



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK,
MEDIER OCH KOMMUNIKATION – JMG

EN SKÄRVA AV VERKLIGHETEN

Presenterad världsbild i P3 Nyheter och Ekot

Författare: Alice Nilsson och Ida Österberg

Handledare: Britt Börjesson

Kandidatprogrammet i journalistik

VT 2016

Abstract

Authors: Alice Nilsson & Ida Österberg

Title: A fragment of reality - The view of the world presented in P3 Nyheter and Ekot

Language: Swedish

Level: Bachelor of Journalism

Location: University of Gothenburg

Number of pages: 43

The world presented through media cannot be a replica of the reality. Before the news reaches the audience, it has been evaluated and processed through various people and newsrooms. Journalists have a significant power in influencing the audience's view of the world, since research shows that media can affect the audience regarding which topics that are worth discussing. P3 Nyheter and Ekot are two public service-based news programs, reaching the whole nation of Sweden. P3 Nyheter's targeted audience is people between 20-34 years of age, meanwhile there is no specific targeted audience for Ekot.

The purpose of the study is to investigate the view of the world presented by P3 Nyheter and Ekot. The raised questions investigate the content of the programs regarding main subject area, actors and scene. How do the selected news programs evaluate the news, in terms of disposition and time? And what similarities and differences are there, in relation to previous questions, between the selected news programs?

The material consists of news from 20 broadcasts, from each news program. The method used in the study is a quantitative content analysis and the results are presented in percent of total air time. The results show that the view of the world, supplied through the news, differs. P3 Nyheter covers a geographically larger area of the world, at the same time as three quarters of the news has Sweden as scene. P3 Nyheter includes a small amount of news topics concerning young people, such as education and unemployment. The news is short and the pace is quick. Ekot on the other hand, has less news in total and 50 percent of the news has Sweden as scene. Ekot spends more time than P3 Nyheter on foreign news, but almost exclusively on news from countries which are geographically and culturally close to Sweden.

Our conclusions are that Ekot allows a deeper analysis in the news, while P3 Nyheter's view of the world expands since it covers the world to a greater extent.

Keywords: view of the world, subject area, actor, scene, P3 Nyheter, Ekot, quantitative content analysis, public service.

Nyckelord: världsbild, ämnesområde, aktör, skådeplats, P3 Nyheter, Ekot, kvantitativ innehållsanalys, public service.

Innehåll

1. Inledning	3
1.1 Syfte och frågeställningar	4
2. Bakgrund	5
2.1 Ordlista.....	5
2.2 Sveriges radio och public service	5
2.3 Ekot.....	6
2.4 P3 Nyheter	6
2.5 Radiolyssnande i siffror	7
3. Teoretiska utgångspunkter	9
3.1 Teori.....	9
3.1.1 Samhällets bild av verkligheten - Public Opinion.....	9
3.1.2 Agenda setting - dagordningsteori	10
3.1.3 Nyhetsvärdering	10
3.1.4 Gatekeeping.....	12
3.1.5 Världsbild	14
3.1.6 Sammanfattning av teorierna.....	15
3.2 Tidigare forskning.....	15
3.2.1 Kandidatuppsatser	15
3.2.2 Kursböcker	16
4. Material och metod	17
4.1 Material.....	17
4.1.1 Val och motivering.....	17
4.1.2 Insamling av material	19
4.2 Metod.....	19
4.2.1 Kodschemat	19
4.2.2 Kodning	22
4.2.3 Omkodning av variabler.....	22
5. Resultat och analys	24
5.1 Allmänna likheter och skillnader	24
5.2 Ämnesområde	25
5.2.1 Huvudsakligt ämnesområde	25
5.2.2 Gemensamma nyheter	28
5.3 Aktör	29
5.3.1 Omtalad aktör	29
5.3.2 Aktör som kommer till tals.....	30
5.4 Skådeplats	32
5.4.1 Inrikes	32
5.4.2 Utrikes	34

5.5 Nyhetsvärdering.....	36
5.5.1 Placering.....	36
5.5.2 Källor.....	37
5.6 Världsbild.....	38
5.6.1 P3 Nyheter.....	39
5.6.2 Ekot.....	39
5.6.3 Skillnader och likheter.....	40
6. Slutdiskussion.....	42
6.1 Lever programmen upp till sin egen standard?.....	42
6.2 Framtida forskning.....	43
6.3 Några sista tankar på vägen.....	43
7. Referenser.....	44
Bilaga 1: Kodschema.....	47

1. Inledning

Det är en bråkdel av alla världens händelser som i själva verket blir nyheter. Verkligheten sållas, värderas och ompaketeras för att till slut nå oss i form av nyheter. Vi lever i ett medierat samhälle där befolkningen drar lärdom om verkligheten genom just massmedier, där nyheterna både informerar och utbildar. I en vardag där senaste nytt inte ens är ett klick bort och antalet medier är överväldigande många, måste vi välja var vårt fokus ska hamna. När nyheter finns i otaliga former och format är lättillgängligheten ett faktum, vilket också leder till konkurrens om samhällsmedborgarnas uppmärksamhet.

Journalistik och medier är nödvändiga för bevarandet av demokratin. Detta säger exempelvis 2015 års statliga medieutredning (Statens offentliga utredningar). Yttrandefrihet och tryckfrihet är grundläggande rättigheter i vårt samhälle som tillsammans med massmedier gör att information kan spridas fritt. Då medier är vitala för demokratin, är public service det likaledes. Public service styrs inte av några kommersiella vinstintressen, men försöker ändå hitta en balans mellan att locka lyssnare och samtidigt hålla fast vid sina normativa mål. Public service ska på uppdrag av invånarna förse dessa med samhällsinformation.

Den mediala verkligheten är dock inte en representativ bild och kopia av världen. Innan nyheterna presenteras för läsare och lyssnare har nyheterna värderats, analyserats och omarbetats på redaktionerna. För journalistens och branschens del är det viktigt att inte besitta alltför förutfattade meningar gällande vad lyssnaren vill eller bör höra enbart på grund av vilken målgrupp som materialet riktar sig till, eftersom journalister har ett betydande inflytande över sina mottagares världsbild. Media kan inte uttryckligen bestämma vad medborgarna ska tycka, men media har möjligheten att starkt influera medborgarna i vilka ämnen som är värda att diskutera (McCombs 2004, 2, 19).

P3 Nyheter och Ekot arbetar under samma demokratiska uppdrag, samt under snarlika publicistiska uppdrag. Men frågan är om det är samma sorts nyheter som uppmärksammas i deras nyhetssändningar, oavsett målgrupp. P3 Nyheter och Ekot är två radioprogram som har ett högt förtroende hos lyssnaren, och ett samhällsansvar. Vad är det egentligen för sorts nyheter som befolkningen får sig till dels?

Att det finns skillnader i hur nyheterna i de olika programmen framförs är tydligt, exempelvis i form av ordval och ljudeffekter. P3 Nyheter, med sin yngre målgrupp, framställer och ramar in sina nyheter på ett friare sätt än Ekots rena nyhetsuppläsning. Det vår uppsats strävar efter är att mer ingående undersöka nyhetsinnehållet, samt vilken sorts nyheter du faktiskt får höra talas om när du lyssnar på P3 Nyheter eller Ekot vid en given tidpunkt. Med ett tydligare fokus på vilka nyheter som presenteras, snarare än på vilket sätt och med vilka ord, är undersökningen unik i sitt slag. Vår utgångspunkt är att alla människor bör få ta lika stor del av samhällsrelevanta nyheter, oavsett nyhetsprogram i Sveriges radio. Finns det tendenser att nyheterna i P3 är sådana som journalisterna anser passar en yngre målgrupp, och att unga människor begränsas till nyheter som antas röra dem?

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet är att undersöka vad P3 Nyheter och Ekot ger för bild av världen via innehållet i deras nyhetssändningar, och därefter jämföra dessa världsbilder med varandra.

Ambitionen är att besvara följande frågeställningar:

- Vad innehåller nyhetssändningarna?
- Hur värderar redaktionerna nyheterna gentemot varandra i de enskilda sändningarna?

Genom en kvantitativ innehållsanalys av P3 Nyheter och Ekots dagliga nyhetssändningar jämförs programmets nyhetsutbud med varandra. Målet är att översiktligt beskriva vad lyssnaren får ta del av om denne väljer det ena eller det andra programmet som nyhetskälla.

2. Bakgrund

Här presenteras grundläggande begrepp och information som läsaren behöver känna till för att kunna ta till sig undersökningen.

2.1 Ordlista

Nedan följer en definition av begrepp som är centrala i studien:

Händelser - Hvitfelt har studerat nyheter i tryckt format, men hans användning och definition av "händelser" appliceras också i vårt arbete. Benämningen syftar på samma sorts "händelser", oavsett medie. *"Ordet händelser används [...] för att beteckna det som artiklarna handlar om, dvs enstaka händelser, skeenden eller förhållanden. Detta görs i syfte att i någon mån förenkla språket"* (Hvitfelt 1985, 126).

Inslag - En tidsmässigt längre nyhet med en påa och av, inspelat någon annanstans än i studiomiljön.

Nyhet - *"Offentliggjort meddelande om något betydelsefullt som tidigare varit okänt: en händelse, en process eller ett tillstånd"* (Rosengren, u.å.). Vid användandet av ordet "nyhet" avses en händelse som är publicerad på en massmedial plattform, exempelvis radio.

Nyhetssändare/sändare - En person med programledarroll i sändningen, personen läser upp nyheter samt påor och avor.

Skådeplats - Syftar på landet eller platsen som händelsen utspelar sig i. I uppsatsen används Hvitfelts definition som lyder: *"[...] skådeplats, d v s den plats där händelser och skeenden primärt utspelas [...] diskussioner om Sydafrika i FN i New York ger USA som skådeplats och inte övriga världen"* (Hvitfelt 1985, 137).

Telegram - En tidsmässigt kort nyhet där endast nyhetssändarens röst hörs.

Telegram-ill - En nyhet där nyhetssändarens röst hörs tillsammans med en ljudillustration, till exempel ett inklippt citat eller kort musikstycke.

Världsbild - Den mätbara definitionen i undersökningen lyder: den bild av verkligheten som ges i form av ämnesområde, aktör och skådeplats.

2.2 Sveriges radio och public service

Public service-företagens uppdrag innebär i korthet att Sveriges radio och Sveriges television ska spegla alla delar av samhället, värna om de demokratiska värderingarna och vara opartiska i sitt arbete (Sveriges radio 2011, 2016).

Sveriges radio lyder under yttrandefrihetsgrundlagen och radio-och TV-lagen. Sveriges radio säger att de är ett bolag i allmänhetens tjänst. Det innebär att integriteten inte ska kunna ifrågasättas. Ord som oberoende, opartisk och trovärdig förekommer också ofta i beskrivningen av deras uppdrag. Den enda gång då Sveriges radio är partiska är när det gäller att *"försvara de demokratiska värdena och alla människors lika värde"* (Sveriges radio 2009, 8). Sveriges radio ska värna om yttrandefrihet och fri åsiktsbildning. Dessa grundläggande krav gäller alla som jobbar för och med bolaget, även externa produktionsbolag.

Sveriges radio styrs också av sändningstillståndet, där det exempelvis står att medarbetarna ska ta hänsyn till mediets genomslagskraft i sitt arbete. Vad gäller nyhetsprogrammen specifikt, står det i Public service-handboken att dessa har *“[...]en särskilt viktig roll och är central i SR:s uppdrag i allmänhetens tjänst. Verksamheten bör kännetecknas av ett professionellt granskande förhållningssätt med utrymme för ett brett urval av åsikter. SR har en skyldighet att bedriva en aktivt granskande journalistik och inte enbart passivt spegla vad som händer”* (Sveriges radio AB 2009, 154). Genom att titta på variabler som exempelvis mäter vilka som får komma till tals i nyhetssändningarna, och om nyheterna kommer från externa källor eller egen granskning, skulle undersökningen kunna säga något om hur P3 Nyheter och Ekot lever upp till sin egen standard.

Sedan P3 startades har kanalen medvetet haft siktet inställt på en specifik målgrupp. *“Sveriges Radio P3 har haft ambitionen att nå den yngre publiken med public service-radio, bland annat med satsningar på nyheter för ungdomar”* (Weibull & Wadbring 2014, 335).

2.3 Ekot

“Ekot är Sveriges Radios nyhetsredaktion och ansvarar för den dagliga nyhetsrapporteringen” (Sveriges radio 2013). Så lyder beskrivningen av programmet på Sveriges radios hemsida. Ekot sänder nyheter på varje helslag, dygnet runt, året om. Varje helslagssändning innehåller vanligtvis en till fyra nyheter. Vilka av Sveriges radios kanaler programmen sänds i varierar under dygnet, men generellt når de ut i åtminstone P1 och P4 på varje helslag. Ekot sänder dessutom nyheter i en extrasändning varje halvtimme mellan 05:30-08:30. Dagssändningarna är vanligtvis tre minuter långa, medan nattens sändningar är cirka två minuter. Under morgonen är några sändningar längre. Nyhetssändningen klockan 10:00 har flest lyssnare. Programmet riktar sig till alla, och har ingen persona eller specifik målgrupp (Wolf-Watz 2016, publiceringschef Ekot).

Enligt Ekots nyhetspolicy är ambitionen att arbeta snabbt och vara först med nyheter. Målet är att undvika storstadsperspektivet, och även om huvudredaktionen ligger i Stockholm ska nyheterna spegla hela Sverige. Ekot vill vara originella i sitt arbete. De vill gå mot strömmen och undvika att rapportera andra redaktioners nyheter. Policyn poängterar också att innehållet ska vara sant och relevant, och Ekot arbetar ständigt med att ifrågasätta fakta (Sveriges radio 2013).

2.4 P3 Nyheter

“P3:s nyhetsredaktion ger dig det du inte får missa, varje timme i P3 alla vardagar mellan 6:30 och 18” (Sveriges radio 2016). Så beskriver P3 Nyheter sitt arbete på Sveriges radios hemsida.

Det bör betonas att “P3 Nyheter” också är, utöver benämningen på kanalens nyhetssändning, ett aktualitetsprogram i P3 som sänds mellan klockan 13 och 14 på vardagar. Men det uppsatsen syftar på när det talas om “P3 Nyheter” eller “programmet” kommer att vara de korta nyhetssändningarna i FM.

I början av 2000-talet lade P3 märke till att kanalen tappade lyssnare när Dagens Eko, som sänds varje dag klockan 16.45, bröt in för nyheter. För att behålla lyssnarna föddes en idé om ett eget nyhetsprogram. År 2004 ersattes Ekots nyhetssändningar ett par gånger om dagen av det nya P3 Nyheter. Sedan år 2007 ersätter P3 Nyheter nu alla Ekots dagtidssändningar under vardagar.

P3 Nyheter's målgrupp är personer i åldern 20-34 år, vilket är densamma som för hela kanalen P3. Nyhetssändningarna är i snitt tre till fyra minuter långa, men tiden är relativt flexibel då de bara har kanalens egna program att anpassa sig till. Varje sändning tar upp ungefär fem till sex stycken nyheter, men som minst ska fyra nyheter presenteras (Lagergren 2016, Nyhetschef P3 Nyheter).

“Vi skiljer ju oss väldigt mycket från ekot, annars hade vi inte varit existensberättigade.”

- Caroline Lagergren
Nyhetschef, P3 Nyheter

Rent innehållsmässigt ska fokus i sändningarna ligga på nyheter som passar målgruppens intressen. Detta står i P3 Nyheter's uppdragsbeskrivning. *“Det gäller både internationella perspektiv som globaliseringen och populärkulturens yttringar och utövare inom t.ex musik, film och nöjesliv”* (Sveriges radio u.å., 1). Uppdragsbeskrivningen tar i övrigt upp mycket om hur sändningarnas form, ton och tilltal ska vara utformat. Detta kommer inte uppsatsens fokus ligga på, då det redan har undersökts i tidigare kandidatuppsatser.

2.5 Radiolyssnande i siffror

TNS Sifo undersöker sedan 2013 hur svenska folkets radiolyssnarvanor ser ut på daglig basis, minut för minut. Senaste statistiken i skrivande stund berör vecka 11 2016. Det innebär att undersökningen kommer kunna säga något om hur radiolyssnandet i Sverige såg ut på just de kanaler, under just de veckor som materialet är hämtat från.

Statistiken visar exempelvis att 15,5 procent av befolkningen, alltså drygt 1,2 miljoner svenskar, lyssnade på P3 minst tre sammanhängande minuter en genomsnittlig dag under vecka 10, 2016. För P4 var motsvarande siffra 40,9 procent, det vill säga ungefär 3,2 miljoner människor. P3 och P4 var de största kanalerna till lyssnarantal under vecka 10, 2016. Det ska påpekas att radiokanalen Mix Megapol ligger jämnt med P3 i den här undersökningen, åtminstone för de senast publicerade veckorna. Vissa veckor har Mix Megapol fler lyssnare än P3. Vecka 11, 2016 hade Mix Megapol drygt hundra tusen fler lyssnare än P3 en genomsnittlig dag, enligt samma mätmetod som ovan. Det bör också påpekas att statistiken inte utesluter att personer kanske, och antagligen, lyssnar på flera olika radiokanaler under samma mätperiod (Radioresultat Nationell radio (PPM) 2016).

Enligt statistik från Nordicom (2014) lyssnade drygt hälften av befolkningen på någon av Sveriges radios kanaler en genomsnittlig dag 2014. Ungefär en av fem lyssnade på kommersiell radio. De yngre lyssnarna, upp till 24 år, lyssnade dock på Sveriges radio och kommersiell radio i ungefär lika stor utsträckning. Detta visar att konkurrensen om de yngre lyssnarna är större, och konkurrensen skulle kunna motivera ett annorlunda upplägg hos P3 Nyheter gentemot Ekot. SOM-institutets undersökning från 2014 visar att nästan hälften av befolkningen lyssnade på public service-radio minst fem dagar i veckan. För kommersiella radiokanaler var samma siffra 15 procent. En fjärdedel av personerna i undersökningen angav även att de tog till sig riksnyheter genom Sveriges radio minst fem dagar per vecka (Ekengren Oscarsson 2014, 52, 54-55). Detta visar att Sveriges radio är en viktig aktör på den mediala marknaden och har en betydande roll i rapporteringen av riksnyheter.

3. Teoretiska utgångspunkter

Här presenteras teorier, tidigare forskning och kurslitteratur som används för att tolka undersökningens resultat.

3.1 Teori

Undersökningen utgår från teorier som berör hur massmedier påverkar sin publiks världsbild och uppfattning om verkligheten. Det är relevant eftersom syftet med uppsatsen är att undersöka presenterad världsbild från två stycken stora nyhetsmedier. Två nyhetsvärderingsteorier används för att kunna uttyda om dessa kan ha påverkat redaktionernas sätt att arbeta när de producerade nyhetssändningarna i fråga.

