

GÖTEBORGS UNIVERSITET

Kandidatuppsats

Journalistprogrammet HT 2015

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Av: Frida Lundmark och Lena Åsberg

Handledare: Adam Shehata

# BILDligt TALAT



En jämförande studie av olika  
plattformars bildjournalistik



# Abstract

This thesis is a comparative study of photo journalism in different platforms, online versus printed newspapers. The sample used consists of four Swedish newspapers: Gefle Dagblad, Norrköpings Tidningar, Nerikes Allehanda and Borås Tidning.

The digital media landscape and the adaptation of news-matter to match different platforms have entailed both possibilities and limitations. One possibility is to offer a diversified photo content in different media outlets and to make use of the features of online platforms in terms of interactivity and the potential to include more material. The limitations constitute of a more formatted layout and a high work rate, increasing the individual workload for journalists. The purpose of this thesis is to research how the possibilities and limitations of multi-platform publishing have affected photo journalism.

The photo content of 599 news articles, both online and printed versions, have been analyzed in order to compare the difference between the two platforms. Three main areas have been compared: space, variation and origin.

The study shows that the mentioned areas of photo journalism, to some extent, differ between the two platforms – printed newspaper and online. However, the difference is small. The newspapers in this study do not vary the photo content on different platforms to a large extent, even though it could encourage people to continue to read articles both online and in the printed newspaper.

The articles online contain more photos on average. At the same time, the share of articles containing a photo is higher on the online platform compared to the printed newspaper. However, one of four articles does not contain a photo at all, which is notable since previous research shows that the use of photos generally increase reading. The online articles in the sample only include two types of multimedia elements, slideshows and moving pictures. One or both of these elements are used in 20 percent of all articles in the sample. Again, this shows that the potential of the online platform is not fully utilized. Above all, we believe that photo journalism could benefit from a higher use of moving pictures since this element is best at conveying feelings.

*Key words: photo journalism, media convergence, multimedia*

*Nyckelord: bildjournalistik, konvergens, flerkanalspublicering, multimedia*

# Innehåll

|   |    |
|---|----|
| <b>1 Inledning</b> .....                      | 1  |
| <b>2 Teori och forskning</b>                  |    |
| 2.1 Konvergens .....                          | 3  |
| 2.1.1 Flerkanalspublicering .....             | 4  |
| 2.1.2 Multijournalistik .....                 | 6  |
| 2.2 Medielogik .....                          | 6  |
| 2.3 Sammanfattning .....                      | 8  |
| <b>3 Syfte och frågeställning</b> .....       | 11 |
| <b>4 Material och metod</b>                   |    |
| 4.1 Material .....                            | 12 |
| 4.2 Urval .....                               | 12 |
| 4.2.1 Tidningar .....                         | 12 |
| 4.2.2 Dagar .....                             | 13 |
| 4.3 Kvantitativ innehållsanalys .....         | 14 |
| 4.4 Tillvägagångssätt .....                   | 14 |
| 4.5 Avgränsningar .....                       | 14 |
| 4.6 Metoddiskussion .....                     | 15 |
| 4.7 Reliabilitet och validitet .....          | 16 |
| 4.7.1 Extern validitet .....                  | 17 |
| <b>5 Resultat</b>                             |    |
| 5.1 Utrymme .....                             | 18 |
| 5.2 Variation .....                           | 19 |
| 5.3 Ursprung .....                            | 23 |
| <b>6 Analys</b>                               |    |
| 6.1 Utrymme .....                             | 24 |
| 6.2 Variation .....                           | 26 |
| 6.3 Ursprung .....                            | 28 |
| <b>7 Slutdiskussion</b> .....                 | 30 |
| 7.1 Förslag till vidare forskning .....       | 31 |
| <b>8 Referenser</b> .....                     | 32 |
| (BILAGA) <b>Kodbok med definitioner</b> ..... | 35 |

# 1 Inledning

16 000 bilder – varje dygn. Idag blir de stora svenska tidningshusen överösta med bilder, främst från bildbyråer och egna fotografer (Mral & Olinder, 2011: 92). Bilder spelar en central roll på redaktionerna och har kommit att ta allt större plats i journalistiken. I papperstidningen ökar både antalet bilder och andelen bildsatta artiklar, en utveckling det finns delade åsikter om.

Kritiken handlar ofta om att en ökad bildsättning sker på bekostnad av fördjupad läsning. Vi tycker dock att det är motiverat att låta bilder ta plats. Förutom att omedelbart placera publiken i ett sammanhang och en stämning, lockar bilderna till läsning och gör det enklare att förstå nyheten (Mral & Olinder, 2011:16, 76, 90–92; Segeholm, 2003: 12; Holsanova, 2010: 48; Wadbring & Nilsson, 2015: 454).

En ny studie av medieforskarna Ingela Wadbring och Maria Nilsson visar till och med att en bild kan vara avgörande för om läsaren överhuvudtaget uppmärksammar en nyhet (Wadbring & Nilsson, 2015: 454). I linje med detta menar Brigitte Mral och Henrik Olinder att bilder och grafik krävs för att en nyhet ska få stort genomslag (Mral & Olinder, 2011, 92). Vi ser därför att bildjournalistiken blir viktig ur en demokratisk aspekt – att människor läser och tar till sig nyheter är nödvändigt för att journalistikens demokratiska uppdrag ska fungera (Nord & Strömbäck, 2012: 16).

Tillkomsten av webbtidningar har dessutom gjort att bildjournalistiken nu har större potential än någonsin, eftersom bildmaterialet kan anpassas efter plattformarnas olika styrkor. I webbtidningarna finns det till exempel ingen anledning att spara på bilderna, eftersom webben inte har samma fysiska begränsning som papperstidningen (Ghersetti, 2012: 221). Fler bilder kan publiceras och fler artiklar kan bildsättas. Webbartiklarna kan också kompletteras med rörlig bild, vilket är en överlägsen medieform när det gäller att förmedla känslor (Nygren & Zuiderveld, 2011: 67).

Papperstidningen är istället bättre lämpad för avancerad grafik, och kan enklare leda läsaren genom variation av bildformat och storlek (Weibull & Wadbring, 2014: 285; Nygren & Zuiderveld, 2011: 67).

Tidningarna har alltså stora möjligheter, och all anledning, att presentera en varierad och genomtänkt bildjournalistik på sina plattformar idag. Men fler upplagor kräver också resurser i form av tid, pengar och kompetens (Karlsson, 2015: 439). Detta parallellt med att journalistiken befinner

sig i ett svårt ekonomisk läge, som har lett till olika former av effektiviseringar. Produktionen sker i ett allt högre tempo och specialkompetens, som till exempel fotografer, ersätts av multijournalister som både ska behärska och ha tid att skriva och bildsätta sina artiklar (Weibull & Wadbring, 2014: 102).

I vår uppsats vill vi undersöka på vilka sätt dessa möjligheter och begränsningar tar sig uttryck i bildjournalistiken. Vi förstår att det högre tempot och de utökade arbetsuppgifterna kan påverka i vilken grad tidningarna lyckas särskilja materialet. Vi utgår dock från att tidningarna ändå borde vara måna om att variera bildinnehållet mellan kanalerna och att utnyttja både pappers- och webbupplagans potential. Inte minst för att papperstidningen ska stå sig i konkurrensen från gratisvarianten på webben. Ett varierat bildmaterial, anpassat efter kanalens unika möjligheter, skulle kunna motivera publiken att fortsätta läsa båda upplagorna, vilket många idag fortfarande gör (Weibull & Wadbring, 2014: 326). Som vi ser det kan en enformig bildjournalistik i förlängningen leda till att tidningarna förlorar läsare i någon av kanalerna, och därmed även resurser till övrig journalistik.

För att få en uppfattning om hur bildjournalistiken egentligen ser ut idag, kommer vi att göra en jämförande studie av bilderna i webb- och pappersupplagan hos fyra svenska lokaltidningar. Detta urval förklaras närmare under metodkapitlet.

## 2 Teori och forskning

Vi har inte hittat någon undersökning som genomgående jämför bildmaterial i pappers- och webbtidningar. Däremot har vi hittat en hel del forskning om papperstidningens bildjournalistik, samt studier som jämför nyhetsinnehåll i de båda upplagorna. Därför ser vi att vår studie fyller en lucka i befintlig forskning och kompletterar två aktuella forskningsområden: digital bildjournalistik och anpassning av material för flera plattformar.

Även medieforskarna Michael Karlsson och Gunnar Nygren tycker att det saknas forskning inom dessa områden. Enligt Karlsson har det forskats minst om det som präglar den digitala journalistiken mest – nämligen multimedia och hastighet (Karlsson, 2015: 438). Nygren menar i sin tur att det är angeläget att undersöka hur medieinnehållet påverkas av teknikkiftet, nya mediologiker och en högre grad formatering (Nygren, 2008: 306).

Vi tar avstamp i detta paradigmskifte, som innebär stora omvälvningar i mediebranschen (Weibull & Wadbring, 2014: 203; Nilsson, 2015: 283). Möjligheten till en genomtänkt bildpresentation, med mervärden i form av rörlig bild på webben och avancerad grafik i papperstidningen, har aldrig varit större än nu (Karlsson, 2015: 439; Nygren & Zuiderveld, 2011: 67). Men i motsatt riktning finns ett behov av att effektivisera produktionen, vilket kan göra att variationen mellan kanalerna inte är så stor som den skulle kunna vara (Nygren & Zuiderveld, 2011: 140).

Vi kommer att använda oss av två huvudteorier som ger oss förklaringar och en bättre förståelse för den digitala journalistikens nya förutsättningar: konvergens och mediologik. Man kan kortfattat säga att konvergensteorin handlar om hur olika plattformar och yrkesroller allt mer smälter samman, medan mediologiken snarare belyser skillnader mellan olika medieformer. Dessa teorier och forskning inom området diskuteras närmare i kommande avsnitt.

### 2.1 Konvergens

Konvergens är en central teori i den pågående medietvecklingen, som innebär att två olika företeelser slås samman (Nygren, 2008: 70). Ofta används begreppet för att beskriva hur medieföretag publicerar innehåll i flera kanaler, exempelvis dagstidningar som också publicerar nyheter i

en nätupplaga (Nygren, 2008: 297; Weibull & Wadbring, 2014: 95). Men konvergensen återfinns inom fler områden än så. Även gränser mellan avdelningar och redaktioner suddas ut, till exempel försvinner rena bildredaktioner till förmån för större allmänna nyhetsredaktioner (Nygren & Wadbring 2013: 22). Journalisterna förväntas i sin tur ha multikompetens och behärska fler medieformer och arbetsuppgifter (Nygren 2008: 285). Idag finns det till exempel reportrar som fotograferar och fotografer som skriver texter. När vi redogör för tidigare forskning kring teorin väljer vi att särskilja de nämnda typerna av konvergens. Vi börjar med flerkanalpublicering och avslutar med multijournalistik.

### **2.1.1 Flerkanalpublicering**

Flerkanalpublicering handlar alltså om att ett medieföretag breddar sin verksamhet och distribuerar innehåll i flera kanaler (Nygren, 2008: 70). Det här kan göras på olika sätt. Antingen genom att publicera material från printversionen i webbupplagan helt utan bearbetning, så kallad recycling eller shovelware (Nygren & Zuiderveld, 2011: 14, 36, 66). Eller genom att använda plattformarna för att presentera olika typer av journalistiskt innehåll. Vissa nyheter passar bättre i papperstidningen än online. Ett fördjupat material med avancerad grafik gör sig till exempel bäst i papperstidningen (Weibull & Wadbring, 2014: 285; Nygren & Zuiderveld, 2011: 67), medan webben rymmer fler medieformer än text och stillbild. Där finns möjlighet att arbeta med interaktivitet, så som bildspel, rörlig bild, RSS-flöden och poddar (Nygren & Zuiderveld, 2011: 52). Flerkanalpubliceringen är mest funktionell om plattformarna används till det de är bra på, samtidigt som kanalerna har olika innehåll och inte konkurrerar med varandra (Nygren & Zuiderveld, 2011: 140; Norman, 2008: 155).

