

# Medier om medier – en ovanlig kvantitativ översikt av svenska mediers bevakning av sig själva

Torbjörn von Krogh och Göran Svensson\*

Detta är en ovanlig text. Ovanlig i den meningen att artiklar och inslag om journalistik och medier i nyhetsmedierna väldigt sällan mäts och analyseras. Vi har i varje fall inte kunnat hitta något jämförelsematerial till denna genomgång.

En av oss (Torbjörn von Krogh) deltog 2005 i en internationell konferens om mediejournalistik i Schweiz. Den handlade främst om att mediers bevakning av medier föreföll ha minskat sedan toppåren runt IT-boomen vid millennieskiftet (Egli von Matt med flera, 2006). Studier av mediejournalistik handlar ofta om utövarna, mediejournalisterna (se till exempel Fengler, 2003), och den uppfattas vara ett av många in-

---

\* Torbjörn von Krogh disputerade på en avhandling om *media accountability* (där journalistik om medier ingår) efter ett yrkesliv som reporter och redaktör. Knuten till Mittuniversitetet, redaktör för *Mediehistorisk årsbok*. Göran Svensson är universitetslektor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Uppsala universitet. Han forskar bland annat om mediekritik, förtroende för medier och digitala nyhetsmediers trovärdighet bland unga.

strument som bidrar till att hålla medier ansvariga för kvalitet i prestation och bidrag till samhället (Eberwein med flera, 2011, s. 12–13).

Med tanke på den pågående debatten om mediernas och journalistikens situation och funktion är området väl värt att uppmärksamma.

## Översikt av resultat

Medieområdet har ingått i samtliga fyra omgångar av Institutet för mediestudiers innehållsstudie, men detta är första gången som någon närmare beskrivning och analys av publiceringarna inom området har gjorts. I rapporten över resultat från 2007 och 2014 (där Västerås inte ingår i materialet, Truedson 2016 s. 11, 16) redovisas att 1 procent av publiceringarna finns inom medieområde i tryck/etermedia och 2 procent på webben. 2016 och 2018 har förhållandet kastats om och webben har den mindre andelen publiceringar.

**Tabell I. Antal publiceringar inom ämneskategorin medier och andel av totalt antal**

Årtal	Antal publiceringar	Procent av alla publiceringar	Totalt antal publiceringar
2007	68	1,2	5 474
2014	78	1,4	5 631
2016	81	1,6	5 119
2018	58	1,2	4 809
<i>Summa</i>	285		21 033
<i>Medelvärde</i>	71	1,4	5 285

I hela materialet handlade 285 publiceringar om medier och dessa publiceringar utgjorde i genomsnitt 1,4 procent av undersökningsmaterialet från alla fyra åren. Vid den andra och tredje undersökningsomgången ökade andelen publiceringar något, men i den senaste undersökningen har antalet publiceringar om medier minskat, fast andelen landar på samma nivå som vid den första undersökningen.

En första observation är att medieområdet, liksom många andra specialområden, får ganska liten uppmärksamhet i dagsjournalistiken. Variationen över och mellan åren verkar vidare inte vara stor och vi kan inte av det studerade materialet dra några säkra slutsatser om trender – även om vi ser en minskning 2018. De trender som redovisas i Tabell 2 är alltså inte statistiskt belagda utan en kvalitativ bedömning.

Medieområdet behandlas främst i rikstidningarna samt i regional- och lokaltidningarna. Behandlingen i radio eller TV är på en lägre nivå. Den mest framträdande bevakningen hittar vi i kvällstidningarna, men lite mer omfattande bevakning finns också i två nationella morgontidningar och i en lokaltidning.

En närmare analys av hur utvecklingen ser ut över tid visar att flera av de nationella tidningarna har minskat sin bevakning av medieområdet. Vi ser tecken till att de lokala medierna, och främst de lokala dagstidningarna, skriver något mer om mediefrågor.

