

JMG

2015-01-09

Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
www.jmg.gu.se

Dåliga nyheter för lokaljournalistiken

En kartläggning av TV4:s lokala nyhetsinnehåll innan och
efter nedläggningen av de lokala redaktionerna

Författare: Annamari Alanne, Catharina Björk & Charlotte Guth

Handledare: Mathias A. Färdigh
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Tack.

Mathias A. Färdigh för handledning, uppmuntran och stöd.

Anna Jaktén och Björn Tunbäck för att ni har bidragit med er expertis och erfarenhet.

*Dåliga nyheter för lokaljournalistiken. En kartläggning av TV4:s lokala nyhetsinnehåll
innan och efter nedläggningen av de lokala redaktionerna.*

Kandidatuppsats i medie- och kommunikationsvetenskap
Höstterminen 2014, Göteborgs universitet

Annamari Alanne: annamarihalanne@gmail.com
Catharina Björk: catharina-bjork@tele2.se
Charlotte Guth: lotta_guth@hotmail.com

Abstract

Titel: Dåliga nyheter för lokaljournalistiken. En kartläggning av TV4:s lokala nyhetsinnehåll innan och efter nedläggningen av de lokala redaktionerna.

Författare: Annamari Alanne, Catharina Björk & Charlotte Guth

Uppdragsgivare: SVT Uppdrag granskning

Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap, kandidatuppsats. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet.

Termin: Hötterminen 2014

Handledare: Mathias A. Färdigh

Sidantal: 50, inklusive bilagor

Antal ord: 14847

Syfte: Att kartlägga det lokala nyhetsinnehållet i TV4 före och efter nedläggningen av TV4:s lokala redaktioner

Metod: Kvantitativ innehållsanalys

Material: Analys av nyhetsinnehållet i TV4 Värmland och TV4 Nyheterna under november 2013 och TV4 Nyheterna under november 2014

Huvudresultat: Efter nedläggningen av de lokala redaktionerna har antalet lokala nyhetsinslag ökat i TV4 Nyheterna 2014 jämfört med TV4 Nyheterna 2013, men ofta är de lokala inslagen riktat mot en nationell publik. Sett utifrån det totala utbudet av lokala nyheter 2013 har dock andelen lokala inslag minskat markant. TV4 Nyheterna har blivit mer storstadscentrerade samtidigt som Sverige utanför Stockholm och Göteborg syns allt mindre. TV4 Nyheterna arbetar efter en förnyad medielogik, vilken lyfter mer samhällsfrågor och underhållning och färre brott och olyckor.

Nyckelord: *lokala nyheter, identitet, demokrati, kommersialisering, nedläggning, TV4, kunskapsklyftor, medielogik, periferi*

Executive summary

This study has been conducted for Swedish public service television company, SVT, and more specifically for the television programme of investigative journalism of SVT, *Uppdrag granskning*.

On June 13, 2014, the largest commercial TV-channel of Sweden, TV4, broadcasted their last local newscasts. TV4 has often called itself as the commercial public service in Sweden and been proud of its input in the field of local journalism. However, the management of TV4 made, what they call, a grave decision to close down 21 local editorial offices as well as to dismiss 165 employees. TV4 became a part of a trend that has swept over the journalistic world in Sweden in the past year – downsizing and centralisation.

This development poses questions about the state of journalism and the democratic responsibility of media in Sweden. Our ambition is to define what has happened to the local content of TV4 Nyheterna, i.e. the nationwide newscasts, after the suspension of the local editorial offices. To this end we post three research questions to be answered in this thesis. Firstly, to which extent did the newscasts contain local news on TV4 in November 2013 in comparison to November 2014? Secondly, how does the local content of the newscasts occur on TV4? Thirdly, how was the geographical distribution of the local news on TV4?

As a research method, we used the quantitative content analysis. The theoretical discussion is based on the following: the normative theory and more specifically the social responsibility theory, centre - periphery and identity, commercialism, media logic, and uses and gratifications.