Huruvida dessa riktlinjer efterföljs i dagspressen råder det delade meningar om. En studie av Michael Karlsson, som presenteras i boken "Massmedier", visar att likheterna i nyhetsinnehåll mellan print och webb var större åren 2010/2012 än var de var 2000/2002 (Weibull & Wadbring, 2014: 286-287). Samtidigt presenterar Gunnar Nygren och Maria Zuiderveld (2011) forskning i "En himla många kanaler" som snarare pekar på att skillnaderna mellan kanalerna ökar (s. 82). Den här diskussionen handlar visserligen om nyhetsinnehåll snarare än om bildinnehåll. Men vi tycker att resonemanget om hur flerkanalpubliceringen borde se ut, i relation till hur den faktiskt ser ut, borde gå att överföra även till bildjournalistiken. Vi är därför intresserade av att undersöka i vilken utsträckning tidningarna särskiljer materialet i upplagorna och om plattformarna utnyttjas till det de är bäst lämpade för.

Ett sätt att utnyttja webbens potential är genom så kallat "multimedialt berättande". Rent konkret innebär det att separerade uttrycksformer, så som text, ljud och rörlig bild sammanförs i samma digitala medium (Karlsson, 2015: 434). Under 2008/2009 såg Nygren och Zuiderveld att multimedia i form av rörlig bild fick ett stort genombrott på svenska nyhetssajter. Författarna granskade innehållet på Aftonbladet, Sydsvenska Dagbladet, Norrköpings Tidningar och Smålandspostens webbsajter och resultatet visade att tre av fyra tidningar hade något inslag av rörlig bild (Nygren & Zuiderveld 2011: 98). Det multimediala berättandet tycks inte ha minskat sedan dess. I rapporten "Patterns and origins" från 2012 undersökte Michael Karlsson och Christer Clerwall hur frekvent Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Aftonbladet och Expressen använder sig av multimediala inslag. De inkluderade visserligen både rörlig bild och bildspel i begreppet multimedia (Karlsson & Clerwall, 2012: 554), men resultatet talar ändå sitt tydliga språk. Av samtliga undersökta webbartiklar innehöll nära en tredjedel rörlig bild eller multimedia (Karlsson, 2015: 435). Författarna ser dock att ett flitigt användande av bildspel och rörlig bild fortfarande ligger långt ifrån de kreativa bildpresentationer som förutspåddes för webben (Karlsson & Clerwall, 2012:561). Text, foto, ljud och rörlig bild kombinerat i en och samma medieproduktion är mycket ovanligt (Nygren & Zuiderveld, 2011:36). Nättidningar liknar snarare traditionella medier i utformningen, med traditionella former för bildpresentation (Karlsson & Clerwall, 2012: 561).

Det har alltså visat sig vara svårt att utveckla nya former av multimediejournalistik (Nygren & Zuiderveld, 2011: 36). Eftersom de ovan nämnda studierna är relativt nya, ser vi det inte som troligt att vi stöter på nya kreativa bildlösningar i vår undersökning. Däremot är det intressant att jämföra resultatet i Karlsson och Clerwalls studie med resultatet i vår studie. Att en tredjedel av artiklarna i deras undersökning innehåller inslag av multimedia är trots allt ett tecken på att storstadspressen i viss mån varierar bildmaterialet i kanalerna och utnyttjar webbens interaktiva potential. Men mindre tidningar har troligen mindre resurser att satsa på multimedia och därför borde resultatet se annorlunda ut i lokalpressen.

Sammanfattningsvis kan vi säga att flerkanalspubliceringen ger tidningshusen många möjligheter att utveckla bildjournalistiken och erbjuda ett varierat innehåll. Men det finns även nackdelar. Att publicera material på fler plattformar innebär ytterligare arbetsuppgifter, vilket har lett till att tempot i produktionen har drivits upp (Strömbäck, 2015: 161; Nilsson, 2015: 283). Detta går ofta ut över den enskilde journalisten, något vi utvecklar vidare under nästa punkt.



### 2.1.2 Multijournalistik

En journalist som kan arbeta med olika medieformer och som behärskar många steg i arbetsprocessen kallas för multijournalist eller multireporter (Nygren, 2008: 71). På lokala och regionala redaktioner arbetar de flesta journalister på detta sätt. De har många arbetsuppgifter och publicerar material både i pappers- och webbtidningen (Weibull & Wadbring, 2014: 297; Nygren, 2008: 103–104). Tidningarnas specialkompetens har kommit att ersättas av multireportrar, vilket gör att yrkesrollerna på redaktionen allt mer smälter samman (Weibull & Wadbring, 2014: 102).

Reportrarnas relation till multijournalistik är dock inte helt friktionsfri. Många kopplar ihop multikompetensen med krav på ökad produktion, snarare än en möjlighet att öka den journalistiska kvaliteten eller att utforska nya uttrycksformer (Nygren, 2008: 271).

Susan Zavoina och Tom Reichert (2000) undersöker i studien "Media convergence/management change" vilken effekt konvergensen har på bildjournalistiken i amerikanska tidningar, genom att titta på skillnader och likheter i hur bildredaktörer och webbredaktörer hanterar grafiskt material (s. 145). Författarna ser att fler personer är involverade i beslut som rör papperstidningen än beslut som rör nättidningen, till exempel när det handlar om vilka bilder som ska publiceras på förstasidan. Webbredaktionen har egen bestämmanderätt. Detta eftersom redaktörerna är multijournalister, som förväntas kunna hantera allt ifrån materialinsamling till att färgbalansera och beskära bilderna (s. 147, 150). Studien har visserligen några år på nacken, men det finns även senare forskning som visar att produktionskraven är särskilt höga för webbredaktörer (Nygren, 2013: 275; Nygren, 2008: 269). Om vi i vår undersökning ser att bildjournalistiken på webben inte är så genomarbetad, kan alltså teorier om multijournalistik hjälpa oss att förstå varför.

### **2.2 Medielogik**

Journalistiken smälter samman på många plan, men det finns fortfarande tydliga skillnader mellan olika medieformer. Alla medier arbetar efter en egen logik, som både påverkar hur rapporteringen och utformningen ser ut (Strömbäck, 2015: 161). Medielogik innefattar alltifrån redaktionella processer, till arbetsrutiner och format (Weibull & Wadbring, 2014: 312).

När det gäller bildjournalistik har olika medieformat olika fördelar. Som vi tidigare nämnt fungerar fördjupningar och ett mer komplext berättande bättre i pappret än på webben. Detta eftersom det är enklare att styra läsaren genom att förstora upp intressanta bilder och komplettera artiklarna

med tabeller och grafik (Nygren & Zuiderveld, 2011: 67). Webben ger istället möjlighet till multimedialt berättande och en kontinuerlig publicering, samt har ett obegränsat utrymme för bildpublicering (Nygren & Zuiderveld, 2011: 36; Hedman, 2006; Ghersetti, 2012: 221).

I "Media convergence/management change" undersökte Zavoina och Reichert även om webbtidningar används för att publicera fler bilder. Studien är som sagt 15 år gammal och resultatet visar att fler bilder publiceras i pappret (Zavoina & Reichert, 2000: 147). Så ser det förstås inte ut längre. Vi hittar dock ingen ny forskning på området, i synnerhet ingen svensk sådan. Därför tycker vi att det är en idé att undersöka om webbens utrymme utnyttjas i större utsträckning idag.

Det finns all anledning att tro att fler bilder publiceras på webben nu, likaså att fler artikeltyper bildsätts. Ulrika Andersson (2013) ser i rapporten "Från fullformat till tabloid" att andelen artiklar med fotografier nästan fördubblats i pappersupplagan mellan år 1990–2010, framförallt är det i korta artiklar och notiser bilderna ökar (s. 37). Andersson menar att den ökade andelen bilder är kopplad till generella övergångar i branschen (s. 64) och vi ser inga tecken på att denna trend skulle ha avstannat. Idag tar bilder allt större plats i journalistiken och inom forskningen talas det i termer av ett visuellt skifte (Svenska fotografers förbund, 2015: 20; Holsanova, 2010: 60). Vi ser att denna utveckling borde vara ännu tydligare på webben, eftersom webbtidningar till stor del drivs av bilder (Svenska fotografers förbund, 2015: 19) och dessutom har obegränsat utrymme (Ghersetti, 2012: 221). Då bra bildmaterial krävs för att en nyhet ska få genomslag (Mral & Olinder, 2011: 92), har tidningarna ingen anledning att spara in på bilder på nätet. Fler bilder och bildsatta artiklar borde rimligen publiceras i webbtidningen jämfört med papperstidningen.

Webbens medielogik möjliggör alltså publicering av fler bilder, men den begränsar samtidigt bildjournalistiken genom att plattformen är hårt formaterad. Innehållet läggs in i färdiga mallar med text, rubrik och bild, för att hålla tempot i produktionen uppe. Även om sidorna i papperstidningen också bygger på ett antal standardlayouter, har den inte samma formmässiga begränsning (Nygren, 2013: 276). Vi kan alltså vänta oss en större variation av format i papperstidningen. Sidorna rymmer liggande och stående bilder, så väl som frilagda och runda. Det finns också skäl för tidningarna att variera bildformat när möjligheten ges, eftersom dynamik och assymetri uppfattas mer spännande för ögat, än vad symmetriska och statiska former gör (Mral & Olinder, 2011: 124).

Webbens höga tempo gör även att pågående skeenden och enkla nyheter prioriteras. Det kan dels

vara nyheter som lätt kan bekräftas av officiella källor så som myndigheter och företag, eller som bygger på bidrag från läsare i form av tips och mobilbilder (Hedman, 2013; Nygren, 2013: 280).

Det här öppnar i sin tur upp för publicering av fler bilder från officiella källor, bildbyråer och läsare.

Läsargenererat innehåll var en av de största trenderna 2006/2007 (Nygren, 2008: 280) och många menar att det är ett växande fenomen inom journalistiken (Svenska fotografers förbund, 2015: 29; Nilsson, 2015: 283). Vem som helst med tillgång till en smartphone har idag möjlighet att snabbt skicka vidare bilder till tidningsredaktioner, när exempelvis en brand eller olycka inträffar (Wadbring & Nilsson, 2015: 1, 4; Svenska fotografers förbund, 2015: 29; Mral & Olinder, 2011: 95). Detta borde innebära att en hög andel läsarbilder publiceras, inte minst på webben som drivs av snabbhet. Samtidigt talar rapporten "Not good enough?" av Ingela Wadbring och Maria Nilsson (2015) emot att trenden skulle ha fortsatt öka. De jämför andelen publicerade läsarbilder i pappersupplagorna av Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, Aftonbladet och Helsingborgs Dagblad under åren 1995 till 2013 och intervjuar redaktörer på respektive tidning (s. 5). Läsarbilder visade sig vara extremt ovanliga i samtliga tidningar oavsett år. År 2013 granskade de även webbupplagan och såg inga större skillnader mellan kanalerna (s. 9).

Eftersom det finns en oenighet i denna fråga, ser vi att det är intressant att undersöka andelen läsarbilder även i vår studie. Dessutom tänker vi att resultaten kan skilja sig mellan olika stora tidningar. Vi förutsätter att relationen till läsaren är särskilt viktig för tidningar med lokal profil, och för att citera nyhetschefen på Helsingborgs Dagblad blir läsarbilder "ett sätt att öka interaktionen mellan tidning och läsare" (Wadbring & Nilsson, 2015: 12). I och med att tre av de fyra tidningar som Wadbring och Nilsson granskade var storstadstidningar, är vi alltså intresserade av att se om läsarbilder förekommer oftare i våra mindre tidningar. Vi menar också att fler läsarbilder borde publiceras i webbtidningen jämfört med papperstidningen, eftersom plattformen möjliggör publicering av fler bilder och drivs av snabbhet (Nygren & Zuiderveld, 2011: 36, Gherseti, 2012: 221). Enligt Aftonbladets bildredaktör är det "bättre att ha en snabb bild än ingen bild alls" (Wadbring & Nilsson, 2015: 12), en devis som alltså i synnerhet borde gälla på webben.

### **2.3 Sammanfattning**

Idag har tidningarna alla möjligheter att presentera en genomtänkt och varierad bildjournalistik,

med exempelvis interaktivitet på webben och fördjupning i papperstidningen (Karlsson, 2015: 439; Nygren & Zuiderveld, 2011: 67). Många, både forskare och praktiker, anser att medieföretagen bör utnyttja plattformarnas potential i sin rapportering. Självklart är företagen själva också medvetna om flerkanalpubliceringens styrkor (Norman, 2008: 155, 159), men det finns anledningar till varför de inte alltid lever som de lär.

