

JMG

# En rättvis mediebild?

En kvantitativ mediebevakning av  
Göteborgs- och Lunds Universitet i svensk morgonpress.



Författare: Rebecca Peters och Julia Steffensen

Handledare: Jan Strid

Kursansvarig: Malin Sveningsson

Kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap

2013-01-04



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

## **Abstrakt**

**Titel:** En rättvis mediebild? En kvantitativ mediebevakning av Göteborgs- och Lunds Universitet i svensk morgonpress.

**Författare:** Rebecca Peters och Julia Steffensen

**Uppdragsgivare:** Henrik Axlid

**Kurs:** Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs Universitet.

**Termin:** Hötterminen 2012.

**Handledare:** Jan Strid

**Sidantal:** 43, inklusive bilagor.

**Syfte:** Att granska mediebilderna av Göteborgs- och Lunds Universitet i Göteborgs-Posten och Sydsvenskan under två olika tidsperioder.

**Period:** 16:e februari - 16:e mars, samt 16:e mars - 16:e april.

**Metod:** Kvantitativ innehållsanalys.

**Material:** Tidningsartiklar ur Göteborgs-Posten och Sydsvenskan.

**Sökord:** Göteborgs Universitet och Lunds Universitet.

**Huvudresultat:** Våra resultat visade att mellan tidsperioderna 16:e februari – 16:e mars och 16:e mars – 16:e april, fick Lunds Universitet ett betydligt större utrymme i Sydsvenskan än Göteborgs Universitet fick i Göteborgs-Posten. I Sydsvenskan ökade antalet artiklar ytterligare under antagningsmånaden, medan Göteborgs-Posten istället visade en minskning i artikelantal under denna period. 65 % av Sydsvenskans tidningsartiklar visade en positiv tendens gentemot Lunds Universitet, medan motsvarande siffra för Göteborgs-Posten och Göteborgs Universitet var 51 %. Den enda artikelform som visade en positivare tendens i Göteborgs-Posten än Sydsvenskan, var *Insändare*. Eftersom att denna artikelform inte är skriven av redaktionen, finns möjligheten här att den mediebild som Göteborgs-Posten speglar om Göteborgs Universitet inte stämmer överens med den publika opinionens. Bortsett från *Forskare* och *Övrigt* så är det *Studenter* som till mestadels för talan för Göteborgs Universitet och *Personal* för Lunds Universitet. Genomgående för båda universiteten var *Forskning* det framträdande sakområdet. Under den "vanliga" månaden var det *Forskning* och under antagningsmånaden *Utbildning*.

## Executive summary

We were given an assignment by the University of Gothenburg to do a media coverage in the Swedish press. The main purpose of the assignment was to prescribe the way that the university was presented in the local newspaper, by closely study articles revolving the university. To put the results in perspective, we decided to do an additional media coverage of another university. This thesis presents a comparison of how the University of Gothenburg and University of Lund were presented in Göteborgs-Posten and Sydsvenskan. The thesis also presents a comparison between two different time periods; the month of admission and a “regular” month.

Our thesis is based on two focus areas. We divided these areas, or themes, into different question formulations. This made it easier for us to focus on the right issues during the media coverage. Our first theme centered the two time periods. The question formulations focused here on the similarities and differences between the two time periods, specifically whether the frequencies of the articles would increase during the month of admission. Our second theme centered the universities. The question formulations focused here on the articles main topics, and whether you could identify similarities and differences between the universities.

We used a quantitative content analysis method to be able to see tendencies in the ways that the universities were reflected. To code the articles and answer the question formulations, we formed a code scheme containing ten variables. These variables were given different worths, to further define the nature of the articles. Theories revolving news values, agenda setting and media logic became the framework of this thesis.

The main results of this thesis showed that the University of Gothenburg and the University of Lund were reflected quite differently in their local newspapers. In Sydsvenskan, articles about the University of Lund appeared more frequently than articles about the University of Gothenburg did in Göteborgs-Posten. Their main focus was also different. The most frequent main character that was presented in Sydsvenskan was *Staff*, whilst in Göteborgs-Posten it was *Students*. In common, both universities had *Reserch* as the most frequent main topic during the “regular” month. During the month of admission, the main topic switched to *Education* in both newspapers. The tendencies in the articles were also different. 65% of the articles in Sydsvenskan reflected a *Positive* tendency towards the University of Lund. The equivalent percent in Göteborgs-Posten regarding the University of Gothenburg was 51%. Note that *Negative* tendencies only showed 11% in both newspapers, meaning that the remaining difference in percent appeared in the *Neutral* tendency. Further statistics and more precise numbers, is presented in the *Result* section further down in this thesis.

## Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b> .....	1
<b>1:1 Uppdraget från Göteborgs Universitet</b> .....	2
<b>1:2 Mediebevakning</b> .....	2
<b>2. Bakgrund</b> .....	3
<b>2:1 Tidigare forskning</b> .....	3
<b>2:2 Göteborgs Universitet</b> .....	4
<b>2:3 Göteborgs-Posten</b> .....	4
<b>2:4 Lunds Universitet</b> .....	4
<b>2:5 Sydsvenskan</b> .....	5
<b>3. Teori</b> .....	5
<b>3:1 Dagordningsteorin</b> .....	6
<b>3:2 Medielogik</b> .....	7
<b>3:3 Nyhetsvärderingsteorin</b> .....	8
<b>3:4 Operationalisering</b> .....	9
<b>4. Syfte och frågeställningar</b> .....	9
<b>5. Metod och material</b> .....	11
<b>5:1 Kvantitativ innehållsanalys</b> .....	11
<b>5:2 Rehabilitering och validitet</b> .....	11
<b>5:3 Analysenheter</b> .....	12
<b>5:4 Granskningsperiod</b> .....	13
<b>5:5 Utformning av kodschema</b> .....	13
<b>5:6 Kodning</b> .....	14
<b>5:7 Bortfallsanalys</b> .....	14
<b>5:8 Exempel på variabler och analysenheter</b> .....	14
<b>6. Hypotes</b> .....	16
<b>6:1 Tidsperioder</b> .....	16
<b>6:2 Universiteten</b> .....	16
<b>7. Resultat</b> .....	17
<b>7:1 Ser vi några skillnader mellan en “vanlig” månad och en ansökningsmånad?</b> .....	17
<b>7:2 Ser vi några skillnader i mediebilderna av universiteten?</b> .....	20
<b>8. Analys</b> .....	26
<b>9. Vidare forskning</b> .....	28
<b>10. Sammanfattning</b> .....	29
<b>11. Slutdiskussion</b> .....	30
<b>Referenser</b>	
<b>Kodschema</b>	

## Definitionsblad

### Tabellförteckning

<b>Tabell 1.</b> Databasinsamling (antal).....	14
<b>Tabell 2.</b> Antal artiklar i respektive tidning beroende på period (procent) .....	17
<b>Tabell 3.</b> Antal artiklar från respektive tidning (procent) .....	20
<b>Tabell 4.</b> Framträdande tendens i respektive tidning beroende på artikelform (procent och antal) .....	22

### Figurförteckning

<b>Figur 1.</b> Framträdande sakområden beroende på period (procent) .....	18
<b>Figur 2.</b> Framträdande huvudaktör beroende på period (procent).....	19
<b>Figur 3 &amp; 4.</b> Framträdande sakområde beroende på tidning (procent).....	20
<b>Figur 5.</b> Framträdande tendens i respektive tidning (procent).....	21
<b>Figur 6 &amp; 7.</b> Framträdande huvudaktör beroende på tidning (procent).....	24
<b>Figur 8.</b> Artikelstorlek i respektive tidning (procent).....	25
<b>Figur 9.</b> Artikelform oberoende av tidning (procent).....	26



## 1. Inledning

God publicitet och en rättvis mediebild påverkar människors åsikter mer än man tror. De är till stor grad avgörande för hur en organisation eller ett företag blir etablerade på sin marknad.<sup>1</sup>

Men vad innebär en rättvis mediebild?<sup>2</sup> Vad ger utslag och vad är viktigt att få fram?

Pressen har i uppgift att täcka de viktigaste och mest relevanta nyheterna, lokalt, inrikes och utrikes. En allmän definition av en nyhet är ett *“Offentliggjort meddelande av något betydelsefullt som tidigare varit okänt: en händelse, process eller tillstånd.”*<sup>3</sup>

Journalister får i sin utbildning lära sig formler, exempelvis om nyhetsvärdering, som hjälper dem att välja ut nyheter. Värderingar som en nyhet ställs inför kan vara huruvida den är aktuell i tiden, intresserar många läsare eller inträffar i en geografisk närhet. Dessa tre faktorer är de främsta för att en nyhet ska få genomslag i media. Det finns ytterligare faktorer som behandlar exempelvis sakområden, huvudaktör, tendens eller tema. En ursprunglig nyhetsvärderingsformel, blev till när Håkan Hvitfeldt tog sig an nyhetsvärderingsteorin i sin studie *På första sidan - en studie i nyhetsvärdering*.<sup>4</sup> Han ger flera förslag till vidare forskning, bland annat att undersöka hur nyhetsurvalet utspelar sig inom ett visst ämnesområde. Förslaget öppnar upp för en ofantlig mängd möjliga undersökningar som skulle bidra till medieforskningen.

Vårt uppdrag gav oss en inriktning på ett ämne som är relevant för oss som studenter, nämligen universitetssektorn. Vilken roll spelar dessa organisationer egentligen i media? I en allt mer konkurrenskraftig universitetsektor växer behovet av att prioritera innehållet i medial publicitet.<sup>5</sup> I vårt arbete presenteras en mediebevakning av morgonpress, med avsikten att undersöka hur Göteborgs- och Lunds Universitets mediebild ser ut. För att få perspektiv på denna mediebevakning så har vi jämfört två likartade organisationer, två universitet, ett i väst och i syd.<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.second-opinion.se/so/view/1878>

<sup>2</sup> [http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475\\_197-208.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475_197-208.pdf)

<sup>3</sup> <http://www.ne.se/lang/nyhet>

<sup>4</sup> På första sidan, s. 18

<sup>5</sup> Mediebild i verkligheten, s 46, 50

<sup>6</sup> [http://dinsida.gu.se/digitalAssets/1372/1372146\\_120524\\_projektplan\\_strategi.pdf](http://dinsida.gu.se/digitalAssets/1372/1372146_120524_projektplan_strategi.pdf) s. 1

## 1:1 Uppdraget från Göteborgs Universitet

Forskningsfrågan från Göteborgs Universitet var ursprungligen att granska mediebilderna av Göteborgs Universitet. En granskning av hur Göteborgs, - Lunds och Uppsalas Universitets speglas i deras lokala dagspress skulle då göras, genom att granska artiklar under en månads tid. Vi valde att vinkla detta uppdrag genom att endast göra en jämförelse mellan Göteborgs- och Lunds universitet, men istället studera tidningsartiklar under två tidsperioder. Avsikten var att urskilja om frekvensen av artiklar om universiteten ökade under antagningsperioden på grund av att universiteten då bör hamna i fokus.

En studie där man granskar hur universiteten speglas i sin aktuella storstadstidning, tror vi kan vara intressant på många sätt. Genom att använda oss av en kvantitativ metod kan vi mäta den faktiska frekvensen av artiklar om universiteten. Vi kan även mäta de mest förekommande sakområdena, artikelformer, artikelstorlekar och perspektiv i artiklarna för att se om de matchar vår hypotes.

Samhällsnyttan med vår undersökning faller sig naturligt hos universitetet där vi ökar medvetenheten om hur de framställs i media. Den vetenskapliga relevansen för vår forskning förklaras utmärkt av Klas Bruhn Jensen *“Syftet med medieforskningen är att beskriva, tolka, förklara och problematisera mediernas utveckling och aktuella tillstånd”*.<sup>7</sup> Det är applicerbart på vårt forskningsresultat då det kommer bidra till rikare kunskap om hur medierna beter sig under olika perioder. Det kan komma till nytta i framtida forskning om vilken roll universitet som organisationer får i media.

## 1:2 Mediebevakning

Mediebevakning innebär att media, det vill säga TV, tidningar, eller radio bevakas under en bestämd period. Detta gör man bland annat för att få en uppfattning av vilket utslag till exempel en ny kampanj har gett i media. Hur länge mediebevakningen pågår eller vilka typer av medier man bevakar beror på vad man är intresserad av att hitta.