3.1.1 Samhällets bild av verkligheten - Public Opinion

“Public Opinion” är en tidigt utgiven bok som ger teorier om hur media påverkar sin omvärlds åsikter och världsbild. Flera av de andra böckerna i detta teorikapitel hänvisar till Lippmans bok, speciellt McCombs bok “Agenda setting”. “Public Opinion”, som är från 1922, är på många sätt Walter Lippmans egna slutsatser om hur det mänskliga psyket fungerar och på vilket sätt människan handlar utefter hur hon ser på sin omvärld. Han skriver teorier om hur människor, gärna beslutsfattare av något slag, kan påverka världsspridd media genom propaganda. Lippman tar också upp hur enskilda personer påverkas olika när de tilldelas samma information.

“Public Opinion” inleds med en historia om en grupp tyskar, fransmän och engelsmän som lever tillsammans på en ö år 1914. Kommunikationerna till ön är få, och nyheter från omvärlden anländer ungefär varannan månad. I början av september har människorna på ön levt sina liv i över en månad, omedvetna om att deras hemländer ligger i krig med varandra. Deras världsbild stämmer inte överens med verkligheten, men invånarna på ön lever och handlar efter den verklighet som de känner till (Lippman 2010[1922], 9).

Lippman menar att människan formar förenklade bilder av verkligheten i sin tankevärld, bilder av verkligheten som vi själva känner till men inte har sett med våra egna ögon. Han säger också att vi som människor skapar stereotyper för oss själva, för att kunna processa den information vi får från omvärlden till något begripligt som vi kan ta ställning till (Lippman 2010[1922], 19-21). Exempelvis har medborgaren förmodligen en bild i sitt huvud av hur det ser ut när kommunfullmäktige har möte, även om den aldrig har besökt ett sådant möte.

Lippman hävdar att det i samhället förutsätts att medborgarna själva ska ta reda på information om sina makthavare och därmed också granska dem. Detta fungerar dock dåligt i praktiken. Resultatet blir att människor är ovilliga att betala för nyheter eftersom tidningarna berättar en sanning som medborgaren tycker sig ha rätt att få tillgång till. Lippman konstaterar att: *“The citizen will pay for his telephone, his railroad rides, his motor car, his entertainment. But he does not pay openly for his news”* (Lippman 2010[1922], 169). Därefter drar han slutsatsen att tidningarna måste anpassa sig efter de som köper annonser. Om tidningens syfte går emot annonsörens får varken annonsören eller tidningen några pengar.

Lippmann har uppfattningen att medborgarna tar allt som står i tidningen för så pass sant att de även tar starka intryck av reklamen, och därmed köper de produkter som annonseras (Lippman 2010[1922], 167-171).

Kontentan rörande nyhetstidningar i "Public Opinion" är att om vi vill studera dess innehåll, så kan vi inte utgå från att allt som skrivs i tidningen är en sann kopia av verkligheten. Istället, föreslår Lippman, bör vi utgå från de maktstrukturer och intressen som ligger bakom för att se vad som skrivs och vem det påverkar (Lippman 2010[1922], 189-190).

3.1.2 Agenda setting - dagordningsteori

Begreppet "agenda setting", på svenska kallat dagordningsteorin, myntades 1972 i en artikel av Maxwell McCombs och David Shaw. Agenda setting handlar om hur massmedias nyhetsinnehåll påverkar medborgarnas åsikter angående vilka samhällsfrågor som är viktiga. Sedan 1972 har McCombs och många andra forskare fortsatt studera vad nyheterna som presenteras har för effekt på mottagarna. Det genomgående resultatet kan sammanfattas i ett enda citat: "[...]the news media may not be successful in telling people what to think, but they are stunningly successful in telling their audiences what to think about" (McCombs 2004, 2).

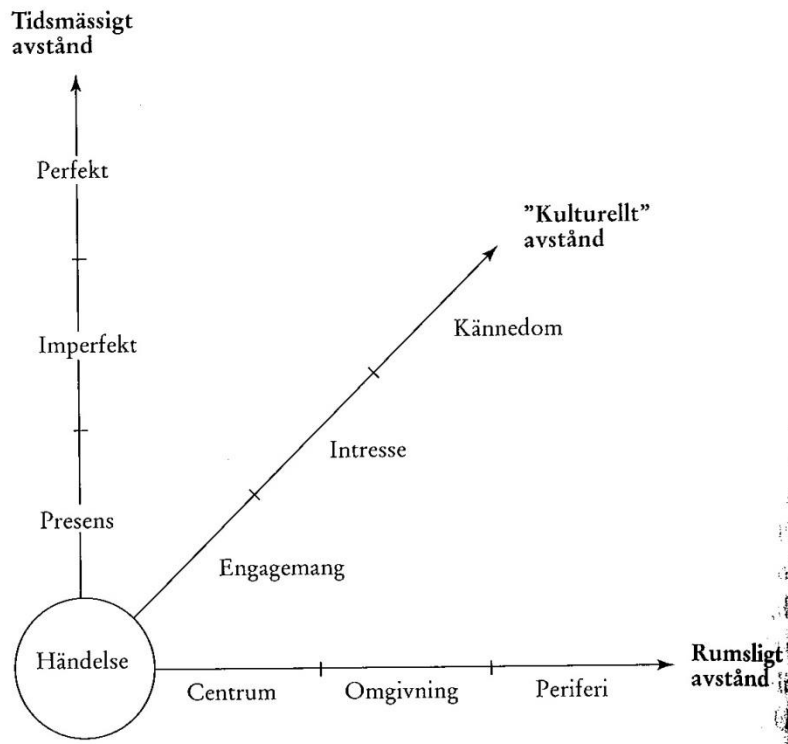
Studier har gjorts på såväl dagspress som TV-nyheter, och i viss mån på nyhetssajter. Det har studerats vilka nyheter som fått störst utrymme i respektive massmedium och sedan har frågan "Vilket är det viktigaste av de problem som vårt land ställs inför idag?" ställts i opinionsmätningar. Resultatet är anmärkningsvärt träffande. De sakfrågor som media har rapporterat mest om de senaste fyra till åtta veckorna hamnar högst på medborgarnas lista över vad som är viktigt idag (McCombs 2004, 51).

Tidigare trodde forskare även att medierna var med och starkt påverkade vad människor tyckte i olika frågor, men detta har visat sig vara falskt. Anledningen till att teorierna om agendasättande ändå fungerar är att vi som samhällsmedborgare lär oss mycket om vårt samhälle via medier. Slutsatserna blir trots detta att personliga åsikter och erfarenheter väger tyngre än medierapporteringen när vi bildar vår uppfattning om olika sakfrågor (Shehata 2012, 317-318). När en sakfråga är ny i samhället påverkas dock våra åsikter mer av mediernas rapportering (McCombs 2004, 20).

3.1.3 Nyhetsvärdering

"Begreppet nyhetsvärdering [...] används i allmänhet för att beteckna de processer som har med nyhetsmediernas urval av händelser att göra" (Hvitfelt 1985, 20). Teorierna angående vad som gör att en specifik händelse blir en nyhet är grunden till forskningsområdet "nyhetsvärdering". Medieforskare inom nyhetsvärdering påpekar att det knappt är en bråkdel av verklighetens alla händelser som blir nyheter. Nyhetsvärderingen utmynnar i ett nyhetsutbud som slutligen når medborgarna, och den samhällsinformation som tilldelas dem bidrar till deras bild av verkligheten. Därav är det intressant att undersöka grunden till nyhetsvärdering (Hvitfelt 1985, 8-9). Två nyhetsvärderingsteorier har studerats, författade av Prakte respektive Hvitfelt.

Den tyske medieforskaren Henk Prakkes definition av nyhetsvärdering från 1969 är äldst av de två studerade nyhetsvärderingsteorierna. Prakkes teori baserar sig på den enskilda händelsens avstånd till mediet i fråga. Avståndet mäts i tre kategorier: rumsligt, kulturellt och tidsmässigt. Det Prakke menar är att ju närmare den tilltänkta publiken en händelse sker, desto större nyhet blir det (Weibull & Wadbring 2014, 281-283). Istället för att definiera sin teori i punktform har Prakke en modell som visuellt påvisar vad han menar.



Källa: Weibull & Wadbring 2014, 282

Ytterligare en definition av vad som blir en nyhet är den av medieforskaren Håkan Hvitfelt (1985). Hvitfelt menar att nyhetsvärdering är en process där skärvor av verkligheten väljs ut för att anpassas till nyhetsmedierna. Under nyhetsvärderingsprocessen görs ett urval som resulterar i att vissa ämnesområden får större uppmärksamhet än andra (Hvitfelt 1985, 16). Hvitfelt har utformat en lista med kriterier som används i urvalet. Den består av följande tio punkter:

1. politik, ekonomi samt brott och olyckor
2. och om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd
3. till händelser och förhållanden
4. som är sensationella eller överraskande,
5. handlar om enskilda elitpersoner
6. och beskrivs tillräckligt enkelt
7. men är viktiga och relevanta,
8. utspelas under kort tid men som del av ett tema,
9. har negativa inslag
10. och har elitpersoner som källor (Hvitfelt 1985, 216).

Håkan Hvitfelt menar att en ensam punkt av tio inte räcker för publicering, i de flesta fall. För att bli publicerad bör en artikel innehålla flera av punkterna, om inte alla. Desto fler av ovanstående egenskaper en händelse innehåller, och i ju högre grad, desto större sannolikhet är det att händelsen blir en nyhet. Vissa egenskaper är viktigare än andra när det kommer till vad som avgör om det blir en nyhet eller inte, men att rangordna dem är besvärligt. *“Att utvärdera de olika egenskapernas relativa betydelse är dock en synnerligen komplicerad forskningsuppgift”* (Hvitfelt 1985, 120).

När punkt sju bedöms, vikt och relevans, finns det ett antal kriterier att ta hänsyn till.

Relevans bedöms efter följande kriterier:

1. Kris för de inblandade. Majoriteten av innevånarna i ett land eller region ska vara berörda.
2. Existentiell betydelse. Grupper eller nationers livssituation eller fortlevnad berörs.
3. Varaktiga konsekvenser. Dessa ska sträcka sig över en längre tid eller vara oåterkalleliga.

Vikt bedöms efter följande kriterier:

1. Kris för en majoritet av nyhetsmediets publik eller för stora delgrupper i denna.
2. Centrala eller relativt centrala levnadsförhållanden kan ändras för en majoritet av nyhetsmediets publik eller stora delgrupper i denna.
3. Varaktiga konsekvenser. Dessa ska sträcka sig över en längre tidsperiod eller vara oåterkalleliga samt beröra en majoritet av nyhetsmediets publik eller stora delgrupper i denna (Hvitfelt 1985, 187-188).

Samtliga teorier av nyhetsvärdering, undersökta i denna uppsats, innehåller närheten till tid och rum, både geografiskt och kulturellt. Hvitfelt har i sin teori ställt upp faktorerna som påverkar nyhetsvärderingen i tio punkter utan inbördes rangordning, och förklarar varför han gjort på detta sätt. Prakkes modell och teori utgör förvisso grunden till många andra medieforskarens definitioner av nyhetsvärdering, men den är också subjektiv och svår att undersöka empiriskt. Således baseras studien främst på Hvitfelts teori. Dels på grund av att den är tydlig att följa, och dels på grund av att Hvitfelts teori är utbredd och välbeprövad. Vår åsikt är att teorin också går att applicera på radiomediet. Sveriges radio har stor spridning med både nationellt och internationellt fokus, likaså de undersökta tidningarna i Hvitfelts studie.

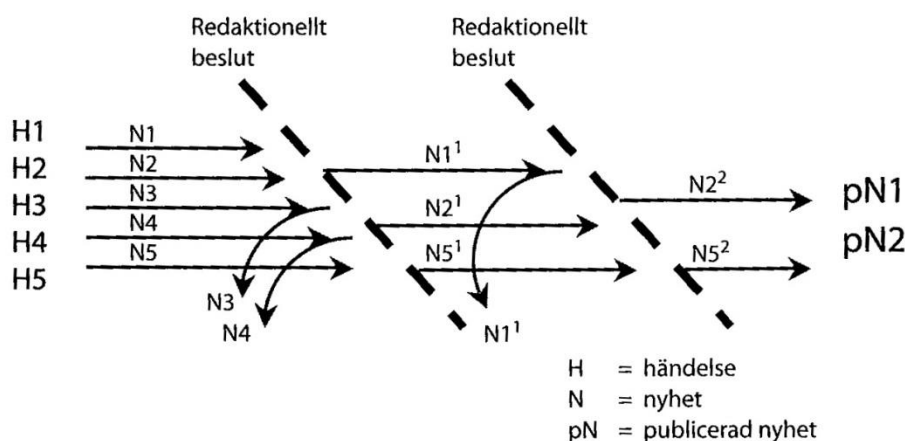
3.1.4 Gatekeeping

“[...] gatekeeping; En grindvakt som ur nyhetsflödet väljer vad som ska gå vidare i processen för att till slut eventuellt presenteras för publiken” (Weibull & Wadbring 2014, 279).

Teorin om gatekeeping innebär att en eller flera personer kontrollerar urvalsprocessen av de händelser som senare blir nyheter. De människor som hanterar urvalsprocessen kallas “grindvakter” eller “gatekeepers”. För att illustrera gatekeeping används imaginära grindar och grindvakter som barriärer. En händelse måste ta sig förbi alla grindarna för att slutligen bli en publicerad nyhet.

Av alla händelser som sker blir endast en bråkdel nyheter. Det finns miljarder av händelser och besked som skulle kunna bli nyheter, men som aldrig ens når den första grinden. Majoriteten gör det inte. Obetydliga händelser som inte påverkar samhället, och som snarare hör till det normala, är inte värda att uppmärksamma. Att de lokala politikerna sköter sitt arbete förväntar vi oss redan. Då är det ingen nyhet (Shoemaker 1991, 20).

Nyhetsredaktioner världen över väljer ut de viktigaste händelserna i flödet och förvandlar dem till nyheter. Den viktigaste nyheten får störst fokus genom att den presenteras först, och mest frekvent, i nyhetssändningar (Shoemaker 1991, 1). Men vem är då denne grindvakt, som har makt att bestämma över vilka händelser som är "viktiga" och blir nyheter? Den enskilde personens status och position på redaktionen påverkar hur mycket makt denne har i gatekeepingprocessen (Shoemaker 1991, 55). Däremot är det inte en enskild person eller ensam nyhetschef som avgör, utan snarare en hel redaktion som tillsammans agerar grindvakter. En mängd faktorer är med och påverkar processen. Företagsledningen, företagets ekonomiska resurser och den generella nyhetspolicyn hos mediet är exempel på krafter som alla spelar in i valet av vad som ska få passera grindarna. Alla världens händelser går inte att rapportera om, och nyheterna kan därmed omöjligtvis överensstämma med verkligheten till hundra procent. Valet av nyheter blir en subjektiv fråga (Weibull & Wadbring 2014, 279).



Källa: Ghersetti 2012, 206.

Människor som inte arbetar på nyhetsredaktionerna kan också agera gatekeepers, eftersom nyheter sprids via interna kanaler likväl som genom massmedierna. Skillnaden är att den privata grindvakten inte påverkar miljoner människors världsbild. Massmedierna får en oändligt mycket större makt genom att sprida information till den stora massan (Shoemaker 1991, 18).

Gatekeeping kan likställas med processen att påverka mottagarnas verklighetsbild. *“If an event is rejected by the media I use, it probably will not become part of the social reality I perceive. If the event is accepted and displayed prominently, then it may strongly influence my view of the world”* (Shoemaker 1991, 27). Potentiellt sett kan nyheterna som når lyssnare och läsare påverka dem i deras åsiktsbildning. Inte precis vad de ska tycka i en viss fråga, utan snarare vilka frågor som är värda att diskuteras (Shoemaker 1991, 31). De händelser som

nekas och blir ouppmärksammade existerar knappt för den större publiken (Shoemaker 1991, 32). I massmediernas miljö är det som om händelsen aldrig ens har inträffat (Shoemaker 1991, 54).

De största nyheterna, nationellt och internationellt, kommer med största sannolikhet tas upp både i riksmidia och på lokalnivå. De lokala nyhetsmedierna försöker hitta en koppling till hemorten. Emellertid måste det ske en i jämförelse stor händelse på lokalnivå för att den ska bli en nyhet i riksmidia (Weibull och Wadbring 2014, 281). Det finns också faktorer som påverkar hur publiken mottar nyheten. Behandlar nyheten en person vi känner till, betyder det oftast att vi intresserar oss mer. Nyhetskonsumenterna vill ha konkreta detaljer, anekdoter och historier som går att knyta an till. Därför har dessa också en större chans att bli en nyhet, snarare än sammanfattningar av data (Shoemaker 1991, 22).

En av riskerna med gatekeeping är att journalister som yrkeskår möjligen resonerar likadant sinsemellan. På grund av sin utbildning och tidigare arbetsliv tror sig journalisterna ha en känsla för nyheter, att de känner igen en nyhet direkt när de ser den. I viss mån stämmer det förvisso, men risken finns att det av gammal vana blir en enformig bild av världen som presenteras för mottagaren och inte den representativa bilden medier strävar efter (Shoemaker 1991, 28-29). När en viss nyhet tidigare har släppts genom grindarna, associeras det som en "viktig" nyhet. Risken är att slentrianmässigt tänka likadant nästa gång, och därmed släppa igenom en nyhet likartad den förra (Shoemaker 1991, 34).

3.1.5 Världsbild

Uppfattningen bland samhällsinvånarna är att media och journalistiken ska avspegla samhället. "[...] *the mirror hypothesis—the expectation that media reflect social reality with little distortion*" (Shoemaker & Reese 2014, 3). Huruvida media ger en objektiv bild av samhället diskuteras av Shoemaker och Reese, som jämför en medial verklighet med en social verklighet. De menar att den mediala verkligheten omöjligtvis kan bli korrekt avbildad. Den bild av världen som media porträtterar har dessutom passerat flera människors personliga analyser. Författarna är av åsikten att media därmed inte kan vara en "spegel av verkligheten", på grund av nyhetsproducenternas egna åsikter och förhållningssätt till kultur och ideologi (Shoemaker & Reese 2014, 4, 39).

Våld och brott är ett stående inslag i nyheterna, och har länge varit så. I en undersökning från 1999 visade det sig att tre fjärdedelar av artiklarna som toppade nyheterna behandlade brott (Shoemaker & Reese 2014, 45). Samma undersökning visade att antalet nyheter som uppmärksammar brott också fyller en funktion hos lyssnare och läsare, där nyheterna är den goda kraften som bekämpar ondskan. Inte sällan målas den anklagade upp som skyldig redan innan rättegång (Shoemaker & Reese 2014, 46).