**Tabell 2. Topp tio medier om medier**

Position	Titel	Procent av medie-nyheter N = 285	Trend	2007 antal	2014 antal	2016 antal	2018 antal
1	Expressen	14	Sjunkande	14	10	9	6
2	ST	11	Ökande	4	8	11	8
3	Aftonbladet	11	Sjunkande	7	11	9	3
4	SvD	10	Sjunkande	9	15	2	2
5	Metro	10	Sjunkande	8	7	8	4
6	DN	6	Stabil	3	5	5	3
7	NWT	5	Ökande	2	2	3	8
8	VF	4	Stabil	2	4	5	2
9	VT	4	Ökande	2	-	4	4
10	VLT	3	Stabil	3	1	3	2

**Anmärkning:** ST=Sundsvalls tidning, SvD=Svenska Dagbladet, DN=Dagens Nyheter, NWT=Nya Wermlands Tidning, VF= Värmlands Folkblad, VT= Västerås Tidning, VLT= Vestmanlands läns tidning

Bland skribenterna finns en stark överrepresentation av män och om vi ser till dem som angetts med namn eller bild förekommer män mer än dubbelt så ofta som kvinnor (69/31). Här skiljer sig medieområdet tydligt från det samlade materialet där fördelningen mellan män och kvinnor är jämnare (55/45). I bara några få fall har manliga och kvinnliga upphovspersoner samarbetat. Medieområdet kan sägas vara ett manligt bevakningsområde.

## Form och innehåll

Mediepubliceringarna följer i stort mönstret för helheten vad gäller omfång i mätningen 2018. Värt att notera är dock att medieområdet vare sig har de riktigt korta eller långa formaten representerade. Texterna följer även det övergripande mönstret vad gäller fokusering på enskilda händelser eller övergripande mönster/sammanhang, fyra av fem är episodiska och en av sju är tematiska. Tidsmässigt ligger fokus på samtiden och den geografiska nivå som främst behandlas är den nationella (48 procent). Regionala och lokala ämnen tas också upp i betydande omfattning (27 procent) och de internationella i mindre utsträckning (12 procent). Här skiljer sig medieområdet tydligt från det övergripande resultatet där de lokala och regionala nivåerna är vanligast (40 procent), där den nationella nivån har näst störst andel (25 procent) och där den internationella nivån även kommer relativt högt (22 procent).

Det har dock skett en förändring över tid som innebär att det lokala/regionala får mer uppmärksamhet, från 31 procent 2007 till 41 procent 2018. De fem lokala/regionala dagstidningar som publicerar mest mediematerial och som hamnar på topp tio (ST, NWT, VF, VT och VLT) har också en stark inriktning mot lokal/regional nivå under 2016 och 2018 – 66 procent av publiceringarna handlar om denna nivå. De fem storstadsmedierna har minskat sin andel från 41 procent 2007 till 18 procent 2018, medan de fem regionala medierna ökat från 13 procent 2007 till 24 procent 2018.

Nyheter och opinionsbildning om medier har dock fortfarande ett huvudsakligt fokus på den nationella nivån i det undersökta materialet under alla fyra åren, trots att flertalet medier är lokala eller regionala. Den internationella utblicken är begränsad och fokus ligger tydligt på svenska medier.

Den stora majoriteten av publiceringar, nyheter och opinion, är egna (ca 70 procent) och ingen annan kategori kommer i närheten av denna nivå. Nyhetsbyråmaterial och externa opinionsbildare förekommer också men med andelar som ligger mycket lågt (7 respektive 5 procent). Cirka en femtedel av publiceringarna har ingen angiven källa.

Texterna om medier har något mer personliga inslag än texterna överlag, 29 procent jämfört med 20 procent i hela materialet, och de är även något mer känslomsamma än texterna överlag, 32 procent jämfört med 26 procent. När det gäller tonen i artiklarna så stämmer de överens med det samlade materialet vad gäller negativa och neutrala publiceringar, men de positiva publiceringarna är en aning mer förekommande (18 procent framför 13 procent).

## **Aktörer**

Samhällsaktörer framträder i färre än 10 procent av publiceringarna, beslutsfattande myndigheter är än mindre förekommande och medieområdet framstår inte som något politiskt område för beslutsfattande. Detta stärks vidare av variabeln politiska beslut/plan

som bara förekommer i 5 procent av publiceringarna. Berörda aktörer har ytterligare ett steg svagare representation och finns bara med i ca 2 procent av publiceringarna. Överlag har medieområdet lägre siffror än hela materialet när det gäller politik, politiskt beslutfattande och deltagande. Medieområdet framställs inte som något tydligt politikområde, om ens som ett politikområde. Undersökningen kartlägger också om publiceringar främst har samhällsrelevans eller individuell relevans och här stämmer resultatet från medieområdet väl överens med hela materialet; var tredje publicering bedöms ha samhällsrelevans och varannan publicering individuell relevans.