En konsekvens av att innehållet ska publiceras i två kanaler är att tempot i produktionen blir högre (Strömbäck, 2015: 161; Nilsson, 2015: 283). Arbetet effektiviseras genom en hårdare formatering av plattformarna och genom att varje enskild journalist får fler arbetsuppgifter på sitt bord (Nygren, 2013: 275-276). Det är mot denna bakgrund vill vi undersöka hur bildjournalistiken ser ut idag, i vilken grad tidningarna lyckas särskilja bildmaterialet i sina kanaler och på vilka sätt effektiviseringen tar sig uttryck i bildmaterialet. Utifrån vad teori och tidigare forskning har visat, ser vi framförallt att det är tre områden inom bildjournalistiken som är intressanta att granska: utrymme, variation och ursprung.

Utrymmet i papperstidningen är begränsat, till skillnad från utrymmet i webbtidningen (Ghersetti, 2012: 221). Vi vill därför undersöka om tidningarna tar vara på denna möjlighet och bildsätter fler artiklar på webben. Eftersom bra bildmaterial krävs för att en nyhet ska få stort genomslag (Mral & Olinder, 2011: 92), borde tidningarna vara angelägna om att bildsätta sina artiklar när de har chans. Det är också intressant att se om webbartiklarna har fler bilder än printartiklarna. Om tidningarna ger sina fotografer tid att arbeta fram ett bra bildmaterial, skulle utrymmet kunna användas till att publicera en genomtänkt bildberättelse (Svenska fotografers förbund, 2015: 20).

Variation av bildinnehåll kan både handla om att publicera olika bilder i olika kanaler, och om att anpassa materialet efter kanalernas styrkor. Webben ger till exempel möjlighet till mervärden i form av multimedia och interaktivitet, medan olika bildformat och avancerad grafik fungerar bättre i papperstidningen (Karlsson, 2015: 439; Nygren & Zuiderveld, 2011: 67). Att utnyttja plattformarnas potential är alltså en viktig anledning att variera bildinnehållet i kanalerna. En annan anledning är att ge läsarna en större bildupplevelse, då det är ofta samma personer som läser tidningen i pappers- och webbtidningen (Weibull & Wadbring, 2014: 326). För att inte förlora läsare behöver papperstidningen erbjuda något annat än vad webben gör och tvärtom (Nygren & Zuiderveld, 2011: 131-132).

När det gäller ursprung är vi främst intresserade av att undersöka om fler snabba bildkällor används i webbtidningen. Webben präglas av ett högt tempo och en ständig publicering (Nygren & Zuiderveld, 2011: 36), vilket till exempel ökar beroendet av TT-material. Plattformen är också bildberoende på så vis att den drivs av bilder och film (Svenska fotografers förbund, 2015: 19). Vi ser därför att fler amatörbilder och bilder från officiella källor borde finnas representerade på webben.

I resultatdelen kommer vi att analysera och förklara våra tre huvudområden utifrån teorier om flerkanalpublicering, multijournalistik och medielogik.

# 3 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att undersöka på vilka sätt flerkanalpubliceringens möjligheter och begränsningar tar sig uttryck i bildjournalistiken. Vår övergripande frågeställning har varit: Hur skiljer sig bildinnehållet mellan pappers- och webbupplagan?

Vi fokuserar i vår uppsats på tre huvudområden som tillsammans hjälper oss att besvara frågeställningen. Till varje huvudområde tillkommer ett antal detaljfrågor, som specificeras närmare här nedan.

## Utrymme

- a) Bildsätts fler artiklar på webben än i pappret?
- b) Finns det i så fall några mönster i vilka artikeltyper som bildsätts?
- c) Publiceras fler bilder per webbartikel än per printartikel?

## Variation

- a) I vilken utsträckning varierar upplagornas huvudbilder?
- b) I vilken utsträckning varierar huvudbild och förstasidesbild?
- c) Hur ofta kompletteras webbartiklarna med multimediala inslag?
- d) I vilken utsträckning utnyttjas papperstidningen till att variera bildformaten?

## Ursprung

- a) Publiceras mer bildbyråmaterial på webben än i papperstidningen?
- b) Hur ofta förekommer läsarbilder i respektive kanal?

# 4 Metod, urval och avgränsningar

## 4.1 Material

I studien granskar vi bildjournalistiken i fyra svenska tidningar: Norrköpings Tidningar, Gefle Dagblad, Nerikes Allehanda och Borås Tidning. Totalt har vi kodat 599 unika artiklar. Av dessa fanns 191 artiklar i Borås Tidning, 100 i Gefle Dagblad, 151 i Nerikes Allehanda och 157 i Norrköpings Tidningar. Samtliga artiklar granskades i båda upplagorna och vi har alltså kodat 1 198 artiklar totalt. I artiklarna kodade vi egenskaperna hos 1 209 bilder, varav 707 bilder i webbupplagan och 502 i pappersupplagan. Vi jämförde även förstasidornas bildpuffar med huvud bilden i motsvarande artikel i båda upplagor. På webbens förstasidor fanns totalt 207 bildpuffar och i pappersupplagorna fanns 52 bildpuffar.

Vi valde att koda följande artiklar: inrikesnyheter, åsiktsmaterial (ledare, debattartiklar, insändare, krönikor och recensioner) och notiser.

## 4.2 Urval

För att välja tidningar och dagar använde vi oss av strategiska urval, vilket Peter Esaiasson, Mikael Gilljam, Henrik Oscarsson och Lena Wängnerud (2012) beskriver som en tvåstegsproblematik. Först handlar det om att hitta en population och sedan ett urval (s. 156 –158). Vi började alltså med att ringa in en population.

### 4.2.1 Tidningar

Först och främst valde vi att undersöka dagspressen, eftersom det är den medieform som i och med digitaliseringen står inför störst utmaningar (Weibull & Wadbring, 2014: 285). Vi ville inte granska de allra största tidningarna, då vi såg att mediebranschens nya villkor blir extra tydliga på mindre redaktioner, eftersom bildjournalistik i mångt och mycket är en resursfråga. Vi utgick från att tidningarna skulle vara någorlunda lika när gäller ekonomiska förutsättningar samt storlek på utgivningsort och upplaga, vilket resulterade i populationen “svensk mellanstor dagspress”. Urvalsprocessen beskrivs mer utförligt nedan.

Bland Sveriges 15 största medieföretag finns fyra renodlade dagstidningsföretag, som bygger sin verksamhet på lokala eller regionala dagstidningar: Stampen, NTM, Mittmedia och Gota Media (Weibull & Wadbring, 2014: 220, 227). Vi fokuserade på dessa koncerner, med tanken att medieföretag med andra huvudsakliga inkomstkällor antagligen också har större resurser att satsa på bildjournalistik. Vi valde att undersöka en tidning från Stampen, en från NTM, en från Mittmedia och en från Gota Media. Eftersom det kan finnas ett gemensamt formspråk inom företaget ville vi inte ha mer än en tidning från samma koncern. Dessutom samordnar de ofta material mellan sina olika tidningar (Weibull, 2015: 57), och genom att välja tidningar från olika koncerner minskade vi därför risken att hitta samma material i flera analysenheter.

Förutom att tidningarna skulle ingå i olika koncerner ville vi också att de skulle ha en likvärdig tillgång till nyhetshändelser och egna bilder. Därför valde vi tidningar som utgår från mellanstora svenska städer, som finns någonstans mellan plats 5 och 15 på listan över Sveriges största städer. Här hittar vi Norrköping, Borås, Gävle och Örebro (SCB, 2011).

Vi ville även att tidningarna skulle ha ungefär lika stora upplagor. Norrköpings Tidningar, Borås Tidning och Nerikes Allehanda har alla mellan 35 000 och 50 000 tryckta upplagor per dag (TS, 2014). Mittmedia har ingen så stor tidning, men vi ville gärna ha med koncernen i undersökningen, då de har en uttalad onlinesatsning (Canoilas, 2012, 10 dec). Detta i kontrast till exempelvis Nerikes Allehanda, som har en mängd unikt printmaterial. Från Mittmedia valde vi koncernens största tidning, med en tryckt upplaga på 21 100 exemplar per dag. (TS, 2014).

#### **4.2.2 Dagar**

När vi hade provkodat resultatet insåg vi att fyra dagar skulle generera en rimlig mängd artiklar.

Vi valde måndag till och med torsdag, eftersom vi ville inrikta oss på nyhetsmaterial, och hade sett att helgtidningarna ofta innehöll mer bildburna artiklar inom "mjukare" teman än måndag – torsdagsnumren.

Undersökningen genomfördes under måndag – torsdag vecka 47. Anledningen till att vi valde denna vecka, istället för att göra ett slumpmässigt urval av dagarna, var att vi ville koda bildpuffarna på webbens förstasida. Dessa finns inte i något arkiv, alltså behövde vi följa en vecka i realtid för att ta egna skärmdumpar.



### **4.3 Kvantitativ innehållsanalys**

Som Esaiasson et al. (2012) skriver är en kvantitativ innehållsanalys bra för att undersöka variabler som inte är tolkningsbara, så som hur ofta en parameter förekommer i ens material och hur stort utrymme den får (s. 197–198). Denna typ av mätningar har varit centrala i vår uppsats.

Den kvantitativa metoden kräver alltså inte lika mycket tolkning som den kvalitativa, men det betyder inte att den är helt tolkningsfri. Därför bör tolkningsregler och kodningsprinciper finnas (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2012: 198, 201). För att vi skulle tolka kodvariablerna på samma sätt, och på så sätt undvika systematiska fel, definierade vi därför variabelvärdena noga. Dessa definitioner redovisas i kodschemat och finns som bilaga.

### **4.4 Tillvägagångssätt**

Vi har alltså jämfört artiklar som både fanns i pappers- och webbupplagan för att kunna se om och hur bildjournalistiken varierar i kanalerna. För att hitta de artiklar som fanns i båda upplagorna utgick vi från papperstidningen och sökte i Retrievers tjänst Mediearkivet för att hitta samma artikel i webbtidningen.

Några av papperstidningens notiser hade i webbupplagan förlängts till artiklar. I dessa fall kodade vi dem efter papperstidningens artikeltyp, alltså notis. Detta för att resultaten skulle vara jämförbara.

För att kunna jämföra webbens förstasidespuffar med motsvarande artikels huvudbild tog vi skärmdumpar på startsidorna. Eftersom webben uppdateras kontinuerligt gjordes detta två gånger om dagen, klockan åtta på morgonen samt klockan sex på kvällen. “Förstasidan” har på webben innefattat hela startsidan, från topp till botten. Detta för att få med bildpuffar till samtliga artikeltyper. I några av tidningarna hamnade nämligen kultur och sportnyheter alltid långt ned på sidan, om vi skulle gjort en snävare definition av webbens “förstasida” hade vi alltså inte fått med dessa artiklar under någon av dagarna.

### **4.5 Avgränsningar**

#### **Bilder**

Då vissa artiklar hade upp emot 15 bilder valde vi att avgränsa oss till att koda egenskaperna hos fem bilder per artikel. Dels på grund av den tidsbegränsning vi har haft, dels på grund av att vi tror att få personer klickar sig igenom ett bildspel på 15 bilder. Genom att välja de fem första i bildspelet

såg vi alltså att de bilder som oftast blir sedda täcktes in. Vi ville ha samma avgränsning i båda upplagorna och höll oss därför till fem bilder även i papperstidningen, trots att läsarna där ser samtliga bilder utan ansträngning. I pappersupplagan kodade vi de fem största bilderna. I några få fall var bilderna lika stora och då valde vi de fem första bilderna, och utgick från det övre vänstra hörnet. Vi vill dock understryka att vi har undersökt hur många bilder det fanns totalt i artiklarna, även om vi inte kodat egenskaperna hos alla bilder.

### Artiklar

Nerikes Allehanda är uppdelad i tre delar: huvudtidningen och två olika bilagor med lokalnyheter, en för Sydnärke och en för Bergslagen. För att begränsa materialet valde vi att endast koda innehållet i en av dessa lokaldelar. En lottning avgjorde att det blev Sydnärke som kodades.

### Ämnen

Vi har kodat artiklar som finns under vinjetterna lokalt, inrikes, sport, kultur/nöje, ledare, debatt och ekonomi/näringsliv. Utrikesnyheterna uteslöts, då de undersökta tidningarna inte själva bevakar dessa och därmed inte har någon möjlighet att påverka bildmaterialet. Vi valde också att utesluta plocksidor, familjesidor samt vinjetterna "mat och "motor" ur undersökningen. Dels på grund av att motsvarande artiklar sällan fanns på webben, men också eftersom vi ville fokusera på nyheter snarare än "mjuka" ämnen.

## **4.6 Metoddiskussion**

Som tidigare nämnts, har vi kodat de artiklar som fanns i både webb- och pappersupplagan, vilket var en klar majoritet av artiklarna. Materialet som inte publicerades på webben var främst två sorters artiklar: stora uppslag med många bilder, samt små lokalnotiser utan bilder. Detta kan självklart ha påverkat resultatet i vår undersökning, men eftersom artikeltyperna är två ytterligheter tänker vi att de till viss del tar ut varandra.