Terrorism, som är ett sorts brott, omnämns under krigstid oftare som just "terrorism". Trots detta visar sig nyheterna under krigstid hålla sig neutrala (Shoemaker & Reese 2014, 46). Negativa nyheter, sådana som behandlar brott, krig och lidande, har lättare för att bli nyheter och når oss dessutom oftare än goda nyheter. Ingen är intresserad av nyheter som meddelar att allt är som det ska. De dåliga nyheterna dröjer sig kvar hos mottagaren, speciellt om de levereras tillsammans med bilder (Shoemaker & Reese 2014, 53, 54).

Medias bild av verkligheten är inte verkligheten. De bilder, ljud och texter som media levererar kan frambringa känslor, men aldrig spegla världen till hundra procent. Somliga nyhetsrapporteringar är mer korrekta än andra, men oavsett sanningshalt lär media sina konsumenter att tänka och reagera på ett visst sätt när de får en viss typ av nyheter tilldelade sig. Media kan i högsta grad påverka bilden av världen genom bilder, ljud och texter. Men i slutändan har varje enskild människa sin bild av världen, i sitt huvud (Shoemaker & Reese 2014, 61-63).

3.1.6 Sammanfattning av teorierna

Public Opinion fungerar som en större teoretisk ram och finns med i teoriavsnittet för att ge en djupare förståelse för resten av forskningen som tas upp. Den är skriven i en tid före public service och kan därmed inte appliceras på resultatet i alltför stor utsträckning. Teorierna kring nyhetsvärdering och gatekeeping används i uppsatsen för att tolka hur redaktionerna värderar nyheterna. Vi kan inte uttala oss om den enskilda lyssnarens världsbild, men världsbildsteorin förklarar hur en viss sorts nyheter tas emot av publiken och hur nyheterna är en del av publikens sociala och mediala verklighet.

3.2 Tidigare forskning

Det finns mängder av kvantitativa innehållsanalyser som beskriver medieinnehåll. I den här uppsatsen används dessa som inspiration i metod- och materialkapitlet. I det här avsnittet presenteras kandidatuppsatser som på olika vis jämför samma medie som oss, samt generella texter i kursböcker som anses röra vårt ämnesområde och syfte.

3.2.1 Kandidatuppsatser

Uppsatsen "Fattar du vad de säger?" (Jennische & Edsö 2011) jämför bland annat hur begriplighetsnivån mellan P3 Nyheter och Ekot skiljer sig åt. Huvudfokus behandlar begripligheten, och författarna kommer fram till att det inte verkar finnas någon större skillnad mellan de undersökta nyhetssändningarna, trots att P3 Nyheter exempelvis har ett mer personligt tilltal än Ekot. Uppsatsen är en spännande utgångspunkt eftersom författarna delvis har undersökt diskursen, och då konstaterat att ordvalen och upplägget skiljer sig avsevärt mellan just P3 Nyheter och Ekot, men bara delvis också närmat sig nyhetsurvalet, där vår undersökning tar vid. Utöver begriplighetsanalysen jämför de också kortfattat nyhetsvärderingen i vardera program i form av ämnesval, genom en textanalys. Vid de undersökta sändningarna hade P3 Nyheter och Ekot bara två gemensamma ämnesval (2011, 44), vilket tyder på att det finns en klar skillnad i innehåll i de två programmen och därmed även i deras nyhetsvärdering.

Uppsatsen “P3 Nyheter – ett program i publikens tjänst?” (Öqvist 2011) menar att P3 Nyheter levererar sina nyheter på ett sådant sätt att seriositeten hamnar i skymundan. Öqvist menar också att P3 Nyheter lyfter och uppmärksammar de nyheter som Sveriges radio tror att målgruppen vill ha, snarare än det den bör få, så kallad profilering. Öqvist undersöker enbart nyhetsvärderingen till skillnad från Jennische och Edsö.

I vår uppsats genomförs en beskrivande undersökning genom en kvantitativ innehållsanalys, till skillnad från Öqvists explanativa kvalitativa textanalys. Vi bygger vidare på dessa två kandidatuppsatser som fokuserar på P3 Nyheter genom vår kvantitativa metod och jämförelse med konkurrenten Ekot. Dessutom har det gått fem år sedan dessa uppsatser skrevs, och det är rimligt att anta att P3 Nyheter som nyhetsprogram har utvecklats sedan dess.

3.2.2 Kursböcker

Marina Ghersetti menar att nyhetsurvalet och arbetsprocessen är snarlika på alla typer av nyhetsmedier och redaktioner. Därför är det relevant att ställa P3 Nyheter och Ekot mot varandra. De båda nyhetsprogrammen har samma grundläggande publicistiska uppdrag och samma yttre form, det vill säga radiomediet. Trots att det finns teorier som säger att nyhetsvärdering delvis beror på mediets form och logik, är en jämförelse mellan dessa två program fortfarande relevant och utforskad (Ghersetti 2012, 214, 220). Är nyhetsurvalet hos dem verkligen så snarlikt, och är P3 Nyheter i så fall ens existensberättigat? Varierar utrymmet för olika sorters nyheter?

I “Massmedier” vidhåller författarna att radion är starkt åldersskiktad i vårt samhälle. När ett flertal radiokanaler konkurrerar med varandra, väljer lyssnarna allt som oftast att hålla sig till en och samma favorit. Det är ett argument för att en specifik kanals nyhetsrapportering kan vara med och bidra till en skev eller inskränkt världsbild. Innehållet avgör vilken kanal som vardera lyssnare väljer, och detta beror främst på musikprofilen men också dess övriga innehåll i stort. P3 försöker genom sina egna nyheter vinna över den yngre publiken från kommersiell radio till public service (Weibull & Wadbring 2014, 332-335).

I “Nyhetsradio” läser vi att lyssnarna delar upp sig i takt med att radiokanalerna blir fler. Somliga redaktioner väljer att rikta sig till just den yngre publiken och fokuserar mer på musik än bara prat. På ett nyhetsmässigt plan gäller det därför för journalisterna att sälla bland nyheterna. Välja, och välja bort. De måste ta ett beslut angående vad som anses vara “intressant” och vad som anses vara “ointressant”. Detta skiljer sig givetvis beroende på vem den tänkta mottagaren är (Lindfelt & Eriksson-Sjöberg 2006, 15, 128).

4. Material och metod

För att besvara syftet har det genomförts en kvantitativ innehållsanalys av 177 stycken nyheter, 98 stycken från P3 Nyheter och 79 stycken från Ekot. Vår analys är främst deskriptiv, men har explanativa inslag (Johansson 1994, 6-7). Fördelarna med en kvantitativ innehållsanalys är att den är förhållandevis oberoende av forskaren och därmed kan upprepas av någon annan (Johansson 1992, 2).

4.1 Material

Undersökningen baseras på att P3 Nyheter och Ekot har samma uppdragsgrund och en masspublik. Materialet bestod av nyheter från totalt fyrtio nyhetssändningar, tjugo stycken från P3 Nyheter, och tjugo stycken från Ekot. Detta gav oss ganska exakt en timmes material från vardera redaktion att analysera. På förhand var det oklart hur stort antal nyheter som skulle komma att presenteras i varje enskild nyhetssändning, samt om det var samma antal nyheter i P3 Nyheter som i Ekot. För att få en rättvis jämförelse var det därför av prioritet att få lika lång sändningstid från respektive program istället för att bestämma ett exakt antal nyheter att undersöka. Resultaten redovisas därför också i procent av total sändningstid, snarare än procent av antalet analysenheter från respektive program, förutom i undantagsfall. Mätt i rent nyhetsmaterial blev det 57,5 minuter från P3 Nyheter, samt 58 minuter från Ekot.

4.1.1 Val och motivering

Valet föll på tjugo nyhetssändningar från vardera program, då det var rimligt inom tidsramen satt för kandidatuppsatsen. Jämfört med liknande kandidatuppsatser, hade dessa använt tre sändningar från vardera nyhetsprogram (Jennische & Edsö 2011, 19-20), respektive tre sändningar från P3 Nyheter (Öqvist 2011, 14). Undersökningarna i dessa två uppsatser är dock kvalitativa, och eftersom vi genomförde en kvantitativ undersökning var det av relevans att analysera fler sändningar än vad som tidigare gjorts. Våra 177 analysenheter kan jämföras med den väletablerade nyhetsforskaren Håkan Hvitfelts kvantitativa innehållsanalys från 1985, vilken bestod av 366 förstasidesartiklar (Hvitfelt 1985).

Nyhetssändningarna hämtades från tio på varandra följande vardagar. Detta på grund av att nyheterna skulle vara skapade och publicerade under så lika förhållanden som möjligt. Nackdelen med att analysera material från tio vardagar i följd var dock möjligheten att en enskild nyhet skulle kunna få ovanligt stort utrymme under just dessa dagar, och därmed också det ämnesområde som denna nyhet hör till. Extraordinära händelser som anses vara "särskilt viktiga" kan uppmärksammas flera gånger samma dag, och även upprepade gånger under den närmaste tiden efter händelsen. Trots risken för nyhetsupprepning var det till vår fördel att använda material från tio vardagar i följd, med motiveringen att Ekot säger sig följa upp nyheter efterhand som händelser utvecklar sig (Sveriges radio 2013). Vår egen erfarenhet säger också att det hör till det journalistiska arbetet att följa upp nyheter för att ge en så mångfacetterad bild av verkligheten som möjligt. Därför valdes sändningsdagarna på detta sätt, istället för en mer slumpmässig metod. Ett idealiskt sätt att välja ut sändningar för en sådan här undersökning existerar inte. Det finns inget optimalt tillvägagångssätt i valet av vilka dagar och sändningar som kan, ska eller bör väljas ut för att ge oss en urvalsgrupp som

är representativ för populationen (Esaiasson et al 2012, 158-161). Det finns dock fördelar med att istället använda en så kallad syntetisk vecka. Problemet var att vi inte kunde få tillgång till den mängden material inom tidsramen för uppsatsen, då materialet i så fall skulle ha sänts för långt bak i tiden. Vi resonerade oss dessutom fram till att en sådan vecka, med slumpmässigt utvalda dagar från året, inte heller skulle vara felfri i förhållande till uppsatsens syfte.

Från de tio sändningsdagarna valde vi att lyfta ut två sändningar från vardera dag och program att analysera. En sändning från förmiddagen och en från eftermiddagen. Valet att använda oss av en eftermiddags- och en förmiddagssändning från varje mätdag och program var, som motiverat ovan, för att kunna se om somliga nyheter anses vara såpass viktiga att de får upprepad uppmärksamhet. Ett ytterligare skäl till att studera en sändning från förmiddagen och en från eftermiddagen var för att resultatet skulle ge en rättvis bild av nyhetsdygnet. Vår utgångspunkt är att det på förmiddagen publiceras fler telegram än på eftermiddagen när redaktionerna har haft mer tid på sig att göra inslag och telegram-illrar av nyheterna.

Sändningarna hämtades enbart från vardagar på grund av att P3 Nyheter inte sänder på helger. Vår intention var att jämföra sändningar från de två programmen som har sänts på exakt samma klockslag i FM. Exempelvis: om vi analyserar Ekots nyhetssändning från klockan 08:00 måndagen den 11 april, så har vi även analyserat P3 Nyheter nyhetssändning från klockan 08:00 måndagen den 11 april.

Förmiddagssändningarna är från klockan 10:00 och eftermiddagssändningarna från klockan 16:00. Valet föll på just dessa klockslag för att den totala sändningstiden från vardera program skulle bli så likvärdig som möjligt. På så sätt kunde vi också jämföra nyhetsvärderingen på ett mer trovärdigt vis. P3 Nyheter sändningar klockan 10:00 är ungefär två minuter långa och deras sändningar klockan 16:00 är ungefär fyra minuter (Lagergren 2016, nyhetschef på P3 Nyheter). Ekot, som tar hänsyn till alla lokala P4 kanaler, har klockan 10:00 och 16:00 sändningar som är exakt tre minuter långa. Valet föll på klockan 10:00 eftersom det är klockslaget då Ekot har som mest lyssnare (Wolf-Watz 2016, publiceringschef Ekot). Klockslaget 16:00 valdes dels då vi tror att mycket redaktionellt material för dagen är färdigt vid den tiden, och dels för att vi inte kunde välja klockan 17:00 när Ekot endast sänder en minut till följd av Dagens eko 16:45. Klockan 18:00 uteslöts också för att P3 Nyheter sänder tre minuter då, respektive Ekots en minut. En senare tid var inte aktuell eftersom P3 Nyheter sista nyhetssändning går av stapeln klockan 18:00.

De analyserade nyhetssändningarna sändes under vecka 10 och vecka 11, år 2016. Dessa veckor är så aktuella som de möjligtvis kan vara utefter förutsättningarna. Vecka 12 och 13 gick bort av två anledningar. För det första inföll påsken under vecka 12. Det gjorde att vecka 12 bara bestod av fyra vardagar på grund av långfredagen, och vecka 13 likaså på grund av annandag påsk. För det andra utfördes ett medialt uppmärksammat terrordåd i Bryssel i början av vecka 12, vilket påverkade nyhetssändningarna utöver det vanliga i de svenska medierna under både vecka 12 och 13. Dagen för dåden gjorde exempelvis P3 om hela sin tablå, och sände nyheter konstant från den stund de fick kännedom om dåden. Senare veckor var orimligt nära deadline för uppsatsen.

4.1.2 Insamling av material

Materialet från Ekot samlades in genom dataprogrammet Audacity. Genom att spela upp de valda sändningarna från Ekots hemsida och samtidigt spela in dem i Audacity, sparades de sedan ner som egna filer på datorn. På så vis fanns sändningarna kvar, utan risk för att de skulle bli utdaterade och därmed sorteras bort på Ekots hemsida. Denna nedsparring och överföring skedde noggrant, och det kontrollerades flertalet gånger att rätt fil blev namngiven rätt dag och tid. Nyhetssändningarna från P3 Nyheter blev oss tillgängliga genom att deras nyhetschef, Caroline Lagergren, letade upp dem i deras arkiv och klippte ut dem.

4.2 Metod

Avsikten var att genomföra en jämförande undersökning av P3 Nyheter och Ekot. Valet att utgå från just dessa två radioprogram baseras på att de i grunden har samma publicistiska uppdrag, samma medieform samt når ut till en stor publik. Den största skillnaden mellan programmen är den uttalade målgruppen. Frågeställningarna är utformade för att kunna vara tydligt mätbara och det fanns inga ambitioner att titta på underliggande strukturer eller att läsa mellan raderna. Motivet var att åskådliggöra hur innehållet ser ut och hur nyheterna värderas, för att därefter kunna kommentera världsbilden.

En presenterad bild av världen kan givetvis mätas på flera sätt, och gärna med större mängd material och fler variabler än vad som använts i denna undersökning. En begränsning var däremot nödvändig. Det fanns varken tid eller möjlighet till Westerståhl och Johanssons omfattande arbete med att koda 70 000 analysenheter (1985, 25). Men genom att studera Hvitfelts (1985) samt Westerståhl och Johanssons metoder och kodscheman, har vi kunnat dra lärdom av deras erfarenheter i operationaliseringen av syftet och frågeställningarna.

I Håkan Hvitfelts undersökning var ambitionen bland annat att beskriva nyhetsutbudet och påvisa eventuella skillnader mellan medier (1985, 9). Westerståhl och Johanssons frågor var övergripande, men de två som låg närmast vår undersökning var: *“1. Hur ser bilden ut?”* och *“2. Vilka och vad avgör hur bilden ska se ut?”* (1985, 15). Efter att ha studerat *“Bilden av Sverige”* (Westerståhl & Johansson 1985) och *“På första sidan”* (Hvitfelt 1985) inspirerades vi av de delar som var relevanta för vår egen undersökning. Delarna plockades ut och omarbetades för att passa våra mål och syften.

En del av vår förståelse ligger i att vi som uppsatsförfattare själva är en del av P3 Nyheter målgrupp. Fram till denna tidpunkt har P3 Nyheter varit den givna nyhetsradion i våra liv. Därur föddes också vår utgångspunkt, att en del nyheter i P3 upplevs som mindre seriösa och samtidigt riktade till unga. Vi har dessutom en journalistutbildning i bagaget och därmed ett samhällsintresse.

4.2.1 Kodschemat

Frågeställningarna var utgångspunkten när kodschemat utformades, och flera liknande undersökningar studerades för att få inspiration och tips. Variabler som definierar analysenhetens sändningstid, dag, längd och nummerordning var tidigt på plats. Dessa är tydliga och mätbara. Inom resterande variabler diskuterades definitionerna fram innan de

fastställdes. Variabel 8, analysenhetens form, hade redan definierats tidigare i arbetsprocessen.

Från Hvitfelt (1985, 138) användes definitionen av vad en skådeplats är och utgick också från Hvitfelts variabelvärden när vi utformade våra egna. Värdena för skådeplats är främst definierade rent geografiskt, med undantag för platser som har en tydlig anknytning till en nation eller världsdel. Hawaii, som rent geografiskt ligger i Oceanien, kodades som "USA/Kanada" eftersom Hawaii är en delstat i USA. Ytterligare definitioner finns i kodschemat, se bilaga 1. När Sverige var skådeplatsen fanns även två variabler för att definiera län och kommunens storlek om dessa nämndes i analysenheten, för att kunna se huruvida programmen rapporterar om händelser från alla delar av landet eller ej. Skådeplatsen är dock inte alltid på land. Både P3 Nyheter och Ekot rapporterade den 10 mars att människor hade drunknat i Medelhavet. Skådeplatsen blev därmed variabelvärde nummer 12, övriga världen. Detta eftersom det skedde i havet, och världshaven inte tillhör ett landområde i vår tolkning. I flera fall har skådeplatsen varit okodbar på grund av att inget land har nämnts. När P3 Nyheter den 16 mars rapporterade att Mariah Carey får en egen realityserie blev skådeplatsen okodbar, även om vi personligen tror att hon befinner sig i USA.

Huvudsakligt ämnesområde var en variabel som vi arbetade om flertalet gånger innan vi fastställde något som skulle vara täckande. Variabeln syftar på det område som får störst tidsmässigt utrymme i nyheten. Vi hämtade inspiration från Hvitfelt (1985, 136), Westerståhl & Johansson (1985, 246) samt "Metodpraktikan" (2012, 205-206). Då våra inspirationskällor verkade ha brutit ut enskilda ämnesområden i tidens anda, valde vi att göra samma sak. Därför tillkom ett eget variabelvärde för "terrorism", som i resultatet fick bli en underkategori till variabelvärdet "brott". Det tillkom även värden för "skola/utbildning" och "sociala medier" med hänseende till att detta är ämnesområden som kan tänkas ligga nära P3 Nyheter målgrupp. "Huvudsakligt ämnesområde" har exempelvis kodats enligt följande: doping hamnar under variabelvärde nummer nio, sport. Detta med argumentet att det handlar om fusk inom sporten. Men när tennisstjärnan Rafael Nadal den 14 mars rapporteras stämma dem som har anklagat honom för doping är det däremot ett brott, och kodas som variabelvärde fyra. Detta eftersom det är förtal.