The main results of our study are:

1. TV4 has changed its media logic and as a result its way of composing the news. More specifically, there were more local news in November 2014 compared to November 2013. However, in November 2014 the news were targeted more for the national public instead of just the local public. As a result, the local news in national newscasts do not often contribute to spreading the local information let alone strengthen the local identity.
2. The amount of reportages has increased as is the engaging of single citizens – a development that is in line with the changed media logic and the promise of TV4 to take more local content into the national newscasts.
3. TV4 Nyheterna have become increasingly centralised to Stockholm and Gothenburg area. In addition to the numerous national news that take place in the two largest cities in Sweden, a quarter of all the local content takes place in Stockholm, and in total one third in Stockholm or in Gothenburg. The amount of local news from both Stockholm and Gothenburg has increased after the suspension of the local editorial offices; particularly, this increase is at the expense of the rest of Sweden.

4. As for the topics, TV4 Nyheterna emphasize more societal questions, entertainment, human interest stories and leisure, whereas the amount of crime and accidents has decreased. This development is in line with both commercialism and the new media logic - both pursuing to reach the nationwide public as large as possible.

5. According to our study, the case study area, Värmland County, has become a periphery in Sweden.

We consider our thesis as a comprehensive and representative description of the change that TV4 has performed to their television newscasts during the past year. We wish that this study inspires others to answer the many questions that remain unanswered, such as how did the suspension effect the viewers, what has happened with the content in TV4's website or has the suspension had effect on the local content of SVT. Our thesis is an attempt to understand the premise of a change and a fragment of the many consequences that follow.

Innehåll

Inledande ord	
1. Mellan demokrati och marknad	1
1.1 <i>Fallet TV4</i>	1
2. Problemformulering	3
3. Syfte och frågeställningar	5
4. Teoretiska utgångspunkter	6
4.1 <i>Demokrati</i>	6
4.1.1 Teorin om socialt ansvar	6
4.1.2 Centrum, periferi och identitet	7
4.2 <i>Marknad</i>	9
4.2.1 Kommersialisering	9
4.2.2 Medielogik	10
4.2.3 Nyheter med TV4-stuk	11
4.3 <i>Publiken, medborgaren, människan</i>	12
4.3.1 Uses & Gratifications	12
4.3.2 Nyheter vare sig man vill eller inte	13
4.3.3 TV4:s publik	14
4.4 <i>Sammanfattning</i>	15
5. Metod	16
5.1 <i>Innehållsanalys som metod</i>	16
5.2 <i>Begreppsdefinitioner</i>	17
5.3 <i>Urval</i>	18
5.3.1 Urval av medietexter	19
5.3.2 Urval av sändningar	19
5.3.3 Urval av analysenheter	20
5.4 <i>Tillvägagångsätt</i>	20
5.4.1 Kodning	20
5.4.2 Variabler	21
5.4.3 Problem knutna till metoden	21
5.4.4 Reliabilitet och validitet	22
6. Resultat och analys	24
6.1 <i>Lokala nyheter i TV4</i>	24
6.1.1 Analys	26
6.2 <i>Nyhetsinslagens innehåll</i>	26
6.2.1 Analys	27
6.3 <i>Nyhetsinslagens format och aktörer</i>	29
6.3.1 Analys	29
6.4 <i>Stockholm och Göteborg i fokus</i>	30
6.4.1 Analys	31

6.5 Värmland – en del av Sverige?	32
6.5.1 Minskad bevakning av Värmland	32
6.5.2 TV4 Värmland och identitet	33
6.6 Sammanfattning	34
7. Slutdiskussion	35
7.1 Vad innebär TV4:s beslut?	35
7.2 Avslutande reflektioner	37
7.3 Förslag till vidare forskning	37
Referenser	38
Bilagor	41
Bilaga 1. Kodschema	41
Bilaga 2. Tabeller	43

Inledande ord

Vi skulle kunnat inleda med något om ett medielandskap i förvandling. Ofta upprepat, men också sant. Medierna förändras, medieutbudet förändras, kanalerna förändras och våra vanor förändras – om än inte med samma hastighet. Vad som är mer konstant är vårt behov av att hålla oss informerade och uppdaterade.