För att hitta tidningsupplagans artiklar på nätet sökte vi som sagt i Mediarkivet. Arbetsättet innebar två problem: rubrikerna skiljde sig ofta mellan upplagorna och webbartiklarna publicerades sällan samma dag. För att hitta alla artiklar sökte vi därför efter olika nyckelord som fanns med i pappersartikeln, så som citerade personer, orter och företagsnamn. Vi letade också efter artikeln i webbupplagan två veckor innan samt en vecka efter att den publicerades i papperstidningen. Vi

kan ha missat någon enstaka artikel som inte publicerades på webben inom detta tidsspänn, men bedömer det inte som särskilt troligt.

Att vi har sökt efter webbversionen med hjälp av pappersartikelns rubrik och nyckelord kan ha gjort att vi har missat de artiklar som gjorts om till rena tv-inslag. Några av tidningarna hade nämligen en egen tv-flik där rörlig bild presenterades utan text till och dessa inslag har vi alltså inte hittat. Det är möjligt att vissa inslag var en version av en artikel i pappersupplagan.

#### **4.7 Reliabilitet och validitet**

Enligt Esaiasson et al. (2012) innebär en god resultatsvaliditet att undersökningen mäter det den påstår sig mäta. Den innehåller alltså varken systematiska eller osystematiska fel (s. 57). En god intern validitet handlar om att dra rimliga slutsatser utifrån materialet. I de fall dessa slutsatser är beskrivande, vilket de är i denna uppsats, är den interna validiteten samma sak som resultatsvaliditeten (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 58).

För att undvika systematiska fel har vi försäkrat oss om att vi tolkar variablerna på samma sätt genom att noggrant definiera varje kodparameter. Vi satt också hela tiden tillsammans med varsin upplaga och kodade artiklarna samtidigt. På så sätt kunde vi diskutera de bilder som vi var osäkra på hur de skulle kodas.

Den kvantitativa innehållsanalysen brukar innehålla ett reliabilitetstest (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 201). Vi har inte utfört reliabilitetstestet på något av de klassiska sätten, genom att antingen själv koda om en liten del av materialet eller låta någon utomstående göra det, för att se hur väl resultaten överensstämmer (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 207-208). Vårt arbetssätt har däremot inneburit en automatisk kontroll av en stor mängd material, eftersom vi kodade samma artikel i två upplagor. När vi exporterade siffrorna till Excel kunde vi alltså se om siffrorna skiljde sig någonstans, där de inte borde göra det. Exempelvis borde vi ha kodat lika många debattartiklar, lokalnyheter, huvudbilder etc. I de fall siffrorna skiljde sig åt gick vi tillbaka och rättade till felkodningarna, och minskade på så sätt de osystematiska felen i undersökningen (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 63).

Vi har även uteslutit en variabel som vi inte anser ha tillräckligt hög validitet. Vi var intresserade av att undersöka bildernas motiv, men när vi kodade materialet hände det upprepade gånger att vi kategoriserade bilderna olika, eller var osäkra på inom vilken kategori bilden hörde hemma. Därför valde vi att inte använda oss av resultaten.

#### **4.7.1 Extern validitet**

Den externa validiteten handlar om “möjligheterna att generalisera slutsatserna till en större och mer relevant population, eller till en annan kontext” (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 58). Detta påverkas till stor del av hur urvalet gått till. För att resultatet ska vara generaliserbart är, enligt författarna, det absolut bäst att använda sig av ett slumpmässigt urval eller ett totalurval (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 171). De menar också att urvalsgrunderna är en indikator på studiens generaliserbarhet. Har de valts på grund av bekvämlighetsskäl eller för att de faktiskt ökar chansen att kunna utläsa något allmängiltigt ur resultaten? (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 155 –156).

Vi har varken gjort ett totalurval eller ett slumpmässigt urval av tidningar. Ett totalurval på svensk mellanstor dagspress hade varit omöjligt med tanke på undersökningens begränsade tid. För oss var ett strategiskt urval bättre än ett slumpmässigt eftersom vi ville undersöka tidningar från olika koncerner som hade någorlunda liknande storlek på utgivningsort, inkomstkälla och upplaga. Eftersom vi analyserar resultaten med hjälp av teorier kan vi utläsa generella aspekter ur vårt material, trots att vi använt oss av strategiska urval (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängerd, 2012: 159).

Då vi ville koda webbens förstasida användes ett strategiskt urval även för valet av dagar. Ett slumpmässigt urval hade, som vi tidigare nämnt, inte varit möjligt, eftersom webbens förstasidor inte sparas i något arkiv. Vi tänkte att denna vecka i november skulle representera en “vanlig” nyhetsvecka utan röda dagar. Det visade sig att vecka 47 blev veckan efter terrordåden i Paris, vilket präglade en stor del av nyhetsrapporteringen. Vi ser dock inte att detta påverkar resultaten i någon större utsträckning, eftersom vi inte kodade utrikesnyheter. Konsekvenserna vi har märkt av är att några av papperstidningarna hade en enda stor bild som förstasida på måndagen – som då “puffade” för utrikessidorna. Detta kan sänka den externa validiteten vid jämförelse av bildpuff och huvudbild.

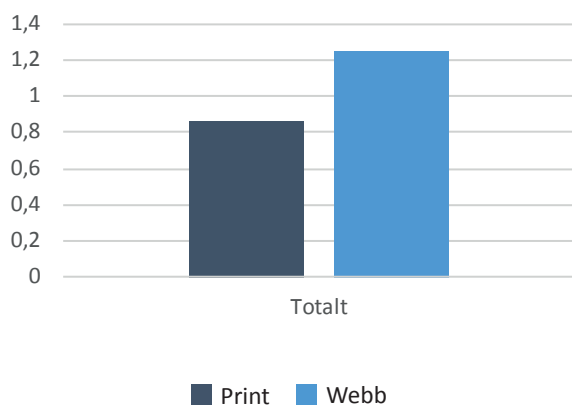
# 5 Resultat

Vi har alltså undersökt bildinnehållet i fyra svenska lokaltidningar under fyra dagar, genom att jämföra artiklar som publicerats i papperstidningen med artiklar som publicerats i webbupplagan. I följande kapitel lyfter vi fram de viktigaste resultaten från vår studie. Vi kommer genomgående att presentera resultaten genom att lägga samman siffrorna för olika tidningar. Endast i de fall då skillnaderna mellan tidningarnas resultat är betydande, presenterar vi deras respektive siffror. I resultatdelen kommer vi att utgå ifrån våra huvudsakliga granskningsområden: utrymme, variation och ursprung.

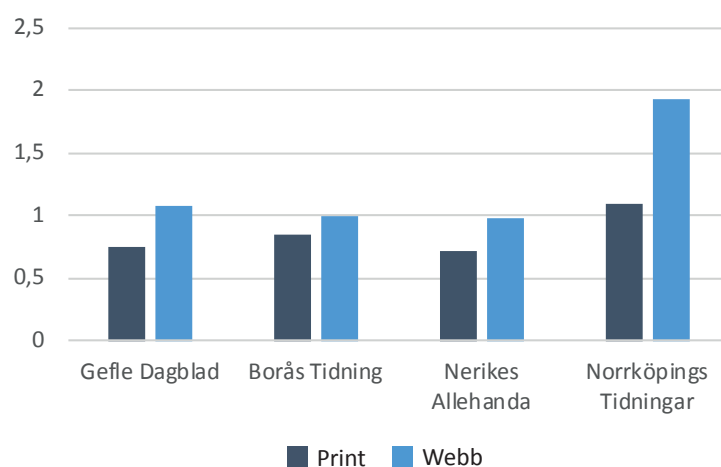
## 5.1 Utrymme

Vi börjar med att redogöra för hur många bilder som egentligen publiceras i webb- och papperstidningen. Här har vi räknat in alla bilder i artiklarna, inte enbart de kodade bilderna. I Figur 5.1 ser vi att snittet ligger på 0,85 bilder per printartikel och 1.25 bilder per webbartikel. Om vi särskiljer tidningarnas siffror ser vi att alla publicerar fler bilder på webben än i papperstidningen. Figur 5.2 visar att Norrköpings Tidningar drar upp snittet något, då de nästan har två bilder per artikel i sin webbupplaga. Detta kan jämföras med Nerikes Allehanda som inte ens har en bild i genomsnitt i artiklarna på webben.

**Figur 5.1 Bilder i snitt per artikel (antal)**

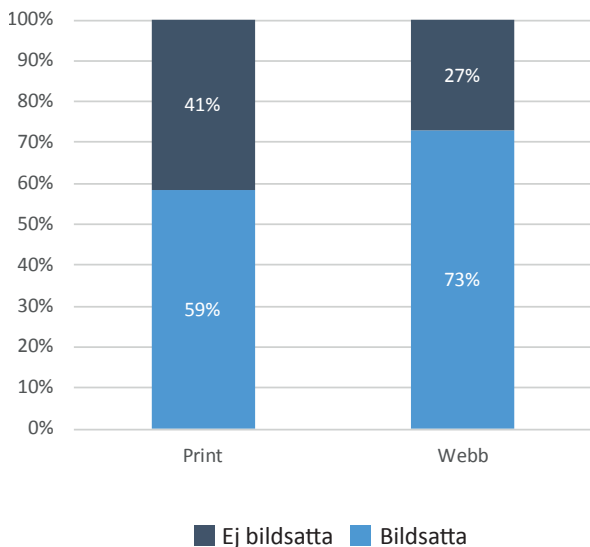


**Figur 5.2 Bilder i snitt per artikel och källa (antal)**



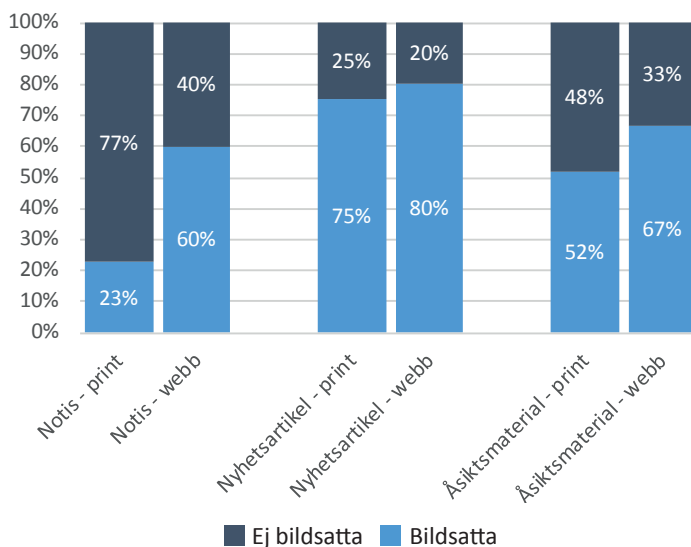
Kommentar: Totalt kodades 599 artiklar i varje upplaga. Webbartiklarna innehöll 707 bilder och papperstidningen 502 bilder.

**Figur 5.3 Andelen bildsatta artiklar (procent)**



Kommentar: Totalt kodades 599 artiklar i varje upplaga. Av webbartiklarna var 471 artiklar bildsatta och av printartiklarna var 351 artiklar bildsatta.

**Figur 5.4 Andelen bildsatta artiklar per artikeltyp (procent)**



Kommentar: Artiklarna uppdelade i artikeltyperna notis, nyhetsartikel och åsiktsmaterial.

När det gäller andelen bildsatta artiklar ser vi liknande resultat. Figur 5.3 visar att det är något fler artiklar som bildsätts på webben än i papperstidningen, 73 procent respektive 59 procent. När vi särskiljer artikeltyperna notis, nyhetsartikel och åsiktsmaterial ser vi intressanta skillnader mellan plattformarna. Figur 5.4 visar att nästan lika många nyhetsartiklar bildsätts på webben och i papperstidningen, 80 procent respektive 75 procent. För notiser och åsiktsmaterial ser det annorlunda ut. 67 procent av åsiktsmaterialet på webben bildsätts och i papperstidningen är motsvarande siffra 52 procent. Andelen bildsatta notiser skiljer sig mest. 60 procent av notiserna bildsätts på webben och bara 23 procent i papperstidningen. Dock får vi åter igen nämna att många av notiserna på webben faktiskt har förlängts och är snarare utformade som nyhetsartiklar.

