

JMG

Flykten från landsbygden

– en kvantitativ innehållsanalys av mångfalden i det
lokala nyhetsmaterialet i
Arbetarbladet och Gefle Dagblad

Författare: Kalle Berg, Viktor Johansson & Francisco Ramirez Franzén

Handledare: Jonas Ohlsson

JU1532 HT 2013



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

- Title:** A Rural Pluralism Abandoned – A quantitative analysis of the diversity in the local news content in Arbetarbladet and Gefle Dagblad
- Authors:** Kalle Berg, Viktor Johansson och Francisco Ramirez Franzén.
- Subject:** Undergraduate research paper in journalism studies, Dept. of journalism, media and communication (JMG) Gothenburg University
- Term:** Autumn 2013
- Supervisor:** Jonas Ohlsson, JMG, Gothenburg University.
- Pages:** 47
- Purpose:** The main purpose of this study is to examine how diversity in the news content changes when two competitive newspapers, in this case Gefle Dagblad and Arbetarbladet, is brought in to the same media company.
- Method:** Quantitative content analysis.
- Procedure:** 4 930 articles from a study period of three weeks during the years of 2001, 2004, 2008 and 2012 has been coded into different variables and analysed from the perspective of diversity and media ownership concentration.
- Results:** The main result is that since the two newspapers were incorporated in to the same media company there has been a change in the diversity of the news content. The aspect of which geographical regions, covered by the liberal newspaper Gefle Dagblad, show a tendency that Gefle Dagblad concentrate their news coverage to the main region, the municipal of Gävle.
- Key words:** Diversity, pluralism, ownership, ownership concentration, media economics, content analysis.

Sammanfattning

Syftet med denna uppsats är att undersöka om, och i så fall på vilket sätt, mångfalden i innehållet förändras i två konkurrerande tidningar på samma ort när de får en gemensam ägare. För att belysa detta har vi valt att genom en kvantitativ innehållsanalys titta närmare på nyhetsmaterialet i tidningarna Gefle Dagblad (GD) och Arbetarbladet (AB) som sedan 2003 ägs av koncernen Mittmedia. Tidningarna har länge varit ärkerivaler i regionen. Den liberala GD har historiskt sett varit starkare i huvudorten Gävle medan AB varit starkare i de mindre kommunerna av spridningsområdet. En sådan maktfördelning är generellt sett vanlig när det gäller borgerlig och socialdemokratisk press.

Centrala begrepp i denna uppsats är således ägarkoncentration och mångfald. I strävan att mäta mångfalden i tidningarnas innehåll utgår denna studie från medieforskaren Denis McQuails teorier om olika dimensioner av mångfald. De tre viktigaste av dessa dimensioner i denna uppsats är de som behandlar: 1) geografisk täckning, 2) innehåll i form av vilka ämnen som tas upp i nyhetsmaterialet och 3) vilka aktörer som får komma till tals. Vårt huvudsakliga fokus riktas mot dimensionen geografisk täckning då detta är en mångfaldsaspekt som är relativt outforskad i svensk forskning på ämnet. Uppsatsen redogör även för vissa ekonomiska drivkrafter som talar för att olika förändringar och uppdelningar mellan samägda tidningar kan vara ekonomiskt gynnsamma att genomföra. Nyckelfrågan i denna studie är således:

Har det skett en förändring i hur stor utsträckning tidningarna rapporterar från de respektive orterna i spridningsområdet, och i så fall, hur ser denna förändring ut?

Studien visar att det har skett en förskjutning i den geografiska täckningen i GD som sedan förvärvet av AB fokuserat allt mer på nyhetsrapportering från Gävle. Detta betyder att det i vissa kommuner i spridningsområdet knappt längre går att tala om två tidningar som konkurrerar med den lokala nyhetsbevakningen. För den enskilde medborgaren i vissa kommuner har det skett en förändring av mångfalden i det lokala nyhetsmaterialet.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	6
1.1 FÄRRE ÄGARE, SÄMRE MÅNGFALD?.....	6
1.2 BESTÅNDSDELAR.....	7
2. BAKGRUND	8
2.1 MOT FÄRRE ÄGARE	8
2.2 ARBETARBLADET OCH GEFLE DAGBLAD.....	10
3. TEORI	13
3.1 MÅNGFALD – ETT KOMPLEXT BEGREPP	13
3.2 ATT MÄTA MÅNGFALD.....	14
3.3 MÅNGFALDSDISKUSSIONEN I SVERIGE	15
3.4 TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER - ETT EKONOMISKT PERSPEKTIV	16
3.5 ÄGARKONCENTRATION KONTRA MÅNGFALD	18
3.6 SUMMERING	19
4. TIDIGARE FORSKNING	20
4.1 ÄGARKONCENTRATION PÅ STRUKTURELL NIVÅ.....	20
4.2 ÄGARKONCENTRATIONEN OCH INNEHÅLLET.....	21
5. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	24
5.1 PROBLEMFÖRMULERING	24
5.2 SYFTE.....	25
5.3 FRÅGESTÄLLNINGAR.....	25
6. METOD OCH MATERIAL.....	26
6.1 METODVAL	26
6.2 URVAL OCH AVGRÄNSNING	26
6.3 KODSCHEMA	27
6.4 TILLVÄGAGÅNGSÄTT OCH GENOMFÖRANDE	27
6.5 VALIDITET OCH RELIABILITET	28
7. RESULTAT	30

7.1 HUR HAR ORTSSPRIDNINGEN FÖRÄNDRATS?	30
7.2 HUR HAR RAPPORTERINGEN FRÅN ORTERNA FÖRÄNDRATS?	33
7.3 ÄMNESOMRÅDEN I GD	34
7.4 AKTÖRER I GD.....	35
7.5 ÄMNESOMRÅDEN I AB	37
7.6 AKTÖRER I AB.....	38
7.7 SAMMANFATTNING.....	39
8. ANALYS OCH SLUTSATSER.....	41
8.1 FRÅGORNAS SVAR	41
8.2 ANALYS AV FRÅGESTÄLLNING ETT	42
8.3 ANALYS AV FRÅGESTÄLLNING TVÅ	43
8.4 ETT BREDARE PERSPEKTIV	43
REFERENSLISTA	45
BILAGOR	48
1. KODSCHEMA.....	48
2. KODINSTRUKTIONER.....	51
3. TABELLER.....	52

1. INLEDNING

1.1 FÄRRE ÄGARE, SÄMRE MÅNGFALD?

På var sin sida av Ruddammsgatan i Gävle ligger kontoren för liberala Gefle Dagblad och socialdemokratiska Arbetarbladet. 2003 sällade sig de två ärkerivalerna på orten till en vid tidpunkten snabbt växande grupp: konkurrenter på tvåtidningsorter med samma ägare. Sedan 2003 ingår tidningarna i en av Sveriges största mediekoncerner, Mittmedia, som i det närmaste har intagit en monopolställning som ägare av dagstidningar i södra Norrland. I 11 av de 14 orter i Sverige där det idag finns två konkurrerande lokala dagstidningar kontrolleras båda dessa av en ensam ägare. Detta fenomen, där antalet ägare inom svensk dagspress blir allt färre, brukar kallas för ägarkoncentration.

I svensk presspolitik har samtidigt begreppet mångfald länge varit ett honnörsord. Det är emellertid ett svårdefinierat begrepp. I Sverige har man från statligt håll oftast talat om en så kallad yttre mångfald vilket enkelt uttryckt innebär att ett så stort antal individuella tidningstitlar som möjligt hålls vid liv. För att säkerhetsställa detta delar man bland annat varje år ut ett driftstöd som subvention, främst till andratidningar, alltså den mindre tidningen, i de svenska tvåtidningsorterna. 2012 uppgick driftstödet till omkring en halv miljard kronor.

Samtidigt som antalet tidningstitlar i Sverige under en längre tid varit relativt konstant har alltså antalet ägare blivit allt färre. Stora spelare på det svenska mediebrädet är bland annat koncernerna Stampen, Gota Media, Norrköping Tidningar och Mittmedia. Detta har aktualiserat en diskussion kring hur detta fenomen av ägarkoncentration påverkar den så eftersträvade mångfalden. Vad händer när två tidningar som länge konkurrerat på samma marknad införlivas i samma koncern? I fallet Gefle Dagblad (GD) och Arbetarbladet (AB) har liberala GD historiskt sett varit starkare i huvudorten Gävle medan AB varit starkare i spridningsområdets övriga kommuner. En maktbalans som kan sägas vara generell när det gäller borgerliga och socialdemokratiska tidningar i Sverige. När tidningarna nu är koncernpartners, finns det då samma intresse av att utmana varandras specialområden?

Gillian Doyle, professor i medieekonomi, menar att företag som verkar i samma region kan dra fördelar av ett samgående genom att skapa gemensamma företagsstrategier eller genom en ökad profilering av tidningarnas arbetsområden i takt med att företaget växer (Doyle 2002:4). Med sådana ekonomiska drivkrafter i åtanke kan man tänka sig att förändring i konkurrensförhållandet kan uppstå. En uppdelning i arbetsområden hade

utifrån ett sådant resonemang gynnat tidningarna ekonomiskt, men hade ett publicistiskt ideal som mångfald blivit lidande? I den här uppsatsen kommer vi att undersöka hur mångfalden i utbudet eventuellt har påverkats av det uppköp som placerat de båda tidningarna Gefle Dagblad och Arbetarbladet i samma koncern. Det finns flera dimensioner av mångfald som kommer att beskrivas närmare senare i denna uppsats. En aspekt av detta är mångfalden i en tidnings geografiska spridning i nyhetsmaterialet. Något som tidigare svenska studier i ämnet inte riktat in sig särskilt på att undersöka. I denna studie ligger den geografiska mångfalden i fokus samtidigt som andra aspekter av mångfald, så som vilka ämnen som tas upp och vilka aktörer som får komma till tals i nyhetsmaterialet, också undersöks.

1.2 BESTÅNDSDELAR

Denna uppsats kommer inledningsvis att redogöra för ägarsituationens utveckling i tidningssverige och för den specifika ägarsituationen, i det valda fallet GD och AB. Därefter kommer vi att gå in på vissa teoretiska utgångspunkter som ligger till grund för den kvantitativa innehållsanalys som syftar till att mäta mångfalden i tidningarnas innehåll före och efter uppköpet. Vi kommer dels att fördjupa oss i mångfaldsbegreppet och dels i de ekonomiska drivkrafter som kan tänkas ligga bakom vissa affärsmässiga strategier som gör sig möjliga under vissa former av samgående. Efter en redovisning av den tidigare forskning som genomförts i ämnet mångfald kontra ägarkoncentration följer själva studien följt av analys och slutdiskussion.

2. BAKGRUND

I detta kapitel presenteras en redogörelse för ägarsituationen i den svenska dagspressens utveckling i Sverige. Därefter följer ett stycke som redogör för de specifika tidningar, Gefle Dagblad och Arbetarbladet, som denna uppsats ämnar undersöka och deras relation till varandra.

2.1 MOT FÄRRE ÄGARE

Den samlade dagstidningsupplagan har i stort sett stigit sedan 1950-talet fram till 1990-talet. Därefter har branschen successivt försvagats. Landsortspresen har historiskt sett haft en mycket stark ställning i Sverige och är än idag den mest stabila pressgruppen då den tappat förhållandevis lite i upplaga jämfört med storstadspress och kvällspress. Samtidigt har det skett en nedgång både sett till antalet titlar och upplaga. På de orter där två tidningar fortfarande konkurrerar med varandra är det emellertid tydligt att avståndet mellan första- och andratidningen ofta är mycket stort. De stora tidningarna har med tiden ökat sin andel av den samlade upplagan. Nedgången för andratidningarna är inte dramatisk men tendenserna är tydliga. Av de cirka 15 tidningar som på sin ort år 1970 hade en hushållstäckning på mer än 20 procent hade en tredjedel vid mitten av 1990-talet hamnat under denna nivå eller i värsta fall lagts ner (Hadenius, Weibull, Wadbring, 2011:146ff). Ser man till 1950- och 1960-talens tidningsmarknad var dagstidningarna normalt sett lokalt ägda. Undantaget var när något politiskt parti stod som huvudägare (Hadenius, Weibull, Wadbring, 2011:169). Det är först under 1990-talet som det sker en successiv ökning av ägarkoncentrationen på dagstidningsmarknaden. Försäljningar och fusioner av lokaltidningar har sedan dess fortsatt att accelerera under det nya seklet (Sundin, 2011:13). En minskad partianknytning, konkurrens från andra medier samt att pressen allt mer framstår som en industribransch har ökat intresset för lokala tidningar att samverka med varandra (Hadenius, Weibull, 2003:83). Samtidigt kunde lokala marknadsproblem lösas genom olika former av samgåenden mellan lokala tidningsföretag. En tendens som varit tydlig på flera konkurrensorter sedan 1990-talet är att den stora tidningen köpt den lilla. I merparten av fallen är det den socialdemokratiska lokaltidningen som förvärvats av den större borgerliga konkurrenten (Hadenius, Weibull, Wadbring 2011:148). Tabellen som följer visar hur ägarkoncentrationen ökat på orter med fler än en tidning under 2000-talet.

Tabell 2.1 Ägarsituationen i svenska orter med fler än en dagstidning

Stad	Tidning	Företag	Samma ägare sedan
Orter med samarbete			
Visby	Gotlands Allehanda	Norrköpings Tidningars Media	1999
	Gotlands Tidningar	Norrköpings Tidningars Media	
Norrköping	Folkbladet	Norrköpings Tidningars Media	2000
	Norrköpings Tidningar	Norrköpings Tidningars Media	
Umeå	Västerbottens Folkblad	Stiftelsen VK-press	2001
	Västerbottens-Kuriren	Stiftelsen VK-press	
Gävle	Gefle Dagblad	Mittmedia Förvaltning AB	2003
	Arbetarbladet	Mittmedia Förvaltning AB	
Sundsvall	Dagbladet Nya Samhället	Mittmedia Förvaltning AB	2003
	Sundsvalls Tidning	Mittmedia Förvaltning AB	
Karlskrona	Blekinge Läns Tidning	Gota Media AB	2004
	Sydöstran	Gota Media AB	
Östersund	Länstidningen Östersund	Mittmedia Förvaltning AB	2005
	Östersunds-Posten	Mittmedia Förvaltning AB	
Luleå	Norrbottens-Kuriren	Norrköpings Tidningars Media	2007
	Norrländska Socialdemokraten	Norrköpings Tidningars Media	
Kalmar	Barometern	Gota Media AB	2010
	Östran/Nyhetera	Gota Media AB	
Karlskoga	Karlskoga Tidning	Nya Wermlands-Tidningen AB	2011
	Karlskoga-Kuriren	Nya Wermlands-Tidningen AB	
Falun	Dalarnas Tidningar	Mittmedia Förvaltning AB	2013
	Dala-Demokraten	Mittmedia Förvaltning AB	
Orter med konkurrens			
Karlstad	Värmlands Folkblad	Värmlands Folkblad AB	
	Nya Wermlands-Tidningen	Nya Wermlands-Tidningen AB	
Malmö	Sydsvenska Dagbladet	Bonnier	
	Skånska Dagbladet	Skånska Dagbladet	
Stockholm	Dagens Nyheter	Bonnier	
	Svenska Dagbladet	Schibsted	

Källa: *Competition, collaboration and cooperation: Swedish provincial newspaper markets in transition*, Mart Ots, 2012, Tidningsstatistik AB.

Koncentrationsprocessen har ofta startats med att tidningsföretag byggts upp genom att förvärva tidningar i angränsande utgivningsområden eller i vissa fall även i andra regioner. Exempelvis har koncernen Norrköpings Tidningar förutom i Norrköping nu även monopol på titlarna i orter som Luleå och Visby (Hadenius, Weibull, Wadbring, 2011:171).