Sett i efterhand var värdet "energifrågor" överflödigt, och det saknades ett variabelvärde för "infrastruktur" eller liknande. Dessutom hade det underlättat med ett mer abstrakt ämnesområde, förslagsvis kallat "arbete". Värdena "fackligt" och "arbetslöshet" utslöt nyheter som berörde arbete och arbetsmarknad i sin helhet. Kategorin "övrigt" har blivit onödigt stor på grund av dessa felsteg i definitionerna. Ekots nyhet från den 8 mars om att nyanlända får sin yrkeslegitimation snabbare hamnade i "övrigt", likaså nyheterna om internationella pi-dagen den 14 mars.

Att mäta vilka aktörer som får utrymme i nyheterna visar vem som utför eller berörs av händelser, samt vems röst eller åsikter som framförs i förhållande till händelserna. Variablerna för aktörer delades in i två delar, de som omtalas och de som kommer till tals. Förhoppningen var att urskilja vilket förhållande aktören hade till händelsen, och se om den berörda parten fick lov att också säga något om händelsen. Därför blev variabelvärdena för alla sex variabler som mätte aktör identiska, tre variabler för ”aktör som kommer till tals” och tre för “omtalad aktör”. Reportern i ett inslag är inte där som intervjuperson, och därmed inte heller som aktör. Men när Bengt Skött från radiosporten medverkade i P3 Nyheter den 9 mars och uttalade sig om att Abeba Aregawi har testats positivt för en förbjuden substans, var Bengt Skött där som aktör och fick variabelvärdet “expert”. När aktörer nämnts som en enhet har de kodats som en och samma aktör, även om flera personer är inblandade. Exempelvis när Ekot rapporterade den 14 mars att två stycken pojkar hade kidnappats, kodades pojkarna som en aktör. Förekom det fler än tre aktörer per kategori i analysenheten, kodades endast de tre första som nämdes, utan värdering i hur mycket utrymme som respektive aktör fick. I enstaka fall fanns det fler än tre aktörer som kom till tals. Vad gäller de omtalade aktörerna var det tolv analysenheter i P3 Nyheter och tolv i Ekot som hade tre omtalade aktörer, och därmed möjligtvis fler. Eftersom det sällan förekom fler än tre aktörer var det heller inte motiverat att mäta fler. Fler aktörer var inget vi saknade under kodningen.

I kodschemat hamnade även variabeln “nyhetskälla”. Variabeln konstruerades för att möjliggöra uttalanden om redaktionernas värderingar. Vilka händelser ansågs såpass viktiga att de blev en nyhet innan redaktionen hade en egen källa på informationen?

Variabler som tolkade exempelvis kön och ålder valdes däremot aktivt bort, även om dessa kan ha sin relevans för undersökningen. Representativitet gentemot verkligheten är förvisso intressant, men definitionerna av kön och ålder är kvalitativa till den grad att de är svårtolkade, speciellt inom ett ljudbaserat medie. Detsamma gäller variabler som uttrycker något om händelsens positiva eller negativa ton eller innehåll. Det blir en subjektiv fråga att ta ställning till. Det går inte att avgöra för vem eller vilka nyheten skulle vara positiv eller negativ, även om det kan tyckas självklart i somliga fall. Undersökningen skulle då speglas av forskarens åsikter och förförståelse.

Inom varje variabel finns också variabelvärdet “okodbart”. Värdet kom till användning när våra variabelvärden var otillräckliga, när information saknades eller som i ett fall - när det inte gick att höra. Sändaren säger: *“Priserna på villor och småhus förstätter att stiga. Under perioden december till februari steg dom med tre procent jämfört med föregående tremånadersperiod, och enligt S*B har småhuspriserna stigit med tolv procent på ett år.”* Utrustningen kontrollerades, men trots ett byte av hörlurar var det omöjligt att höra om sändaren säger SEB eller SCB. Aktören som kommer till tals, källan som lämnar informationen, går inte att utläsa och blir okodbar.

Våra tolkningsregler för hur materialet skulle klassificeras genomarbetades ordentligt innan kodningen tog sin början. Kodschemat testades genom diskussioner och exempel från P3 Nyheter och Ekot, exempel hämtade från sändningar utanför urvalsgruppen. Vad händer om FN nämns? Blir ämnesområdet alltid “sport” när Zlatan är aktör? På grund av dessa frågor utvecklades förstärkande förklaringar i kodschemat. Konkreta exempel i mätinstrumentet gör att också en utomstående person, med hjälp av kodschemat, med största sannolikhet skulle koda på samma sätt (Esaïasson et al 2012, 58, 63).

4.2.2 Kodning

Allt material kodades i SPSS, ett program för statistisk analys. Kodschemat omsattes till variabler och variabelvärden i SPSS och därefter kunde kodningen inledas. Alla enskilda sändningar skrevs ned på papperslappar, exempelvis “Ekot 11 mars klockan 10:00”. De placerades i en burk, och ur denna slumpades vilken sändning som skulle analyseras härnäst. Det var viktigt att slumpen fick avgöra vem som kodade vilken sändning för att resultatet inte skulle påverkas av att en person endast kodade det ena programmet, endast förmiddagssändningar, och så vidare. Med denna metod blev ingen sittande sysslöslös. Istället för att koda exakt tjugo sändningar var, fortsatte kodningen till dess att alla lappar i burken tog slut.

När alla sändningar således var kodade, valde vi att undersöka vår egen reliabilitet genom att omkoda fem analysenheter av den andra personens nyheter. Dubbelkodningen gick till så att fem utomstående personer fick välja en siffra mellan 1-86, respektive fem andra utomstående personer en siffra mellan 1-91. Dessa siffror motsvarade enskilda analysenheter i SPSS. Tio analysenheter dubbelkodades därmed slumpmässigt. Genom denna dubbelkodning framgick det att en av oss var snävare i sin bedömning av sekunder per sändningar och inslag, medan den andra av oss räknade med sändarens andetag som delar av nyheter. Det är en marginell skillnad och bedömningen av sekunder uppskattas gå jämnt ut gentemot varandra då vi kodat ungefär lika många analysenheter och sändningar var. I övrigt var vi överens på alla punkter med undantag för vissa bedömningar av aktörers tillhörighet, speciellt den mellan “offentligt företag” och “stat/landsting/kommuner”. Detta löstes genom att variabelvärden i resultatet har slagits ihop med varandra för att kompensera för dessa eventuella tvetydigheter.

4.2.3 Omkodning av variabler

Efter dubbelkodningen framkom det också att tolkningen av variabelvärdet “drabbad/närvarande” varierade. Det visade sig att en av oss inte kodade “drabbade/närvarande” i samma utsträckning som den andra. Kodningen skiljde sig åt eftersom vi inte varit tillräckligt tydliga med variabeln “omtalad aktör” från undersökningens början. Istället för att koda offer i ett bombdåd som “drabbade”, prioriterades nästa aktör på tur. Detta eftersom vi benämnde “omtalad aktör” som “någon som omnämns eller gör något i analysenheten”. Ett bombdådsoffer gör ingenting, men är i högsta grad drabbad.

Lösningen blev att vi ställde oss frågan “Är X drabbad av något?”, vilket gjorde det lättare att urskilja de omtalade aktörerna. Vi kodade då om den ena personens alla analysenheter igen efter den mer vida benämningen av variabeln “omtalad aktör” och variabelvärdet “drabbad/närvarande”. Exempelvis rapporterades det i Ekot den 14 mars att 37 människor dödats i ett bombdåd i Ankara. Offren var inte en aktiv aktör, men en omtalad aktör som har drabbats av något. Därmed kodades den omtalade aktören som “utländsk drabbad/närvarande”.

Eftersom en kvantitativ analys innehåller tolkningar av materialet, utöver beräkningar, har det under kodningens gång förts en dialog mellan oss när något har ansetts vara svårbedömt. För att kunna placera analysenheten under rätt variabelvärde är denna tolkning nödvändig (Esaiasson et al 2012, 198). Korrigeringen av kodschemat och omkodningen av variabel 16, 17 och 18 är till vår fördel. Förbättrade tolkningsregler främjar vår validitet och reliabilitet (Esaiasson et al 2012, 208).

5. Resultat och analys

Här redovisas de resultat och slutsatser som framkommit genom vår undersökning. Som förväntat skilde sig antalet nyheter mellan P3 Nyheter och Ekot, se avsnitt 4.1. Därför presenteras resultaten i procent av den totala sändningstiden för respektive program, så långt det är möjligt.

5.1 Allmänna likheter och skillnader

Som nämnt tidigare bestod materialet av 57,5 minuter med analysenheter från P3 Nyheter och 58 minuter från Ekot. Sändningarna från P3 Nyheter varierade i längd, men i snitt var förmiddagssändningarna 91 sekunder långa och eftermiddagssändningarna 4 minuter och 14 sekunder långa. Ekots sändningar var alla tre minuter. Detta resultat var förväntat och stämmer överens med den tillhandahållna informationen från P3 Nyheter's nyhetschef och Ekots publiceringschef.

Tabell 5.1 Analysenhetens form (medellängd i sekunder)

	P3 Nyheter	Ekot
Inslag	84	89
Telegram	19	24
Telegram-ill	36	56
	N= 3451	N= 3481

Som redovisas i tabell 5.1, var P3 Nyheter's alla inslag, telegram och telegram-illar kortare än Ekots, även om det i inslagens fall var marginellt. Därför är det också intressant att visa hur dessa delades upp mellan förmiddags- och eftermiddagssändningarna.

I tabell 5.2 redovisas att nästan alla P3 Nyheter's inslag sändes på eftermiddagen och att de sände ungefär lika många inslag som Ekot under den uppmätta perioden. Även om P3 Nyheter's telegram och telegram-illor var kortare i sändningstid sände de betydligt fler av dessa än Ekot. Det förklarar både varför sändningstiden i slutändan var densamma, och varför analysenheterna från P3 Nyheter och Ekot skiljde sig till antalet. I snitt tog P3 Nyheter upp fem stycken nyheter per sändning, och Ekot fyra stycken. Sammanfattningsvis tog P3 Nyheter upp fler antal händelser. Vad detta egentligen hade för inverkan på den världsbild som presenterades från programmen återstår att se i kommande avsnitt.

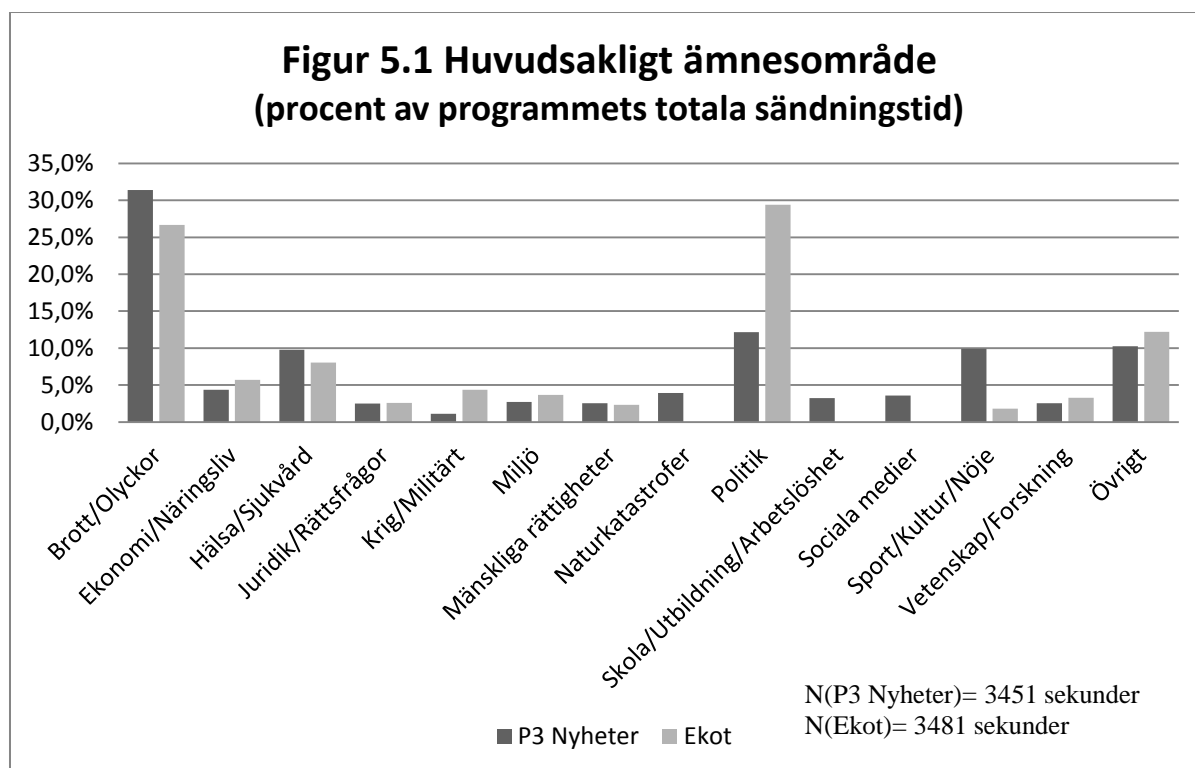
Tabell 5.2 Analysenhetens form (antal)

Program			Inslag	Telegram	Telegram-ill	Total
P3 Nyheter	Sändningstid	Klockan 10:00	2	34	6	42
		Klockan 16:00	19	29	8	56
	Total		21	63	14	98
Ekot	Sändningstid	Klockan 10:00	11	24	2	37
		Klockan 16:00	12	29	1	42
	Total		23	53	3	79

5.2 Ämnesområde

Vad får du egentligen höra talas om, när du väljer mellan att lyssna på P3 Nyheter eller Ekot? Blir du överöst med nyheter om sociala medier när du lyssnar på just P3 Nyheter, eller dränkt i nyheter om ond, bråd död när du slår på Ekot?

5.2.1 Huvudsakligt ämnesområde

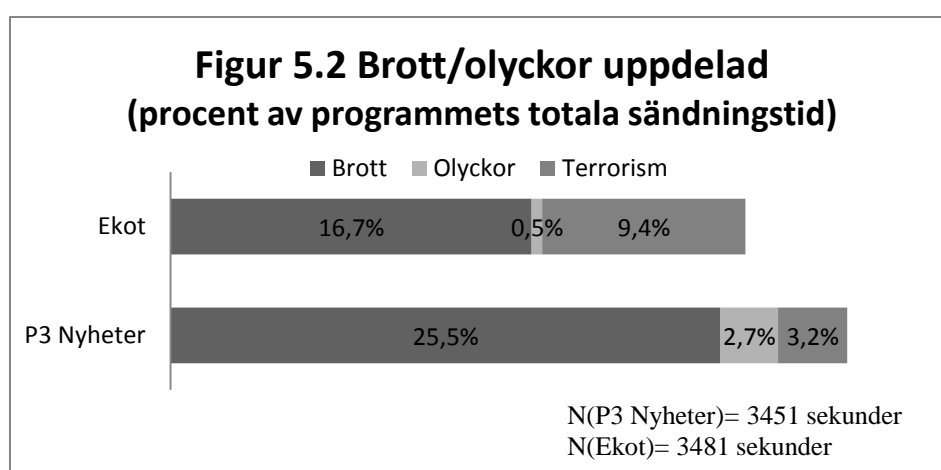


Som nämnt tidigare, önskades i efterhand ytterligare värden under variabeln “huvudsakligt ämnesområde”. Kategorin “övrigt” blev såpass stor eftersom det saknades variabelvärden för till exempel “infrastruktur” och “arbetsmarknad”. Men det går trots detta att utläsa intressanta likheter och skillnader mellan ämnesområdena som tas upp i P3 Nyheter respektive Ekot. Variabeln “huvudsakligt ämnesområde” bestod av 24 stycken variabelvärden. I figur 5.1 har de slagits ihop till 14 kategorier för att resultatet ska bli mer lättöverskådligt. Exempelvis blev “brott”, “olyckor” och “terrorism” en grupp. “Elitpersoners privatliv” tillhör kategorin “sport/kultur/nöje”.

I figur 5.1 syns det att Hvitfelts teori om vad som blir nyheter fortfarande stämmer ganska väl (Hvitfelt 1985). Nästan en tredjedel av sändningstiden i P3 Nyheter lades på nyheter om ”brott/olyckor”. Det är den överlägset största kategorin. “Politik”, “hälsa/sjukvård”, “sport/kultur/nöje” och “övrigt” upptog ungefär en tiondel var av P3 Nyheter sändningstid. Från Ekots sida upptog “politik” mest sändningstid, åtföljd av “brott/olyckor”. “Övrigt”, “hälsa/sjukvård” och “ekonomi/näringsliv” upptog resterande placeringar i Ekots topp fem-lista. De kvarvarande kategorierna fick mindre än en tjugondel var av sändningstiden, vilket i praktiken innebär mindre än tre minuter vardera från det undersökta materialet.

Av 24 möjliga ämneskategorier, förekom 21 stycken i P3 Nyheter sändningar, från Ekot förekom 16 stycken. Kategorin “skola/utbildning/arbetslöshet” förekom endast hos P3 Nyheter, om än sporadiskt. Likaså kategorin “sociala medier”, vilken under perioden fick ungefär två minuters sändningstid hos P3 Nyheter, och ingen tid alls hos Ekot. Nyheter om exempelvis skola och utbildning tog sig troligen igenom P3 Nyheter så kallade grindar, men inte Ekots, på grund av att dessa nyheter anses röra P3 Nyheter målgrupp, unga vuxna. Resultatet av redaktionernas gatekeepingprocess visar att fler ämnen passerar P3 Nyheter alla “grindar”. Således kan vi, i viss mån, påstå att P3 Nyheter ger en mer varierad bild av världen än Ekot.

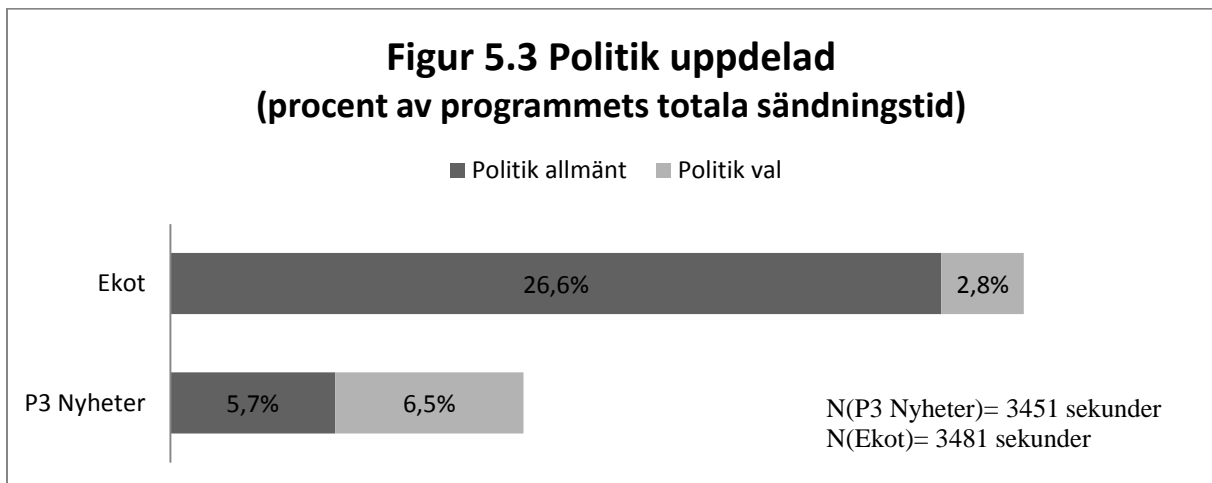
En annan del av resultatet som är viktigt att betona, är hur betydligt mycket mer brott som uppmärksammades i P3 Nyheter jämfört med Ekot. Vid uppdelning av kategorin “brott/olyckor” i originalgrupperna “brott”, “olyckor” och ”terrorism”, fördelade de sig enligt figur 5.2.