Det finns en mängd företag som arbetar med mediebevakning. Här kan dessa tjänster köpas i olika volymer beroende på hur uttömmande bevakning man önskar, antingen om sitt egna företag eller andras. Avsikten kan exempelvis vara att se hur konkurrenter beter sig i media.<sup>8</sup> I vår undersökning har vi använt oss av Retriever och deras Mediearkiv som är ett digitalt nyhetsarkiv med tryckta dagstidningar och tidskrifter. I arkivet kan vi självständigt söka efter

---

<sup>7</sup> Medier och samhälle, s. 22

<sup>8</sup> <https://www.uc.se/foretag/tjanster/tjanst/dr-dm-b2b/webselect/moduler/mediabevakning.html>



artiklar från våra utvalda tidsperioder. Dessa artiklar blir analysenheter för vår kvantitativa undersökning som sedan kan ge oss en generell mediebild av våra valda organisationer.<sup>9</sup>

## 2. Bakgrund

### 2:1 Tidigare forskning

Tidigare forskning om mediebevakning och om hur medier skapar olika mediebilder är intresseväckande. I nyhetsprocessens många steg, erbjuds ett flertal olika forskningsområden att granska. En tidigare forskning om nyhetsvärdering som vi ansåg spelade en stor roll i grunden till vår undersökning var Håkan Hvitfelts om nyhetsvärdering. Denna undersökning kan till viss grad även definieras som en teori eftersom att den i dagsläget är så pass väletablerad.<sup>10</sup>

Det Hvitfelt diskuterar är huruvida en nyhet utvecklas ur åtta olika verklighetskeenden, som påverkas av faktorer som samhälle, politik och ekonomi. För att nyheten sedan ska få ett stort genomslag och publiceras, krävs det att den behandlar ett tiotal avgörande områden så som att nyheten ska vara sensationell och geografiskt nära. I nyhetsartiklarna kan vi härmed identifiera ett flertal av de faktorer och ämnesområden som Hvitfelt menar att en nyhet ska beröra.<sup>11</sup>

Vid vår analys kring forskningsresultaten, kan dessa faktorer hjälpa oss att förstå varför nyhetsutbudet ser ut som det gör i Göteborgs-Posten och Sydsvenskan. Skiljer sig universitetens mediebild och vad beror det i så fall på? Specifikt kan tänkas att faktorerna *Nyhetsorganisationer*, *Publik* och *Nyhetskällorna* leder till att artikelutbudet skiljer sig åt i morgontidningarna, då dessa är direkt relaterade till nyhetens omgivning<sup>12</sup>.

En annan tidigare forskning som berör vårt ämnesområde, är SOM-institutets bok; *“Medborgarna, regionen och flernivådemokratien”*. I denna bok diskuterar Bengt Johansson nyhetsvärdering i kapitlet *“Ger mediebilderna rättvisa”*. Ämnesområdet nyhetsvärdering känns som ett relativt utforskat ämne i medielandskapet då även Johansson diskuterar vad som utgör en nyhet och hur de skildras. Här nämns även att medieforskning går långt bak i tiden, då kända journalister som Walter Lippman gjorde jämförelser av tidningars medieinnehåll.<sup>13</sup> Det är då som en mediebevakning genomförs med avsikten att granska en existerande mediebild, vilket är vad även vår undersökning går ut på.

---

<sup>9</sup> <https://www-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/se/tjaenster/research.html>

<sup>10</sup> På första sidan, s. 17-18

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> [http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475\\_197-208.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475_197-208.pdf)

Johansson diskuterar vidare hur journalistiken bedöms och vad som ger en rättvisande mediebild. Att avgöra om Göteborgs- och Lunds Universitet ges en rättvisande mediebild i Göteborgs-Posten och Sydsvenskan är svårt att avgöra. Vad vi kan bidra med är en kartläggning av artiklars frekvens, fokusområden och tendens, för att få ett underlag som på ett kvantitativt sätt redovisar hur universitetens mediebild såg ut under en specifik tidsperiod. Denna information kan ge universiteten en förförståelse för hur de faktiskt uppfattas från ett utomstående perspektiv.

## **2:2 Göteborgs Universitet**

Göteborgs Universitet består av ett 40-tal institutioner vilket medför exceptionellt bred spetskompetens inom en rad forskningsområden. Från starten 1891 har det växt till ett av Nordeuropas stora universitet med 5 900 anställda och drygt 38 000 studenter. De har fem profilområden för forskning och utbildning; kultur, hälsa, miljö, lärande och samhällsutveckling, kunskapsbildning och demokrati. Man arbetar flitigt med att skapa en miljöanpassad verksamhet och är som enda universitet i världen miljöcertifierade enligt både EMAS och ISO 1400.<sup>14</sup>

## **2:3 Göteborgs-Posten**

Göteborgs-Posten kom ut första gången år 1859 på upphov av Felix Bonnier. Den liberala tidningen var från början ett projekt från Bonniers sida men år 1926 tog Harry Hjärne över. Idag är Göteborgs-Posten Västsveriges största tidning och dagligen når de 600 000 unika läsare genom papperstidning, hemsida och app. Fokus ligger på Göteborg men såklart finns nyheter från hela världen.<sup>15</sup> Göteborgs-Posten har i nuläget inte någon journalist som speciellt bevakar Göteborgs Universitet.<sup>16</sup>

## **2:4 Lunds Universitet**

Lunds Universitet grundades år 1666 i takt med att Skåne skulle försvenskas. De kan stoltsera med att platsa på listan över Europas 100 bästa universitet och har utbildningar inom teknik, juridik, samhällsvetenskap, naturvetenskap, ekonomi, medicin, teologi, humaniora, konst, teater och musik. Totalt finns 6800 anställda och 47 000 studenter. Universitetet har en stark internationell profil och samarbetar med 680 utländska universitet i över 50 olika länder. Just nu pågår bygget av Max IV-laboratoriet, en världsledande forskningsanläggning med världens kraftfullaste neutronkälla.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.gu.se/omuniversitetet/>

<sup>15</sup> <http://info.gp.se/omgp/hem>

<sup>16</sup> Telefonsamtal med redaktionen på Göteborgs-Posten.

<sup>17</sup> <http://www.lu.se/om-universitetet/universitetet-i-korthet>

## 2:5 Sydsvenskan

Sydsvenskan är Skånes och Öresundsregionens ledande tidning med 111 000 tryckta upplagor per dag. Den grundades 1848 och är liksom Göteborgs-Posten en oberoende liberal morgontidning. Det innebär att tidningarna är opartiska och självständiga i sin nyhetsförmedling. Utgivningsorten är Malmö med omnejd och här ligger även fokus vad gäller nyheter. Sydsvenskan har en speciellt utsedd journalist för att granska och rapportera om Lunds Universitet.<sup>18</sup>

## 3. Teori

Vår undersökning går som tidigare nämnt ut på att systematiskt granska tidningarnas artiklar för att kartlägga deras karaktär och form. Vi undersöker därmed förstadiet till hur människor påverkas av deras nyhetsintag, och fokuserar på *hur* artiklarna speglar respektive universitet. Av denna anledning är tidningarnas nyhetsurval en betydande faktor då det är just detta urval som kommer att granskas i vår undersökning. Dagordningsteorin, nyhetsvärderingsteorier och medielogik blir därmed användbara utgångspunkter då vårt syfte är att granska en mediebild. Hur blir en nyhet just en nyhet och hur bestäms vad som ska stå på samhällets dagordning? Det är här som dagordningsteorin och medielogiken går samman, och definierar två olika sidor av samma mynt. De båda kretsar kring nyhetsorganisationen med skillnaden att dagordningsteorin syftar till tidningens makt medan medielogiken syftar till tidningens resurser.

Enligt oss är det många aspekter som spelar in i hur en nyhet tar sig uttryck och skapas, och kan inte förklaras med en enskild teori. Det är här som det blir intressant att granska två olika morgontidningar och två olika universitet, för att se vilka ämnesområden kring universiteten som tidningarna anser är just "viktigast". Skiljer dessa sig åt mellan tidningarna och vad kan det i så fall bero på?

För att genomföra en så regelrätt mediabevakning som möjligt så har vi även använt oss av nyhetsvärderingsteorin. I den har vi tagit fasta på de olika värderingarna som finns för vad som blir en nyhet och omvandlat dessa till variabler som utgör basen i vårt kodschema.<sup>19</sup> Enligt oss samspelar därför de följande tre teorierna i skapandet av en nyhet och har vid analysen av datainsamlingen varit till stor hjälp för att diskutera universitetens mediebild.

---

<sup>18</sup> <http://sydsvenskan.wordpress.com/om-sydsvenskan/>

<sup>19</sup> Metodpraktikan. s 200

### 3:1 Dagordningsteorin

Vår undersökning tar sig delvis uttryck i dagordningsteorin; *The agenda-setting function of mass media*. Teorin utvecklades på 1960-talet av Maxwell McCombs och Donald Shaw, genom att de ställde sig frågan; "Vad är det som styr vilka frågor som är viktiga, och vilken roll spelar media i sammanhanget?". Enligt McCombs och Shaw går mediernas dagordningsfunktion ut på att människor har svårt att skapa en egen verklighetsuppfattning, och därmed är beroende av information från sin omgivning. Media utgör en stor del av nyhetsflödet och återger de samhällsproblem som anses "viktigast". På detta vis skapas vår verklighetsuppfattning delvis av de erfarenheter och intryck vi får via mediernas urval, det vill säga: "...det som står på samhällets dagordning".<sup>20</sup> Vad som är viktigt att komma ihåg, är att påverkan till stor del även formas av kulturella och sociala förhållanden, samt tidigare erfarenheter vi har haft i vår uppväxt<sup>21</sup>. All makt ligger härmed inte hos nyhetsorganisationerna utan vi människor har vårt egna filter som filtrerar de nyheter vi upptar.

Det som står på dagordningen för vår undersökning, är antagningsperioden på universiteten. Det är av denna anledning som vi vill bevaka tidningsartiklar under två tidsperioder, antagningsmånaden och en "vanlig" månad, för att se om resultaten skiljer sig åt. Upphovet till detta perspektiv väcktes av hypotesen om att det under antagningsmånaden kommer att publiceras fler artiklar om universiteten än under den "vanliga" månaden, eftersom att universiteten och utbildning då står på dagordningen. Vi tror även att ett större antal av artiklarna under antagningsmånaden kommer att handla om sakområden som *Utbildning*, *Högskolepolitik* och *Studentliv* eftersom att det är dessa områden som är aktuella just då. Vi utvecklar detta i avsnitt 6. *Hypotes*.

McComb och Shaw menade att det finns tre dagordningar i samhället; *medborgarnas*, *mediernas* och den *politiska*. Vidare delas dessa in i underkategorier som tydligare definierar nyheten. Vi riktar i vår undersökning in oss på mediernas dagordning, som indelas i funktion- och makt. Funktionen innebär att medierna arrangerar våra verklighetsupplevelser, medan makten står för deras inflytande över nyhetsurvalet. Ur denna aspekt handlar vår studie mer precist om; "Frågor enskilda medier ger mycket uppmärksamhet"<sup>22</sup>, då vi har för avsikt att kartlägga de sakområden som är i fokus i artiklarna.<sup>23</sup> Denna teori om hur en nyhet skapas, spelar stor roll i vår undersökning eftersom att det förklarar varför vissa nyheter är mer prioriterade än andra, och därefter publiceras i Göteborgs-Posten eller Sydsvenskan. Frågan vi ställer oss då blir om de nyheter som publiceras verkligen är de mest intressanta, eller om det

---

<sup>20</sup> Makt, medier och samhälle, s. 102

<sup>21</sup> Mediekultur och mediasamhälle, s. 177-178

<sup>22</sup> Ibid.

<sup>23</sup> Makten över dagordningen, s. 61

bara beror på vår kognitiva selektionsprocess<sup>24</sup>? Exempelvis om mycket utrymme i Göteborgs-Posten tillägnas *Medie- och kommunikationsvetarprogrammet*, är sannolikheten stor att läsarna sätter denna utbildning i fokus framför de utbildningar som inte uppmärksammas. Och om nyhetsinnehållet skiljer sig åt i de två tidningarna, är det då redaktionen det beror på eller har det även att göra med nyheternas omgivning och publik?

Då McComb och Shaw formulerade teorin var den fortfarande outforskad. Sedan dess har dagordningsteorin blivit en av de mest analyserade. Av denna anledning känns teorin som en tillförlitlig grund för vår studie.<sup>25 26</sup> Vidare kan man analysera vilka *effekter* som mediernas makt över vår dagordning har, men detta faller utanför ramarna för avsikten med vår studie.