Att flera andratidningar fusionerats eller förvärvats av förstetidningarna är ett tecken på att presstödet inte varit tillräckligt för att kunna upprätthålla den lokala konkurrensen. Den förändrade ägarbilden medför även att merparten av det stöd som ges

till socialdemokratisk press nu går till tidningskoncerner som även ger ut borgerliga tidningar (Hadenius, Weibull, Wadbring, 2011:158). I takt med att flera tidningar införlivats i större företagsgrupper har man från staten betonat kraven på eget redaktionellt material i allt högre grad vad det gäller driftsstödet (Regeringens hemsida 9 december 2013:17). På detta sätt kan i alla fall den redaktionella konkurrensen upprätthållas på orter med samma ägare (Hadenius, Weibull, Wadbring, 2011:158).

2.2 ARBETARBLADET OCH GEFLE DAGBLAD

Denna studie har valt att titta närmare på tidningarna Arbetarbladet (AB) och Gefle Dagblad (GD). De båda tidningarna kommer ut sju dagar i veckan med säte i Gävle. Deras huvudsakliga spridningsområde är a-region 56, Gävle/Sandviken. Regionen innefattar sex kommuner fördelade mellan två län. Gävle, Hofors, Ockelbo och Sandviken är de kommuner som ingår i Gävleborgs län, medan Tierp och Älvkarleby tillhör Upplands län (Ohlsson, 2012, B:12). De båda tidningarna sammanslogs år 2003 i bolaget Gävletidningar som i sin tur ägs av koncernen Mittmedia. Koncernen ägs av två liberala stiftelser, Nya Stiftelsen Gefle Dagblad och Stiftelsen Pressorganisation (Bergkvist, 2006:210f). Mittmedia har under flera decennier successivt byggt upp en helt dominerande ställning på dagstidningsmarknaden i södra Norrland genom en rad företagsförvärv. Detta har resulterat i att de nu äger samtliga tolv dagstidningar som ges ut i de tre sydligaste norrlandslänen (Sundin, 2011:14). Tabellen nedan visar Mittmedias 18 dagstidningar sett till hela landet.

Tabell 2.2. Dagstidningar i Mittmedia-koncernen (antal och procent)

Tidning	Stad	Upplaga (2012)	Förändring av upplagan sedan 2003	Hushållstäckning i utg. kommun(2012)
Arbetarbladet	Gävle	20800	-24 %	16 %
Dalarnas Tidningar	Falun	54400	-18 %	48 %
Dagbladet Nya Samhället	Sundsvall	10500	-13 %	16 %
Dala-Demokraten	Falun	14800	-32 %	9 %
Gefle Dagblad	Gävle	24600	-15 %	42 %
Hudiksvalls Tidning	Hudiksvall	13000	-17 %	63 %
Ljusdals-Posten	Ljusdal	6000	-21 %	66 %
Ljusnan	Bollnäs	11100	-26 %	62 %
Länstidningen Östersund	Östersund	12100	-41 %	19 %
Sundsvalls Tidning	Sundsvall	27400	-26 %	49 %
Söderhamns-Kuriren	Söderhamn	7200	-16 %	60 %
Tidningen Ångermanland	Härnösand	17800	-30 %	58 %
Örnsköldsvik Allehanda	Örnsköldsvik	15600	-22 %	64 %
Östersunds-Posten	Östersund	23400	-22 %	45 %

Kommentar: Dalarnas Tidningar utkommer i fem olika editioner. Upplagestatistik för dessa tidningar finns dessvärre inte tillgängligt.

Källa: Tidningsstatistik AB.

Tidningsmarknaden i Gävle är unik då det är den lokala marknad där upplageavståndet mellan första- och andratidningen är minst. GD har 2012 i a-region 56 en upplaga på 24 333 och en hushållstäckning (hht) på 29,5 procent, medan Arbetarbladet har motsvarande 20 515 och en hht på 24,9 procent (Tidningsstatistik AB hemsida, 9 december 2013).

Den totala upplagens jämnhet speglar emellertid inte konkurrensen i spridningsområdets olika kommuner. Gävle är den enda kommun i spridningsområdet där GD är större än AB. 2011 såldes 78 procent av GD:s upplaga i utgivningskommunen Gävle, medan motsvarande siffra för AB endast var 35 procent. Vänder man istället blicken mot kommunerna Hofors, Ockelbo, Sandviken och Älvkarleby är AB att betrakta som klar förstaidning. I de nämnda kommunerna har AB en hht på mellan 40 och 43 procent, medan GD:s hht varierar mellan 13 och 21 procent (Ohlsson, 2012, B:13).

Efter att AB och GD gått samman i det av Mittmedia ägda bolaget Gävle Tidningar AB 2003 inleddes ett samarbete främst på det strukturella planet. Tidningarna delar tryckeri samt ekonomi- och annonsavdelning, varav annonserna publiceras i båda tidningarna. På det redaktionella planet finns endast samarbete vad det gäller sporten. En och samma redaktion levererar sportnyheter till de båda tidningarna. Från 2010 fram till september 2013 delade de båda tidningarna även foto- och webbredaktion (Lundquist,

Magnus, 2013 11 december, muntlig delgivning). När det kommer till antalet lokalredaktioner skiljer sig de båda tidningarna åt. AB har förutom sin redaktion i Gävle även mindre redaktioner i Sandviken, Ockelbo, Tierp, Älvkarleby och Hofors. GD å sin sida har förutom sin huvudredaktion i Gävle endast en redaktion i Sandviken med uppdrag att täcka även de övriga kommunerna i spridningsområdet.

3. TEORI

I detta kapitel vill vi redogöra för de begrepp och fenomen som är centrala för denna studie. I en inledande del görs en ansats att belysa ut det i mångt och mycket komplexa begreppet mångfald. En viktig aspekt är distinktionen mellan inre- och yttre mångfald. Därefter belyser vi hur man inom de svenska medierna förhållit sig till mångfald. En ytterligare faktor som är viktig för studien är de ekonomiska drivkrafter som påverkar medieutvecklingen. Därför kommer vi redogöra för vilka ekonomiska fördelar som enligt forskningen kan finnas i vissa typer av samarbeten mellan tidningar. Detta för oss in på ett annat centralt begrepp i denna studie: ägarkoncentration. I kapitlets avslutande del presenteras teorier som behandlar huruvida ägarkoncentrationen eventuellt kan tänkas påverka mångfalden i svensk dagspress.

3.1 MÅNGFALD – ETT KOMPLEXT BEGREPP

På ett grundläggande plan går att hävda att mångfald inom medier handlar om antalet röster som får möjlighet att uttala sig och nå ut till allmänheten. Något som bör belysas i sammanhanget är att begreppet mångfald brukar diskuteras utifrån två utgångspunkter: *inre* och *yttre* mångfald (Ots, 2010:116). Den yttre mångfalden kan förenklat sägas beröra hur många självständiga nyhetsförmedlare vars röster görs hörda i medielandskapet. Alltså till exempel hur många tidningstitlar som faktiskt existerar i ett område. Förutsättningen är att alla tidningarna inte uttrycker samma åsikt utan istället erbjuder ett brett spektra av exempelvis nyhets- och opinionsmaterial.

Den inre mångfalden handlar istället om hur mångfalden ser ut inom varje enskild nyhetsförmedlare. En tidning med en hög grad av inre mångfald låter röster från flera olika håll konfronteras och belysas inom den egna tidningen (Ots, 2010:116).

Frågan om mångfald sätts ofta i relation till mediekoncentration (Rådet för mångfald inom massmedierna 1994:7). Mediekoncentration, som handlar om att exempelvis antalet tidningar blir färre, ska dock inte blandas ihop med ägarkoncentration. Ägarkoncentrationen handlar om att antalet ägare till de olika tidningarna blir färre genom uppköp eller sammanslagningar. I Rådet för mångfald inom massmediernas utredning från 1995 presenteras också Europarådets mediekoncentrationskommittés arbetsdefinition av begreppet mångfald:

”I förhållande till mediekoncentration skall begreppet mångfald förstås att innebära utrymme för att ge uttryck åt ett brett spektrum av sociala, politiska och kulturella värden, åsikter, information och intressen genom massmedierna. Mångfalden kan vara inre, dvs. när

ett brett spektrum av sociala, politiska och kulturella värden, åsikter och information uttrycks inom en enda medieorganisation, eller yttre, dvs. när ett antal organisationer var och en ger uttryck för en särskild ståndpunkt” (Rådet för mångfald inom massmedierna 1995:12).

Stycket beskriver tämligen väl en grundläggande syn på mångfaldsbegreppet. En senare fråga som uppstår är hur man då bär sig åt för att mäta graden av mångfald inom media och inte minst inom enskilda tidningar (då det är dagspressen som denna studie förhåller sig till).

3.2 ATT MÄTA MÅNGFALD

Medieforskaren Denis McQuail belyser i boken *Media Performance* fyra dimensioner av mångfald som han lånar av den tyske forskarkollegan Hoffman-Riem. Dimensionerna listas enligt följande:

- **Format och frågor:** Vilket syftar till skiljaktigheter i mediernas funktion beträffande underhållning, information, utbildning etc.
- **Innehåll:** Vilka åsikter och ämnen som tar plats i nyhetsrapporteringen.
- **Personer och grupper:** Vilka grupper och människor som kommer till tals i mediet.
- **Geografisk täckning.**

Av dessa fyra dimensioner kommer denna uppsats att fokusera på de tre senare. Dimensionen som handlar om format och frågor blir mindre relevant då de tidningar som denna studie kretsar kring verkar inom samma område, nämligen lokal nyhetsförmedling. Deras funktion som medie är på ett grundläggande plan likartat. Vidare framhåller McQuail att det finns en bred överenskommelse om att massmedier ska bidra till mångfald i tre huvudsakliga hänseenden: Genom att återspegla olikheter i samhället, genom att vara en uttrycksplats för olika åsikter och genom att erbjuda valmöjlighet för konsumenten (McQuail 1992:144). Medieforskarna Börje Alström och Lars Nord utgår från McQuails teorier i deras studie *Den skånska modellen* (som har vissa likheter med vår egen studie och som vi redogör mer för i ett senare stycke). De menar att McQuails definitioner av mångfaldens dimensioner är en god utgångspunkt för att studera hur en viss medieutveckling påverkar mångfalden. De menar vidare att det är rimligt att undersöka hur samhället speglas och vilka aktörer som får komma till tals i exempelvis en tidning då man vill mäta mångfalden i dess utbud, inte bara i opinionsmaterialet utan också i själva nyhetsmaterialet. Själva tidsaspekten, angående hur en viss

medieutveckling påverkar mångfalden i medieutbudet, belyses lämpligast genom nedslag i undersökningsperioder före och efter en mediestrukturrell förändring (Alström & Nord 2003:82). I ett senare kapitel där vi tar upp den forskning som genomförts i Sverige rörande ägarkoncentration och mångfald kommer vi att beskriva hur dessa studier valt att angripa ämnet och vilka aspekter man då särskilt betonat.

Efter detta avsnitt som syftar till att dels problematisera och dels förklara begreppet mångfald ska vi nu gå över till hur diskussionen kring mångfald har sett ut i Sverige.

3.3 MÅNGFALDSDISKUSSIONEN I SVERIGE

Mångfald har tillsammans med konkurrens och valmöjlighet länge varit centrala begrepp i den svenska presspolitiken och särskilt har vikten av mångfald inom dagspressen länge betonats från statligt håll. Samtidigt har mångfaldsbegreppet aldrig riktigt ordentligt definierats och på så vis alltid varit öppet för olika tolkningar (Ots 2012, A:44). Det har dock gjorts ansatser för att konkretisera mångfaldsbegreppet inom svensk media. I en uppsats till Pressutredningen från 1994 framhåller medieforskaren Kent Asp att mångfald snarare bör ses som ett medel istället för ett mål för den svenska presspolitiken. Målet ska istället vara en fri åsiktsbildning (Rådet för mångfald inom massmedierna 1995:8). Genom mångfald i medieutbudet ska alltså den fria åsiktsbildningen möjliggöras. Eller som det uttrycks i Rådet för mångfald inom massmediernas utredning från 1995: det råder en stor enighet om att mångfald i massmedierna är en förutsättning för demokratin (Rådet för mångfald inom massmedierna 1995:9). Det är alltså åsiktsmångfalden som varit central i svensk presspolitik, att behålla ett brett utbud av opinionsjournalistik. Samtidigt har man inom forskningen också velat belysa mångfalden i själva nyhetsmaterialet. I nästa kapitel kommer vi mer ingående diskutera exempel på studier som visar detta.

Generellt sett kan man säga att det svenska driftstödet främst syftar till att främja den yttre mångfalden. Alltså att hålla så många tidningstitlar som möjligt levande och på så vis skapa en grund för ett diversifierat nyhetsutbud (Ots 2012, A:44). Detta går i linje med den nordiska och centraleuropeiska presstraditionen som historiskt sett framhållit vikten av en yttre mångfald. Till skillnad från den anglo-saxiska traditionen där man historiskt sett ansett att den inre mångfalden är av större betydelse (Ots, 2010:116).

Att ett stort antal tidningstitlar i sig skulle skapa en mångfald i medieutbudet är emellertid inte ett helt oproblemiskt antagande. Hypotetiskt sett skulle en enda tidning, som täckte hela Sverige, kunna bevara en stor innehållslig mångfald så länge som

tillräckligt många fick komma till tals (Alström & Nord 2002:28). Som vi tidigare redogjort för har de flesta av de tidningar i Sverige som konkurrerar på samma utgivningsort idag samma ägare. Detta har i vissa fall lett till att tidningar som hotats av nedläggning kunnat fortleva. Frågan som uppstår, och som vår studie kretsar kring, är hur denna medieutveckling mot ett koncentrerat ägarskap inom svensk media påverkar mångfalden i utbudet. I vårt fall riktar vi emellertid blicken snarare mot nyhetsmaterialet än opinionsmaterialet där vi främst utgår från de tre sista av McQuails mångfalldimensioner för att mäta mångfalden i utbudet.

Ekonomiska drivkrafter ligger givetvis till grund för en stor del av den utveckling mot ett koncentrerat ägande inom svensk media som gjort sig tydlig under särskilt 2000-talets första decennium. Därför vill vi, innan vi lyfter fram de teorier som finns kring ägarkoncentrationens påverkan på mångfalden, i nästa stycke belysa några av de ekonomiska drivkrafter som kan tänkas ligga bakom nämnda medieutveckling.

3.4 TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER - ETT EKONOMISKT PERSPEKTIV

Inom den publicistiska branschen finns såväl yttre som inre drivkrafter som påverkar ägares beslut. Yttre drivkrafter kan handla om svängningar i det allmänna ekonomiska tillståndet där lågkonjunkturer kan leda till att företag tvingas till rationaliseringar för att överleva. Det kan också handla om ny konkurrens på marknaden, idag kanske främst genom internetbaserad nyhetsförmedling. Ett exempel från längre bak i tiden är 1990-talets avregleringar inom etermedia som öppnade upp för en bredare konkurrens. Det står klart att de senaste årtiondena varit svåra för inte minst dagspressen ur dessa avseenden. Detta har också medfört ytterligare svårigheter i att hålla uppe publicistiska ideal i kombination med ekonomisk stabilitet eller tillväxt (Ohlsson 2012, A:9).

Medieforskaren Jonas Ohlsson talar om främst tre inre drivkrafter för ägare inom mediebranschen. Dessa är förenklade: ekonomiska (att skapa vinst i företaget), publicistiska (att agera i allmänhetens intresse) eller politiska drivkrafter (att propagera för en särskild ideologi eller partipolitisk linje). Ohlsson menar vidare att den centrala frågan är hur publicistiska mål prioriteras i relation till de övriga två drivkrafterna. Han framhåller samtidigt att en stor del av den normativa teoribildningen angående dagstidningars agerande idag kretsar kring främst ekonomiska aspekter av tidningsägande (Ohlsson 2012, A:7f). En ökad ägarkoncentration kan ses som en effekt av såväl de yttre som inre drivkrafter som präglar tidningsbranschen.