Det bör påpekas att den undersökta perioden ägde rum fyra månader efter skjutningarna i Paris den 13/11-2015, och någon vecka innan sprängningarna på flygplatsen och tunnelbanan i Bryssel. Trots att terrorbrott i det här nyhetsklimatet inte var dagsaktuellt, åtminstone inte i form av kulturell och tidsmässig närhet, lade Ekot nästan en tiondel av sin tid på nyheter om terrorbrott. P3 Nyheter tog fortfarande upp brott utöver terrorbrott i en fjärdedel av sin sändningstid, vilket kan bero på att brott är händelsebaserat och ger puls till nyheterna.

Enligt Pamela J. Shoemaker och Stephen D. Reese omnämns brott under krigstid ofta som just "terrorism" (Shoemaker & Reese 2014). Resultatet i vår undersökning går delvis i linje med deras forskning. Dels eftersom vi klassar brott med en politisk agenda som "terrorism", och dels för att organisationen IS omnämndes som en terrorgrupp av både P3 Nyheter och Ekot. Brott, oavsett om det är terrorbrott eller inte, var en av de största kategorierna. Detta eftersom negativa händelser, enligt såväl Shoemaker och Reese som Hvitfelt, lättare blir nyheter än positiva. Hemska händelser har också visat sig dröja sig kvar hos lyssnarna längre än goda händelser. Flera av de analyserade nyheterna som innehöll krig, brott och terrorism innehöll dessutom lidande, precis som Shoemaker påpekar. Detta var ännu en faktor som bidrog till att händelserna blev nyheter. Ett exempel på detta var den 17 mars då Ekot rapporterade att en PKK-anknuten grupp tagit på sig ett bombdåd i Ankara där 37 personer dödades.

Politik, den största ämneskategorin från Ekot i figur 5.1, kan också bli något skev om den inte delas upp.



Tämligen skilda händelser klassas under kategorin "politik (allmänt)". Såväl diskussion om lägsta löner i alliansen (Ekot 16 mars), som att de turkiska myndigheterna tar kontroll över nyhetsbyråer (Ekot 8 mars), till att Storbritannien ska införa sockerskatt på läsk (Ekot 16 mars), hör hit. Men alla nyheter, utom en, som klassades som "politik (allmänt)" från P3 Nyheter handlade om flyktingfrågan. Politik är förvisso ett brett ämne, men eftersom politik påverkar den enskilde medborgarens liv samt utförs av förtroendevalda personer, bör detta vara viktigt att rapportera om för P3 Nyheter. Bedömningen är att Ekot gjorde ett bättre jobb än P3 Nyheter med att ge sina lyssnare samhällsrelevant och intressant information. Detta

trots att P3 Nyheter lade mer tid än Ekot på att rapportera om olika demokratiska val och på så vis uppfyllde public services krav på att värna demokratiska värden.

I enlighet med Hvitfeldts forskning uppfyller också nyheterna inom kategorierna “brott/olyckor” och “politik” ett antal kriterier gällande vikt och relevans (Hvitfelt 1985). Dessa påverkar huruvida händelsen blir en nyhet eller ej. Ett politiskt beslut med få påverkade hamnar inte i riksnyheter. Men när Storbritanniens 65 miljoner invånare ska betala sockerskatt berörs samtliga invånare. Sockerskatten kan dessutom leda till varaktiga konsekvenser för landet. Ett annat exempel är flyktingfrågan, en uttalad kris som påverkar flera nationer och många människors levnadsförhållanden. Detta ger högt nyhetsvärde. När dessutom fem flyktingar drunknade i Medelhavet fick detta oåterkalleliga konsekvenser, och blev därmed en nyhet i både P3 Nyheter och Ekot.

Slutsatsen är att både P3 Nyheter och Ekot är agendasättande i vårt samhälle enligt McCombs och Shaws teorier (McCombs 2004). Skulle du fråga en person på stan “*Vilka är de viktigaste problem vi står inför idag?*” under den undersökta perioden, så skulle personen gissningsvis svara flyktingfrågan och terrorism. På grund av benämningen “huvudsakligt ämnesområde” istället för “sakfråga”, hamnade delar av flykting-nyheterna under “politik (allmänt)”, andra under “olyckor” och vissa i “övrigt”. P3 Nyheteres ovilja att rapportera om andra politiska nyheter utöver flyktingkrisen var dock förvånande. Inrikespolitik är relevant att granska och rapportera om eftersom den berör samhällsmedborgarnas vardag. Men en lyssnare som enbart lyssnade på P3 Nyheter under den uppmätta perioden skulle inte alls ha uppdaterats om det politiska läget i Sverige. Det är förvisso orimligt att anta att en enskild person skulle begränsa sitt nyhetsintag till den graden, men det faktumet fräntar inte P3 Nyheter ansvaret att lyfta politiska nyheter för att upplysa sina lyssnare.

5.2.2 Gemensamma nyheter

I Jennische och Edsö (2011) fanns det två gemensamma nyheter på tre olika sändningar från P3 Nyheter och Ekot. Därför gjordes i vår kvantitativa studie en uppskattning på hur vanligt det är att programmen vid samma sändningstid tar upp samma nyheter, och huruvida de följer upp sina nyheter. I elva fall utdelade på ungefär hälften av alla undersökta sändningstider, hade P3 Nyheter och Ekot samma nyheter som togs upp. Exempel på nyheter som togs upp i båda programmen, på samma sändningstid är:

- Utredningen om mordet i Trollhättan avslutas (7 mars klockan 10:00)
- Internationella pi-dagen (14 mars klockan 16:00)
- Februari var en rekordvarm månad (14 mars klockan 16:00)
- Poliser blev beskjutna under tillslag i Bryssel (15 mars klockan 16:00)

I två fall rapporterade P3 Nyheter samma nyhet på både förmiddagen och eftermiddagen som korta telegram, samtidigt som Ekot rapporterade om den på förmiddagen. I ytterligare två fall rapporterade Ekot om samma nyhet på förmiddagen som på eftermiddagen, med ett telegram klockan 10:00 och ett inslag klockan 16:00. Dessa två nyheter togs inte upp av P3 Nyheter alls. Två nyheter följdes dessutom upp av Ekot, med ett telegram dagen efter händelsen.

5.3 Aktör

Vem är det som agerar i händelserna som sedan blir nyheter, och vilka kommer till tals i rapporteringen? En aktör kan vara en enskild person, såväl som en stor internationell organisation, exempelvis FN. För att förtydliga resultatet slogs variabelvärdena för aktörvariablerna ihop till åtta kategorier, se tabell 5.3, samt delades upp i svenska och utländska aktörer. Med “gärningsman” menas fortfarande personer som inte nödvändigtvis är åtalade eller dömda för brott. Grupperingen gjordes på samma sätt för både “omtalad aktör” och “aktör som kommer till tals”, förutom att “röst på stan” föll bort under “omtalad aktör” då den kategorin inte kan förekomma där.

Tabell 5.3 Sammanslagna aktör-värden*

Privat sektor	Offentlig sektor	Makthavare
Organisation/förening	Offentligt företag	Riksdag/regering
Privat företag	Myndighet	Politiskt parti
Facklig företrädare	Stat/kommun/landsting	Politiker
Representant för organisation/förening	Representant för offentligt företag	
Representant för privat företag	Representant för myndighet	
Representant för religion		

* Värdena är kategoriserade likadant för svensk och utländsk aktör. Övriga fem kategorier har samma namn som tidigare, och har ej slagits samman med ett annat variabelvärde.

I fråga om aktörer blev det svårt att omvandla resultatet till sekunder och procent av sändningstiden. Dels för att aktörer har kodats i den ordning de kommer, och dels för att det kan förekomma fler än en aktör i samma analysenhet. Varje enskild aktör har bara kodats en gång per analysenhet, oavsett hur många gånger aktören nämnts eller hur mycket tid den fått på sig att tala. På grund av detta redovisas aktörerna i antal samt i procent av hur många aktörer som uppmättes. Det gör att procentalen i resultatet kan uppfattas som stora och betydande, men det är viktigt att ta hänsyn till att det är ett relativt litet antal aktörer det är räknat på.

5.3.1 Omtalad aktör

I cirka åttio procent av alla analyserade nyheter från både P3 Nyheter och Ekot förekom det minst en omtalad aktör. I en dryg tiondel av enheterna från P3 Nyheter och 15 procent av enheterna från Ekot, förekom det tre omtalade aktörer.

P3 Nyheter hade nästan dubbelt så många svenska aktörer som utländska, se tabell 5.4, men motiveringen till varför det inte var oväntat förklaras senare, i avsnitt 5.4. Faktumet att “drabbade/närvarande”-aktörerna var flest, var inte heller underligt med tanke på hur stor andel av P3 Nyheter nyheter som behandlade brott. De två största variabelvärdena, “drabbad/närvarande” och “offentlig sektor”, hade flest aktörer både när det gäller utländska och svenska omtalade aktörer.

Tabell 5.4 Omtalade aktörer (antal, procent*)

<i>Svenska aktörer</i>	P3 Nyheter		Ekot	
Privat sektor	12	9,2%	6	5,2%
Offentlig sektor	19	14,5%	17	14,7%
Makthavare	3	2,3%	7	6,0%
Experter	4	3,1%	1	0,9%
Känd person	8	6,1%	1	0,9%
Drabbad/närvarande	21	16,0%	16	13,8%
Gärningsman	15	11,5%	9	7,8%
Svenska aktörer (Totalt)	82	62,6%	57	49,1%
<i>Utländska aktörer</i>				
Privat sektor	9	6,9%	8	6,9%
Offentlig sektor	10	7,6%	22	19,0%
Makthavare	3	2,3%	8	6,9%
Experter	2	1,5%	1	0,9%
Känd person	5	3,8%	2	1,7%
Drabbad/närvarande	10	7,6%	9	7,8%
Gärningsman	7	5,3%	5	4,3%
Utländska aktörer (Totalt)	46	35,1%	55	47,4%
Övrigt	3	2,3%	4	3,4%
N=	131	100,0%	116	100,0%

* Procent av antalet uppmätta "Omtalade aktörer" för programmet.

Ekots omtalade aktörer föll i de flesta fall inom "utländsk offentlig sektor". Aktörerna i Ekots nyheter var till antalet inte lika jämnt fördelade över kategorierna som på P3 Nyheter. "Svensk offentlig sektor" och "svenska drabbade/närvarande" hamnade ungefär fem procentenheter under "utländsk offentlig sektor". "Svensk offentlig sektor" och "svenska drabbade/närvarande" var ungefär dubbelt så många än kategorierna som storleksmässigt kom efter dem.

5.3.2 Aktör som kommer till tals

I lite mindre än hälften av alla analysenheter från P3 Nyheter förekom det minst en aktör som fick komma till tals. I Ekot var motsvarande andel nästan tre fjärdelar. En anmärkningsvärd skillnad enligt oss. Runt fem procent av analysenheterna hade tre, och möjligtvis fler, aktörer som kom till tals hos både P3 Nyheter och Ekot.

**Tabell 5.5 Aktörer som kommer till tals
(antal, procent*)**

	P3 Nyheter (antal, procent*)		Ekot (antal, procent*)	
<i>Svenska aktörer</i>				
Privat sektor	10	15,6%	3	3,8%
Offentlig sektor	13	20,3%	25	31,3%
Makthavare	5	7,8%	16	20,0%
Experter	6	9,4%	6	7,5%
Känd person	2	3,1%	0	0,0%
Röst på stan	6	9,4%	0	0,0%
Drabbad/närvarande	6	9,4%	2	2,5%
Gärningsman	0	0,0%	0	0,0%
Svenska aktörer (Totalt)	48	75,0%	52	65,0%
<i>Utländska aktörer</i>				
Privat sektor	4	6,3%	5	6,3%
Offentlig sektor	4	6,3%	10	12,5%
Makthavare	1	1,6%	7	8,8%
Experter	1	1,6%	1	1,3%
Känd person	1	1,6%	0	0,0%
Röst på stan	0	0,0%	0	0,0%
Drabbad/närvarande	0	0,0%	1	1,3%
Gärningsman	0	0,0%	0	0,0%
Utländska aktörer (Totalt)	11	17,2%	24	30,0%
Övrigt	5	7,8%	4	5,0%
N=	64	100,0%	80	100,0%

* Procent av antalet uppmätta "Aktörer som kommer till tals" för programmet.

Nästan en tredjedel av alla aktörer som kom till tals i Ekot kom från den svenska "offentliga sektorn", se tabell 5.5. Denna kategori hade nästan tio aktörer fler än "makthavare", som hade näst flest. Hos P3 Nyheter var det också svensk "offentlig sektor" som fick sina röster hörda i nyhetsrapporteringen, följt av "privat sektor". I Ekot den 11 mars rapporterades det om ett flyktingbråk mellan Sverige och Tyskland. Sverige och Tyskland är två stater som omtalas, och blev därmed omtalade aktörer under kategorin "offentlig sektor". De två politikerna, Sveriges justitie- och migrationsminister Morgan Johansson och Tysklands justitieminister Heiko Maas, kodas som aktörer som kommer till tals och som "makthavare" i egenskap av sina politiska uppdrag. De tyska aktörerna i nyheten klassas dessutom som "utländsk".

Lippman (2010[1922]) menar i sin teori att människor, främst beslutsfattare, kan påverka världsspridd media. Med tanke på att Ekot främst lät offentlig sektor, följt av makthavare, komma till tals ligger det en viss sanning i detta. "Offentlig sektor" är en sådan kategori som kan anses påverka den enskilde medborgarens liv. Eftersom public service-medierna ska granska den offentliga sektorn och makthavarna, var det någorlunda förväntat att det faktiskt är aktörer inom dessa områden som utför och uttalar sig om händelser som blir till nyheter på

riksnivå i såväl P3 Nyheter som Ekot. Totalt sett hade dock P3 Nyheter och Ekot nästan exakt lika många aktörer under den undersökta perioden, 195 mot 196 aktörer. Faktumet att P3 Nyheter hade färre aktörer per analysenhet kan alltså bero på att deras nyheter var tidsmässigt kortare. "Offentlig sektor" var vanligast som "omtalad aktör", men mer sällan som "aktör som kommer till tals", jämfört med Ekot.

Förhoppningen att urskilja aktörens förhållande till händelsen infriades inte. Det som kan konstateras är att inga gärningsmän fick komma till tals överhuvudtaget. Gärningsmannen är en berörd part i målet, men fick aldrig uttala sig. Dock ska det påpekas att advokater, om och när de förekom, kodades som "experter". Advokater brukar uttala sig om sin klients fall, men det kodades inte som att klienten i fråga kommer till tals.

5.4 Skådeplats

Var utspelar sig nyheterna vi hör talas om? Ger dessa en representativ bild av världen och landet? Kan det möjligtvis vara så att de länder och områden i världen som anses vara kulturellt nära oss får mer sändningstid än andra delar av världen, precis som många nyhetsvärderingsteorier hävdar?

Ungefär tre fjärdedelar av P3 Nyheter sändningstid hade Sverige som skådeplats, hos Ekot var det drygt hälften. Detta förklarar också varför aktörerna från P3 Nyheter kategoriserades som svenska aktörer i större utsträckning än hos Ekot. Tolv procent av Ekots sändningstid hade skådeplatsen "okodbart". När en utländsk stad nämndes, men inget uttalat land, kodades det nämligen som "okodbart".

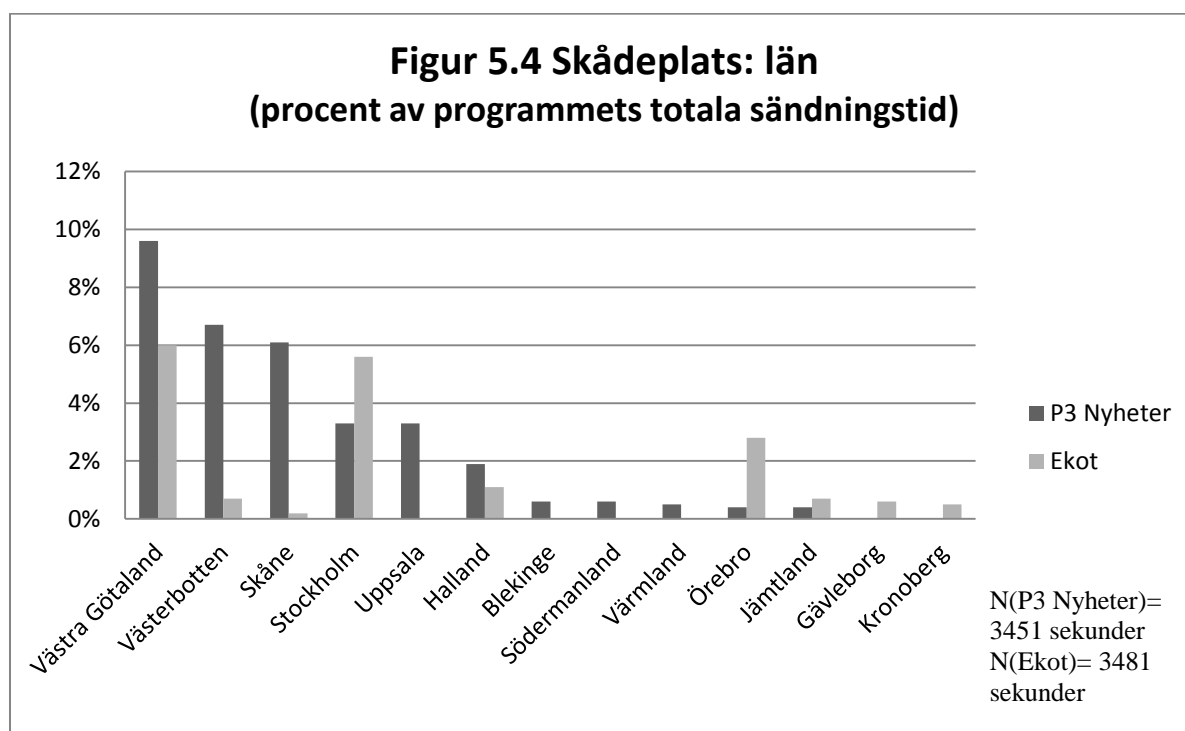
5.4.1 Inrikes

Eftersom en klar majoritet av P3 Nyheter skådeplatser var inom Sveriges gränser, visade detta att programmet har ett tydligt fokus på att ta upp händelser som utspelar sig nära oss själva. Det går i linje med såväl Prakkes (Weibull och Wadbring 2014) som Hvitfelts nyhetsvärderingsteori (1985). Om det är kort geografiskt avstånd till händelsen ökar nyhetsvärdet och nyheten har större chans att publiceras. Länen Västra Götaland, Västerbotten och Skåne fick störst tidsmässigt utrymme hos P3 Nyheter, ungefär fem till tio procent per län av den totala sändningstiden, se figur 5.4. Det var också främst i länens största kommuner som händelserna utspelade sig. Resultatet angående kommunernas storlek var inte uppseendeväckande med tanke på att det är i de största kommunerna som flest människor bor, men frågan är om det rättfärdigar att P3 Nyheter har en sådan representation av landet? Å andra sidan är det i dessa kommuner som en stor andel människor kommer känna ett kort avstånd till nyheten, kanske inte bara geografiskt utan också kulturellt.

