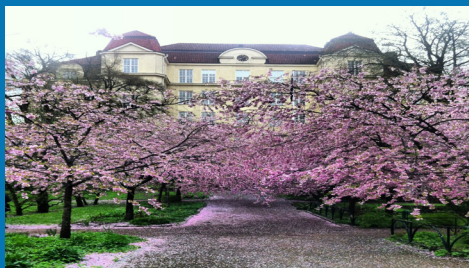


JMG

Grundat år 1990.



Våren 2014

En unik upplevelse framför Annedalseminariet utspelade sig när de japanska äppelträden slog ut i blomm.

TABLOIDISERINGSTENDENSER

- I DET REDAKTIONELLA INNEHÅLLET

TORSDAGEN DEN 2 MAJ 2014



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap, masteruppsats, våren 2014



Insitutionen för journalistik, medier och kommunikation
www.jmg.gu.se



Från vänster

Författare: Mikael Gustafsson;
Handledare: Monica Löfgren;
Kursansvarig: Malin Svenningsson



Masterarbetet utfärdat på uppdrag av Ulrika Andersson, JMG



Summary

This is a master study that are achieved by a quantitative content analysis of two Swedish newspapers, *Aftonbladet* (tabloid), *Jönköpings-Posten* (broadsheet). In order to examine how or if the editorial content is influenced by tabloidization tendencies over time. (from 1950 to 1990).

After researching former studies on the subject, this master's study uses tabloid theory that included Range, Form and Style, a concept from the authors Shelly McLachlan and Peter Golding.

The conclusion of the master's study are that tabloidization tendencies exist and expand in the editorial content of the two newspapers between 1950 and 1990, before the major industry crisis occurred which forced several newspapers to change formats from broadsheet to tabloid.

The study shows that the tabloid tendencies are higher in *Aftonbladet* (tabloid) then *Jönköpings-Posten* (broadsheet). However over time you can see how the tabloid tendencies spread in both of the newspapers.

ABSTRACT

Title

Tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet

Autohor

Mikael Gustafsson

Tutor

Monica Löfgren Nilsson

Cours

Master's study in Media and Communication Studies

Term

Spring 2014

Location

Göteborgs Universitet, JMG

Language

Swedish

Number of pages

35

Purpose

To investigate if it exists tabloid tendencies in the editorial content of news articles in the Swedish newspapers *Aftonbladet* and *Jönköpings-Posten* between the 1950s to 1990s.

Method

Quantitative content analysis

Main results

The main findings in this master study shows that tabloidization tendencies in news articles in Swedish daily newspapers are more common in *Aftonbladet* (a tabloid newspaper) than *Jönköpings-Posten* (a broad sheet newspaper) over time. However it also shows that *Jönköpings-Posten* has a lot of tabloidization tendencies in their news articles. The result shows that the format (broad sheet or tabloid) of the newspapers is not the major cause for the tabloidization tendencies in newspapers.

Key words

Tabloidization, tabloid, daily newspapers, visual communication



Göteborgs Universitet

EXECUTIVE SUMMARY

The daily newspaper market in Sweden has been a mighty strong media market, except for major market crisis which occurred in the 1990s in Sweden, that led to several newspapers came into an economic crisis. One of the actions that many Swedish newspapers did was to reduce the physical size of the newspaper from broadsheet to tabloid. After studying several academical studies from scientists and students who claim and show in their results that the tabloid tendencies has spread out in the editorial content I discovered that the common thing for these studies where firstly, that there were not many studies that showed the tabloid tendencies of the editorial content in a longer historical perspective, secondly that the studies jointly studied tabloidization tendencies (how the editorial content changed from writing about hard news to write about soft news) in the editorial content of newspapers that have changed the physical format size. The material that was analysed was tabloid tendencies in news articles in two daily Swedish newspapers, *Jönköping-Posten* (broadsheet) and *Aftonbladet* (tabloid) in the years 50s, 60s, 70s, 80s and 90s. The goal was to see if or how much of the editorial content of news articles that changed over time by tabloid tendencies in individual daily newspaper as well as a comparison of the various newspaper formats.

This lead to the purpose of this master study:

To investigate if it exists tabloid tendencies in the editorial content of news articles in the Swedish newspapers *Aftonbladet* and *Jönköping-Posten* between the 1950s to 1990s.

In addition this purpose was operationalized from theories of tabloidization, the main theories that are used in this master study is developed by the researchers Shelly McLachlan and Peter Golding and their definition for tabloidization range, form and style.

The best tool to analyse the material that have been gathered was to use of quantitative content analysis. The main tool used was the coding scheme that had been developed prior to the collection of information. This coding scheme are used for each article that are analysed. With the code scheme 1767 news articles was analysed (*Aftonbladet* 811 news articles and *Jönköping-Posten* 956 articles) and from these articles the tabloid tendencies in news articles was analysed by McLachlan and Goding

theory of range, form and style.

The main findings in this master study show that tabloidization tendencies in news article in Swedish daily newspapers are more common in *Aftonbladet* (a tabloid newspaper) then *Jönköpings-Posten* (a broad sheet newspaper) over time. However it also shows that *Jönköpings-Posten* has a lot of tabloidization tendencies in their news articles.

During the master study it was discovered the lack of historical research regarding tabloidization tendencies of Swedish daily newspapers and other media like television. If more scientists decided to do such studies, it would also be interesting to see where the Swedish newspapers will be placed in Collin Sparks chart "Two Axes of journalism".

However, there are many studies that examine tabloidization, how the graphical space has increased in Swedish newspapers (form). This study shows that there are other fields of tabloidization tendencies that haven't been so well examined by the researchers (range and style), therefore I suggest more research in those fields.

This study show that even news articles have been exposed by tabloidization tendencies and as a part of the media critics field I think that have to be more examined.

LEDARSIDAN

- aka innehållsförteckning

	Sidan		Sidan
Ledarsidan	4	4. Teori	17
2. Inledning	6	4.1 Definition	17
2.1 Uppdraget	6	4.2 Ämne	18
2.2 Varför är tabloidiseringen viktig att studeras	6	4.2.1 Hård mot Mjuka nyheter	18
2.3 Tidigare forskning	6	4.3 Form	19
2.3.1 Tabloidisering	6	4.3.1 Text	19
2.4 Tidningsformat	8	4.3.2 Grafik	20
3. Yttre faktorer: ekonomi, teknik & journalistik	10	4.4 Offentlighet	20
3.1 Bakgrund	10	4.4.1 Seriösa dagstidningar vs tabloidtidningar.	20
3.1.1 Från Rom till svensk 1800-tals	10	4.4.2 Fem dagstidningstyper	21
3.1.2 Kvällspressens intåg i Sverige.	10	4.5 Ämne, form och offentlighet	21
3.1.3 Vad påverkar det redaktionella innehållet	10	5. Syfte & Frågeställningar	23
3.2 Dagstidningsekonomin	11	5.1 Huvudsyfte	23
3.2.1 Den svenska dagstidningsmarknaden	11	5.1.1 Frågeställningar	23
3.2.2 Upplageutveckling	11	6. Masterarbetets design	24
3.2.3 Dagstidningarnas marknadsåtgärder	12	6.1 Empirisk utgångspunkt	24
3.2.4 Presstödet	12	6.1.1 Kvantitativ innehållsanalys	24
3.3 Konkurensen mot dagstidningsmarknaden	13	6.2 Avgränsning dagstidningar	24
3.3.1 Dagstidningsindustrins konkurrenter	13	6.2.1 Dagstidningsinformation	24
3.3.2 Medieförtroende	15	6.2.2 Varför de valda dagstidningarna	25
3.4 Tekniken i dagspressen	15	6.3 Urvalet för innehållsanalysen	25
3.4.1 Offsetpressen	15	6.3.1 Nyhetsartiklar	25
3.5 Journalistikens utveckling	16	6.3.2 Innehållsanalysens tidsintervall	26
3.5.1 Upplysningen	16	6.3.3 Vad undersöktes	26
3.5.2 Speglingen	16	6.4 Datainsamling	26
3.5.3 Granskning	16	6.5 Den statistiska analysen	26
3.5.4 Tolkning	16	6.5.1 Operationalisering och generaliserbarhet	26
		6.5.2 Reliabilitet	27
		6.5.3 Validitet	27
		6.6 Viktiga variabeländringar och variabeltolkningar	28

	Sidan
6.6.1 Kodschemat	28
7. Resultat & Analys	31
7.1 Inledning	31
7.2 Ämne	31
7.2.1 Nyhet	32
7.2.2 Aktualitet	32
7.2.3 Konsekvens	33
7.2.4 Sammanfattning Ämne	33
7.3 Form	34
7.3.1 Grafik	34
7.3.2 Text	35
7.3.3 Sammanfattning form	36
7.4 Offentlighet	37
7.4.1 Two axes of journalism	37
7.4.2 Manlig eller Kvinnlig huvud- karaktär	37
7.4.3 Sammanfattning offentlighet	38
8. Slutdiskussion	39
8.1 Huvudsyftet	39
8.1.1 Slutsatts	39
8.2 Övriga tankar om orsaker till tabloidise- ringstendenserna	40
8.3 Uppdraget	40
8.4 Förslag till vidare forskning	41
Litteraturhänvisning	42
Bilaga 1	43
Bilaga 2	46
Bilaga 3	49

2. INLEDNING

2.1 Uppdraget

Masterarbetet är skrivet på uppdrag av Ulrika Andersson på JMG, Göteborgs Universitet och lyder som följande:

Att göra en historisk tillbakablick på formatförändringar, för att se vilka förändringar som formatbytet har fört med sig när det gäller det redaktionella innehållet om det skiljer sig mellan övergångsperioderna (1950/60-tal respektive 1970/80-tal).

Till en början låg fokuset för masterarbetet på att göra en studie kring formatförändringarnas betydelse för det redaktionella innehållet, där flera dagstidningar skulle studeras. När datainsamlingen ägde rum fann jag att det inte fanns tillräckligt med tid för att färdigställa denna form av studie. För att koppla studien så bra som möjligt till uppdraget beslöts det att studien skulle fokuseras på två dagstidningar en med fullformat (*Jönköpings-Posten*) och en med tabloidformat (*Aftonbladet*). Kriteriet för de utvalda dagstidningarna var att dagstidningarna inte skulle bytt format mellan 1950- tills 1990-talet, för att på så sätt studera om valet av format påverkar tabloidiseringstendenserna i det redaktionella innehållet. Av tidspress samt nyfikenhet angående många medieforskarens syn på att tabloidiseringstendenser är en faktor som kan påverka den demokratiska beslutsprocess för en enskild individ beslöts det att enbart fokusera på nyhetsartiklar i de två dagstidningarna mellan 1950- tills 1990-talet.

Detta ledde till att masterarbetets huvudsyfte blev att undersöka tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet som existerar i dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Postens* nyhetsartiklar mellan 1950-talet till 1990-talet.

2.2 Varför är tabloidiseringen viktig att studeras.

Eftersom svensk dagspress har gått från att ha en stark position på mediemarknaden till att få stark konkurrens om både läsare och annonsörer, har dagstidningarna varit tvungna att vidta flera marknadsåtgärder. En av dessa marknadsåtgärder var att minska dagstidningsformatet från fullformat till tabloidformat (beskrivs mer i 2.4). En stark uppfattning

bland medieforskare är att formatminskningen har förändrat det redaktionella innehållet. Medieforskarna pekar på att det redaktionella innehållet har gått från seriös rapportering, fokuserad på hårda nyheter som politik och samhällsproblem, till att innefatta alltmer mjuka nyheter, berättelser om kändisar och deras privatliv. Enligt många mediekritiker och även min åsikt är när fokuset i dagstidningarna ändras från att rapportera om hårda nyheter till mjuka nyheter är att även den viktiga samhällsinformationen som många individer använder till att besluta tillexempel om vilket parti som skall få individens röst i ett val får mindre utrymme och därmed påverkar tabloidiseringen den demokratiska processen. Det är därför tabloidiseringen är så viktig att studeras.

Det blir därför intressant att studera två svenska dagstidningar med olika format: *Aftonbladet* mot *Jönköpings-Posten*. Den första är en rikstäckande dagstidning, kvällstidning och tryckt i tabloidformat. Den andra är en lokal landsortstidning, morgontidning och tryckt i fullformat, för att se hur eller om tabloidiseringstendenserna (hur dagstidningar går från att rapportera mer om mjuka nyheter än hårda) utvecklats över tid och hur stor den eventuella skillnaden är i det redaktionella innehållet mellan en dagstidning i fullformat (*Jönköpings-Posten*) mot en dagstidning i tabloidformat (*Aftonbladet*).

2.3 Tidigare forskning

Tidigare undersökningar som gjorts på området skiljer sig i sina resultat angående formatförändringens effekter på det redaktionella innehållet beroende på vem som har utfört undersökningen av dagstidningarna. Undersökning gjorda av dagstidningsägarna visar på en mer positiv attityd till formatförändringen. I kontrast till dagstidningarnas egna undersökningar står många akademiska studier som är mer kritiska och många av dessa kritiska åsikter tillhör traditionen mediekritiker (Sternvik 2007, s. 26-27). Mediekritikerna har en grundläggande åsikten om att i en demokrati skall medborgarna ha möjlighet att vara delaktiga i det politiska beslutsfattandet, ju mer möjlig delaktighet i beslutsfattandet som medborgarna har desto mer demokratisk anses demokratin vara. Det blir därför av yttersta vikt för mediekritikerna att dagstidningar rapporterar om politiska beslut och beslut som

påverkar samhället i stort. Detta för att i sin tur låta medborgarna få tillräckligt med information för att kunna ta egna demokratiska beslut. (Strömbäck 2000, sidan 23).

Den tidigare forskning som existerat bland mediekritiker har i stort fokuserat på formatförminskningen konsekvenser. Mediekritiker som Josefins Sternvik, Ulrika Andersson (pågående forskning) studerar detta område. Även forskning kring bildernas förändring över tid av Göran Djupsund och Tom Carlsson är ytterligare exempel på forskning om tabloidiseringstendenser. Givetvis finns det också en mängd akademiska studier i form av elevarbeten på olika akademiska nivåer, bland annat av Lina Bergling och Emelie Isacson. Även dessa fokuserar dock mest på formatförändringens konsekvenser eller på bildernas ökade andel av utrymmet. Annan forskning som jag funnit beskriver mer om definitionen av vad som kan klassas som tabloidisering.

Några av de stora forskarna på området tabloidisering är Collin Sparks, Frank Esser, Shelly McLachlan och Peter Golding. Under litteraturinsamlingen upptäcktes det att flera studier referera just till dessa forskare när begreppet tabloidisering behandlades. Detta kan bero på att vissa av dem har skrivit översiktslitteratur på ämnet tabloidisering. Eftersom dessa forskare redan har gjort djupare studier kring ämnet tabloidisering kommer detta arbete att använda sig av deras definitioner för att på så sätt koppla studien till den redan existerande forskningen.

2.3.1 Tabloidisering

Ordet tabloid härstammar från apotekerna och deras reduceringen av de medicinska paketens fysiska storlek. För mediebranschen användes uttrycket för första gången i London i början på 1900-talet, när man beskrev tidningar med ett format som var lätt att ta med sig på bussar och tåg (Esser 1999, s. 292). I detta sammanhang avser begreppet tabloidformat tidningsstorleken.

Ordet tabloidisering är inte ett nytt ord i sig utan dök först upp i det amerikanska lexikonet på 90-talet. Efter det har ordet haft sitt eget liv och spritt sig över världen. Detta har lett till att definitionen av tabloidisering skiljer sig mellan olika länder i världen och i vilken situation man använder uttrycket. Oftast används ordet tabloidisering när forskare och medievetare beskriver hur det redaktionella innehållet i tidningar och televisionen har förändrats över tid (Esser 1999, s. 292-293). Dock kan tabloidiseringen förväxlas med tabloidformat där uttrycket syftar till tidningens formatstorlek/den fysiska storleken på dagstidningen.

När forskningen och framförallt medieforskarna använder ordet tabloidisering har det ofta en negativ klang. Forskning visar på att det redaktionella innehållet har gått från att vara hårda nyheter som fokuserar på samhällsfrågor till att bli mjuka nyheter som fokuserar mer på personliga frågor. (Rowe 2011, s. 458). Det finns dock oenigheter bland medieforskarna om tabloidiseringens effekter. En av dessa oenigheter bland medieforskarna är när forskare diskuterar senare tiders forskning om nya medier, främst då internets framväxt och hur denna har påverkat demokratin. Collin Sparks (2000, s.4) skriver:

'Ofta ses internet som en form av journalistik som man ser mer i kvällstidningar än dagstidningar. Efter som kvällstidningarna anses ha större grad av tabloidisering anses det journalistiska arbetet från kvällstidningarna samt från internet som ett hot mot demokratin om man ser tabloidiseringens effekter utifrån ett media kritiskt perspektiv.' (Sparks 2000, sidan 4)

De skolor som står mot varandra kring synen på tabloidiseringens är mediekritiker respektive forskning som inriktar sig på individernas användning av medieverktyget.

Mediekritikerna har en mer negativ syn på fenomenet. Detta på grund av att mediaforskarna ser dagstidningarna som en central källa för medborgarnas informationsinhämtning i det moderna samhället. Med andra ord när dagstidningarna går från att rapportera om politik, ekonomi och samhällsfrågor till att få en större ökning av sport, nöje och underhållning, ser vissa medieforskare detta som ett tecken på ett samhälle i förfall (Sparks 2000, s. 24). Peter Golding & Shelly McLachlan är typiska forskare med denna traditions synsätt, ett typexempel är en förstudie över engelska tidningar i studien "Tabloidization in the British Press". I sin studie avslutar de med att säga följande:

'The continuing claim of the news media to serve an honorable tradition of informing and enriching democratic debate is more than just a plank in the survival of the public sphere. It is a social claim that stands under pressure from changes in cultural provision driven not by any popularizing force rooted in social leveling or in the "aestheticization of the everyday.' (Goding & McLachlan 2000, sidan 88)

Forskningen som går emot mediekritikernas syn har den gemensamma åsikten att de som kritiserar tabloidiseringen ofta värderar vad som är nyheter, och vad som är politik, och därmed vilka politiska nyheter som bör rapporteras efter sina egna elitistiska åsikter (Sparks 2000, s. 25). De som stödjer tabloidiseringen vill se på innehållet i dessa tidningar

med seriösa ögon och utvärdera tidningarna efter de personer som läser dem. Med andra ord är det lika nödvändigt enligt dessa forskare att se på de som konsumerar dagstidningarna som dagstidningarna i sig själva (Sparks 2000, s. 25). En av de stora förespråkarna för denna tradition är forskaren John Fiske.

‘Such superstitious knowledge offers an alternative reality to the official one and carries utopianized fantasies of emancipation from the constraints of poverty and perceived social failure’ (Fiske 1992, sidan 50).

Vidare hävdar denna åsiktstradition att de seriösa dagstidningarna bara stärker den dominanta elitistiska åsikten om vad som är och bör bli nyheter. Forskning inom detta området menar att tabloidformatet är forumet där verkliga människor skapar sina egna åsikter och stärker sin sociala ställning (Sparks 2000, s. 25). I dagsläget blir allt fler individer ointresserade av den politiska debatten och ser hellre på sport, nöje och underhållning. Om detta fortsätter så kommer de seriösa tidningarna att försvinna (Golding & McLachlan 2000, sidan 75). Motsättningar mellan dessa forskningstraditioner och synen på tabloidiseringens effekter finner vi mellan forskaren Jostein Gripsund (mediekritiker) och den kommentar han gör om John Fiskes arbete:

‘The most prominent representative of a very positive attitude toward tabloid journalism (and other forms of “vulgar” media culture) has no doubt been John Fiske.’ (Gripsund 2000, sidan 285-286)

Ett exempel på mediekritikernas åsikter är att individer som läser seriösa dagstidningar får större möjlighet att påverka demokratiska beslut än de som enbart läser tabloider. Denna åsikt har forskaren Jostein Gripsund, i sin forskning ställer han sig frågan hur medborgarna skall kunna ta in fakta för att kunna påverka deras egna vardag om de bara läser Weekly World News (Gripsund 2000, s. 286).

Även om åsikterna går isär mellan forskningstraditionerna om tabloidiseringens effekter, kan man urskilja vissa gemensamma åsikter mellan forskningstraditionerna. Dessa är att båda forskningstraditionerna dra samma slutsats att tabloidiseringen har lett till mer rapportering av sensationsnyheter i dagstidningarna och att språket gått från att vara beskrivande till att personifieras.

Statistik från tidigare forskning visar att utfallet av dagstidningars formatförminskning lett till en högre dagstidningsförsäljning samt att dagstidningarna fått större annonsintäkter. Dock är forskningen inom detta område inte entydig och har främst utretts ur ett ekonomiskt perspektiv. Vad gällande forskning kring

formatförminskningen och dess påverkan på det redaktionella innehållet har bara relativt små effekter kunnat utläsas. (Sternvik 2007, s. 27)

Det minskade tidningsformatet från fullformat till tabloidtidning beskrivs i många undersökningar som mer praktiskt för användarna/läsarna, och mer ekonomiskt gångbart för dagstidningar. Så vad innebär dagstidningarnas formatminskning för det redaktionella innehållet av hårda och mjuka nyheter? Vad händer med nyheterna och nyhetsutrymmet i det nya formatet tabloidformat jämfört med det gamla fullformat? Detta är några frågor som jag anser har stor samhällsrelevans. I grund och botten är frågan som ställs huruvida dagstidningar ger medborgarna väsentlig information för att medborgarna i sin tur skall kunna fatta viktig demokratiska beslut. Därför är det så viktigt att studera tabloidiseringstendenserna i det redaktionella innehållet..

2.4 Tidningsformat

Bild 1: Dagstidningsformat



Bild kommentar: Till vänster tabloidformat, till höger fullformat

Som nämns tidigare i arbetet när forskare talar om begreppet tabloid är det inte helt enkelt att utskilja vad ordet betyder. Begreppet kan hänvisa både till den fysiska storleken på tidningen samtidigt som tabloid hänvisar till det redaktionella innehållet. I denna studie kommer jag använda mig av ordet format i frågan om dagstidningens fysiska storlek (bild ett) och tabloidiseringstendenser när det gäller frågor kring det redaktionella innehållet.

När dagstidningarnas format beskrivs inkluderas antal sidor, antalet färgsidor, placeringen av spot-färger (spot-färger används för att få vissa färgnyanser som är svåra att uppnå med CMYK-färger. Guld och silver är exempel på spot-färger) och fyrfärgssidor, antalet

ryggar samt om tidningen skall klistras eller häftas (Sternvik 2007, s. 22). Många av exemplen på vad som inkluderas i begreppet format kommer inte att studeras under detta masterarbete. Format hänvisas enbart till den fysiska storleken på tidningen, även kallat formatstorlek.

Diagram 1: Förändring av dagstidningsformat mellan 1984 till 2005.

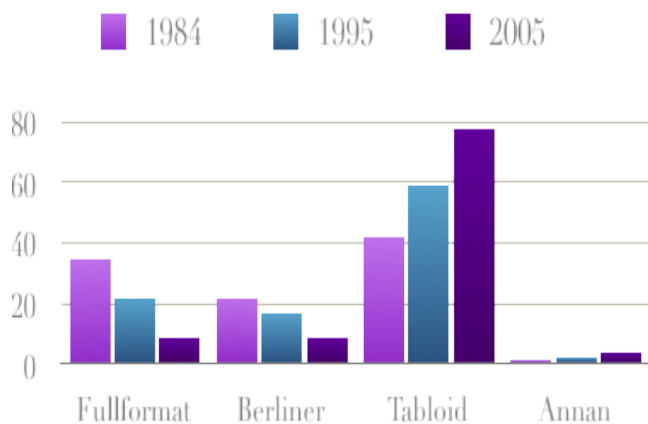


Diagram kommentar: De svenska dagstidningarnas format 1984-2005 (Carlsson, Facht 2007, sidan 80).

I dagsläget har de flesta svenska dagstidningar ändrat formatstorlek till tabloidformat (diagram 1). Detta från att dagstidningarna varit tryckta i fullformat/broadsheet och berlinerformat de närmaste hundra åren (Sternvik 2007, s.23).

Dagstidningarna i Sverige kan i flertalet fall klassas in i någon av de undre beskrivna formaten:

Fullformat/broadsheet: Dagstidningar med detta format struktureras efter sju till åtta spalter (är kolumner med text) per sida. Benämningen på formatet står inte för några exakta mått utan representerar snarare en tidning med stora sidor. Varje fullformatstidning är inte av exakta mått utan skiftar med ett par centimetrar i bredd och höjd, men har de ungefärliga måtten 38 cm x 56 cm. (Sternvik 2007, s. 23).

Berlinerformat: Är ett mellanting mellan fullformatet och tabloidformatet. Formatet kom ursprungligen från Tyskland. Inte heller dessa dagstidningar som uppger sig att vara i berlinerformat har några exakta mått på tidningens storlek. Ofta är detta format uppbyggt på sex spalter per sida (Sternvik 2007, s. 23-24).

Tabloidformat: I Sverige är denna dagstidning oftast sex spalter per sida, det finns även tidningar med fem spalter. De ungefärliga svenska mått som tabloidformatet består av är 28 x 38 cm (Sternvik 2007, s. 24)

3. YTTRE FAKTORER: EKONOMI, TEKNIK & JOURNALISTIK

3.1 Bakgrund

I det förgående kapitlet nämndes det att formatförminskningen av dagens dagstidningar delvis berodde på ekonomiska faktorer. Finns det fler faktorer förutom ekonomi som påverkar det redaktionella innehållet i dagens dagstidningar?

För att förstå om det finns fler möjliga faktorer till tabloidiseringstendenserna studeras dagstidningarna ur ett historiskt perspektiv. Då det redaktionella innehållet i en dagstidning påverkas av kulturella traditioner är det viktigt att förstå hur Sverige fick sin dagstidningstradition.

3.1.1 Från Rom till svensk 1800-tals

press

Den svenska dagstidningarna har sitt ursprung från Rom för cirka 2000 år sedan från så kallade "skrivfabriker", där slavar efter dikta- men skrev ner och tryckte aktuella händelser i Acta Diurna ("dagsnyheter"). (Hadenius, Weibull 1999, s. 39)

Dock var det i början på 1400-talet med boktryckartekniken som det tryckta mediet började ta fart. Det dröjde ända fram till 1600-talet innan tryckta publikationer med dagstidningskaraktär utkom regelbundet. Den första svenska tryckta tidningen var *Ordinari Post Tijden- der* och var tryckt av nationalpressarna med Stockholms stads postmästare som ansvariga utgivaren (Hadenius, Weibull 1999, s. 39-40).