Gillian Doyle, professor i medieekonomi, menar att det kan finnas stora

ekonomiska fördelar i ett koncentrerat medieäggande för medieföretagen. En grundläggande princip kan sägas vara att medieföretag genom uppköp eller sammanslagningar kan sprida sina produktionskostnader. Samtidigt kan ett medieföretag som skaffar sig en central roll i en specifik region dra nytta av stordriftsfördelar (som gemensamt tryck och distribution) samt att medieföretaget får en större räckvidd i regionen (Doyle 2002:4). Doyle talar även om tre typer av samverkan som syftar till ett företags expansion: Horisontell, vertikal och diagonal samverkan (Doyle 2002:4). Vi ska här koncentrera oss på horisontell samverkan då det är mest relevant för vårt specifika fall. Horisontell samverkan för expansion är aktuellt att tala om när två relativt likvärdiga företag, eller två företag som helt enkelt sysslar med samma sak, slår sig samman. Ekonomiska fördelar kan uppenbara sig i just i ovan nämnda aspekter (stordriftsfördelar, ökade marknadsandelar och ökade rationaliseringsmöjligheter). Doyle framhåller vidare att företag som verkar i samma region kan dra fördelar av ett samgående genom att skapa gemensamma företagsstrategier eller genom en ökad profilering av tidningarnas arbetsområden i takt med att företaget växer (Doyle 2002:4). Ett tidningsföretag kan också erhålla stora ekonomiska fördelar beträffande annonsering vid en samverkan. När spridningsområdet ökar stiger också priset på annonser. En profilering av tidningarna kan också tänkas vara uppskattat av annonsörer då man i större utsträckning vet vilka målgrupper som nås av annonserna.

Medieforskaren Mart Ots menar att två viktiga argument för tidningar att gå samman, förutsatt att de erbjuder två separata redaktionella produkter, är att de behålla en hög täckning över regionen man verkar i samtidigt som man behåller det presstöd som andratidningen erhåller (Ots 2005:619).

Alström och Nord framhåller i *Den skånska modellen* ett antagande om att "ett gemensamt tidningsföretag åtminstone på kort och medellång sikt har intresse av att markera att den lokala nyhetsbevakningen av olika delar av spridningsområdet inte är mindre ambitiös än tidigare" (Alström & Nord 2003:85). Deras egen undersökning visar emellertid att ett samgående mellan tidningar oftast leder till nya redaktionella prioriteringar. Man skulle alltså, i enlighet med Doyles teorier, kunna tänka sig att två tidningar som verkar i samma region och under samma ägare kan dra stora ekonomiska fördelar av att profilera tidningarna mot särskilda nyheter eller geografiska områden.

I ett sådant fall, kanske särskilt beträffande den geografiska aspekten, väcks frågor kring om man fortfarande kan säga att tidningar, som tidigare konkurrerat på samma marknad, fortfarande gör det när de profileras åt olika håll. Utifrån ett sådant resonemang

kan ytterligare frågor väckas kring hur den inre mångfalden påverkas samt hur den mångfald i utbudet som står läsaren till buds för att skaffa sig en fri åsiktsbildning påverkas. Det finns även en presstödsaspekt av frågan. Om två tidningar konkurrerar på samma marknad, varav den ena (kanske i egenskap av andratidning på orten) erhåller presstöd, nu drivs av en och samma ägare samtidigt som tidningarna profileras åt olika håll, kan man fråga sig om det är rimligt att den tidning som erhåller presstöd fortfarande kan kallas för en andratidning i en gemensam konkurrensregion då denna region allt mer delas upp genom tidningarnas ökande profilering.

3.5 ÄGARKONCENTRATION KONTRA MÅNGFALD

Som vi tidigare redogjort för har ägarkoncentrationen inom svensk dagspress ökat under 2000-talets första decennium. Åsikterna om hur ägarkoncentrationen påverkar mångfalden i den svenska tidningsbranschen har på intet sätt varit entydiga. Mart Ots menar i antologin *Medierna och demokratin* att det är svårt att fastslå exakt hur den ökande ägarkoncentrationen påverkar journalistiken. Samtidigt menar han att det finns en grundläggande uppfattning idag om att ägarkoncentrationen missgynnar det demokratiska samhället (Ots, 2012:122). Medan den amerikanske medieforskaren Edwin Baker intar en helt klart skeptisk inställning till ägarkoncentrationen generellt sett (Baker, 2007:5f) förhåller sig Ots mer nyanserat till fenomenet då han lyfter fram att forskning visat på att ”en måttligt koncentrerad marknad med ett lagom antal större aktörer faktiskt kan producera bättre och mer varierade nyheter än marknader med många små nyhetsproducenter, där var och en endast har begränsade ekonomiska och journalistiska resurser” (Ots, 2012, B:122).

Medieforskarna Börje Alström och Lars Nord förefaller försiktigt positiva till ägarkoncentrationens effekter. De menar, likt Ots, att den vedertagna grundhållningen ifrån beslutsfattare i Sverige är att mångfalden gynnas av så många olika medier som möjligt. Det svenska presstödet kan ses som en konsekvens av tanken om att ”konkurrensen mellan olika medier ses [...] som den bästa garantin för mångfalden” (Alström & Nord 2002:29f). Alström och Nord framhåller vidare att ett mindre vanligt, men allt oftare förekommande synsätt, är att mångfalden kan stärkas genom ägarkoncentration i den meningen att tidningarna blir starkare ekonomiskt och på så vis kan bedriva en journalistik av högre kvalitet.

I en rapport från 2003 fastslog även Konkurrensverket att det är problematiskt att fullt ut konstatera att ägarkoncentrationen skulle leda till ett mer likriktat innehåll i

medierna. De lyfter istället fram andra förklaringar till den eventuella överensstämmelsen i innehållet som de tror kan spela en viktigare roll. En likriktning i det journalistiska utbudet kan också bero på journalistkårens eventuellt gemensamma värderingar, de rådande kommersiella omständigheterna och olika typer av genrejournalistik (Konkurrensverket 2003:43). Att journalistkåren som grupp kan framstå som homogen i politisk tillhörighet och social bakgrund har visats i forskningsrapporter. Konkurrensverket menar också att det inte bör ligga i lokala tidningars intresse att innehållet blir likriktat eftersom en profilering av tidningarna ger slagkraft i avseendet att hitta rätt målgrupp för tidningen (Konkurrensverket 2003:43). En tydlig profilering kan också tänkas locka annonsörer då det finns en fördel för annonsörerna i att veta vilka som tar del av deras annonser.

Det är alltså inte helt enkelt att fastslå hur ägarkoncentrationen inom dagspressen påverkar mångfalden i tidningarnas utbud. Som Alström och Nord betonar är det viktigt att ha i åtanke att varje enskilt fall av samgående präglas av olika förutsättningar (Alström & Nord 2002:212). Varje enskilt fall behöver alltså undersökas för sig. I nästa kapitel ska vi därför gå igenom hur man i den tidigare svenska forskningen angripit problemet och vad man där kommit fram till.

3.6 SUMMERING

I detta kapitel har vi belyst mångfaldsbegreppet ur flera aspekter. Dels talar man om en inre och yttre mångfald. I den svenska presspolitiken har fokus länge riktats mot att bevara den yttre mångfalden, vilket syftat till att behålla så många tidningstitlar som möjligt. Vi har också lyft fram olika sätt att mäta mångfald inom media med utgångspunkt från McQuails teorier om dimensionerna av mångfald där studien i fortsättningen kommer att koncentrera sig främst på de tre senare som berör innehåll, aktörer och geografi. I övrigt presenterades vissa ekonomiska förtjänster som kan tänkas ligga i samarbeten mellan tidningar ur olika aspekter. Slutligen har vi också redogjort för problematiken som finns i att avgöra hur ägarkoncentrationen påverkar mångfalden.

4. TIDIGARE FORSKNING

När vi nu på ett mer principiellt plan har diskuterat mångfald och ägarkoncentration är det lämpligt att gå in närmare på de studier gjorda i Sverige som behandlar detta ämne. I ett inledande stadium redogörs för de studier som tittat på ägarkoncentration utifrån ett mer strukturellt perspektiv. Därefter går vi in på de studier som tittat närmare på hur, eller om, det faktiska nyhetsmaterialet har påverkats av förändrade ägarstrukturer.

4.1 ÄGARKONCENTRATION PÅ STRUKTURELL NIVÅ

Den forskning som genomförts kring konkreta fall av ägarkoncentrationens påverkan på det redaktionella innehållet i svenska tidningar kan sägas vara relativt begränsad (Alström & Nord 2003:82). År 2005 genomförde medieforskaren Mart Ots en fallstudie på uppdrag av Presstödskommittén där han undersöker strukturaffärer som sedan år 1999 har präglat tidningsmarknaden. Så här beskriver Ots syftet med studien:

”Huvudsyftet med studien är dock att skapa en djupare förståelse för de marknadsdynamiska drivkrafterna bakom vågen av tidningsfusioner, de avvägningar som avgör tidningarnas val av integrationsmodell, samt de processer som styr det verkliga utfallet.” (Ots 2005:549).

Studien koncentrerar sig till tvåtidningsorterna Norrköping, Eskilstuna och Örebro där Ots använder sig av en kvalitativ metod med fokus mot intervjuer med centrala aktörer vid såväl första- som andratidningarna. Ots menar att de granskade strukturaffärerna ofta har varit nödvändiga för att bevara mångfalden i innehållet på kort sikt. Han säger däremot att man inte kan dra slutsatsen att ”ägarmångfald per definition producerar bättre eller mer mångfacetterade pressröster” (Ots 2005:619). Ots tittar på frågan om ägarkoncentration ur ett mer strukturellt perspektiv. Denna uppsatsstudie fokuserar i större utsträckning på själva nyhetsmaterialet och om, och i så fall hur, det faktiskt förändrats med utgångspunkt i McQuails teorier om dimensionerna av mångfald. Mart Ots genomförde även 2012 en studie (*Collaboration, competition and cooperation: Swedish provincial newspaper markets in transition*) där han ställer sig frågan om hur svenska tidningar på tvåtidningsorter lyckas balansera mellan samarbete och

konkurrens utan att kompromissa med den journalistiska integriteten och trovärdigheten (Ots 2012, A:43). Rapporten ger en god översikt av ägarförhållandena i den svenska dagspressen samtidigt som den ger en god ingång i komplexiteten som omger diskussionen kring ägarkoncentration och samarbeten inom den svenska dagspressen. Hans studie bygger främst på intervjuer och enkäter och tittar återigen på utvecklingen hos vissa tidningsföretag på ett mer strukturellt plan och vilka ekonomiska drivkrafter som fört dem fram mot vissa beslut och samarbeten. Han konstaterar bland annat att samarbeten mellan tidningar tidigare ofta inleddes av nöd, för att hålla nere kostnader, medan man senare sett en trend där samarbeten inleds mellan starka tidningar för att utveckla gemensam teknologi och gemensamma affärsplaner för att utveckla företagen (Ots 2012, A:60). Inte heller här går Ots in på artikelnivå för att undersöka huruvida en förändring i det redaktionella innehållet har skett. Medieforskaren Jonas Olsson har i sin avhandling från 2012 (*The Practice of Newspaper Ownership*) studerat hur ägarskap utövas i media. Studien bygger till stor del på protokoll från styrelsemöten och intervjuer med nuvarande och före detta styrelsemedlemmar från de undersökta tidningarna Barometern, Borås Tidning och Sundsvalls Tidning. Ohlsson konstaterar bland annat att kontrollen av tidningen som tidigare varit mer lokal nu blivit mer centraliserad (Ohlsson 2012, A:Abstract). Fokus ligger alltså på ägande utifrån ett ledningsperspektiv och inte på mångfalden i hur det faktiska nyhetsmaterialet påverkas av nya former av ägande.

4.2 ÄGARKONCENTRATIONEN OCH INNEHÅLLET

Börje Alström och Lars Nord ligger bakom två studier (*Expedition mångfald* och *Den skånska modellen*) som till vissa delar i hög grad liknar den studie som genomförs i denna uppsats. I båda böckerna presenteras studier baserade på enkäter, intervjuer och kvantitativa innehållsanalyser. Det är kodschemat från nämnda innehållsanalyser som till stor del legat till grund för vår egen studie. Det är i fallet med dessa två forskningsrapporter intressant att se vad Alström och Nord kommit fram till i sina innehållsanalyser angående mångfald i de undersökta tidningarna med utgångspunkt från McQuails mångfalddimensioner, som de själva tar upp som utgångspunkter för sin innehållsanalys i *Den skånska modellen* (Alström & Nord 2003:81). Beträffande *Expedition mångfald* som undersöker de sedan år 1999 fusionerade tidningarna Gotlands Allehanda och Gotlands Tidningar konstaterar Alström och Nord att tidningarna efter

fusionen, utifrån undersökningens ramar, inte försöker profilera sitt redaktionella innehåll åt olika håll. Om man ser till de tre senare av de dimensioner av mångfald som McQuail tar upp (de tre senare därför att de är mest relevanta för denna uppsats) så kan man stapla upp resultaten på följande vis:

- **Innehåll:** I båda tidningarna dominerar ämnen som Politik, Sociala frågor och brott samt kultur- och fritidsfrågor. Detta stämmer väl överens med resultat som tagits fram i studier av andra svenska lokaltidningar
- **Personer och grupper:** Personer från kategorin Allmänheten är vanligast som huvudaktör i båda tidningarna. Tjänstemän/Myndighet samt Organisation/Förening är två andra vanligt förekommande aktörer.
- **Geografi:** Är i det här fallet inte en viktig variabel som heller inte tas upp då båda tidningarna arbetar med fokus mot ett relativt litet område (Gotland).

Viktigt att betona är att Alström och Nord varken jämför innehåll eller aktörer från hur det såg ut i fördelningen före tidningarna införlivades i samma bolag.

Vi vill nu göra en liknande redovisning för resultaten från innehållsanalysen i *Den skånska modellen*. Här studeras de tre Skånebaserade tidningarna Helsingborgs Dagblad, Landskrona-Posten och Nordvästra Skånes Tidningar.

- **Innehåll:** Undersökningen visar en generell tendens som tyder på att tidningarna efter samgåendet genomgått en ökad ämneskoncentration. Ämnen som föreföll viktiga tidigare har efter fusionen fått än mer plats i tidningarna. Det tyder på att den innehållsmässiga mångfalden har försämrats sett till den undersökta perioden. De ämnen som får ta stor plats är sociala frågor, kultur och fritid samt kommunpolitiska frågor.
- **Personer och grupper:** Sedan efter fusionen mellan tidningarna har antalet politiker som aktörer minskat. Aktörer som representerar allmänheten och organisationer/föreningar har ökat relativt kraftigt.
- **Geografi:** Inte heller i det här fallet lika viktigt då tidningarna har en klart uttalad inriktning mot särskilda regioner i Skåneområdet. Alström och Nord väljer att inte fokusera på detta i sin studie.

Alström och Nords undersökning följdes år 2009 upp i kandidatuppsatsen *Efter fusionen*. Där konstaterar Gund och Embretsén att den inre mångfalden i tidningarna inte har

förändrats i någon större utsträckning under den period under 2009 som studerades. Man kan emellertid se att myndighetspersoner och tjänstemän blivit vanligare som aktör. Vissa ämnesområden har minskat, andra har ökat. Det tror Gund och Embretsén har att göra med vissa förändringar och frågor som var aktuella i samhället just under den period som man valde att studera (Gund & Embretsén 2009:40f). I dessa två fall av tidningar vars innehåll har studerats kvantitativt är det viktigt att framhålla att man talar om två olika typer av samarbeten. Mart Ots har i rapporten *Strukturaffärer och samarbeten på två tidningsorter* listat tre typer av strategiska samordningar. Dessa är:

- **Strategisk delfusion**

Sammanslagning med delad marknads- och annonsavdelning, samt eventuell begränsad redaktionell produktion. Styrmodell strategisk.

