

# Nyheter – allt mer en tolkningsfråga?

Mediestudiers innehållsanalys 2007–2018

Lars Truedson och Michael Karlsson\*

- Journalistiken blir allt mer tolkande.
- Talespersoner och PR-personer har blivit tre gånger vanligare i medier sedan 2007.
- Publiken vill ha ännu mer lokala nyheter än vad som publiceras. Det visar en unik analys av innehåll och siffror på webbläsning.
- Politik är vanligaste ämnesområdet i svenska medier.
- Kvinnor syns oftare än tidigare, men fortfarande dominerar männen i medierna.
- När en tidning försvinner, kan inte övriga medier på orten fånga upp det som gått förlorat. Det visar en jämförelse av hur journalistiken i Sundsvall, Karlstad och Västerås förändrats över tid.
- Det finns sammantaget inte stöd för att journalistiken i allmänhet blivit sämre utifrån olika aspekter.

---

\* Lars Truedson är journalist och föreståndare för Institutet för Mediestudier. Michael Karlsson är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Karlstads universitet. De är tillsammans redaktörer för denna bok.

Det är några av resultaten i *Mediestudiers innehållsanalys* som nu genomförts vid fyra tillfällen och analyserat ett urval om 20 000 nyheter från 26 svenska medier. Både analoga och digitala publiceringar finns med.

Digitaliseringen har gjort att journalistiska medier inte längre har monopol på distributionen av nyheter och inte heller på åsiktsspridningen i samhället. Möjligen kan man argumentera för att medierna fortfarande har monopol på professionell nyhetsjournalistik – men även det är beroende på definitioner av begreppen och riskerar uppenbarligen att bli ett cirkelresonemang.

Under alla förhållanden är journalistiken i dag utsatt för både ett strukturellt förändringstryck och en delvis ideologisk våg av kritik som nog saknar motstycke. I sådana tider är det extra viktigt att hålla ögonen på vad som händer. Därför genomför sedan några år tillbaka Institutet för Mediestudier projektet *Mediestudiers innehållsanalys* för att få en övergripande bild av kvaliteten på svensk journalistik ur ett antal aspekter och försöker belysa den generella frågeställningen – vad händer med journalistiken i dessa förändringens tider? Denna bok är en andra avrapportering av resultaten. Den första gjordes i boken *Journalistik i förändring* 2016.

## **Kontinuitet i förändringen**

En central iakttagelse är att själva journalistiken är häpnadsväckande oförändrad, trots att strukturerna kring den skakar. Trots stora förändringar i medie-

landskapet och finansieringsformerna sker det inga större svängningar i kärnan av det som når konsumenten. Det tyder på att journalistiken är ett ganska stort, etablerat och stabilt fält. Journalisternas yrkesnormer kan vara en faktor som håller emot större skov liksom att medierna är en samhällsinstitution som kan sätta tryck på andra aktörer av egen tyngd. Dessutom verkar det inte skilja sig så mycket mellan den traditionella analoga utgivningen och den nya digitala på webben trots 20 år av separata publiceringar. Antalet analoga nyheter minskar medan de digitala ökar, men innehållsmässigt skiljer de sig inte särskilt mycket.

Mitt i förändringen är innehållet präglad av kontinuitet.

Journalistiken tycks inte heller ha förstörts eller ens försämrats i någon mer allmän mening, i den mån det går att generalisera från undersökningsmaterialet. Utifrån tidigare forskning finns tankar om att mätbarheten i den digitala delen skulle medföra förändringar som gått under beteckningar som tabloidisering eller kommersialisering, men på flera sätt visar kapitlen i denna bok att utvecklingen istället gått i andra riktningar. Exempelvis har politik och sociala frågor ökat sin andel av rapporteringen, vilket knappast är ett exempel på förflackning. Den vanligaste nyheten handlade 2007 om brott, 2014 om sport eller politik och 2018 om sociala frågor eller livsstil/träning. De sociala frågorna har överhuvudtaget stor genomslagskraft. Det visas både i att de får hög trafik och delas mycket.

Ett annat exempel: i och med den även internationellt sett ovanliga tillgången till trafiksiffror i studien kan vi se att över tid har rapporteringen om brott minskat

trots hög klickning och rapporteringen om livsstilsfrågor ökat trots relativt låg klickning. Följsamheten är långt ifrån fullständig inför publikens önsknings.