Hos Ekot spenderades hälften av sändningstiden på händelser som utspelade sig i Sverige. Ekot skriver på sin hemsida att de inte ska begränsa sitt nyhetsurval till Stockholmsområdet i sin rapportering, även om redaktionen utgår därifrån. Därför var det förvånande att Stockholms län var det län som var näst mest representerat hos dem. På första plats kom Västra Götalands län, med någon procentenhet mer än Stockholm. Här, liksom hos P3 Nyheter, lyftes främst nyheter från de kommuner med flest invånare i sina län. Ekots främsta

ämnesområde var politik, och eftersom Sveriges politiska centrum finns i Stockholm blev det naturligt att många nyheter då också anknöts till Stockholmsområdet när det talades om riksdag och regering.

Såsom Weibull och Wadring framhåller, måste en händelse på lokalnivå vara förhållandevis stor för att uppmärksammas i riksmidia (Weibull och Wadbring 2014). Detta bevisades exempelvis i Ekot den 15 mars. Det rapporterades då att domen mot den läkare som höll en kvinna inspärrad i en bunker i Östra Göinge kommer att överklagas. Östra Göinge är en kommun med cirka 14000 invånare, men händelsen var så pass extraordinär att den uppmärksammades i riksnyheter.



Elva län representerades under den undersökta perioden i P3 Nyheter sändningar, respektive nio län i Ekots sändningar. Från åtta av landets 21 län rapporterades inga nyheter i dessa två nationella nyhetsprogram under den undersökta perioden. Undersökningen rör visserligen en begränsad tidsperiod, men att bara hälften av landets alla län fångades upp i nyheterna av P3 Nyheter och Ekot ger ändå en skev bild av Sverige. Vårt eget resonemang om varför Ekot har en lägre representativitet av länen än P3 Nyheter, är att Ekots lyssnare främst lyssnar på P4. I P4-kanalerna får lyssnaren lokala nyheter en gång i timmen under dagtid. Därav är behovet av nyheter från lokala delar av landet inte lika stort hos Ekots lyssnare som hos P3 Nyheter, då P3 enbart är en nationell kanal.

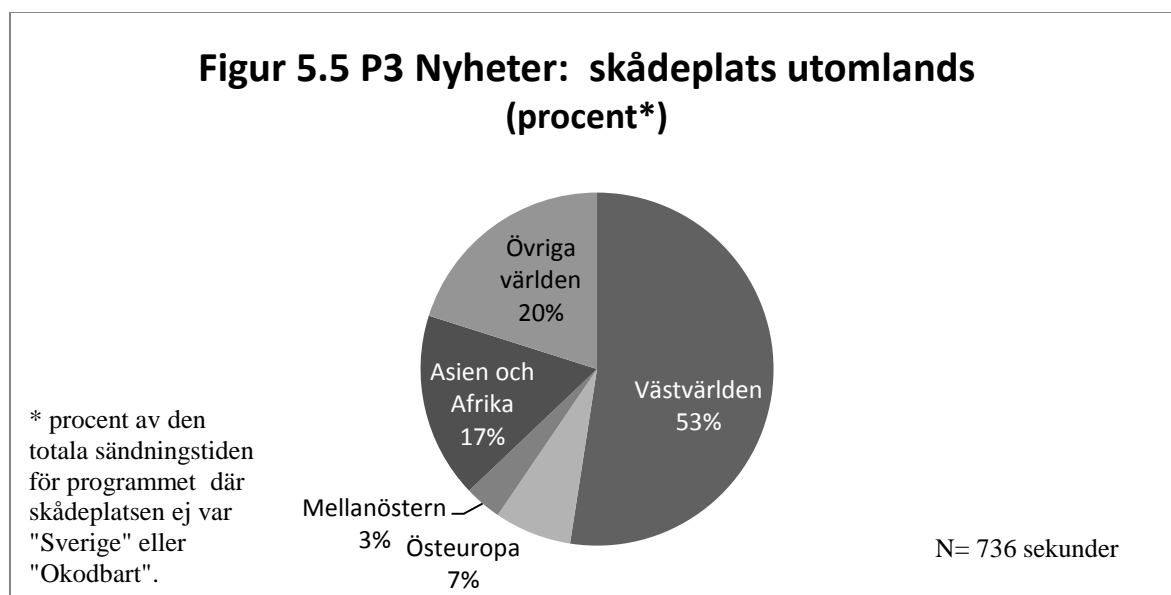
Anledningen till varför just Västra Götaland får mest sändningstid i både P3 Nyheter och Ekot under den uppmätta perioden, har några förklaringar sett till de händelser som det rapporterades om. Både P3 Nyheter och Ekot sände inslag om att polisen har avslutat utredningen om mordet på skolan Kronan i Trollhättan. P3 Nyheter sände även en telegram-ill den 18 mars rörande att det var årsdagen för skjutningen på Vårväderstorget i Göteborg. Dessa två händelser har fått längre sändningstid på grund av analysenheternas form, och stod därför för nästan hälften av den sändningstid som hade skådeplatsen "Västra Götalands län" i både P3 Nyheter och Ekot under den uppmätta perioden.

Att vissa län representeras mer än andra skulle kunna bero på var Sveriges radio, och då främst P3 Nyheter och Ekot, har sina reportrar. Men enligt Sveriges radios hemsida finns det utstationerade reportrar i län som inte representeras i undersökningen. P3 Nyheter har exempelvis en reporter i Luleå, Norrbottens län, men under den undersökta perioden hade de fortfarande inga nyheter från Norrbotten. P3 Nyheter har producerade ett längre inslag om endometriosisvården i just Umeå, som sändes den 18 mars. Faktumet att nyheten presenterades som ett inslag kan ha bidragit till att Västerbotten hade näst mest sändningstid i P3 Nyheter under perioden. Både P3 Nyheter och Ekot har flest reportrar i Stockholm, därefter Göteborg. Var reportrarna finns verkar ha påverkat nyhetsrapporteringen en aning, men främst verkar det som att de lokala nyheterna värderas efter hur speciell händelsen är.

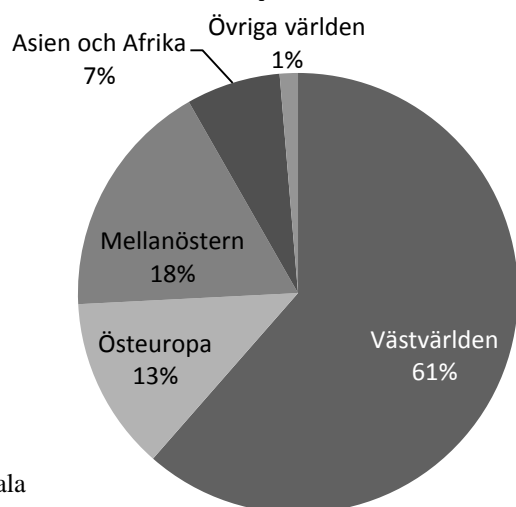
5.4.2 Utrikes

En dryg fjärdedel av P3 Nyheter totala sändningstid hade en skådeplats som inte var Sverige. Av Ekots sändningstid var det en dryg tredjedel som rörde andra länder. Skådeplatserna grupperades om från tretton grupper till fem, främst för att slå ihop de delar av världen som anses stå oss kulturellt nära. På grund av detta är kategorin "västvärlden" en sammanslagning av variabelvärdena "Norden exklusive Sverige", "Västeuropa" och "USA/Kanada". "Oceanien" och "Nordamerika exklusive USA/Kanada" grupperades ihop med "övriga världen". "Rymden" och "Sydamerika" förekom inte alls under den undersökta perioden.

Figur 5.5 P3 Nyheter: skådeplats utomlands (procent*)



Figur 5.6 Ekot: skådeplats utomlands (procent*)



* procent av den totala sändningstiden för programmet där skådeplatsen ej var "Sverige"

N= 1271 sekunder

Trots att P3 Nyheter tidsmässigt lade mindre tid på nyheter som utspelade sig utomlands, blev fler delar av världen uppmärksammade i P3 Nyheter än i Ekot. P3 Nyheter hade exempelvis en nyhet från Australien och en från Mexico, vilket gjorde att fler delar av världen täcktes in i deras nyhetssändningar. De uppnådde därmed sitt mål att ha ett globalt fokus, även om det var ungefär tio procent kortare tid som lades på utomlandsnyheter hos P3 Nyheter än hos Ekot. Som redovisas i figur 5.6 lade Ekot tre femtedelar av sina utrikesnyheter på nyheter som ligger kulturellt nära oss. Sedan kommer de delar av världen som är avståndsmässigt nära, Mellanöstern och Östeuropa. Resten av världen fick lite drygt en och en halv minuts nyhetstid, under hela den undersökta timmen.

De händelser som nekas i nyheterna, anses knappast äga rum för den större publiken. Pamela J. Shoemaker menar att i massmediernas miljö existerar händelsen inte om den inte når fram till publiken (Shoemaker 1991). Det finns en risk att Ekots lyssnare fick en mer inskränkt bild av världen eftersom programmet inte täckte alla kontinenter, under den undersökta perioden. Lyssnarna får inte samma världsspridda bild från Ekot som från P3 Nyheter. Däremot är det desto säkrare att de största nyheterna, oavsett om de utspelar sig nationellt eller internationellt, med största sannolikhet kommer uppmärksammas i såväl riksmmedia som på lokalnivå (Weibull och Wadbring 2014). Ett exempel på detta sändes den 15 mars, då P3 Nyheter och Ekot rapporterade om en polisbeskjutning i Belgien vid ett tillslag med koppling till terrorådet i Paris 13/11-2015. Det ansågs vara en såpass intressant utrikesnyhet att den lyftes hos båda programmen.

På ett sätt är det försvarligt att så stor del av utrikesnyheterna kommer från länder som ligger oss kulturellt nära. För att summera det Prakte, Hvitfelt och andra nyhetsvärderingsteorier egentligen säger: Vem kommer bry sig? För mediernas överlevnad är det viktigt att presentera nyheter som mottagarna vill ta del av och bryr sig om. Distribueras inte dessa nyheter, säljs heller inga lösnummer. Samma regler gäller även för public service-medierna, trots att de har

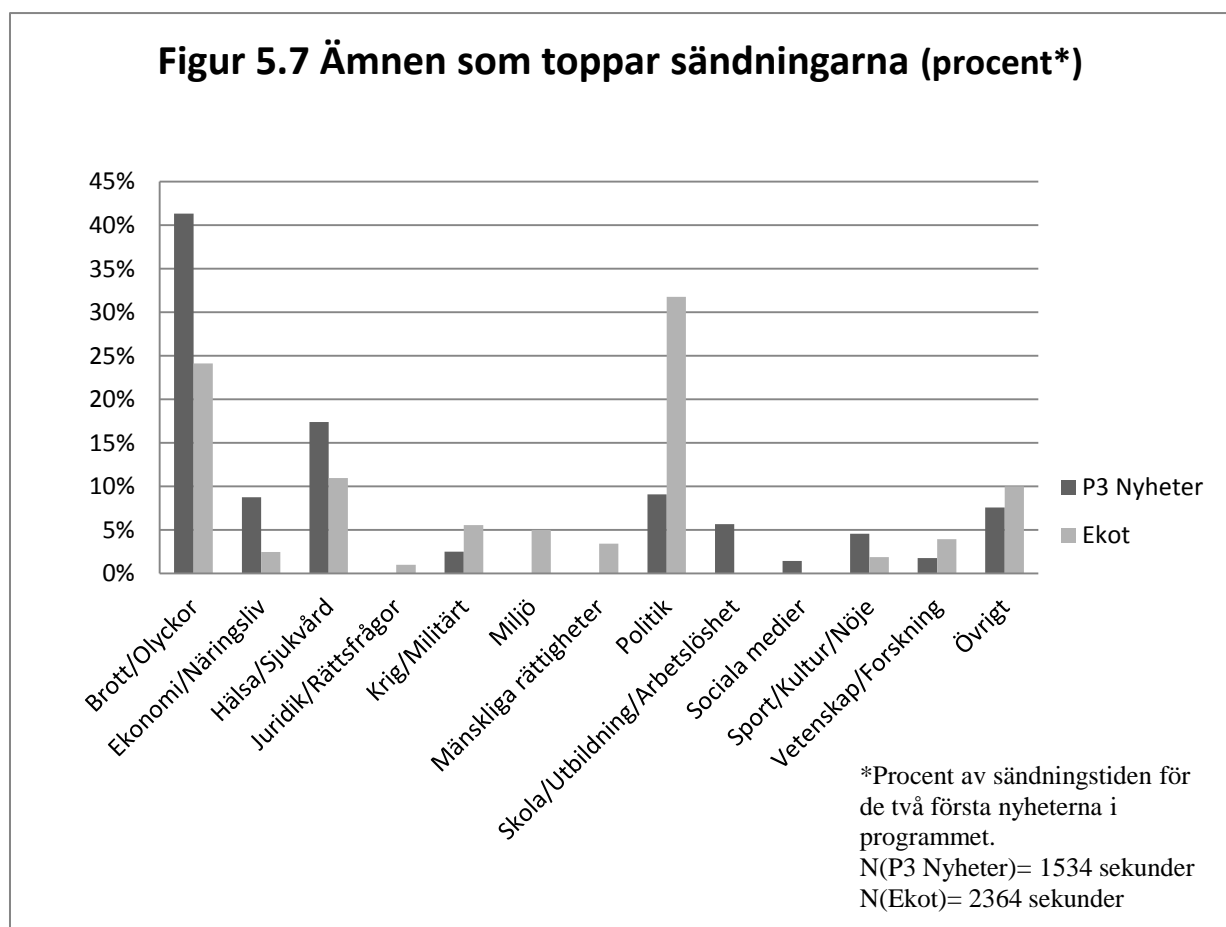
en starkare ställning än de flesta andra medier i landet. Levererar public service inte en bra produkt kommer folk att sluta lyssna, titta och betala. Mottagarna är intresserade av det de förstår och kan relatera till, och därför hamnar ett stamkrig i Västafrika inte ens i slutet av nyhetsvärderingslistan i Sverige. Om inte en västerlänning råkar hamna mitt i det, det vill säga.

5.5 Nyhetsvärdering

Går det att uttala sig om redaktionernas arbete och värderingar, utan att ha besökt dem? Genom att titta på vilka huvudsakliga ämnesområden som prioriteras högt samt vilka nyhetskällor som redaktionerna hänvisar till, går det att urskilja vissa tendenser. Här tolkas vad redaktionerna tycker är viktigt. Så pass viktigt att det hamnar först i sändningen eller så viktigt att redaktionerna rapporterar om det, utan att ha en egen källa på det.

5.5.1 Placering

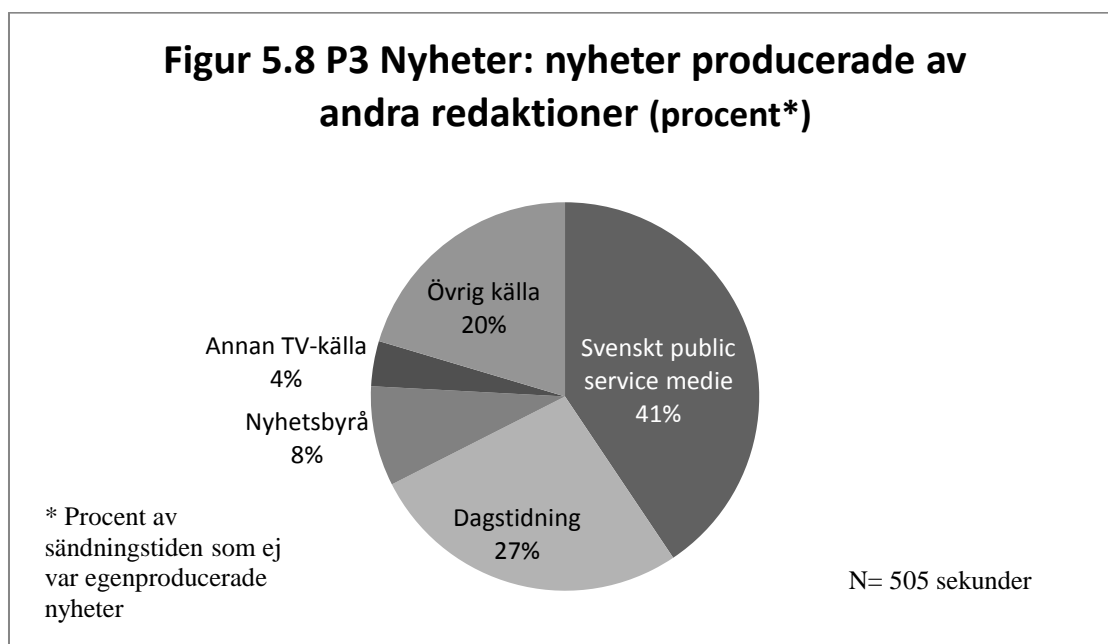
De två första nyheterna från varje sändning jämfördes programmen emellan. Jämförelsen gjordes med avseende på "huvudsakligt ämnesområde", mätt i total sändningstid. Då Ekot hade minst ett inslag i varje sändning som hamnade först eller näst först i nyhetsordningen, är det två tredjedelar av den totala sändningstiden som redovisas från dem. Från P3 Nyheter lades mindre än hälften av den totala sändningstiden på de två första nyheterna. Därav är skillnaden i N-värdet i figur 5.7 större än tidigare mellan programmen.