Under 1700-talet var kungamaktens inflytande över Sverige inte lika stark som tidigare och detta ledde till att Sverige fick sin första tryckfrihetslag, tryckfrihetsförordningen (1766). Detta var en grundlag som gjorde tryckfriheten oinskränkt och förhandscensuren avskaffades. Med andra ord skulle den politiska debatten vara fri. Tryckfrihetsförordningen gjorde att Sverige fick sin första dagstidning (utgiven sex dagar i veckan), *Dagligt Allehanda* som utkom i 200 år (Hadenius, Weibull 1999, s. 42 -43)

Under 1800- talet kom ett antal tekniska framsteg som gjorde det möjligt att producera tidningar som vi ser dem idag. Uppfinningar som

snällpressen och sättmaskinen gjorde det möjligt att producera stora upplagor på kort tid. Men även tidningspappret förändrades från att vara tryckt i lumpmassa till att bli tryckt i trämassa. Under detta århundrade såg flera av dagens dagstidningar sitt ljus. *Aftonbladet* (1830), *Göteborgs-Posten* (1858) och *Stockholms-tidningen* (1889) gjorde entré på tidningsmarknaden. Det tidstypiska med 1800-tals tidningar är att de hade partipolitisk profil (Hadenius, Weibull 1999, sidan 44ff).

Formatet på en svensk dagstidning i slutet av 1800-talet kunde vara en meter hög och detta format hade smeknamnet lakansformatet. Införandet av snällpressen och sättmaskinen gjorde det möjligt trycka fler sidor fast i mindre format. (Sternvik 2007, s. 22)

3.1.2 Kvällspressens intåg i Sverige.

Kvällspressen intåg i Sverige skedde under det första decenniet av 1900-talet, i övriga europeiska länder kallades denna form för tabloidpress, där tabloidpressen brukar kritiserar för sin sensationsjournalistik. Valet av detta format (fem till sex spalter) mot det vanliga formatet fullformat/broadsheet (sju till åtta spalter) berodde på att det skulle vara lätt för användaren/läsaren att läsa på tåget eller bussen. Till en början skiljde sig de svenska tabloiderna mot utländska genom att ha ett relativt stort opinionsmaterial med kultursidor, kolumnister och politiska debatter (Hadenius, Weibull 1999, s. 62-64).

Det tidstypiska för svensk kvällspress skulle enligt *Expressens* första direktör Carl-Adam Nycop vara: 1) uppseendeväckande typografisk utstyrsel, 2) stoff och rubriker som bygger på identifikation, 3) hårda och djärva bilder, 4) feature med praktiskt nyttig information, 5) krav på realism och fakta.

3.1.3 Vad påverkar det redaktionella innehållet

Efter denna korta presentation om den svenska tidningstraditionen finner jag att en stor påverkan på det redaktionella innehållet i dagstidningarna är beroende av hur stor den statliga toleransen är för det fria ordet. Med

detta menar jag att i vissa stater har de styrande så som regeringar/diktatorer en stor makt över det fria ordet och kan gå in och diktera det redaktionella innehållet. Sverige fick större tryckfrihet i och med att konungens makt reducerades samt att tryckfrihetsförordningen instiftades, denna nya lag gjorde det svårare för den svenska kungamakten att censurera det skrivna ordet.

När vi mer går in på detaljnivån och urskiljer vad som påverkade det redaktionella innehållet har ekonomiska faktorer haft en stor påverkan. Ekonomisk kris inom dagstidningsbranschen ledde till att många dagstidningar minskade sitt format från fullformat till tabloidformat. Jag finner även faktorer som tekniska framstegen inom dagstidningsbranschen i form av bland annat nya pressar som ytterligare en faktor till de förändringar som skett i det redaktionella innehållet. Till sist ser jag även journalistiska traditioner som en stor faktor i form hur text och bild framställs i dagstidningarna. Denna nya journalistiska tradition instiftades med *Expressen* och kvällspressen intåg på den svenska dagstidningsmarknaden.

Det är faktorer som ekonomi, teknik och journalistiska trender som har haft en stor påverkan på hur det redaktionella innehållet ändrats över tid, dessa faktorer kommer därmed att studeras närmre i detta masterarbete.

3.2 Dagstidningsekonomin

Som nämnts tidigare i masterarbetet har de ekonomiska faktorerna varit en stor faktor till att dagstidningarna minskat sitt format från fullformat till tabloidformat. Tidigare forskning beskriver att formatförminskningen av dagstidningarna lett till mer tabloidiserings-tendenser i dagstidningarnas redaktionella innehåll. För att få större förståelse för de faktorer som påverkat dagstidningsmarknadens ekonomi och vad som ligger bakom branschens framgångar och motgångar inleder detta kapitel med en presentation av den svenska dagstidningsmarknaden.

3.2.1 Den svenska dagstidningsmarknaden

Traditionellt brukar den svenska dagstidningsmarknaden delas upp efter dagstidningarnas utgivningsfrekvens (mått på antalet gånger dagstidningen ges ut per vecka), om utgivning sker i en storstad (Stockholm, Göteborg och Malmö) eller landsort, samt utgivningstid - morgon eller kvällspress (Hadenius, Weibull 1999, s. 78). När vi ser på utgivningsfrekven-

sen och speciellt inriktat på de år som detta masterarbete undersöker (50-, 60-, 70-, 80- och 90-talet) får vi en större överblick på hur konkurrensen såg ut under den givna tiden (tabell ett).

Tabell 1: Utgivningsfrekvens och antalet verksamma dagstidningar mellan åren 1950 till 1990 (Hadenius, Weibull 1999, sidan 79).

År	7 nr/	6 nr/	5 nr/	4 nr/	3 nr/	2 nr/	1 nr/	Totalt
	vecka	vecka	vecka	vecka	vecka	vecka	vecka	
1950	15	110	-	8	51	12	20	216
1960	13	77	-	9	40	10	28	177
1970	12	64	7	7	22	8	29	149
1980	14	65	9	6	18	9	43	164
1990	13	67	10	7	13	7	47	164

Tabell ett visar att antalet dagstidningarna minskade med 62 tidningar mellan åren 1950 (216 st) till 1990 (164 st). Dock har dagstidningar med en utgivningsfrekvens på sju till sex nr/vecka minskat med 45 tidningar under samma tidsperiod. Varför det sistnämnda belys beror på att urvalet av tidningarna för detta masterarbete är dagstidningar med en utgivningsfrekvens på sju till sex nr/vecka. Dessa siffror visar att den svenska befolkningen fått ett mindre urval av dagstidningar.

Det görs även en uppdelning mellan morgon och kvällspress bland storstadstidningarna. De dagstidningar som klassas in i kategorin kvällspress är *Aftonbladet*, *Expressen*, *GT* och *Kvällsposten*. I dagsläget finns det knappt några fysiska skillnader mellan morgon- och kvällspressen då den så kallade kvällspressen givs ut på morgonen och de flesta av morgontidningarna har ändrat sitt tidningsformat till tabloidstorlek. En stor skillnad mellan morgon- och kvällspressen är att kvällspressen säljs mest i lösnummer jämfört mot morgonpressen som sälj mest via prenumerationer (Hadenius, Weibull 1999, s. 80).

3.2.2 Upplageutveckling

Även om antalet utgivna dagstidningar minskat efter 1945 (diagram två, sidan 12), har den sammanlagda antalet utgivna dagstidningar varit någorlunda konstant fram till 1990. Efter år 1990 sker en dramatisk minskning av antalet utgivna dagstidningar per dag. Dock skiljer sig antalet utgivna dagstidningar beroende på i vilken klass tidningen tillhör (kvälls-, storstads-, eller landsortstidningar) (Hadenius, Weibull 1999, s. 82).

Kvällspressen har som helhet tappat i upplaga med en minskning på 25 procent, denna försäljningsminskning skedde mellan åren 1990 och 1998. År 1998 hade den sammanlagda tryckta upplagan av kvällspressen sjunkit med hela 70 procent jämfört med produktionen i början på 1970-talet samt att storstädernas morgontidningar hade tappat i upplaga när man kommer utanför utgivningsorten. Landsortspressen hade tappat förhållandevis lite i upplaga. Den samlade upplagan av landsortstidningar minskade på grund av att en del dagstidningar lades ner, samt att försäljningen av landsortspressen minskade utanför utgivningsområdet (Hadenius, Weibull 1999, s. 83).

Diagram 2: Den svenska dagstidningsmarknaden, från 1970 till 1998.

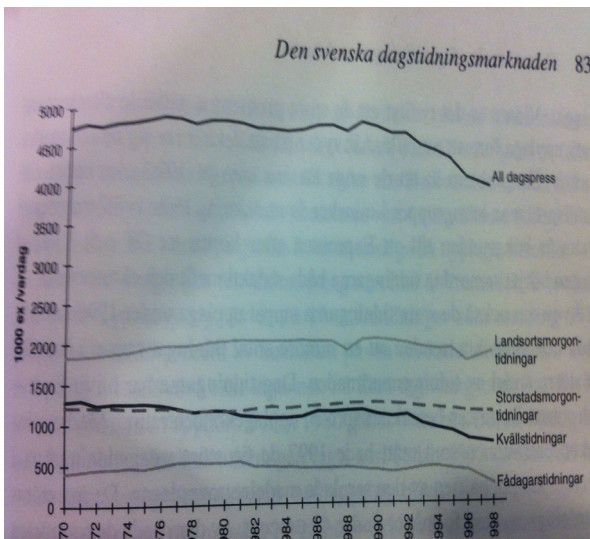


Diagram Kommentar: Dagspressen upplageutveckling 1970-1998 (x-axeln år, y-axeln 1000 ex/vardag (Hadenius, Weibull 1999, sidan 83).

Det är dock tydligt att från 1990 talet, om man tittar på diagram två, det har inträffat en minskning i upplagor hos alla typer av dagstidningar. Detta tyder på att från 1990 har dagstidningsmarknaden som helhet försvagats. Allt tyder på att branschen gick in i en strukturstress. Detta var startskottet för att dagstidningarna blev tvungna att ändra sin struktur för att överleva, många bytte därmed format från fullformat till tabloidformat. I många fall ändrades även det redaktionella innehållet till att bli mer säljvänligt, att dagstidningarna går från att rapportera om hårda nyheter till att rapportera om mjuka nyheter vilket beskrivs i ett flertal tidigare forskningsrapporter bland annat av forskarna Djupsund och Carlsson. Genom dagstidningarnas formatförminskning och den ökade tabloidiseringen i det redaktionella innehållet blir medieforskare oroliga över att samhällsinformationen till medborgarna blir sämre och i slutändan påverkar den demokratiska processen.

3.2.3 Dagstidningarnas marknadsåtgärder

Det var inte bara förändringen av format, vilket är det som är mest uppenbart för läsaren, utan dagstidningarna utförde även flera marknadsåtgärder som i sin tur kan haft större påverkan på det redaktionella innehållet än formatförändringen. För att kompensera de sjunkande försäljningssiffrorna och de allt mindre intäkter som dagstidningskrisen orsakade började fler dagstidningar under 1990-talet med lokala marknad att slå samman. Den minsta dagstidningen på lokal nivå köptes upp av det större dagstidningsen där de båda dagstidningarna fick samsas om att dela de administrativa kostnaderna, teknik samt försäljning (Hadenius, Weibull 1999, s. 85).

Orsaken till att den svenska dagstidningsmarknadsutvecklingen under 1970- och 1980-talet var så stabil berodde främst på att vissa dagstidningar var dominerande under denna tidsperiod (Hadenius, Weibull 1999, s. 85).

Sammanläggningarna av medieföretagen ledde till en ökad koncentration av dagstidningarnas ägandeskap. Ett bolag som har stärkt sin marknadsposition i Västsverige är familjen Hörne. Genom uppköp och samverkansavtal har familjen blivit helt dominerande på dagstidningsmarknaden i Västsverige med Göteborgs-Posten som sitt flaggskepp. (Carlsson, Facht 2007, s. 76)

Ägarkoncentrationen i dagspressen har sedan slutet av 1990-talet medfört att stödet till andratidningarna kommit att ifrågasättas. Kritikerna menar att stödet i praktiken har kommit att gå till den lokala förstatidningen som i flertalet fall också äger andratidningen i regionen. De som är för de ekonomiska stöden till dagstidningarna (betalas ut till andratidningarna på konkurrensorten) pekar på att första och andratidningen är redaktionellt självständiga och därmed bidra till pluralismen i den lokala opinionsbildningen. Om presstödet skulle försvinna så skulle troligtvis inte dagstidningsägarna vilja fortsätta med att producera andratidningen (Carlsson, Facht 2007, s. 79).

3.2.4 Presstöd

Det svenska presstödet etablerades i slutet av 1960 talet och det ökades relativt kraftigt under 1970-talet och minskades under 1980-talet. På 1990-talet har presstödet legat på ungefärlig samma nivå, presstödet har dock minskat i långsam takt liksom övriga stödformer. Presstödet som helhet spelar också en förhållandevis blygsam roll för den samlande tidnings-

ekonomin (Carlsson, Facht 2007, s. 79).

Varför presstödet är en viktig faktor vad gällande tabloidiseringstendenserna i det redaktionella innehållet, beror på att de konkurrerande dagstidningar på landsorten numera ofta ägs av en stark medieaktör. Om presstödet skulle tas bort skulle detta innebära att medieägarna inte längre skulle ha något ekonomiskt intresse av att bibehålla två dagstidningar på samma ort då täckningstalet (är ett mått som berättar hur stor konkurrensmöjligheter en dagstidning har på en ort) inte talar för att medieägaren skulle kunna producera två dagstidningar med ekonomisk vinst. För att kunna klara av den minskade orderingen av andratidningen har det redaktionella innehållet populariserats för att bli mer attraktivt för läsaren. Detta i sin tur har lett till att de hårda nyheterna ersätts av mjuka nyheter som anses mer säljbara och medborgarna får inte den information som är så viktig att få för att ta demokratiska beslut.

3.3 Konkurrenten mot dagstidningsmarknaden

Ytterligare en faktor som påverkar dagstidningarnas ekonomi och redaktionella innehåll är konkurrensen från andra mediemarknader. Varför det är viktigt att se över konkurrensen på mediemarknaden och dess betydelse för tabloidiseringen i dagstidningarnas redaktionella innehåll beror på att vissa av konkurrenterna har en indirekt påverkan på hur det redaktionella innehållet presenteras i dagstidningsartiklarna. De starkaste konkurrenterna mot dagstidningsmarknaden finner vi bland tidskrifter, internet och tv-marknaden.

Den första stora konkurrent som dagstidningsmarknaden ifrågasatte om att ge invånarna viktig samhällsinformation var när Sverige radio gjorde sin entré på 1920-talet och senare televisionen på 1950-talet. I diagram 3 visas de förändringar som skedde inom mediemarknaden under denna tidsperiod. En stor förändring som skedde under 1960-talet var introduktionen av offsetpressarna. Avvecklingen av partipressen skedde under 1970-talet i samband med journalistisk professionalisering. På 1980-talet fick dagstidningsbranschen konkurrens av andra medier och dagstidningsproduktionen digitaliserades allt mer. I mitten av 1990-talet introducerades begreppet "kommersiella" gratistidningar (Metro) och nättidningar (Sternvik 2007, s. 31). Det var under 1990-talet som man kan urskilja stora förändringar inom dagstidningsmarknaden och hur nya konkurrenter dyker upp som tar både annonsörer och läsare från dagstidningarna. Två exempel på denna konkurrens är datoriseringens genomslag och dagliga gratistidningar. Dagstidningsläsarna använder inte längre bara dagstidningarna som sin primära informationsinhämtning utan vänder sig till andra källor för nyhetsinformation. Denna konkurrens påverkade det redaktionella innehållet i dagstidningarna, och dagstidningarna börjar härmar andra mediers sätt att publicera nyheter.

3.3.1 Dagstidningsindustrins konkurrenter

Dagstidningsmarknadens största konkurrenter när det gäller nyhetsrapportering är radio, TV, internet, dagliga gratistidningar och andra tidskrifter.

Tidskrifter

Tidskrift är ett mångtydigt begrepp – allt från

Diagram 3: Historiska förändringar inom mediemarknaden, mellan 1960 till 2010

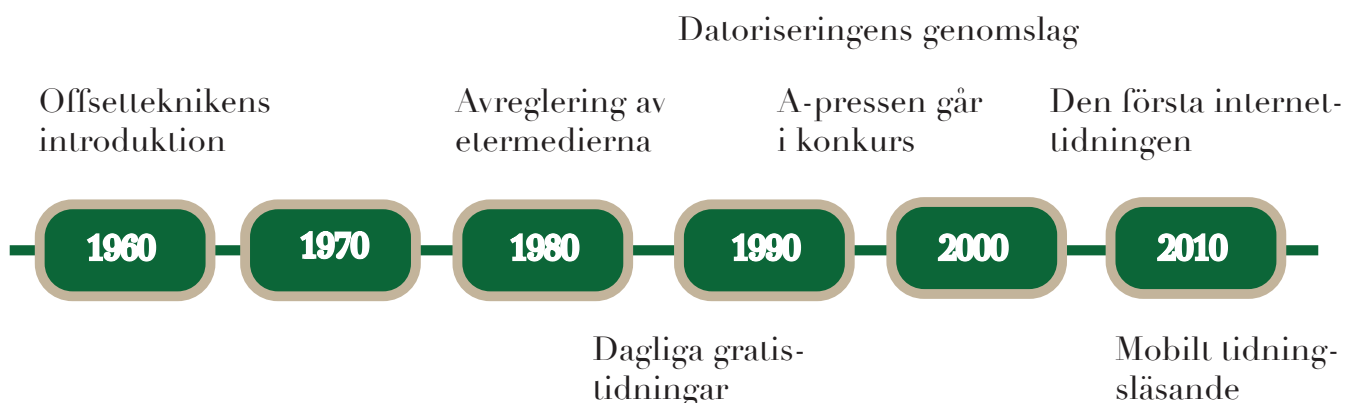


Diagram kommentar: Tidslinjen visar på ett antal förändringar i den svenska tidningsbranschen. (Sternvik 2007, sidan 31)

Tabell 2: Andel som läser tryckta medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2003 (%) (Carlsson, Facht & Hellingwerf 2004, sidan 25).

År	Tid- skrift,1	Vecko-/ månadstidning	Special-/ fack- tidning	Bok	Skön- litteratur,2	Fack- litteratur,2	Dags- tidning, 3	Morgon- tidning	Kvälls- tidning
1980		23	22	29				74	40
1986		21	26	33				75	34
1990		20	28	34				74	32
1996	49	29	28	40			81	71	28
2000	54	33	32	39	26	14	85	74	28
2003	43	31	19	35	27	7	81	73	30

Tabell kommentar: 1) En sammanslagning av vecko-/månadstidning och special-/facktidning. 2) Skönlitteratur omfattar även barn- och ungdomslitteratur; facklitteratur omfattar även kurslitteratur; läx- och lärobok. 3) En sammanslagning av morgontidning och kvällstidning.

skvallertidningar till vetenskapliga tidskrifter ingår i begreppet (Carlsson, Facht 2004, s. 3). Tidskrifterna kan antingen handla om hårda eller mjuka nyheter och sträcker sig från ekonomiska tidskrifter till skvaller och sportmagasin. Det är tidskrifterna som konkurrerar om dagstidningarnas läsare och annonsörer. I tabell två kan det utläsas att vecko-/månadstidning och special-/facktidning räknas in som tidskrifter och de är dessa tidskrifter som är stora konkurrenten till dagstidningarna. Antalet läsare som läste tidskrifter ökade från 1990-talet fram till 2000-talet, detta skedde i samma veva som dagstidningmarknaden gick in i sin strukturella kris. Det är också tydligt från tabell tre att allt färre läser dagstidningar på 2000-talet och framåt, denna nergång av antal läsare inträffar ungefär samtidigt som de första internettidningarna publiceras.

Internet

Det visar sig dock att generella mönstret av nätanvändning, med ett fåtal undantag är att det finns ett positivt samband mellan internet och läsning av andra medier som morgonpress, kvällstidningar och tidskrifter, men inte vecko- och månadstidningar. Sambandet mellan nätanvändningen och andra medier beror på ett innehålls- och intressefaktor. Det är medier som konventionellt betraktas som informativa som har ett högre samband med nätanvändning. Detta hänger samman med att internet framför allt är ett informations-sökningsmedie (Carlsson, Facht 2004, s. 25). Att individer läser dagstidningen över internet är en faktor som först blir markant under 2000-talet och därmed en faktor som inte kommer att behandlas för detta masterarbete. Dock sökte sig individer till internet för att söka information i större skala på 1990-talet och därmed kan det vara möjligt att se en viss förändring i det redaktionella innehållet i dagstidningarna som kan härledas till internetns framväxt.

TV & Radio

TV och radio är medierna som förändrade journalistiken i dagstidningarna. Det var etermedierna förtjänst som tvingade dagstidningarna till att ändra på dåvarande journalistik och la grunden för det nya journalistiken. (Sternvik 2007, s. 39). Det nya journalistiska sättet att skriva och framföra texter ändrades från att rapportera (spegla samhället) till att undersöka (berättande reportage) och kritiskt granska samhället (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s.13).

Det stora TV-genombrottet kom år 1956, detta genombrott kan härledas till ett beslut från riksdagen om en utbyggnad av televisionen i landet. 1957 övergick radiotjänsten till Sveriges Radio AB (Hadenius, Weibull 1999, s. 180). 1960 fanns det cirka 800 000 TV-apparater i Sverige, året därpå flyttade radio programmet

Diagram 4: Antalet svenska tv-licenser från 1950 till 1990.

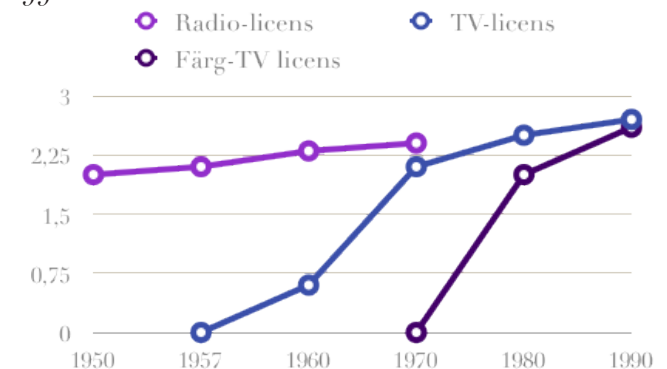


Diagram kommentar: Anm: Fr o m 1971 ingår radio i mottagaravgiften för TV. Fr o m 1978 avskaffades den särskilda radiolicensen och från och med 1990 avskaffades också Färg-TV-tillägget (Hadenius, Weibull 1999, sidan 170).

“Hylands hörna” till TV-mediet och antalet apparater ökade till 1,5 miljoner (Hadenius, Weibull 1999, s. 180).

Hur många hushåll som köpte radio och TV-apparater kan även mätas genom antalet tv-licenser som existerade (diagram 4). Det var inte konstigt med det genomslag som TV-mediet fick att TV-journalistiken även påverkade dagstidningarnas redaktionella innehåll. Tack vare TV-mediet stora påverkan på det journalistiska arbetet borde inte enbart journalistiks förändringar infinna sig i *Aftonbladet* utan även i *Jönköpings-Posten*.

3.3.2 Medieförtroende

Att dagstidningarnas redaktionella innehåll påverkas av andra medier skulle i grund och botten inte ha haft en stor betydelse om inte invånarna hade något medieförtroende för medierna.

Lennart Weibull tar just fasta på detta i tabell tre då han presenterar en studie som visar hur medieförtroendet var bland det svenska folket år 2006. Tabellen visar att förtroendet för SVT (Sveriges television) och SR (Sveriges radio) är stort där de lokala dagstidningarna kommer tätt efter. Att kvällspressen och nyheter på Internet har så dåligt förtroende är beroende av att individer har större förtroende för de medier med nyhets och informationsprofil och sämre förtroende för medier som inriktar sig mot bland annat underhållning och musik. Flera andra studier säger detsamma bland annat från Annet Nilsson et. al. att ju större förväntan på nyheter och samhällsorienterat innehåll desto högre är förtroende för mediet. (Weibull 2007, s.381)

Detta bör innebära ju mer tabloidiseringstendenser i dagstidningarnas redaktionella innehåll desto mindre förtroende har läsarna för dagstidningen.

3.4 Tekniken i dagspressen

Teknikens framsteg inom mediemarknaden har inneburit en stor förändring av tidningsprodukten där formatförändringen av dagstidningarna bara är en av flertalet förändringar

som dagstidningarna genomförde. Ett ytterligare exempel på de tekniska förändringar som dagstidningar utförde var förbättringen av kvalitén på dagstidningspappret. Bra papperskvalitet innebär bättre tryckkvalité som i sin tur lett till att bilder blivit en självklarhet i nutidens dagstidningar (Sternvik 2007, s. 38). Tryckkvalitén har lett till en ökning av antalet bilder och hur stora dess bilder kan var. Detta är i sin tur ett signum för mjuka nyheter och är ännu ett tecken på tabloidiseringstendenser som dagstidningarna genomfört.

Från mitten av 1900-talet har den tekniska utvecklingen inom dagspressen och medievärlden utvecklats i snabb takt. De mest betydelsefulla tekniska genombrotten för dagspressen bör vara framstegen inom tryckförfarandet där införandet av offsetpressar samt alla de möjligheter som datoriseringen inneburit för produktion och framställning.