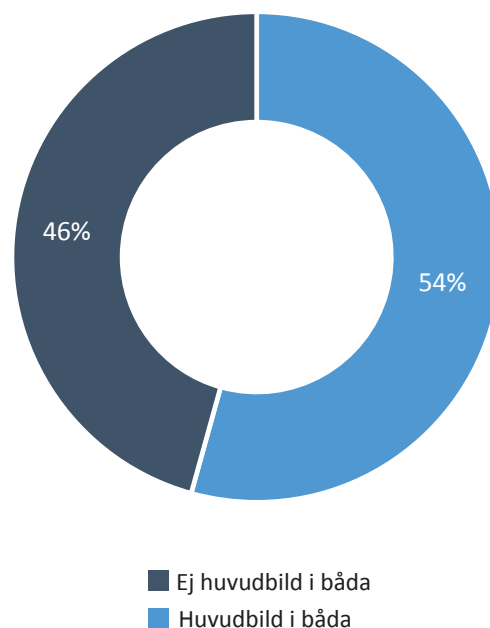
## 5.2 Variation

Nu vet vi alltså att webben innehåller fler bilder än papperstidningen. I kommande avsnitt tittar vi närmare på vad det är för typ av bilder och om samma bilder förekommer i båda upplagorna. Vi börjar med att jämföra webb- och pappersartiklarnas huvudbilder för att se hur många av dem som stämmer överens. I Figur 5.5 ser vi att en majoritet av bilderna faktiskt finns i dubblätt. Hela

54 procent av artiklarna hade samma huvudbild i webb och i papper.

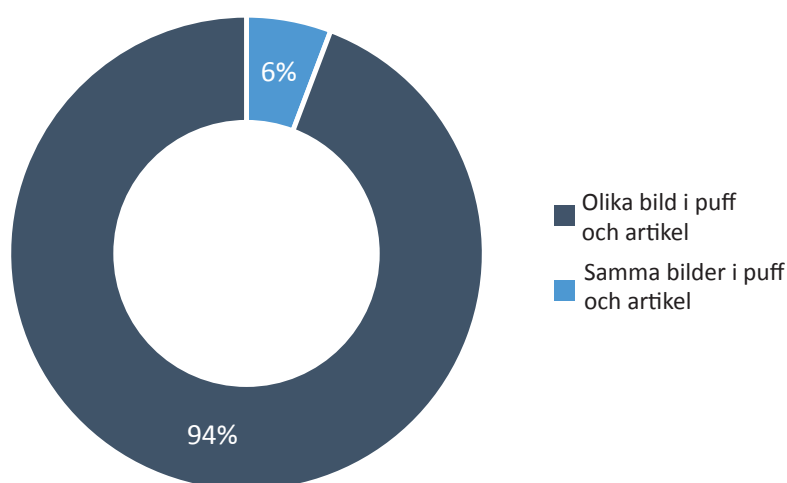
På liknande sätt har vi tittat på bildvariationen inom upplagorna, för att se vilken kanal som har störst variation. Vi jämförde bildpuffarna på papperstidningarnas förstasidor med huvudbilderna i tillhörande artikel, för att se hur många av dem som var samma, och gjorde därefter likadant med webbtidningarna. Resultaten presenteras i Figur 5.6 och 5.7. Här ser vi en stor skillnad mellan pappers- och webbtidningen. I papperstidningen skiljer sig bildmaterialet i 94 procent av fallen, medan det i webbupplagan stämmer överens i 79 procent av fallen. Dock ska vi understryka att det var betydligt fler bildpuffar i webbtidningen än i papperstidningen, och därmed också fler bilder som kunde stämma överens. Vi undersökte också om samma bild

**Figur 5.5 Andelen artiklar med samma huvudbild (procent)**



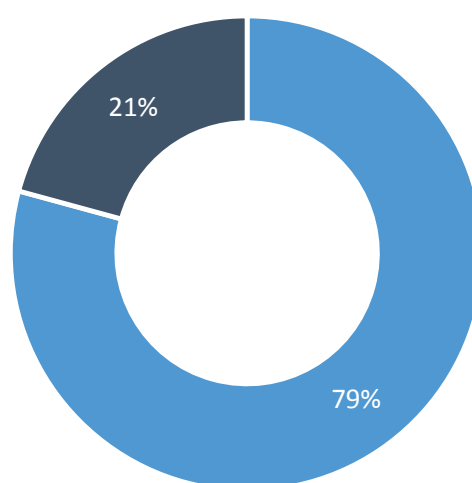
Kommentar: Totalt var 788 av de kodade artiklarna bilsatta. Av dem innehöll 428 artiklar en huvudbild som fanns som dublett.

**Figur 5.6 Andelen bildpuffar i papperstidningen som stämmer överens med huvudbild i artikel (procent)**



Kommentar: Totalt fanns 52 av våra kodade print-artiklar som puff på framsidan i papperstidningen. Tre av bilderna återkom som huvudbild i tidningen.

**Figur 5.7 Andelen bildpuffar i webbtidningen som stämmer överens med huvudbild i artikel (procent)**

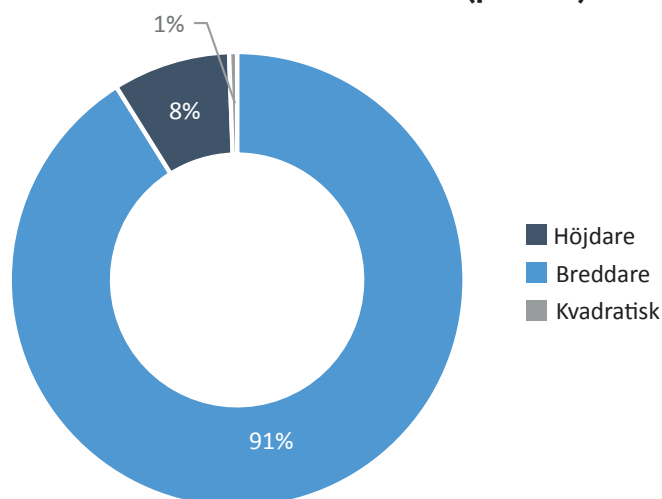


Kommentar: Totalt fanns 207 av våra kodade webb-artiklar som puff på framsidan i papperstidningen. 164 av bilderna återkom som huvudbild i tidningen.

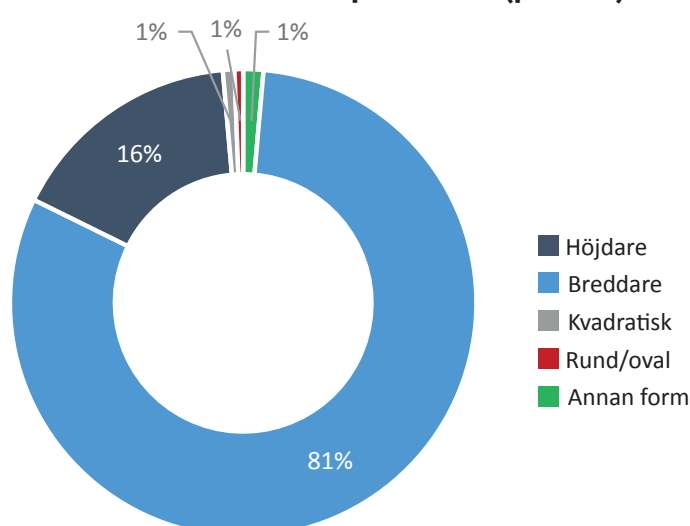
möjligen återkom som huvudbild och bildpuff i båda upplagor, men det visade sig att något sådant fall inte fanns.

Vidare har vi undersökt om tidningarna varierar bildmaterialet i fråga om format. Med format menar vi om bilderna är kvadratiska, stående rektanglar (höjdare), liggande rektanglar (breddare), runda/oval eller frilagda (annan form). Webb- och pappertidningarnas format jämförs i Figur 5.9 och 5.10. Här ser vi att 91 procent av webbBilderna är breddare, åtta procent höjdare och endast en procent utgörs av kvadratiska bilder. I Borås Tidning och Norrköpings Tidningars webbupplagor beskärs artiklarnas huvudbilder automatiskt i liggande format. Vi har här valt att koda alla deras huvudbilder som liggande bilder, eftersom det är så bilderna uppfattas vid första anblick. Stående bilder som är placerade i bildspel och stående huvudbilder som inte har beskurits har vi däremot kodat som höjdare. Papperstidningen har inte samma begränsande formatering och här ser vi också en större variation. Utöver kvadrater, breddare och höjdare, finns även runda och frilagda bilder. Men i sammanhanget

**Figur 5.9 Variation i format webbilder (procent)**



**Figur 5.10 Variation i format printbilder (procent)**

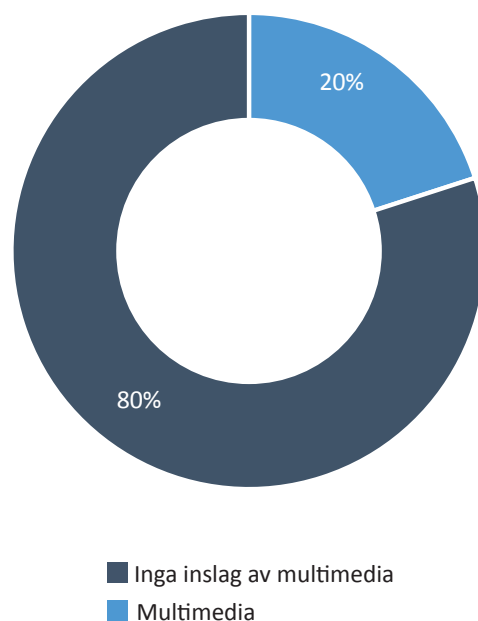




är dessa bilder försvinnande få. 81 procent av bilderna i papperstidningen utgörs trots allt av breddarbilder.

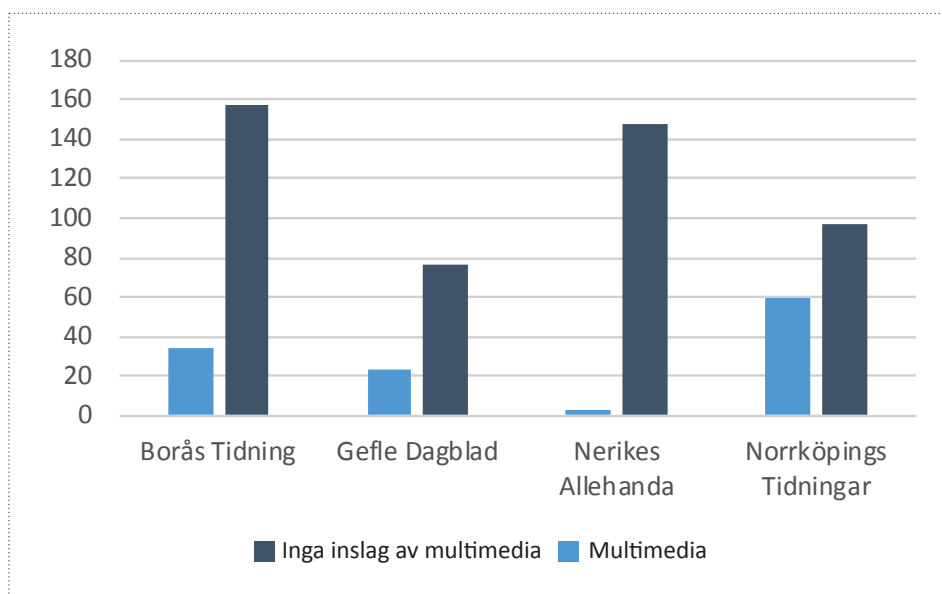
Vi avslutar avsnittet om variation med att undersöka hur många artiklar som har inslag av multimedia. Här fokuserar vi, av förklarliga skäl, endast på de kodade webbartiklarna. De multimedieformer som förekommer i vår studie är bildspel och rörlig bild, inget annat. Figur 5.11 visar dock att dessa inslag är få. 80 procent av webbartiklarna innehåller varken bildspel eller rörlig bild. Vi ser att vissa tidningar arbetar mer multimedialt än andra, och lyfter därför fram grafik som visar skillnaderna i Figur 5.12. Nerikes Allehanda är den tidning som avviker mest i sammanhanget, då endast tre av tidningens webbartiklar har inslag av multimedia. I artiklar med fler än en bild ligger komplementbilderna i regel utspridda i artikeln, medan bilderna i andra tidningar presenteras i bildspel. Gefle Dagblad publicerar alla sina bilder i bildspel. Detta oavsett om artikeln innehåller en eller tio bilder. I resultatet som presenteras här har vi dock valt att bortse från de bildspel som innehåller en bild och endast tagit med de som innehåller minst två bilder.