- **Helfusion med bevarad identitet**

Total sammanslagning med delad redaktionell produktion, editionerad produkt, men bibehållna varumärken. Inget presstödd utgår. Styrmodell strategisk.

- **Helfusion**

Total sammanslagning med endast en återstående titel. Inget presstödd utgår. Styrmodell strategisk. (Ots 2006:560).

Där placerar han in samarbetet mellan Gotlands Allehanda och Gotlands Tidningar under kategorin *Strategisk delfusion*. Fusionen mellan Helsingborgs Dagblad, Landskrona-Posten och Nordvästra Skånes Tidningar hamnar i kategorin *Helfusion med bevarad identitet*. Fallet som den här studien syftar till att undersöka, Mittmedias förvärv av Arbetarbladet som innebar att Arbetarbladet och Gefle Dagblad kom att ingå i samma koncern, placeras i kategorin *Strategisk delfusion*. I förhållande till det skånska fallet blir denna uppsats studie intressant då det handlar om en annan typ av samarbete. I förhållande till Gotlandsfallet, där en liknande samsarbetsmodell återfinns, finns emellertid särskilt en aspekt som särskiljer Gotlandsfallet från Gävlefallet. Som Alström och Nord uttrycker det liknar tidningsmarknaden på Gotland ingen annan i avseendet att marknaden aldrig kan bli större (Alström & Nord 2002:11). Tidningarna arbetar i ett mycket litet spridningsområde där det är svårt att tänka sig någon geografisk uppdelning av spridningsområdet mellan tidningarna. I Gävle är situationen emellertid en annan. Skillnaden är, som vi redogjort för tidigare, att Gefle Dagblad historiskt sett varit störst upplagemässigt i Gävle medan Arbetarbladet varit större i de övriga kommunerna. Därför

blir det i Gävlefallet intressant att titta på om denna geografiska skillnad på något sätt förändrats sedan efter tidningarna kom att ingå i samma koncern. Något som inte varit lika relevant att undersöka då det gäller varken Gotlandsfallet eller Skånefallet.

5. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

5.1 PROBLEMFÖRMULERING

I sin slutsats från *Expedition Mångfald* konstaterar Alström och Nord att:

[...] olika samverkanslösningar ger olika ekonomiska och demokratiska effekter och att det finns anledning att [...] granska vilka faktorer som i varje enskilt fall blir avgörande för hur tidningarnas roll i det lokala offentliga samtalet utvecklas fortsättningsvis.
(Alström & Nord 2002:212)

Som vi i förra kapitlets avslutande del framhöll så finns det vissa aspekter som motiverar valet av Gävleområdet som studieobjekt utifrån den forskning som tidigare genomförts i ämnet ägarkoncentration i förhållande till mångfald. När man utgår från McQuails dimensioner av mångfald blir det tydligt att en aspekt, den geografiska, inte varit i fokus när det gäller den tidigare forskningen på ämnet. Dessutom är det som Alström och Nord konstaterar viktigt att hålla i minnet att varje fall av ägarkoncentration präglas av särskilda omständigheter som inte minst har att göra med vilken region eller vilka tidningsföretag som man studerar. Detta innebär att fallet Gävle blir intressant då det inte studerats tidigare genom en kvantitativ innehållsanalys av nyhetsmaterialet.

Vi har i vår teoridel redogjort för vissa ekonomiska utgångspunkter som talar för att vissa förändringar inom tidningarnas organisationer kan tänkas uppstå genom ett samarbete. Det finns dels inre, dels yttre (inte minst ekonomiska) drivkrafter som talar för att en uppdelning av bevakningen skulle kunna vara ekonomiskt gynnsam för tidningarna. Frågan är hur Gefle Dagblad och Arbetarbladet har förhållit sig till denna möjlighet. Har det skett en förändring i bevakningen? En uppdelning av marknaden hade kunnat vara gynnsam ur ett internt ekonomiskt perspektiv men möjligen beklaglig ur ett mångfaldsperspektiv. Om en förändring skett i den geografiska bevakningen är det också därför intressant att titta på *hur*, främst i förhållande till ämnen och aktörer (i enlighet med McQuails dimensioner av mångfald), själva nyhetsbevakningen från de olika orter som bevakas eventuellt har förändrats.

5.2 SYFTE

Syftet med denna uppsats är att undersöka om, och i så fall på vilket sätt, mångfalden i innehållet förändras i två konkurrerande tidningar på samma ort som får en gemensam ägare. För att belysa detta har vi valt att titta närmare på exemplet Gefle Dagblad och Arbetarbladet som ägs av koncernen Mittmedia. Vi ställer oss frågan om det skett en förändring i den lokala nyhetsbevakningen efter fusionen. I hopp om att få svar på detta vill vi använda oss frågeställningar som tar avstamp utifrån McQuails resonemang om dimensionerna av mångfald.

5.3 FRÅGESTÄLLNINGAR

- Har det skett en förändring i hur stor utsträckning tidningarna rapporterar från de respektive orterna i spridningsområdet, och i så fall, hur ser denna förändring ut?
- Har rapporteringen från dessa orter förändrats och i så fall hur?

Till den senare frågan hör vissa underfrågeställningar som hjälper oss att mäta denna eventuella förändring. De utgår från McQuails dimensioner av mångfald och lyder:

- Har det skett en förändring i vilka ämnesområden som förekommer i tidningarnas lokala nyhetsrapportering och i så fall hur?
- Har det skett en förändring i vilka aktörer som förekommer i tidningarnas lokala nyhetsrapportering och i så fall hur?

6. METOD OCH MATERIAL

6.1 METODVAL

Denna studie vill undersöka om det skett en förändring av mångfalden i det redaktionella nyhetsmaterialet efter att tidningarna GD och AB hamnat i samma koncern. Då vi vill få svar på förekomsten av olika typer av innehållsliga kategorier i artiklarna har valet fallit på att göra en kvantitativ innehållsanalys. Metoden är vald då den passar bra för att göra ett relativt stort material tillgänglig för sammanställning och analys (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud, 2007:223). Metoden kan kritiseras för att vara väl mekanisk, men enligt författarna till *Metodpraktikan* är möjligheten till mekaniskt räknande en av metodens stora fördelar (Esaiasson m.fl. 2007:224). De data vi samlat in har sedan förts in i det statistiska analysprogrammet SPSS (Statistical Package for the Social Science). Där har vi haft möjlighet att behandla materialet och registrera förekomsten av olika variabler.

6.2 URVAL OCH AVGRÄNSNING

I de två tidningarna GD och AB har studien valt att titta på det lokala nyhetsmaterialet. Med lokalt nyhetsmaterial menas de lokala nyheter som är producerade på tidningarnas egna redaktioner. Egenproducerade krönikor och nyhetsreportage är medräknade. Bilagor (interna och externa), längre reportage, familjesidor, nöje och sport har valts bort. Studien bortser även från material som är inköpt. Dessa har inte ansetts vara intressanta för denna studie eller ur ett mångfaldsperspektiv.

Varje tidning är undersökt under fyra treveckorsperioder, perioder som är utspridda över året. Vecka 8 i februari, vecka 19 i maj och vecka 41 i oktober. Spridningen är gjord för att minimera risken att hamna mitt i en nyhetscykel som hade blivit ogynnsam i jämförelsen mellan de olika åren. Vi har även valt veckor som gör att röda dagar och dylikt undviks vilket skulle skapa ojämlikheter i veckorna under olika år. De undersökta åren är 2001, 2004, 2008 och 2012. År 2002 har aktivt valts bort då det var ett valår där det finns risk för att det hade präglat rapporteringen.

6.3 KODSCHEMA

Vårt kodschema är hämtat från den liknande studien *Efter fusionen*. Författarna till den hade i sin tur fått det från Börje Alström och Lars Nords studie *Den skånska modellen* från 2001/2002. Det befintliga kodschemat är senare anpassat för att bättre passa vår studie. Vi har bevarat relevanta variabler som ”Ortsdatering”, ”Aktör” och ”Ämnesområde” och adderat och anpassat kategorier där det ansetts nödvändigt. En av de viktigare variablerna för studien är ”Ortsdatering”. Den geografiska spridningen blir utifrån vår hypotes, om att det kan ha skett en förändring i spridningen av rapporteringen, intressant när vi mäter medieinnehållets inre mångfald. Syftet där är att se till vilken ort en artikel hör hemma, och finns det tendenser för att det skett en förändring under de undersökta åren.

Under kodningen har kodblanketter i programmet Excel använts. I dessa har variablernas olika värden förts in. För ytterligare information om specifikationer och utformning av kodschemat, se bifogade bilagor 1 och 2.

6.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT OCH GENOMFÖRANDE

Arbetet startade med att vi läste in oss på den teori som berör det forskningsområde som hör till vår studie. Där bildades en uppfattning om vilka faktorer som är bidragande till den utveckling som går att se vad det gäller ägarkoncentration. I medieforskaren Jonas Ohlssons rapport *De Svenska tvåtidningsmarknaderna- En kartläggning av konkurrensförhållandena i den svenska landsortspressen 2011* hittades vårt fall med Gävletidningarna. Där väcktes nyfikenheten om vad som kan hända med innehållet och rapporteringen när en koncern äger två tidningar som historiskt tydligt varit bra på olika saker. Där AB traditionellt varit starkare i kommunerna utanför Gävle. Utifrån det definierades vårt syfte och våra frågeställningar, som varit under förändring i takt med att ny kunskap kommit till vår kännedom.

Allt material fanns tillgängligt på mikrofilm hos Kurs- och Tidningsbiblioteket i Göteborg. En anpassning av kodschemat följde och även en testkodning. Kodningen pågick under sex dagar och arbetandet har gjorts tillsammans för att minimera slumpmässiga mätfel och präglats av en noggrannhet i att vi hade samma uppfattning vad det gällde variablerna. Sammanlagt kodades 4930 artiklar fördelade på 168 tidningar.

Tabell 6.1 Antalet kodade artiklar fördelade över tidning och år

	2001	2004	2008	2012	Totalt
Arbetarbladet	646	691	475	559	2371
Gefle Dagblad	783	660	623	493	2559
Totalt	1429	1351	1098	1052	4930

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Därefter har kodblanketterna sammanställts och förts in i SPSS. I programmet har först så kallade ”vilda siffror” rättats till innan våra data varit redo för att behandlas. Våra körningar presenteras mer ingående i resultatkapitlet som följs av slutsatser och analyser av de resultat vi kommit fram till.

6.5 VALIDITET OCH RELIABILITET

Det finns olika kriterier som bör uppfyllas för att uppnå en god validitet. Ett sådant är att det finns en överensstämmelse mellan den teoretiska definitionen och den operationella indikatorn, med andra ord, att rätt undersökning valts för att få svar på studiens syfte. Till det ska adderas att det inte får förekomma några systematiska mätfel och att studien undersöker det man utsäger sig för att undersöka (Esaiasson m.fl. 2007:63).

I vårt val av en kvantitativ studie har vi resonerat att det var den bästa metoden då vi ville mäta vårt material i antal och frekvenser. En del tidigare studier vi tittat på har använt denna metod, vilket medfört att vi har kunnat kopiera delar av operationaliseringen (Esaiasson m.fl. 2007:66). En viktig del för den kvantitativa innehållsanalysen är att studiens frågeställningar har operationaliserats till mätbara variabler, de frågor som ställs till undersökningsmaterialet. Variablerna ska ses som verktyg för att få svar på de frågeställningar man ställt (Nilsson, 2007:124). I vårt fall har vi valt att mäta mångfalden i innehållet utifrån tre av McQuails dimensioner av mångfald. Dessa berör geografi, vilka ämnen som berörs i innehållet och vem som får komma till tals. För att mäta detta har vi använt oss av våra variabler ”Ortsdatering”, ”Ämnesområde” och ”Aktör”. Vi mäter alltså det vi ämnat undersöka.

Det till stora delar kopierade kodschemat är empiriskt testad innan kodningen för att se om våra variabler och värden varit korrekta (Esaiasson m.fl. 2007:68f). De variabler som använts har varit okomplicerade, och det har inte kodats variabler som varit värderande. Exempelvis har vi inte tittat på om en aktör benämns ur en positiv eller negativ synvinkel. Att vi endast studerat tre veckor under ett helt år är emellertid inte

optimalt. Även då vi försökt att undvika mätperioder med större nyhetsändelser är det svårt att avgöra hur representativa dessa veckor faktiskt är. Optimalt vore att koda samtliga 52 veckor, men detta var av tidsmässiga skäl inget alternativ i denna studie.

Utöver en bra metod, det vill säga en god validitet, bör det finnas en hög reliabilitet. Oftast är det sådant som slarvfel under insamlingen eller behandlingen av informationen som leder till en bristande reliabilitet (Esaiasson m.fl. 2007:70f). Vi har ansträngt oss för att vara så noggranna som möjligt vilket har visat sig i få fel i våra kodblanketter. Det täta samarbetet har begränsat utrymmet för större missförstånd. Kritik vi bör rikta mot oss själva vad det gäller reliabiliteten är att vi av tidsskäl inte gjort något reliabilitetstest. Med fördel skulle vi eller ännu hellre någon utomstående koda om en mindre del av materialet. Utifrån det skulle man i procent räknat ut hur stor del som överensstämmer med varandra. Desto högre procentandel överensstämmande kodningar desto högre/bättre reliabilitet (Esaiasson m.fl. 2007:235). Vad gäller generaliserbarhet är det svårt att applicera eventuella resultat på andra fall då varje utgivningsregion skiljer sig i flera avseenden från varandra. Det är däremot möjligt att på ett generellt plan säga att resultaten från denna studie visar på en konsekvens av ägarkoncentrationens påverkan på mångfalden. En sådan konsekvens skulle kunna uppstå på liknande sett i ett annat fall, även om det på intet sätt måste bli så.

7. RESULTAT

I detta kapitel redogörs för de resultat som vår undersökning visar. Viktigt att återigen poängtera är att vi från varje undersökningsår studerat tre veckor spridda över året. Materialet baseras således på treveckorsperioder från de undersökta åren 2001, 2004, 2008 och 2012. De undersökta tidningarna är Gefle Dagblad (GD) och Arbetarbladet (AB). Det undersökta materialet består av nyhetsartiklar. Alltså har vi bortsett från ledar- och debattmaterial, kultur, sport samt familjesidor och insändare.

Resultaten redovisas i en ordning som följer vår frågeställning. Således börjar vi med att presentera de resultat som har med förändringen i ortsspridningen att göra. Därefter går vi igenom hur rapporteringen eventuellt har förändrats och det med utgångspunkt från vår frågeställning som bygger på McQuails dimensioner av mångfald. Sist i kapitlet sammanfattas ett urval av de resultat som framkommit. Förklaringar till variablerna finns i bilaga 2.

7.1 HUR HAR ORTSSPRIDNINGEN FÖRÄNDRATS?

Vår första frågeställning syftar till att besvara hur den geografiska spridningen i nyhetsrapporteringen i de båda tidningarna eventuellt skulle ha förändrats. Tabell 7.1 nedan visar från år till år dels hur många artiklar som ortsdaterats till Gävle och hur många som kommer från övriga orter under de aktuella mätperioderna. Tabellen visar också den procentuella fördelningen mellan nyheter från Gävle respektive de övriga kommunerna under mätperioderna från respektive år.

