

Från brott till sociala frågor

– förändring av nyhetsämnen

Michael Karlsson och Karl-Arvid Färm*

En generell förståelse av utvecklingen av mediernas innehåll kan samlas i en övergripande tabloidiseringshypotes. Sedan lång tid tillbaka finns en allmän uppfattning att medierna i allt högre grad styrs av ekonomiska drivkrafter och i allt lägre grad av publicistiska avgöranden (se vidare McChesney, 2003; McManus, 1994). Detta har generellt kopplats ihop med en orientering mot mer publikfriande nyheter och nyheter som går väl ihop med annonsering. Mer specifikt har detta förutspått ta sig uttryck i form av bland annat en ökad användning av bilder på bekostnad av text, mer nyheter om brott, kändisskap och livsstil och mindre om politik, samhälle och ekonomi, mer fokus på detaljer och känslor, mindre fokus på övergripande mönster och fakta (Reinemann, Stanyer, Scherr, & Legnante, 2012). Till denna generella tendens som funnits under längre tid (se bland annat Cushion, 2012; Sparks & Tulloch, 2000; Uribe & Gunter, 2004) tid har även digitaliseringen lagts till. Digitaliseringen förutspås

* Michael Karlsson är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Karlstads universitet. Karl-Arvid Färm är huvudansvarig för kodningen av Mediestudiers innehållsanalys.

genom möjligheten att följa publikbeteende i realtid (se även kapitel av Karlsson och Ferrell Conill) ge ytterligare publikorientering. En än mer desperat ekonomisk situation förutses ge ännu mer klickvänliga nyheter.

Detta kapitel går igenom hur nyhetsämnen förändrats i analoga och digitala medier under åren 2007, 2014 och 2018. Mätpunkterna ger tillfälle att potentiellt se hur olika ekonomiska förutsättningar tagit sig uttryck i nyhetsinnehållet. Vid 2007 års mätning hade den ekonomiska omvälvningen inte ännu drabbat medierna medan det under 2014 sannolikt var en starkare orientering mot trafikströmmar. Vid mätpunkten 2018 har medierna börjat resa betalväggar vilket i sin tur kan få konsekvenser för utbudet.

För att belysa utvecklingen fokuserar vi på tre olika områden. Det första är den övergripande utvecklingen analogt och på webben. Det andra området är en jämförelse mellan utvecklingen analogt och på webben för att kunna se om de blir mer lika/olika eller det inte sker några förändringar. Slutligen jämför vi förändring på webben i olika typer av medier (TV, radio, kvällstidning etcetera) baserat på åren 2007 och 2018. Anledningen till att vi endast fokuserar på webb är, förutom begränsat utrymme, att de flesta nyheter publiceras och konsumeras där.

Vi börjar med att i Tabell 1 visa utvecklingen av nyhetsämnen i analoga medier. En första viktig observation är att andelen nyheter som publiceras analogt har, i undersökningen, minskat med 42 procent från 2007 (2 360 nyheter) till 2018 (1 376 nyheter). Det exakta procenttalet ska tas med en nypa salt givet att undersökningen baseras på var tredje nyhet under sju

dagar på ett helt år men det är ganska tryggt att utgå ifrån att det skett en kraftig minskning. Mot bakgrund av att merparten av den analoga datamängden kommer från papperstidningar har tidningarna sannolikt blivit tunnare alternativt att redaktionellt material blivit ersatt med annat.

Tabell I. Nyhetsämnen i analoga medier 2007–2014–2018 (procent)

	2007 (n=2 360)	2014 (n=1 907)	2018 (n=1 376)
Politik + ^^^	16 %	18 %	21 %
Näringsliv	7 %	6 %	6 %
Sociala frågor +++ ^^^	15 %	15 %	20 %
Sport +++ ^^^	8 %	9 %	5 %
Olyckor/katastrofer	5 %	4 %	5 %
Kultur +++ ^^^	8 %	8 %	5 %
Nöje	8 %	7 %	7 %
Väder	2 %	2 %	2 %
Vetenskap/teknologi	2 %	2 %	2 %
Media	1 %	1 %	2 %
Miljö + ^^^	3 %	3 %	2 %
Brott * ^	14 %	11 %	11 %
Livsstil/träning * ^^^	8 %	10 %	11 %
Krig/konflikt	3 %	3 %	3 %
Annat *** ^^^	3 %	2 %	1 %
Totalt	102 %	101 %	103 %