### 3:2 Medielogik

En annan aspekt av hur nyheter formas finner vi i medielogiken. Denna hävdar att de nyheter som trycks snarare beror på de resurser som finns hos redaktionen; "*Medierna själva och deras behov*"<sup>27</sup>. Medielogik hänvisar till de olika tekniska arbetsätt som medier har och på vilket sätt de använder sig av materiella och symboliska resurser. Det innefattar även deras sätt att utnyttja formella och informella regler.<sup>28</sup> Sannolikt kommer vi i resultat- och analysdelen kunna se hur medielogiken skiljer sig åt på olika redaktioner, vilket påverkar hur universiteten speglas i respektive tidning. Vi har främst fokuserat på dagordning- och nyhetsvärderingsteorierna men medielogiken fungerar även som ett viktigt komplement för att i analysen förklara resultaten.

En annan sida av medielogiken syftar till att medierna i dagens samhälle har fått så pass stort inflytande, att aktörer som vill förmedla sina budskap via dem får anpassa sig efter deras medielogik. På detta vis kan nyheter komma att formas tvåfald, först av aktören som vill förmedla nyheten och därefter av nyhetsredaktionen. Man kommer då att undra vad som egentligen är ursprunget och hur mycket av det man läser som är sant? Det är just det här som är kärnan av nyhetsbevakning; stämmer den mediebild som mediet visar överens med den folket har? Vår undersöknings fokus ligger dock inte på att granska medborgarnas åsikter. Däremot är möjligheten stor att vissa tendenser till detta kan avläsas i analysenheterna. De artiklar som är skrivna av personer utanför redaktionen, borde visa en viss tendens till att författaren anser bu eller bä om universitetet i fråga.

---

<sup>24</sup> Makt, medier och samhälle, s. 105

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Makten över dagordningen, s. 61

<sup>27</sup> Makt, medier och samhälle, s. 171

<sup>28</sup> [http://www.nordicom.gu.se/common/publ\\_pdf/270\\_hjarvard.pdf](http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/270_hjarvard.pdf) Nordicom Review 29 (2008) 2, pp. 105-134

### 3:3 Nyhetsvärderingsteorin

Den tredje teoretiska utgångspunkten för vår studie är nyhetsvärdering och tidigare kunskap om varför nyheter tar sig de uttryck som de gör.<sup>29</sup> Teorin är nära besläktat med dagordningsteorin då de båda förklarar ett nyhetsurval. En skillnad är att nyhetsvärderingen förklarar *vad* som faktiskt blir en nyhet, medan dagordningsteorin fokuserar på *vilka* nyheter som presenteras.

På samma sätt som dagordningsteorin, förklarar nyhetsvärderingsteorier en grund till vår undersökning, nämligen urvalet. Detta får stor betydelse då vi inte bara ska fokusera på *hur* nyheterna speglas, utan även frekvensen av nyheter rörande Göteborgs- och Lunds Universitet. Frekvensen är således kopplad till mediets nyhetsurval.

Enligt Hvitfelt skapas en nyhet av nyhetsprocessens åtta olikartade faktorer; *Verkligheten, Samhällssystemet, Grundläggande ekonomiska villkor, Politiska- och Intresseorganisationer, Nyhetskällorna, Nyhetsorganisationerna, Journalisterna* och till sist *Publik*. En kombination av dessa resulterar i den nyhetsprodukt som presenteras i media. Teorin blir avgörande för vår studie då vi har fastställt resultaten. Vi kan då med hjälp av nyhetsvärderingen analysera de skillnader och likheter som kan avläsas och förstå hur dessa har uppstått. Beror skillnader i exempelvis sakområden på universitetens eller morgontidningarnas *Grundläggande ekonomiska villkor*, eller är det snarare tidningens vilja att tillfredsställa den *Publik* de har?<sup>30</sup> Mycket av nyhetsvärdering beror på vad omgivningen har att erbjuda i form av kultur, ekonomi, geografi och publik. Ur denna aspekt är det väldigt sannolikt att de två universiteten kommer att ha vissa differenser i sina mediebilder, eftersom att omgivningarna i Göteborg och Lund ser olika ut.

Hvitfelt menar även att sannolikheten för att nyheter blir stora nyheter, är förknippat med huruvida de behandlar ett tiotal områden. Exempel på dessa är betydelsefulla källor, geografisk närhet och nyhetens relevans. I hypotesen kring Göteborgs-Posten och Sydsvenskans artikelfrekvens om respektive universitet, behandlar vi just dessa faktorer och funderar kring hur undersökningens resultat förhåller sig till dem.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> På första sidan, s. 7

<sup>30</sup> På första sidan, s. 17

<sup>31</sup> På första sidan, s. 16-18

### **3:4 Operationalisering**

En operationalisering<sup>32</sup> av dessa ovanstående teorier kan under arbetets gång hjälpa oss att granska analysenheterna med rätt glasögon.<sup>33</sup> Med dessa i bagaget kan vi försöka förstå varför vissa nyheter får större genomslag än andra och även hur återkommande inslag påverkar människors verklighetsuppfattning. Till exempel kan ett frekvent förekommande av forskningsartiklar i dagspressen göra att just forskning blir starkt förknippat med det aktuella universitetet. Det intressanta ligger i att medier anses ha så pass stor inverkan på vår verklighetsbildning.

## **4. Syfte och frågeställningar**

Syftet med undersökningen är att granska mediebilderna av Göteborgs- och Lunds Universitet i Göteborgs-Posten och Sydsvenskan under två olika tidsperioder.

Frågeställningar som studien baseras på är följande:

### **1) Ser vi några skillnader mellan en "vanlig" månad och en ansökningsmånad?**

Med skillnader syftar vi främst på frekvensen i antal artiklar och variabler. Det blir så att säga våra variabler som utgör de områden vi är intresserade av att se skillnader i. Med en "vanlig" månad ämnar vi undersöka 16 februari - 16 mars. Ansökningsmånaden utgör 16 mars till 16 april då det är möjligt att söka in till högskolor och universitet. Vi anser att denna fråga är intressant då vi genom att jämföra perioder tror oss kunna se en föränderlig mediebild då dagordningen ändras under ansökningsmånaden.

#### **a) Hur påverkas antalet artiklar av tidsperioden?**

Med denna fråga vill vi jämföra de två olika perioderna och se huruvida ansökningsmånaden har gett plats för fler artiklar om universitetet än den vanliga månaden. Oberoende tidning och universitet.

#### **b) Hur påverkas det dominerande sakområdet i artiklarna av tidsperioden?**

Genom att ha sakområde som en variabel, kan vi få fram vilket av de sakområden vi utsett som förekommer mest. Vi jämför även detta med de två tidsperioderna för att kunna utgöra om ansökningsmånaden påverkas i den riktning vi tror baserat på våra teorier. Vi anser att sakområde utgör en stor del av mediebilderna då det visar vad universitetet oftast förknippas med<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup> Metodpraktikan, s. 55

<sup>33</sup> Makt, medier och samhälle, s. 103-104

<sup>34</sup> Metodpraktikan, s. 55

**c) Vilka aktörer är framträdande i vilken period?**

För att se vem eller vilka som kommer tals för universitet så har vi valt *Huvudaktör* som en variabel. Vi jämför det med period för att se om huvudaktören i artiklarna skiftar från den vanliga månaden till ansökningsmånaden. Liksom sakområde anser vi att huvudaktören för universitet är viktigt för mediebilden.

**2) Ser vi några skillnader i mediebilden av universiteten?**

I den här frågan vill vi jämföra tidningarna och hur deras artiklar speglar universiteten. Då miljö, resurser, storlek och vanor ser olika ut både mellan redaktionerna och mellan universiteten, anser vi att det bör leda till intressanta skillnader och en chans att se vilket som påverkar vad. Skillnaderna utgörs liksom nämnt i tidigare fråga av våra utsedda variabler.

**a) I vilken frekvens är universiteten omnämnda i "sin" tidning?**

Här vill vi helt enkelt se vilken tidning som ger "sitt" universitetet mest utrymme i artikel mängd. En avgörande faktor i jämförandet av universitetens mediebilder.

**b) Ser vi någon skillnad i dominerande sakområde i tidningsartiklarna?**

Vi ställde denna fråga för att kunna se vilket sakområde som främst representerar universiteten och därigenom kunna få ut en viktig aspekt för mediebilden. Skillnaderna utgörs av de sakområdena som vi har fastställt.

**c) Vilka aktörer är framträdande i respektive tidning?**

Genom den här frågan vill vi få fram vem eller vilka som är främsta talespersonen för universiteten, oberoende av period. Detta tror vi kan bero på hur tidningen förhåller sig till universitet och dels hur det speglas utåt.

**d) Vilken tendens har tidningsartiklarna i de olika tidningarna? Skiljer sig tendensen beroende på artikelform?**

Tendens är något svårdefinierat. Vi har fastställt och utgått från våra egna värderingar för vilka positiva, negativa och neutrala tendenser vi kan se i artiklarna. Här är tanken att få fram vilken inställning tidningen har till universitetet. Även få en bild av hur universitet bör uppfattas av tidningens publik.



## 5. Metod och material

I den inledande fasen av arbetet hade vi inställningen att göra en kvalitativ undersökning. Efter att ha gjort ett första utkast på syfte och frågeställningar insåg vi att de frågor vi ville ställa egentligen inte krävde djupgående analys, vilket en kvalitativ metod innebär. För att få svar på våra frågor behövde vi istället en metod som kunde hjälpa oss att få ett generaliserbart resultat. Vi tänkte därför om och ändrade till kvantitativ metod. Utifrån denna metod, med vårt tillvägagångssätt och hjälpmedel som SPSS och Retriever, kunde vi få en undersökning med så hög reliabilitet och validitet som möjligt.

### 5:1 Kvantitativ innehållsanalys

Vi har valt att använda oss av kvantitativ innehållsanalys eftersom att vi är intresserade av att kunna dra kvalificerade generaliseringar ur ett större omfång material. Vår undersökning utgår från två liberala storstadstidningar. Dessa ger oss ett likvärdigt material med så pass många analysenheter att vi kan analysera och jämföra resultatet i siffror. Metoden passar utmärkt för att undersöka till exempel hur frekvent ett ämne förekommer under en viss tid, vilket skapar goda möjligheter för att ge svar på våra frågeställningar. Viktigt att tänka på vid en kvantitativ undersökning är att göra noggranna förberedelser, då det i efterhand är tidskrävande att gå tillbaka och omarbeta datamängden.<sup>35</sup>

### 5:2 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet är måttet för hur tillförlitlig en undersökning är. Exempelvis kan ett flertal undersökningar, utförda efter samma metod, göras på en forskningsfråga och ge liknande eller samma resultat. Detta visar om undersökningen är pålitlig och kallas *test-retest reliability*.<sup>36</sup> Då vi undersöker tryckt och utgivet material kan inte de uppgifter vi samlar in ändras, så som till exempel en åsikt från en respondent kan. Med hjälp av tydliga definitioner för våra variabelvärden, granskades artiklarna med samma glasögon utefter samma definitioner. Dessutom utförde vi i efterhand en begränsad omkodning, för att se att analysenheterna fick samma variabelvärden som innan. Skulle vår undersökning göras om, efter våra definitioner, skulle den sannolikt återge våra resultat, vilket stödjer reliabiliteten. Reliabiliteten bestäms även av hur noggrant mätningarna utförs och resultatet bearbetas. Att hela undersökningen genomförs på exakt samma sätt är essentiellt för en kvantitativ undersökning. För att öka undersökningens reliabilitet hade en möjlighet varit att göra samma undersökning med ansökningsmånaden under hösten.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Kvantitativ metod från början, s. 30

<sup>36</sup> <http://www.eki.mdh.se/Kurshemsidor/foretagsekonomi/robhan/reliabilitet.htm>

<sup>37</sup> <http://www.infovoice.se/fou/bok/10000035.shtml>

Validitet svarar på frågan om vi verkligen mäter det vi vill mäta, det vill säga om resultatet kommer att bli relevanta. Validitet visar på huruvida den teoretiska nivån, vårt syfte och våra frågeställningar, hänger ihop med den operationella nivån, vilket är resultat och analys.<sup>38</sup> Det är våra frågeställningar som motiverar till vårt metodval då de är kvantitativa frågeställningar som vill undersöka "på bredden", alltså analysera en större mängd datamaterial för att kunna dra en generell slutsats. Det finns olika sätt att mäta validitet i en undersökning, varav ett av dem är samtida validitet. En samtida undersökning som vi bearbetade var Infopacs kvartalsrapport för 2012.<sup>39</sup> De har använt sig av andra variabelbegrepp och det finns därför en svårighet i att jämföra denna med vår undersökning. Däremot finns en gemensam variabel, *Forskning*, som i denna kvartalsrapport visar sig vara ett av de mest förekommande sakområden, vilket stämmer överens med vårt resultat. Trots att detta inte är ett bevis på validitet är det ett steg i rätt riktning.