Tabell 7.1 Spridningen i ortsdatering mellan Gävle och Övriga kommuner i absoluta tal och procent (kategorin Övrigt är här borträknad)

År			Gävle	Övriga kommuner	Totalt
2001	Arbetarbladet	Antal	265	257	522
		Procent	51	49	100
	Gefle Dagblad	Antal	293	296	589
		Procent	50	50	100
2004	Arbetarbladet	Antal	300	271	571
		Procent	53	47	100
	Gefle Dagblad	Antal	307	224	531
		Procent	58	42	100
2008	Arbetarbladet	Antal	219	174	393
		Procent	56	44	100
	Gefle Dagblad	Antal	332	175	507
		Procent	65	35	100
2012	Arbetarbladet	Antal	245	220	465
		Procent	53	47	100
	Gefle Dagblad	Antal	287	130	417
		Procent	69	31	100

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabellen visar att båda tidningarna vid mätperioden från 2001 hade en mycket jämn fördelning mellan nyheter från Gävle och de övriga kommunerna tillsammans. Det visar sig emellertid att medan AB:s fördelning i rapporteringen varit relativt konstant procentuellt sett under mätperioderna för respektive år har GD:s rapportering i samma avseende förändrats i relativt stor utsträckning. Under mätperioden från 2012 visar det sig att andelen nyheter från Gävle procentuellt sett i GD uppgår till 69 procent ställt mot 31 procent från de övriga kommunerna. I GD kan vi även se en tydlig förändring i absoluta tal. Från mätperioden 2001 kodades 296 artiklar från de övriga kommunerna medan det från samma period under 2012 kodades endast 130 artiklar. Antalet artiklar från övriga kommuner har alltså mer än halverats under respektive mätperiod medan antalet artiklar från Gävle ligger på en jämn nivå då man jämför mätperioderna under 2001 och 2012. Ur tabellen kan vi också utläsa att antalet artiklar totalt sett i GD har minskat från 589 till 417 artiklar från mätperioderna 2001 till 2012. Detta innebär alltså att då antalet artiklar har minskat totalt sett har man valt att behålla ett ungefär lika stort antal artiklar från Gävle och således prioriterat ner bevakningen av de övriga kommunerna.

Beträffande AB ligger antalet artiklar från såväl Gävle som från de övriga kommunerna på en relativt jämn nivå då man jämför mätperioderna 2001 och 2012. Även den procentuella fördelningen är att betrakta som likartad under de båda mätperioderna.

Vi ska nu göra redogöra mer specifikt för hur det ser ut med bevakningen för varje kommun specifikt. Vi kommer göra vissa nedslag i exempel där anmärkningsvärda resultat kan skönjas.

Tabell 7.2 Spridningen i ortsdatering i respektive tidning mellan samtliga kommuner i procent

Ort	2001		2004		2008		2012	
	AB	GD	AB	GD	AB	GD	AB	GD
Gävle	50	47	52	58	55	64	51	68
Hofors	5	8	7	8	6	5	7	6
Ockelbo	5	5	4	2	5	3	5	4
Sandviken	29	23	27	28	25	22	21	19
Tierp	1	2	1	1	2	-	4	-
Älvkarleby	8	7	7	2	5	2	9	1
Gävleborgs län	-	1	-	1	-	1	1	1
Övrigt	1	6	1	-	2	3	3	2
n-värde	529	628	578	533	399	521	480	425

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.3 Spridningen i ortsdatering i respektive tidning mellan samtliga kommuner i absoluta tal

Ort	2001		2004		2008		2012	
	AB	GD	AB	GD	AB	GD	AB	GD
Gävle	265	293	300	307	219	332	245	287
Hofors	28	53	42	41	25	27	32	26
Ockelbo	26	34	24	11	21	17	22	17
Sandviken	152	143	158	151	99	117	100	80
Tierp	7	12	8	4	7	-	18	1
Älvkarleby	43	47	39	12	21	8	42	3
Gävleborgs län	1	7	-	5	1	6	6	3
Övrigt	7	39	7	2	6	14	15	8
n-värde	529	628	578	533	399	521	480	425

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Om vi som exempel tittar på rapporteringen från de mindre kommunerna Hofors och Älvkarleby framgår det att AB:s rapportering i absoluta tal (antalet artiklar) har varit relativt konstant fränsett en mindre nedgång under undersökningsperioden från 2008. Den procentuella fördelningen följer ett liknande mönster. Om man istället riktar blicken mot GD:s rapportering från samma orter kan man se en dramatisk minskning under de undersökta perioderna i absoluta tal. Från 56 artiklar från Hofors under

undersökningsperioden 2001 till 26 artiklar under undersökningsperioden 2012. Angående Älvkarleby ser vi en än mer drastisk minskning. Från 47 artiklar från den aktuella perioden 2001 till endast 3 artiklar från undersökningsperioden 2012. Detta beror, som vi tidigare varit inne på, att det totala antalet artiklar i GD minskat och att man då valt att prioritera bevakningen från Gävle. Utifrån resultaten från de undersökta perioderna får rapporteringen från Älvkarleby räknas som särdeles lågt prioriterad under den sista mätperioden. Beträffande den procentuella förändringen ser vi emellertid mindre skillnader mellan mätperioderna från 2001 och 2012. I fallet Älvkarleby är den procentuella förändring allra störst om man ser till negativ utveckling i samtliga kommuner då den sjunkit med 5 procentenheter. Noterbart är också att rapporteringen från Tierp sjunkit i GD sjunkit från 2 till noll procent från mätperioden 2001 till den 2012.

7.2 HUR HAR RAPPORTERINGEN FRÅN ORTERNA FÖRÄNDRATS?

Det är nu tid för att redogöra för hur den eventuella förändringen ser ut i *hur* tidningarna rapporterar från Gävle respektive de övriga kommunerna. Vi kommer här att gå igenom tidning för tidning där vi först tittar på GD:s rapportering från Gävle samt den från de övriga kommunerna för att se om en förändring uppstått. Därefter följer samma procedur gällande AB. Vi kommer att fokusera dels på vilka ämnen som behandlas och dels på vilka huvudaktörer som återfinns i artiklarna (i enlighet med McQuails dimensioner av mångfald). Tabellerna återfinns i bilagor längst bak i uppsatsen. Vi kommer främst att koncentrera oss på procentuella förändringar i ämnesbevakningen eftersom det faktiska antalet artiklar förändrats en del under mätperioderna. Andelen artiklar procentuellt där ett visst ämne eller en viss aktör figurerar säger något om vilka prioriteringar som görs kring vad som ska ta plats i tidningen. Vi kommer överlag främst att koncentrera oss på de variabler dit flest artiklar kodats. Beträffande ämne är dessa oftast Sociala frågor och Politik. En närmare förklaring till variablerna ges i bilaga 3 men beträffande Sociala frågor kan det vara lämpligt att nämna att det främst handlar om ämnen som rör brott och olyckor. Beträffande Aktör handlar det oftast om Allmänhet och Myndighet/Tjänsteman, då de är de största kategorierna, men vi kommer även titta närmare på Politiker som Aktör.

7.3 ÄMNESOMRÅDEN I GD

Av tabellen 7.4 framgår att väldigt små förändringar skett procentuellt sett mellan undersökningsperioderna beträffande i hur stor utsträckning vissa ämnen får ta plats i GD. Tabellen nedan visar de två kategorier dit störst antal artiklar kodats (politik och sociala frågor) samt kategorin ekonomi då det i den kategorin varit en relativt stor förändring.

Utdrag ur tabell 7.4 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av ämnesrapporteringen i GD redovisat i procent

	Politik	Ekonomi	Sociala frågor	
2001	13 %	8 %	35 %	n = 628
2004	15 %	2 %	46 %	n = 533
2008	12 %	2 %	45 %	n = 521
2012	18 %	1 %	33 %	n = 425

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

I GD totalt sett har ämneskategorin Politik stigit med 5 procent från mätperioden 2001 till den 2012. Den mest drastiska minskningen har skett i ämnet Ekonomi som minskat från 8 till 1 procent från mätperioden 2001 till 2012. Antalet faktiska artiklar har gått ner i de flesta ämnesgrupper i takt med att antalet artiklar totalt minskat under mätperioderna. I tabell 7.5 har vi slagit ihop kategorierna till hårda och mjuka ämnen, Övrigt och Sociala frågor (som lämnats oförändrad). I kategoriseringen av hårda och mjuka ämnen har vi utgått från medieforskaren Monica Löfgren Nilssons uppdelning (Löfgren Nilsson, 2000:8ff)¹.

Utdrag ur tabell 7.5 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av mjuka nyheter, hårda nyheter, sociala frågor, övriga nyheter i GD redovisat i procent

	Hårda	Mjuka	Sociala frågor	Övrigt	
2001	35 %	28 %	35 %	2 %	n = 628
2004	29 %	21 %	46 %	4 %	n = 533
2008	26 %	26 %	45 %	4 %	n = 521
2012	32 %	28 %	33 %	8 %	n = 425

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

¹ 1 = Hårda: Politik, Arbetsmarknad, Ekonomi, Företagsamhet/Näringsliv, Kommunikationer/Trafik, Massmedier, EU/EMU. 2 = Sociala frågor (brott och olyckor). 3 = Mjuka: Miljö/Natur, Kultur/fritid/föreningsliv, Religion/Kyrka, Utbildning/Skola, Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt, sjukvård/landstinget, ungdomar

Av denna tabell framgår att förändringen procentuellt sett från mätperioderna 2001 och 2012 är endast marginell. Antalet hårda nyheter har minskat från 35 till 32 procent mellan mätperioderna 2001 och 2012. Mjuka nyheter ligger på samma nivå, 28 procent, under båda mätperioderna. Sociala frågor har minskat från 35 till 33 procent. Om man jämför hur rapporteringen ämnesmässigt i GD förändrats i Gävle respektive de övriga kommunerna (tabell 7.6 och 7.7) framgår det att den procentuella fördelningen är relativt stabil mellan mätperioderna 2001 och 2012 även här. I rapporteringen från Gävle har den politiska andelen artiklar ökat från 12 till 17 procent. Från de övriga kommunerna har de politiska artiklarna ökat från 14 till 15 procent. Den största minskningen upptäcks, såväl beträffande Gävle som i de övriga kommunerna, i andelen artiklar som rör ämnet ekonomi.

Utdrag ur tabell 7.6 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av politisk rapportering från Gävle i GD redovisat i procent

	Politisk rapportering från Gävle i GD	
2001	12 %	n = 265
2004	16 %	n = 300
2008	13 %	n = 219
2012	17 %	n = 245

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Utdrag ur tabell 7.7 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av politisk rapportering från övriga kommuner i GD redovisat i procent

	Politisk rapportering från övriga kommuner i GD	
2001	14 %	n = 296
2004	12 %	n = 224
2008	9 %	n = 175
2012	15 %	n = 130

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Sammanfattningsvis kan det konstateras att förändringen procentuellt sett i vilka ämnen som får ta plats i den lokala nyhetsrapporteringen har varit väldigt liten mellan mätperioderna.

7.4 AKTÖRER I GD

Även beträffande den procentuella fördelningen över vilka aktörer som förekommer i GD:s totala rapportering ser vi oftast endast marginella förändringar mellan mätperioderna 2001 och 2012. En viss förändring återfinns dock i den största kategorin

Allmänhet som ökat från 32 till 41 procent mellan mätperioderna. Politiker som huvudaktör har minskat från 7 till 5 procent. Den näst största kategorin, Myndighet/Tjänstemän, har också den endast förändrats marginellt.

Utdrag ur tabell 7.8 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av aktörer i GD redovisat i procent

	Allmänhet	Politiker	Myndighet	
2001	32 %	7 %	20 %	n = 628
2004	38 %	7 %	18 %	n = 533
2008	42 %	2 %	20 %	n = 521
2012	41 %	5 %	21 %	n = 425

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tittar man närmare på vilka aktörer som återfinns i rapporteringen från Gävle så framgår det att politiker som aktörer har minskat från 7 till 3 procent. Allmänheten som aktör har ökat från 30 till 41 procent. Kategorin Myndighet/Tjänstemän har återigen endast förändrats marginellt.

Utdrag ur tabell 7.9 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av ämnen från Gävle i GD redovisat i procent

	Allmänhet	Politiker	Myndighet	
2001	30 %	7 %	24 %	n = 293
2004	35 %	10 %	18 %	n = 307
2008	40 %	4 %	22 %	n = 332
2012	41 %	3 %	23 %	n = 287

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Om man slutligen tittar på aktörsfördelningen i rapporteringen från de övriga kommunerna är aktören Politikers plats i tidningarna under mätperioderna 2001 och 2012 procentuellt sett oförändrad. Allmänheten som aktör har även här stigit. Från tidigare 36 procent till 44 procent. Myndigheter/Tjänstemän har återigen endast förändrats marginellt.

Utdrag ur tabell 7.10 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av ämnen från övriga kommuner i GD redovisat i procent

	Allmänhet	Politiker	Myndighet	
2001	36 %	7 %	17 %	n = 296
2004	42 %	4 %	18 %	n = 224
2008	46 %	2 %	17 %	n = 175
2012	44 %	7 %	18 %	n = 130

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Sammanfattningsvis går det även angående vilka aktörer som får ta plats i tidningen procentuellt sett inte heller att se någon större förändring. Undantaget är att aktörer från kategorin Allmänhet har stigit.

7.5 ÄMNESOMRÅDEN I AB

Även i AB framgår att den procentuella fördelningen av det totala antalet artiklar är relativt jämn då man jämför mätperioderna 2001 och 2012. En marginell ökning har skett i ämneskategorin Politik som ökat från 14 till 16 procent mellan de aktuella mätperioderna. Den till antalet artiklar absolut största kategorin Sociala frågor har minskat från 41 till 35 procent.

Utdrag ur tabell 7.11 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av ämnen i AB redovisat i procent

	Politik	Sociala frågor	
2001	14 %	41 %	n = 529
2004	16 %	37 %	n = 578
2008	13 %	43 %	n = 399
2012	16 %	35 %	n = 480

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Beträffande hårda och mjuka nyheter står de hårda nyheterna för 33 procent medan de mjuka står för 23 procent under båda mätperioderna under 2001 och 2012. Siffran är alltså helt oförändrad. De nyheter som berör sociala frågor har minskat med 6 procentenheter, från 41 till 35 procent, mellan de aktuella mätperioderna.

Utdrag ur tabell 7.12 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av hårda nyheter, mjuka nyheter, sociala frågor, och övriga nyheter i AB redovisat i procent

	Hårda	Mjuka	Sociala frågor	Övrigt	
2001	33 %	23 %	41 %	3 %	n = 529
2004	34 %	23 %	37 %	6 %	n = 578
2008	27 %	27 %	43 %	3 %	n = 399
2012	33 %	23 %	35 %	8 %	n = 480

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Bryter man ner ämnesrapporteringen i kategorierna Gävle och Övriga kommuner framgår det att den artikelmässigt största kategorin, Sociala frågor, ökat procentuellt sett i rapporteringen från Gävle med 4 procentenheter medan den från de övriga kommunerna minskat med 16 procentenheter. Artiklar som kodats till kategorin

Politik har ökat med 4 procentenheter i Gävle och 1 procentenhet i de övriga kommunerna.

Utdrag ur tabell 7.13 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av ämnen från Gävle i AB redovisat i procent

	Politik	Sociala frågor	
2001	15 %	33 %	n = 265
2004	19 %	31 %	n = 300
2008	14 %	40 %	n = 219
2012	19 %	37 %	n = 245

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Utdrag ur tabell 7.14 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av ämnen från övriga kommuner i AB redovisat i procent

	Politik	Sociala frågor	
2001	13 %	50 %	n = 257
2004	13 %	44 %	n = 271
2008	11 %	48 %	n = 174
2012	14 %	34 %	n = 220

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Sammanfattningsvis så är situationen angående vilka ämnen som procentuellt sett får ta plats i AB liknande den i GD. Ingen större förändring har skett mellan mätperioderna. Ämneskategorin Sociala frågor har dock minskat något.