Mediernas nyhetsbevakning är en viktig källa från vilken vi samlar pusselbitar, både medvetet och omedvetet. Glimtar av innehåll bildar tillsammans en helhet; något vi läser i en tidning, snappar upp på kvällsnyheterna, läser på webben eller hör på radion. Genom att foga samman dessa små bitar av verkligheten skapar vi våra referensramar och den lins genom vilken vi betraktar och tolkar vår samtid och omvärld. När bitar försvinner, påverkar det också hur vi ser på vår omvärld.

I april 2014 fattade ledningen för TV4 beslut om att lägga ner de lokala redaktionerna, något som kan ses som en del av en större trend. Mediehusens nedskärningar under de senaste åren har gått hårt åt den svenska lokaljournalistiken. I och med nedläggningen förändrades också förutsättningarna för TV4:s tittare.

Konsekvenserna av TV4:s beslut att lägga ner de lokala redaktionerna är än så länge okända. Vår studie, genomförd på uppdrag av SVT:s Uppdrag granskning, syftar till att ta ett första steg mot att lära känna dessa konsekvenser.

1. Mellan demokrati och marknad

Det svenska mediesystemet bygger på en stark demokratisk tradition som bottnar i den grundlagsskyddade rätten att i tal och skrift fritt yttra sig. Mediesystemet är uppbyggt kring antaganden om att fria medier har ett stort ansvar gentemot medborgarna. Medieaktörer verkar i och för ett demokratiskt samhälle där journalistiken bär ansvaret att förse människor med samhällsinformation, granska makthavare och att låta olika åsikter komma till tals. Samtidigt är Sverige ett land starkt förankrat i de marknadsekonomiska principerna och idag styrs de flesta medieföretagen helt av kommersiella intressen. Därmed måste medieföretagen förhålla sig och svara upp till såväl politiska som ekonomiska institutioner.¹

Lokalnyheter har av tradition en stark ställning bland svenskarna – i mätningar ligger de i topp när det gäller vilket typ av innehåll läsare tar del av.² Från det demokratiska perspektivet har lokala medier länge varit en hörnsten, inte minst för den lokala demokratin. Traditionellt sett har lokal journalistik gynnats av mediepolitiken, något som presstödet är ett exempel på. Under de senaste årtiondena har dock synen på medierna förändrats och utvecklats i en friare och mer marknadsorienterad riktning.³

Med dagens teknikutveckling har medieutbudet ökat markant och den nya konkurrensen har fått konsekvenser, inte minst för den lokala mediebevakningen. Ur ett marknadsperspektiv behöver medieföretagen generera vinst, och för medieföretagen innebär de lokala redaktionerna stora personalkostnader i relation till liten intäkt. Medieföretagen anpassar sig efter marknadens svängningar med förändringar i antal läsare, en pågående digital utveckling och annonsörer som går över till webben.⁴ Trots att de lokala medierna bär på ett tydligt demokratiskt uppdrag har flera medieföretag genomfört kraftiga nedskärningar - något som visat sig gå ut över lokala redaktioner. Under 2013 lade TT ner sina Norrlandsredaktioner, gratistidningen Metro lade ner redaktionerna i Göteborg och Malmö och delar av GT:s redaktion inkorporerades med Expressen, en nedmontering som fortsatt under 2014.⁵

1.1 Fallet TV4

När SVT:s monopol bröts våren 1992 och TV4 blev den första reklamfinansierade kanalen i det svenska marknätet, innehöll TV4:s sändningstillstånd ett stort antal detaljregleringar och villkor för TV4 att förhålla sig till. Ett av dessa villkor var att TV4 skulle sända nyheter från lokala redaktioner fördelade över landet ett visst antal gånger per dag, vilket man också har gjort sedan dess och fram till juni 2014. Jan

¹Anna Maria Jönsson & Jesper Strömbäck, *Nyheter i konkurrens - journalistikens kommersialisering?* Den XV nordiska kommunforskningskonferensen, Ålborg, 2005, s.3-5.