3.4.1 Offsetpressen

Införandet av offsetpressen kom i slutet av 1960-talet och förändrade dagstidningsproduktionen. Offsetpressarna gav betydligt bättre kvalitet än de gamla högtryckspressarna. Den största fördelen med offsetpressen var att investeringskostnaden endast var en tredjedel av kostnaden för högtryckspressen. Till en början var motståndet skarpt mot att införa offsetpressen. Branschfolk hävdade att det inte var så stor ekonomisk skillnad mellan offsetpressen och högtryckspressen, de använde även argument som sa att den nya pressmetoden och den bättre tryckkvalitén inte medförde extra annonsörer och att man inte kunde räkna med att läsarna skulle sluta upp kring dagstidningarna med den nya tekniken. Dock visade det sig att de dagstidningar som köpte den nya pressen stärkte sin ställning gentemot andra dagstidningar på samma ort. (Sternvik 2007, s. 41)

Förändringarna för de dagstidningar som införde den nya pressen innebar framförallt en stor förändring av dagstidningsproduktionen. Kvalitén på trycket blev betydligt bättre och

Tabell 3: Medieförtroendet i Sverige år 2006 (Weibull 2007, s.380)

	Mycket stort	Ganska stort	Varken eller	Ganska litet	Mycket litet	Tar ej del av mediet	Summa procent	Balansmätt
Sveriges Television	24	49	19	2	2	3	99	+69
Lokal morgontidning	22	43	21	3	1	10	100	+61
SRs nationella kanaler	26	36	18	3	2	15	100	+57
SRs lokala kanaler	21	40	22	2	2	13	100	+57
Sthlms morgontidningar	12	19	17	3	4	45	100	+24
Nyheter på Internet	5	24	30	4	5	32	100	+20
Kvällstidningar	5	15	30	22	15	13	100	-17

detta ledde till att man kunde trycka större bilder med färg. Detta ledde i sin tur att förhållandet mellan bild och text förändrades, bilden fick en större betydelse än texten. Detta betydde att bildens storlek tog överhand och fick större utrymme än texten. (Sternvik 2007, s. 41)

Datorteknikens stora genombrott skedd under 1980-talet i dagspressen. Det tog ett bra tag innan läsarna kunde uppfatta förändringen som berodde på datoriseringen av dagstidningarna. Dock skedde det större förändringar på redaktionell nivå. Personalen började använda sig av den nya datortekniken för att skriva text samt redigera text och layout. Detta innebar att redaktionen tog över ansvaret att formge dagstidningssidans layout, en arbetsuppgift som förr gjordes av sättern. Detta gav stora kostnadsbesparingar då dagstidningarna gjorde sig av med en hel yrkeskår. För redaktionen innebar datoriseringen även att man kunde göra helintegrerade dagstidningar (redaktion och annonsavdelningen arbetade med samma system och en rad arbetsmoment kunde tas bort). Datoriseringen gav även effekt på dagstidningsmiljön, redaktion, tryckeri och administration behövde inte längre ligga under samma tak utan kunde vara utspridda över staden eller landet. (Sternvik 2007, s. 41)

3.5 Journalistikens utveckling

Forskarna Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull delar in TV-journalistiken i fyra faser från åren 1925 tills 1995 (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 13). Boken beskriver aktualitetsjournalistiken för radio och TV men passar även enligt min egen åsikt väl in för dagstidningarnas journalistik då perioderna mer speglar det tankesätt som fanns under respektive tidsperiod hos medierna. Aktualitetsjournalistiken avser hur sociala, ekonomiska och politiska händelser och företeelser i vår omvärld beskrivs, debatteras och kommenteras (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 12). De olika tidsperioderna speglar även sättet att se på hur journalistiken borde utövas. Detta med tonvikt på journalistikens samhällsuppgifter: vem är journalistikens uppdragsgivare och vilka avvägande borde göras mellan samhällsintresse och publikintresse (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 14). Den indelning som Djerf-Pierre och Weibull gör av TV-journalistiken är följande: upplysningen, speglingen, granskning och tolkning.

3.5.1 Upplysningen

Under denna tidsperiod skulle journalistiken främst vara ett samhällsinstrument i folkupp-

lysningens tjänst. Journalistiken skulle uppmuntra invånarna till lämpliga levnadsvanor samt höja kultur- och bildningsnivån (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 14). Denna tidsperiod är av mindre betydelse för detta masterarbete då fokuset ligger mellan tidsperioderna 1950 till 1990. Dock bör upplysningen nämnas som bakgrundsinformation då upplysningen i sin tur påverkade journalistiken i de övriga tidsperioderna.

3.5.2 Speglingen

Denna tidsperiod skiljer sig från upplysningsperioden genom att journalistiken främst vara ett samhällsinstrument blev mindre framträdande. Journalistikens mål blev istället att spegla verkligheten "som den var" utan moraliska pekpinor samt att mer skildra ämnen som intresserade allmänheten (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 14).

Det var även under denna tidsperiod som dagspressen fick konkurrens av kvällspressen. Kvällspressen med *Expressen* i framkant satade på journalistik som var präglad av populärjournalistik med sensations och drama som viktiga ingredienser (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 14).

3.5.3 Granskning

Under denna tidsperiod blev journalistiken mer självständig, det räckte inte bra med att spegla händelsen eller sakfrågan. Journalistikens uppgift blev att kritiskt granska makthavarna genom att rapportera om maktmissbruk, sociala missförhållanden samt orättvisor avslöjas (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 14).

3.5.4 Tolkning

Nu har journalistiken ambitioner att tolka verkligheten för allmänheten och att fungera som dess ombud mot omvärlden. Man kan även se att journalistiken har ökat i form av publikorientering samt att innehållet och uttrycksformer har populariserats (Djerf-Pierre, Weibull 2001, s. 14).

Beskrivningen över dessa tidsperioder passar väl in för att studera om det journalistiska arbetet i dagstidningarna förändrats och fått ett mer tabloidiseingsartat uttryck. Ett tecken på att journalistiken fått ett mer tabloidiseringsartat uttryck är att journalistiken gått från att vara mer rapporterande och granskande som symboliserar hårda nyheter till att bli mer populariserat under tolkningstiden som motsvara sättet att skriva mjuka nyheter.

4. TEORI

4.1 Definition

Ett stort problem i forskningen om tabloidisering är att forskare inte har en allmän diskurs vad tabloidisering innebär:

‘Even if the row is only about the fact of change, rather than its substance, we still need to know what those changes actually are, and in order to do that we must have at least a working definition.’ (Sparks 2000, s.10)

Collin Sparks försöker med denna argumentation att skapa en gemensam och godtagbar definition av ordet tabloid. För att verkligen definierar vad ordet tabloid innebär måste man enligt Collin Sparks först förstå innebörden av ordet “tabloid”. Collin Sparks ställer frågan om det är storleken, utseendet eller det redaktionella innehållet i en dagstidning som definierar begreppet tabloid? Sparks menar på att storleken och utseendet har en viss betydelse för vad som definierar en tabloid men nämner även att alla dagstidningar av en viss storlek och utseende inte kan klassas in som en seriös dagstidning (dagstidning som fokuserar mer på hårda nyheter än mjuka nyheter) eller tabloid tidning (Sparks 2000, s.10).

För att definiera vad tabloidisering innebär utgår detta masterarbete från definitionen som forskaren Howard Kurtz utvecklade. Definitionen om tabloidiseringen grundar sig från Howard Kurtz kategorisering av den Amerikanska pressen. Howard Kurtz definierar tabloidiseringen på följande vis (Esser 1999, s. 293-294):

- 1) En genomsnittlig degradering av den journalistiska standarden.
- 2) En minskning av hårda nyheter som politik och ekonomi, samt ökning av mjuka nyheter som skandaler, sensationsnyheter och nöjesreportage.
- 3) En förändring i mediernas rapportering om politiska beslutsfattare och politiska beslut.

För att utvärdera tabloidiseringens effekt på dagstidningarnas redaktionella innehåll bör man även tänka på följande.

- 1) Tabloidiseringen sker under en lång tid och bör därför undersökas långsiktigt.
- 2) Tabloidiseringen innebär även en föränd-

ring i frågan, vart ligger nyhetsvärdet? Det innebär en underminering av kvalitetspressen som går emot tabloidpressen upplägg och formatet i de skrivna artiklarna.

3) Tabloidiseringen är ingen unison process som ser likadan ut i alla länder utan är starkt förknippad med de historiska och kulturella aspekterna i vardera land. Det blir därför svårt att direkt överföra effekterna från andra länders studier till sitt eget lands tidningssfär. Därför är det viktigt enligt min åsikt att forska om tabloidiseringens effekter i varje land för att forska hur landets dagstidningar påverkas av tabloidiseringens effekter.

4) Tabloidiseringen är ett vagt koncept och bör studeras med multipla metoder. Eftersom det råder en viss oenighet kring vad begreppet betyder i den akademiska världen bör forskning ske med multipla metoder för att mildra de analytiska problem som kan uppstå under och efter forskningens gång.

Flera forskare gör samma teoriindelning av tabloidisering som Howard Kurtz men väljer andra begreppsdefinitioner som till exempel forskaren Kees Brants. Det begrepp som Kees Brants införde var infotainment och syftar till att definiera innehåll av information och/eller underhållsmässig karaktär med respekt för tidningars topics, format och styles (Blumler 1999, s. 242). Dessa begrepp är detsamma som McLachlan and Golding definition range (ämne), form (form) och style (offentlighet), fast Kees Brants använder andra ord (McLachlan och Golding begrepp definieras längre fram i arbetet).

Det finns med andra ord flertalet olika begreppsdefinitioner av tabloidisering. Det gemensamma med flertalet av definitionerna kan man se i Howard Kurtz definition om tabloidisering. Den definition av tabloidisering som detta masterarbete använder är en fortsättning på Howard Kurtz forskning och är utförd av forskarna Shelly McLachlan och Peter Golding (2000). De definierar tabloidiseringen i tre kategorier: ämne, form och offentlighet (formerna beskrivs mer nedanför). Denna definition finner vi i stort sätt genomgående i någon form i all forskningen om tabloidiseringen.

4.2 Ämne

Denna kategori delas i sin tur in i tre underkategorier: hårda & mjuka nyheter, aktualitet och samhälls- eller personliga konsekvenser. I underkategorin hårda och mjuka nyheter studeras vad dagstidningsartiklarna behandlar (sport, ekonomi, politik, skvaller o.s.v.). I underkategorin aktualitet studeras hur långt det dröjer från att händelsens ägt rum tills det att dagstidningarna rapporterar om händelsen. Tillslut i underkategorin samhälls- eller personliga konsekvenser studeras vart dagstidningsartikeln journalistiska fokus ligger.

4.2.1 Hård mot Mjuka nyheter.

Forskarna Peter Golding och Shelly McLachlan antyder i sin forskning att det har blivit allt färre hårda nyheter och större koncentration av mjuka nyheter i engelsk press. Vidare ser de två forskarna en skillnad mellan tabloidformat och fullformat. (Golding & McLachlan 2000, s. 75-90)

I över 30 år har forskare diskuterat vad som skall definieras inom hårda och mjuka nyheter. Än så länge så har detta arbete nämnt hårda nyheter som politiska, ekonomiska och samhällsviktiga nyheter. De mjuka nyheterna har än så länge klassats in som sport, skvaller och nöjesnyheter. (Uribe, Gunter. 2004. s 389-390)

Hur nyheterna klassas in som hårda eller mjuka nyheter har ofta en anknytning till en normativ elitistisk uppfattning om vad som är viktiga nyheter för ett demokratiskt samhället (Legnate et.al 2011, s. 222).

Även om forskare och akademiker i världen har en djup kunskap i tabloidiseringens effekter så är medieforskarna långt ifrån att nå konsensus kring hur mjuka och hårda nyheter skall definieras, varför detta är ett problem förklaras enligt följande (Legnate et.al 2011, s. 222-):

- 1) Det finns ingen konsensus i den akademiska litteraturen vad definitionen är för hårda och mjuka nyheter.
- 2) Olikheterna i definitionerna är fundamentala och kan inte åsidosättas.
- 3) I de flesta studier används inte hårda och mjuka nyheter till att beskriva enskilda nyhetsartiklar utan beskriver en sammanfattning av karakteristiska drag i nyheter.
- 4) Forskare med stor kunskap om hårda och mjuka nyheter skiljer sig i de kombinationer

och dimensioner som används.

5) Forskare har en tendens att fastna i en endimensionell tankesätt även om de försöker att använda sig av flera dimensioner i sina försök att klassificera nyheter.

För att visa på några exempel om hur olika definitionerna kan vara av hårda och mjuka nyheter kommer två citat att nämnas, den första är av forskarna Pamela J. Shoemaker and Akiba A. Cohen (2006):

‘Hard news items are urgent occurrences that have to be reported right away because they become obsolete very quickly: These items are truly ‘new’ (...). Soft news items (...) are usually based on nonscheduled events. The reporter or media organization is under no pressure to publish the news at a certain date or time – soft news stories need not be ‘timely’ (Legnate et.al 2011, s. 225f).

Den andra definitionen kommer från Thomas E. Patterson:

‘Hard news refers to coverage of breaking events involving top leaders, major issues, or significant disruptions in the routines of daily life, such as an earthquake or airline disaster. Information about these events is presumably important to citizens’ ability to understand and respond to the world of public affairs (...). Soft news (...) has been described (...) as news that typically is more personality-centered, less time-bound, more practical, and more incident-based than other news (...). Finally, soft news has been described as a change in the vocabulary of news. The news is said to have become more personal and familiar in its form of presentation and less distant and institutional’ (Legnate et.al 2011, s. 224f).

Gudio Legnate et.al fortsätter med att definierar hårda och mjuka nyheter som topic/event (nyhet), news production (aktualitet), news focus(konsekvens), news style (nyhets stil) och news reception (nyhetsmottagande)(Legnate et.al 2011, s. 225f):

Nyhet

Beroende på artikelns nyhet klassas artikeln in som hård eller mjuk nyhet. Vanligtvis anses nyheter med utrikes- samt inrikespolitik, ekonomi eller nyheter om finansiell karaktär som hårda nyheter. Nyheter med sport, kändisar, kungligheter, brott, skandaler och service reportage ses som mjuka nyheter.

Aktualitet

Här behandlas karakteristiska drag från tidningsproduktionen. Som exempel karakteriserar hårda nyheter som brådskande nyheter. Hur artikeln karakteriserar beror på

tidsaspekten, det vill säga hur lång tid det tar innan nyheten kan läsas från det att händelsen ägt rum.

Konsekvenser

Här tittar man närmre på de konsekvenser som nyheten har. Hårda nyheter har en tematisk inramning, med fokus på konsekvenser för samhället i stort. De mjuka nyheterna har en mer tillfällig inramning, med fokus på personliga konsekvenser.

Nyhetsstil

Denna fråga adresserar inte det som rapporteras utan snarare hur artikeln presenteras. Text som baseras på fakta anses som hårda nyheter. Däremot betraktas en personlig och visuell presentation som mjuka nyheter. Området som behandlar nyhetsstil är den samma som definitionen av form och kommer granskas under detta segment.

Nyhetsmottagande

Under denna kategori tittar forskare närmre på effekterna kring de som läser dagstidningarna. Mjuka nyheter beskrivs som mer underhållande, intressanta eller personligt användbara. Hårda nyheter ses som mer viktiga och vanligtvis mer intressanta för män än kvinnor, samt för personer som vill förstå samhällsviktiga frågor. Denna punkt faller tyvärr utanför masterarbetets ramar då den metod som används för masterarbete inte kan behandla denna punkt.

Sammanfattningsvis kommer detta masterarbetet att använda sig av nyhet, aktualitet och konsekvens för att definiera ämne. Att dessa definitioner används beror på att en studie enbart grundad på definitionen nyhet skulle bli allt för platt och sakna det djup man får när man även studerar definitionerna aktualitet och konsekvens. Varför inte definitionen nyhetsstil används beror på att definitionen nyhetsstil är väldigt likt definitionen av form och placeras därför under denna definition. Definitionen nyhetsmottagande faller också bort då detta masterarbete inte har studerat hur nyheter tas emot av kvinnor respektive män.

4.3 Form

Inom form försöker forskare studera hur det grafiska utrymmet ökar (bildmaterial, rubriker, tabeller, illustrationer m.m.) och hur journalistiken ändras från att rapporter om händelser till att beskriva kändisars privatliv etc. Skillnader i det redaktionella innehållet ligger i hur dagstidningarna skiljer sig mellan de regler och procedurer som nyheter identifieras, hittas, urskiljs och hur nyheterna presenteras antingen med text eller grafik.

4.3.1 Text

Ian Connell (1998) är en av forskarna som studerat hur nyheterna presenteras. Detta genom att han studerade hur den språkliga formen förändrade dagstidningarnas reportage.

Ser man på effekterna på text och innehåll i dagstidningarna har artiklarna gått från att ha en rationalistisk diskurs till att få en sensationalistisk diskurs. Ian Connell menar att dagstidningarna har gått från att rapportera till att berätta (narrative). Både akademiker och professionella journalister anser att dagens nyhetsjournalistik är en "berättelse" med "karaktärer" som berättar en historia snarare än att rapportera om den unika händelsen (Connell 1998, s. 12).

I vissa fall har även den orienterade journalistiken givit vika och blivit ersatt av procedurjournalistik. Den orienterade journalistikens uppgift är att ge läsarna en bakgrundshistoria, att kommentera, förklara och argumentera om en händelse. Procedurjournalistiken kan beskrivas som en bruksanvisningsjournalistik eller hur/vad skall jag göra journalistik. (Connell 1988, s. 13)

I likhet med det narrativa journalistiken (tolkningen av en berättelse och hur journalisten skildrar en historia) finner vi även konversationsjournalistik (journalisten har en konversation med läsaren). På senare tid har det enligt Connell blivit vanligt inom den narrativa och konversationsjournalistiken att språkbruket blivit folkligt så att texten inte uppfattas som byråkratiskt och stelt. Han skriver:

'Use the language of everyday speech, not that of spokesmen, lawyers or bureaucrats' (Connell 1998, s. 13)

Vidare har denna trend enligt författaren blivit populärt att användas i dokument från statliga organisationer, samt mellan professionella och deras klienter. Detta har i sin tur lett till att dagstidningarna gått från att ha en expert som referens för dagstidningsartikeln till att ha en individ som upplevt händelsen/situationen

som referens (Connell 1998, s. 13).

4.3.2 Grafik

Flera forskare har visat att antalet bilder har ökat i dagstidningarna, samt att bilderna tar allt större utrymme av tidningssidan, och detta är en av orsakerna till den ökade tabloidiseringstendenserna i det redaktionella innehållet hos de svenska dagstidningarna (Djupsund och Carlsson 1998, s.106) Det finns ett ordspråk i Sverige som säger "en bild säger mer än tusen ord", blir inte frågan då istället om bildmaterialet tillför nyheten en större förståelse för innehållet i artikeln eller är bilden där bara som kuriosas och utfyllnad.

Tidigare forskning som har gjorts med grafiken som inriktning finner vi forskning av Djupsund & Carlsson där de studerade tabloidiseringstendenserna i framför allt svenska och finska dagstidningar. De båda forskarna studerade bland annat bildfrekvensen på framsidan av dagstidningar. Resultatet av forskning tyder på att bildmaterialet har stadigt ökat och består i dagsläget upp till 50 procent av framsidan, samtidigt har texten fått stryka på bakfoten (Djupsund & Carlson 1998, s.106).

I sin studie kom Djupsund och Carlsson fram till följande angående bildmaterialet och dess förhållande till hårda och mjuka nyheter.

'Furthermore, the photographs have developed in many aesthetic and interest arousing ways. It is selfevidently hard to produce pictures of this kind with a "hard news" theme. This can partly explain why the pictures relating to "hard news" occur so seldom, especially as the main picture on the front pages.'
(Djupsund & Carlson, sidan 110)

Det är inte bara Djupsund och Carlsson som kommit fram till denna slutsats. År 2010 gjorde branschtidningen Journalisten en studie om bildens ökade utrymme i fem dagstidningar där bland annat *Aftonbladet* var inräknat. Resultatet av branschtidningen Journalisten undersökning tyder på att bildernas utrymme år 2010 tar upp större delen av sidorna (ca. 52%). Slutsatsen som Göran Djupsund, Tom Carlsson, Josefin Sternvik samt Paul Frigyes pekar på är att på senare år har grafiken (bilder och rubriker) fått större utrymme av dagstidningssidan än det språkliga innehållet (Frigyes 2010, s. 4-10). Även flertalet akademiska studier visar på det övre sagda resultat, en av dessa studier är gjord av Lina Bergling och Emelie Isacson.

4.4 Offentlighet

Den eventuella ökningen av personifieringen i dagstidningsartiklarna är vad kategorin offentlighet handlar om. Till exempel har det skett en förändring i mediernas rapportering om politiska beslutsfattare där dagstidningsartiklarna beskriver de politiska beslutsfattarna mer på ett personligt plan jämfört mot tidigare.

Exemplet ovan tas upp för att tidigare forskning på området kring tabloidisering visar att journalistiken i dagens dagstidningsartiklar porträtter de offentliga personerna som politiker, tjänstemän m.m, mer på ett personligt plan än tidigare. Detta kan leda till att väsentlig information får mindre utrymme till förmån för det privata. Med andra ord handlar dagens dagstidningsartiklar enligt forskningen inte om samhällsproblem utan om personen som försöker bemästra samhällsproblemen.

Dimensionen offentlighet kan studeras från två perspektiv:

- 1) Om fokus ligger på individnivå och om aktören framställs som privatpersoner eller offentliga personer, eller
- 2) Om fokus ligger på samhällsproblem (nyheter som fokuserar sig på samhället och problem som kan uppstå i ett samhället) eller privata problem.

Den seriösa journalistiken står för hög koncentration av allmäninformation och högt innehåll av politiska och ekonomiska nyheter. I kontrast står tabloidtidningar för hög koncentration av den privata nyhetsrapporteringen och hög grad av sport, skandaler och underhållning. (Sparks 2000, s. 12)

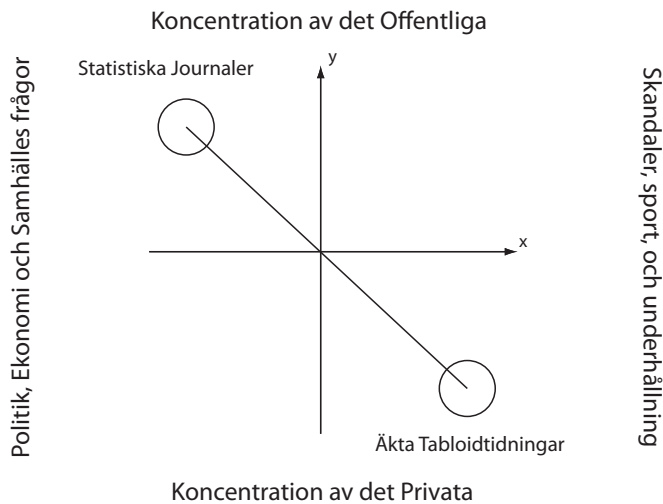
4.4.1 Seriösa dagstidningar vs tabloidtidningar.

För att studera var dagstidningarna ligger på skalan mellan seriösa och tabloidtidningar har forskaren Collin Spark gjort ett diagram i två dimensioner som kombinerar style (hårda och mjuka nyheter) med range (offentlighet) ("The two axes of journalism", diagram fyra). Klassificering som Collin Spark gör av vilka tidningstyper som finns är uppbyggd kring forskningsresultat av den engelska dagstidningsmarknaden och därför kan inte resultatet och slutsatserna jämföras till 100 procent på den svenska dagstidningsmarknaden. Det blir därför viktigt att forska på vart den svenska dagstidningsmarknaden ligger i förhållandet mellan seriösa dagstidningar och tabloidtid-

ningar med hjälp av Collin Sparks klassificering.

Enligt forskaren Collin Sparks (2000) kan man klassificera hur stort genomslag tabloidiseringen har fått i dagens medier genom att sätta in dem i ett diagram med två dimensioner (diagram fem). Den ena dimensionen representerar om nyheten är hård eller mjuk nyhet. Den andra dimensionen representerar offentligheten.

Diagram 5: "The two axes of journalism", skillnader mellan det offentliga och privata.



4.4.2 Fem dagstidningstyper

Om man placerade in de svenska dagstidningar i "the two axes of journalism" skulle man finna att dagstidningarna inte enbart kan klassas in under kategorierna seriösa dagstidningar och tabloidtidningar utan man skulle även finna kategorier där i mellan. Enligt Sparks finns det fem typer av dagstidningar: The serious press, the semiserious press, the serious-popular press, the newsstand tabloid press and the super market press. (Sparks 2000, s. 13-15)

Även om dessa kategorier av dagstidningar skildrar den engelska dagstidningsmarknaden är denna klassificering bra att ha som en grundmall för att kunna placera in dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* då jag inte funnit något liknande diagram för svenska dagstidningar.

Att klassificera en dagstidning i någon av de fem dagstidnings kategorierna som Collin Sparks nämner (diagram sex) kan vara svårt att utrona då de mest seriösa dagstidningarna rapporterar i någon form om sport och underhållning. Som de seriösa dagstidningarna kan även tabloidtidningarna rapportera om politik och ekonomi. Därmed menar Collin Sparks att det inte finns några tydliga gränser som

Diagram 6: Dagstidningsdefinition.

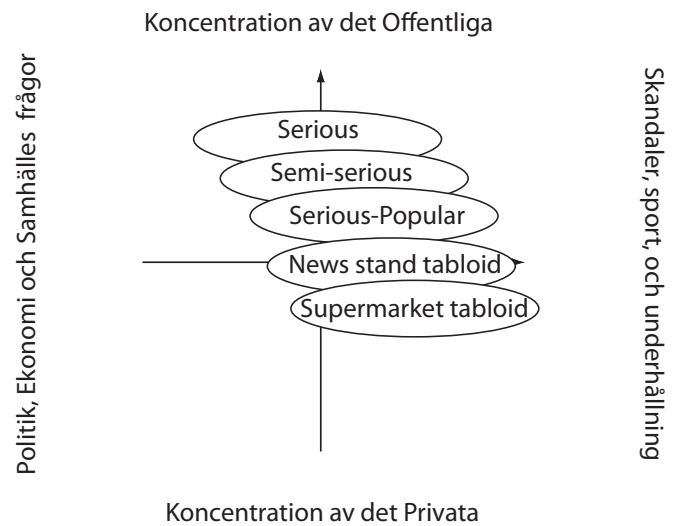


Diagram kommentar: Fem tidningstyper i "two axes of journalism" serious, semi-serious, Serious popular, news stand tabloid och supermarket tabloid.

skiljer tidningarna åt (Sparks 2000, s. 16).

Genom att använda sig av "two axes of journalism" bör man kunna klassificera vilken tidningstyp som dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* tillhör enligt Collin Sparks indelning. Denna indelning blir lättare om man studerar ett större antal nyhetsartiklar istället för enskilda artiklar. Med flera nedslag under ett antal årsperioder bör man kunna utläsa om dagstidningarna får mer tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet över tid.

4.5 Ämne, form och offentlighet

Att använda sig av kategorierna ämne, form och offentlighet i masterarbetet hjälper mig som forskare att få överblick om det redaktionella innehållet har förändrats över tid i dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* och om det finns olikheter mellan dagstidningarna. Kategorierna ämne, form och offentlighet stödjer sig på teorier som gör det lättare för mig som forskare att se eventuella skillnader i det redaktionella mellan dagstidningarna samt om och när ändringar i det redaktionella innehållet började ske.

Om man skall se till tidigare forskning så skall *Jönköpings-Posten* vara den dagstidning som har mer hårda nyheter, har mindre grafik och koncentrerar sig mer på textinnehållet samt skall rapportera mer om det offentliga än det privata. I *Aftonbladet* borde man där med finna mer mjuka nyheter, mer grafik än textinnehåll samt mer av det privata än det offentliga. Om man ser på tidigare forskning och använder sig av "The two way of journalism" bör resul-

tatet visa på att man finner *Jönköpings-Posten* i det i det övre vänstra hörnet och *Aftonbladet* bör i sin tur infinna sig i det nedersta högra hörnet. Med dessa särdrag representerar dagstidningarna *Jönköpings-Posten* och *Aftonbladet* på ytterligheter i skalan av "The two axes of Journalism" för den svenska dagstidningsmarknaden.

5. SYFTE & FRÅGESTÄLLNINGAR

Storstadstidningen *Aftonbladet* är en kvällstidning i tabloidformat. *Aftonbladet* är även rikstäckande i sin täckningsspridning. I kontrast står landsortstidningen *Jönköpings-Posten* med lokal täckningsspridning och är tryckt i fullformat samt klassas in som en morgontidning i dagspressen. Med dessa särdrag representerar de två dagstidningarna varandras ytterligheter i Collin Sparks diagram "Two axes of Journalism" för den svenska dagstidningsmarknaden, där *Jönköpings-Posten* är den dagstidning som anses vara mer seriös än *Aftonbladet*.