I nästa steg vill vi visa på vår kommunikativa validitet som styrks i detta metodkapitel. Genom att tydligt redovisa steg för steg hur undersökning och analys genomförts så växer validiteten för vårt resultat. Hypoteserna visar vilken typ av förförståelse vi som författare har, med andra ord, vilka fördomar vi går in i undersökningen med. Bifogat som bilaga finns även begreppsdefinition för att bidra till en transparent, giltig undersökning.<sup>40</sup>

Sammantaget är reliabilitet och validitet relativt hög och ger oss därmed möjlighet att till viss utsträckning generalisera.

### 5:3 Analysenheter

Vi använder oss av ett systematiskt urval då vi strategiskt valt ut tidningsartiklar från två olika perioder. I vår hypotes uttrycker vi en eventuellt intressant skillnad som kan framträda mellan dessa.<sup>41</sup> Vi har sedan studerat helheten av artiklarna samt i vilken kontext de ingick.<sup>42</sup> Våra analysenheter är de enskilda artiklarna. Ur Göteborgs-Postens artiklar använde vi sökorden Göteborgs Universitet och i Sydsvenskan sökorden Lunds Universitet.<sup>43</sup> Kontexten är central för oss eftersom vi även är intresserade av vilket ämne kring universiteten som dominerar i artiklarna. Är det forskning, utbildning eller högskolepolitik?

---

<sup>38</sup> Metodpraktikan 2007, s 64

<sup>39</sup> [Infopac Kvartalsrapport om GU 2012](#)

<sup>40</sup> <http://www.infovoice.se/fou/bok/10000035.shtml>

<sup>41</sup> <http://www.ibl.liu.se/student/lararprogrammet/auo-pa/filarkiv-pa3/1.214383/EnktFrelsningOH.pdf>

<sup>42</sup> Metodpraktikan 2012, s. 197

<sup>43</sup> Metodkurs ht -12. Dataövning 1.

Vi har valt dessa tidningar på grund av deras relativt stora upplagor och liberala nyhetsförmedling. Tanken är att de därmed ter sig mer objektivt gentemot universiteten i sina artiklar. Upplagorna är 216 300 exemplar/dag<sup>44</sup> respektive 111 000 exemplar/dag<sup>45</sup>.

#### **5:4 Granskningsperiod**

Vi valde att granska tidningsartiklar under perioden 16:e mars - 16:e april 2012, vilket är månaden man ansöker till universiteten för höstterminen. För att få perspektiv på resultatet valde att jämföra antagningsperioden med en "vanlig" månad för att se om nyhetsvärderingen skilde sig åt. Vi ville se om det fanns en förändring i dagordningen trots att det var en sammanhängande period. Vi valde därför månaden innan, 16:e februari - 16:e mars.

Att göra en jämförelse mellan två tidsperioder grundade sig i en misstanke att resultaten skulle visa skillnader, exempelvis att antalet artiklar om universiteten skulle öka under antagningsperioden. En jämförelse mellan två universitet ville vi göra eftersom de faktorer som skapar en nyhet och därefter gör den "stor" enligt nyhetsvärderingsteorin, varierar i Göteborg och Lund vilket tenderar till skillnader dem sinsemellan kommer att kunna urskiljas.

#### **5:5 Utformning av kodschema**

För att få svar på våra frågeställningar till studien, utformade vi ett kodschema bestående av tio variabler. Variablerna bestod av definitioner för tidningsartiklarna, så som *Artikelstorlek*, *Huvudaktör* eller *Sakområde*. Avsikten med kodschemat är att använda det som en mall då vi granskar artiklarna, även kallade analysenheter. Därefter presenterade vi ett flertal svarsalternativ för variablerna, kallade variabelvärden, där en siffra representerar ett svarsalternativ. Exempel på dessa var *Forskare* eller *Utbildning*. De flesta variablerna tilldelades även ett variabelvärde benämnt *Övrigt*. Detta var nödvändigt för att även kunna inkludera de artiklar som inte föll under något av våra utsatta variabelvärden.

När vi utformade kodschemat valde vi de variabler som vi ansåg var relevanta att jämföra mellan Göteborgs- och Lunds Universitet. Hur stort utrymme får egentligen universiteten i sina närliggande dagstidningar, och vilka ämnen är det som dominerar? Genom att återkoppla variabelurvalet till studiens syfte och frågeställningar, försäkrade vi oss om att vi skulle få fram de resultat vi hade för avsikt att undersöka.

---

<sup>44</sup> <http://ts.se/Mediefakta/Dagspress.aspx?Aregion=33>

<sup>45</sup> <http://ts.se/Mediefakta/Dagspress.aspx?Aregion=28>

## 5:6 Kodning

För kunna genomföra undersökningen har vi använt oss av mediearkivet Retriever där vi genomförde fyra olika sökningar:

**Tabell 1. Datainsamling (antal)**

Sök	Datum	Sökord	Tidning	Träffar	Bortfall	Totalt antal
1	16 feb-16mar	Göteborgs Universitet	Göteborgs-Posten	55	6	49
2	16 mar-16 feb	Göteborgs Universitet	Göteborgs-Posten	38	5	33
3	16 feb-16mar	Lunds Universitet	Sydsvenskan	72	9	63
4	16 mar-16 feb	Lunds Universitet	Sydsvenskan	106	8	98

Samtliga artiklar från Göteborgs-Posten och Sydsvenskan gick att finna i Retriever. I de fyra separata sökningarna utgick vi från kodschemat med definierade variabelvärden. När vi sedan förde in variabelvärdenas i *IBM SPSS Statistics data editor*, kunde vi med hjälp av programmet granska analysenheterna och föra in de siffror som representerade rätt variabelvärden för varje enskild analysenhet. Att granska datamängden tog oss fem arbetsdagar å sju timmar om dagen. När de 234 tidningsartiklarna var granskade, representerade dessa datamängden. Totalt sammanställde vi 18 tabeller och figurer, varpå vi valde att presentera de 13 mest relevanta för undersökningens syfte.

## 5:7 Bortfallsanalys

De artiklar som har valts bort från undersökning är i majoritet dubletter. Dessa tillförde inte något till undersökningen. Det fanns även sökresultat som inte såg ut som vi hade tänkt oss, exempelvis visades sökresultat med enstaka ord som universitet eller Lund. Om dessa visade sig inte ha någon särskild koppling till universitet så valde vi bort dem.

## 5:8 Exempel på variabler och analysenheter

I många fall utgjorde *Övrigt* en stor andel. Detta är givetvis en nackdel och hade troligtvis kunnat reduceras om vi hade valt ett större eller mer utbrett antal variabelvärden. Förklaringen till vår begränsning ligger i att vi valde de värden som vi ansåg var relevanta för vår undersökning, vilket innebar att de skulle vara sammankopplade till universiteten. Att exempelvis ha med *Säljare* som ett variabelvärde för variabeln *Huvudaktör*, hade varit irrelevant eftersom att det inte är avgörande för universitetets mediebild.

För att närmre förklara varför vissa resultat uppkom, vill ge några exempel på artiklar som innehåller besvärliga variabler som exempelvis *Övrigt*. Göteborgs Universitets nämndes i många minnesord i Göteborgs-Posten, då exempelvis den bortgångna hade studerat eller jobbat på universitetet.<sup>46</sup> Detta räknade vi som en *Insändare* då den är skriven av någon som inte jobbar för tidningen. Vi tyckte även att dessa texter hade en positiv *Tendens* då de utstrålade en viss stolthet över universitetet. Däremot föll exempelvis *Sakområde* under variabeln *Övrigt* eftersom att själva textinnehållet inte hade fokus på universitetet.

En negativ aspekt som framhävdes av Göteborgs-Posten var hur stressade studenter på Göteborgs Universitet kunde vara. Bland annat över tentor och för sin framtid då jobbmarknaden blir väldigt tuff efter vissa program.<sup>47</sup>

I Sydsvenskan var det populärt för professorer och docenter vid Lunds Universitet att skriva recensioner av böcker.<sup>48</sup> Detta är ett konkret exempel då både *Sakområde* och *Perspektiv* faller under variabeln *Övrigt*. Texten berör här inte universitetet, men är däremot skriven av någon från universitetet.

Ett klagörande för den övervägande positiva tendensen för Lunds Universitet är att de för tillfället var i färd med att bygga det nya Max IV-laboratoriet. Det var flertalet artiklar om bygget och de var mycket positiva för universitetet då det är ett starkt bidrag för forskning och utveckling.<sup>49</sup> Exempel på en negativ *Tendens* i en artikel som framkom i Sydsvenskan var en incident där en elev behandlats orättvist av en examinator. Detta ansåg vi speglade universitetet negativt, och föll därmed under vår definition för negativ tendens.<sup>50</sup>

---

<sup>46</sup> <https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05080220120314917634&serviceld=2>

<sup>47</sup> <https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05080220120226904916&serviceld=2>

<sup>48</sup> <https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05085920120316979AD171F65363A0482E51F75647722B&serviceld=2>

<sup>49</sup> <https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05085920120329C95372D606BED59921ED1EE9485C6C5A&serviceld=2>

<sup>50</sup> <https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05085920120414BF67C3F5271F9E64A7ED00B630E3843E&serviceld=2>

## 6. Hypotes

En deduktiv forskningsansats som denna ger oss möjlighet att utifrån vår teori se ett potentiellt resultat, en hypotes. Genom våra observationer i den kvantitativa undersökningen får vi ett empiriskt material där vi genom analys kan se huruvida vår hypotes stämmer eller ej. Vi har formulerat två hypoteser utifrån våra frågeställningar, rörande jämförelser av tidsperioderna och universiteten.

### 6:1 Tidsperioder

Utifrån den mediala dagordningsteorins begrepp *funktion* och *makt*, där media organiserar vår verklighetsbild och dels styr den, såg vi här en möjlighet till att urskilja intressanta skillnader i de två tidsperioder vi valt ut. Den första perioden är månaden innan antagningen till universitet och den andra är själva ansökningsmånaden. Vår hypotes är att artiklar i större utsträckning kommer behandla variabler som *Studentliv* och *Utbildning* under ansökningsmånaden. Det baserar vi på nyhetsvärderingsteorins faktorer *aktualitet* och *närhet* då det känns logiskt att denna typ av ämnen skulle förekomma mer under just ansökningsmånaden.<sup>51</sup> Faktorerna går att finna i Hvitfelts formel för nyhetsvärderingar, som i sin tur är ett resultat av innehållsanalyser av nyheter.<sup>52</sup>

Utifrån detta tror vi även att *Student* kommer vara en huvudaktör i fler artiklar under ansökningsmånaden. Det är ett logiskt samband att fler artiklar skulle handla om studenter om sakområden som studentliv och utbildning stiger.

### 6:2 Universiteten

Baserat på verklighetsuppfattningen i dagordningsteorin, har vi även kommit fram till en andra hypotes gällande de frågeställningar som jämför mediebilderna av universiteten. Då Lund ofta betraktas som en "studentstad"<sup>53</sup> och även ser sig själva som det, finns en anledning att förutse en högre frekvens av artiklar i Sydsvenskan om Lunds Universitet. I och med en högre andel studenter på ett geografiskt mindre område tror vi även att intimitet, sammanhållning och stolthet kan bidra till att vi kommer se fler positiva artiklar hos Sydsvenskan än om Göteborgs Universitet hos Göteborgs-Posten.

Då forskning är ett ständigt utvecklande sakområde, bör det enligt medielogiken resultera i att forskningsområdet ger flest utslag i media från de båda universiteten. Utbildning är mer en kontinuerlig process och därför ser vi den största möjligheten till ökning just under ansökningsmånaden, exempelvis rapporteringar om nytillkomna utbildningar. Hos universiteten

---

<sup>51</sup> <http://www.mediekompass.se/mediekunskap/pa-tidningen/nyhetsvaerdering>

<sup>52</sup> På första sidan, s. 18

<sup>53</sup> [http://www.lth.se/utbildning/studera/studentliv/studentstaden\\_lund/](http://www.lth.se/utbildning/studera/studentliv/studentstaden_lund/)

emellan kan vi däremot inte förutse någon skillnad gällande dessa områden vi förutsätter att organisationerna är såpass likartade.