7.6 AKTÖRER I AB

Likt GD är de största kategorierna av aktörer i AB Allmänheten och Myndighet/Tjänstemän. Den procentuella förändringen i det totala antalet artiklar jämfört mellan mätperioderna 2001 och 2012 för dessa aktörer är emellertid relativt oförändrad. Båda kategorierna har ökat med 3 procentenheter. Politiker som huvudaktör har gått från 7 procent till 6 procent mellan mätperioderna 2001 och 2012.

Utdrag ur tabell 7.15 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av aktörer i AB redovisat i procent

	Allmänhet	Politiker	Myndighet	
2001	34 %	7 %	16 %	n = 529
2004	38 %	8 %	19 %	n = 578
2008	43 %	4 %	16 %	n = 399
2012	37 %	6 %	19 %	n = 480

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tittar man på AB:s rapportering från Gävle har Allmänheten som aktör ökat från 32 till 38 procent mellan aktuella mätperioder. Myndighet/Tjänstemän har ökat från 21 till 23 procent medan Politiker minskat från 7 till 6 procent. Marginella förändringar även i AB alltså.

Utdrag ur tabell 7.16 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av aktörer från Gävle i AB redovisat i procent

	Allmänhet	Politiker	Myndighet	
2001	32 %	7 %	21 %	n = 265
2004	39 %	8 %	20 %	n = 300
2008	42 %	3 %	17 %	n = 219
2012	38 %	6 %	23 %	n = 245

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

I rapporteringen från övriga kommuner är andelen av artiklar där Allmänheten står som aktör i det närmaste identisk mellan mätperioderna 2001 och 2012. Samma gäller för Politiker som aktör som minskat från 8 till 7 procent. Myndighet/Tjänstemän som aktör har ökat från 10 till 15 procent. Även i fallet med aktörer har alltså liten förändring skett mellan mätperioderna.

Utdrag ur tabell 7.17 (fullständig tabell se bilaga) Förändring av aktörer från övriga kommuner i AB redovisat i procent

	Allmänhet	Politiker	Myndighet	
2001	35 %	8 %	10 %	n = 257
2004	38 %	6 %	17 %	n = 271
2008	45 %	3 %	13 %	n = 174
2012	36 %	7 %	15 %	n = 220

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

7.7 SAMMANFATTNING

Här redogörs för i korthet och i punktform utvalda delar av de resultat vi kunnat se av vår undersökning. Först ut:

Förändringar i ortsspridningen

- GD:s rapportering från Gävle är i absoluta tal jämn mellan mätperioderna 2001 och 2012.
- GD:s rapportering i absoluta tal från de övriga kommunerna har sjunkit drastiskt mellan mätperioderna 2001 och 2012.

- Andelen av artiklar från Gävle i GD har ökat med 19 procentenheter från mätperioden 2001 till den 2012 medan andelen artiklar från övriga kommuner således har minskat med 19 procentenheter.
- I AB är såväl den procentuella fördelningen som antalet artiklar hemmahörande från Gävle respektive övriga kommuner relativt oförändrad mellan mätperioderna 2001 och 2012.

Hur har rapporteringen förändrats?

- Endast små förändringar kan ses i den procentuella fördelningen över ämnen som tar plats i såväl GD som AB mellan mätperioderna 2001 och 2012.
- Den största förändringen vi ämnesmässigt sett är att andelen artiklar i AB som berör Sociala frågor från de övriga kommunerna har minskat med 16 procentenheter mellan mätperioderna 2001 och 2012.
- Beträffande aktörer är förändringarna även här oftast marginella procentuellt sett. Dock är allmänheten som aktör en kategori som ökat i båda tidningarna.

8. ANALYS OCH SLUTSATSER

I detta avsnitt genomförs en diskussion kring våra resultat ställt mot våra frågeställningar. Vi kommer att börja med att återkoppla till våra frågeställningar för att se vilka svar som kommit fram. Därefter följer en diskussion med återkoppling till teoridelen om varför svaren på frågeställningarna kan tänkas se ut som de gör. Därefter följer en diskussion ur ett bredare perspektiv där ansatser görs för att dra slutsatser om vilka konsekvenser denna utveckling ger.

8.1 FRÅGORNAS SVAR

Syftet med denna studie har varit att genom exemplet GD och AB undersöka om, och i så fall på vilket sätt, innehållet förändras i två konkurrerande tidningar på samma ort som får en gemensam ägare. För att få svar på detta har vi utgått från McQuails teorier om olika dimensionerna av mångfald. I huvudsak har vi kommit att fokusera på mångfalden i den geografiska täckningen. Dels för att det är ett område som tidigare inte i någon större utsträckning studerats i Sverige, dels för att vi själva hade anledning att tro att det i detta avseende skett en förändring. Nedan följer våra frågeställningar följda av, kortfattat, svaren till dessa:

Har det skett en förändring i hur stor utsträckning tidningarna rapporterar från de respektive orterna i spridningsområdet och i så fall hur ser denna förändring ut?

Vi kan konstatera att det har skett en förändring i rapporteringen från orterna när det gäller GD utifrån de undersökta perioderna. GD har koncentrerat sin rapportering allt mer mot Gävle medan AB:s rapportering inte förändrats i någon större utsträckning ur denna geografiska aspekt. Antalet artiklar totalt då man jämför mätperioden 2001 och den 2012 har minskat i båda tidningarna, främst i GD. Medan AB fortsätter att fördela det totala antalet artiklar mellan Gävle och övriga kommuner relativt jämt har GD:s rapportering artikelmässigt varit relativt konstant beträffande Gävle men minskat kraftigt beträffande de övriga kommunerna.

Har rapporteringen från dessa orter förändrats och i så fall hur?

Det har inte skett någon större förändring i hur stor andel av nyheterna som ägnas åt vissa aktörer eller ämnen. Den förändring som emellertid varit relativt påtaglig är att Allmänheten som aktör verkar ha blivit mer frekvent i båda tidningarna, främst i GD. Det

är inte heller någon större skillnad på vilka ämnen eller aktörer som prioriteras när man jämför rapporteringen från Gävle jämfört med de övriga kommunerna procentuellt sett.

8.2 ANALYS AV FRÅGESTÄLLNING ETT

Låt oss till att börja med att diskutera, utifrån de teoretiska utgångspunkter som presenterats, den frågeställning där störst förändring visat sig, alltså den första beträffande den geografiska aspekten. Alström och Nord konstaterar efter sin studie i *Den skånska modellen* att samgåendet mellan de undersökta tidningarna lett till nya redaktionella prioriteringar (Alström & Nord 2003:85). Vi kan i viss mån dra liknande slutsatser av vår egen studie. Tydligast blir det när man tittar på utvecklingen av Gefle Dagblads rapportering från kommunerna utanför Gävle. Det finns en klar tendens som pekar på att tidningen väljer att prioritera bort de mindre kommunerna till förmån för Gävle. Det ser man genom resultatet som visar att rapporteringen från Gävle i absoluta tal varit relativt konstant i GD medan rapporteringen från de övriga kommunerna minskat kraftigt mellan samma mätperioder.

Det står inte helt klart varför tidningen har valt att agera på detta sätt. Man kan emellertid utifrån vissa resonemang från vår teoridel möjligen skönja vissa tänkbara förklaringsmodeller. Gillian Doyle framhåller att företag med gemensam ägare i samma region kan dra stora ekonomiska fördelar av en ökad profilering av tidningarnas arbetsområde (Doyle 2002:4). Gefle Dagblad är inte i lika stor utsträckning, ur ett rent ekonomiskt perspektiv, i behov av att konkurrera om tänkbara prenumeranter i de övriga kommunerna eftersom de läsare som söker en noggrannare bevakning av de övriga kommunerna troligtvis vänder sig till Arbetarbladet som ingår i samma koncern. I och med att de två tidningarna ingår i samma koncern fångar just koncernen ändå upp de ekonomiska tillgångar (som vi här tillåter oss kalla prenumeranterna) som finns i de övriga kommunerna. Man skulle i så fall kunna tala om en viss uppdelning av marknaden inom koncernen, medveten eller omedveten. Doyle tar även upp att ett samgående kan ge ekonomiska fördelar då företagen kan skapa gemensamma affärsstrategier (Doyle 2002:4). Ur ett annonsperspektiv kan man också tänka sig att GD och AB tjänar på att profilera sina tidningar då de ändå har en gemensam annonsavdelning. Om man antar att GD flyttar fram sina positioner i Gävle medan AB behåller övertaget i de övriga kommunerna breddas annonsernas spridning vilket bör tillfredsställa annonsörerna. Som framgår i vår teoridel bör annonspriserna stiga då spridningsområdet vidgas.

8.3 ANALYS AV FRÅGESTÄLLNING TVÅ

Vi har konstaterat att en förändring skett angående den geografiska spridningen. Beträffande de övriga två aspekterna av mångfald som McQuail tar upp, angående innehåll och aktörer, kan man utifrån vår studie inte tala om en förändring på samma sätt. Det är givetvis så att andelen faktiska artiklar som berör exempelvis politik eller sociala frågor har minskat i GD:s rapportering från de övriga kommunerna. Detta beror naturligtvis på att det totala antalet artiklar från de övriga kommunerna minskat. Därför är det mer relevant att diskutera förändringen procentuellt sett. De förändringar som kan skönjas är oftast för små för att ligga till grund för några generella slutsatser och följer inte heller någon tydlig tendens beträffande ökning eller minskning under mätperioderna för respektive år. Resultaten tyder på att tidningarna före och efter övertagandet, enligt vår undersökning, gör samma prioriteringar kring vilka ämnen och aktörer som ska få utrymme i nyhetsmaterialet procentuellt sett. Hur man principiellt sett resonerar kring mångfalden när det gäller ämne och aktör verkar således inte ha förändrats i någon större utsträckning. Detta kan, som konkurrensverket konstaterat, bero på journalistkårens eventuellt gemensamma värderingar (Konkurrensverket 2003:43). I likhet med Alström och Nords studie kan vi konstatera att aktörer från kategorierna Allmänhet och Myndighet/Tjänstemän är vanligast. I vårt fall har just aktörer från Allmänheten blivit vanligare mellan mätperioderna. Vad detta beror på är utifrån de teorier som tagits upp i denna uppsats svårt att förklara. Att Allmänheten har växt under mätperioden kan eventuellt bero på att man från redaktionens sida gjort bedömningen att folk gärna vill läsa om just detta.

8.4 ETT BREDARE PERSPEKTIV

I vår teoridel nämnde vi också att de senaste decenniernas ekonomiska svårigheter för dagspressen medfört ytterligare svårigheter i att hålla uppe publicistiska ideal samtidigt som medieföretagen strävar efter ekonomisk stabilitet eller tillväxt (Ohlsson 2012, A:9). Ur ett mångfaldsperspektiv kan det förefalla problematiskt att Gefle Dagblad på ett så tydligt sett börjat prioritera bort de övriga kommunerna i sin bevakning. För medborgaren som bor i exempelvis Älvkarleby går det, utifrån vår undersöknings resultat, knappt längre att tala om att två konkurrerande tidningar bevakar orten. I vår undersökning förekom endast en artikel från Älvkarleby i GD från mätperioden 2012 (jämfört med 47 artiklar 2001). Även om den yttre mångfalden finns kvar i form av två tidningstitlar så är det i realiteten nu bara en av de två tidningarna som bevakar Älvkarleby i någon större

utsträckning. En liknande utveckling, om än inte lika kraftig minskning, syns även i kommunerna Hofors och Ockelbo. Man kan tänka sig att Gefle Dagblad, och inte minst koncernen Mittmedia, ekonomiskt tjänar på en uppdelning av typen vi redan beskrivit medan den enskilde medborgaren förlorar mångfalden i utbudet och i förlängningen erbjuds försämrade möjligheter för fri opinionsbildning och en sämre medvetenhet om aktualiteter i närområdet då den lokala nyhetsbevakningen minskar. Läsaren i Gävle påverkas troligtvis inte på samma sätt då bevakningen där ifrån varit relativt konstant från båda tidningar under mätperioderna.

Resultaten i denna uppsats visar på en tendens av att GD allt mer överger bevakningen av de övriga kommunerna. Utifrån de ekonomiska teorier vi presenterat gällande bland annat profilering kan man tänka sig att det inte längre är nödvändigt för GD att konkurrera i det övriga spridningsområdet utanför Gävle. GD har traditionellt sett varit större i Gävle. Tidigare fanns ett tydligare incitament i att konkurrera om läsare utanför Gävle för att dels generera pengar i form av prenumeranter och dels genom annonsering. När GD och AB idag ingår i samma koncern och har en gemensam annonsavdelning behöver GD inte i samma utsträckning vara starka utanför Gävle då man redan, genom den gemensamma annonsavdelningen, har ett annonsorgan (AB) som täcker de övriga kommunerna.

Tidigare i uppsatsen har vi också talat om presstödet och framför allt driftstödet. Då GD allt mer drar tillbaka sin närvaro i de övriga kommunerna växer sig AB allt starkare där. En fråga att ställa sig är ifall koncernen Mittmedia genom sitt förvärv av AB bidragit till en uppdelning av konkurrensområdet. Driftstödet, som vi tidigare nämnt, finns till för att bevara konkurrens i vissa regioner. Konkurrensen mellan tidningarna, som tidigare funnits över hela spridningsområdet, finns i mångt och mycket idag endast kvar i Gävle. Vi vill på intet sätt bedöma huruvida AB förtjänar sitt driftstöd eller ej, men tidigare resonemang väcker onekligen vissa frågor.

REFERENSLISTA

Alström, Börje, Lars Nord, 2002, *Expedition Mångfald*. Stockholm: Carlssons Bokförlag

Alström, Börje, Lars Nord, 2003, *Den skånska modellen*. Sundsvall: Demokratiinstitutet

Baker, Edwin C, 2007, *Media Concentration and democracy- Why ownership matters*.
New York: Cambridge University Press

Bergkvist, Tord, 2006, *Från Gefle Dagblad till Mittmedia- 111 år av utveckling*.
Sandviken: Stiftelsen Nya Gefle Dagblad och Stiftelsen Pressorganisation.

Doyle, Gillian, 2002, *Media Ownership- The economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. London, California, New dehlli: Sage Publications Inc

Esiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Wängnerud, Lena, 2010
Metdoparktikant- Konsten att studera samhälle, individ och marknad. Stockholm: Nordisk Juridik AB

Gustafsson, 2010, Bloc-building in the Swedish newspaper industry since its beginnings, i Hultén, Olof, Sune Tjernström & Stefan Melesko (red): *Media mergers and the defence of pluralism*. Göteborg: Nordicom

Hadenius, Stig, Weibull, Lennart, 2005, *Massmedier- En bok om press, radio & TV*.
Falun: Albert Bonniers Förlag.

Hadenius, Stig, Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela, 2011, *Massmedier- Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Falun: Författarna och Ekerlids Förlag.

Konkurrensverket, november 2003, Utredare: Lindeborg, Göran, Kristian Viidas, Nathalie Waardahl & Ann-Charlotte
Bragsjö. http://www.kkv.se/upload/Filer/Trycksaker/Rapporter/2003-2_medier.pdf

Lundquist, Magnus, Nyhetschef, Gefle Dagblad, 2013, muntlig delgivning 11 december 2013, Telefon, Göteborg.