²Jesper Strömbäck, *Makt, medier och samhälle - en introduktion till politisk kommunikation*, SNS Förlag, Stockholm, 2009, s.75.

³Stig Hadenius, Lennart Weibull & Ingela Wadbring, *Massmedier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm, 2011, s.27;

⁴Jonas Ohlsson, Nedlagda nyheter i A. Bergström och J. Ohlsson (red.), *Brytningstider. Samhälle, opinion och medier i Västsverige*, Göteborg: SOM-institutet, 2014, s.188; Jönsson & Strömbäck, 2005, s 9.

⁵Ohlsson, 2014, s.177-178; Kajsa Althén & Gunnar Nygren, *Landsbygd i medieskugga - nedmontering av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*, Ekerlids förlag, Stockholm, 2014, s.10. s.32.

Scherman, tidigare i ledningen för TV4, lanserade uttrycket "*kommersiell public service*",⁶ och vissa menar att TV4 rent utav byggt sin framgång på den lokala publiken.

Ett resultat av den svenska mediestructurens förändring är friare sändningsvillkor i TV4:s sändningstillstånd, något som luckrats upp successivt. Det är myndigheten för Radio & tv som ger ut sändningstillstånd enligt följande princip:

Information om villkoren för TV4:s sändningstillstånd - sammanfattning från myndigheten för radio & tv:s webbsida.⁷

Innan myndigheten ger sändningstillstånd ska kanalen yttra sig över de villkor som myndigheten vill sätta upp. Myndigheten kan inte sätta upp villkor som inte kanalen godtagit. I det nya sändningstillståndet som började gälla 2014-04-01 har villkoret att TV4 regionalt ska sända ett bestämt antal program i ett bestämt antal orter slopats. Det nya villkoret innebär att TV4 ska sända regionala program. Myndigheten menar att en ändring i radio- och tv-lagen skulle krävas för att kunna sätta programrelaterade villkor som kanalen inte godtagit. En ändring i nämnda lag måste i så fall föregås av en bedömning om huruvida den är förenlig med Yttrandefrihetsgrundlagen.

Kommentar: Texten i sin helhet går att läsa på myndigheten för radio och tv:s webb. Se länk i fotnot.

I december 2013 togs ett första beslut om att lägga ner den lokala redaktionen i Stockholm samt lägga ner och flytta bevakningen från redaktionerna i Helsingborg, Borås och Linköping. I april 2014 kom så TV4:s ledning med beskedet om nedläggning av kanalens samtliga lokala nyhetsredaktioner. Totalt 21 redaktioner och 165 tjänster skulle ersättas med 25 inrikesreportrar, utplacerade på tio orter i landet - Göteborg, Falun, Jönköping, Luleå, Malmö, Norrköping, Skövde, Sundsvall, Umeå och Östersund. Anledningen till beslutet var enligt TV4-gruppen en prioriteringsfråga. Kanalens ledning skriver i sitt pressmeddelande att mediebranschen befinner sig i förändring, vilket kräver nya digitala satsningar av TV4.⁸

Till skillnad från många andra medieaktörer som på grund av ekonomiska problem tvingats göra nedskärningar i den lokala bevakningen, så kunde TV4 AB år 2013 redovisa sitt bästa operativa resultat någonsin. "Ett rekordår" konstaterar bolaget i årsrapporten.⁹ Nyheten om nedläggningen väckte kritik och starka reaktioner inom TV4, från andra medieaktörer, politiker och inte minst från publiken. Men trots omvärldens opposition valde TV4 att genomföra nedläggningen och den 13 juni 2014 gick kanalens sista lokala nyhetssändningar ut i etern.¹⁰

⁶ Marcus Boldemann, *TV4 mot kommersiell public service*, Dagens Nyheter, hämtad 2014-12-05, från <http://www.dn.se/kultur-noje/tv4-mot-kommersiell-public-service/> Publicerad 2004-08-23.