Likaså gäller aktörer där vi tror att *Huvudaktören* för båda universiteten kommer vara *Forskare*, vilket vi baserar på ovan motivering om *Forskning* som sakområde.

## 7. Resultat

I följande avsnitt presenteras undersökningens resultat. De tabeller och figurer som är utvalda är direkt kopplade till frågeställningarna, med avsikten att besvara dessa. Eftersom vår undersökning inte berodde på respondenters deltagande, som enkäter eller intervjuer kräver, blev resultaten fria från bortfall. Detta innebär att den generella procentsatsen som presenterades blev densamma som den giltiga procenten. Samtliga n-värden blir därmed detsamma i nedanstående tabeller och figurer. Notera att artiklar om Lunds Universitet representeras av *Sydsvenskan* och artiklar om Göteborgs Universitet av *Göteborgs-Posten*.

### 7:1 Ser vi någon skillnad mellan tidsperioderna?

**Tabell 2. Antal artiklar i respektive tidning beroende på period (procent)**

	Tidning		Totalt antal
	Göteborgs-Posten	Sydsvenskan	
Period 1	45 %	55 %	108
Period 2	26 %	74 %	126
Totalt antal	82	152	234

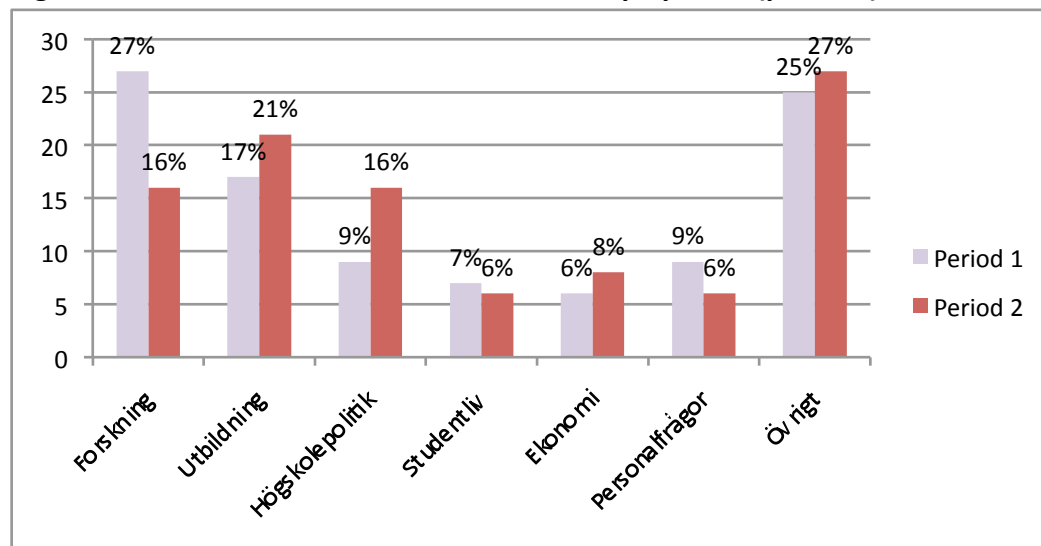
I Tabell 1 kan vi se hur många artiklar som publicerades om respektive universitet under de olika tidsperioderna. I vår hypotes framhåller vi skäl till en ökning under den andra perioden–ansökningsmånaden. Vi ser i tabellen att hypotesen totalt sett stämmer överens med resultatet om vi ser på totalen. Om vi däremot tittar på bara Göteborgs-Posten så har de färre artiklar under ansökningsmånaden, vilket går emot vår hypotes.

Vad som möjligtvis kan bidra till utfallet är det faktum att Lund marknadsför sig själva som en studentstad. Att då öka frekvensen av publicitet under ansökningsperioden (*Period 2*) är enligt våra teorier helt logiskt, då universiteten tar tillfället i akt att locka studenter. Varför Göteborgs-Posten har givits ett så annorlunda resultat kan bero på att det finns en större utbildningssektor i Göteborg att konkurrera med för utrymme i tidningen. I Tabell 3 utvecklar vi det faktum att

Sydsvenskan har en journalist som speciellt bevakar Lunds Universitet, men Göteborg-Posten har inte det. Ett faktum som säkerligen påverkat utfallet av artiklar.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N-värde* = 234.

**Figur 1. Framträdande sakområden beroende på period (procent)**

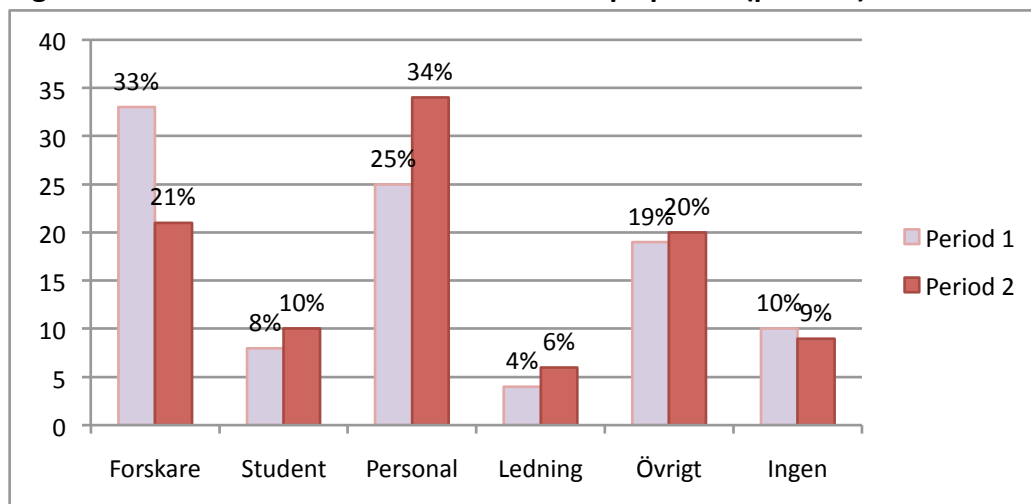


I Figur 1 ser vi hur ofta varje sakområde har förekommit under de olika perioderna. Observera att tidningarna här är hopslagna och det är skillnaden mellan perioderna vi fokuserar på. Vi finner här ett intressant resultat som visar att vår hypotes till viss del stämmer. Baserat på nyhetsvärderingsteorin ansåg vi att sakområdet utbildning bör stiga under ansökningsmånaden, vilket vi får bekräftat här. Under *Period 2* stiger andelen artiklar som handlar om *Utbildning* med 5 % och blir därmed det dominerande sakområdet under ansökningsmånaden, om vi bortser från *Övrigt*. Det dominerande sakområdet under *Period 1* var *Forskning* och i *Period 2* minskar det med 6 %. Däremot får vi inte samma bekräftelse på *Studentliv* där skillnaden är ynka 1 %, det har alltså inte påverkats av tidsperioderna, vilket vi trodde.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N-värde* = 234.



**Figur 2. Framträdande huvudaktör beroende på period (procent)**



Ovan ser vi en jämförelse av vilken huvudaktör som förekom mest i artiklarna beroende på period. Under *Period 1* är *Forskare* den dominerande huvudaktören och under *Period 2* är det *Personal*. Vi kan även se en svag ökning (2 %) av *Student*. Detta är en huvudaktör som förväntades förekomma mer under ansökningsmånaden för att locka studenter genom igenkännings-faktor. Däremot visar resultat att skillnaden är knapp.

En möjlig förklaring till utfallet kan vara då rektorerna för universiteten räknas till *Personal* och under ansökningsmånaden förekom Lunds Universitets rektor Per Eriksson ett flertal gånger. Han kontaktades ofta för att ge uttalanden om händelser i Lund. Bland annat tillsättandet av ny prorektor och byggandet av den nya forskningsanläggningen.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N*-värde = 234.

## 7:2 Ser vi någon skillnad mellan universiteten?

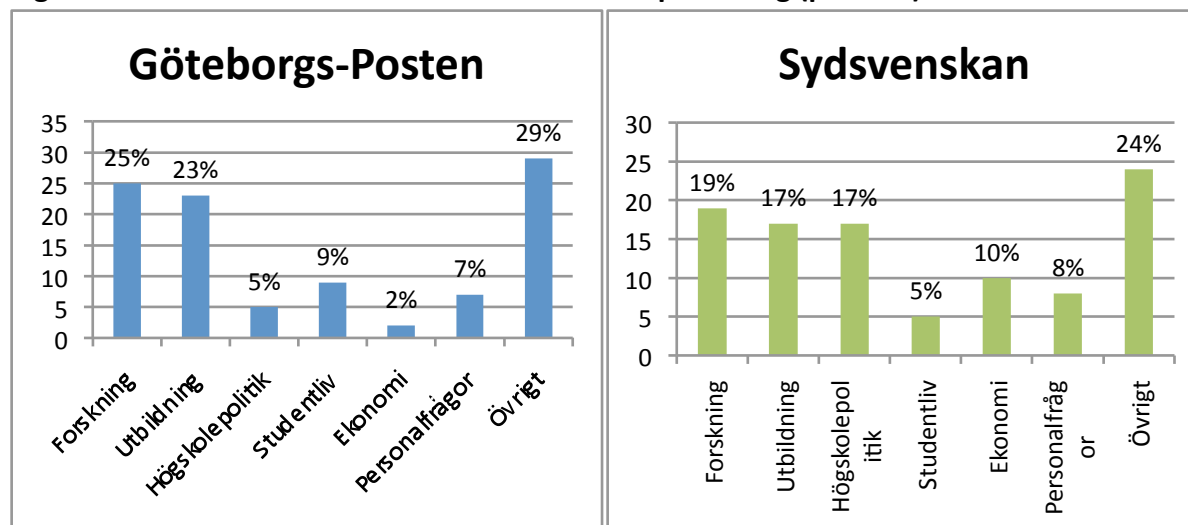
**Tabell 3. Antal artiklar från respektive tidning**

	Frekvens
Göteborgs-Posten	35%
Sydsvenskan	65%
Totalt antal	234

I Tabell 3 mäts frekvensen av förekommande artiklar om universiteten. Vi ser här att Lunds universitet förekommer nästan dubbelt (86 %) så ofta i Sydsvenskan än vad Göteborgs Universitet gör i Göteborgs-Posten. Trots att det fanns en viss föräning till dessa tendenser, är det stora differensen något förvånande. En delförklaring kan vara att Sydsvenskan har en speciellt utsedd journalist som bevakar och rapporterar nyheter om just Lunds Universitet. Detta märktes även väl under datainsamlingen då många mindre nyheter, som personalbyten, fick ta plats i tidningen. Göteborgs-Posten har inte detta och vid samtal med Göteborgs-Postens redaktion framkommer det att t.ex. Sahlgrenska Akademin kan ha påverkat vårt sökresultat då Göteborgs Universitet oftast inte omnämns då trots att de tillhör samma organisation. De påpekar även Chalmers som en konkurrent till utrymmet i tidningen.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N*-värde = 234.

**Figur 3 & 4. Framträdande sakområde beroende på tidning (procent)**



I Figur 3 och 4 ovan ser vi vilka sakområden som dominerar i respektive tidning. Resultaten representerar en sammanslagning av tidsperioderna. Kategorin *Övrigt* tar störst plats vilket

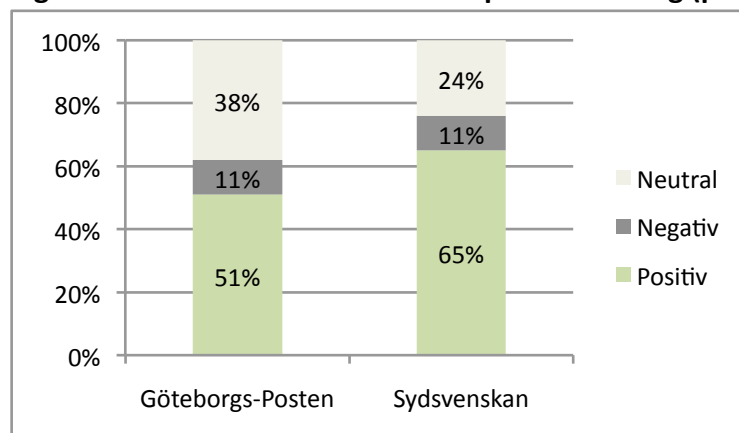
beror på att universiteten omnämndes i ett flertal artiklar som egentligen handlade om något annat. Det kunde till exempel vara ett minnesord där den bortgångna studerat på universitet.<sup>54</sup>

Bortsett från kategorin *Övrigt*, ser man att det är *Forskning* som är det dominerande ämnet i båda morgontidningarna. Detta är intressant eftersom det visar att både Göteborgs- och Lunds Universitet är i ständig utveckling. En kategori där procentsatserna skiljde sig markant var *Högskolepolitik*. En bidragande faktor kan vara att Lunds Universitet vid undersökningsperioden ansökte om kandidater till deras prorektortjänst<sup>55</sup>. Beslutet fattade universitetsstyrelsen den 20 april, varpå vår undersökning redan var genomförd. Att frekvensen av artiklar i Sydsvenskan ökade är av denna anledning inte förvånande.