Två typer av källor är mer framträdande i mediepubliceringarna. Den första är journalister och medieanalytiker som förekommer i knappt 20 procent av alla mediepubliceringar. Inom detta område är de starkt överrepresenterade då de bara utgör 3 procent av källorna i hela materialet. Källor inom PR och reklam är istället mycket mindre använda i medierapporteringen och förekommer bara i 1 procent av publiceringarna, medan de däremot i hela materialet finns med i 3 procent av publiceringarna.

Den andra typen av källa som är mer förekommande är näringslivsföreträdare av olika slag (småföretagare, VD, etc) som finns med i 13 procent av mediepubliceringarna. Denna kategori är inte lika överrepresenterad, som journalisterna, då de i hela materialet framträder i 8 procent av publiceringarna. Den förhållandevis höga representationen av närings-

livsföreträdare kan jämföras med en låg representation av politiker – bara i ca 2 procent av publiceringarna. När det gäller myndighetspersoner så förekommer dessa bara i 1 procent av publiceringarna på central och lokal nivå – jämfört med 3 respektive 8 procent i hela materialet. Det förefaller som om medieområdet bevakas mer som en ekonomisk än en politisk angelägenhet i de studerade medierna. Än mindre utgör medieområdet en fråga för internationell politik och i endast en artikel förekommer en utländsk politiker som källa.

Oberoende experter (till exempel forskare) förekommer i cirka 4 procent av publiceringarna och ungefär samma närvaro har kulturpersoner och kulturföreträdare. En grupp som är än svagare företrädd är frivilligorganisationer och NGO:s som förekommer som källa i färre än 2 procent av publiceringarna.

Privatpersoner är den tredje mest förekommande gruppen av källa i mediematerialet och de finns med i 7 procent av publiceringarna, vilket utgör en något lägre representation än i hela materialet.

Manliga källor är något vanligare än kvinnliga källor inom medieområdet, men balansen ligger inom jämställdhetsintervallet (40/60).

Sammanfattningsvis är det källor som hör hemma i journalistik och inte reklam eller PR som kommer till tals. Det är vidare en tonvikt på ekonomiska frågor och aktörer snarare än politiska frågor och reglering via politiska beslut eller myndigheter. Enskilda personer är inte särskilt väl företrädda och inte heller frivilligorganisationer.



## Engagemang och kritik

I vilken utsträckning engagerar då medieområdet läsare och användare? I fem av publiceringarna har medborgare deltagit, vilket motsvarar den nivå som finns i hela materialet. När det gäller användarnas interaktion skiljer sig inte medieområdet från hela materialet, men det finns ingen publicering som genererar mer än 7 763 interaktioner, vilket placerar området långt under de mest interaktiva publiceringarna (över 100 000).

Majoriteten av publiceringarna är beskrivande, liksom i hela materialet, men mediepubliceringarna är i högre grad tolkande – 40 procent jämfört med 28 procent överlag. En liknande skillnad ser vi vad gäller typen av publicering i data från 2018. Merparten av publiceringarna utgör nyhetsjournalistik – 75 procent inom medieområdet och 85 procent i hela materialet – men inom medieområdet är opinionsjournalistiken mer framträdande och den utgör här en fjärdedel.

Det journalistiska förhållningssättet är huvudsakligen neutralt även inom medieområdet. Antalet kritiska publiceringar är inte heller fler än snittet, tvärtom är det istället något fler positiva eller marknadsförande artiklar om medier i de studerade medierna. I absoluta tal är det 18 säljande och 17 undersökande/kritiska publiceringar.

En närmare studie av de 17 publiceringar som klassats som undersökande/kritiska visar att dessa publicerats av sex redaktioner: Aftonbladet (5), SvD (5), DN (3), Metro (2), Expressen (1) och Värmlands Folkblad (1).

Publiceringarna är inte jämnt fördelade över tiden utan flertalet är publicerade 2014 (10 st) och 2016 (6 st). Vad gäller genre är endast tre av publiceringarna nyhetsjournalistik och 14 opinionsjournalistik. Två av nyhetstexterna handlar vidare om karantänsreglerna inför riksdagsval inom public service och den tredje om internet och åsiktpolarisering genom filterbubblor.