Utvecklingen mot något fler kvinnor i rapporteringen är också positiv – men här överskuggas det av att skillnaderna fortfarande är stora.

Å andra sidan visar innehållsanalysen också flera exempel på andra förändringar som nog får ses som problematiska. En sådan är att antalet talespersoner eller pr-personer har ökat nästan trefalt mellan 2007 och 2018 vilket indikerar att medierna i högre grad lutar sig mot resursstarka aktörer och, inte osannolikt, gör mindre eget arbete. En annan möjligen problematisk omständighet är att enskilda händelser står allt mer i fokus i den politiska rapporteringen, på bekostnad av tematiska gestaltningar. Dessutom tyder en del på att den geografiska spännvidden blir snävare – internationella frågor får mindre plats samtidigt som Sverige knappast blivit mindre globaliserat.

De stora strukturella förändringarna syns också här och där i materialet. Ett exempel: När en tidning försvinner, kan inte övriga medier på orten fånga upp det som gått förlorat. Det visar en jämförelse **Gunnar Nygren** gjort av hur journalistiken i Sundsvall, Karlstad och Västerås förändrats över tid. Dagbladet i Sundsvall lades ner 2016 och antalet nyheter i Sundsvall sjönk. I Karlstad fick de två dagstidningarna NWT och VF samma ägare, men det förändrade däremot inte journalistiken nämnvärt. I Västerås är ägarbilden konstant och inga dramatiska skiften har skett i journalistiken.

## **Mer tolkningar – men inte om politik**

Och så det där med tolkningar. Som framgår i kapitlet av **Anna Roosvall** och **Andreas Widholm** så ökar andelen tolkande journalistik framförallt inom några av de stora riksmedierna. Ett exempel är SVTs riksenheter, som nu har samma andel tolkande journalistik som TV4. Bland kvällstidningar har Aftonbladet större andel tolkande innehåll än Expressen, bland morgontidningar Svenska Dagbladet mer än Dagens Nyheter samtliga undersökta år. Några ämnesområden där den tolkande journalistiken blivit mer framträdande är krig och konflikter, ekonomi, sport, och livsstilsfrågor. En tydlig förändring ses också inom kulturjournalistiken, där andelen tolkande material gått ner under många år, men 2018 års siffror bryter den trenden. Tolkningar har varit mycket vanligt förekommande i den politiska bevakningen under samtliga undersökningsår, siffrorna visar dock på stabilitet snarare än förändring.

För första gången har Mediestudier för 2018 fått tillgång till trafikdata för webben från de flesta av de medier som ingår i undersökningen. Det ger möjlighet att få syn på hur publiken tar emot nyheterna och dra en del nya slutsatser.

I kapitlet av **Raul Ferrer Conill** och **Michael Karlsson** visas att det finns större efterfrågan på nyheter om framförallt samhälle och brott än vad som erbjuds. Med samma synsätt görs ”för mycket” av framförallt livsstil/träning, underhållning och ekonomi. Vi kan

också se att bevakningen av brott minskat trots stor läsning medan livsstil/träning ökat trots förhållandevis liten läsning.

En intressant faktor är geografien. Här är det vanligaste att en nyhet är lokal – men trots det är publikens intresse för lokala nyheter ännu större än utbudet. Att det verkligt lokala materialet är vad publiken efterfrågar är ju något som hävdats ofta i diskussionen om lokaltidningarnas kris. Den tanken tycks här få stöd.

Ett annat uttryck för publikens intresse är ju vad som delas i sociala medier. Detta har också kodats i undersökningen. I kapitlet av **Ingela Wadbring** och **Sara Ödmark** framgår det att det är kontroversiella nyheter i tunga samhällsfrågor som får flest delningar. När traditionella medier står för materialet som delas är det alltså inte trams som premieras – även om det ofta är rätt tillskruvade frågor.

## **Tunga ämnen ökar**

När det gäller ämnesvalen i nyheterna, visar **Michael Karlsson** och **Karl-Arvid Färm** i sitt kapitel att ”tunga” ämnen ökar. Jämfört med 2007 har nyheter om politik, sociala frågor och dessutom livsstil ökat medan brott, sport, kultur och miljö minskat 2018. Sammanfattat kan vi som nämnts konstatera att den vanligaste nyheten var 2007 om brott, 2014 om sport eller politik och 2018 om sociala frågor eller livsstil/träning. De medier som förändrat sina ämnesval mest dessa år är storstadsmorgontidningarna. Minst har radions

ämnesval förändrats. Här kan man nog se spår av olika stort förändringstryck mot olika medieslag i samband med digitaliseringen av medievänorna.