- Löfgren Nilsson, Monica, *Att göra skillnad- kvinnors betydelse och villkor i svensk nyhetsjournalistik*. Stockholm: Institutet för mediestudier
- McQuail, Denis, 1992, *Media Performance- Mass communication and the public interest*. London, California, New Delhi: Sage Publications Inc.
- Nilsson, Åsa (2000): "Kvantitativ innehållsanalys", i Ekström, Mats, Lars-Åke, Larsson (red.) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Ohlsson, Jonas, 2012 A, *The Practice of Newspaper Ownership: Fifty years of control and influence in the Swedish local press*. Göteborg: University of Gothenburg
- Ohlsson, Jonas, 2012 B, *De svenska tvåtidningsmarknaderna- En kartläggning av konkurrensförhållandena i den svenska landsortspressen 2011*. Göteborg, En rapport skriven på uppdrag av Presstödsnämnden December 2012.
- Ots, Mart, 2005, *Strukturaffärer och samarbeten på tvåtidningsorter*, i Presskommittén (red:) *Mångfald och räckvidd*. Stockholm: Statens offentliga utredningar. s. 545-625
- Ots, Mart, 2010, *News Acquisitions and Swedish Media Policy, The Past , The Present and The Future*, i Hultén, Olof, Sune Tjernström & Stefan Melesko (red): *Media mergers and the defence of pluralism*. Göteborg: Nordicom
- Ots, Mart, 2012 A, *Competition, Collaboration and Cooperation: Swedish provincial newspaper markets in transition*, i *Journal of Media Business Studies*, Jönköping: Högskolan i Jönköping, Högskolan för lärande och kommunikation, HLK, Medie- och kommunikationsforskning.
- Ots, Mart, 2012 B, *Mediernas ekonomiska villkor*, i Lars Nord & Jesper Strömbäck (red.): *Medierna och demokratin*, Lund: Studentlitteratur AB, s. 117-147
- Picard, Richard G, Ots, Mart 2005, *En ny ekonomisk omgivning för medierna*, i Håkan Hvitfet och Gunnar Nygrem (red): *På väg mot medievärlden 2020- journalistik, teknik, marknad*, Stockholm: Studentlitteratur
- Regeringen.se, SOU, Presskommittén, 2013, *Översyn av det statliga stödet till dagspressen*, <http://www.regeringen.se/content/1/c6/22/32/76/b691e557.pdf>

Regeringen.se, Rådet för mångfald inom massmedierna, 1995, *Vad är mediekoncentration?*. Stockholm: Kulturdepartementet,
<http://www.regeringen.se/content/1/c4/36/07/ea1597c5.pdf>

Sundin, Staffan, 2011, *Den svenska mediemarknaden 2011*, Göteborg: Nordicom-Sverige
Tidningsstatistik AB, <http://www.ts.se/Mediefakta/Dagspress.aspx?Aregion=56>)

BILAGOR

1. KODSCHEMA

V1 Kodnummer

V2 År – 1. 2001

2. 2004

3. 2008

4. 2012

V3 Månad – 2. Februari

5. Maj

10. Oktober

V4 Datum

V5 Publicerad i – 1. Arbetarbladet

2. Gefle Dagblad

V6 Artikeltyp – 1. Ledare

2. Debatt/Insändare

3. Nyhetsartikel

4. Nyhetsreportage

99. Övrigt

V7 Ortsdatering – 1. Gävle

2. Hofors

3. Ockelbo

4. Sandviken

5. Tierp

6. Älvkarleby

7. Gävleborgs län/Gästrikland

99. Ortsdatering finns ej/ ej urskiljbar/ annan

V8 Ämnesområde – 1. Politik – Övergripande frågor

2. Arbetsmarknad – sysselsättning, nedläggningar/hot

3. Ekonomi (offentlig/privat) – skatter, levnadsstandard
4. Sociala frågor – äldreomsorg, brott, våld, olyckor
5. Miljö/Natur – energi, försurning
6. Företagsamhet/Näringsliv
7. Kultur/Fritid/Föreningsliv – fritidsfrågor
8. Religion/Kyrka
9. Kommunikationer/Trafik
10. Utbildning/Skola/Barnomsorg
11. Massmedier
12. Jordbruk/Skogsbruk/Fiske/Jakt
13. EU/EMU
14. Sjukvård/Landstinget
15. Ungdomar
99. Övrigt

V9 Aktör – 1. Allmänhet

2. Organisation/ förening
3. Myndighet/ tjänstemän
4. Journalist/ redaktionell medarbetare
5. Experter
6. Student/ elev
7. Näringslivsrepresentant/ företagare
8. Lärare/ rektor
9. Kyrklig företrädare
10. Kändis
11. Bönder
12. Moderaterna/ MUF
13. Socialdemokraterna/ SSU
14. Vänsterpartiet

15. Folkpartiet
16. Kristdemokraterna
17. Centerpartiet
18. Miljöpartiet
19. Sverigedemokraterna
20. Gemensam politisk åsikt höger
21. Gemensam politisk åsikt vänster
22. Facket
23. Annan politiker
24. Läkare/sjukvårdspersonal
25. Kommunfullmäktige
26. Åsikt från annan tidning
98. Övrig aktör
99. Aktör saknas/ Ej urskiljbar

V10 Artikelstorlek – 1. Helsida eller mer

2. Stor artikel. *Halvsida eller mer, men mindre än helsida*
4. Medelstor artikel. *Kvartssida eller mer, men mindre än halvsida.*
8. Liten artikel. *Åttondels sida eller mer, men mindre än kvartssida.*
16. Notis. *Mindre än 1/8 sida.*

V11 Bild – 1. Ja, egenproducerad bild

2. Ja, ej egen
3. Ja, fotograf framgår ej
4. Nej
5. Arkivbild/genrebild

V12 Reporterns namn – Reporterns namn.

2. Ej redaktionell text
99. Framgår ej

2. KODINSTRUKTIONER

Kodnummer – Varje artikel analyseras som en enhet. Varje artikel har fått ett nummer. Första artikeln har fått nummer 1, andra nummer 2 och så vidare. Vi bortser helt från första sidan men räknar med sista sidan då artiklar kan vara publicerade även där.

Datum – Varje artikel har kodats med ett nummer som motsvarar tidningens utgivningsdag i månaden.

Publicerad i – Varje tidning som finns med i undersökningen har kodats med värdena 1 och 2 där 1 står för Arbetarbladet och 2 för Gefle Dagbladet.

Artikeltyp – Artiklarna har delats in i olika artikeltyper. Ledare är artiklar som funnits på ledarsida. Krönikor har alla kodats under kategorin ”Övrigt”. Debattartiklar har varit artiklar med rubriken debatt som funnits på ledarsidorna eller den rena debattsida som ofta är placerad bredvid ledarsidan. Nyhetsartikel avser lokala egenproducerade nyhetsartiklar. Vi räknar förhandsartiklar och nyhetsreportage som nyheter.

De artiklar som saknar byline men som är uppenbart material från nyhetsbyrå (exempelvis artiklar under vinjetten ”Världen” med ortsdatering ”Beirut”) har vi inte kodat.

Ortsdatering – Om artikeln haft en ortsdatering så har vi kodat den, artiklar som saknar ortsdatering men som ändå uppenbart hör hemma i någon av kommunerna i a-region 56 har också kodats. Alla kommuner i a-region 56 finns med som alternativ. Egenproducerade nyheter från andra orter har kodats under kategori 99 (övrigt), ”Ortsdatering finns ej/ ej urskiljbar/ annan ortsdatering”.

Ämnesområde – En artikel kan behandla olika frågor. Med ämnesområde menas artikelns övergripande ämne. Om ämnesområdet inte finns eller har varit svårt att urskilja har vi kodat det som ”Övrigt”.

Aktör – Den som uttalar sig, eller omnämns i artikeln. Vi har bara räknat en aktör per artikel, en huvudaktör. Denna person är den som får mest utrymme eller är mest omnämnd. Debattartiklar har avsändaren som aktör.

Artikelstorlek – Har kodats men användes till sist inte i studien.

Bild – Har kodats men användes till sist inte i studien.

Reporter – Har kodats men användes till sist inte i studien.

3. TABELLER

Tabell 7.4 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområde		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Politik - övergripande frågor	Antal	84	78	63	75	300
		13%	15%	12%	18%	14%
Arbetsmarknad - sysselsättning, nedläggningar/ hot	Antal	18	28	13	9	68
		3%	5%	2%	2%	3%
Ekonomi (offentligt/privat) - skatter, levnadsstandard	Antal	50	12	10	5	77
		8%	2%	2%	1%	4%
Sociala frågor - barnomsorg, brott, våld, olyckor	Antal	220	244	232	140	836
		35%	46%	45%	33%	40%
Miljö/natur - energi, förorening	Antal	19	11	4	6	40
		3%	2%	1%	1%	2%
Företagsamhet/näringsliv	Antal	37	24	39	30	130
		6%	5%	7%	7%	6%
Kultur/fritid/föreningsliv - fritidsfrågor	Antal	65	52	52	51	220
		10%	10%	10%	12%	10%
Religion/kyrka	Antal	0	4	2	1	7
		0%	1%	0%	0%	0%
Kommunikationer/trafik	Antal	31	12	6	13	62
		5%	2%	1%	3%	3%
Utbildning/Skola	Antal	45	28	35	21	129
		7%	5%	7%	5%	6%
Massmedier	Antal	0	1	3	3	7
		0%	0%	1%	1%	0%
Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt	Antal	11	1	3	7	22
		2%	0%	1%	2%	1%
EU/EMU	Antal	1	0	0	1	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Sjukvård/landstinget	Antal	35	16	37	31	119
		6%	3%	7%	7%	6%
Ungdomar	Antal	2	1	0	0	3
		0%	0%	0%	0%	0%
Övrigt	Antal	10	21	22	32	85
		2%	4%	4%	8%	4%
Total	Antal	628	533	521	425	2107
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.5 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområden		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Hårda	Antal	221	155	134	136	646
		35%	29%	26%	32%	31%
Brott och olyckor	Antal	220	244	232	140	836
		35%	46%	45%	33%	40%
Mjuka	Antal	177	113	133	117	540
		28%	21%	26%	28%	26%
Övrigt	Antal	10	21	22	32	85
		2%	4%	4%	8%	4%
Totalt	Antal	628	533	521	425	2107
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.6 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad med ortsdateringen Gävle, fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområde		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Politik - övergripande frågor	Antal	35	50	43	48	176
		12%	16%	13%	17%	14%
Arbetsmarknad - sysselsättning, nedläggningar/ hot	Antal	14	20	10	5	49
		5%	7%	3%	2%	4%
Ekonomi (offentligt/privat) - skatter, levnadsstandard	Antal	25	3	9	4	41
		9%	1%	3%	1%	3%
Sociala frågor - barnomsorg, brott, våld, olyckor	Antal	92	119	143	89	443
		31%	39%	43%	31%	36%
Miljö/natur - energi, förorening	Antal	8	4	2	4	18
		3%	1%	1%	1%	1%
Företagsamhet/näringsliv	Antal	12	15	23	15	65
		4%	5%	7%	5%	5%
Kultur/fritid/föreningsliv - fritidsfrågor	Antal	32	41	25	36	134
		11%	13%	8%	13%	11%
Religion/kyrka	Antal	0	2	2	0	4
		0%	1%	1%	0%	0%
Kommunikationer/trafik	Antal	23	10	4	12	49
		8%	3%	1%	4%	4%
Utbildning/Skola	Antal	27	18	25	13	83
		9%	6%	8%	5%	7%
Massmedier	Antal	0	1	2	3	6
		0%	0%	1%	1%	0%
Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt	Antal	3	0	2	5	10
		1%	0%	1%	2%	1%
EU/EMU	Antal	0	0	0	1	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Sjukvård/landstinget	Antal	18	11	25	27	81
		6%	4%	8%	9%	7%
Ungdomar	Antal	0	1	0	0	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Övrigt	Antal	4	12	17	25	58
		1%	4%	5%	9%	5%
Totalt	Antal	293	307	332	287	1219
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.7 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad från övriga kommuner i a-region 56 fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområde		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Politik - övergripande frågor	Antal	40	27	16	19	102
		14%	12%	9%	15%	12%
Arbetsmarknad - sysselsättning, nedläggningar/ hot	Antal	4	8	3	4	19
		1%	4%	2%	3%	2%
Ekonomi (offentligt/privat) - skatter, levnadsstandard	Antal	21	9	1	1	32
		7%	4%	1%	1%	4%
Sociala frågor - barnomsorg, brott, våld, olyckor	Antal	120	125	84	51	380
		41%	56%	48%	39%	46%
Miljö/natur - energi, försurning	Antal	5	7	2	2	16
		2%	3%	1%	2%	2%
Företagsamhet/näringsliv	Antal	24	9	15	15	63
		8%	4%	9%	12%	8%
Kultur/fritid/föreningsliv - fritidsfrågor	Antal	29	11	24	15	79
		10%	5%	14%	12%	10%
Religion/kyrka	Antal	0	2	0	1	3
		0%	1%	0%	1%	0%
Kommunikationer/trafik	Antal	8	2	2	1	13
		3%	1%	1%	1%	2%
Utbildning/Skola	Antal	17	10	10	8	45
		6%	4%	6%	6%	5,5%
Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt	Antal	7	1	1	2	11
		2%	0%	1%	2%	1%
EU/EMU	Antal	1	0	0	0	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Sjukvård/landstinget	Antal	15	5	12	4	36
		5%	2%	7%	3%	4%
Ungdomar	Antal	2	0	0	0	2
		1%	0%	0%	0%	0%
Övrigt	Antal	3	8	5	7	23
		1%	4%	3%	5%	3%
Totalt	Antal	296	224	175	130	825
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.8 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad, fördelade på aktör och år (antal och procent)

Aktör		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Högerpolitiker	Antal	12	18	6	7	43
		2%	3%	1%	2%	2%
Vänsterpolitiker	Antal	25	20	7	7	59
		4%	4%	1%	2%	3%
Miljöpartiet	Antal	5	1	0	1	7
		1%	%	%	%	%
Sverigedemokraterna	Antal	0	0	0	3	3
		%	%	%	1%	%
Allmänhet	Antal	202	202	220	176	800
		32%	38%	42%	41%	38%
Organisation/Förening	Antal	36	30	21	26	113
		6%	6%	4%	6%	5%
Myndighet/Tjänstemän	Antal	127	96	102	91	416
		20%	18%	20%	21%	20%
Journalist/Redaktionell medarbetare	Antal	1	2	0	3	6
		%	%	%	1%	%
Experter	Antal	13	4	5	4	26
		2%	1%	1%	1%	1%
Student/Elev	Antal	21	22	16	11	70
		3%	4%	3%	3%	3%
Näringslivsrepresentant/Företagare	Antal	70	42	47	32	191
		11%	8%	9%	8%	9%
Lärare/Rektor	Antal	13	9	16	5	43
		2%	2%	3%	1%	2%
Kyrklig företrädare	Antal	0	2	1	1	4
		%	%	%	%	%
Kändis	Antal	3	3	4	1	11
		%	1%	1%	%	1%
Bönder	Antal	1	1	0	0	2
		%	%	%	%	%
Facket	Antal	5	14	5	3	27
		1%	3%	1%	1%	1%
Annan politiker	Antal	5	4	1	1	11
		1%	1%	0%	0%	1%
Läkare/Sjukvårdspersonal	Antal	11	1	10	6	28
		2%	0%	2%	1%	1%
Kommunfullmäktige	Antal	3	4	3	5	15
		0%	1%	1%	1%	1%
Övrig aktör	Antal	6	18	6	12	42
		1%	3%	1%	3%	2%
Aktör saknas/Ej urskiljbar	Antal	69	40	51	30	190
		11%	8%	10%	7%	9%
Totalt	Antal	628	533	521	425	2107
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.9 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad med ortsdateringen Gävle, fördelade på aktör och år