Kommentar: Tabellen visar den procentuella fördelningen av nyhetsämnen i analoga medier fördelat på olika år. Markeringarna i den vänstra kolumnen visar på signifikanta skillnader. Asterisk (*) är skillnaden mellan 2007 och 2014. Plus (+) visar skillnaden mellan 2014–2018. Hatten (^) är skillnaden mellan 2007–2018. Antalet markeringar visar signifikansnivåerna. En markör motsvarar $p \leq 0,05$, två $p \leq 0,01$, och tre $p \leq 0,001$, ju fler markörer desto säkrare är resultaten. Notera att tabellerna inte nödvändigtvis summerar till 100 % på grund av avrundningar.

Det har 2018 i jämförelse med både 2007 och 2014 skett en ökning av nyheter med fokus på politik, sociala frågor och en minskning av nyheter om sport, kultur och miljö. Det är fortsatt, jämfört med 2007, mindre bevakning av brott och mer bevakning av livsstil. De ämnen som var vanligast 2007 – politik och sociala frågor – är ännu vanligare 2018. Tillsammans stod de för 31 procent av nyheterna 2007 medan motsvarande siffra för 2018 är 41 procent. Utifrån redogörelsen i Tabell 1 är det också värt att uppmärksamma att de flesta förändringarna i de analoga medierna har inträffat efter 2014. Utifrån tabloidiseringshypotesen är intrycken blandade. De förändringar som skett är inte särskilt stora och tyder på att, enbart sett till ämnen, att de analoga medierna rör sig bort från tabloidisering givet att det sker ökning i politik och samhälle och minskning av sport, brott. Därutöver är det förvisso också en fråga om hur dessa ämnen bevakas utifrån bilder, vinkling och språk.

Vidare till utvecklingen av nyhetsämnen på webben, avrapporterade i Tabell 2.

Till att börja med har antalet publicerade webbnyheter minskat något mellan 2014 och 2018 men är fortfarande på hög nivå. 2007 fångade studien ungefär lika många webb- som analoga nyheter medan webbnyheterna är nära två och en halv gång fler än de analoga nyheterna 2018. Tabell 2 ger också vid handen att, i likhet med de analoga medierna, många av förändringarna skett mellan 2014 och 2018. Sociala frågor har blivit vanligare medan kultur, vetenskap/teknologi, media, miljö, och ”annat” har minskat. Livsstil/träning har ökat kontinuerligt över tid. Medan sport,

nöje och krig/konflikt gick upp från 2007 till 2014 för att sedan minska till 2018. Nyheter om brott minskade mellan 2007 till 2014 för att sedan öka igen till 2018. De vanligaste ämnena på webben 2007 var brott och sport (27 procent tillsammans) medan de 2018 minskat något (23 procent tillsammans). Politik och sociala frågor stod tillsammans för 21 procent av nyheterna 2007 och 31 procent av nyheterna 2018. Den vanligaste nyheten var 2007 om brott, 2014 om sport eller politik och 2018 om sociala frågor eller livsstil/träning.

Tabell 2. Nyhetsämnen på webben 2007–2014–2018 (procent)

	2007 (n=2 513)	2014 (n=3 604)	2018 (n=3 415)
Politik *** ^^	10 %	14 %	14 %
Näringsliv *	7 %	6 %	7 %
Sociala frågor +++ ^^	11 %	10 %	17 %
Sport * +++	12 %	14 %	11 %
Olyckor/katastrofer * ^^	8 %	6 %	6 %
Kultur +++ ^^	6 %	6 %	2 %
Nöje * +++ ^^	8 %	10 %	6 %
Väder	1 %	1 %	1 %
Vetenskap/teknologi ++ ^^	3 %	3 %	2 %
Media + ^^	2 %	2 %	1 %
Miljö ^^	2 %	2 %	1 %
Brott *** +++ ^	15 %	10 %	13 %
Livsstil/träning *** +++ ^^	10 %	13 %	17 %
Krig/konflikt * +++ ^^	2 %	3 %	1 %
Annat + ^^	2 %	1 %	1 %
Totalt	99 %	101 %	100 %

Kommentar: Tabellen visar den procentuella fördelningen av nyhetsämnen på webben fördelat på olika år. Markeringarna i den vänstra kolumnen visar på signifikanta skillnader. Asterisk (*) är skillnaden mellan 2007 och 2014. Plus (+) visar skillnaden mellan 2014–2018. Hatten (^) är skillnaden mellan 2007–2018. Antalet markeringar visar signifikansnivåerna. En markör motsvarar $p \leq 0,05$, två $p \leq 0,01$, och tre $p \leq 0,001$, ju fler markörer desto säkrare är resultaten. Notera att tabellerna inte nödvändigtvis summerar till 100 % på grund av avrundningar.