Masterarbetets hypotes är att *Jönköpings-Posten* skall vara den mer seriösa dagstidningen (Har mer hårda nyheter än mjuka samt rapporterar mer om det offentliga än det privata) av de två dagstidningarna. Detta baseras på tidigare forskning (Sternvik 2007, Djupsund & Carlsson 1998, Bergling & Isacson 2012) som visar att fullformatsdagstidningar tenderar att rapportera mer om hårda nyheter än mjuka jämfört med tabloidtidningar. Om hypotesen stämmer överens med verkligheten borde det vara lättare att se eventuella tabloidiseringstendenser i nyhetsartiklarna i *Aftonbladet* jämfört mot *Jönköpings-Posten*.

Eftersom det redan finns studier och forskning kring formatförminskningens (dagstidningarnas storleksordning från fullformat till tabloidformat) effekter på det redaktionella innehållet i svenska dagstidningar fokuserar detta masterarbete på en historisk tillbakablick över tabloidiseringens eventuella utbredning från 50 till 90-talet. Det studeras även om det finns en reella skillnad i frågan om tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet mellan en tabloidtidning (*Aftonbladet*) och en seriös tidning (*Jönköpings-Posten*). Med dessa argument är masterarbete huvudsyfte som följande.

5.1 Huvudsyfte

Att undersöka tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet som existerar i dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* nyhetsartiklar mellan 1950-talet till 1990-talet.

5.1.1 Frågeställningar

För att få en större överblick i huruvida tabloidiseringstendenserna påverkar det redaktionella innehållet med fokus på nyhetsartiklar i dagstidningarna *Jönköpings-Posten* och *Aftonbladet* har huvudsyftet delats in i tre kategorier, Ämne, Form och Offentlighet.

Ämne - Hur har det redaktionella innehållet i form av hårda respektive mjuka nyheter ändrats över tid?

Form - Ges det skrivna ordet mindre utrymme till förmån för grafik? Med andra ord får läsarna mindre skriven information till förmån för visuella effekter?

Offentlighet - Har det redaktionella innehållet ändrats och givit det privata större utrymme till bekostnad av det offentliga, till exempel rapportera dagstidningar oftare de offentliga personerna som privata personer i dagsläget jämfört mot förr?

6. MASTERARBETETS DESIGN

6.1 Empirisk utgångspunkt

Valet vilken empiriska utgångspunkt som skall användas för masterarbete/studien är starkt förknippad med huvudsyftet och frågeställningarnas utformning. Detta masterarbete har sitt fokus på huruvida tabloidiseringstendenserna i nyhetsartiklar i dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* förändras mellan 1950- till 1990-talet. Det samlade undersökningsmaterialet består av 1767 stycken artiklar och då det undersökta material skall bedömas likvärdigt blir en kvantitativ innehållsanalys mest lämplig att använda sig av för detta masterarbete.

6.1.1 Kvantitativ innehållsanalys

Den kvantitativa metod som detta masterarbete använder är innehållsanalys och är starkt förknippat med den kvantitativa metoden. Innehållsanalys är ett användbart verktyg när man vill ha svar på frågor om förekomst samt frekvensen av olika variabler i ett material. Med hjälp av kvantitativ- innehållsanalys kan forskare få svar på hur frekvent vissa variabler förekommer samt hur stort utrymme variablerna får över tid. (Esaïasson et al. 2003, s 219)

För att komma fram till variablernas frekvens och utrymme används ett kodschema där samtliga variabler finns förtecknade (bilaga ett). Den information som utvinns av kodschemat görs om till sifferuppgifter som sätts in i tabeller som senare analyseras (Esaïasson et al. 2003, s. 223).

Kvantitativ innehållsanalys används flitigt av samhällsvetare där medieforskning ingår. Med andra ord finns det redan en tradition inom institutionen (JMG) att använda sig av innehållsanalys. Att använda innehållsanalys lämpar sig även för att bedriva forskning över tid (Bergström & Boréus 2005, s. 18). Det sistnämnda lämpar sig väl då undersökningen för detta masterarbete sträcker sig mellan 1950 till 1990-talet.

6.2 Avgränsning dagstidningar

I detta kapitel ges det en förklaring till varför dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* blev utvalda för detta masterarbete.

6.2.1 Dagstidningsinformation

Tabell 4: Information om *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten*.

	Aftonbladet	JP
Grundad	1830	1865
Tidningsformat	Tabloid	Fullformat
Tidningsbeskrivning	Storstadskvällstidning	Landsortstidning
Täckningsantal	13% A-region 01	60% A-region 11
Utgivningsfrekvens	7 ggr/vecka	6 ggr/vecka
Konkurensort	Ja	Nej
Bolag	Aftonbladet Hierta AB (49,9%)(1), Svenska Dagbladet Holding AB	Herenco AB
Huvudägare	Schibsted A/S	Familjen Hamrin
Utgivningsort	Stockholm	Jönköping
Ansvarig utgivare	Jan Helin	Mats Ottoson
Chefsredaktör	Jan Helin	Hans Olovsson

1) *Aftonbladet* Hierta AB konsolideras i Schibsted ASA som har det industriella och ekonomiska ansvaret för bolaget. Schibsted äger 49,9 procent i forma av stamaktier. Arbetarrörelsen äger 50,1 procent i form av preferensaktier med begränsad utdelning (Carlsson, Facht 2007, sidan). 2) 2013 blir *Jönköpings-Posten* och övriga dagstidningar inom Hallpressen tabloider. Utöver det mindre formatet kommer det från och med nästa år också att bli möjligt med fyrfärg i hela tidningen.¹

1

Internet 3

Informationsunderlaget för detta masteruppdrag kommer att avgränsas till två svenska dagstidningar som existerat mellan perioderna 1950 tills 1990-talet. De dagstidningar som har valts som informationsunderlag för denna undersökning är morgontidningen, landsortstidningen *Jönköpings-Posten* (JP), samt kvällstidningen, storstadstidningen *Aftonbladet* (AB).

Dagstidningarna är två ytterligheter mot varandra (tidningar som står längst ifrån varandra i presentation, text och format m.m.) i Collin Sparks diagram "The two axes of journalism" bland svenska dagstidningar med en utgivningsfrekvens på sex till sju dagstidningar per vecka och har haft samma formatstorlek mellan åren 1950 tills 1990.

6.2.2 Varför de valda dagstidningarna

Varför *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* valdes ut som underlag för detta masterarbete berodde på följande faktorer:

1) Dagstidningarna har haft samma formatstorlek från 1950 tills 1990.

2) Detta masterarbete är formulerat som ett uppdrag av Ulrika Andersson (JMG) där hon söker mer information för sitt forskningsprojekt. Därför ansåg jag och min handledare att det var av vikt att urvalet av de dagstidningar som detta masterarbetet skulle byggas kring skulle även ingå i det urval av dagstidningar som Ulrika Andersson valt ut för sin studie.

3) I Ulrika Anderssons pågående undersökning ingick även *Dagens Nyheter*, *Smålandsposten* och *Hallandsposten*. Under masterarbetets informationsinsamling upptäcktes det att tiden inte räckte till för att göra innehållsanalys på fler än två dagstidningar och därför valdes dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* ut.

Givetvis ger valet av dagstidningar konsekvenser för undersökningen. Möjligtvis kan slutsatsen av undersökningen påverkas om andra dagstidningar valts ut och andra kriterier förutom att formatstorleken skulle vara konstant. Som vi ser i tabell fyra så finns det ytterligare faktorer hur man kan välja ut sitt urval. Antingen genom geografisk utgivningsort som landsortstidning, storstadstidning eller partianknytning m.m.

I detta arbete har formatet valts ut som en konstant faktor. Det blev därför nödvändigt att finna dagstidningar som skiljer sig åt i formatstorlek under hela undersökningen. I mitt fall valdes *Aftonbladet* (tabloid) och *Jönköpings-Posten* (fullformat) ut. Vad gällande valet av dagstidning i fullformat kunde även *Smålandsposten*, *Hallandsposten* och *Dagens Nyheter* valts ut. Valet av *Jönköpings-Posten* var att de fortfarande var tryckt i fullformat fram tills 2013. Valet att dagstidningar skulle ha ett konstant format göra det lättare att se hur tabloidiseringstendenserna utvecklas i vardera dagstidningsformat och hur de förhåller sig mot varandra.

6.3 Urvalet för innehållsanalysen

Innehållsanalysen för *Jönköpings-Posten* är baserad på det redaktionella material som består av tidningens lokala/regionala, nationella respektive internationella nyhetsrapportering. *Aftonbladets* nyhetsartiklar har tolkats att innehålla nationella och internationella nyhetsartiklar. Denna tolkning görs på grund av att *Aftonbladet* är en rikstäckande tidning. (Ulrika Andersson använder samma indelning). Artiklar som inte är nyhetsartiklar och har fokuset på sport, kultur, familj, underhållning, opinions (t.ex. ledarsidor) samt nyheter i korthet (sammandragningar vad t.ex. polisen gjort under en viss dag) kommer inte att analyseras i detta masterarbete.

6.3.1 Nyhetsartiklar

Nyhetsartikel presenteras i detta masterarbetet som en beskrivning av en aktuell eller intressant händelse som ägt rum eller skall äga rum och är uppbyggd utav rubrik, undertext och möjligen någon grafisk presentation. Skillnaden mellan nyhetsartikel och sport/nöjesartikel är att de senare nämnda artiklarna handlar i första hand om sporten eller nöjet. En kändis eller sportutövare kan vara med i en nyhetsartikel men då som en aktör där inte sproten/nöjet står i centrum.

Nyhetsartiklarnas informationsspridning och kritiska granskning av samhällets maktstrukturer är en del av den västeuropeiska demokratin (McQuail, Siune. 2001. s 1-6). Om fokuset för nyhetsartiklarna går från att informera om händelsen till att mer fokusera på individen i nyhetsartikeln bör frågan ställas hur viktig egentligen dagstidningar är för den demokratiska processen enligt min åsikt. Därför blir nyhetsartiklar intressanta att analysera då nyhetsartiklarna anses vara de artiklar med minst tabloidiseringstendenser jämfört med artiklar om sport och nöje m.m. Tabloidiseringsbegreppet har en stark teorigrund i detta masterarbete (där bland annat hårda- och mjuka nyheter ingår). Det övre sagda var ett av skälen till varför inte artiklar med kultur och sport analyserades, det andra skälet var tidspress. Jag är väl medveten om undersökningen skulle inkludera artiklar med sport och nöje skulle det troligtvis ske en ökning av tabloidiseringstendenserna i dagstidningarna, men i detta masterarbete undersöks inte dessa artiklar. Valet att välja bort sport och nöjesnyheter gör att dagstidning kan få ett missvisande resultat i tabloidiseringstendenser som skett i dagstidningarna från 50 till 90-talet än om alla artiklar i dagstidningen studerades. Därför kan resultatet av undersökningen ge en missvisande bild hur väl utvecklad tabloidi-

seringstendenserna är i de två utvalda svenska dagstidningar

6.3.2 Innehållsanalysens tidsintervall

Innehållsanalysen kommer att undersöka nyhetsartiklar från var femte dag i mars med start den förste mars. Detta ger sju veckodagar som motsvarar en hel nyhetsvecka. Datumen är som nyhetsartiklarna analyseras i innehållsanalysen är följande: 1, 6, 11, 16, 21, 26 och 31 mars. Varje tidning kommer att undersökas under årtiondet 1950, 1960, 1970, 1980 och 1990.

Genom att sprida urvalet så att maximalt två utgivningsdagar från samma vecka förekommer i materialet, är ambitionen att i möjligaste mån undvika att enstaka händelser får orimligt stort genomslag i analysen. Mars månad har därtill valts som utgångspunkt eftersom det är den månad som även Ulrika Andersson gjort sin undersökning i. Förhoppningen är att urvalet och avgränsningarna skall bidra till ge en så god spegling som möjligt av eventuella förändringar i dagstidningarnas redaktionella innehåll under den aktuella tidsperioden (1950-talet till 1990-talet).

6.3.3 Vad undersöktes

Aftonbladet: 811 stycken artiklar har studerats i innehållsanalysen av *Aftonbladet* från perioderna 1950 tills 1990-talet. Beroende av slarv från datainsamlingen har data från 31 mars 1990 försvunnit från datamängden.

Jönköpings-Posten: 956 stycken artiklar har studerats i innehållsanalysen av *Jönköpings-Posten* från perioderna 1950 till 1990-talet. Tyvärr har även här skett ett bortfall av antalet artiklar i datainsamling, de artiklar som inte är inkluderad är från *Jönköpings-Posten* med utgivningsdatumet 26 mars 1950.

Bortfallet av de två dagstidningarna och dess artiklar påverkade inte i högre grad resultatet av undersökningen, då studien sammanlagt undersökte 1767 artiklar.

6.4 Datainsamling

Datamängd för detta masterarbete inhämtades via mikrofilm och utlästes med hjälp av tidningsläsare på KTB i Göteborg, på KTB finns även mikrofilmerna bevarade. Grafiken av de båda dagstidningarna var i svartvitt på mikrofilmerna och därför blev det omöjligt att studera färgförändringar av till exempel bilder och layout. Det krävdes en manuell regle-

ring så att tidningarna fick rätt proportioner i bredd och höjd. Tidningarnas mått (x,y); Fullformat (38,5 x 56 cm), Tabloid (28 x 38,5 cm).

Alla artiklar, bilder och rubriker har mätts i cm^2 , det var därför det tog så lång tid att utföra datainsamlingen. Den data som presenteras i tabellerna har avrundats till närmaste heltal.

6.5 Den Statistiska analysen

En central del av den kvantitativa forskningen går ut på att upptäcka samband mellan variabler för att kunna identifiera och bekräfta olika kausala samband. Två viktiga egenskaper mellan sambanden är deras styrka respektive deras trovärdighet, det vill säga att sambandet inte har slumpmässiga effekter. Det bör betonas att problemet med trovärdigheten vanligtvis är en följd av att ett urval studeras. Urvalets representativitet blir därför en viktig fråga, liksom huruvida sambandet betraktas som signifikant eller inte. Om sambandet inte är signifikant, blir den naturliga följden av resultatet inte särskilt givande att analysera. (Esaiasson et al. 2003, s. 219-232)

Den analys som görs i studien bygger i huvudsak på frekvensanalyser respektive bi- och trivariata tabellanalyser, där fokus ligger på jämförelser av procentsatser. De bi- och trivariata tabellanalyserna har kompletterats med Phi & Cramers V för att tydliggöra den graden av relationen mellan variablerna. Genom att ange hur mycket två variabler i en korstabell avviker från statistiskt oberoende, talar måttet om hur starkt förhållandet mellan de båda variablerna är. Genom att använda procentsatser är intentionen att bidra med en tydlig och begriplig analys av formatets påverkan på redaktionella innehållet i dagstidningarna.

6.5.1 Operationalisering och generalisering

Ofta är kvantitativa forskare intresserade av att mäta företeelser i verkligheten och att koppla denna kvantitativa information till relevanta begrepp inom teori. Begreppet måste då översättas/operationaliseras för att mätningen skall kunna genomföras. Detta görs för att ha god rehabiltet och validitet.

Inom kvantitativ forskning är ambitionen att generalisera resultaten till en population. Detta utförs genom att forskare studera ett urval av den totala mängd data som existera, urvalet blir då en mycket viktig faktor. Ambitionen med att generalisera är att formulera mera heltäckande teorier på en högre abstrak-

lionsnivå.

6.5.2 Reliabilitet

Att ha god reliabilitet innebär att ha god stabilitet hos undersökningresultaten och att till exempel resultaten inte ändras om du skiftar den beroende och oberoende variabeln i en korstabell. För att se hur stark sambandet var mellan variablerna användes även sambandsmättet phi för 2*2 tabeller och Cramers V för övriga tabeller. Signifikansmått användes för att se om resultatet inte var en slump. I vissa tabeller i masterarbetet existerar det ett dåligt signifikansmått, detta tyder på att resultatet beror på slumpen (Eliasson 2010, s. 14-16). För att fastställa att det inte var tillfällighet att tabellen visade på dålig signifikant flyttades variablerna runt, resultatet visade att så inte var fallet utan att det existerade ett dåligt förhållande mellan variablerna.

Eftersom Cramers V mäter förhållandet mellan två nominal variabler och ger ett signifikansmått mellan 0 till +1, ju närmre resultatet är +1 dest starkare är förhållandet mellan de två variablerna (Cramér 1946, s. 282). För att lättare se hur starkt förhållandet var mellan variablerna användes det en tabell som beskriver styrkeförhållandet:

Tabell 5: Signifikansmåttes styrkeförhållande för Phi och Cramés V.

1	Perfekt
0,8-0,9	Mycket starkt
0,5-0,8	Starkt
0,3-0,5	Måttligt
0,1-0,3	Blygsamt
0>0,1	Svagt
0	Inget

6.5.3 Validitet

Validitet är ett mått på hur väl variablerna i innehållsanalysen stämmer överens med frågeställningarna och om variablerna mäter vad forskaren påstår sig att göra. Eftersom detta masterarbete är uppbyggt utifrån Ulrika Anderssons pågående forskning används i vissa fall samma variabler i innehållsanalysen för att få en god kumulativ forskning (Ulrika Anderssons kodschema finns i bilaga 2). Dock var det tvunget att ändra på vissa variabler i kodschemat för att kunna anpassas till att besvara masterarbetets frågeställningar, beskrivs nedan i avsnitt 6.6.

Begreppsvaliditet

Hur nära ligger det teoretiska ramverk som används med de operationella indikatorerna är viktigt att fundera över för att få en god begreppsvaliditet. Innan kodschemat skrevs lästes det igenom Josefin Sternviks kodschema (Sternvik 2007, s.351-355), samt bad jag att få titta på Ulrika Anderssons kodschema (Bilaga två) för att få inspiration och förståelse kring hur frågor skulle ställas till mitt undersökningmaterial. Eftersom varken Josefin Sternviks eller Ulrika Anderssons kodschema stämde helt överens med huvudsyftet och frågeställningarna till detta arbete funderades det och utarbetades frågor till mitt kodschema som mer stämde överens för detta arbete. En tematisk genomgång av variablerna finns under 6.6.

Resultatvaliditet

Vid mätningen av storleken på artiklarna användes en och samma linjal mätt upp till 50 cm, linjalen kontrollerades med hjälp av två andra linjaler för att se hur vida måtten stämde överens med varandra. Resultatet var att alla linjaler visade på samma storlek hur en centimeter var uppmätt. Dagstidningarna ställdes in med hjälp av linjalen utefter hur stor dagstidningarna skulle vara Jönköpings-Posten som är i fullformat hade måtten 38,5 x 56 cm, Aftonbladet som är tabloidtidning hade måtten 28 x 38,5. Eftersom tidningarna var fotograferade på microfilm hände det ibland att måtten på dagstidningarna inte riktigt stämde överens med de utsatta måtten för respektive formatstorlek. Då detta inträffade var det oftast långsidan som inte hade rätt mått då det skiljde sig med 0,5 cm till 1 cm från det utsatta måttet. I dessa fall ställdes tidningsmåtten in på så snarligt utsatta mått som möjligt. Till möjligaste förmåga användes samma microfilmsläsare under hela datainsamlingen. Dock hände det att under vissa dagar var denna microfilmsläsare upptagen. I vissa fall var det fel på microfilmsläsarna då de inte kunde hålla rätt förstoring som ställdes in för respektive dagstidningsformat vid dessa tillfällen byttes det till en funktionsduglig microfilmsläsare då det existerar ett flertal microfilmsläsare på KTB.

Valet av vilka dagstidningar som skulle undersökas i denna studie kan också påverkat resultatet av undersökningen. Som har nämnts tidigare i denna studie valdes dagstidningarna ut p.g.a. dess formatstorlek samt att de skulle ingå även i Ulrika Anderssons urval av dagstidningar för sin pågående studie. Det fanns bara en dagstidning i Ulrika Anderssons urval av dagstidningar som var i tabloidformat och det var *Aftonbladet*. När det kommer till urvalet av dagstidningen i fullformat kund även

Smålandsposten, *Hallandsposten* och *Dagens Nyheter* valts ut då alla de övre dagstidningarna fortfarande hade fullformat mellan 1950-tills 1990-talet. Utgången i hur seriös fullformatsdagstidning skulle vara (förhållandet mellan hårda och mjuka nyheter) kan också skiljas mellan de möjliga dagstidningarna i fullformat. Därmed kan valet av dagstidningar påverka slutresultatet för denna studie hur står eller liten skillnad vad gällande tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet som skiljdes mellan en tabloidtidning och en fullformatstidning.

När analysdelen gjorde upptäcktes det att det existerade ofta väldigt dålig signifikans mellan variablerna, det gör att det blir svårt att säga något angående förhållandet i tabloidiseringstendenserna i det redaktionella mellan dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten*. Dock visar tabellerna tendenser i vardera dagstidning om hur den historiska utveckling av tabloidiseringstendenser skett från 1950-tills 1990-talet.

Generaliserbarhet

Journalistiken är en konvention till form och innehåll och journalistiken förändras inte från natt till dag, därför blir urvalet (kapitel 6.3.2) att undersöka sammanlagt en vecka i mars månad generaliserbart. Det är flera forskare som använder sig av denna form av urval. Förutom Ulrika Andersson och Josefin Sternvik så använder även Tomas Andersson Odén samma urvalsform för sin datainsamling (Andersson 2004, s. 25).

6.6 Viktiga variabeländringar och variabeltolkningar

I detta kapitel kommer kodschemat att gås igenom. För att kunna besvara vissa frågeställningarna var det tvunget att göra vissa förändringar i analysfasen i de redan befintliga variablerna, när så sker ges det en förklaring till hur de nya variablerna skapades. För att se kodschemat se bilaga ett.

6.6.1 Kodschemat

Variabel ett till nio:

Variablerna ett till och med nummer nio är allmänt ställda frågor till nyhetsartiklarna.

Variabel ett id används för att artikeln skall ha en unik identifikation, var något som användes för att hålla isär alla artiklar, används mest för insamlandet av data.

Variabel två nyhetstidning användes för att kunna skilja vilka artiklar som tillhörde *Aftonbladet* respektive *Jönköpings-Posten*.

Variabel tre samt fyra datum och veckodag fastställer vilket datum samt vilken dag i veckan som dagstidningen var utgiven.

Variabel fem tidningsformat beskriver vilket format som dagstidningen hade. Denna fråga kunde ha slopats då båda dagstidningarna har haft ett konstant formatsstorlek *Aftonbladet* som tabloid och *Jönköpings-Posten* som format. Skulle ha räckt med svaret från variabel två.

Variabel sex bilaga mäter i vilken bilaga som nyhetsartiklarna finns då det kunde hända att dagstidningarna ibland hade olika bilagor. Detta gjordes även för att andra forskare skulle få det lättare att hitta nyhetsartikeln. Under analysfasen av masterarbetet upptäcktes det att variabel sex "bilaga" och underkategorierna tre "sport" samt fyra "kultur/nöje" kunde slopats då artiklar fokuserade på sport samt kultur/nöje inte undersöktes i detta masterarbete.

Variabel sju sidnummer används också som en orienterings markör då det skall vara lättare att gå tillbaka och se den studerade nyhetsartikeln.

Variabel åtta geografisk nivå beskriver om nyhetsartikeln rapportera om en nyhet i närområdet (staden) på lokal nivå, eller regionala nyheter (nyheter hänt inom länet) eller om nyheten är rikstäckande (tillexempel nyheter om svensk politik, val m.m.), eller nyheter som har hänt utomlands (internationella nyheter). Det som skiljde *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* åt i denna variabel var att *Aftonbladet* inte kunde ha lokala eller regionala nyheter eftersom *Aftonbladet* är en rikstäckande dagstidning.

Variabel nio artikelns storlek beskriver hur stor artikeln är detta utifrån indelning som sket tidigare i arbetet.

Ämne

Under denna kategoria ställs frågor till det utvalda undrökningsmaterialet för att besvara på följande frågeställning:

Hur har det redaktionella innehållet i form av hårda respektive mjuka nyheter ändrats över tid?

Variabel 10 ämne/händelse kategoriserar vad nyhetsartikeln handlade om. Nyhetsartikeln delades in efter ekonomi, politik, sociala frågor och olyckor osv (see bilaga ett). Denna variabel användes senare i analysfasen till att

kategorisera om nyheten var en mjuka eller hårda nyhet. Detta gjordes genom att variabeln nummer tio ämne/händelse delades upp på följande sätt. Detta gjordes genom att underkategorierna för variabeln ämne/händelse 1, 2, 3, 8, 12, 13, 14 slog ihop till hårda nyheter och resten blev mjuka nyheter. Denna sammanslagning är grundad på definition som görs i ämne/nyhet. Nyheter med utrikes- samt inrikespolitik, ekonomi eller nyheter om finansiell karaktär klassas som hårda nyheter. Nyheter med sport, kändisar, kungligheter, brott, skandaler och service reportage ses som mjuka nyheter.

Variabel 11 focus a har att göra med vad nyhetsartikeln handlar om. Det kan var om en sakfråga (samhällsproblem, organisationsproblem m.m.), person/personlighet eller händelse (allt ifrån festligheter till rån), detta görs för att se om fokuset i nyhetsartikeln har flyttats till individen över tid och där med kan man se hur möjliga tabloidiseringstendenserna sprider sig i dagstidningarnas redaktionella innehåll.

Variabel 12 focus b är en vidareutveckling av variabel 11. Här försöker jag se vad det egentliga fokuset för nyhetsartikeln ligger. Tillexempel om nyhetsartikeln behandlar ett politiskt beslut men är mer fokuserad på politikern som tagit beslutet. Det skulle innebära att individen var mer betydelsefull för artikeln och därför flyttats fokuset från det politiska beslutet till politikern och detta skulle vara ett tecken på att tabloidiseringstendenser ägt rum.

Variabel 13 artikelns fokus är ett försökt till sammankoppling av variabel 11 och 12. Denna variabel försöker se hur nyhetsartikeln framställer det två övre variablerna som. Samhällskonsekvenser - är de hårda nyheter, här räknas artiklar som beskriver konsekvenser för samhället. Eller Personliga konsekvenser - motsvarar mjuka nyheterna och här räknas artiklar som beskriver konsekvenser för individen. Tillexempel om nyhetsartikel klassificeras som en händelse i variabel 11 och 12 kan den fortfarande få svaret samhällskonsekvenser i variabel 13 då händelsen kan var en olycka som påverkar samhället i stort.

Variabel 14 artikelns aktualitet försöker besvara frågan hur lång tid det tagit från det att sakfrågan/intervjun eller skildringen av en individ/händelsen ägt rum tills dess nyhetsartikeln presenteras i dagstidningen. För att undersöka detta var det tvunget att leta efter en tidsangivelse i den skrivna texten, antingen i rubrik, under bild eller i den löpande texten.