Aktör		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Högerpolitiker	Antal	7	14	5	3	29
		2%	5%	2%	1%	2%
Vänsterpolitiker	Antal	13	14	5	5	37
		4%	5%	2%	2%	3%
Miljöpartiet	Antal	2	1	0	1	4
		1%	%	%	%	%
Allmänhet	Antal	87	108	133	118	446
		30%	35%	40%	41%	37%
Organisation/Förening	Antal	18	22	12	20	72
		6%	7%	4%	7%	6%
Myndighet/Tjänstemän	Antal	71	55	72	67	265
		24%	18%	22%	23%	22%
Journalist/Redaktionell medarbetare	Antal	1	2	0	1	4
		%	1%	%	%	%
Experter	Antal	7	4	2	4	17
		2%	1%	1%	1%	1%
Student/Elev	Antal	12	9	11	6	38
		4%	3%	3%	2%	3%
Näringslivsrepresentant/Företagare	Antal	31	24	29	18	102
		11%	8%	9%	6%	8%
Lärare/Rektor	Antal	7	8	12	3	30
		2%	3%	4%	1%	2%
Kyrklig företrädare	Antal	0	1	1	0	2
		%	%	%	%	%
Kändis	Antal	1	3	1	0	5
		%	1%	%	%	%
Bönder	Antal	0	1	0	0	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Facket	Antal	4	11	4	2	21
		1%	4%	1%	1%	2%
Annan politiker	Antal	1	2	0	1	4
		0%	1%	0%	0%	0%
Läkare/Sjukvårdspersonal	Antal	9	1	10	5	25
		3%	0%	3%	2%	2%
Kommunfullmäktige	Antal	0	0	1	5	6
		0%	0%	0%	2%	0%
Övrig aktör	Antal	1	13	5	8	27
		0%	4%	2%	3%	2%
Aktör saknas/Ej urskiljbar	Antal	21	14	29	20	84
		7%	5%	9%	7%	7%
Totalt	Antal	293	307	332	287	1219
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.10 Lokala nyhetsartiklar i Gefle Dagblad från övriga kommuner i a-region 56, fördelade på aktör och år (antal och procent)

Aktör		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Högerpolitiker	Antal	5	4	1	4	14
		2%	2%	1%	3%	2%
Vänsterpolitiker	Antal	11	5	1	2	19
		4%	2%	1%	2%	2%
Miljöpartiet	Antal	3	0	0	0	3
		1%	0%	0%	0%	0%
Sverigedemokraterna	Antal	0	0	0	2	2
		0%	0%	0%	2%	0%
Allmänhet	Antal	107	94	80	57	338
		36%	42%	46%	44%	41%
Organisation/Förening	Antal	16	8	9	4	37
		5%	4%	5%	3%	4%
Myndighet/Tjänstemän	Antal	49	41	30	24	144
		17%	18%	17%	18%	17%
Experter	Antal	3	0	3	0	6
		1%	0%	2%	0%	1%
Student/Elev	Antal	8	13	5	5	31
		3%	6%	3%	4%	4%
Näringslivsrepresentant/Företagare	Antal	35	18	18	14	85
		12%	8%	10%	11%	10%
Lärare/Rektor	Antal	6	1	4	2	13
		2%	0%	2%	2%	2%
Kyrklig företrädare	Antal	0	1	0	1	2
		0%	0%	0%	1%	0%
Kändis	Antal	0	0	2	1	3
		0%	0%	1%	1%	0%
Facket	Antal	1	3	1	1	6
		0%	1%	1%	1%	1%
Annan politiker	Antal	1	1	0	0	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Läkare/Sjukvårdspersonal	Antal	2	0	0	1	3
		1%	0%	0%	1%	0%
Kommunfullmäktige	Antal	3	4	2	0	9
		1%	2%	1%	0%	1%
Övrig aktör	Antal	3	5	0	2	10
		1%	2%	0%	2%	1%
Aktör saknas/Ej urskiljbar	Antal	43	26	19	10	98
		15%	12%	11%	8%	12%
Totalt	Antal	296	224	175	130	825
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.11 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområde		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Politik - övergripande frågor	Antal	76	93	50	79	298
		14%	16%	13%	16%	15%
Arbetsmarknad - sysselsättning, nedläggningar/ hot	Antal	34	29	7	18	88
		6%	5%	2%	4%	4%
Ekonomi (offentligt/privat) - skatter, levnadsstandard	Antal	21	19	12	7	59
		4%	3%	3%	1%	3%
Sociala frågor - barnomsorg, brott, våld, olyckor	Antal	217	213	173	170	773
		41%	37%	43%	35%	39%
Miljö/natur - energi, försurning	Antal	15	10	10	9	44
		3%	2%	3%	2%	2%
Företagsamhet/näringsliv	Antal	24	46	27	36	133
		5%	8%	7%	8%	7%
Kultur/fritid/föreningsliv - fritidsfrågor	Antal	51	58	42	41	192
		10%	10%	11%	9%	10%
Religion/kyrka	Antal	3	4	1	3	11
		1%	1%	0%	1%	1%
Kommunikationer/trafik	Antal	17	9	9	16	51
		3%	2%	2%	3%	3%
Utbildning/Skola	Antal	26	25	30	30	111
		5%	4%	8%	6%	6%
Massmedier	Antal	2	1	2	2	7
		0%	0%	1%	0%	0%
Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt	Antal	8	2	0	7	17
		2%	0%	0%	1%	1%
Sjukvård/landstinget	Antal	16	31	23	18	88
		3%	5%	6%	4%	4%
Ungdomar	Antal	2	5	1	4	12
		0%	1%	0%	1%	1%
Övrigt	Antal	17	33	12	40	102
		3%	6%	3%	8%	5%
Total	Antal	529	578	399	480	1986
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.12 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområden		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Hårda	Antal	174	197	107	158	636
		33%	34%	27%	33%	32%
Brott och olyckor	Antal	217	213	173	170	773
		41%	37%	43%	35%	39%
Mjuka	Antal	121	135	107	112	475
		23%	23%	27%	23%	24%
Övrigt	Antal	17	33	12	40	102
		3%	6%	3%	8%	5%
Totalt	Antal	529	578	399	480	1986
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.13 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet med ortsdateringen Gävle, fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområde		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Politik - övergripande frågor	Antal	39	57	30	47	173
		15%	19%	14%	19%	17%
Arbetsmarknad - sysselsättning, nedläggningar/hot	Antal	26	17	4	9	56
		10%	6%	2%	4%	5%
Ekonomi (offentligt/privat) - skatter, levnadsstandard	Antal	14	12	4	1	31
		5%	4%	2%	%	3%
Sociala frågor - barnomsorg, brott, våld, olyckor	Antal	87	93	87	91	358
		33%	31%	40%	37%	35%
Miljö/natur - energi, försurning	Antal	10	0	6	6	22
		4%	%	3%	2%	2%
Företagsamhet/näringsliv	Antal	8	26	11	15	60
		3%	9%	5%	6%	6%
Kultur/fritid/föreningsliv - fritidsfrågor	Antal	30	32	21	19	102
		11%	11%	10%	8%	10%
Religion/kyrka	Antal	0	1	1	2	4
		%	%	%	1%	%
Kommunikationer/trafik	Antal	15	7	5	8	35
		6%	2%	2%	3%	3%
Utbildning/Skola	Antal	12	10	25	11	58
		5%	3%	11%	4%	6%
Massmedier	Antal	2	0	1	2	5
		1%	%	%	1%	%
Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt	Antal	4	0	0	2	6
		2%	%	%	1%	1%
Sjukvård/landstinget	Antal	8	21	14	10	53
		3%	7%	6%	4%	5%
Ungdomar	Antal	1	3	1	2	7
		%	1%	%	1%	1%
Övrigt	Antal	9	21	9	20	59
		3%	7%	4%	8%	6%
Totalt	Antal	265	300	219	245	1029
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.14 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet från övriga kommuner i a-region 56 fördelade på ämnesområde och år (antal och procent)

Ämnesområde		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Politik - övergripande frågor	Antal	34	35	20	30	119
		13%	13%	11%	14%	13%
Arbetsmarknad - sysselsättning, nedläggningar/ hot	Antal	7	10	3	9	29
		3%	4%	2%	4%	3%
Ekonomi (offentligt/privat) - skatter, levnadsstandard	Antal	7	7	8	6	28
		3%	3%	5%	3%	3%
Sociala frågor - barnomsorg, brott, våld, olyckor	Antal	129	120	84	74	407
		50%	44%	48%	34%	44%
Miljö/natur - energi, försurning	Antal	5	10	4	3	22
		2%	4%	2%	1%	2%
Företagsamhet/näringsliv	Antal	16	20	16	19	71
		6%	7%	9%	9%	8%
Kultur/fritid/föreningsliv - fritidsfrågor	Antal	20	26	20	22	88
		8%	10%	11%	10%	10%
Religion/kyrka	Antal	3	3	0	1	7
		1%	1%	0%	0%	1%
Kommunikationer/trafik	Antal	2	2	3	7	14
		1%	1%	2%	3%	2%
Utbildning/Skola	Antal	14	15	4	18	51
		5%	6%	2%	8%	6%
Massmedier	Antal	0	0	1	0	1
		0%	0%	1%	0%	0%
Jordbruk/skogsbruk/fiske/jakt	Antal	3	1	0	5	9
		1%	0%	0%	2%	1%
Sjukvård/landstinget	Antal	8	10	8	6	32
		3%	4%	5%	3%	3%
Ungdomar	Antal	1	2	0	1	4
		0%	1%	0%	0%	0%
Övrigt	Antal	8	10	3	19	40
		3%	4%	2%	9%	4%
Totalt	Antal	257	271	174	220	922
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.15 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet fördelade på aktör och år (antal och procent)

Aktör		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Högerpolitiker	Antal	7	11	5	11	34
		1%	2%	1%	2%	2%
Vänsterpolitiker	Antal	29	30	6	19	84
		5%	5%	2%	4%	4%
Miljöpartiet	Antal	3	1	1	1	6
		1%	0%	0%	0%	0%
Sverigedemokraterna	Antal	0	1	0	1	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Allmänhet	Antal	179	222	172	176	749
		34%	38%	43%	37%	38%
Organisation/Förening	Antal	33	21	11	20	85
		6%	4%	3%	4%	4%
Myndighet/Tjänstemän	Antal	82	109	63	93	347
		16%	19%	16%	19%	17%
Journalist/Redaktionell medarbetare	Antal	1	2	1	2	6
		0%	0%	0%	0%	0%
Experter	Antal	8	6	6	10	30
		2%	1%	2%	2%	2%
Student/Elev	Antal	20	14	14	17	65
		4%	2%	4%	4%	3%
Näringslivsrepresentant/Företagare	Antal	51	49	40	55	195
		10%	8%	10%	11%	10%
Lärare/Rektor	Antal	12	17	11	6	46
		2%	3%	3%	1%	2%
Kyrklig företrädare	Antal	5	6	0	4	15
		1%	1%	0%	1%	1%
Kändis	Antal	0	3	2	3	8
		0%	1%	1%	1%	0%
Bönder	Antal	0	0	0	2	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Facket	Antal	13	18	6	7	44
		2%	3%	2%	1%	2%
Annan politiker	Antal	1	3	3	1	8
		0%	1%	1%	0%	0%
Läkare/Sjukvårdspersonal	Antal	2	4	4	3	13
		0%	1%	1%	1%	1%
Kommunfullmäktige	Antal	11	1	2	7	21
		2%	0%	1%	1%	1%
Övrig aktör	Antal	13	9	2	9	33
		2%	2%	1%	2%	2%
Aktör saknas/Ej urskiljbar	Antal	59	51	50	33	193
		11%	9%	13%	7%	10%
Totalt	Antal	529	578	399	480	1986
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

7.16 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet med ortdateringen Gävle, fördelade på aktör och år (antal och procent)

Aktör		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Högerpolitiker	Antal	3	4	3	7	17
		1%	1%	1%	3%	2%
Vänsterpolitiker	Antal	16	18	3	8	45
		6%	6%	1%	3%	4%
Miljöpartiet	Antal	1	1	1	0	3
		0%	0%	0%	0%	0%
Sverigedemokraterna	Antal	0	1	0	0	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Allmänhet	Antal	85	117	92	93	387
		32%	39%	42%	38%	38%
Organisation/Förening	Antal	16	6	7	11	40
		6%	2%	3%	4%	4%
Myndighet/Tjänstemän	Antal	56	59	37	56	208
		21%	20%	17%	23%	20%
Journalist/Redaktionell medarbetare	Antal	0	1	1	1	3
		0%	0%	0%	0%	0%
Experter	Antal	5	2	3	4	14
		2%	1%	1%	2%	1%
Student/Elev	Antal	11	7	8	8	34
		4%	2%	4%	3%	3%
Näringslivsrepresentant/Företagare	Antal	30	29	20	21	100
		11%	10%	9%	9%	10%
Lärare/Rektor	Antal	6	9	7	2	24
		2%	3%	3%	1%	2%
Kyrklig företrädare	Antal	2	3	0	3	8
		1%	1%	0%	1%	1%
Kändis	Antal	0	0	1	1	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Bönder	Antal	0	0	0	1	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Facket	Antal	11	13	4	3	31
		4%	4%	2%	1%	3%
Annan politiker	Antal	0	2	3	1	6
		0%	1%	1%	0%	1%
Läkare/Sjukvårdspersonal	Antal	2	3	2	3	10
		1%	1%	1%	1%	1%
Kommunfullmäktige	Antal	2	0	0	5	7
		1%	0%	0%	2%	1%
Övrig aktör	Antal	5	6	1	4	16
		2%	2%	0%	2%	2%
Aktör saknas/Ej urskiljbar	Antal	14	19	26	13	72
		5%	6%	12%	5%	7%
Totalt	Antal	265	300	219	245	1029
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning

Tabell 7.17 Lokala nyhetsartiklar i Arbetarbladet från övriga kommuner i a-region 56 fördelade på aktör och år (antal och procent)

Aktör		År				Total
		2001	2004	2008	2012	
Högerpolitiker	Antal	4	6	2	4	16
		2%	2%	1%	2%	2%
Vänsterpolitiker	Antal	13	12	3	11	39
		5%	4%	2%	5%	4%
Miljöpartiet	Antal	2	0	0	1	3
		1%	0%	0%	0%	0%
Sverigedemokraterna	Antal	0	0	0	1	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Allmänhet	Antal	91	104	78	79	352
		35%	38%	45%	36%	38%
Organisation/Förening	Antal	17	15	4	7	43
		7%	6%	2%	3%	5%
Myndighet/Tjänstemän	Antal	25	47	23	33	128
		10%	17%	13%	15%	14%
Journalist/Redaktionell medarbetare	Antal	1	0	0	1	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Experter	Antal	3	4	3	4	14
		1%	1%	2%	2%	2%
Student/Elev	Antal	9	7	6	9	31
		4%	3%	3%	4%	3%
Näringslivsrepresentant/Företagare	Antal	21	20	20	32	93
		8%	7%	11%	15%	10%
Lärare/Rektor	Antal	6	8	4	4	22
		2%	3%	2%	2%	2%
Kyrklig företrädare	Antal	3	3	0	1	7
		1%	1%	0%	0%	1%
Kändis	Antal	0	3	1	2	6
		0%	1%	1%	1%	1%
Bönder	Antal	0	0	0	1	1
		0%	0%	0%	0%	0%
Facket	Antal	2	5	2	3	12
		1%	2%	1%	1%	1%
Annan politiker	Antal	1	1	0	0	2
		0%	0%	0%	0%	0%
Läkare/Sjukvårdspersonal	Antal	0	1	2	0	3
		0%	0%	1%	0%	0%
Kommunfullmäktige	Antal	9	1	2	2	14
		4%	0%	1%	1%	2%
Övrig aktör	Antal	8	3	1	5	17
		3%	1%	1%	2%	2%
Aktör saknas/Ej urskiljbar	Antal	42	31	23	20	116
		16%	11%	13%	9%	13%
Totalt	Antal	257	271	174	220	922
		100%	100%	100%	100%	100%

Kommentar: Datan är baserad på tre utvalda veckor från respektive undersökningsår och tidning