Precis som i fallet med de analoga medierna går det knappast att argumentera för en generell tendens mot tabloidisering, snarare tvärtom. I det sammanhanget är det också tänkvärt att det har skett många trendbrott mellan 2014 och 2018 och att detta möjligen, även om det måste undersökas noggrannare, är sammanlänkat med införandet av olika former av betalväggar.

Slutligen är det värt att lyfta fram att miljöbevakningen från redan låga nivåer minskat i bägge formerna av medier fram till 2018 trots att klimatfrågan knappast blivit mindre aktuell. Möjligen kan detta bero på att miljö/klimatfrågan på senare år i högre utsträckning tas upp i relation till formella politiska processer och därmed sorterar under kategorin politik istället.

I nästa tabell, Tabell 3, redovisas skillnader i nyhetsämnen mellan webb och analoga medier i procentenheter. I den kan vi se i vilka ämnen, om några, det finns ett ”webb-gap” mellan analoga och digitala nyheter och hur detta utvecklas. Därmed kan vi också se om nyheter i de två olika publiceringsformerna blir alltmer olika varandra eller inte.

Överlag framgår att det finns tydliga men ändå inte särskilt stora skillnader mellan webb och analogt. Politik och sociala frågor har ökat både analogt och på webb men klyftan består där de är mindre vanliga på webben. Livsstil har blivit vanligare i bägge medierna men har ökat mer på webb. Sport har minskat i bägge mediesorter men mer i det analoga. Genomgående sker det inga större fluktuationer mellan de olika me-

dierna. De var lite olika redan 2007 och fortsätter att vara det på ungefär samma sätt både 2014 och 2018. Men det betyder inte, som Tabell 1 och 2 visar, att det inte sker några förändringar. Snarare verkar de medierna röra sig i samma riktning. Frågan är vad som driver dem därhän.

Tabell 3. Övervikt av nyhetsämnen mellan analoga och digitala medier 2007–2014–2018 (procentenheter)

	2007 (n=4 873)	2014 (n=5 511)	2018 (n=4 791)
Politik	-6***	-4***	-6***
Näringsliv	+1	-1	+1
Sociala frågor	-5***	-5***	-3**
Sport	+4***	+4***	+6***
Olyckor/katastrofer	+3***	+2**	+1
Kultur	-2*	-2*	-2***
Nöje	+1	+3***	-
Väder	-	-1***	-1
Vetenskap/teknologi	+2***	+1*	-
Media	+1**	+1*	-1
Miljö	-1	-1	-
Brott	+1	-1	+2**
Livsstil/träning	+2**	+3***	+6***
Krig/konflikt	-	-	-2***
Annat	-2***	-	-

Kommentar: Tabellen visar skillnaden i procentenheter mellan olika nyhetsämnen publicerade analogt och digitalt. Minustal anger övervikt analoga medier medan plustal anger övervikt webbmedier. Till exempel skilde det 2018 sex procentenheter i hur mycket sport det publicerades på webb (11 procent) och analogt (5 procent). Asterisk anger statistiskt signifikanta skillnader i ämnen respektive år. * Skillnaden $p \leq 0,05$, ** Skillnaden $p \leq 0,01$, *** Skillnaden $p \leq 0,001$, ju fler markörer desto säkrare är resultaten.