**Figur 5.11 Andelen webbartiklar med multimediala inslag (procent)**



Kommentar: Av de 599 kodade webbartiklarna hade 120 artiklar multimediala inslag.

**Figur 5.12 Webbartiklar med multimediala inslag per källa (antal)**

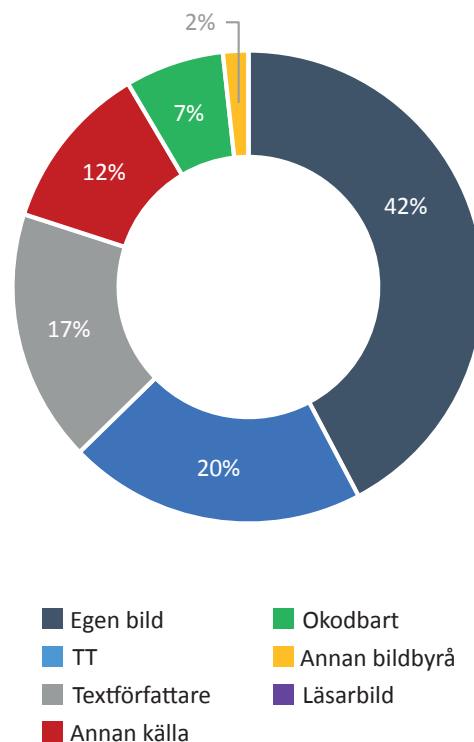


Kommentar: Nerikes Allehanda hade totalt tre webbartiklar med multimediala inslag.

### 5.3 Ursprung

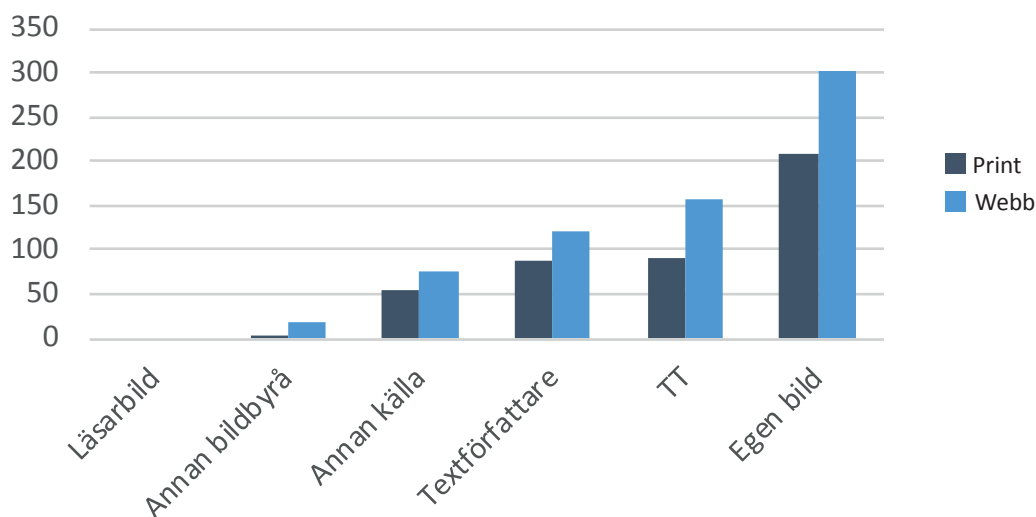
Nu lämnar vi bildvariationen, för att ta oss an vårt sista granskningsområde: ursprung. I Figur 5.13 presenteras de bildkällor som förekommer i webb- och papperstidningarna och fördelningen mellan dessa. Under kodningen skiljde vi på egen fotograf och egen arkivbild, men i resultatet har vi slagit samman siffrorna. Detta eftersom ordet "arkivbild" sällan stod utskrivet i bildernas byline. I vissa fall var det uppenbart att bilderna kom från arkivet, till exempel när de var tagna av en egen fotograf en annan årstid, men i andra fall var vi mer osäkra. Därför valde vi slutligen att lägga ihop resultaten. Figur 5.14 visar att bildkällorna inte skiljer sig nämnvärt mellan webb- och papperstidningen. Vi kan dock se att webbtidningarna publicerar mer bildbyråmaterial än vad papperstidningarna gör. Som vi ser i Figur 5.13 är TT den näst största källan till bildmaterial, men fortfarande är egna bilder allra vanligast. 59 procent av det totala antalet bilder utgörs av kategorierna "egen bild" och "textförfattare". Läsarbilderna lyser med sin frånvaro. Vi har i vår undersökning inte stött på en enda läsarbild på någon av plattformarna.

**Figur 5.13 Ursprung per bildkälla (procent)**



Kommentar: Egna bilder är fortfarande den vanligaste bildkällan, följt av TT. Ingen läsarbild förekom i undersökningen.

**Figur 5.14 Ursprung per bildkälla och kanal (antal)**



# 6 Analys

Syftet med uppsatsen har alltså varit att undersöka på vilka sätt flerkanalpubliceringens möjligheter och begränsningar tar sig uttryck i bildjournalistiken. Det digitala medielandskapet och anpassningen av material till flera plattformar har både inneburit möjligheter och begränsningar. Möjligheterna handlar att kunna erbjuda ett varierat bildinnehåll i de olika kanalerna och utnyttja webbens plattform till interaktivitet och publicering av mer material. Begränsningarna ligger i en allt mer formaterad layout och ett högt arbetstempo, som gör att den enskilde journalisten får fler arbetsuppgifter (Nygren, 2013: 276) Resultaten i vår studie analyseras utifrån teorier om konvergens och medielogik.

## 6.1 Utrymme

Enligt medielogiken arbetar alla medieformer efter en egen logik, när det gäller rapportering och utformning av nyheter. En viktig del i mediernas logik handlar om beroendet av det egna formatet (Strömbäck, 2015: 161-162).

Webbens medieformat ger ett obegränsat utrymme (Ghersetti, 2012: 221), till skillnad från pappers-tidningen. Inledningsvis har vi därför undersökt i vilken utsträckning möjligheten utnyttjas till att publicera fler bilder i nättidningarna. Resultatet visar att webbupplagan i snitt har fler bilder per artikel. Det innebär dock inte att webbens utrymme utnyttjas i särskilt hög grad, eftersom webb-artiklarna endast har 1,25 bilder i snitt. Siffran varierar något mellan tidningarna, men inte ens Norrköpings Tidningar med högst snitt når upp till två bilder per artikel. Som tidigare nämnts, har vi inte hittat någon svensk undersökning som jämför antalet publicerade bilder i webb- och pappersupplagan. På internationellt plan finns en 15 år gammal studie som granskar bildinnehållet i amerikansk press (Zavoina & Reichert, 2000) och jämför vi våra resultat med resultaten i deras studie ser vi en tydlig förändring. Nu publiceras fler bilder på webben än i papperstidningen – på den tiden var det tvärtom.

Våra resultat visar även att andelen bildsatta artiklar är högre på webben än i pappret. 73 procent av alla webbartiklar som vi granskade var bildsatta, jämfört med 59 procent av artiklarna i pappersupplagan. Detta bekräftar tanken om att webbens format främjar bildsättning av fler webbartiklar, men visar samtidigt att möjligheten inte alltid utnyttjas. Mer än var fjärde webbartikel är fortfarande inte

bildsatt, vilket vi tycker är en hög siffra med tanke på att bilder krävs för att en nyhet ska få genomslag (Mral & Olinder, 2011: 92).

När vi delar in artiklarna i kategorierna notis, åsiktsmaterial och nyhetsartikel, ser vi intressanta skillnader. Nyhetsartiklar bildsätts i regel i båda kanalerna. Här hittar vi 80 procent bildsatta artiklar i webbupplagan och 75 procent bildsatta artiklar i pappersupplagan. För åsiktsmaterial är motsvarande siffror 67 respektive 52 procent. Den verkliga skillnaden ser vi i andelen bildsatta notiser. 70 procent av notiserna i webbupplagan bildsätts, men bara 23 procent i pappersupplagan. Ulrika Andersson (2013) ser i sin rapport "Från fullformat till tabloid" stor skillnad i hur många notiser som bildsätts i papperstidningarna 2010 jämfört med 1990 (s. 37). Vår undersökning visar i sin tur en stor skillnad i bildsättning mellan papper och webb. Att fler artiklar, och då främst notiser, bildsätts på webben kan förklaras utifrån medielogiken på två sätt. För det första har webben inget begränsat utrymme när det kommer till bildpublicering, vilket möjliggör bildsättning av fler artiklar. För det andra är plattformen hårt formaterad och de fasta mallarna gör att artiklarna kan bildsättas snabbt och enkelt. Vi ser detta i grunden som något positivt, men som exemplet visar är en konsekvens av de fasta mallarna att bildstorleken i webbnotiserna kan bli oproportionell i relation till mängden text.

NA Wallström (FP): Bra med namnbyte på partiet - Örebro - www.na.se - Google Chrome

na.se/nyheter/orebro/L3272750-wallstrom-fp-bra-med-namnbyte-pa-partiet

Syftet | Sporten | Kultur & nöje | NA-tv | Evenemang | Ekonomi | Åsikt | Familj | Bostad | Bloggar | Tidförfr. | Kontakt

Publicerad 17 nov 2015 11:21 | Uppdaterad 17 nov 2015 11:20

**Wallström (FP): Bra med namnbyte på partiet**

Örebros kommunalråd Karolina Wallström (FP) gillar förslaget på namnbyte av partiet.

NA kommentarer | Facebook | Skicka | Rättelse och tillägg

På fredag inleder Folkpartiet sitt landsmöte i Stockholm, som håller på i tre dagar. En av de mer uppmärksammade punkterna på mötet är ett namnbyte på partiet till Liberalerna. Karolina Wallström (FP), kommunalråd i Örebro, ska delta i mötet och hon tycker att det är en bra idé med namnbyte.

– Nu tar vi det ett steg till och förtydligar oss än mer. Vi ska heta vad vi är, säger hon i ett pressmeddelande.

finns flera vittnesuppgifter. Det finns också bevis i form av dna-spår från den misshandlade mannen på 22-åringens sko, enligt åklagaren.

OSKAR SCHRIEVER-ABELN

**vmarrna meueelas emuast på detta sätt!**

Uppge ditt namn i entrén på Konserthuset.

NA

Kommentar: Så här kan det se ut när en kort notis bildsätts på webben.

## 6.2 Variation

I praktiken skulle den journalistik som publiceras av tidninghusen på nya plattformar kunna skilja sig helt från den traditionella journalistiken. Möjligheterna att digitalisera nyheterna och använda mervärden, så som interaktivitet och rörlig bild, aldrig varit större än nu (Karlsson, 2015: 439).

Vi har fått indikationer från tidigare forskning om att innehållet i pappers- och webbupplagan trots detta är likartat (Weibull & Wadbring, 2014: 286-287). Det är med den utgångspunkten vi har velat undersöka variationen i bildinnehåll.

När vi jämförde webb- och printartiklarnas huvudbilder visade det sig att mer än hälften av alla bildsatta artiklar hade samma huvudbild. Resultatet går i linje med Michael Karlssons (2013) granskning, som visade på ett likartat innehåll i webb- och pappersupplagorna (Weibull & Wadbring, 2014: 286-287). I detta avseende har möjligheten att publicera innehåll på flera plattformar alltså inte lett till en särskilt stor variation mellan kanalerna. Resultatet är snarast ett exempel på recycling, det vill säga en återvinning av publicerat material (Nygren, Zuiderveld, 2011: 66-67).

Vi har också undersökt hur stor variationen är inom kanalerna, genom att jämföra förstasidespuffarna i varje kanal med artiklarnas huvudbilder. Här skiljer sig resultaten markant mellan upplagorna. I pappersupplagan är det olika bilder i 94 procent av fallen, medan bilderna i webbupplagan endast skiljer sig i 21 procent av fallen. Vi menar att det borde vara ännu viktigare att särskilja materialet i webbtidningen, eftersom webbpuffarna presenteras i direkt anslutning till artiklarna, till skillnad från puffarna i papperstidningen. Dock är webbpuffarna nästan fyra gånger fler än puffarna i pappersupplagan, vilket kan förklara den lägre procenten. Att ha en lika hög variation på webben som i papperstidningen skulle kräva mycket mer arbete. Webbtidningar drivs dessutom av ett högt tempo och en ständig publicering (Nygren & Zuiderveld, 2011: 36), vilket gör att webbredaktörerna inte har tid att lägga en extra hand vid bildpresentationen, till skillnad från redigerarna i papperstidningen. Att bildpuffarna skiljer sig i pappersupplagan, men inte i webbupplagan, kan också bero på att fler personer är involverade i beslut som gäller papperstidningen, särskilt när det handlar om vilka nyheter som ska "toppa" förstasidan (Zavoina & Reichert, 2000: 147). Webbredaktörer arbetar inte främst med bildjournalistik. De är multijournalister som hanterar flera steg i arbetsprocessen, från materialinsamling till redigering och publicering (Zavoina & Reichert, 2000: 147, 150).