Kategorin *Ekonomi* visar i Sydsvenskan ett utrymme på 10 % medan i Göteborgs-Posten endast 2 %. Detta kan bero på att det är i Lund som den stora forskningsanläggningen ESS håller på att byggas. Artiklar om denna mångmiljardsatsning och den internationella publik som anläggningen kommer att locka, skapar som följd en ökad mängd artiklar om just ekonomi.<sup>56</sup>

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N*-värde = 234.

**Figur 5. Framträdande tendens i respektive tidning (procent)**



I Figur 5 ovan ser vi vilka tendenser som artiklarna i respektive morgontidning genomsyrades av. Resultaten består av samtliga artiklar från båda tidsperioder. En intressant tillfällighet var att andelen negativa artiklar var densamma i både Göteborgs-Posten och Sydsvenskan, och

<sup>54</sup> <https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html>

<sup>55</sup> <http://www.sydsvenskan.se/lund/wiberg-pa-vag-fa-prorektorstjanst/>

<sup>56</sup> <http://www.dn.se/nyheter/sverige/mangmiljardsatsning-pa-forskning-vacker-jubel-i-lund>

ganska låg på 11 %. Vad som mer skiljde sig var andelen positiva respektive neutrala tendenser. Ett intresse väcks här att vidare granska hur procentsatserna är fördelade mellan de olika artikelformerna, för att på så sätt finna anledningar till den procentuella uppdelningen.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N*-värde = 234.

**Tabell 4. Framträdande tendens i respektive tidning beroende på artikelform**

Artikelform	Tidning	Tendens			Totalt antal
		Positiv	Negativ	Neutral	
Nyhet	GP	33 %	11 %	56 %	18
	Sydsvenskan	59 %	16 %	25 %	56
Debatt	GP	20 %	20 %	60 %	5
	Sydsvenskan	46 %	23 %	31 %	13
Intervju	GP	56 %	19 %	25 %	16
	Sydsvenskan	70 %	20 %	10 %	10
Insändare	GP	83 %	0	17 %	6
	Sydsvenskan	68 %	0	32 %	19
Notis	GP	55 %	9 %	36 %	22
	Sydsvenskan	78 %	3 %	19 %	36
Reportage	GP	67 %	8 %	25 %	12
	Sydsvenskan	64 %	14 %	22 %	14
Krönika	GP	33 %	0	67 %	3
	Sydsvenskan	75 %	0	25 %	4
Totalt antal		141	26	67	234

I Tabell 4 ovan ser vi hur tendenserna är fördelade över de olika artikelformerna. Bevisligen har majoriteten av artikelformerna en positivare tendens i Sydsvenskan, med undantag för *Insändare* där Göteborgs-Posten tar ledningen. Intressant är att dessa artiklar inte är skrivna av tidningen utan är inskickade av folket. Detta tyder intressant nog på att folket har en positivare inställning till Göteborgs Universitet än vad som framhävs i Göteborgs-Postens artiklar. Endast 51 % av dessa hade en positiv tendens medan Sydsvenskans motsvarande siffra var 65 %. Detta visar att Sydsvenskan visar en positivare mediebild till Lunds Universitet än vad Göteborgs-Posten visar till Göteborgs Universitet. Sydsvenskans nyhetsvärdering är därmed annorlunda då den har mer lokalt fokus i sitt innehåll.

Anledningen till övertaget är antagligen den stora medieuppmärksamhet som den nya forskningsanläggningen i Lund faktiskt fick. Vidare tror vi att detta även var en bidragande

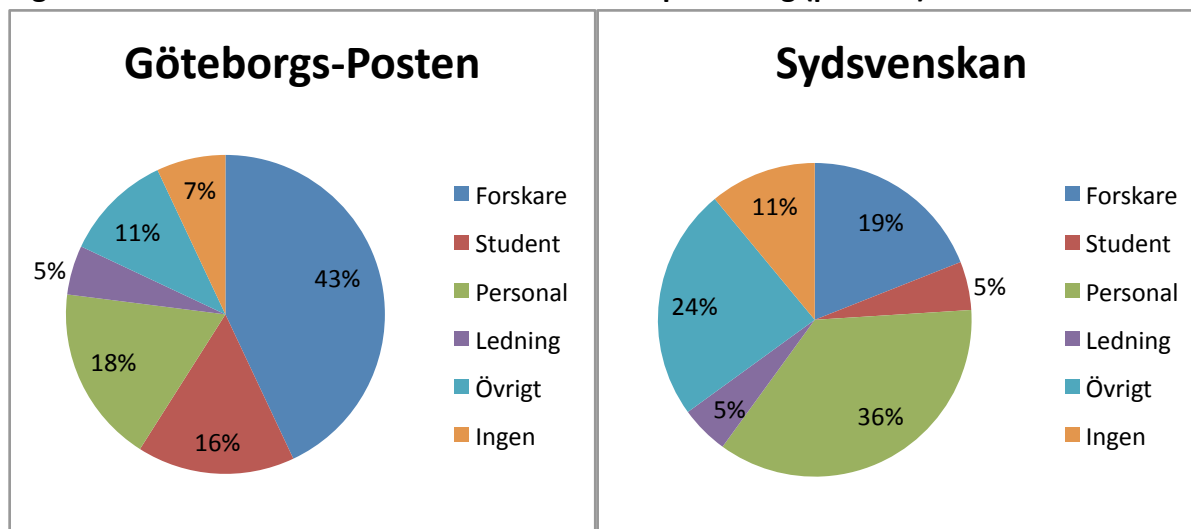
faktor till att den totala artikelmängden om Lunds Universitet i Sydsvenskan var betydligt större.

Vid inmatningen av datamängden noterade vi att en stor del av Göteborg-Postens artiklar bestod av *Insändare* och *Notiser*. *Insändarna* i sin tur utgjordes till majoriteten av minnesord om personer som utbildats eller arbetat på Göteborgs Universitet. Dessa var inskickade av nära och kära till den avlidne och texterna hyllade dess privatliv såväl som yrkesliv. Enligt vår definition av vad som definierade en positiv artikel, föll dessa insändare under denna kategori; ”*Då någon från universitetet har åstadkommit något som gynnar dess studenter, personal, utveckling, ekonomi eller forskning, samt då någon uttrycker sig positivt om universitetet*”.

Vad som är viktigt att notera, är att trots att Lunds Universitet har en större andel av positiva artikeltendenser, innebär det *inte* att artiklarna om Göteborgs Universitet har en övergripande negativ tendens. Den negativa tendensen ligger som tidigare nämnt på 11 % för båda universiteterna, och det är istället den neutrala tendensen som är större i artiklarna om Göteborgs-Universitet.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N-värde* = 234.

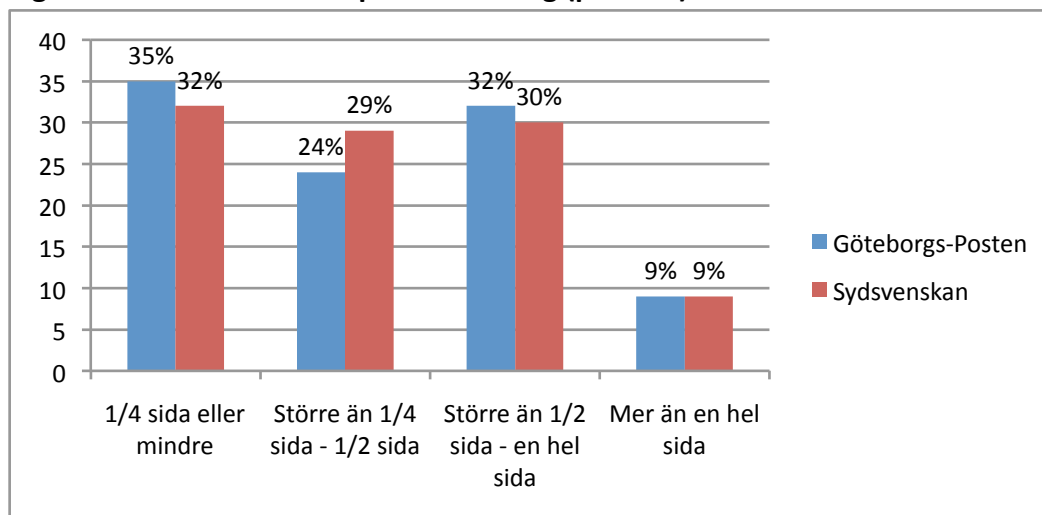
Figur 6 & 7. Framträdande huvudaktör beroende på tidning (procent)



I Figur 6 och 7 ovan ser vi vilka huvudaktörer som förekommit mest i respektive tidning. I Göteborgs-Posten ser vi tydligt att *Forskare* förekommer i majoriteten av artiklarna med 43 %. Det kan förklaras med att de mesta som publiceras är resultat från olika undersökningar som genomförts på universitetet. Det andra intressanta resultatet är att Göteborgs-Posten skriver 11 % mer om studenter. Att Göteborgs-Posten sätter studenten mer i fokus var även något som lades märke till under datainsamlingen, personporträtt, historier och framtidsutsikter ur studenters perspektiv framhålls mer i Göteborgs-Posten än Sydsvenskan. Sydsvenskan däremot sidan representerar främst universitetets *Personal*. Det har troligen sin grund i att rektorn för Lunds Universitet titt som tätt uttalar sig i artiklarna.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N-värde* = 234.

**Figur 8. Artikelstorlek i respektive tidning (procent)**

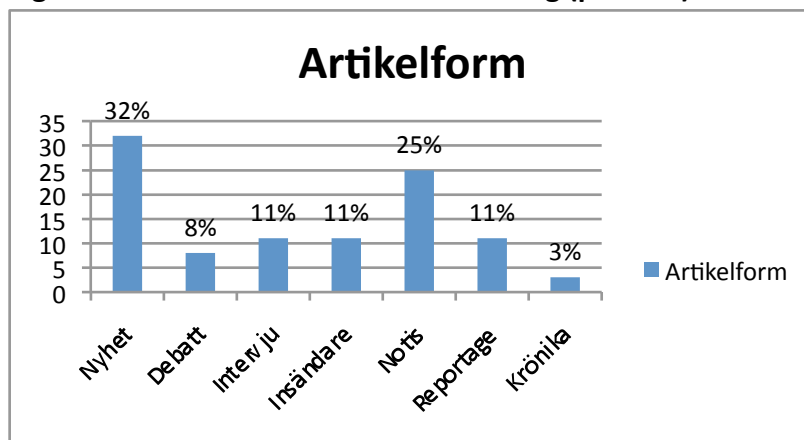


I Figur 8 ovan ser vi hur artiklarnas storlek är fördelade i de båda morgontidningarna. Intressant nog är fördelningen relativt jämn dem sinsemellan, där *1/4 sida eller mindre* och *Större än 1/2 sida - en hel sida* dominerar. På nära 3:e plats kommer *Större än 1/4 sida - 1/2 sida*. Detta kan jämföras med informationen från tabell 13 nedan. Där kan vi avläsa att *Nyheter*, som ofta tar upp *Större än 1/4 sida - en hel sida*, utgör 32 % av artikelformerna medan *Notiser*, som oftast tar upp *1/4 sida eller mindre*, utgör 25%. *Nyhet* och *Notis* är därmed dominerande i morgontidningarnas artikelformer.

Den artikelstorlek som får minst utrymme är kategorin *Mer än en hel sida*. Detta är inte speciellt förvånande då morgontidningarna har begränsat med utrymme och vill få med så mycket nyheter som möjligt. Som en kommentar till kategorin, visade det sig att denna till största del utgjordes av *Krönikor*.

*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N-värde* = 234.

Figur 9. Artikelform oberoende av tidning (procent)



*Kommentar:* Variabeln *Övrigt* innefattar variabelvärlden som inte tillfaller något av de definierade variabelvärdena. Exempel på dessa går att återfinna i *Definitionsblad*. *N*-värde = 234.