Tabell 4. Skillnad i nyhetsämnen på webben i olika medietyper 2007-2018 (procentenheter)

	TV (n=1125)	Radio (n=420)	Kvällstidn. (n=1366)	Morgon. inkl. storstad (n=2263)	Morgon exkl. storstad (n=1063)	Morgon storstad (DN, SvD, Metro n=1200)	Public service (n=1220)	Kommerciella medier (n=4708)
Politik	+2	+2	+4*	+7***	+1	+15***	-1	+6***
Näringsliv	-2	-9***	+1	-1	-1	+1	-5***	+1
Sociala frågor	+12***	+12**	+1	+9***	+6**	+12***	+10***	+7***
Sport	-7***	+1	+1	-	-1	-3*	-1	-2
Olyckor/katastrofer	-1	-	-2	-1	-	-2	-1	-2**
Kultur	-2	+2	-2**	-8***	-6***	-9***	-1	-5***
Nöje	-5***	+1	-4*	-3**	+1	-4*	-	-3***
Väder	+1	+2	-1	-1*	-1	-1	+1*	-1
Vetenskap/teknologi	-1	+1	-2	-1	-1*	-	-	-2**
Media	-	+1	-2***	-	+1	-1	-	-1**
Miljö	-2	-3	+1	-1	-1	-1	-3**	-1
Brott	+6**	-12**	-4*	-1	-3	-2	-2	-2
Livsstil/träning	+1	+2	+14***	+2	+8***	-4	+2	+7***
Krig/konflikt	-2*	+2	-1	-1	-1	+1	-1	-1**
Annat	-	+1	-2**	-2***	-3**	-2*	+1	-2***

Kommentar: Tabellen visar skillnaden i nyhetsämnen publicerade i olika kanaler 2007 och 2018 i procentenheter. Exempelvis har politik ökat med 15 procentenheter i storstadspressens morgontidning från 2007 till 2018. Statistiskt signifikanta skillnader markeras med asterisker. *Skillnaden $p \leq 0,05$, **Skillnaden $p \leq 0,01$, ***Skillnaden $p \leq 0,001$

Slutligen tittar vi i Tabell 4 närmare på förändringen i webbnyheter 2018 jämfört med 2007 sett till olika medieslag. Det hjälper oss att se om förändringarna är jämnt fördelade eller, alternativt, det skett en differentiering mellan olika medieslag. Innan vi ger oss i kast med tabellen är det värt att understryka att jämförelsen sker mellan 2007 och 2018 och att 2014 inte är inkluderat. I några fall har det skett förändringar mellan 2007 och 2014 och sedan en gång till mellan 2014 till 2018. Exempelvis går nöje generellt sett först upp (2007–2014) och sedan ner (2014–2018) medan brott går först ner (2007–2014) och sedan upp (2014–2018). Detta innebär Tabell 4 inte ger en riktigt rättvisande bild av utvecklingen som helhet.

I Tabell 4 framgår några intressanta mönster. Till att börja med så är det sällan som de olika medietyperna går åt diametralt motsatta håll. Det vill säga att några medier ökar sin bevakning av ämnet medan andra minskar. Undantaget är TV som tvärtemot trenden ökar sin bevakning av brott. Med andra ord så följer medierna varandra i ganska stor utsträckning – de flesta ökar på politik och sociala frågor, minskar på kultur och nöje och ligger ganska oförändrat på de flesta ämnena. Medieforskaren Pablo Boszcowski har i en tidig studie av journalistikens digitalisering (Boczkowski, 2005) kallat detta för ”hedging”, vilket är när ett antal aktörer försöker hantera osäkerhet och förändring genom att titta på varandra. Man hoppar bock över varandra snarare än att det är en stark aktör som leder resten av gänget (se även Karlsson & Clerwall, 2012). Ett annat mönster är att, även om förändringarna inte är särskilt omfattande, kommersiella

medier förändras mer än vad public service gör. Om vi tittar på de två kolumnerna längst till höger i tabellen så är skillnaden uppenbar. Kommersiella medier har fler och större förändringar¹. Sannolikt är det en konsekvens av att de känner av och anpassar sig till förändringar i medielandskapet i högre utsträckning givet de ekonomiska villkoren. Samtidigt är inte data helt jämförbara eftersom det inte finns publicservice-tidningar och just tidningar utgör en stor del av de kommersiella medierna. Ser man till skillnader i mönster är det framförallt livsstil/träning som sticker ut och ökar kraftigt i kvälls- och lokaltidningar. Tänkbara förklaringar till detta är att materialet inte är tids- eller platsbundet och kan användas med flexibilitet, det går enkelt att koppla ihop med annonser och det finns aktörer som på olika sätt – genom att betala resor med mera eller helt enkelt tillhandahåller färdigt material – subventionerar denna genre. De största ökningarna i procentenheter sker i storstädernas morgonpress i bevakningen av politik och sociala frågor medan en stor minskning sker i deras kulturbevakning. Det verkar med andra ord som om det är dessa medier som känner av och anpassar sig mest till medielandskapets förändringar. I kontrast är radion det medium som har minst antal signifikanta ändringar i nyhetsämnen men följer ändå med den generella trenden med ökning