De har vidare ett mycket tydligt fokus på den nationella nivån och 14 av publiceringarna behandlar denna nivå. Tre publiceringar tar upp internationella frågor och ingen behandlar de lokala eller regionala nivåerna. Den ovan rapporterade inriktningen på svenska medier i en nationell kontext är mycket tydlig när det gäller undersökande/kritiska publiceringar.

En slutsats som kan dras är att den kritiska och undersökande bevakningen av medieområdet är svag inom svensk nyhetsjournalistik. Ingen av de tre nyhetsartiklar som finns i materialet kan klassas som ett omfattande undersökande nyhetsarbete. Än mer uppseendeväckande är att den kritiska blicken på medier, journalistik och nyheter främst kommer till uttryck inom opinionsjournalistiken. Den mer djupgående och väl underbyggda granskningen av journalistiken äger inte rum i de medier som studerats i denna undersökning. För att hitta den måste vi istället vända oss till fackjournalistiken – särskilt specialprogram inom radio samt branschtidningar – på papper och nät.

## **Metodreflektion och publiceringar på webben**

I den tidigare rapporten av undersökningen 2007 och 2014 (Truedson 2016) förekom mediematerialet i

större utsträckning i form av publiceringar på webben än i övriga distributionsformer. Här har det dock skett en omsvängning och både 2016 och 2018 var andelen större i de analoga medierna. 2016 var andelen av det analoga materialet drygt 2 procent och drygt 1 procent av det digitala och 2018 var andelarna 1,6 procent respektive 1 procent.

Redovisningen ovan bygger på ett litet material och det krävs stor försiktighet vid tolkningen. En närmare och mer kvalitativ granskning av innehåll, former och aktörer är angelägen. Det är något som vi avser att återkomma till i ett fortsatt arbete som bygger på data från undersökningen.

## **Avslutning**

En första sammanfattande iakttagelse är att den svenska nyhets- och opinionsjournalistiken om medier har ett fokus på den nationella nivån, trots att studien omfattar en majoritet av lokala och regionala medier. Här skiljer sig medieområdet från det generella mönstret där publiceringar har en profil mot lokalt och regionalt material. Medieområdet är också mindre internationellt än materialet överlag.

Samtidigt ser vi att det i materialet från 2018 finns en växande uppmärksamhet av lokala och regionala mediefrågor, särskilt i några av de lokala och regionala dagstidningarna. Omvandlingen av medielandskapet får genomslag på alla nivåer – globalt, nationellt och lokalt – dock kan vi i det tidigare materialet se en brist i hur den lokala nivån behandlas. Siffrorna från 2018 visar på en utveckling mot en mer balanserad bevak-

ning där det lokala och regionala ges mer utrymme, men den internationella nivån saknas fortfarande i nyhetsbevakning och opinionsmaterial.

En andra iakttagelse är att de undersökande och kritiska publiceringarna innehåller så lite av nyhetsjournalistik – bara tre artiklar under fyra år och 24 studerade redaktioner. Inget större undersökande arbete om medier finns representerat i den datamängd som vi haft tillgång till. Sådan journalistik produceras men kommer inte upp till ytan med de villkor för urval som används i denna studie.

Kritik av och debatt om det svenska mediasystemet förekommer, med public service som det viktigaste ämnet i det studerade materialet. Kritiken och diskussionen sker dock inte som väldokumenterad och djupborrande journalistik, utan som opinionsbildning på debatt- och ledarsidor. Här finns alltså utrymme för mer granskande journalistik om nyheter, journalistik och medier.

## Referenser

- Eberwein, Tobias, Fengler, Susanne, Lauk, Epp & Leppik-Bork Tarja (red.) (2011). *Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond*. Köln: Halem.
- Egli von Matt, Sylvia, Elia, Christina & Russ-Mohl, Stephan (red.) (2006). *Media journalism in the attention cycle. Problems, perspectives, visions*. Lugano: Università della Svizzera Italiana.

- Fengler, Susanne (2003). Holding the news media accountable: A study of media reporters and media critics in the United States. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 4:818–832.
- Truedson, Lars (red) (2016). *Journalistik i förändring. Om Mediestudiers innehållsanalys 2007 och 2014*. Stockholm: Institutet för mediestudier.