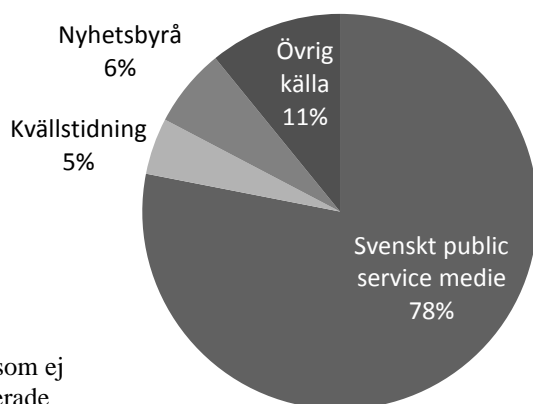
Trots att Hvitfelt framhåller hur komplicerat det är att rangordna hans tio punkter, stämmer nummerordningen tämligen bra (Hvitfelt 1985). Brott hamnade högst i topp hos P3 Nyheter, medan politik hamnade högst i topp hos Ekot. Det intressanta med resultatet i figur 5.7 är att det blir än mer tydligt att de ämnesområden som får totalt mest sändningstid också anses vara viktigast att berätta om, enligt de enskilda redaktionerna. Som exempelvis Shoemaker (1991) hävdar, får den viktigaste nyheten störst utrymme men också mest fokus genom att den presenteras först. "Brott/olyckor" som fick ungefär en tredjedel av den totala sändningstiden i P3 Nyheter, fick en ännu större andel av sändningstiden i början av sändningarna. Samma sak gäller för ämnesområdet "politik" i Ekot. Hos P3 Nyheter stack dock "hälsa/sjukvård" ut jämfört med figur 5.1 genom att få mer utrymme tidigt i nyheterna än vad de fick utrymmesmässigt totalt. Andelen "brott/olyckor" var näst störst hos Ekot även placeringsmässigt, men procentuellt låg den kategorin något lägre än vad den gjorde totalt som huvudsakligt ämnesområde. Shoemaker och Reese påpekar att det i en tidigare undersökning visat sig att tre fjärdedelar av artiklarna som toppade nyheterna behandlade brott (Shoemaker & Reese 2014). Detta stämmer inte överens med den här undersökningen, även om "brott/olyckor" hörs mycket i början av nyheterna, speciellt hos P3 Nyheter. Skillnaden kan bero på att undersökningen som Shoemaker och Reese hänvisar till är gjord på kommersiella amerikanska medier, snarare än svenska.

5.5.2 Källor

I de allra flesta fall var nyheterna från både P3 Nyheter och Ekot egenproducerade, ungefär 85 procent av sändningstiden lades på dessa nyheter. Det visar på att P3 Nyheter och Ekot satsar på att vara agendasättande och oberoende av andra källor i sitt arbete. Programmen har av oss inte jämförts med ett kommersiellt medie, men vi betraktar 85 procent som ett gott resultat. I övrigt delades variabelvärdena upp som i figur 5.8 och 5.9 nedan.



Figur 5.9 Ekot: nyheter producerade av andra redaktioner (procent*)



* Procent av sändningstiden som ej var egenproducerade nyheter

N= 497 sekunder

Att hänvisa till en nyhet som var producerad av en annan redaktion inom public service var vanligast. Över tre fjärdedelar av Ekots nyheter från externa källor kom från en annan public service-redaktion. Trots att motsvarande siffra var ungefär 40 procent för P3 Nyheter, var ett annat public service-medie fortfarande den enskilt största källan att hämta andra nyheter från. Det bör påpekas att den totala uppmätta tiden är så kort, att Ekots externa källa "kvällstidning 5 %" handlade om ett enskilt telegram som hänvisade till en kvällstidning. Det var ändå förvånande att Ekot, om ens i ett enda telegram, valde att hänvisa till en kvällstidning som traditionellt sett har lågt förtroende och tillförlitlighet. Förklaringen till att detta telegram, som handlade om tågstölder i södra Sverige, ändå sändes skulle kunna bero på att det var en förmiddagssändning, alltså tidigt på dagen innan fler nyheter hade producerats. Telegrammet var dessutom den sista nyheten och hade en låg prioritet enligt våra teorier. Det är möjligt att det också var en uppföljning av tidigare nyheter om tågstölder.

5.6 Världsbild

Efter att ha sett till hela resultatet sammanfattas nu svaret på vårt syfte: Vad ger egentligen P3 Nyheter och Ekot för bild av världen genom innehållet i deras sändningar?

Med utgångspunkt i Pamela J. Shoemakers och Maxwell McCombs forskning har vi kännedom om att nyheter som når lyssnarna påverkar dem i deras åsiktsbildning. Urvalet i nyhetsrapporteringen kan inte bestämma vad lyssnarna ska tycka, men nyhetsrapporteringen kan bestämma vilka sorts frågor som är värda att diskutera. På samma sätt kan världsbilden inskränkas, då de händelser som inte uppmärksammas överhuvudtaget knappast existerar för lyssnaren (Shoemaker 1991).

5.6.1 P3 Nyheter

P3 Nyheter gav en bred bild av världen, men med ett stort fokus på Sverige och brottsrapportering. Deras anpassning efter målgruppen avspeglade sig exempelvis i nyheter om sociala medier och CSN. Målet att ha ett globalt perspektiv märktes också genom att de tog upp nyheter från alla världsdelar, förutom Sydamerika, under den undersökta perioden.

P3 Nyheter täckte fler nöjesnyheter än Ekot. Nyheten om Zara Larsson i P3 Nyheter var ett karakteristiskt exempel av en nöjesnyhet. Att sångerskan Zara Larsson toppade Billboard-listan i USA fyllde flera av Hvitfelts kriterier (Hvitfelt 1985). För det första är hon en elitperson. Hon är från Sverige, vilket gjorde händelsen sensationell och det gav oss ett kort geografiskt avstånd. Det är ett kort kulturellt avstånd till lyssnarna då Zara Larsson passar in i P3 Nyheter målgrupp och nyheten utspelade sig dessutom i USA, i en västerländsk kultur. Trots att detta klassades som en nöjesnyhet, fyllde nyheten kriterierna för tre av Hvitfelts tio punkter.

Undersökningen visade också att P3 Nyheter inte enbart rapporterade nöjesnyheter, även om kategorin "sport/kultur/nöje" var bland de fem vanligaste vad gäller "huvudsakligt ämnesområde". P3 Nyheter presenterade snarare en världsbild som någorlunda representerar alla delar av verkligheten, med tanke på att även "sport/kultur/nöje" är en del av dagens populärkultur. Samtidigt fick dessa nyheter stort utrymme i jämförelse med i vilken låg grad som de påverkar den enskilda medborgarens livssituation. Det saknades analyserande och fördjupande nyheter som skapar debatt. Det var istället många korta, snabba och händelsebaserade nyheter som togs upp av P3 Nyheter. Detta är anmärkningsvärt med tanke på att de hade ungefär lika många inslag i sina sändningar som Ekot, och därmed ungefär samma tid på sig att sända något fördjupande.

5.6.2 Ekot

Ekots bild av världen innehöll en stor andel politik, både på internationell och nationell nivå. En hel del av fokuset låg även på terrorbrott, kriget i Mellanöstern och dess påföljder. Trots att en tredjedel av nyheterna rörde händelser utanför Sveriges gränser presenterade Ekot en förvånansvärt ensidig bild av omvärlden.

I utrikesrapporteringen utspelade sig mer än hälften av alla nyheter på platser som ligger kulturellt nära Sverige, därefter kom nyheter från Mellanöstern och de östeuropeiska länderna. Med tanke på att 20 av 60 minuter spenderades på utrikesnyheter från Ekots sida, är det märkligt att de inte spred ut den tiden mer geografiskt. I form av skådeplats fanns det också ett ganska stort mörkertal från Ekots sida, då tolv procent av sändningstiden fick en okodbar skådeplats. Det var antagligen inte för att ingen geografiskt plats hade nämnts i nyheterna, utan snarare för att Ekot förutsatte att lyssnarna visste var platser runt om i världen ligger och därför inte berättade det för dem.

5.6.3 Skillnader och likheter

Marina Ghersetti menar att nyhetsurvalet och nyhetsprocessen på alla typer av nyhetsmedier är likartade (Ghersetti 2012). Ghersetti menar också att en redaktions nyhetsvärdering delvis beror på mediets form. Men P3 Nyheter, som riktar sig till en yngre målgrupp, måste skilja sig från Ekot för att vara existensberättigade. Om P3 Nyheter skulle leverera en identisk produkt som Ekot, skulle de lika gärna kunna sända Ekonyheter istället.

Det finns likheter mellan programmen. Händelser som är en följd av tidigare medialt uppmärksammade nyheter var vanliga i både P3 Nyheter och Ekots rapportering. Ungefär samma delar av landet uppmärksammades. Västra Götalands län var mest förekommande och de största kommunerna i varje län var mest representerade. När nyheterna utspelade sig utomlands var det oftast i västerländska kulturer. Politik och brott var vanliga nyhetsämnen. Aktörer i nyheterna var ofta "offentlig sektor" eller människor som var drabbade av brott. Gärningsmän fick inte komma till tals. Både P3 Nyheter och Ekot toppade sina sändningar med nyheter inom de ämnesområden som de också gav stort utrymme totalt sett.

I P3 Nyheter's uppdragsbeskrivning står det att "[...]dagens stora nyheter (för målgruppen) utgör huvudinnehållet". De säger också att de ska spegla händelser "[...] i såväl hela landet som övriga världen" (Sveriges radio u.å.). Eftersom de inte har nämnt några särskilda riktlinjer för hur uppdelningen mellan Sverige och övriga världen ska se ut blir det en bedömningsfråga. P3 Nyheter säger sig ha en global syn på nyheter och sett till spridningen av skådeplatserna stämmer det. När det gäller hur stor del av sändningstiden som utspelade sig utomlands var P3 Nyheter's 13 minuter betydligt mindre än Ekots 20 minuter. Trots att globala nyheter inte uppmärksammas i Ekots nyhetspolicy räcker tydligen parollen "*sant och relevant*" (Sveriges radio 2013) för att en tredjedel av sändningstiden ska läggas på utrikesnyheter.

Det P3 Nyheter gjorde, till skillnad från Ekot, var att de delvis rapporterade om ämnen som de anser röra unga vuxna, programmet och kanalens målgrupp. När det längre aktualitetsprogrammet "P3 Nyheter" hade producerat ett inslag om hur unga kvinnor med endometriosis inte blir tagna på allvar, uppmärksammade även den korta nyhetssändningen från P3 Nyheter detta. Om inte P3 Nyheter lyfter dessa nyheter, som är relevanta för en specifik målgrupp men inte hela befolkningen, vem ska då göra det?

Denna undersökning av P3 Nyheter och Ekot visar att inga nyheter kan vara en hundra procentig kopia av verkligheten. Samma händelser förekom förvisso delvis i nyhetsrapporteringen, men programmen valde att lägga olika fokus på hur de berättade om händelserna. Det är mer sannolikt att väletablerade nyhetsvärderingsteorier och gatekeepingprocesser spelar roll för redaktionernas arbete i vad som blir en nyhet eller ej, än ambitionen att spegla omvärlden som den faktiskt ser ut.

Walter Lippman hävdar att maktstrukturer och bakomliggande intressen avgör vad för sorts nyheter som presenteras, som i sin tur också påverkar världsbilden (Lippman 2010[1922]). Public service drivs inte av några vinstintressen och har på så vis bättre förutsättningar än andra medier att presentera en så kallad sann världsbild, utan att ta hänsyn till hur mycket ägarna kan ta ut i vinst. Public service-medierna anses också ha en särskild genomslagskraft i samhället med sina många mottagare, och därigenom har P3 Nyheter och Ekot möjligheten att påverka vår bild av världen genom det som strömmar ut ur radioapparaten.

P3 Nyheter rapporterade brett och täckte geografiskt sett större delar av världen. Därmed breddades också världsbilden. Nyheter som gick obemärkta förbi i Ekot, fick komma upp till ytan i P3 Nyheter. Genom att lyssna på P3 Nyheter under vecka 10 och 11 år 2016 får du veta lite om mycket. P3 Nyheter korta nyheter tar förvisso upp många delar av verkligheten, men det snabba tempot minskar också möjligheterna till utrymme för fler aktörer, åsikter och sidor av historien, per analysenhet.

Genom att Ekot gav mer tid till varje enskild nyhet i sina sändningar presenterades ytterligare en dimension av verkligheten i deras världsbild. Fler aktörer fick komma till tals i varje analysenhet och lyssnaren får en mer fördjupad bild av varje fråga. Från Ekot får du mer information, men från färre händelser såväl som färre delar av världen. Fördjupningen som P3 Nyheter saknade, rymdes istället hos Ekot. Trots att den undersökta sändningstiden från de två programmen var nästintill identisk blev skillnaderna såpass stora, nästan enbart på grund av hur många nyheter de tänker sig att varje enskild sändning ska innehålla.

6. Slutdiskussion

Den värld som presenteras genom nyheterna är resultatet av en journalistisk produkt. Det är hela förloppet, inkluderat nyhetsvärdering och gatekeeping, som slutligen leder fram till den verklighet som lyssnarna mottar (Hvitfelt 1985, 23). En komplicerad händelse är svår att presentera som en nyhet på några få sekunder. Följderna blir att bakomliggande orsaker inte lyfts fram och förblir oanalyserade, vilket resulterar i att det lyssnaren får höra inte är hela sanningen. Verkligheten är inte klar och precis, den är alltid mer komplex än vad den framställs som.

Publiken påverkas genom de nyheter de får höra. Media kan få oss att framkalla känslor och reagera på varierande sätt. Därutöver påverkar media också människans bild av världen - inte vad hon ska tycka, men vad hon ska tänka på. I slutändan har varje enskild människa sin alldeles egna bild av världen inom sig.

6.1 Lever programmen upp till sin egen standard?

P3 Nyheter och Ekot sänds i Sveriges största radiokanaler och har därför en särskild genomslagskraft och möjlighet att vara agendasättande för det svenska folket. Vad som är intressant att publicera varierar beroende på vem den tänkta mottagaren är, vilket också framkommer i vårt resultat (Lindfelt & Eriksson-Sjöberg 2006, 128). Den verklighet som dessa två nyhetsprogram presenterar skiljer sig åt, men de viktigaste ämnesområdena förblir desamma. Det är snarare sorlet runtomkring, mediebruset, som skiljer sig mellan programmen. Skola och utbildning blir viktigt för en lyssnare som också omges av utbildningsrelaterade nyheter.

I kandidatuppsatsen "P3 Nyheter – ett program i publikens tjänst?" (Öqvist 2011) hävdar författaren att P3 Nyheter uppmärksammar de nyheter som Sveriges radio tror att målgruppen är intresserade av. Detta stämmer delvis, om en betraktar kultur och nöje som ungdomliga ämnen. Men snarare än att avskärma lyssnarens världsbild och utesluta så kallade viktiga ämnen, erbjuder P3 Nyheter målgruppen både det stora och det lilla.

Med hänseende till P3 Nyheter's uppdragsbeskrivning finns det förvisso brister enligt oss. De gör ett otillräckligt arbete med att representera hela landet i förhållande till hur mycket tid de lägger på nyheter från Sverige. Detta är en viktig del av P3 Nyheter's ansvar, eftersom kanalen inte sänder några lokala nyheter överhuvudtaget. Målet att skapa engagemang hos lyssnaren motsätts av ambitionen att ge en snabb och kort nyhetsuppdatering. När få aktörer kommer till tals får lyssnaren ingen fördjupad bild av händelsen. Däremot ger P3 Nyheter utan tvivel lyssnaren en snabb och kort nyhetsuppdatering, speciellt på förmiddagarna. Lyssnaren får ta del av en bred variation av ämnen, alltifrån flyktingfrågan till endometriosvården, vilket vi ser som något positivt.

Ekots paroll är att materialet de sänder ska vara sant och relevant. Men funderingen är - för vem är det relevant? Det är de inflytelserika aktörerna som framhävs i Ekot, och rösterna från den lilla människan lyser med sin frånvaro. Framställningen blir saklig, men den ligger också på en hög abstraktionsnivå. Lyssnaren förstår rent intellektuellt att nyheten är relevant, men när den inte konkretiseras finns risken att lyssnaren inte känner sig berörd av händelsen. Samtidigt är en av Ekots styrkor, enligt oss, att de framför olika åsikter och sedan tar ett steg tillbaka för att ge mottagaren möjligheten att bilda sin egen uppfattning och åsikt om händelsen.

6.2 Framtida forskning

Denna undersökning, liksom många andra på kandidatnivå, skulle vara intressant att göra om på nytt. Vid en längre tidsram hade vi använt oss av ännu fler analysenheter, och kanske också fler variabler. Ju mer material som undersöks, desto fler och säkrare slutsatser kan dras. Med det sagt finns det flera intressanta aspekter som efterföljare kan titta vidare på.

En aspekt skulle kunna vara att göra en liknande analys som i denna undersökning, men istället jämföra en lokal P4-station med Ekot. Eller varför inte jämföra tre olika P4-stationer med varandra? Detta för att se hur den lokala nyhetsjournalistiken skiljer sig från Ekot, alternativt skiljer sig åt sinsemellan. Ytterligare en aspekt vi skulle vilja se genomföras är en undersökning som tittar specifikt på aktörer och deras roll i nyheterna. Trots att vi hade sex variabler som mätte aktörer blev slutsatsen kring aktörerna en aning trivial. En undersökning som, till skillnad från vår, mäter tidsutrymmet för aktörer skulle kunna uttrycka fler konkreta resultat. Det hade också varit spännande att göra en undersökning enligt dagordningsteorins alla konster, kombinerat med den kvantitativa innehållsanalysen. Det vill säga: fråga målgruppen vad de tycker är de viktigaste frågorna i vårt land idag, och jämföra det med nyhetsrapporteringen under de gångna veckorna.

6.3 Några sista tankar på vägen

Oavsett hur mycket vi analyserar den presenterade världsbilden går det inte att skylla lyssnarnas världsbild på ett ensamt nyhetsprogram, även om det når ut till miljontals människor. Var och en har fortfarande sin egen uppfattning om världen. Det är upp till varje enskild person att förkovra sig och utvecklas i sitt vetande, särskilt i vår medierade verklighet där allt går att få på begäran. Det är ett aktivt val för individen, vi formar själva vår egen skärva av verkligheten. Det kan framstå i resultatet som att P3 Nyheter inte är existensberättigade. Detta tror vi beror på att programmets tilltal, ljudbild och ordval inte har undersökts i vår uppsats. Adderas dessa aspekter till resultatet får mottagaren en helt annan produkt - och då kan vi tala om ordentliga skillnader.

7. Referenser

Ekengren, Oscarsson H, & Bergström, A (red.) (2015). *Svenska trender 1986-2014*
http://som.gu.se/digitalAssets/1534/1534693_svenska-trender-1986-2014.pdf (Hämtad 2016-01-26).

Erlandsson, Ulf (2015). Grönland. *Nationalencyklopedin*.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/grönland> (Hämtad 2016-04-14).