När det gäller format, visar vår undersökning att 91 procent av webb bilderna är breddare. Detta kanske inte är särskilt förvånande, eftersom webben är den mest formaterade medieformen (Nygren, 2013: 276), där det liggande formatet är standard. Men att 81 procent av bilderna i papperstidningen är breddare går däremot inte att förklara utifrån samma logik. Papperstidningens format är inte begränsat på det sättet. Här finns möjlighet till variation i form av stående bilder, runda och frilagda bilder. Resultatet visar dock att den här möjligheten utnyttjas sparsamt. Att det ser ut på detta vis, förklarar vi genom teorier om flerkanalpublicering. För att effektivisera produktionen och anpassningen till flera plattformar, har nämligen även papperstidningen kommit att bli mer formaterad (Nygren, 2008: 274). Det är enklare för tidningarna att återvinna material om det passar i båda kanalerna. Därför är det naturligt att webbens liggande format också sätter en prägel på innehållet i papperstidningen.

Johan Larsson: "Hamrén har sina ytterbackar" - Borås Tidning - Google Chrome  
 www.bt.se/sport/johan-larsson-hamren-har-sina-ytterbackar/

## STORY

by Kraus & Ziegler

## guldsmedjan

Allgatan 48 • 131 51 12 • www.guldsmedjanboras.se

### Johan Larsson: "Hamrén har sina ytterbackar"

● I kväll ska Johan Larsson, 25, till Parken – och från läktarplats jobba in en svensk EM-biljett.  
 ● Men man märker här hur extremt stor tro danskarna har på sig själva, säger den förre Elfsborgsbacken.

FOTBOLL 17 november 2015, uppdaterad 17 november 2015




FOTO: ANDREAS HILLERGREN/TT

**Senaste nytt i Sjuhärad**

18.09 borås  
 Tv: "Kända övar att besöka"

19.10 HERRLUNDA  
 Skol: "Så ska skolor i Hällebäck"

19.10 HÄRE  
 Personbil körde in i stenmur

19.10 borås  
 De mistänkte ha tagit för mycket betalt: "Säg dyrt ut"

14.10 borås  
 Vitaror försvann från bygglats

ALAN PAINE  
 ERNST ALLEN

### EXTRA JUL-FÖRSÄLJNING

ALLA SKJORTOR!  
**300:-/st**

Ord. pris 795 - 1095-/st

Passa på och köp mjukklappar, skjortor och stickade tröjor i högsta kvalitet.

**TAGGAR:**  
 Brändby, Erik Hamrén, Fotboll, Johan Larsson, Sport

Larsson på plats i Parken och hoppas på en EM-biljett: "Våga spela - ...offensivt".

BORÅS TIDNING 2015-11-17 Sida 4

4 / 20

...spark med 2-1 i ryggen, med vetskapen att oavgjort räckte för att nå EM. Men att ha det som utgångspunkt är främmande för Hamrén. Han hoppas att den hårt lärda läxan från Moskva sitter i gott minne. Ett kryss där i september hade hållit Ryssland bakom Sverige i gruppspelet.

Nu vann i stället ryssarna med 1-0 efter passivt svenskt spel.

Jag har pratat med en del spelare om den matchen och de sade att de kan-

...det få lag i världen som klarar, sade Hamrén.  
 - Jag vill se mod, samma mod som vi visade efter 5-10 minuter hemma. Jag vill att vi börjar så och är det hela matchen. Om vi blir fega och tror att de ska räkna med 0-0 blir det jobbigt. Vi ska försöka straffa Danmark på samma sätt som vi gjorde hemma.  
 - Då har vi största chansen att gå härifrån med totalsegern.

HENRIK SKÖLD



Förbundskaptenen Erik Hamrén var spänd - men förväntansfull

Kommentar: Här ser vi ett exempel på en liggande bild som har beskrivits till stående format i papperstidningen.

### Larsson på plats i Parken och hoppas på en EM-biljett: "Våga spela offensivt"

I kväll ska Johan Larsson, 25, till Parken - och från läktarplats jobba in en svensk EM-biljett.  
 - Men man märker här hur extremt stor tro danskarna har på sig själva, säger den förre Elfsborgsbacken.

et länge - ändå handlar snacket om att Danmarks sena reducering nu ger fördel i returerna.  
 - Oavsett vad sitter man i försätet om man leder matchen, det går aldrig att snacka bort. Sedan förstår jag



Johan Larsson  
 FOTO: BT/ARND

danskarna, det är enorm skillnad på 0-2 och ett 1-2-underläge. Framför allt ställer det till det för Sverige hur man ska uppträda taktiskt, säger Johan Larsson.  
**Vad tycker du?**  
 - Våga spela, våga satsa på en offensiv. Acceptera att Danmark kommer ha bollen, men ta hand om bollen i omställningslägen och alternera. Annars blir

det otroligt jobbiga 90 minuter.  
 Larsson, som nu är inne på sin andra säsong i Brändby, har tre lagkamrater i den danska truppen, Daniel Agger, Riza Durmisi och Thomas Kahlenberg. dock går snacket om omkastningar i startelvan, och att Kahlenberg kommer att ställas utanför.  
 - Det sägs att den elva

kom avslutade senast kommer att starta nu. Men jag tror att Sverige är redo för allt.  
**Hur ser du på en egen comeback i landslaget?**  
 - Oj, det är inget jag tänkt på, jag har inte pratat med dem sedan jag var med på vinterturnén. Erik (Hamrén) verkar ha sina ytterbackar, så det känns ganska avlägset. Men man vet aldrig, ibland kan

det hända mycket under ett år.  
 I Brändby är Larsson bofast på högerbackspositionen - och om säsongen inleddes med tre raka förluster är laget nu på fram-marsch.  
 - Jag hoppas att vi kan utmana i vår, även om FCK är favoriter, säger han.

DAVID AXELSSON  
 david.axelsson@bt.se  
 033-700 07 64

Vi har också undersökt hur många av webbartiklarna som innehåller rörlig bild eller bildspel. Endast 20 procent av artiklarna i vår studie hade multimediala inslag. Detta kan jämföras med resultatet i Karlsson och Clerwalls (2012) studie som visade att en tredjedel av artiklarna hade inslag av multimedia. Att vi inte kommer upp samma i andel i vår studie, betyder inte nödvändigtvis att tidningarna har blivit sämre på att använda multimedia. Karlsson och Clerwall undersöker större tidningar, som troligen också har större resurser till att satsa på webb-tv. Vårt tillvägagångsätt har även gjort att vi missar inslag av rörlig bild. Dels på grund av att vi inte har hittat tv-inslag utan kompletterande text, men också eftersom vissa inslag inte har en motsvarande artikel i papperstidningen. Till exempel skiljer sig innehållet i Borås Tidnings och Nerikes Allehandas webb-tv-inslag i regel från övrigt nyhetsinnehåll. Vårt genomsnitt dras också ner av att Nerikes Allehanda sällan använder bildspel, utan publicerar komplementbilder utspridda i artikeln. Räkna vi bort deras webbartiklar kommer vi upp i samma procent som Karlsson och Clerwall.

### **6.3 Ursprung**

Anpassningen till flera plattformar har som sagt lett till att den enskilde journalisten idag har fler arbetsuppgifter och ansvarar för många steg i processen (Nygren, 2008: 71). Det handlar dels om webbredaktörer som har hand om materialinsamling, bildhantering och publicering (Zavoina & Reichert, 2000), och om reportrar som både skriver, fotograferar och anpassar artikeln till webb och papper (Weibull & Wadbring, 2014: 297; Nygren, 2008: 27). Ett ökat tempo i produktionen öppnar också upp för publicering av fler bilder från läsare, offentliga källor och bildbyråer. Mot denna bakgrund vi ville undersöka vem som egentligen står bakom bilderna i dagspressen.

Vår studie visar att egna bilder fortfarande är den största källan till bildmaterial i båda kanalerna. Inkluderas multijournalister blir andelen 59 procent. Näst största källan till bildmaterial är TT och webben har nästan dubbelt så många TT-bilder som papperstidningen. Vi har tidigare presenterat resultat som visar att fler artiklar bildsätts på webben. Under granskningen såg vi att artiklar som inte hade bild i pappret, men som hade bild på webben, ofta bildsattes med en TT-bild. Detta beror antagligen på att papperstidningen har ett begränsat utrymme för bildmaterial, vilket gör att egna bilder prioriteras framför bildbyråmaterial. På webben finns inte samma begränsning. Tvärtom. Digitala medier drivs till stor del av bilder (Svenska fotografers förbund, 2015: 19), vilket betyder

att en TT-bild är bättre än ingen bild. Webbens höga tempo främjar också publicering av den här typen av lättillgängligt material (Hedman, 2013; Nygren, 2013: 280).

Enligt samma logik borde även bilder från läsare vara vanligt förekommande på webben. Men precis som Wadbring och Nilssons (2015) rapport visar vår undersökning att läsarbilder är ytterst sällsynta. Inte en enda av de kodade bilderna, i någon av kanalerna, var tagen av en läsare. Det behöver inte betyda att tidningarna har valt bort läsarnas bilder, utan kan bero på att de inte har fått några. Ofta förekommer läsarbilder i nyhetsrapporteringen i samband med olyckshändelser, naturkatastrofer eller liknande (Nilsson, 2015: 290). Under vår undersökta vecka inträffade inte någon sådan händelse. Hade vi gjort kodningen en vecka senare, när stormen Gorm drog in över Västsverige, skulle vi troligen ha sett fler läsarbilder i vår undersökning. Vi tror dock att vårt resultat är mer representativt för en vanlig nyhetsvecka, eftersom katastrofer trots allt är mer undantag än regel.



# 7 Slutdiskussion

Idag har medieföretagen stora möjligheter att variera bildmaterialet i sina kanaler. I teorin skulle innehållet på webben kunna skilja sig helt från innehållet i papperstidningen (Wadbring, 2013:191). Vi har utgått från att variation är något tidningarna borde sträva efter, för att ge artiklarna mervärden och locka till läsning på båda plattformarna. Samtidigt genomförs olika former av effektiviseringar som kan förhindra att denna potential utnyttjas fullt ut. Vi har i resultaten både sett uttryck för flerkansalpubliceringens möjligheter och begränsningar.

På webben bildsätts en större andel artiklar än i pappersupplagan. Dessutom har varje artikel i snitt fler bilder. Detta tyder på att tidningarna i viss mån utnyttjar kanalens obegränsade utrymme, men inte i den omfattning som är möjlig. Var fjärde artikel är fortfarande inte bildsatt, vilket vi tycker är en ganska hög siffra med tanke på att forskning visar att bilder bidrar till ökad läsning (Wadbring & Nilsson, 2015: 454). Vi anser också att 1,25 bilder per webbartikel är ett lågt snitt, eftersom det visar att tidningarna inte använder plattformen till att publicera längre bildberättelser.

Det visade sig också vara vanligt med så kallad recycling i de undersökta tidningarna. Samma bilder återkom alltså ofta i båda upplagorna. Resultatet kanske inte är helt förvånande, men ändå värt att nämna. Tidningarna tar inte särskilt väl vara på möjligheten att variera bildinnehållet, trots att det skulle kunna motivera publiken till att fortsätta läsa nyheter i både pappers- och webbtidningen.

En annat sätt att variera bildjournalistiken och ge artiklarna mervärden, är genom att använda webbens möjlighet till multimedia. Men även här såg vi en blygsam användning av plattformens potential. Endast 20 procent av artiklarna innehöll multimediala inslag, i form av antingen bildspel eller rörlig bild. Framförallt menar vi att en högre andel rörlig bild hade gynnat bildjournalistiken, då det är den medieform som är överlägset bäst när det handlar om att förmedla känslor (Nygren & Zuiderveld, 2011: 67). Dessutom ger rörlig bild en upplevelse som inte går att få i papperstidningen.