Om man sätter de källor som syns i nyheterna i fokus, finner **Gunnar Nygren** flera intressanta förhållanden i sitt kapitel. Inte minst har antalet källor totalt ökat mellan åren. Men samtidigt är det fortfarande bara 1,2 källor per nyhet i snitt. Idealet om två oberoende källor är i det ljuset långt borta. Endast en källa är vanligast när det gäller väder och – något mer överraskande – när det gäller brott.

Experter och lokala tjänstemän har ökat som källor – och inte minst PR- och talespersoner som alltså ökat trefalt mellan 2007 och 2018. Även en annan typ av lättillgängliga källor har ökat: andra journalister intervjuas oftare numera. Däremot finns två typer av källor som nästan är osynliga: källor inom religion och källor inom fackföreningar. På varje fackföreträdare går det 20 företagare eller andra företrädare för näringslivet.

När det gäller män och kvinnor som källor och som journalister, ser **Anja Hirdman** i sitt kapitel en rätt statistisk verklighet. Andelen kvinnor som källor har totalt i materialet ökat något till 2018, från 33 procent 2007 till 40 procent 2018. Kvinnor är bara vanligare än män som källor inom två ämnesområden: kultur och livsstil. Fördelningen är jämnare när det gäller journalisterna, med 44 procent kvinnor och 50 procent män (och delad byline mellan män och kvinnor i fem procent av fallen). Här kan noteras att bland TV-journalister dominerar kvinnorna.

När **Lars Nord** granskar nyheterna om ämnet politik, är stabiliteten slående. Några förändringar kan noteras – men inte heller de är lättolkade. Å ena sidan har antalet individuellt gestaltade nyheter minskat och motsatsen samhälleligt ökat. Å andra sidan har det episodiska berättandet ökat rejält medan motsatsen, tematisk gestaltning, halverats. Så enstaka händelser skildrade på en samhällsnivå har ökat. Även graden av känslsamhet mäts och är relativt låg, men ökar under valår (dock inte bara hos den politiska journalistiken). **Lars Nord** konstaterar allt sammantaget att den politiska journalistiken mår rätt bra.

### **TV-bolag allt mer lika**

I en jämförelse mellan publicservicebolaget SVT och kommersiella tv-bolaget TV4 visar **Anna-Maria Jönsson** att skillnaderna är relativt små. Något undantag finns, inte minst att SVT har mycket fler lokala nyheter, säkert eftersom bolaget har kvar sina regionala redaktioner. SVT har också en något högre andel neutrala nyheter, som det väl anstår ett publicservicebolag. **Anna-Maria Jönsson** konstaterar att TV4 har något fler drag som brukar tillskrivas kommersiella medier, men att skillnaden mot SVT minskat över tid.

Internationella nyheter är populära – de konsumeras av många vare sig det är på webb eller hos etermedier. Det visar en jämförelse av nyheter utifrån vilken geografisk dimension de handlar om. **Johan Lindell** visar att lokala nyheter är vanligast och nationella och internationella ligger nära varandra på en



nivå strax därunder i antal nyheter. Regionala nyheter finns det minst av. De internationella och nationella nyheterna är lite mer kritiska än de lokala.

Mediefrågor i nyheterna handlar nästan aldrig om mediepolitik, det visar **Torbjörn von Krogh** och **Göran Svensson** i sitt kapitel som tar sig an de nyheter som behandlar ämnet medier. Mediefrågor ses istället närmast som ekonomijournalistik. En annan intressant slutsats är att mediekritiska publiceringar nästan uteslutande är i form av opinionsjournalistik. I denna undersökning ger mediegranskande nyhetsjournalistik inget avtryck.

Radiohumor som *Lilla drevet* och *Tankesmedjan* är på flera sätt mer seriös än nyhetsjournalistiken, när den mäts med denna studies mått av **Sara Ödmark**. Humorn är exempelvis mer politiskt relevant och ger mer sammanhang än nyhetsjournalistiken i genomsnitt. Men frågan är om det säger mest om humorn, journalistiken eller forskningsmetoden?