Efter att studerat dagstidningarna samt Ulrika Anderssons frågeformulär beslutades det att

brådskande nyheter var artiklar som produceras i dagstidningen på samma dag eller en dag efter det att händelsen/eventemanget eller intervjun etc. ägt rum. Icke brådskande nyheter är artiklar som produceras två eller flera dagar efter händelsen/eventemanget eller intervjun etc. ägt rum.

I analysfasen av variabel 14 sammanfördes vissa enheter för att beskriva nya tidsbegrepp som symboliserar brådskande nyheter är "en dag" och "samma dag". De tidsbegrepp som symboliserar de mindre brådskande nyheterna är "två dagar - en vecka" samt "flera veckor". Tidsangivelserna variabel ett "inför" är mer som ett mittenalternativ och variabel fem "ingen tidsangivelse" får behålla sitt variabel värde.

Form

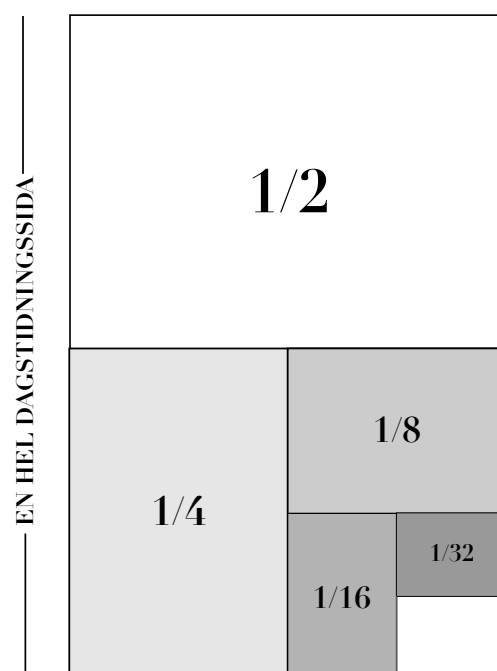
Under denna kategoria ställs frågor till det utvalda undersökningsmaterialet för att besvara på följande frågeställning:

Ges det skrivna ordet mindre utrymme till förmån för grafik? Med andra ord får läsarna mindre skriven information till förmån för visuella effekter?

Variablerna 15 till 19:

Behandlar grafiken i form av rubriker, bilder, diagram och faktarutor. Dessa variabler försöker spegla hur eller om det grafiska utrymmet har ökat över tid, om så skulle vara fallet är det ett tecken på tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet. För att kunna avgöra hur stort utrymme rubriker, bilder och artiklar tar upp av en dagstidningssida används en subjektiv standardiseringindelning av dagstidningssidan, se bild två.

Bild 2: Indelning av en hel dagstidningssidan.



En variabeländring som gjordes i avsnittet om form i analysfasen vara sammanslagningen av den totala grafiken. För att räkna ut denna variabel slogs alla variablerna som mäter rubriker, bilder, diagram, faktarutor, illustrationer ihop till en gemensam variabel.

Variabel 20 artikel typ var det tvunget att studera hur det journalistiska arbetet var utfört och därefter klass in det efter Monika Djerf-Pierre och Lenart Weibulls indelning av journalistiska trender.

Detta utfördes genom att nyhetsartiklarna lästes igenom och därefter delas in efter beskrivningen av de olika journalistiska tidsperioderna. Positivt rapporterande, rapporterande (neutral), kritisk granskande och undersökande. De båda rapporterande variablerna har en mer rationalistisk diskurs där den positivt rapporterande variabeln har en positiv ton i sin text. Dessa egenskap karakteriserar journalistiken under speglingsstiden. Variablerna kritiskt granskande och undersökande har en karaktär av sensationjournalistisk diskurs med en berättande röst som karakteriserar journalistiken under gransknings- och tolkningsperioden, där den kritiskt granskande journalistiken är mer kritisk jämfört med den undersökande journalistiken.

Offentlighet

Under denna kategori ställs frågor till det utvalda undersökningsmaterialet för att besvara på följande frågeställning:

Har det redaktionella innehållet ändrats och givit det privata större utrymme till bekostnad av det offentliga, till exempel rapportera dagstidningar oftare de offentliga personerna som privata personer i dagsläget jämfört mot förr?

Variablerna 21 till 22 försöker besvara frågan om det offentliga blivit mer privat samt vem som är huvudaktören i artiklarna

Variabel 21 huvudaktör/källa försöker ta reda på vilken roll huvudaktören har i nyhetsartikeln och klassas in efter följande expert, politiker, myndighetsperson osv. (för att se mer exempel på indelning se kodschemat bilaga ett).

För att kunna besvara frågan om det offentliga blivit mer privat användes variabel 21 i analysfasen till bli indelade alla huvudaktörer/källa till antingen offentliga och privatpersoner. Indelningen blev som följande underkategorierna 1, 2, 3, 4, 5 och 12 blev offentliga personer och underkategorierna 6, 7, 8, 9, 10 och 11 blev privata personer.

Variabel 22 huvudaktörens representation

försker se om huvudaktören i nyhetsartikeln är där som utövare av yrket/rollen, som privat person eller om det är en skandal inom yrket eller i den privata sfären.

Variabel 23:

I vissa artiklar fanns både kvinnor och män representerade vad som avgjorde hur vida svaret blev man eller kvinna berodde på vem som hade huvudrollen av de två könen.

7. RESULTAT & ANALYS

7.1 Inledning

Detta kapitel presenterar resultatet utifrån innehållsanalysen i ordningen Ämne, Form och Offentlighet. Kapitlen i analysen är uppbyggda på följande vis. Först nämns frågeställningen för varje moment så läsaren skall få det lättare att förstå vad som skall analyseras i respektive moment. Därefter kommer analysen på området som avslutas med en kort sammanfattning av de viktigaste punkterna som förklarar frågeställningen samt problematiserar respektive område.

7.2 Ämne

Hur har det redaktionella innehållet i form av hårda respektive mjuka nyheter ändrats över tid?

Så löd frågeställningen rörande området ämne. Området ämne skall försöka besvara frågan om *Aftonbladet* eller *Jönköpings-Postens* redaktionella innehåll förändrats över tid. Det vill säga hur ser fördelningen ut mellan hårda och mjuka nyheter och har fördelningen i och mellan de två dagstidningarna förändrats över tid (diagram sju, bilaga tre).

Som nämndes i teoriavsnittet om området ämne beskrevs Guedio Legnate et al. klassificering av hårda och mjuka nyheter på följande vis:

'Hard news refers to coverage of breaking events involving top leaders, major issues, or significant disruptions in the routines of daily life, such as an earthquake or airline disaster. Information about these events is presumably important to citizens' ability to understand and respond to the world of public affairs (...). Soft news (...) has been described (...) as news that typically is more personality-centered, less time-bound, more practical, and more incident-based than other news (...). Finally; soft news has been described as a change in the vocabulary of news. The news is said to have become more personal and familiar in its form of presentation and less distant and institutional'

För att kunna studera det redaktionella innehållet av hårda respektive mjuka nyheter över tid delades ämne in i tre underkategorier nyhet, aktualitet och konsekvens. Med andra ord gavs det tillfälle att studera om de mjuka nyheterna (till exempel sport, skvaller och

underhållning) fick större utrymme till bekostnad av hårda nyheter (till exempel politik och ekonomi). Men även hur tätt in på nyheterna producerades i dagstidningarna efter händelsen. Samt om texten i nyheten hade sitt fokus på samhällskonsekvenser eller privata konsekvenser.

Det bör sägas att flertalet av de tabeller som finns i området Ämne har ett svagt förhållande mellan variablerna med andra ord kan det vara slumpen som är den avgörande faktorn. Detta gör att det procentuella förhållandet mellan *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* beror mer på en statisk slump än vad det gör i verkligheten. Dock visar det sig att mätning av volym generellt ger ett bättre förhållande mellan variablerna och därför kan vara ett sätt som ger ett korrektere resultat.

För att på bästa sätt mäta tabloidiseringstendenserna i underkategorierna nyhet, aktualitet och konsekvens användes två måttenheter andel och volym:

Andel - här räknas de sammanlagda nyhetsartiklarna ihop.

Volym - här räknas det totala utrymme som nyhetsartiklarna tar upp av nyhetssidorna mätt i cm².

Dessa mått används på grund att tidigare forsknings resultat visar på att artiklarna har blivit fler och att artiklarna tar allt större utrymme av dagstidningssidan (Djupsund & Carlsson 1998). Att nyhetsartiklarna blivit fler kan också bero på den ökade sidantalet där nyhetsartiklar skrivs som skett från 1950-tills 1990-talet i de båda dagstidningarna där *Aftonbladet* nästan fördubblats sidor med nyheter från åtta sidor på 50-talet till 14 sidor på 90-talet. Under samma tidsperiod har sidantalet med nyhetsartiklar tredubblats i *Jönköpings-Posten*. Från sju sidor på 50-talet till 26 sidor på 90-talet (tabell 6, bilaga 3).

7.2.1 Nyhet

Tack vare det låga förhållandet mellan variablerna blir det svårt att säga något om förändring som skett i dagstidningarna om området nyhet från 50-talet tills 90-talet. Därför kan det inte påstås att de hårda nyheterna har tagit större plats både vad gällande antalet artiklar och artikelvolymen i *Aftonbladet* jämfört mot *Jönköpings-Posten*.

Om jämförelse görs mellan dagstidningarna så kan det inte påstås att *Jönköpings-Posten* har större procentandel av hårda nyheter jämfört med mjuka nyheter än vad *Aftonbladet* har (tabell sju, bilaga tre), detta på grund av det dåliga förhållandet mellan variablerna. Detta visar på att arbetets hypotes att *Jönköpings-posten* skulle vara den dagstidning som var mer seriös med andra ord hade större procentandel av hårda nyheter än mjuka inte stämmer in med resultatet vad gällande området nyheter.

Detta är enligt Collin Sparks inte ett tecken på tabloidisering att både *Aftonbladet* och *Jönköpings-posten* producerar mer hårda nyheter än mjuka nyheter vad gällande andel (tabell sju) och volym (tabell åtta, bilaga tre). Undersökningen visar även på att de båda dagstidningarna har samma eller ökar sin procentuella andel av hårda nyheter jämfört med de mjuka nyheterna över tid, följaktligen är detta snarare ett tecken på att tabloidiseringen borde avta. Dock kan det vara en effekt av den sidoökning med nyhetsartiklar som skett mellan 1950- tills 1990-talet. Om man skulle undersöka tabloidiseringens effekter enbart med nyhet som grund skulle inte detta masterarbete visa varför medieforskarna anser att dagstidningar i fullformat skulle ha mindre tabloidiseringstendenser jämfört med en dagstidning i tabloidformat. Resultatet från området nyhet visar på att det är av yttersta vikt att använda sig av multipla metoder när man vill få fram bra resultat om tabloidiseringens utbredning.

I masterarbete har jag utgått från medieforskarnas syn på vad som är hård och mjuk nyhet och klassificeringen har blivit därefter. Om istället fokuset för masterarbete skulle ligga på hur individer uppfattar en given nyhet skulle resultatet av detta kapitel sett annorlunda ut. För att ta ett exempel, om indelningen av hård och mjuka nyheter var baserat efter nyhetsmottagande (vad män och kvinnor anser är hårda och mjuka nyheter) något som valdes bort att göra för detta masterarbete då det inte framtagit något underlag för detta synsätt.

7.2.2 Aktualitet

Som nämns i början av kapitlet finns det ytterligare två sätt att mäta hårda och mjuka nyheter när man studera tabloidiseringstendenser under området ämne och denna underkategori är aktualitet. I underkategorin aktualitet mäts/karakteriserar hårda nyheter genom variabeln brådskande nyheter och mjuka nyheter genom variabeln icke brådskande nyheter:

Brådskande nyheter - är artiklar som produceras i dagstidningen på samma dag eller en dag efter det att händelsen/evenemanget eller intervjun etc. ägt rum.

Icke brådskande nyheter - är artiklar som produceras två dagar till flera månader efter den dag som händelsen/evenemanget eller intervjun etc. ägt rum.

Inför - är artiklar som produceras innan händelsen/evenemanget eller intervjun etc. ägt rum, svårt att definiera om den tillhör brådskande eller icke brådskande nyheter.

Ingen tidsangivelse - artiklar som saknar en tidsangivelse i texten.

Det som är anmärkningsvärt i frågan om aktualitet är att det är så stor andel av nyhetsartiklarna som inte har någon tidsangivelse både i *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten*. När jag läste i texten samt rubriker i dessa artiklar fanns det ingen tidsangivelse skriven. Dock fick man som läsare en upplevelse att många av händelserna i artiklarna hade skett dagen innan eller på dagen. Med andra ord så är det mycket svårare som forskare att gå tillbaka och studera artiklars aktualitet för att en del av kontexten vad som har hänt och inte hänt har försvunnit och blivit en del av vår historia. Med andra ord skulle det ha varit lättare att förstå om man läste dagstidningen en måndag på 60-talet att inse artikelns aktualitet, för du visste vad som hade skett dagen innan. Dock visar det sig att det infinner sig ett svagt till ett måttligt förhållande mellan variablerna. Detta tyder på att de brådskande nyheter procentantal skulle öka både i andel och volym om en jämförelse görs mellan 50 och 90-talet i *Aftonbladet*. Om jämförelse görs i *Jönköpings-Posten* mellan 50-talet och 90-talet så sjunker procentantalet av brådskande nyheter såväl i mätning av andel (tabell nio, bilaga tre) samt volym (tabell 10, bilaga tre).

Om man ser på utbredningen av tabloidiseringen i de båda dagstidningarna utifrån underkategorin aktualitet visar det sig att *Jönköpings-Posten* är den dagstidning som producerar en aning mindre brådskande nyheter men samtidigt är artiklarna är en aning större

jämfört mot artiklarna i *Aftonbladet*.

7.2.3 Konsekvens

Det tredje och sista sättet att mäta hårda och mjuka nyheter inom ämne är med underkategorin konsekvens, detta görs med variablerna samhällskonsekvens samt personliga konsekvenser:

Samhällskonsekvenser - är de hårda nyheter, här räknas artiklar som beskriver konsekvenser för samhället.

Personliga konsekvenser - motsvarar mjuka nyheterna och här räknas artiklar som beskriver konsekvenser för individen.

Åter igen infinner sig ett väldigt lågt förhållande mellan variablerna. Därför tyder det inte på att personliga konsekvenser produceras mer i *Aftonbladet* än i *Jönköpings-Posten* (tabell 11, bilaga tre). Det är bara under 90-talet som variablerna får ett svagt förhållande. Under 90-talet visar det sig att *Jönköpings-Posten* ger mer utrymme åt artiklar med samhällskonsekvenser jämfört med artiklar med personliga konsekvenser (tabell 12, bilaga tre). För *Aftonbladet* är förhållandet det motsatta.

Dock när variablerna nyhet och konsekvens jämförs med varandra kan det utläsas att hårda nyheterna som till exempel politik och ekonomi har större andel i *Jönköpings-Posten* när artiklar beskriver samhällskonsekvenser, och i *Aftonbladet* beskrivs de hårda nyheterna allt mer som personliga konsekvenser. Med andra ord får *Aftonbladet* prägel att vara en mindre seriös dagstidning än *Jönköpings-Posten*. I detta fall blir det *Aftonbladet* som har mer tabloidiseringstendenser jämfört mot *Jönköpings-Posten* då *Aftonbladet* har större benägenhet att göra en förändring i hur dagstidningen rapporterar om politiska beslut.

Hårda/mjuka nyheter Vs Konsekvens

Om vi enbart studerar dagstidningarna separat med variablerna för nyhet och konsekvens infinner sig ett högt samt generellt förhållande mellan variablerna. Hypotesen lyder som följande att politik, ekonomi och samhällsfrågor stämmer väl överens med samhällskonsekvenser och att sport, skvaller etc. stämmer väl överens med personliga konsekvenser. Samt att *Jönköpings-Posten* skall vara den dagstidning som uppvisar mer av detta fenomen. Det visar sig när resultaten ur tabellerna 13 och 14 (bilaga tre) studeras att så är fallet.

I tabell 13 i bilaga tre kan det utläsas att hårda nyheter (ekonomi, politik) och mjuka nyheter (sport, skvaller m.m.) i *Aftonbladet* beskrivs

i större utsträckning som personliga konsekvenser. Det kan även utläsas i tabell 14 att *Jönköpings-Posten* hårda nyheter (ekonomi, politik) har större prägel av samhällskonsekvenser och att de mjuka nyheterna (sport, skvaller) präglas mer av personliga konsekvenser.

Resultatet av undersökningen när hårda och mjuka nyheter mäts mot samhälls- och personliga konsekvenser infinner sig en större skillnad mellan *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* än om mätningen av hårda och mjuka nyheter görs med målkriterierna nyhet- eller aktualitetsfokus.

7.2.4 Sammanfattning av Ämne

För att göra en kort sammanfattning har denna studie kommit fram till följande:

1. Det går inte att säga att de mjuka nyheterna får större utrymme över tid till bekostnad för de hårda vad gällande områdena nyhet och konsekvens. Dock visar det sig att de hårda nyheterna som politik, ekonomi beskrivs mer utifrån personliga konsekvenser för individen i *Aftonbladet* medan *Jönköpings-Posten* koncentrerar sig mer åt att beskriva politik och ekonomi som samhälles konsekvenser.
2. Dock visar det sig i frågan om aktualitet att *Jönköpings-Posten* rapporterar mer om icke brådskande nyheter om en jämförelse görs på 50-talet respektive 90-talet. För *Aftonbladet* är förhållandet det motsatta. *Aftonbladet* rapporterar mer om brådskande nyheter jämfört mot icke-brådskande nyheter. Om en jämförelse görs mellan dagstidningarna så har *Jönköpings-Posten* större procentuell andel av sina nyhetsartiklar som brådskande jämfört mot *Aftonbladet*.

Det visar sig att de båda dagstidningarna ökar representation av hårda nyheter både vad gällande andel och volym. I områdena ämne och aktualitet skiljer sig knappt dagstidningarna sig åt utan har väldigt snarlika resultat. Den största skillnaden finner man i området konsekvens där en distinkt skillnad uppstår mellan dagstidningarna. Detta gör att *Jönköpings-Posten* är den dagstidning som har den mer seriösa framtoningen av de två dagstidningarna dock så är skillnaden inte lika stor på 90-talet som den var på 50-talet.

7.3 Form

Ges det skrivna ordet mindre utrymme till förmån för bilder, grafik och rubriker? Med andra ord får läsarna mindre skriven information till förmån för visuella effekter?

Det är detta som formkapitlet försöker besvara. Inom form studeras underkategorierna grafik och text för att se om det grafiska utrymmet ökar i antal samt volym som kan läsas i Djup-sunds och Carlssons studie: *Trivial stories and fancy pictures? - Tabloidization tendencies in Finnish and Swedish regional and national.*

Som nämnts tidigare i studien har antalet sidor i dagstidningarna ökat där nyhetsartiklar presenteras. Detta bör också innebära att andelen nyhetsartiklar också borde öka i antal. Dock är då frågan vilken artikelstorlek som har ökat och minskat mest från 1950- till 1990-talet.

I diagram åtta i bilaga tre kan det utläsas att paragrafstorlek var den mest representerad artikelstorleken i *Aftonbladet* under 50-talet. Under 90-talet är paragrafstorlek den minst representerade artikelstorleken och det är de stora artiklar som har tagit över rollen som de mest representerade. Med andra ord har det skett en markant ökning av större artiklar på 90-talet, denna tendens av större artiklar blir mer vanlig under 70-talet.

Skillnaden i *Jönköpings-Posten* är att de finns mer representation av de mindre artiklarna (paragraf och liten artikel) än i *Aftonbladet*. Där liten artikel nästan varit konstant i antalet producerade artiklar med en viss ökning från 50-talet till 90-talet och paragrafstorleken minskat i antal. De större artiklarna (medelstor och stor artikel) fick sitt genombrott först ett årtionde efter *Aftonbladet*, nämligen under 80-talet.

Om de större nyhetsartiklarna blir allt fler i dagstidningar bör detta även innebära att de större nyhetsartiklarna tar upp större delen av nyhetssidorna, denna trend kan utläsas i diagram nio i bilaga tre. Eftersom nyhetsartiklarna blir större och tar upp större utrymmet av dagstidningssidorna ger detta effekten av att andra saker försvinner från nyhetssidorna så som annonser, reklam m.m. I tabell 15 (bilaga tre) kan det utläsas att annonser och reklam stryks mer på 1990-talet jämfört med 1950-talet i de båda dagstidningarna.

Eftersom nyhetsartiklar blir fler samt större kan detta leda till att det grafiska utrymmet ökar. Den möjliga grafiska ökningen som existera i dagstidningar kan vara en indikator på att antalet nyhetartiklar har ökat. Samti-

digt kan det visa på att grafiken kan ta mer utrymme i vardera nyhetsartikel. För att se om det skrivna ordet ges mindre utrymme för det grafiska studeras nedan den möjliga ökningen av det grafiska utrymmet per nyhetsartikel.

7.3.1 Grafik

För att studera vilken utrymme artiklar, bilder, rubriker och annan grafik tar upp av dagstidningssidan/artikeln kommer en subjektiv standardisering att användas för att studera den eventuella grafiska förändringen över tid.

I metodkapitlet beskrivs hur tidningssidan räknas in i olika mått från halva sidan till ca tre procent av dagstidningssidan. Detta mått används också till att mäta hur mycket utrymme av de grafiska gestaltningar som existerar i artikeln. När grafiken består lika med eller över 50 procent av artikeln anses grafiken vara av större vikt än texten i artikeln (bild två, bilaga tre).

Resultatet av undersökningen visar att texten fått mindre utrymme hos *Aftonbladet* på 90-talet jämfört med *Jönköpings-Posten* när den sammanlagda grafikmängden analyseras (tabell 16, bilaga tre). Resultaten visar i att över 50 procenten av den sammanlagd grafikmängd upptar över hälften av nyhetsartiklarna i *Aftonbladet*. Dock har även *Jönköpings-Posten* gett mer utrymme åt det grafiska över tid och på så fått mer tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll.

Rubriker och bilder.

Den text som existera i en nyhetsartikel kan dela upp i två kategorier den löpande texten och rubriken, den sistnämnda har på senare år tagit formen av ett grafisk uttryck och därför räknas in bland grafikmängden än som en del av den löpande texten.

I tabell 17 (bilaga tre) kan man förstå varför rubrikerna mer tillhör det grafiska uttrycket då storlek på rubrikerna ökar markant från 1950-talet till 1990-talet i de båda dagstidningarna. Det man kan utläsa ur tabell 17 är att *Jönköpings Posten* tendera till att ha större rubriker än *Aftonbladet*.

I de fall som bilder existerar i dagstidningarna får bilder större utrymme över tid både i *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* än det skrivna ordet (tabell 18, bilaga tre). Med andra ord ligger vikten i dessa artiklar på bilden och inte på texten. Detta har även andra studier

visat resultat på från till exempel Djupsund & Carlsson.

I de artiklar från 50-talet tills 90-talet där bilder existerar så visar bilderna ofta personer i diverse miljöer. De mest markanta miljö som personer på bilderna vistas i är offentlig miljö, med andra ord har inte *Aftonbladet* den stora prägel att visa personer i deras privatliv som man kan tro (tabell 19, 20 och 21, bilaga 3).

Layout

För att ge exempel på hur förhållandet mellan det grafiska utrymmet och den löpande texten utvecklats över tid och hur dagstidningarna fått mer tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll vad gällande grafik kommer slutligen en presentation av hur den totala layouten såg ut (den totala sidans utformning av text, bilder, rubriker, annan grafik, annonser samt det mellanrum som existerar på sidan). Detta görs med bilder tagna på de bägge dagstidningarna på 50-talet och 90-talet för att ni som läsare skall få en helhetsbild. (För att se övriga årtionde se bilaga 3.)

Bild 3: Aftonbladet 1950



Bild 4: Aftonbladet 1990 (mittenuppslag)



Bild 5: JP 1950



Bild 6: JP 1990



7.3.2 Text

Den sista underkategori av form är text, här studeras den löpande texten i nyhetsartiklarna. Det görs för att se om det journalistiska arbetssättet förändras över tid och hur texten speglar artikeln.

Enligt Dief-Piere och Weibull skulle den rapporterande journalistiken eller den neutrala tidsperioden, speglingen vara mellan 1945 tills 1965 varpå en mer kritisk granskande period skulle infalla (granskningen) 1965 till 1985 i tv mediet. Resultaten från undersökning och tabell 22 (bilaga tre) visar på att granskningstiden startar först under 80-talet i *Aftonbladet* och på 90-talet i *Jönköpings-Posten*. Tolknings-

perioden (1985 till 1995) som denna tidsperiod kallas startar i *Aftonbladet* på 80-talet, med andra ord före vad den skall göra i teorin och i *Jönköpings-Posten* börjar den på 90-talet. Det generella som kan sägas är att *Aftonbladet* är snabbare med att förändra den löpande texten i sitt redaktionella innehåll. *Aftonbladet* tycks snabbare att implementera moderna sätt att skriva jämfört med *Jönköpings-Posten*. Varför inte perioderna stämmer överens beror på att TV-industrin satte standarden på hur nyheter skulle framställas och dagstidningarna följde efter med det tog längre tid för *Jönköpings-Posten* att göra omställningen än vad *Aftonbladet* gjorde. Varför *Aftonbladet* är i framkant att applicera nya journalistiska traditioner jämfört med *Jönköpings-Posten* kan beror på den journalistiska tradition som *Expressen* direktör Carl-Adam Nycop införde (Hadenius, Weibull 1999, s. 62-64). Att tidningarna skulle gått, som enligt Ian Connell (Hadenius, Weibull 1999, s. 62-64), från att rapportera till mer berättande verkar inte stämma överens med analysens resultat.

7.3.3 Sammanfattning form

Ges det skriva ordet mindre utrymme till förmån för bilder, grafik och rubriker? Med andra ord får läsarna mindre skriven information till förmån för visuella effekter?

För att göra en kort sammanfattning om området form samt för att kunna besvara frågeställningen har det kommit fram till följande:

1. Resultatet från studien visar på att det grafiska utrymmet i nyhetsartiklarna har ökat i de båda dagstidningarna från 50-talet tills 90-talet, men mest i *Aftonbladet*. Det är inte den första studie som får fram detta resultat, även Göran Djupsund och Tom Carlsson kommer fram till samma slutsats. Ökningen av det grafiska utrymmet har lett till att nyhetsartiklarna ökar i storlek.
2. Det går även att finna en viss förändring i de båda dagstidningarna vad gällande det journalistiska framtoningen. *Aftonbladet* är den dagstidning som snabbast förändrat det journalistiska arbetssätt hur man skall skriva och presentera en nyhetsartikel. Fortfarande är det neutral sättet att skriva en artikel som är mest förekommande.