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wängnerud, Lena (red.) (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4., [rev.] uppl. Stockholm: Norstedts juridik.

Ghersetti, Marina (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I. Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.). *Medierna och demokratin*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 205-225.

Holmén, Hans. [u.å.]. Mellanöstern. *Nationalencyklopedin*.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/mellanostern> (Hämtad 2016-04-04).

Hvitfelt, Håkan (1985). *På första sidan: en studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.

Jennische, Johanna & Edsö, Maja (2011). Kandidatuppsats i journalistik:
"Fattar du vad de säger? En begriplighetsanalytisk jämförelse mellan Ekot och P3 Nyheter."
<http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:483692/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad 2016-01-25).

Johansson, Bengt (1994). *Att studera massmediernas innehåll: en genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation*. Arbetsrapport nr 37. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Lagergren, Caroline; Nyhetschef på P3 Nyheter (2016). Telefonintervju 30 mars 2016.

Lindfelt, Erik och Eriksson-Sjöberg, Leif (2006). *Nyhetsradio: en bok om aktualitetsjournalistik*. 3. rev. uppl. Stockholm: Carlsson.

Lippmann, Walter (2010[1922]). *Public opinion*. [LaVergne]: Greenbook Publications.

McCombs, Maxwell (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Oxford: Polity.

Medieakademien (2015). *Förtroendebarmetern*.
<http://medieakademien.se/wp-content/uploads/2014/03/Fbarometer2015.pdf> (Hämtad 2016-02-24).

Nordamerika (2015). *Nationalencyklopedin*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/nordamerika> (Hämtad 2016-04-04).

Nordicom (2015). *Radiolyssnande i befolkningen en genomsnittlig dag 1980-2014 (procent)*

http://nordicom.gu.se/sites/default/files/medieforskning-statistik/4560_radio_lyssnande_pa_olika_kanaler_gnsn_dag_1990-2014.xls (Hämtad 2016-01-25).

Nordicom (2015). *Lyssnande på public service-radio och kommersiell lokalradio i befolkningen en genomsnittlig dag 1994–2014 (procent)*

http://nordicom.gu.se/sites/default/files/medieforskning-statistik/4570_sverigesradio_privatlokalradio_lyssnande_dag_1994-2014.xlsx (Hämtad 2016-01-25).

Rosengren, Karl Erik. [u.å.] Nyhet. *Nationalencyklopedin*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/nyhet> (Hämtad 2016-04-04).

Shehata, Adam (2012). *Medierna och makten över publiken*. I: Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.). *Medierna och demokratin*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 317-338.

Shoemaker, Pamela J. (1991). *Gatekeeping*. Newbury Park: Sage Publications.

Shoemaker, Pamela J. & Reese, Stephen D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: a media sociology perspective*. 3. ed. New York: Routledge.

Statens offentliga utredningar (2015). *Medieutredningen*.

<http://www.medioutredningen.se/om-oss/> (Hämtad 2016-01-28).

Statistiska centralbyrån (u.å.). *Län och kommuner i kodnummerordning*.

http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Regional-statistik-och-kartor/Regionala-indelningar/Lan-och-kommuner/Lan-och-kommuner-i-kodnummerordning/ (Hämtad 2016-04-14).

Sveriges radio AB. (u.å.). *P3 Nyheter beställningen*. Opublicerat intern-dokument som används vid redaktionens arbete.

Sveriges Radio AB (2009). *Public service- handbok*. Mölnlycke: Elanders AB.

Sveriges Radio AB (2011). *Opartiskhet*.

<http://sverigesradio.se/sida/gruppsida.aspx?programid=3113&grupp=20752&artikel=5789843> (Hämtad 2016-04-12).

Sveriges Radio AB (2013). *Nyhetspolicy Ekot*. (Hämtad 2016-04-12).

Sveriges radio AB (2016). *Om P3 Nyheter*.

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=1646&artikel=1365805> (Hämtad 2016-04-12).

Sveriges radio AB (2016). *Vad är public service?..*

<http://sverigesradio.se/sida/gruppsida.aspx?programid=3113&grupp=20752&artikel=5790860> (Hämtad 2016-04-12).

TNS Sifo (2016). *Radioresultat Nationell radio (PPM)*

<http://www.tns-sifo.se/rapporter-undersokningar/radioresultat/radorapporter-ppm> (Hämtad 2016-04-04).

Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2014). *Massmedier: nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*. 11., helt omarb. uppl. Stockholm: Ekerlid.

Westerståhl, Jörgen & Johansson, Folke (1985). *Bilden av Sverige: studier av nyheter och nyhetsideologier i TV, radio och dagspress*. Stockholm: Studieförb. Näringsliv och samhälle (SN&S).

Wolf-Watz, Klas; publiceringschef på Ekot (2016). Mejlintervju 31 mars 2016.

Öqvist, Helena (2011). *P3 Nyheter – ett program i publikens tjänst?* <http://hig.diva-portal.org/smash/get/diva2:425834/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad 2016-01-26).

Östeuropa. [u.å.]. *Nationalencyklopedin*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/osteuropa> (Hämtad 2016-04-04).

Bilaga 1

Kodschema

V1 Program:

1. P3 Nyheter
2. Ekot

V2 Sändningens år, månad och dag:

Anges genom ett sexsiffrigt nummer, till exempel 160214 om programmet sändes den 14 februari 2016.

V3 Nyhetssändningens sändningstid:

1. Klockan 10:00
2. Klockan 16:00

V4 Nyhetssändningens totala längd i sekunder, exklusive väder:

Antal sekunder anges i tre siffror från 001-999.

V5 Analysenhetens längd i sekunder, inklusive eventuella påor, avor och illar:

Antal sekunder anges i tre siffror från 001-999.

- **Ava.** En kort text, uppläst av nyhetssändaren, som markerar att inslaget är slut. Består oftast av en presentation av namnet på journalisten som producerat inslaget.
- **III.** En ljudillustration, till exempel ett inklippt citat eller kort musikstycke.
- **Påa.** En kort text, uppläst av nyhetssändaren, för att introducera ett inslag.

V6 Analysenhetens ordningsnummer i sändningen:

1. 1
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5
6. 6

Fortsätter i stigande ordning, om nödvändigt.

V7 Nyhetens rubrik:

Några få ord som definierar nyheten. Detta på grund av att vi ska kunna identifiera om samma nyhet rapporteras i alla fyra sändningar samma dag, eller till exempel flera dagar i rad.

V8 Analysenhetens form:

1. Inslag
 2. Telegram
 3. Telegram-ill
99. Okodbart

- **Inslag.** En tidsmässigt längre nyhet med en påa och avav, inspelat någon annanstans än i studiomiljön.
- **Telegram.** En tidsmässigt kortare nyhet där bara nyhetssändarens röst hörs.
- **Telegram-ill.** En tidsmässigt kortare nyhet där nyhetssändarens röst hörs tillsammans med en ljudillustration, till exempel ett inklippt citat eller kort musikstycke.

V9 Skådeplats:

1. Sverige
2. Norden exklusive Sverige
3. Östeuropa
4. Västeuropa
5. USA/Kanada
6. Nordamerika exklusive USA/Kanada
7. Sydamerika
8. Mellanöstern
9. Asien exklusive mellanöstern
10. Oceanien
11. Afrika exklusive mellanöstern
12. Övriga världen
13. Rymden
14. Flera av ovanstående tillsammans

99. Okodbart

- **Skådeplats.** Syftar på landet eller platsen som händelsen utspelar sig i. Vi använder Hvitfeldts definition som lyder: “[...] *skådeplats, d v s den plats där händelser och skeenden primärt utspelas [...]* diskussioner om Sydafrika i FN i New York ger USA som skådeplats och inte övriga världen” (Hvitfelt 1985, 137).

Följande definitioner är hämtade från Nationalencyklopedin, och enligt denna källa är det också en tolkningsfråga som vi har löst på detta sätt:

- Som **Östeuropa** kodas de länder som var en del av Sovjetunionen under kalla kriget och även Bulgarien, Polen, Rumänien, Tjeckien, Slovakien och Ungern. Resterande europeiska länder kodas som **Västeuropa**.
- Med **Nordamerika exklusive USA/Kanada** avses Västindien, Mexico och Centralamerika.
- *Hawaii*, som är en delstat i USA men per geografisk definition ligger i Oceanien, kodas som **USA/Kanada**.
- **Mellanöstern** definieras som länderna på Arabiska halvön samt Turkiet, Syrien, Libanon, Israel, Egypten, Jordanien, Irak och Iran. Även Libyen, Sudan, Cypern och Afghanistan hör hit.
- *Sydsudan* hör alltså till **Afrika exklusive mellanöstern**.
- *Grönland*, som politiskt hör till Danmark men per geografisk definition ligger i Nordamerika, kodas som **Norden exklusive Sverige**.

V10 Skådeplats “län”. Två siffror enligt kodnummer för län (SCB).

01. Stockholms län
03. Uppsala län
04. Södermanlands län
05. Östergötlands län
06. Jönköpings län
07. Kronobergs län
08. Kalmar län
09. Gotlands län
10. Blekinge län
12. Skåne län
13. Hallands län
14. Västra Götalands län
17. Värmlands län
18. Örebro län
19. Västmanlands län
20. Dalarnas län
21. Gävleborgs län
22. Västernorrlands län
23. Jämtlands län
24. Västerbottens län
25. Norrbottens län
99. Okodbart

Variabel 10 går endast att koda om skådeplatsen är Sverige och specifikt Ortsnamn, kommun eller län nämns i analysenheten. Ortsnamn kan vara alltifrån “Altarskär” till “Göteborg”, “Nossebro” eller “Angered”. Nämns exempelvis Nossebro, ta då reda på vilket län och kommun denna ort ligger i för att kunna koda enligt denna och nästkommande variabel. Övrigt blir okodbart.

V11 Skådeplats “kommun”. Kommunens storlek i förhållande till övriga i länet,

1. Största kommunen
 2. 2-5:de största kommun
 3. Mindre kommun
99. Okodbart

Variabel 11 går endast att koda om skådeplatsen är Sverige och specifik Ortsnamn eller kommun nämns. Är skådeplatsen exempelvis Nossebro: ta då reda på vilken kommun Nossebro tillhör och följ sedan instruktionerna nedan. Övrigt blir okodbart.

Med **kommunens storlek** avses antal invånare den kommun som orten hör till enligt den senast tillgängliga statistiken från Kolada, 2015. För att få reda på detta gör så här:

- Gå in på http://www.kolada.se/?_p=workspace/nt
- Under “Sök Nyckeltal”: skriv och välj “invånare totalt antal, K”. Du ser att du gjort rätt om detta dykt upp under “Valda Nyckeltal” längre ner på sidan.
- Under “Sök Kommun/landsting”: klicka på “bläddra”.
- I rutan som kommer upp: välj “kommuner per län”.

- Tryck på plustecknet vid aktuellt län, sedan “stäng” i nedre högra hörnet.
- Under “valda år”: stäng ner 2013 och 2014, så bara 2015 blir kvar.
- Tryck på “verkställ”.
- Tryck på **pilen** i den **andra** kolumnen i tabellen som dykt upp under “Värde”.

V12 Huvudsakligt ämnesområde:

1. Politik (val)
 2. Politik (allmänt)
 3. Ekonomi/näringsliv
 4. Brott
 5. Olyckor
 6. Elitpersoners privatliv
 7. Miljö
 8. Hälsa/sjukvård
 9. Sport
 10. Juridik/rättsfrågor
 11. Krig
 12. Militärt
 13. Terrorism
 14. Mänskliga rättigheter
 15. Arbetslöshet
 16. Fackligt
 17. Energifrågor
 18. Vetenskap/forskning
 19. Kultur/nöje
 20. Naturkatastrofer
 21. Sociala medier
 22. Skola/utbildning
 23. Övrigt
99. Okodbar

- **Huvudsakligt ämnesområde.** Det ämnesområde som får störst tidsmässigt utrymme i analysenheten. Ämnesområdet avgörs inte av inblandade personer eller organisationers bakgrund. Till exempel: “Zlatan Ibrahimovic stämmer personen X för förtal. X sa häromveckan att han tror att Zlatan dopade sig under tiden i Juventus”. Det huvudsakliga ämnesområdet är då **brott** på grund av förtalet. Trots att Zlatan förknippas med fotboll, är inte ämnesområdet **sport**. Vi undersöker **vad** för sorts händelse som huvudsakligen uppmärksammas.

Bedömningar:

- **Terrorism.** En underkategori till “**brott**” där ord som terrorism, terrorist och terror förekommer.
- **Juridik/rättsfrågor-** Juridiska frågor som inte beror på brottsmistanke. Exempelvis “Datorer är inte Tv-mottagare så datorägare ska inte betala radio och Tv-avgift, det slår högsta domstolen fast idag” eller “Idag börjar den nya lagen om tomtar och troll gälla”.
- **Brott.** Exempelvis rättegången rörande mordet på Lisa Holm kodas som **brott**
- **Krig.** Till exempel: Mexico invaderar USA.
- **Militärt.** Till exempel: Ryssland rustar upp armén.

V13-15 Aktör som kommer till tals:

1. Organisation/Förening
2. Privat företag
3. Offentligt företag
4. Myndighet
5. Representant för organisation/förening
6. Representant för privat företag
7. Representant för offentligt företag
8. Representant för myndighet
9. Riksdag/regering
10. Stat/landsting/kommuner
11. Politiskt parti
12. Politiker
13. Facklig företrädare
14. Expert
15. Känd person
16. Drabbad/närvarande
17. Röst på stan
18. Representant för religion
19. Dömd/åtalad/misstänkt gärningsman
20. Övrigt
101. Utländsk organisation/Förening
102. Utländsk privat företag
103. Utländsk offentligt företag
104. Utländsk myndighet
105. Utländsk representant för organisation/förening
106. Utländsk representant för privat företag
107. Utländsk representant för offentligt företag
108. Utländsk representant för myndighet
109. Utländsk riksdag/regering
110. Utländsk stat/landsting/kommuner
111. Utländsk politiskt parti
112. Utländsk politiker
113. Utländsk facklig företrädare
114. Utländsk expert
115. Utländsk känd person
116. Utländsk drabbad/närvarande
117. Utländsk röst på stan
118. Utländsk representant för religion
119. Utländsk dömd/åtalad/misstänkt gärningsman
99. Okodbart

- **Aktör.** Någon som drabbas, omnämns eller gör något i analysenheten. Till exempel, en person eller organisation som omnämns eller uttalar sig. För vidare definitioner i tolkningsfrågor, se efter Omtalad aktör-variabeln. Koda de tre första aktörerna av de som kommer till tals samt de som omtalas. Här läggs inget värde i om någon aktör tidsmässigt berörs mer än någon annan. Är det exempelvis fler än tre omtalade aktörer, koda de som nämns först.
- Med ”**aktörer som kommer till tals**” menar vi aktörer som citeras eller refereras till. Till exempel: “Äpplen har visat sig vara nyttigare än vad vi tidigare trott. Johan Larsson, professor i nutritionslära, säger att äpplen är bättre än päron...”. Även om Johans röst inte hörs, så har han i exemplet kommit till tals.

V16-18 Omtalad aktör:

1. Organisation/Förening
2. Privat företag
3. Offentligt företag
4. Myndighet
5. Representant för organisation/förening
6. Representant för privat företag
7. Representant för offentligt företag
8. Representant för myndighet
9. Riksdag/regering
10. Stat/landsting/kommuner
11. Politiskt parti
12. Politiker
13. Facklig företrädare
14. Expert
15. Känd person
16. Drabbad/närvarande
17. Röst på stan
18. Representant för religion
19. Dömd/åtalad/misstänkt gärningsman
20. Övrigt
101. Utländsk organisation/Förening
102. Utländsk privat företag
103. Utländsk offentligt företag
104. Utländsk myndighet
105. Utländsk representant för organisation/förening
106. Utländsk representant för privat företag
107. Utländsk representant för offentligt företag
108. Utländsk representant för myndighet
109. Utländsk riksdag/regering
110. Utländsk stat/landsting/kommuner
111. Utländsk politiskt parti
112. Utländsk politiker
113. Utländsk facklig företrädare
114. Utländsk expert

- 115. Utländsk känd person
- 116. Utländsk drabbad/närvarande
- 117. Utländsk röst på stan
- 118. Utländsk representant för religion
- 119. Utländsk dömd/åtalad/misstänkt gärningsman
- 99. Okodbart

- Med “**omtalad aktör**” menar vi då aktörer som inte citeras eller refereras till. Till exempel: “Zlatan körde av vägen igår i Malmö med sin Volvo, men är oskadd.” Nyheten innehåller inget pressmeddelande eller citat. Ett ytterligare exempel på hur aktörerna skiljs åt: om regeringen lägger fram ett förslag och oppositionsledaren citeras, så är **regeringen** omtalad aktör och oppositionsledaren **politiker** under aktör som får komma till tals.

Olika sorters aktörer:

- En **expert** är en sådan person som omnämns som forskare eller citeras i egenskap av sin specifika kunskap angående nyhetens händelse/sakområde. En expert blir exempelvis en överläkare inom neonatalvård som får uttala sig om ny teknik.
- **Representant för...** är en sådan person som i analysenheten:
 - omnämns i egenskap av sitt yrke/förtroende uppdrag
 - och i samband med ett specifikt varumärke.
Exempelvis Ida Andersson, presstalesman på Apoteket eller Alicia Olsson, verksamhetschef på RFSU eller Tomas Jönsson, Överläkare på capio läkargruppen.
- **Känd person:** Exempelvis fotbollsspelaren Kim Källström, sångerskan Carola, Kung Carl XVI Gustav. Person som figurerar i nyheten på grund av sina egenskaper som känd person i frågor som inte är direkt kopplade till övriga värden i variabeln. I en nyhet där statsminister Stefan Löfven avslöjar sitt favoritband, värderas han som **känd person** och inte **politiker**. Men om artisten Justin Bieber släpper en ny låt så är han fortfarande **utländsk känd person**.
- **Politiskt parti.** Hit hör presstalesmän för enskilda partier och enskilda partier i sig. Exempelvis: Moderaterna lägger idag fram en motion om sänkt fastighetsskatt. Det är innebär... säger presstalesman Anna Johansson.
- **Utländsk.** Aktörer som inte är svenska medborgare samt företag, organisationer och liknande som i analysenheten inte är begränsat till eller utgår från Sverige. Exempelvis är FN en **utländsk organisation**, medan Ikea som utgår från Sverige fortfarande är ett **privat företag**.

V19: Nyhetskälla:

1. Egenproducerad
2. Annat svenskt public service-medie
3. Kvällstidning
4. Dagstidning
5. Nyhetsbyrå
6. Annan radio källa
7. Annan TV-källa
8. Övrig källa.
99. Okodbart

Om ingen källa anges i nyheten, förutsätts att det är en egenproducerad nyhet enligt praxis.