¹ Här är det viktigt att påpeka att en del av dessa statistiskt signifikanta skillnader kan bero på att det helt enkelt finns fler analysenheter i kommersiella medier vilket gör det lättare att få signifikans. Med detta sagt så är det ändå ett stort antal nyheter som publicerats av public service och i de flesta fall för de kommersiella medierna så är skillnaden i procentenheter större än för public service.

av sociala frågor men har en kraftig minskning, den största uppmätta minskningen i materialet, av brott. Även de, oftast lokala, morgontidningarna uppvisar jämfört med de andra medieformerna relativt få och små förändringar. Kvällstidningarna avtabloidiserar sig, å ena sidan, vad gäller nöje och brott men ökar å andra sidan rejält i livsstil. Vad gäller kvällstidningarna skiljer de sig också från de andra storstadsmedierna vad gäller livsstil och sociala frågor.

Slutsatser

Journalistiken förändras men kanske inte som man kan förledas att tro utifrån den teoretiska förståelsen om hur det borde utveckla sig. Det går inte att säga att journalistiken entydigt och generellt går mot en tabloidisering utan bilden är mer komplicerad än så. Det är också svårt att entydigt koppla utvecklingen till olika betalmodeller då utvecklingen dels är ganska modest, dels inte uppvisar några tvära kast mellan de olika mätpunkterna. Genomgående verkar mediernas publicering på webb och analogt i hög utsträckning följas åt. Att mönstren är desamma innebär inte att drivkrafterna är desamma. Det är exempelvis troligt att de analoga varianterna 2007 hade ett mycket större inflytande på vad som publicerades på webben medan förhållandet 2018 troligen är det omvända.

Vad som ligger bakom förändringarna som konstateras är omöjligt att uttala sig om i en innehållsanalys men det vore intressant att ställa dessa siffror mot studier av publiken och se om de som fortsätter konsumera och betala för analoga och digitala medier har

en starkare orientering mot, i bred mening, samhällsfrågor. I relation till detta är det också angeläget att se hur mätningar av trafikdata och engagemang (se vidare kapitel av Karlsson och Ferrer Conill) överlappar med den betalande publikens preferenser och journalisternas värderingar av vad som bör publiceras.

Slutligen väcker också resultaten en diskussion om en större differentiering eller spridning av journalistiska uttryck bortom distinktionen analog/webb. Det vill säga att det journalistiska fältet kommer att ha ett mindre starkt gemensamt centrum för olika medier men desto större variationer, eller nischer om man så vill. En sådan differentiering är skillnaden mellan webb och analoga medier som behandlats grundligt i detta kapitel. Denna skillnad verkar inte ha ökat märkvärt över tid (se Tabell 3). Däremot aktualiserar siffrorna i Tabell 4 en differentiering mellan 1) public service och kommersiella medier 2) lokala kontra nationella medier men även 3) traditionella kvällstidningar och övrig storstadspress. En utveckling med större variationer i journalistiken kommer rimligen följas av slitningar och diskussioner om vad som utgör 'riktig' journalistik och hur etiska normer och regler ska utformas och följas.

Referenser

- Boczkowski, P. (2005). *Digitizing the News. Innovation in online newspapers*. Cambridge: MIT Press.
- Cushion, S. (2012). *The Democratic Value of News. Why Public Service Media Matter*. Houndmills: Palgrave Mcmillan.
- Karlsson, M., & Clerwall, C. (2012). Patterns and Origins in the Evolution of Multimedia on Broadsheet and Tabloid News Sites. *Journalism Studies*, 13(4), 550–565. <http://doi.org/10.1080/1461670X.2011.639571>
- McChesney, R. W. (2003). The problem of journalism: A political economic contribution to an explanation of the crisis in contemporary us journalism. *Journalism Studies*, 4(3), 299–329. <http://doi.org/10.1080/14616700306492>
- McManus, J. H. (1994). *Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221–239. <http://doi.org/10.1177/1464884911427803>
- Sparks, C., & Tulloch, J. (2000). *Tabloid Tales. Global debates over media standards*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Uribe, R., & Gunter, B. (2004). The Tabloidization of British Tabloids. *European Journal of Communication*, 19(3), 387–402.