Det grafiska utrymmets utbredning är ytterligare ett tecken på varför läsare upplever en möjlig ökning av tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet. Flera forskare inom medieforskningen anser att det stadigt ökade grafiken i artiklarna är ett starkt tecken på tabloidisering. Med andra ord har det skrivna ordet i både i *Aftonbladet* och *Jönköpings-*

Posten fått mindre utrymme till förmån för bilder, grafik och rubriker.

En allmän tanke till varför det skett en ökning av den grafiska mängden i de båda dagstidningarna som skett från 50-talet till 90-talet har sitt ursprung i de tekniska framsteg inom tidningsindustrin, som ny press (offsettpressen), nytt tidningspapper och datoriseringen m.m. Offsettpressarna börjades installeras på dagstidningarna under 60-talet och resultaten från tabellerna visar att det finns två perioder som en utökning av grafikmängden ägde rum, detta var på 70-talet och 90-talet. Den höjning som sker på 70-talet kan härledas just till att offsettpressarnas installerades på dagstidningarna under 60-talet. Den ökade grafikmängden som skedde under 90-talet kan härledas till datoriseringens genomslagkraft och de förändringar som skedde inom dagstidningsbranschen. Dock kan det även vara ett tecken på dagstidningarna kamp för överlevnad då dagstidningarna genomled en ekonomiska kris som börja på 90-talet. Ekonomiska krisen var en stark orsak till de sammanslagningar som skedde inom dagstidningsbranschen och att många dagstidningar ändrade formatstorlek.

7.4 Offentlighet

I teoriavsnittet om offentlighet klassificerar Collin Sparks den seriösa journalistiken som följande:

Journalistiken skall ha hög koncentration av allmäninformation med högt innehåll av politiska och ekonomiska nyheter. I kontrast står de renodlade tabloidtidningar för hög koncentration av den privata nyhetsrapporteringen och hög grad av sport, skandaler och underhållning.

När tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet studeras med offentlighet som grund försöker forskare att se om det redaktionella innehållet gett större utrymme till det privata till bekostnad av det offentliga, till exempel publicerar dagstidningar de offentliga personerna i dess ämbete eller som privatpersoner?

Skillnaden mellan *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* blir väldigt markant när man studerar de båda dagstidningarna med ett offentligt perspektiv. *Aftonbladet* fokuserat allt mer på det privata blir tydligt när tabell 24 (bilaga 3) studeras samtidigt som *Jönköpings-Posten* rapporterar mer om det offentliga.

7.4.1 Two axes of Journalism

I teoriavsnittet tog jag upp Collins Sparks diagram "Two axes of journalism" som kan placera grafiskt vart en dagstidning ligger i förhållandet mellan variablerna hårda nyheter/mjuka nyheter (tabell sju, bilaga tre) samt mellan det offentliga/privata (tabell 24, bilaga 3). Diagrammet är bra till att på fysiskt vis illustrerar hur tabloidiseringstendenserna skiftats mellan årtiondena i de bägge dagstidningarna.

För att få fram den önskade data utförs ett balansmått mellan offentligt/privat (tabell 24, bilaga tre) samt hårda-/mjuka nyheter (tabell sju, bilaga tre) får man fram diagram 10 (bilaga tre). Detta görs genom man tar för x-axeln mjuka minus hårda nyheter (tabell sju, bilaga tre) och för y-axeln offentlig minus privata (tabell 24, bilaga tre) och sätter in resultatet i diagrammet "Two axes of journalism".

Om samma indelning som Collins Sparks gör när han definierar olika tidningstyper (diagram fem) av diagram 10 finner man att *Jönköpings-Posten* pendlar mellan newstand tabloid till semi-serious, medan *Aftonbladet* ligger mellan supermarket tabloid och new stand

tabloid. Dock lutar de båda svenska dagstidningarna mer åt reportage om politik och samhällsfrågor än skandaler och underhållning. Det bör sägas att masterarbetet bara undersöker nyhetsartiklar. Om kultur och sport också skulle inräknas skulle fördelningen troligtvis sett annorlunda ut.

Om samma undersökning görs fast variabeln offentliga står för samhällskonsekvenser och privata står privata konsekvenser (från tabell 11, bilaga tre) så får vi ett resultat som ser ut på följande sätt i diagram 11 (bilaga tre).

När de båda dagstidningarna jämförs i korsdiagrammet "Two axes of journalism" blir det extra tydligt att dagstidningarna skiljer sig åt när man mäter tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet, framför allt när variablerna samhällskonsekvenser och privata konsekvenser används.

Dock har de båda dagstidningarna en stark dragning åt de hårda nyheterna jämfört mot de dagstidningsklassificeringar som Collin Spark beskriver. Detta är en tydlig indikation på att de svenska dagstidningarna skiljer sig åt mot de engelskspråkiga och att dagstidningskulturen ser olika ut i vardera land. Med andra ord kan det bli svårt att göra en övergripande studie som täcker flera länder. Enligt min åsikt måste forskare koncentrera sig på data från ett enskilt land, givetvis kan man söka inspiration av andra forskares metoder och tillvägagångssätt i tidigare studier för att applicera dem i sina egna forskningsundersökningar.

7.4.2 Manlig eller kvinnlig huvudroll

Även om översikten mellan manlig och kvinnliga huvudaktörer faller lite utanför ramen för studiens huvudsyfte att mäta tabloidiserings-tendenser i det redaktionella innehållet är det dock fortfarande väldigt beklagligt att se den otroliga skillnaden mellan manlig och kvinnlig huvudaktörer. När man mäter representationen av manliga och kvinnliga huvudrollskaraktärer i hårda eller mjuka nyheter (tabell 27 och 28) visar det sig att det är männen som har huvudrollen i de flertalet undersökta artiklarna både vad gällande mjuka samt hårda nyheter. Även om Sverige har kämpat för ett jämställt samhälle, men ligger fortfarande på 90-talet långt efter hur mycket män och kvinnor presenteras i dagstidningsartiklarna. Varför denna punkt är så viktig att dagstidningarna har en likvärdig rapportering av manliga och kvinnliga huvudaktörer beror i stor grad på dagstidningarna speglar den verklighet vi lever i. Om inte dagstidningarna är villiga att visa en förändring och blir mer jämställda i sin rapportering om manliga och kvinnliga huvudaktörer kan då samhället ha en ärlig

chans att förändras till det jämlika samhälle som många eftersträvar?

7.4.3 Sammanfattning offentlighet

Har det redaktionella innehållet fått större utrymme för det privata till bekostnad av det offentliga, det vill säga publicerar dagstidningar de offentliga personerna som privata personer

För att göra en kort sammanfattning om området offentlighet samt för att kunna besvara frågeställningen har det kommit fram till följande:

1. *Aftonbladet* är den dagstidning som rapporterar mer om privata personer och *Jönköpings-Posten* är den dagstidning som rapporterar mer om de offentliga personerna. Det är *Jönköpings-Posten* som fokuserar mer på det offentliga om en jämförelse görs från 50-talet tills 90-talet. Resultatet blir extra tydligt när man använder sig av Collins Sparks diagram ”the two axes of journalism”.
2. Dock finns en trend att *Jönköpings-Posten* rapporterar mer om kändisar, idrottare och journalister på 90-talet jämfört med 50-talet. *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* rapporterar mer om offentliga personer på 90-talet jämfört med 50-talet.
3. Både *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* har mer artiklar där män har huvudrollen än där kvinnor har huvudrollen.

8. SLUTDISKUSSION

8.1 Huvudsyftet

Att undersöka tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet som existerar i dagstidningarna *Aftonbladet* och *Jönköpings-Postens* nyhetsartiklar mellan 1950-talet till 1990-talet.

Resultatet av analysen om tabloidiseringstendenser i *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* stämde ganska väl överens med hypotesen för masterarbete. Hypotesen löd att *Aftonbladet* skulle ha större benägenhet att ha mer tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll än *Jönköpings-Posten*. Dock infinner sig inte den önskade signifikans och i många fall så blir det slumpen som har den större avgörande rollen för utgången av resultaten för undersökningen.

När tabloidiserinstendenserna delades upp i områdena ämne, form och offentlighet kunde det utläsas av resultatet att *Jönköpings-Posten* var den dagstidning med minst tabloidiseringstendenser i nyhetsartiklarna. Detta resultat tyder som hypotesen påstår att *Jönköpings-Posten* är den mer seriösa dagstidningen av de två (rapporterar mer om det offentliga samt tar upp samhällskonsekvenser i artiklarna) dagstidningarna, där *Aftonbladet* som en tabloidtidning fokuserar mer på privat personer och privata konsekvenser.

I kapitlet form kunde det utläsas från tabellerna att den sammanlagda grafiken ökade i utrymme och tog allt större andel av dagstidningsartiklarna i både *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten*. I *Aftonbladet* var det på 70-talet som grafiken började få allt större andel av dagstidningssidan och i *Jönköpings-Posten* skede detta på 80-talet. Med andra ord är det inte bara på första sidorna som grafiken tar allt större andel som Göran Djupsund och Tom Carlson resultat pekade på, utan även i artiklarna. Detta är något som även har sagts i andra akademiska studier om bildanvändning av Lina Bergling och Emelie Isacson 2012.

Att andra medier påverkade dagstidningarna kan härledas till hur TV-journalistiken ändrade sättet att rapportera om nyheter. TV-journalistiken påverkade till slut även dagstidningarna journalistik. Dock blir denna trend vanligare på 80-talet och 90-talet för dagspressen, där rapportering fortfarande på 90-talet är den vanligaste journalistiska formen för nyhetsartiklarna. Det är tydligt att *Aftonbladet* är den dagstidning som först tar till sig de nya

journalistiska trenderna. *Jönköpings-Posten* blir också påverkade av de nya journalistiska trenderna men det dröjer ca 10 år efter det att *Aftonbladet* infört det i sina artiklar. Resultatet tycker jag kan utläsas även om förhållandet mellan variablerna i mätningen om andel är låg, dock väger mätningen om volym upp svaret då det existera ett större förhållande mellan variablerna.

I början nämnde jag att en stark tabloidisering i det redaktionella innehållet skulle ha en stor påverkan på demokratin. Det resultat av analysen visar med hjälp av diagrammet "Two axes of journalism" är att även tabloiddagstidningen *Aftonbladet* rapportera mer nyhetsartiklarna om hårda nyheter (politik, ekonomi) än mjuka nyheter (sport, skvallor) och därför får läsarna av *Aftonbladet* god samhällsinformation även om nyhetsartiklarna är mer vinklat åt ett personligt håll jämfört med *Jönköpings-Posten*.

Detta masterarbete har enbart undersökt nyhetsartiklar och i flertalet fall kan det inte utrönas vilken dagstidning av tabloidtidningen *Aftonbladet* och fullformats dagstidningen *Jönköpings-Posten* som har mest tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll på grund av dålig signifikans. Det ändå tydligt att de båda dagstidningarna fått mer tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll när en jämförelse görs mellan tidsperioderna. Om undersökningen även skulle inkludera artiklar med sport, nöje m. m. skulle troligtvis resultatet varit annorlunda. Jag är väl medveten om valet att välja bort sport och nöjesnyheter gör att dagstidningarna får ett missvisande resultat av tabloidiseringstendenser som skett i dagstidningarna från 50 till 90-talet än om alla artiklar i dagstidningen studerades. Därför kan resultatet av undersökningen ge en missvisande bild hur väl utvecklad tabloidiserings-tendenserna är i de två utvalda svenska dagstidningar. Dock anser jag att en studie enbart fokuserat på nyhetsartiklar ger en bra bild på hur tabloidiseringen har utvecklats över tid då nyhetsartiklar skall vara de artiklar med minst tabloidiseringstendenser.

8.1.1 Slutsatts

För att tillslut svara kortfattat på studiens huvudsyfte är att i båda dagstidningarna har mängden tabloidiseringstendenser ökat. Dock har även dagstidningarna i sig ökat vad gällande sidor som presenterar nyhetsartiklar så

det blir svårt att säga att dagstidningarna på 1990 talet skulle vara mer benägna att innehålla tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll jämfört med en dagstidning på 1950-talet. Dock är ökningen av tabloidiseringstendenserna väldigt markant om man bara tittar på den sammanlagda mängden av tabloidiseringstendenser som existerar i det redaktionella innehållet. Detta gäller alla områden (ämne, form och offentlighet) som undersökts i studien. Skillnaden mellan dagstidningsformaten är att tabloidtidningen (*Aftonbladet*) är snabbare på att ta in tabloidiseringstendenser och rapportera mer om det privata jämfört mot dagstidningen i fullformat (*Jönköpings-Posten*). Dock har även *Jönköpings-Posten* fått mer tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll om en jämförelse görs mellan de undersökta årtiondena 1950- tills 1990-talet.

8.2 Övriga tankar om orsaker till tabloidiseringstendenserna

Att de ekonomiska svårigheterna skulle vara orsaken till att flera dagstidningar ändrade format från fullformat till tabloidformat är en sak. Det är dock svårt att sätta ner fingret och peka på om dagstidningarnas formatändringar är orsaken till den ökade tabloidisering som existerar i det redaktionella innehållet. Denna argumentation beror på att även *Jönköpings-Posten* har genomgått stor förändring och fått in stor del av tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll.

Att det skulle vara ekonomiska faktorer som är orsaken till att tabloidiseringstendenserna har ökat i det redaktionella innehållet i dagstidningarna kan inte utläsas från någon av de tabeller som existerar i studien. Studien visar att tabloidiseringstendenser fanns i dagstidningarna innan den stora dagstidningskrisen. Enligt min åsikt är det faktorer som tekniska framsteg och journalistiska traditioner som har haft större påverkan för de ökade tabloidiseringstendenserna i det redaktionella innehållet. En av de tekniska faktorerna är införandet av offsetpressen på 60-talet, efter införandet kan det ses i studien att bilder och rubrikers utrymme ökar. Ytterligare tekniska faktorerna som har påverkat tabloidiseringstendenserna i dagstidningarna är dataintroduktionen. Introduktionen av datorer på 90-talet gjorde att layouten blev mycket enklare och tydligare, detta på grund av redigeringsprogram m.m.

Det går däremot inte att säga att en viss typ av format skall vara orsaken till tabloidiseringen som sker i det redaktionella innehållet. Detta är något som Collin Sparks pekar på då han nämner att alla dagstidningar av en viss stor-

lek och utseende inte enbart kan klassas in som en seriös eller en tabloid tidning p.g.a dagstidningens format (Sparks 2000, s. 10). Jag finner däremot att andra faktorer som har större påverkan på tabloidiseringstendenserna i det redaktionella innehållet, dessa är följande:

1. Tekniska framsteg - framförallt är det införandet av offsetpressen och den nya kvalitén på dagstidningspappret som banade väg för större och bättre tryck. Detta ledde till att både *Aftonbladet* och *Jönköpings-Posten* började att trycka större bilder i sina nyhetsartiklar och därmed fick mer tabloidiseringstendenser i det redaktionella innehållet.
2. Journalistiska trender - sättet att skriva nyheter har också förändrats över tid, då dagstidningarna börja att gestalta istället för att rapportera. Det skall sägas att det vanligaste sättet för de bägge dagstidningarna var fortfarande på 90-talet att "rapportera" om en händelse. Studien pekar på att *Aftonbladet* varit snabbare än *Jönköpings-Posten* att inför nya journalistiska trenderna. I en av punkterna som forskaren Howard Kurtz definierar tabloidisering är en förändring hur dagstidningarna rapporterar om politiska beslutsfattare och politiska beslut. Detta finner vi i undersökning då *Aftonbladet* fokusera mer på de politiska beslutsfattarna än de politiska besluten, med andra ord gör *Aftonbladet* de offentliga personerna mer privata.

8.3 Uppdraget

Uppdraget handlar om att göra en historisk tillbakablick hur eller om formatförändringarna som skett av de svenska dagstidningarna mellan övergångsperioderna (1950/60-tal respektive 1970/80-tal) lett till förändringar i det redaktionella innehållet.

Denna studie var från början ett uppdrag av Ulrika Andersson på JMG. Det som denna studie kan besvara är att formatförändringarna inte bör vara starkt kopplade till om det redaktionella innehållet ändras i dagstidningarnas redaktionella innehåll. Detta svar ges med avseende på att det existerar samt att mängden av tabloidiseringstendenser har ökat båda i en tabloidtidning samt en fullformatstidning. Dock så är det skillnad mellan de båda dagstidningsformaten då man kan se att tabloidtidningen har mer tabloidiseringstendenser i sitt redaktionella innehåll. Enligt mina egna tankar har tabloidiseringstendenserna andra orsaker än vilket format som självaste dagstidningen har, dock kan inte denna undersökning peka på att så är fallet då detta inte har

undersökts utan snarare är en koppling som är gjord på arbetets bakgrund samt de resultat som visas i undersökningen.

8.4 Förslag till vidare forskning.

Under studiens gång har det upptäckts bristen i tidigare forskningen vad gällande historisk förankring. Med detta menar jag att dagstidningar i Sverige inte historiskt har kategoriserats vad gällande tabloidiseringstendensernas utveckling i det redaktionella innehållet i respektive dagstidning. Om fler forskare beslöt sig för att göra sådana studier skulle det även vara intressant att se hur de ligger i Collin Sparks diagram "Two axes of journalism".

Det finns dock många studier som studera tabloidiseringstendenser vad gällande form, hur det grafiska utrymmet har ökat. Detta är bra och något som inte skall slutas forska på enligt min åsikt. Dock har denna studie pekat på att det finns fler områden än form som bör studeras och bevakas vad gällande tabloidiseringstendensernas framfart. Detta är viktigt då jag som medvetare anser att en dagstidning med hög frekvens av tabloidisering även påverka den demokratiska processen som dagspressen är en del av.

Dock fann jag ingen studie som har undersökt tabloidiseringstendenser i andra svenska medier förutom dagstidningarna. Därför vore det roligt att se fler studier samt forskning på området vad gällande tabloidiseringens utbreddning i andra medier som TV, Internet m.m.

Denna studie visar att även nyhetsartiklar är drabbade av tabloidiseringstendenser, därför vore det intressant att se och studera hur eller om individers upptagning av samhällsinformationen som ges i dagstidningar eller andra medier påverkar individernas beslut om individen enbart tar in samhällsinformation från ett medie med mycket tabloidiseringstendenser jämfört med ett medie med små eller inga tabloidiseringstendenser.

LITTERATURHÄNVISNING

- Andersson, Odén, Tomas. (2004). 2004 publicistiska bokslut-Del 1 om tidningars redaktioner och innehåll. *Arbetsrapport nr.27*. JMG.
- Bergling, Lina. Isacsson, Emelie. (2012). *Större, fler och personligare- Förändring i två dagstidningars bildanvändning från fullformat till tabloid*. Södertörns högskola. Institutionen för samhällsvetenskaper.
- Bergström, G. Boréus, K. (2005). *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Blumler, Jay G. (1999). Political Communication Systems All Change : A Response to Kees Brants. *European Journal of Communication 14:241*. Sage.
- Carlsson, Ulla. Facht, Ulrika. (2007). *Medie Sverige 2007, statistik och analys*. Kungälv: Grafikerna Livréna AB.
- Connell, Ian. (1998). Mistaken identities: Tabloid and broadsheet news discourse. *The Public*. Volym 5,3
- Cramér, Harald. 1946. *Matematiske Metoder av statistik*: Princeton: University Press
- Djupsund, Göran. Carlson, Tom.(1998). *Trivial Stories and Fancy Pictures?-Tabloidization Tendencies in Finnish and Swedish Regional and National Newspapers 1982-1997*. Nordicom.
- Eliasson, Annika. (2010). *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur AB
- Esaiasson, Peter. Gilljam, Mikael. Oscarsson, Henrik. Wängnerud, Lena. (2003). *Metodpraktikan. Konsten att sutdera samhälle, individ och marknad*. Stockholm. Elanders Gotab.
- Esser, Frank. (1999). 'Tabloidization' of news : A comparative analysis of anglo-american and german press journalism . *European Journal of Communication*. Sage.
- Fiske, John.1992."popularity and the politics of information." *In journalism and pupular culture* edited by Peter dahlgren and Colins Sparks. London: Sage
- Frigyes, Paul. (2010). *Bildexplosionen*. Journalisten, nr. 12
- Golding, Peter. McLachlan, Shelly. (2000). *Tabloidization in the British press: A quntitativ investigation into changes in British newspapers, 1952-1997*. In Sparks, C. Tulloch, J. *Tabloid tales global debates over media standards*. (pp. 75-90). Rowan Et Littlefield Publishers, Inc.
- Gripsund, Jostein. (2000). Tabloidization, popular journalism, and democracy. In Sparks, C. Tulloch, J. *Tabloid tales global debates over media standards*. (pp. 285-300). Rowan Et Littlefield Publishers, Inc.
- Gunter, Barrie. Uribe, Rodrigo. (2004). Research Note: The Tabloidization of British Tabloids. *European Journal of Communication*. Sage
- Hadenius, Stig. Weibull, Lenart. (1999). *Mass medier - press, radio & tv i förvandling*. Falun: AiT Falun AB.
- Holmgren, Sören. Weibull, Lenart. (2007). *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet.
- Legnante, Guido. Scherr, Sebastian. Stanyer, James. Reinemann, Carsten. (2012). Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism 13:221*. Sage.
- Mcquail, Denis. Siune, Karen. (2001). *Media policy: convergence, concentration & commerce*. London: Sage publication.
- Rowe, David. (2011). Obituary for the newspaper? Tracking the tabloid. *Journalism 12: 449*. Sage.
- Sparks, Collin. (2000). Introduction the panic over tabloid news. In Sparks, C. Tulloch, J. *Tabloid tales global debates over media standards*. (pp. 1-40). Rowan Et Littlefield Publishers, Inc.
- Strömbäck. Jesper (2000). *Makt och medier, en bok om samspelet mellan medborgarna medierna och de politiska makthavarna*. Lund: studentlitteratur
- Sternvik, Josefine. (2007). *I krympt kostym, morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser*. Kungälv: Grafikerna Livréna.
- Internet 1 - <http://www.scb.se>
- Internet 2 -<http://www.svt.se/earch/?q=hylands+hörna>
- Internet 3 - <http://www.mediavarlden.se/nyheter/2012/10/jonkopings-posten-blir-tabloid>

BILAGA 1

Kodschema

Var femte dag i Mars kommer att analyseras med start den förste Mars. Detta ger sju veckodagar som motsvarar en hel nyhetsvecka. Datumen är som följande: 1, 6, 11, 16, 21, 26 och 31 Mars. Varje tidning kommer att undersökas under årtiondet 1950, 1960, 1970, 1980, 1990 och 2000. Detta ger mig sammanlagt en grunddata på 210 tidningar varav varje tidning är undersökt 42 gånger mellan åren 1950 till 2000.

Kod enheter – för respektive artikel

1. ID (rubrik)

2. Nyhetstidning

1. *Aftonbladet*
2. *Jönköpings-Posten*

3. Datum (yy-mm-dd)

4. Veckodag

1. Måndag
2. Tisdag
3. Onsdag
4. Torsdag
5. Fredag
6. Lördag
7. Söndag

5. Tidningsformat

1. Fullformat/broadsheet (ca. 38,5 x 56 cm)
2. Tabloid (ca. 28 x 38,5 cm)

6. Bilaga

1. Huvudbilaga
2. Ekonomi
3. Sport
4. Kultur/nöje
99. Annan

7. Sidnummer (nummer)

8. Geografisk nivå (excluded sections: sports, culture, family, entertainment, opinions)

1. Lokala nyheter
2. Nationella nyheter

3. Internationella nyheter

4. Annan (nyheter som inte kan placeras i en viss geografisk nivå, till exempel beskrivningar av hundars ras, och hur man ansluter till Facebook)

5. Regionala nyheter

6. N/A

9. Artikelns storlek (artikelns mått i cm²)

1. Paragraph (< 80 cm²) (
2. Liten artikel (81-240 cm²)
3. Medelstor artikel (241-490 cm²)
4. Stor artikel (> 490 cm²)

Ämne

Hur har det redaktionella innehållet i form av hårda respektive mjuka nyheter ändrats över tid?

10. Ämne/Händelse

1. Ekonomi, företags verksamhet, arbetsmarknad
2. Politik, samhällsplanering, val, infrastruktur, etc
3. Sociala frågor (inkluderar hälsa, utbildning, barna vård, mänskliga rättigheter)
4. Olyckor, katastrofer
5. Brott, rättegångar
6. Energi, miljö
7. Handel och industri (inkluderar lantbruk, fiske, turism)
8. Forskning (inkluderar medicin, fysik, kemi, etc)
9. Populär kultur, underhållning, kändisar, media
10. Mänskliga aktiviteter (familj, fritids aktiviteter, livsstil, Klubb, aktiviteter, etc)
11. Sport
12. Krig, diktatur, krigs förbrytelse, väpnade konflikter
13. Korruption
14. Militärmakten, spionage, säkerhet, polis
15. Kultur
16. Religion, teorier om livet
99. Går ej att urskilja

11. Focus A (indikerar om fokus har flyttat till individer över tid)

1. Sakfråga

2. Person/personlighet
3. Händelse
99. Går ej att urskilja

12. Focus B (*indikerar om fokus på individ överskuggar sakfrågan och händelser*)

1. Artikeln är om en sakfråga och fokuserar på sakfrågan.
2. Artikeln är om en sakfråga men fokuserar på individ/er (politiska beslut, men fokus på politiker eller medborgare)
3. Artikeln handlar bara om individer.
4. Artikeln är om en händelse och fokuserar på händelsen.
5. Artikeln är om en händelse men fokuserar på individ/er
6. Går ej att urskilja

13. Artikelns fokus

1. Samhällskonsekvenser
2. Personliga konsekvenser
3. Inga konsekvenser

14. Artikelns aktualitet (för att fastställa hur lång tid sedan händelsen i artikeln utspelade sig)

1. Inför
2. En dag
3. Två - tre dagar
4. Flera veckor sedan
5. Ingen tidsangivelse kan urskiljas
6. Samma dag

Form

Ges det skriva ordet mindre utrymme till förmån för bilder, grafik och rubriker? Med andra ord får läsarna mindre skriven information till förmån för visuella effekter?

15. Antal ord i rubrik

- 15.1. Rubrikens storlek (cm²)
- 15.2. Rubrikens andel av artikeln (procent)

16. Antal bilder

- 16.1. Största bildens storlek (cm²)
- 16.2. Bildens storlek (cm²)(största bilden)

- 16.3. Alla bilders storlek av artikeln (procent)

16.4. Bildmotiv (största bilden)

1. Person/er
2. Saker
3. Miljöer/gener
4. Annat

16.4.1. Om bildmotiv (17.4) är person/er

1. Porträtt
2. Offentlig miljö
3. Privat miljö

17. Antal diagram

- 17.1. Diagrammets storlek (cm²)
- 17.2. Diagrammets storlek av artikeln (procent)

18. Antalet faktarutor (*makes news comprehensible to the audience, expresses care for the audience*) (for example, fact boxes, personal records).