## 8. Analys

Syftet med vår undersökning var att undersöka huruvida universiteten fick mer uppmärksamhet under antagningsperioden i förhållande till en "vanlig" månad. Vi ville även fastställa de skillnader och likheter som kunde urskiljas om Göteborgs- och Lunds Universitet gällande artikelinnehåll och frekvens.

Som ett resultat står vi nu med två universitet som har givits olika mediabilder i respektive städers tidning, varför är det så? Sydsvenskan har bevisligen en positivare inställning till Lunds Universitet än vad Göteborgs-Posten har till Göteborgs Universitet. 65 % av tidningsartiklarna i Sydsvenskan visade en positiv tendens, medan Göteborgs-Postens endast uppnådde 51 %.

Resultaten visade även att antalet förekommande artiklar varierade mellan de två perioderna, dock inte till fullo som vi hade anat. Antalet artiklar i Sydsvenskan om Lunds Universitet ökade från 72 stycken i *Period 1* till 106 stycken i *Period 2*, vilket stämde väl överens med vår hypotes kring artikelfrekvens. Göteborgs Universitets artikelfrekvens sjönk däremot i Göteborgs-Posten under *Period 2* till från 55 artiklar till 38 stycken. Anledningen till detta kan med stor sannolikhet bero på att Lunds Universitet hade den nya forskningsanläggningen på agendan, varpå antalet artiklar kring detta ökade. Ämnet blev aktuellt och i fokus. Denna yttring kan grundas i nyhetsvärderingsteorin där relevans och närhet spelar in som faktorer till varför Lunds Universitet förekommer mer i Sydsvenskan. Göteborgs Universitet däremot, har en kontinuitet i sina förkommanden, vilket innebär att det inte är något speciellt som är på agendan. Detta resulterar i ett mindre artikelutrymme i Göteborgs-Posten.



Som nämnt ovan kan detta bero på att Sydsvenskan till skillnad från Göteborgs-Posten har en speciellt utsedd journalist som bevakar Lunds Universitet. Tidningsredaktionernas medielogik skiljer sig därmed åt, då resurserna dem sinsemellan är olika fördelade. När Lunds Universitet blir mer uppmärksammat av Sydsvenskan, hamnar de ytterligare på tidningens dagordning och blir aktuellt<sup>57</sup>. Vidare anses Lund enligt vissa källor uppfattas mer som en studentstad, varpå universitetet hamnar i större fokus.<sup>58</sup> Frågan man ställs inför är nu om det endast är dessa anledningar som motiverar den lägre artikelfrekvensen för Göteborgs Universitet. Eller kan det vara så att Göteborgs-Posten inte helt stöttar "sitt" universitet? Är det Sydsvenskan som borde vara mer kritiska mot Lunds Universitet? Beror det på att Göteborg helt enkelt är en för stor stad och det finns betydligt fler och viktigare saker är universitetet som är på agendan?

I vår hypotes trodde vi att *Utbildning* var det sakområdet som skulle få mest utrymme i artiklarna under antagningsperioden, eftersom att det då stod på dagordningen. Detta stämde överens med resultaten i Figur 1 där *Utbildning* ökar från 17 % till 21 %, och därmed går om *Forskning* och blir det ledande sakområdet. Denna ökning är endast 4 % men blir intressant eftersom att *Forskning* gör ett så markant nedfall från 27 % till 16 %. Troligt är därför att kategorin *Utbildning* får en 5 % högre frekvens under antagningsperioden, som en följd av denna tillfällighet.

En anledning till att sakområdet *Forskning* och huvudaktören *Forskare* fick så stort utrymme i artiklarna, kan bero på att forskning är något som är nytt, aktuellt och händer just nu. Det hämnar därmed på samhällets dagordning. *Utbildning* däremot är något som händer kontinuerligt, och skapar därför inte lika sensationell uppmärksamhet<sup>59</sup>.

Oberoende av tidsperiod, visade det sig att huvudaktören *Student* framhövdes 11 % mer i Göteborgs-Posten än Sydsvenskan, vilket är en påfallande skillnad. Vid en reflektion av datainsamlingen visar sig Göteborgs-Posten ha satsat mer på dramaturgi, det vill säga berättarteknik, när det kommer till flertalet av de artiklar studenter var huvudaktör.<sup>60</sup>

Sydsvenskan har i sin tur 18 % fler artiklar rörande personalen, vilket kan förklaras med att Lunds Universitets rektor förekom i väldigt många artiklar. Hvitfeldt förklarar att personjournalistik som denna, med att artiklar om enskilda människor, ger ett högre läsvärde. Framst syftar Hvitfeldt till kända personer. Av samma anledning kan detta vara förklaringen till

---

<sup>57</sup> Makt, medier och samhälle, s. 102

<sup>58</sup> [http://www.lth.se/utbildning/studera/studentliv/studentstaden\\_lund/](http://www.lth.se/utbildning/studera/studentliv/studentstaden_lund/)

<sup>59</sup> På första sidan, s. 18

<sup>60</sup> På första sidan, s. 30

Göteborgs-Postens val av satsning på studenter. Dessa är oftast okända människor med vanliga problem, vilket gör det lättare för publiken att identifiera sig med personen i artikeln.<sup>61</sup> Det var denna faktor vi tog hänsyn till när vi i hypotesen anade se ett större förekommande av *Student* under ansökningsmånaden. Resultaten visade dock bara på en 2 % ökning. Bilden vi hade av att studenter skulle lockas till universitet genom igenkänningsfaktor fick vi alltså inte någon vidare bekräftelse för.

Vid en omprövning av denna undersökning hade vi antagligen funderat mer ingående på våra val av variabelvärden. Exempelvis var det stundvis svårt att skilja på variabelvärdena för variablerna *Sakområde* och *Perspektiv*. Hur skiljer man ett ekonomiskt sakområde från ett ekonomiskt perspektiv? En förenkling hade här varit att bryta ner områdena och placera in dem där de passade in bäst. Vi hade exempelvis tagit bort den ekonomiska aspekten från *Perspektiv*, och istället lagt till *Utbildning*. Medvetna om att *Utbildning* redan förekommer i *Sakområde*, är motiveringen att detta helt enkelt var något som vi upplevde saknades. Genom att tydligare definiera de olika variabelvärdena, hade ett större spektrum av ämnesområden kunnat täckas och därmed minskat andelen procent som tillföll kategorin *Övrigt*.

Observera att alla variabelvärden är tydligt definierade i bilagan *Definitionsblad*.

## 9. Vidare forskning

Vi har tagit oss an ett forskningsområde där mycket redan har gjorts. Vi har haft stabila teorier som blivit granskade flera gånger om och använt oss av en väl beprövad metod. Hvitfeldt nämner i sin studie om nyhetsvärdering, att "*Nyhetsurval inom olika sakområden*" skulle vara användbara vid en vidare utveckling av formeln för nyhetsvärderingar.<sup>62</sup> Vi menar att vår undersökning uppfyller en del i detta förslag om vidare studier, exempelvis visar vårt resultat vilka sakområden det skrivs mest om inom universitetssektorn. Det vi föreslår, baserat på Hvitfeldts förslag i vidareforskning, är man fortsätter inom vårt perspektiv på just universitet men med en annan vinkel. Vilken position har egentligen universitet i jämförelser med andra organisationer och hur speglas det i media? En möjlig problematisering är att universitetens status har sjunkit de senaste åren då det numera finns fler högutbildade än lågutbildade människor i Sverige<sup>63</sup>.

En annan vinkling som skulle vara intressant är att rikta forskningsfrågan mot pressens publik. Det är en komplicerad uppgift att mäta publikens preferenser och inflytande över nyhetsurvalet eftersom att läsvärdesundersökningar oftast är begränsade till vad publiken helst vill se i

---

<sup>61</sup> Ibid.

<sup>62</sup> På första sidan, s. 22

<sup>63</sup> <http://www.di.se/artiklar/2005/6/15/hogutbildade-nu-fler-an-lagutbildade/>

tidningen.<sup>64</sup> En viktig del av påverkan ligger nämligen i att vi människor är bundna av vår förhandskunskap, som är baserad på kultur, erfarenhet och samhällssituation.<sup>65</sup>

En problematisering vi ser utifrån vår undersöknings resultat är följande; den enda artikelformen där Göteborgs Universitet blev ledande i positiv tendens i Göteborgs-Posten var *Insändare* (se Tabell 4). Det intressanta ligger här i att det är tidningens publik som skickar in dessa artiklar, varpå publiken möjligtvis är mer positivt inställd till universitetet än vad tidningen återspeglar. Hur förklarar man det i så fall? Kan det då bero på en bristande medielogik hos Göteborgs-Posten?

## 10. Sammanfattning

Sammanfattningsvis upplever vi att undersökningens resultat till stor grad besvarar det uppdrag som vi blev tilldelade av Göteborgs Universitet. Genom att granska analysenheterna utifrån vårt egna perspektiv med våra egna variabeldefinitioner, upplever vi att innehållet kan bli ett kunskapsbidrag till universiteten i fråga.

Genom att utgå från vårt syfte och frågeställningar, har vi i resultaten kunnat urskilja skillnader och likheter mellan en "vanlig" månad och ansökningsmånad, samt definierat universitetens mediebilder.

Vår hypotes om att antalet artiklar skulle öka under antagningsmånaden, stämde överens med Sydsvenskan och Lunds Universitet, men inte Göteborgs-Posten och Göteborgs Universitet. Dessa resultat visade istället en minskning i artikelfrekvens, från 55 till 38 stycken.

Vi har fastställt att det dominerande sakområdet under den "vanliga" månaden, oberoende av universitet, var *Forskning*. Under antagningsmånaden däremot sjönk *Forskning* från 27 % till 17 %, medan *Utbildning* ökade från 16 % till 21 %. *Utbildning* fick därmed större utrymme under antagningsmånaden vilket stämde överens med vår hypotes kring tidsperioderna i frågeställning ett. Vi trodde även att studenter skulle få större utrymme i artiklarna under antagningsmånaden. Detta stämde dock bara överens med 2 %.

De två universiteten visade sig ha en markant skillnad i förekommande frekvens. Lunds Universitet förekommer nästan dubbelt så ofta i Sydsvenskan (152 artiklar) som Göteborgs Universitet gör i Göteborgs-Posten (82 artiklar). *Forskning* var det dominerande sakområdet för båda universiteten oberoende period. Strax därefter kommer *Utbildning*. Den *Huvudaktör* som förekommer i flest artiklar och därmed för det mesta av talan för universitet i tidningarna var

---

<sup>64</sup> På första sidan, s. 222

<sup>65</sup> Mediekultur och mediasamhälle, s. 177

*Forskare* i Göteborgs-Posten och *Personal* i Sydsvenskan. Gällande tendens så har Sydsvenskan övervägande positiva artiklar, medan Göteborgs-Posten har något lägre. Den totala uppfattningen är att Göteborgs-Posten speglar Göteborgs Universitet mer neutralt. När vi ser på tendenser beroende på artikelformer framkommer att den enda artikelformen som hade en mer positiv tendens i Göteborgs-Posten än Sydsvenskan var *insändare*. Vad som är värt att påpeka angående det är att det inte är tidningens journalister som skrivit detta, utan dess publik.

## 11. Slutdiskussion

Man kan utifrån undersökningens resultat dra en del intressanta slutsatser. Sydsvenskan verkar ha en positivare inställning gentemot Lunds Universitet än Göteborgs-Posten har gentemot Göteborgs Universitet. Detta kan förslagsvis bero på skillnader i medielogik, nyhetsvärdering eller dagordning. Som kontrast, låter Göteborgs-Posten *Studenter* få ett större utrymme i tidningsartiklar, vilket kan leda till igenkänningseffekter hos läsaren och skapa en positiv effekt därigenom. Apropos det resultatet är det även intressant att Göteborgs-Posten har flest positiva *Insändare*, kan det vara så att göteborgarna är mer positiva till universitet än vad den mediebild som ger sken av? Kan det resultatet visa på en orättvis mediebild på det vis att den inte speglar den publika opinionen?