Det kan dock diskuteras hur stort mervärde de multimediala inslagen tillför i sig. Vi har bland annat sett ett bildspel med fem olika genrebilder på värmepumpar, och rörlig bild i form av en två timmar lång mattelektion i en idrottshall. Det har alltså blivit uppenbart för oss att en lyckad

flerkanalspublicering inte bara handlar om att använda sig av till exempel bildspel eller tv-inslag. Det är minst lika viktigt att fylla dem med bra bildmaterial.

I papperstidningen såg vi inte alls samma ogenomtänkta bildsättningar, vilket vi tror beror på att produktionskraven är extra höga på webben och att färre personer är inblandade i beslut som rör plattformens bilder. På grund av det höga tempot, och det faktum att webben i högre utsträckning än pappret är beroende av bilder, trodde vi även att vi skulle hitta fler snabba bildkällor där. Som förväntat hade webben mer bildbyråmaterial än pappret, däremot hittade vi inte en enda läsarbild. Även om det inte drog in någon storm över Sverige under vår undersökta vecka trodde vi ändå att vi skulle hitta några exempel, eftersom det är ett enkelt sätt att bilda artiklar som dessutom ökar läsarinteraktionen.

Sammanfattningsvis har vi alltså sett att tidningarna i viss mån varierar materialet i sina upplagor och utnyttjar plattformarnas olika fördelar, men att mycket fortfarande kan förbättras.

## **7.1 Förslag till vidare forskning**

Det finns en hel del forskning om bildjournalistik som fokuserar på pappersupplagan. Just nu genomför till exempel Nordicom en större undersökning som pågår till vintern 2016, som redogör för förändringar i bildjournalistiken i svensk press (Nordicom, 2015).

Vi ser därför att det är den digitala bildjournalistiken det behöver forskas mer om. Vår studie har varit kvantitativ, men bildjournalistiken kan med fördel analyseras med kvalitativa variabler. Vad föreställer egentligen bilderna? I tidningen Journalisten talas det om att tidningarna publicerar allt fler "registreringsbilder", som illustrerar det texten redan sagt (Granström, 2015, 12 nov-2 dec) Det här tog vi fasta på i vår undersökning och hade därför med "motiv" med variabelvärdet "genrebild" i kodschemat. Under kodningen hände det dock upprepade gånger att vi kategoriserade bilderna olika och vi valde därför att inte presentera resultaten. I vilken utsträckning registreringsbilder publiceras i tidningarna, hade säkerligen varit enklare att undersöka genom en kvalitativ studie.

Ett annat förslag vi gärna delar med oss av är att göra en större empirisk undersökning med fokus på multimediejournalistik. Michael Karlsson menar att multimedia är det minst utforskade området inom digital journalistik, både när det gäller empiri och teori. De flesta resultat, även från internationella studier, är mer än tio år gamla (Karlsson, 2015: 434-435; Karlsson & Clerwall, 2012: 553).

# 8 Referenser

- Canoilas, Viviana (2012, 10 dec). *Mittmedia satsar på en digital framtid*. Journalisten. Hämtad 15-12-07 från: <http://www.journalisten.se/nyheter/mittmedia-satsar-pa-digital-framtid>.
- Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, & Wängnerud, Lena (2012). *Metodpraktikan*. Förlagsort: Stockholm: Nordstedts Juridik.
- Ghersetti, Marina (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I L. Nord & J. Strömbäck (red.). *Medierna och demokratin* (205-232). Lund: Studentlitteratur AB.
- Granström, Klas (2015, 12 nov-2 dec). *Här vandrar bilden ut*. Journalisten nr 13, s. 10-17
- Hedman, Ulrika (2006). *Har ni något webbigt? En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanals-publicering: Redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärdering samt medielogik*. (Uppsats). Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet. Hämtad 15-10-07 från [http://jmg.gu.se/digitalAssets/1283/1283840\\_arbetsrapport\\_40\\_uh\\_webbigt.pdf](http://jmg.gu.se/digitalAssets/1283/1283840_arbetsrapport_40_uh_webbigt.pdf).
- Holsanova, Jana (2010). *Myter och sanningar om läsning. Om samspelet mellan språk och bild i olika medier*. Stockholm: Nordstedts.
- Karlsson, Michael (2015). Den digitaliserade journalistiken 1.0. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.). *Handbok i journalistikforskning* (429-444). Lund: Studentlitteratur AB.
- Karlsson, Michael & Clerwall, Christer (2012). *Patterns and origins in the evolution of multimedia on broadsheet and tabloid news sites*. Journalism Studies, 13 (4), (550-565). doi:10.1080/1461670X.2011.639571.
- Mral, Brigitte & Olinder, Henrik (2011). *Bildens retorik i journalistiken*. Stockholm: Nordstedts.
- Nilsson, Maria (2015). Bildjournalistikens innehåll. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red.). *Handbok i journalistikforskning* (283-298). Lund: Studentlitteratur AB.

- Nilsson, Maria & Wadbring, Ingela (2015). *Not good enough?* Journalism Practice. doi: 10.1080/17512786.2015.1030135.
- Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (2012). Demokrati, medier och journalistik. I L. Nord & J. Strömbäck (red.). *Medierna och demokratin* (9-45). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nordicom (u.å) *Nyhetsbilden i förändring. En studie om bildjournalistikens utveckling och förutsättningar 1995-2015*. Hämtad 15-12-07 från: [http://nordicom.statsbiblioteket.dk/ncom/da/projects/the-changing-news-photograph-a-study-of-the-development-and-status-of-photojournalism-19952015\(4bc77762-b588-437f-ba4c-d32d5510f7f1\).html](http://nordicom.statsbiblioteket.dk/ncom/da/projects/the-changing-news-photograph-a-study-of-the-development-and-status-of-photojournalism-19952015(4bc77762-b588-437f-ba4c-d32d5510f7f1).html).
- Norman, Helena (2008). Flerkanalspublicering och journalistisk produktion. I G. Nygren (red.). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld* (143-161). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar (2013). Bland multireportrar och innehållsleverantörer. I G. Nygren & I. Wadbring (red.). *På väg mot medievärlden 2020* (269-294). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar (2008). Journalistiska yrkesroller och redaktionella strukturer. I G. Nygren (red.). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld* (27-55). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar (2008). Ny teknik och förändrade arbetsprocesser. I G. Nygren (red.). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld* (57-83). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar (2008). Vem är journalist - och vad gör hon? I G. Nygren (red.). *Nyhetsfabriken, Journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld* (87-118). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar (2008). Murvel eller content provider? I G. Nygren (red.). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld* (291-208). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar (2008). De nya nyhetsfabrikerna. I G. Nygren (red.). *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld* (267-289). Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, Gunnar & Wadbring, Ingela (2013). Tretton år senare. I G. Nygren & I. Wadbring (red.). *På väg mot medievärlden 2020* (13-28). Lund: Studentlitteratur AB.

- Nygren, Gunnar & Zuiderveld, Maria (2011). *En himla många kanaler: flerkanalpublicering i svenska mediehus*. Göteborg: Nordicom.
- SCB (2011). *Befolkningsstatistik*. Hämtad 15-12-07 från: [http://www.scb.se/sv\\_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Miljo/Markanvandning/Tatorter-arealer-befolkning/12994/13001/Behallare-for-Press/Tatorter-2010-arealer-befolkning-korrigerat-2011-06-20](http://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Miljo/Markanvandning/Tatorter-arealer-befolkning/12994/13001/Behallare-for-Press/Tatorter-2010-arealer-befolkning-korrigerat-2011-06-20).
- Segeholm, Göran (2003). *Fånga bilden! Handbok i bildjournalistik för skrivare*. Kalmar: Lenanders Grafiska AB.
- Svenska Fotografers förbund (2015). *Det nya medielandskapet: om den redaktionella bildens förändrade villkor*. Hämtad 15-12-07 från [http://www.sfoto.se/sites/default/files/page\\_attachments/det\\_nya\\_medielandskapet.\\_rapport\\_fran\\_sff.pdf](http://www.sfoto.se/sites/default/files/page_attachments/det_nya_medielandskapet._rapport_fran_sff.pdf).
- Strömbäck, Jesper (2015). Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red). *Handbok i journalistikforskning* (151-168). Lund: Studentlitteratur AB.
- TS (u.å). *TS-upplaga*. Hämtad 15-12-07 från: <http://ts.se/mediefakta-upplagor/dagspress>.
- Wadbring, Ingela (2013). I snigeltakt eller raketfart? Journalistikens förändring över tid. I G. Nygren & I. Wadbring (red). *På väg mot medievärlden 2020* (185-202) Lund: Studentlitteratur AB.
- Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2014), *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Zavoina, Susan & Reichert, Tom (2000). *Media convergence/Management change: The evolving workflow for visual journalists*. *Journal of media economics* 13:3, 143-151. doi: 10.1207/S15327736ME1302\_6.

# Kodbok med definitioner

## **Kodschema för artiklarna:**

Till de variabelvärden vi anser vara otydliga följer kodinstruktioner.

### **1. Artikeltyp:** Nyhetsartikel, notis och åsiktsmaterial.

#### Nyhetsartikel/notis

Texter med ingress kodas som nyhetsartiklar, texter utan ingress kodas som notiser. I de fall ingress finns i texten på en av plattformarna men inte i den andra, kodas texten alltid efter pappersupplagans definition.

#### Åsiktsmaterial

Innefattar ledare, krönikor, insändare och recensioner.

### **2. Ämne:** Sport, opinion, ekonomi/näringsliv, lokalt, kultur/nöje och inrikes.

Analysenheterna kodas efter den vinjett de tillhör.

#### Opinion

Innefattar vinjetterna "insändare" och "debatt" samt artikeltyperna krönika och ledare.

#### Ekonomi/näringsliv

Innefattar vinjetterna "pengar/arbete", "pengar/jobb", "näringsliv" samt "7H affärer".

#### Lokalt

· *I Norrköpings Tidningar:* Samtliga artiklar under vinjetterna "Norrköping", "Finspång", "Söderköping" och "Valdemarsvik".

· *I Nerikes Allehanda:* Samtliga artiklar under vinjetten "Lokala nyheter" i huvudtidningen och samtliga artiklar under vinjetterna "Sydnärke" och "Länet" i bilagan Sydnärke.

· *I Gefle Dagblad:* Samtliga artiklar under vinjetten "Lokala nyheter".

· *I Borås Tidning:* Samtliga artiklar under vinjetterna "Borås", "Mark", "Svenljunga/Tranemo" och "Bollebygd/Ulricehamn/Herrljunga".

· *Förtydligande*: De artiklar som ligger under vinjetten "sport" i bilagan Sydnärke kodas alltså som ämne: "sport".

· *Specialinstruktioner*: Recensioner kodas i likhet med exempelvis krönikor som artikeltyp: "åsisktmaterial", men kodas däremot inte som ämne: "opinion", utan efter den vinjett texten ligger under, till exempel "kultur/nöje" eller "sport".

**3. Antal bilder:** 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10+

I de artiklar som har fler än 10 bilder lämnas antalet bilder i en kommentar.

### **Kodschema för artiklarnas fem första/största bilder:**

**4. Typ av bild:** Foto, rörlig bild, grafik, illustration, karta, kollage, frilagd bild, grafik+bild och övrigt.

**5. Ursprung:** Egen fotograf, egen arkivbild, textförfattare, TT, annan bildbyrå, annan källa och okodbart.

#### Egen fotograf

Egen fotograf definierats utefter om fotografen har en egen mailadress till tidningen.

#### Egen arkivbild

Innebär de bylines där det står "arkiv: namn". I de fall bilden tagits av egen fotograf men uppenbart inte i samband med artikeln, kodas dessa som egen arkivbild.

#### Textförfattare

Innebär att samma byline står till text och foto. Detta gäller inte om båda bylines är TT.

#### TT

#### Annan bildbyrå

#### Annan källa

Innefattar de bildbylines som inte haft en egen mailadress till tidningen, samt officiella källor så som företag eller organisationer.

#### Okodbart

Innefattar bilder som saknar byline.

**6. Format:** Höjdare, breddare, kvadratisk, rund/oval och annan form.

Höjdare

Stående rektangel.

Breddare

Liggande rektangel.

**7. Placering:** I artikel, i bildspel.

I artikel

Innebär att bilderna ligger utspridda i artikeln. I pappersupplagan kodas samtliga artiklar med detta variabelvärde.

I bildspel

Kodas av naturliga skäl enbart i webbupplagan.

**8. Upplaga:** Endast papper, endast webb, finns i båda, huvudbild i båda.

Finns i båda

Innebär att bilden finns i båda upplagor, men inte är båda artikelns huvudbild.