- 18.1. Faktarutans storlek (cm²)
- 18.2. Faktarutans storlek av artikeln (procent)

19. Antal illustrationer (for example, drawings)

- 19.1. Illustrationens storlek (cm²)
- 19.2. Illustrationens storlek av artikeln (procent)

20. Artikel typ (*indikerar om den granskande journalistiken blir mindre sedvanlig*)

1. Undersökande
2. Kritisk granskande
3. Neutral (traditionell nyhetsartikel)
4. Positivt rapporterande
5. Textreklam
6. N/A

Offentlighet

Hur har det redaktionella innehållet fått större utrymme för det privata livet till bekostnad av det offentliga, det vill säga som ett exempel publicerar nyhetslidningar de offentliga personerna mer som privata personer?

21. Huvudaktör/källa

1. Expert

2. Politiker
3. Myndighetsperson
4. Representant för en organisation
5. Representant för en handel eller industri
6. Offentlighetsanställd
7. Misstänkt/kriminell
8. Kändis, kulturarbetare
9. Journalist
10. Sports person
11. Privat person
12. Militär
99. NA

22. Main actor's representation (*indicates existence of personalization*)

1. Offentlig person/politiker i en offentlig roll - politiker pratar om arbete/företag/organisation
2. Offentlig person/politiker i en offentlig roll - politisk skandal/företags skandal/ organisations skandal
3. Offentlig person/politiker som privat person - skandal som privat person
4. Offentlig person/politiker som privat person - familj (ingen skandal)
5. Kändis/idrottare/journalist, etc. som professionell person - i deras professionella arbete.
6. Kändis/idrottare/journalist, etc. som privat person - skandal i det privata livet.
7. Kändis/idrottare/journalist, etc. som privat person - familj (ingen skandal).
8. Privat person i offentlig miljö - anställd, kriminell
9. Privat person som en privat aktör - familj, brottsoffer etc.
10. Ingen representation
99. N/A

23. Main actor's sex

1. Man
2. Kvinna
3. N/A

BILAGA 2

Ulrika Anderssons coding units - Individual articles.

1. ID (headline)

2. Newspapaer

1. Aftonbladet

2. Jönköpings-Posten

3. Dagens Nyheter

4. Svenska Dagbladet

5. Smålandsposten

6. VLT

7. Hallandsposten

3. Date (yy-mm-dd)

4. Weekday

1. Monday

2. Tuesday

3. Wednesday

4. Thursday

5. Friday

6. Saturday

7. Sunday

5. Format

1. Full-size/broadsheet (approx. 38,5 x 56 cm)

2. Berliner (approx. 31,5 x 47-49 cm)

3. Tabloid (approx. 28 x 38,5 cm)

6. Page (number)

7. Geographical level (excluded sections: sports, culture, family, entertainment, opinions)

1. Local news

2. National news

3. International news

4. NA (news not attached to a certain geographical place, for example, description of breed of dogs or how to join Facebook)

5. Regional news

8. Article size (or simply measure article in cm²)

1. Paragraph (< 80 cm²)

2. Small size article (81-240 cm²)

3. Middle size article (241-490 cm²)

4. Large size article (> 490 cm²)

Visual dimension

9. Size of headline

1. Very big- more than five words, large typeface.

2. Big - Five or less words, large typeface.

3. Middle large - more than five words, middle-size typeface.

4. Medium - less than five words, middle-large typeface/five or fewer words, small typeface.

5. Small- more or less than five words, small typeface.

6. Enormous.

10. Number of Pictures

10.2. Picture size (cm²)

10.3 . Picture's share of article (percent)

11.1. Number of charts

11.2. Chart's share of article (percent)

12.1 Number of fact boxes (makes news comprehensible to the audience, expresses care for the audience) (for example, fact boxes, personal records).

12.2. Fact boxes' share of article (percent)

13.1. Number of other illustrations (for example, drawings).

13.2. Other illustrations' share of article (percent)

14.1. Number of highlighted word/citations

14.2 Highlighted words'/citations's hare of article (percent).

Middle-brown dimension

15. Subject

1. Foreign/international news
2. Economy, business, labour market
3. Politics, community planning, elections, infrastructure, etc.
4. Social issues (including health, education, childcare, Human rights).
5. Accidents, disasters
6. Crimes, trials
7. Energy, environment
8. Trade and industry, including farming, fishing, tourism.
9. Science (medicine, physics, chemistry, etc.).
10. Popular culture, entertainment, celebrity, media.
11. Human interest (family, leisure activities, lifestyle, club activities, etc.).
12. Sports
13. War, dictatorship, war crime, armed conflict.
14. Corruption.
15. Military, espionage, security, police.
16. Culture.
17. Religion, theory of life.
99. Other.

16. Main actor/source (indicates existence of personalization)

1. Expert
2. Politician
3. Official (myndighetsperson)
4. Representative for organizations
5. Representative for trade and industry.
6. Public servant (offentlianställd)/employee.
7. Suspect, criminal
8. Celebrity, cultural worker.
9. Journalist.
10. Sports person.
11. Private person.
12. Other.
13. NA.

17. Main actor's representation (indicates existence of personalization).

1. Public figure/politician in public role - politician talks about labour/company/organisation.
2. Public figure/politician in public role- political scandal/company scandal/organizational scandal.
3. Public figure/politician in private role- scandal in private life.
4. Public figure/politician in private role - family (no scandal).
5. Celebrity/sportsman/journalist, etc. in professional role - about professional work.
6. Celebrity/sportsman/journalist in private role - scandal in private life.
7. Celebrity/sportsman/journalist in private role - private life (no scandal).
8. Private person in public role - employee, criminal.
9. Privater person as private actor - family/victim.
10. No representaion.
99. NA.

18. Main actor's sex

1. Male.
2. Female.
3. NA.

19. Focus A (indicates if focus on individuals has increase over time)

1. Issue (sakfråga)
2. Person/personality
3. Occurrence (händelse)

20. Focus B (indicates if focus on individuals tends to overshadow focus on issues/occurrences)

1. Story is about issue and focus on issue.
2. Story is about issue but focuses on individual/s (political decision, but focus on politician or citizen).
3. Story is only about individual.
4. Story is about occurrence and focuses on occurrence.
5. Story is about occurrence but focuses on individual/s.
6. Other/NA.

BILAGA 3

Tabellöversikt

Tabell 1: Utgivningsfrekvens och antalet verkamma dagstidningar mellan åren 1950 till 1990 (Hedenius, Weibull 1999, sidan 79).

År	7 nr/ vecka	6 nr/ vecka	5 nr/ vecka	4 nr/ vecka	3 nr/ vecka	2 nr/ vecka	1 nr/ vecka	Totalt
1950	15	110	-	8	51	12	20	216
1960	13	77	-	9	40	10	28	177
1970	12	64	7	7	22	8	29	149
1980	14	65	9	6	18	9	43	164
1990	13	67	10	7	13	7	47	164

Tabell 2: Andel som läser tryckta medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2003 (%) (Carlsson, Facht & Hellingwerf 2004, sidan 25).

År	Tid- skrift,1	Vecko-/ månadstidning	Special-/ fack- tidning	Bok	Skön- litteratur,2	Fack- litteratur,2	Dags- tidning, 3	Morgon- tidning	Kvälls- tidning
1980		23	22	29				74	40
1986		21	26	33				75	34
1990		20	28	34				74	32
1996	49	29	28	40			81	71	28
2000	54	33	32	39	26	14	85	74	28
2003	43	31	19	35	27	7	81	73	30

Tabell kommentar: 1) En sammanslagning av vecko-/månadstidning och special-/facktidning. 2) Skönlitteratur omfattar även barn- och ungdomslitteratur; facklitteratur omfattar även kurslitteratur, läx- och lärobok. 3) En sammanslagning av morgontidning och kvällstidning.

Tabell 3: Medieförtroendet i Sverige år 2006 (Weibull 2007, s.380)

	Mycket stort	Ganska stort	Varken eller	Ganska litet	Mycket litet	Tar ej del av mediet	Summa procent	Balansmåt
Sveriges Television	24	49	19	2	2	3	99	+69
Lokal morgontidning	22	43	21	3	1	10	100	+61
SRs nationella kanaler	26	36	18	3	2	15	100	+57
SRs lokala kanaler	21	40	22	2	2	13	100	+57
Sthlms morgontidningar	12	19	17	3	4	45	100	+24
Nyheter på Internet	5	24	30	4	5	32	100	+20
Kvällstidningar	5	15	30	22	15	13	100	-17

Tabell 4: Information om Aftonbladet och Jönköpings-Posten.

	Aftonbladet	JP
Grundad	1830	1865
Tidningsformat	Tabloid	Fullformat
Tidningsbeskrivning	Storstadskvällstidning	Landsortstidning
Täckningsantal	13% A-region 01	60% A-region 11
Utgivningsfrekvens	7 ggr/vecka	6 ggr/vecka
Konkurrensort	Ja	Nej
Bolag	Aftonbladet Hierta AB (49,9%)(1), Svenska Dagbladet Holding AB	Herenco AB
Huvudägare	Schibsted A/S	Familjen Hamrin
Utgivningsort	Stockholm	Jönköping
Ansvarig utgivare	Jan Helin	Mats Ottoson
Chefsredaktör	Jan Helin	Hans Olovsson

1) *Aftonbladet* Hierta AB konsolideras i Schibsted ASA som har det industriella och ekonomiska ansvaret för bolaget. Schibsted äger 49,9 procent i forma av stamaktier. Arbetarrörelsen äger 50,1 procent i form av preferensaktier med begränsad utdelning (Carlsson, Facht 2007, sidan). 2) 2013 blir *Jönköpings-Posten* och övriga dagstidningar inom Hallpressen tabloider. Utöver det mindre formatet kommer det från och med nästa år också att bli möjligt med fyrfärg i hela tidningen.¹

1 Internet 3

Tabell 5: Signifikantmättes styrkeförhållande för Phi och Cramérs V.

I	Perfekt
0,8-0,9	Mycket starkt
0,5-0,8	Starkt
0,3-0,5	Måttligt
0,1-0,3	Blygsamt
0>0,1	Svagt
0	Inget

Tabell 6: Dagstidningarnas sidoantalsökning.

ANTALET SIDOR		
År	Tidning	Ökning medeltalet antalet sidor
50	Aftonbladet	8
	JP	7
60	Aftonbladet	10
	JP	11
70	Aftonbladet	14
	JP	11
80	Aftonbladet	21
	JP	16
90	Aftonbladet	14
	JP	26

Diagram kommentar: Antalet sidor där nyheterartiklar presenteras i Aftonbladet och Jönköpingsposten mellan 1950 och 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1767. Antal sidor är ett medelvärde för varje tidning och år.

Tabell 7: Antalet hårda/mjuka nyheter (procent)

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
H	50	57	54	58	50	52	57	50	56	57
M	50	43	46	42	50	48	43	50	44	43
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	203	173	202	115	141	220	135	218	121	225
phi	0,075		0,046		0,022		0,060		0,011	

Tabell kommentar: Nyhet mätt i andel av Aftonbladet (AB) och Jönköpings-Posten (JP) från 1950 till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1753 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 8: Volym (cm²) hårda/mjuka nyheter (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
H	47	62	55	59	54	57	66	50	52	61
M	53	38	45	41	46	43	34	50	48	39
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	19122	21771	22712	14730	34580	29161	44588	44322	54523	64546
phi	0,152		0,044		0,027		0,170		0,095	

Kommentar: Nyhet mätt i volym av *Aftonbladet* (AB) och *Jönköpings-Posten* (JP) från 1950 till 1990-talet. Volymen undersökta nyhetartiklar 350055 cm². Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 9: Nyhetsartiklarnas aktualitet (procent), andel.

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Inför	6	7	10	9	9	3	8	5	8	10
Brådslande	29	47	36	26	35	35	29	28	32	30
Icke Brådslande	6	8	3	18	6	22	10	20	5	12
Ingen tids- angivelse	59	38	51	47	50	40	53	47	55	48
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n=	206	173	203	116	141	223	138	218	123	226
Cramer's v	0,214		0,267		0,240		0,133		0,124	

Tabell kommentar: Aktualitet mätt i andel av *Aftonbladet* (AB) och *Jönköpings-Posten* (JP) från 1950 till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1767. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 10: Nyhetsartiklarnas aktualitet (procent) mätt i volym cm².

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Inför	2	5	12	10	6	3	3	4	5	8
Bråskande	28	49	40	24	32	34	23	26	33	36
Icke Bråskande	6	8	1	19	4	20	11	18	4	11
Ingen tids- angivelse	64	39	47	46	58	43	63	52	58	44
S:a	100	101	100	99	100	100	100	100	100	100
n =	19122	21771	22712	14730	34580	29161	44588	44322	54523	64546
Cramer's v	0,255		0,331		0,268		0,126		0,173	

Tabell kommentar: Aktualitet mätt i volym av *Aftonbladet* (AB) och *Jönköpings-Posten* (JP) från 1950 till 1990-talet. Volymen undersökta nyhetsartiklar 350055 cm². Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 11: Andelen samhälls - eller personliga konsekvenser.

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Samhällskonsekvenser	41	44	45	49	38	45	43	41	35	46
Personliga konsekvenser	38	38	41	41	50	41	46	48	61	42
Inga konsekvenser	21	18	14	10	12	14	11	14	4	12
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	206	173	203	116	141	223	138	218	123	226
Cramer's v	0,040		0,072		0,087		0,019		0,192	

Tabell kommentar: Konsekvens mätt i andel av *Aftonbladet* (AB) och *Jönköpings-Posten* (JP) från 1950 till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1767 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 12: Nyhetartiklarnas Artikelfokus (procent) mätt i Volym cm².

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Samhällskonsekvenser	41	46	46	53	36	48	48	40	32	40
Personliga konsekvenser	36	34	39	36	51	35	45	50	63	41
Inga konsekvenser	23	20	15	11	13	17	7	10	5	19
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	19123	21770	22712	14729	34581	29161	44587	44323	54524	64547
Cramer's v	0,049		0,083		0,156		0,097		0,255	

Tabell kommentar: Nyhet mätt i volym av *Aftonbladet* (AB) och *Jönköpings-Posten* (JP) från 1950 till 1990-talet. Volymen undersökta nyhetsartiklar 350077 cm². Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 13: Hårda/mjuka nyheter Vs konsekvens (procent) i *Aftonbladet* (AB).

	50		60		70		80		90	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Samhällskonsekvenser	70	11	69	17	60	17	58	22	54	11
Personliga konsekvenser	8	69	22	63	31	68	36	59	43	85
Inga konsekvenser	22	20	8	20	9	15	5	19	3	4
S:a	100	100	99	100	100	100	99	100	100	100
n =	101	102	108	94	70	71	77	58	68	53
Cramer's v	0,678		0,526		0,444		0,377		0,448	

Tabell kommentar: Nyhet Vs Konsekvens *Aftonbladet* från 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 802 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 14: Hårda/mjuka nyheter (procent) i Jönköpings-Posten (JP).

	50		60		70		80		90	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Samhällskonsekvenser	63	19	70	19	75	12	72	10	70	13
Personliga konsekvenser	26	53	24	67	13	71	19	77	15	80
Inga konsekvenser	10	28	6	14	12	16	9	13	15	7
S:a	99	100	100	100	100	99	100	100	100	100
n =	99	74	67	48	114	106	109	109	129	96
Cramer's v	0,438		0,507		0,653		0,639		0,661	

Tabell kommentar: Nyhet Vs Konsekvens Jönköpings-Posten från 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta artiklar 951 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 15: Nyhetsartiklarnas andel av dagstidningssidan (procent) i Aftonbladet (AB) och Jönköpings-Posten.

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
<1/32	41	43	40	41	12	49	3	26	4	7
1/16	15	23	16	23	6	21	12	14	0	18
1/8	21	26	17	27	14	17	12	33	11	29
1/4	15	8	16	8	30	11	21	20	20	33
1/2	6	1	9	1	25	2	26	7	26	7
>1/2	2	0	3	0	13	0	25	0	40	3
S:a	100	101	101	100	100	100	99	100	101	97
n =	172	129	176	88	114	176	121	171	115	187
Cramer's v	0,215		0,242		0,607		0,569		0,604	

Tabell kommentar: Andel av dagstidningssidan som nyhetsartiklarna tar upp i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1449 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 16: Sammanlagda grafikmängdens andel av nyhetsartikeln (procent). (Bilder, rubriker, diagram och tabeller).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
< 1/16	16	11	4	5	0	5	0	4	1	1
1/8	29	16	22	22	7	10	5	10	11	11
1/4	33	46	51	44	42	35	29	26	10	26
1/2	13	20	18	22	37	36	36	36	29	36
> 1/2	9	6	5	8	14	14	30	25	50	25
S:a	100	99	100	101	100	100	100	101	101	99
n =	183	160	180	107	126	204	122	205	113	210
Cramer's v	0,208		0,078		0,153		0,157		0,270	

Tabell kommentar: Sammanlagda grafikmängdens andel av artikeln i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1633 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 17: Rubrikens andel av artikeln (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
< 1/32	17	4	3	6	1	4	3	7	3	3
1/16	11	12	5	9	4	6	10	9	8	8
1/8	35	22	33	29	22	18	33	33	40	28
1/4	32	50	51	43	55	41	42	37	41	50
1/2	5	12	7	13	18	29	12	14	9	10
> 1/2	0	1	1	0	0	3	0	1	0	1
S:a	100	101	100	97	100	101	98	101	101	100
n =	173	156	174	102	122	195	120	190	101	196
Cramer's v	0,299		0,156		0,208		0,105		0,132	

Tabell kommentar: Rubrikens andel av artikeln i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1529 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 18: Bildernas andel av artikeln (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
<1/16	0	4	3	0	10	0	9	2	2	0
1/8	10	7	9	4	18	3	5	3	5	5
1/4	35	32	32	17	10	11	16	12	12	18
1/2	40	32	44	52	53	61	41	50	46	60
> 1/2	15	25	12	26	8	26	29	33	34	17
S:a	100	100	100	99	99	101	100	100	99	100
n =	40	28	34	23	49	38	87	96	82	106
Cramer's v	0,201		0,266		0,388		0,185		0,240	

Tabell kommentar: Bildernas andel av nyhetsartikeln i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 583 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 19: Motiv största bilden (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Person/er	81	96	77	96	78	92	83	95	87	91
Sak	12	4	3	0	6	5	11	3	7	3
Miljö/gener	5	0	20	4	16	3	5	2	5	6
Annan	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	42	28	35	25	50	40	92	97	85	108
Cramer's v	0,338		0,399		0,328		0,187		0,207	

Tabell kommentar: Motiv största bilden i nyhetsartikeln i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta bilder 602 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 20: Motiv största bilden person/er (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Porträtt	35	41	37	29	44	13	38	12	30	17
Offentlig miljö	38	52	38	42	33	73	29	75	43	68
Privat miljö	24	4	15	29	23	14	32	13	26	11
Annan	3	4	0	0	0	0	1	0	1	3
S:a	100	101	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	34	27	27	24	39	37	76	92	74	98
Cramer's v	0,280		0,175		0,406		0,464		0,275	

Tabell kommentar: När motivet är personer är miljön av fotografiet poträtt, offentlig miljö, privat miljö eller annan mätt i andel i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta bilder 528 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 21: Motivvolym cm² största bilden person/er (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Porträtt	15	21	18	11	12	5	15	4	11	6
Offentlig miljö	43	73	49	53	46	83	38	81	45	78
Privat miljö	42	4	33	35	41	12	44	15	42	10
Annan	0	2	0	0	0	0	3	0	2	6
S:a	100	101	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	1393	1710	1792	2069	3717	4126	11984	10600	21648	11998
Cramer's v	0,464		0,088		0,386		0,431		0,376	

Tabell kommentar: När motivet är personer är miljön av fotografiet poträtt, offentlig miljö, privat miljö eller annan mätt i volym i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. De undersökta bilder volym 71036 cm². Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 22: Artikeltyp (procent), andel.

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Undersökande	1	5	4	0	6	2	9	2	16	8
Kritisk granskande	2	3	2	0	4	1	9	2	8	5
Neutral	93	87	90	100	88	96	77	89	69	76
Positivt rapporterande	4	5	3	0	2	1	5	7	6	11
Annan	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
S:a	101	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	206	173	203	116	141	223	138	218	123	226
Cramer's v	0,165		0,196		0,165		0,234		0,174	

Tabell kommentar: Andelen av textens representation och kategoriserats i artikeltyperna undersökande, kritisk granskande, neutral, positivt granskande och annan i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1767 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 23: Volym cm² Artikeltyp (procent)

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Undersökande	0	10	12	0	13	5	19	4	18	11
Kritisk granskande	4	3	3	0	5	3	11	4	8	7
Neutral	86	74	75	100	76	90	63	81	63	69
Positivt rapporterande	10	13	8	0	6	2	8	11	9	13
Annan	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
S:a	100	100	100	100	100	100	101	100	101	100
n =	19123	21771	22712	14729	34581	29162	44587	44323	54524	64546
Cramer's v	0,219		0,339		0,187		0,281		0,151	

Tabell kommentar: Volym av textens representation och kategoriserats i artikeltyperna undersökande, kritisk granskande, neutral, positivt granskande och annan i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet till 1990-talet. Volymen av de undersöta nyhetsartiklarna 350058 cm². Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 24: Offentlig Vs Privat (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Offentlig person	38	62	41	52	47	60	40	68	40	78
Privat Person	62	38	59	48	53	40	60	32	60	22
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	117	106	108	75	88	135	89	152	96	156
phi	0,246		0,111		0,132		0,274		0,382	

Tabell kommentar: Offentlig person Vs Privat person i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950-talet och 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1122 st.

Tabell 25: Offentlig eller Privat huvudaktör (procent)

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
Offentlig person/politiker i en offentlig roll	11	17	10	10	11	16	16	12	20	23
Offentlig person/ politiker i en offentlig roll - skandal	2	1	1	0	4	0	1	0	2	0
Offentlig person/ politiker som privat person - skandal	2	1	1	0	2	0	0	0	0	0
Offentlig person/ politiker som privat person - familj (ingen skandal)	2	0	1	2	2	1	1	3	2	0
Kändis/idrottare/journalist, etc som professionell person	9	20	10	24	15	20	9	36	9	31
Kändis/idrottare/journalist som privat person - skandal privata livet	2	0	1	1	2	0	4	1	2	0
Kändis/idrottare/journalist som privat person - (ej skandal)	2	4	3	2	3	2	4	1	9	2
Privat person i offentlig miljö - anställd, kriminell etc.	12	13	14	14	7	13	15	10	17	7
Privat person som en privat aktör - familj, brottsoffer	17	6	12	13	17	8	15	8	17	6
N/A	43	39	47	35	38	40	36	30	22	31
S:a	102	101	100	101	101	100	101	101	100	100
n =	206	173	203	116	141	223	138	218	123	226
Cramer's v	0,281		0,223		0,275		0,348		0,397	

Tabell 26: Manlig eller kvinnlig huvudaktör (procent).

	50		60		70		80		90	
	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP	AB	JP
M	73	84	81	90	82	86	73	82	77	81
K	27	16	19	10	18	14	27	18	23	19
S:a	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	108	100	102	61	84	113	82	133	86	139
phi	0,112		0,088		0,095		0,082		0,092	

Tabell Kommentar: Vilket kön har huvudrollen i artikeln mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1008 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 27: Män / Kvinnor som huvudaktör i Hårda / Mjuka nyheter i *Aftonbladet* (procent).

	50		60		70		80		90	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
M	86	68	89	77	93	73	79	65	77	76
K	14	32	11	23	8	27	21	35	23	24
S:a	100	100	100	100	101	100	100	100	100	100
n =	35	72	37	65	40	44	43	37	43	41
phi	0,382		0,363		0,205		0,147		0,152	

Tabell kommentar: M/K huvudaktör i H/M nyheter *Aftonbladet* mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 457 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Tabell 28: Män / Kvinnor som huvudaktör i Hårda / Mjuka nyheter i *Jönköpings-Posten* (procent).

	50		60		70		80		90	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
M	82	87	97	82	98	76	90	76	88	73
K	19	13	3	18	2	24	10	24	12	27
S:a	101	100	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	54	46	33	28	50	63	58	75	68	71
phi	0,095		0,203		0,271		0,210		0,263	

Tabell kommentar: M/K huvudaktör i H/M nyheter *Jönköpings-Posten* mellan 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 546 st. Procentantalet är avrundat till närmaste heltal.

Diagramöversikt

Diagram 1: Förändring av dagstidningsformat mellan 1984 till 2005.

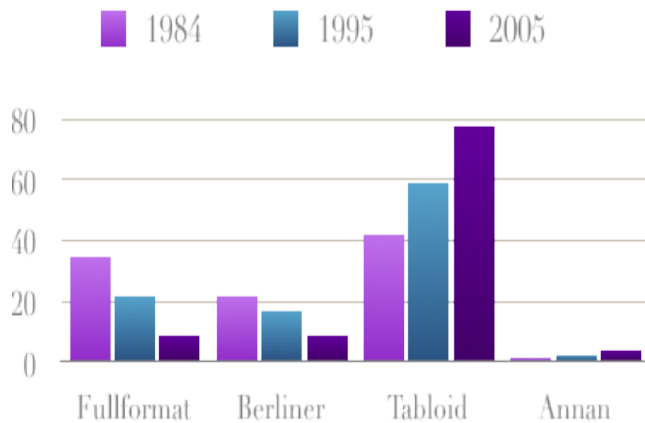


Diagram kommentar: De svenska dagstidningarnas format 1984-2005 (Carlsson, Facht 2007, sidan 80).

Diagram 2: Den svenska dagstidningsmarknaden, från 1970 till 1998.

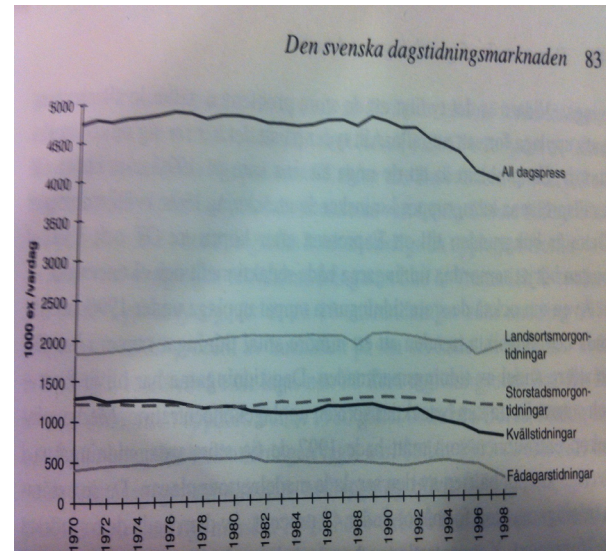


Diagram Kommentar: Dagspressen upplageutveckling 1970-1998 (x-axeln år, y-axeln 1000 ex/vardag (Hadenius, Weibull 1999, sidan 83).

