bröt bolagets mer än tio år långa framgångskurva.</p> <p>Den kvalitativa analysen av publiciteten kring dessa två företag går ut på att undersöka hur nationalismen tar sig uttryck och utgår från Framing Theory, gestaltningsteorin. Den visar att de svenska journalisterna oftare tar till ett retoriskt grepp: ur texterna kan tydligt avläsas ett nationalistiskt eller chauvinistiskt tänkande.</p> <p>Den visar också på klara nationalistiska tendenser hos finska journalister i jämförelser av Nokia och Ericsson, men retoriken är inte lika framträdande.</p> <p>En avgörande och intressant skillnad är att finska journalister framförallt tycks värna om Nokias och därmed, på ett högre plan, Finlands konkurrenskraft, medan svenska journalister mer hanterar Ericsson ur ett kritiskt perspektiv som ligger nära aktiemarknadens.</p> <p>Den här analysen görs mot bakgrund av forskningen kring ”ekonomisk nationalism” och går in på om artiklarna om Nokia och Ericsson är exempel på ”banal nationalism”. Uttrycket ”banal” står i detta sammanhang inte för något nedvärderande, det beskriver snarare hur nationalismen kan ta sig subtila former – som ordvalet i en tidningstext.</p> <p>I avhandlingen analyseras också valet av källor. Där framgår att bolagens egen röst dominerar i tidningstexterna och att aktieanalytiker allt oftare används som källor. Den här kombinationen kan leda till att det perspektiv som är förhärskande i medietexterna alltmer speglar finansmarknadens synsätt.</p>			
<p>Avainsanat-Nyckelord-Keywords</p> <p>lehdistökirjoittelu talousjournalismi nationalismi Nokia Ericsson Ekonomijournalistik nationalism</p>			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			