Sydsvenskan prioriterar *Forskare* näst mest i artiklarna, vilket är ett väntat resultat. Det som var oväntat var att *Personal* kom in som främsta huvudaktör. Analysenheterna visade att detta berodde på att rektorn har en sådan betydelsefull roll. Han uttalar sig i stort sett om allt som har med universitet att göra. Då vi med variabeln *Huvudaktör* ville få fram de som för den främsta talan för universiteten kan vi nu fastställa; Bortsett från *Forskare* och *Övrigt* så är det *Studenter* som för talan för Göteborgs Universitet och *Personal* talar för det mesta på Lund Universitet. Det är en mycket intressant skillnad då en förutfattad mening hade kunnat vara att det skulle vara tvärtom, eftersom Lund är "studentstaden" medan Göteborg är mer av en storstad och på så vis mer opersonlig. Lunds universitet ger även intrycket av att vara "toppat" när det främst är rektorn som uttrycker sig i frågor och studenterna själva knappt kommer till tals.

Vad vi även kan anta, är att Sydsvenskans större artikelmängd i förhållande till Göteborgs-Postens kan bero på två orsaker. Dels att Sydsvenskan har en utsedd reporter som bevakar Lunds universitet och därmed får det uppmärksammat, och dels att Lund hade sin nya forskningsanläggning på agendan under båda perioderna. Under *Period 2* ökade andelen artiklar ytterligare i Sydsvenskan, vilket det inte gjorde i Göteborgs-Posten. Anledningen till detta är troligtvis den utsedda reporterens arbetsinsats, vilket förändrar medielogiken i Sydsvenskans redaktion. Denne uppmärksammade att universitetet var på agendan. Göteborgs-

Posten i sin tur hade inte någon speciellt utsedd reporter som bevakar Göteborgs Universitet. Dessutom ligger Göteborgs Universitet i stark konkurrens med bland annat Chalmers. En mer rättvis jämförelse av universiteten hade möjligtvis varit att jämföra Lunds Universitet med Chalmers, då de troligtvis besitter liknande status i sina respektive städer. Detta kan vara en ytterligare bidragande orsak till Göteborgs Universitets låga artikel mängd i Göteborgs-Posten.

## Referenser

Eliasson, Annika. *Kvantitativ metod från början*. Andra upplagan. Studentlitteratur AB Lund, 2010.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik och Wängnerud, Lena. *Metodpraktikan - Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Fjärde upplagan. Norstedts Juridik AB, 2012.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik och Wängnerud, Lena. *Metodpraktikan - Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Tredje upplagan. Norstedt Juridik AB, 2007.

Gripsrud, Jostein. *Mediekultur och mediesamhälle*. Tredje upplagan. Daidalos AB, 2011.

Hvitfelt, Håkan. *På första sidan - En studie i nyhetsvärdering*. Första upplagan. Norstedts tryckeri AB, 1985.

Jensen, B. Klaus. *Medier och samhälle - en introduktion*. Upplaga ett. Studentlitteratur AB Lund, 2009.

Malmsten, Peter. *Mediebilden i verkligheten*. Första upplagan. Liber AB, 2002.

McCombs, Maxwell. *Makten över dagordningen*. Första upplagan. SNS förlag, 2006 (svenska utgåvan).

Strömbeck, Jesper. *Makt, medier och samhälle*. Första upplagan. SNS förlag, 2009.

<http://ts.se/Mediefakta/Dagspress.aspx?Aregion=28> Hämtad 2012-11-06

<http://ts.se/Mediefakta/Dagspress.aspx?Aregion=33> Hämtad 2012-11-06

[http://www.lth.se/utbildning/studera/studentliv/studentstaden\\_lund/](http://www.lth.se/utbildning/studera/studentliv/studentstaden_lund/) Hämtad 2012-11-14

<http://www.mediekompas.se/mediekunskap/pa-tidningen/nyhetsvaerdering> Hämtad 2012-11-13

<http://www.eki.mdh.se/Kurshemsidor/foretagsekonomi/robhan/reliabilitet.htm> Hämtad 2012-11-21

<http://www.ibl.liu.se/student/lararprogrammet/auo-pa/filarkiv-pa3/1.214383/EnktFrelsningOH.pdf> Hämtad 2012-11-21

[http://dinsida.gu.se/digitalAssets/1372/1372146\\_120524\\_projektplan\\_strategi.pdf](http://dinsida.gu.se/digitalAssets/1372/1372146_120524_projektplan_strategi.pdf) Hämtad 2012-11-22

<http://www.gu.se/omuniversitetet/> Hämtad 2012-07-12

<http://www.lu.se/om-universitetet/universitetet-i-korthet> Hämtad 2012-10-12

<http://info.gp.se/omgp/hem> Hämtad 2012-10-12

<http://sydsvenskan.wordpress.com/om-sydsvenskan/> Hämtad 2012-10-12

<http://www.sydsvenskan.se/lund/wiberg-pa-vag-fa-prorektorstjanst/> Hämtad 2012-12-10

<http://www.dn.se/nyheter/sverige/mangmiljardsatsning-pa-forskning-vacker-jubel-i-lund>  
Hämtad 2012-12-11

<https://www.uc.se/foretag/tjanster/tjanst/dr-dm-b2b/webselect/moduler/mediabevakning.html> Hämtad 2012-12-11

<http://www.second-opinion.se/so/view/1878> Hämtad 2012-12-12

[http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475\\_197-208.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475_197-208.pdf) Hämtad 2012-12-12

[http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475\\_197-208.pdf](http://www.som.gu.se/digitalAssets/1294/1294475_197-208.pdf) Hämtad 2012-12-14

<http://www.ne.se/lang/nyhet> Hämtad 2012-12-20

<https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05080220120314917634&serviceId=2> Hämtad 2012-12-28

<https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/se3rvices/archive.html?method=displayDocument&documentId=050802201202226904916&serviceId=2> Hämtad 2012-12-28

<https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05085920120316979AD171F65363A0482E51F75647722B&serviceId=2> Hämtad 2012-12-28

<https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05085920120329C95372D606BED59921ED1EE9485C6C5A&serviceId=2> Hämtad 2012-12-28

<https://web-retriever-info-com.ezproxy.ub.gu.se/services/archive.html?method=displayDocument&documentId=05085920120414BF67C3F5271F9E64A7ED00B630E3843E&serviceId=2> Hämtad 2012-12-28

### Övriga källor

Metodkurs ht -12. Dataövning 1 - *Kodschema*.

Telefonsamtal med redaktionen på Göteborgs-Posten. Utfört 2012-12-06

Telefonsamtal med redaktionen på Sydsvenskan. Utfört 2012-12-06

Bild till försättsblad: <http://www.alingsas.se/bygga-bo-och-miljo/avfall-och-atervinning/kallsortering-och-atervinning/tidningar-och-forpackningar>

## Definitioner

### Variabelvärden

#### Period

1. 16:e februari - 16:e mars
2. 16:e mars - 16:e april

#### Tidning

1. Göteborgs-Posten
2. Sydsvenskan

#### Rubrik

1. Artikeln har rubrik
2. Artikeln har ingen rubrik

#### Artikelform

1. Nyhet = Artikel som är offentliggjord, och handlar om något som tidigare varit okänt.<sup>66</sup>
2. Debatt = Artikel där ett offentligt meningsutbyte sker.<sup>67</sup>
3. Intervju = Artikel som främst syftar till att fråga ut någon.<sup>68</sup>
4. Insändare = Artikel som tidningens läsare har skickat in.<sup>69</sup>
5. Notis = Ett kort tidningsmeddelande.<sup>70</sup>
6. Ledare = Artikel där fokus ligger på politiker eller politiska sakfrågor.
7. Reportage = Längre, beskrivande artikel som ger läsaren känslan att man befinner sig på plats.<sup>71</sup>
8. Krönika = Artikel som återberättar en händelse på ett personligt vis där reflektioner och åsikter tar plats.<sup>72</sup>

#### Sakområde

1. Forskning = Artikeln hanterar pågående forskning eller forskningsresultat.
2. Utbildning = Artikeln hanterar utbildning i form av antagning, program, kurser eller dylikt.
3. Högskolepolitik = Artikeln hanterar diskussioner kring *hur* universiteten ska drivas.
4. Studentliv = Artikeln hanterar studenter och deras tillvaro i förhållande till deras utbildning.
5. Ekonomi = Artikeln hanterar ekonomiska frågor rörande universiteten.

---

<sup>66</sup> <http://www.ne.se/lang/nyhet>

<sup>67</sup> <http://www.ne.se/kort/debatt>

<sup>68</sup> <http://www.ne.se/lang/intervju>

<sup>69</sup> <http://www.ne.se/lang/ins%C3%A4ndare>

<sup>70</sup> [http://www.ne.se/sve/notis?i\\_h\\_word=notis](http://www.ne.se/sve/notis?i_h_word=notis)

<sup>71</sup> <http://www.mediekompass.se/lektionstips/lektionstips-temp/59-tidningens-texter/2492-konsten-att-skriva-ett-reportage>

<sup>72</sup> <http://infokoll.se/index.php/kroenika>



6. Personalfrågor = Artikeln hanterar frågor rörande universitetens personal.
7. Övrigt = Artikeln hanterar ett ämne som inte faller in i någon av ovanstående kategorier. Exempel är artiklar var krigssituationer, bokrecensioner, minnesord osv.

### **Perspektiv**

1. Historiskt = Artikeln belyser något som *har* inträffat på ett beskrivande sätt.
2. Ekonomiskt = Då syftet med artikeln är att belysa ekonomiska frågor.
3. Juridiskt = Artikeln belyser juridiska frågor som kan förknippas med universitetet.
4. Kulturellt -Artikeln belyser religion, samhälle, konst, böcker, teater eller film.
5. Socialt - Artikel hanterar människors beteende, kommunikation och förhållanden kring universitetets verksamheter.
6. Politiskt = Artikeln hanterar politik på en allmän nivå.
7. Utveckling = Artikeln hanterar utveckling rörande universitetet, dess personal, studenter, ekonomi eller forskning.
8. Övrigt = Artikeln hanterar ett ämne som inte faller in i någon av ovanstående kategorier. Exempel är artiklar där fokus låg på utbildning. Här sammanföll det ofta att man ville placera både *Sakområde* och *Perspektiv* under *Utbildning*, men detta var inte möjligt då denna variabel saknades som ett alternativ för *Perspektiv*.

### **Artikelstorlek**

1. ¼ sida eller mindre
2. Större än ¼ sida - ½ sida
3. Större än ½ sida - en hel sida
4. Mer än en hel sida

### **Huvudaktör**

= definierar yrkesrollen på den aktör som är mest framträdande i artikeln.

### **Aktör 2**

= definierar yrkesrollen på den aktör som framträder utöver huvudaktören i artikeln.

### **Tendens**

1. Positiv = Då någon från universitetet har åstadkommit något som gynnar dess studenter, personal, utveckling, ekonomi eller forskning, samt då någon uttrycker sig positivt om universitetet.
2. Negativ = Då någon har blivit påverkad negativt av något som universitetet står för, eller då någon har uttryckt sig negativt om universitetet.

3. Neutral = Tendensen kan varken beskrivas som positiv eller negativ utan lämnar universitetet obelyst i förhållande till artikelns sakområde.

## Kodschema

Variabel	Label	Value
V1	Period	1 =1 2 =2
V2	Tidning	1 = Göteborgs-Posten 2 = Sydsvenskan
V3	Rubrik	1 = Rubrik 2 = Ej rubrik
V4	Artikelform	1 = Nyhet 2 = Debatt 3 = Intervju 4 = Insändare 5 = Notis 6 = Ledare 7 = Reportage 8 = Krönika
V5	Sakområde	1 = Forskning 2 = Utbildning 3 = Högskolepolitik 4 = Studentliv 5 = Ekonomi 6 = Personalfrågor 7 = Övrigt
V6	Perspektiv	1 = Historiskt 2 = Ekonomiskt 3 = Juridiskt 4 = Kulturellt -Religion, samhälle, konst (bok, teater, film) 5 = Socialt - Beteende, människor, kommunikation1 6 = Politiskt 7 = Utveckling 8 = Övrigt

V7	Artikelstorlek	<p>1 = ¼ sida eller mindre</p> <p>2 = Större än ¼ sida - ½ sida</p> <p>3 = Större än ½ sida - en hel sida</p> <p>4 = Mer än en hel sida</p>
V8	Huvudaktör omnämnd i text	<p>0 = Övrigt</p> <p>1 = Forskare</p> <p>2 = Student</p> <p>3 = Personal</p> <p>4 = Ledning</p> <p>5 = Ingen</p>
V9	Övriga aktörer omnämnd i text	<p>0 = Övrigt</p> <p>1 = Forskare</p> <p>2 = Student</p> <p>3 = Personal</p> <p>4 = Ledning</p> <p>5 = Ingen</p>
V10	Tendens	<p>1 = Positivt</p> <p>2 = Negativt</p> <p>3 = Neutralt</p>