Diagram 3: Historiska förändringar inom mediemarknaden, mellan 1960 till 2010

Datoriseringens genomslag

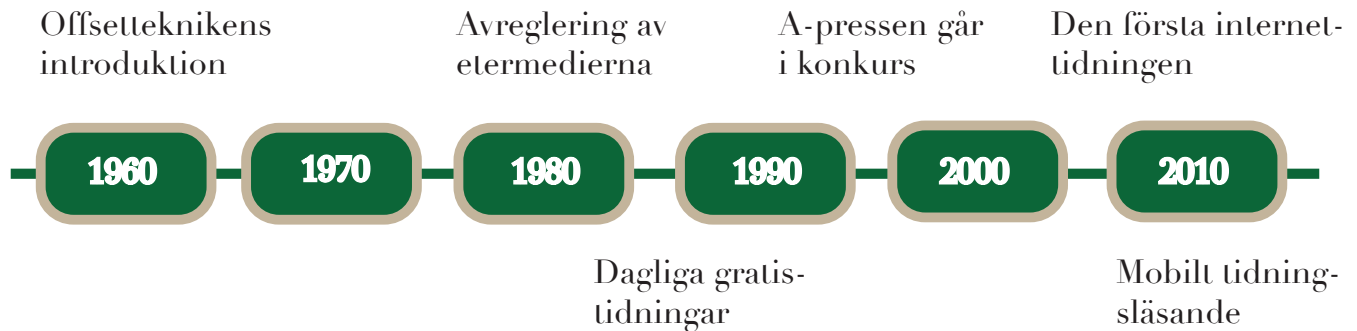


Diagram kommentar: Tidslinjen visar på ett antal förändringar i den svenska tidningsbranschen. (Sternvik 2007, sidan 31)

Diagram 4: Antalet svenska tv-licenser från 1950 till 1990.

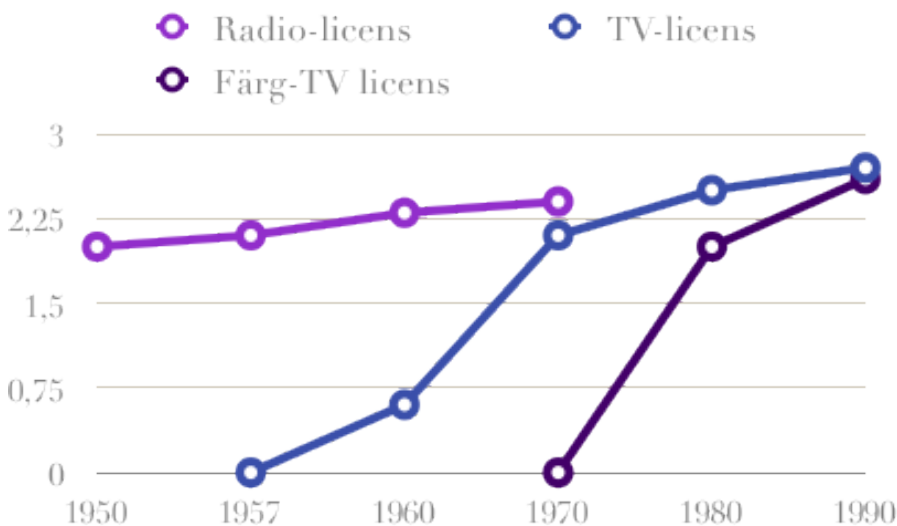


Diagram kommentar: Anm: Fr o m 1971 ingår radio i mottagaravgiften för TV. Fr o m 1978 avskaffades den särskilda radiolicensen och från och med 1990 avskaffades också Färg-TV-tillägget (Hadenius, Weibull 1999, sidan 170).

Diagram 5: "The two axes of journalism", skillnader mellan det offentliga och privata.

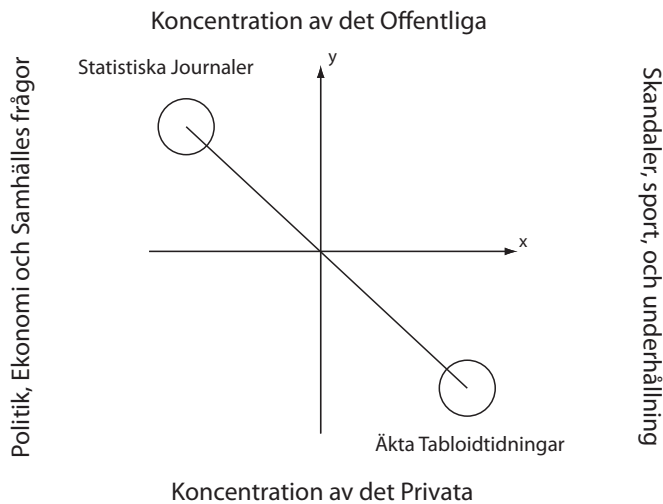


Diagram 6: Dagstidningsdefinition.

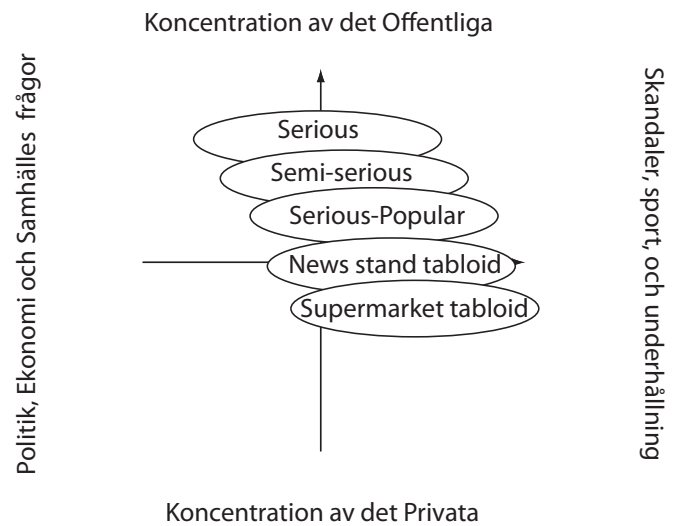
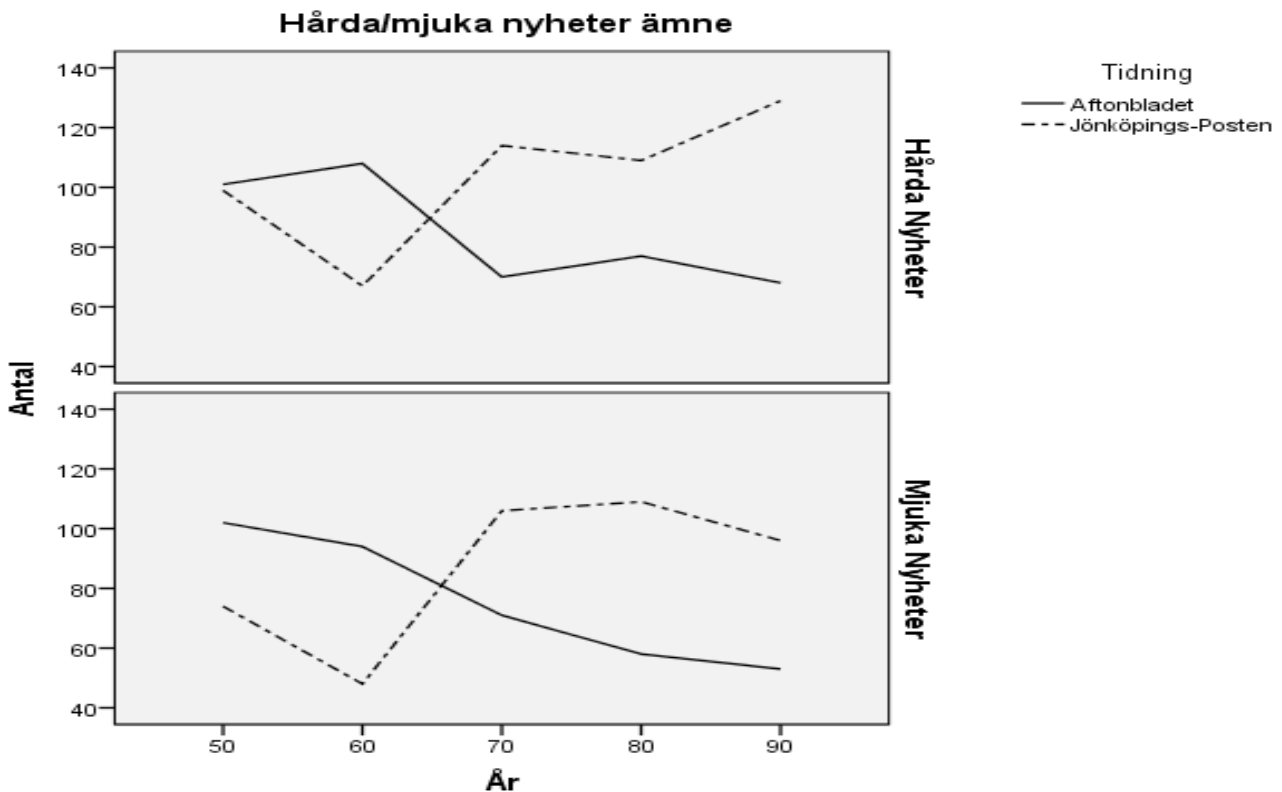


Diagram kommentar: Fem tidningstyper i "two axes of journalism" serious, semi-serious, Serious popular, news stand tabloid och supermarket tabloid.

Diagram 7: Antalet hårda och mjuka nyheter.



Kommentar: Antalet hårda & mjuka nyheter i Aftonbladet och Jönköpings-Posten från 1950-talet till 1990-talet. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1753 st; Hårda nyheter Aftonbladet, Jönköpings-Posten 50-talet: 101, 99. 60-talet: 108, 67. 70-talet: 70, 114. 80-talet: 77, 109. 90-talet: 68, 129. Mjuka nyheter Aftonbladet, Jönköpings-Posten 50-talet: 102, 74. 60-talet: 94, 48. 70-talet: 71, 106. 80-talet: 58, 109. 90-talet: 53, 96

Diagram 8: Andelen artikelstorlek i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950- tills 1990-talet.

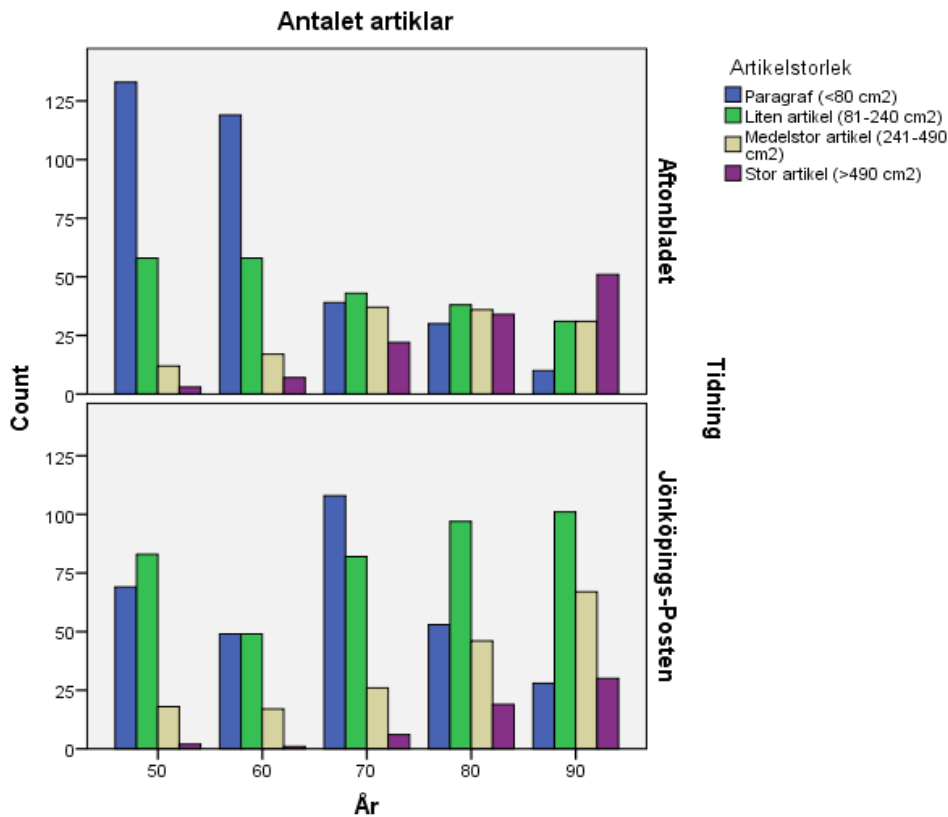


Diagram kommentar: Antalet artiklar i storlekarna: Paragraf, liten artikel, medelstor artikel & stor artikel. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1767 st.

Diagram 9: Nyhetsartiklarnas artikelutrymme i Aftonbladet och Jönköpings-Posten mellan 1950- tills 1990-talet.

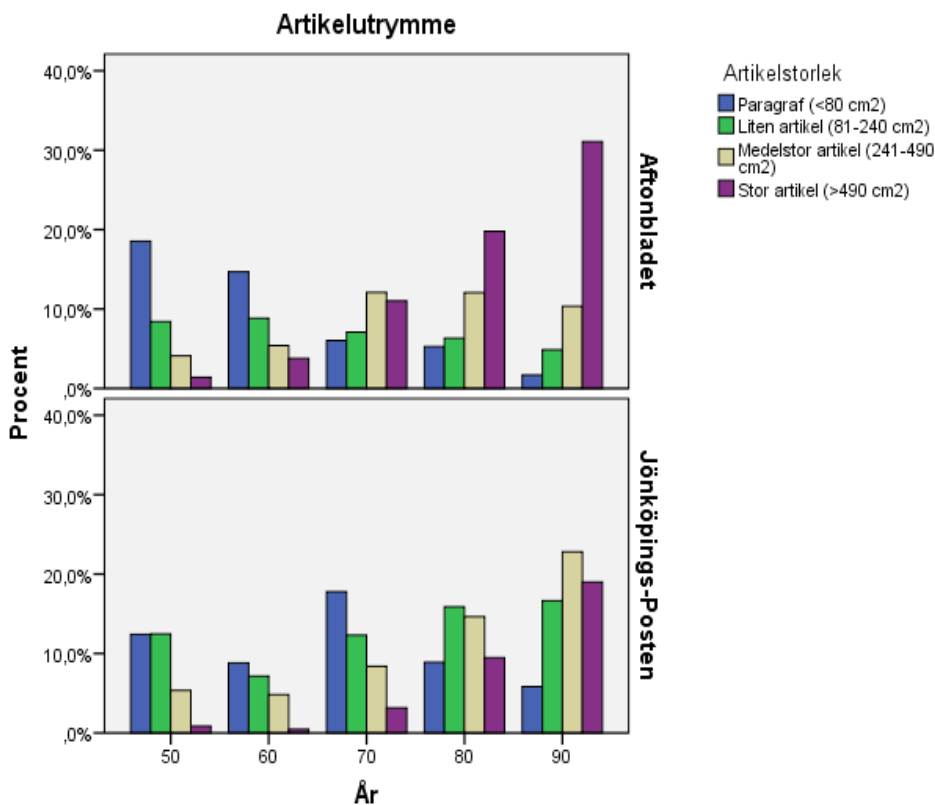


Diagram kommentar: Artiklarnas utrymme, vilka artiklar får störst utrymme av artikelstorlekarna: Paragraf, liten artikel, medelstor artikel & stor artikel. Antalet undersökta nyhetsartiklar 1767 st.

Diagram 10: Two axes of journalism, hårda/mjuka nyheter och offentlig/privat.

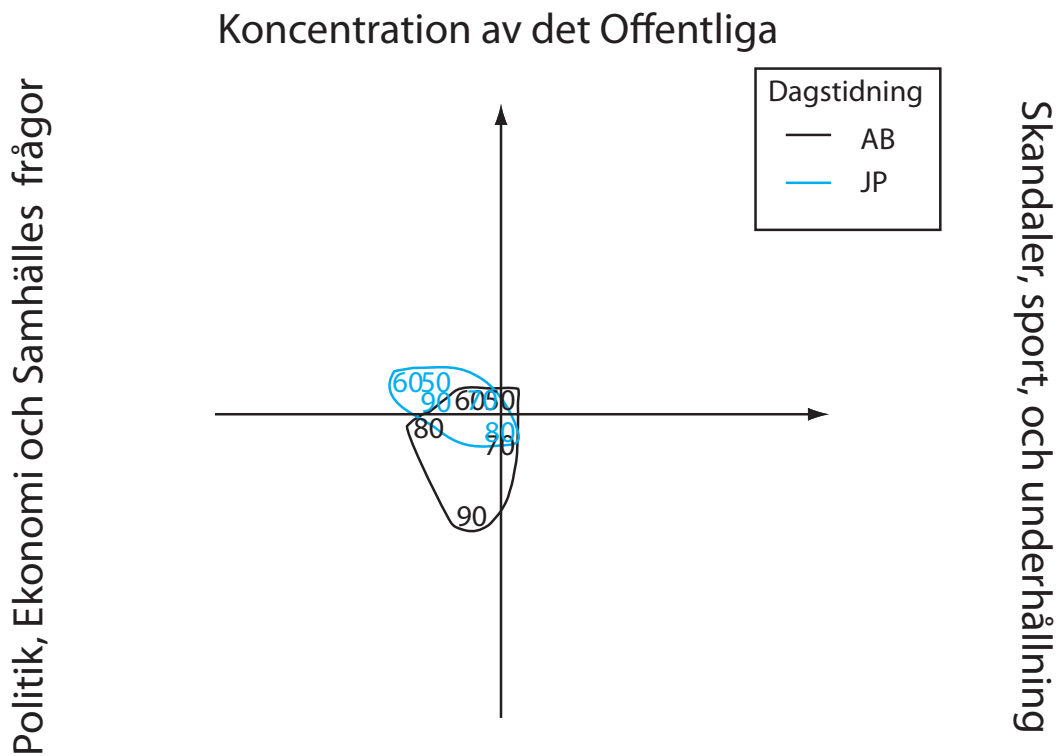


Diagram kommentar: Aftonbladet och Jönköpingsposten i “Two axes of journalism” från 1950-talet till 1990-talet, mätt mellan offentlighet och det privata samt hårda och mjuka nyheter

Diagram 11: Two axes of journalism, hårda/mjuka nyheter och samhälls-/privata konsekvenser.

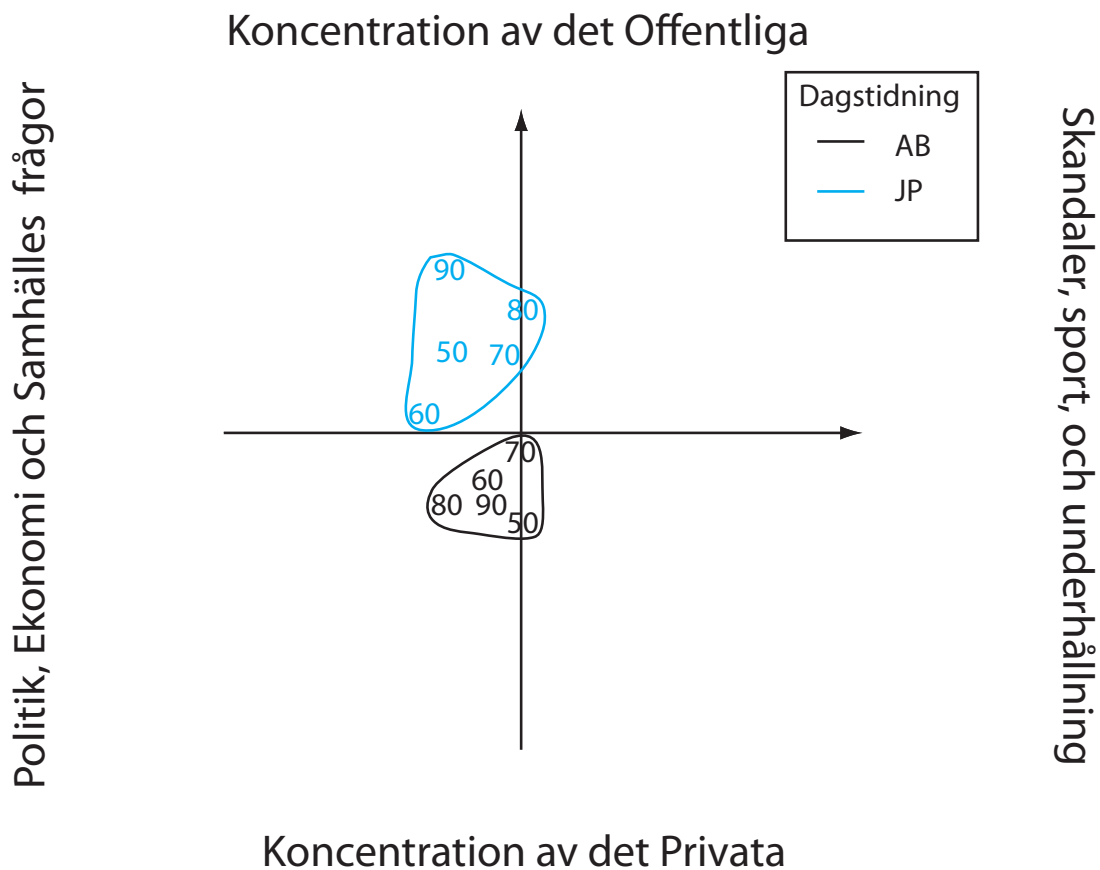
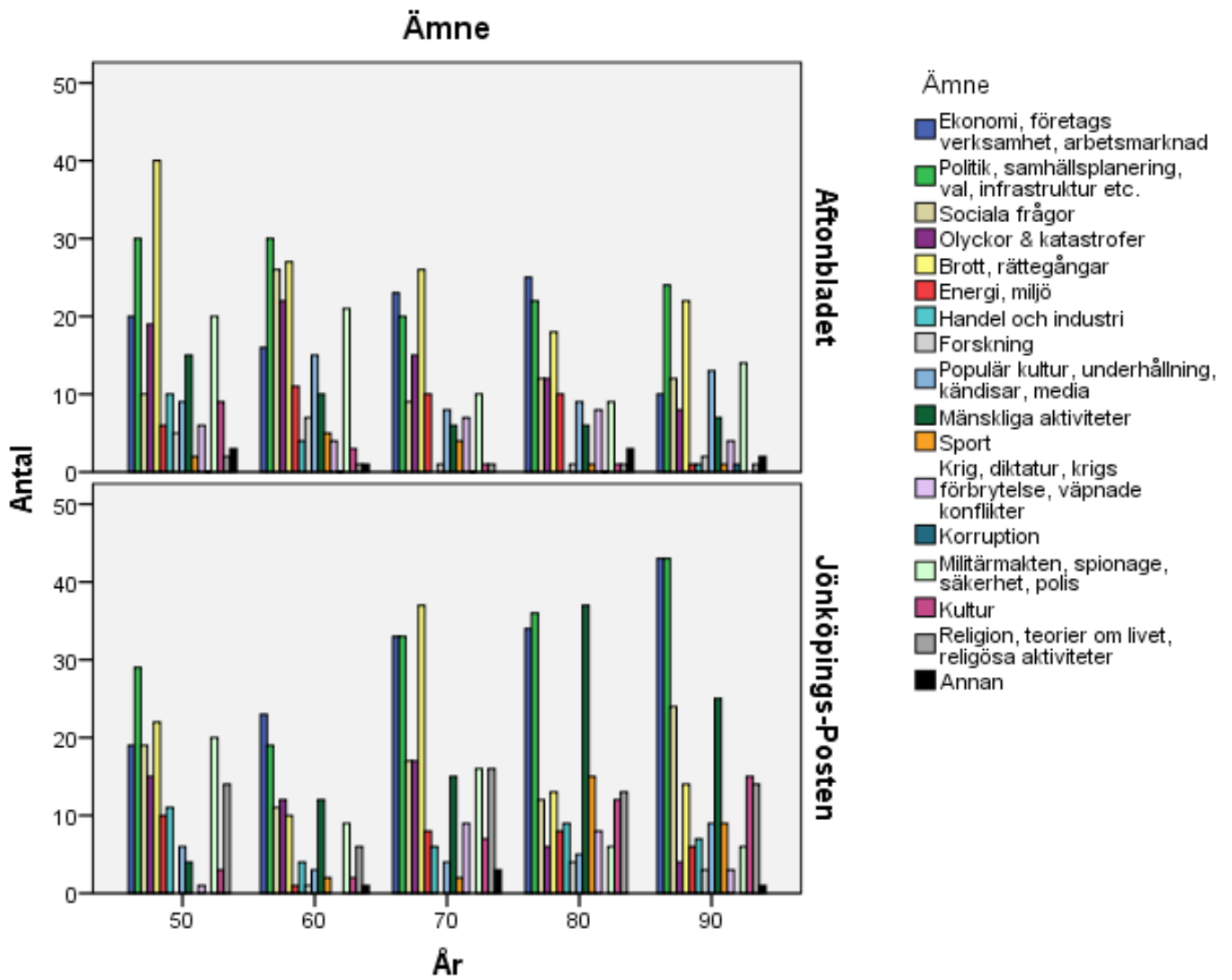


Diagram Kommentar: Aftonbladet och Jönköpingsposten i “Two axes of journalism” från 1950-talet till 1990-talet, mätt mellan samhällskonsekvenser och privata konsekvenser samt hårda och mjuka nyheter.

Diagram 12: Artiklarnas ämnesinriktning



Bildöversikt

Bild 1: Dagstidningsformat



Bild kommentar: Till vänster tabloidformat, till höger fullformat

Bild 2: Indelning av en hel dagstidningssida.

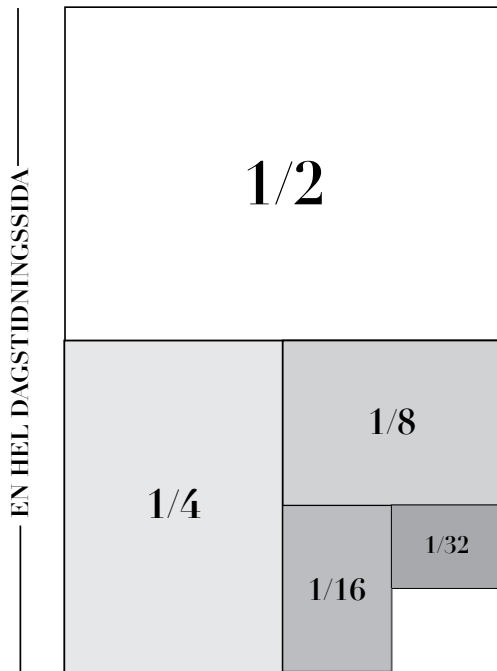


Bild 3: Aftonbladet 1950



Bild 5: JP 1950



Bild 7: Aftonbladet 1960



Bild 8: Jönköpings-Posten 1960



Bild 9: Aftonbladet 1970



Bild 10: Jönköpings-Posten 1970



Bild 11: Aftonbladet 1980



Bild 12: Jönköpings-Posten 1980



Bild 4: Aftonbladet 1990 (mittenuppslag)



Bild 6: JP 1990