⁷ Myndigheten för Radio & tv, *Information om tillstånd för marksänd tv - regionala sändningar*, hämtad 2014-12-01, från <http://www.radioochtv.se/tillstand-och-registrering/tv/marksand-tv/information-om-regionala-sandningar-i-sandningstillstand/> Publicerad 2014-05-05.

⁸ TV4-gruppen (B), *TV4 lägger ned lokala nyhetssändningar - riksredaktionen förstärks med inrikesreportrar ute i landet*, hämtad 2014-12-20, från <http://www.tv4gruppen.se/Templates/TV4Gruppen/Pages/StandardPage.aspx?id=7850&epslanguage=sv> Publicerad 2014-04-09.

⁹ TV4-gruppen (A), *Årsrapport TV4-gruppen*, hämtad 2014-12-10, från http://tv4gruppen.se/Global/PDF/2014/arsrapport_TV4_2013_SV.pdf Publicerad 2014-02-05.

¹⁰ Pär Jansson, *Fredagen den 13 juni - slutet för TV4 lokalt*, Journalisten, hämtad 2014-12-17, från <http://www.journalisten.se/nyheter/fredagen-den-13-juni-slutet-tv4-lokalt> Publicerad 2014-06-13.

2. Problemformulering

Är det ett problem att TV4 har slutat att sända lokala tv-nyheter?

Många är de som skulle kunna argumentera för att TV4:s nedläggning av de lokala nyhetssändningarna inte är av någon större betydelse. Innan TV4:s intåg 1992, var SVT den enda aktören som sände regionala nyhetssändningar, och SVT:s regionala sändningar har genom alla år haft högre tittarsiffror än TV4:s lokala sändningar.¹¹ I dagstidningar ligger det lokala innehållet i topp vad gäller läsvärde,¹² och dessutom utgör nyhetssändningar på radio, gratistidningar och nyheter på olika webbsidor alternativa källor för att ta del av lokala nyheter.

Men sett ur ett större perspektiv är nyhetsmediernas uppgift att säkra en oberoende och objektiv rapportering med bredd, variation och djup - representativ för hela Sveriges befolkning.¹³ I den pågående utvecklingen av mediestrukturen centraliseras olika typer av nyhetsredaktioner till storstäderna,¹⁴ varpå lokala röster tystnar. Efter att TV4 lagt ner sina lokala redaktioner påverkas oundvikligen mångfalden, både innehållsmässigt och perspektivmässigt sett.

Studier av lokala medier, både dagspress och radio- och tv-nyheter, visar att dessa verkar som viktiga stöttepelare som bygger den lokala identiteten, förmedlar lokal information och förstärker den lokala demokratin.¹⁵ Frånvaro av lokala medier, oavsett kanal, kan leda till kunskaps- och informationsklyftor mellan medborgare med olika motivation och intresse för samhällsfrågor. Om frånvaron av medier även får till följd att vissa medborgare inte får den information de behöver och hamnar utanför det lokala samhället är det i sin tur problematiskt för ett demokratiskt och informationsmässigt jämställt samhälle, både lokalt och landsomfattande.¹⁶ Det är därför ytterst relevant att undersöka TV4:s lokala nyhetsinnehåll både innan och efter nedläggningen.

TV4:s beslut att lägga ned de lokala redaktionerna verkställdes i juni 2014, varför vår studie ligger rätt i tiden. Av naturliga skäl finns det begränsat med publicerad forskning om följderna av nedläggningen. Tidigare forskning om medborgare och lokala nyheter har ofta gjorts med betoning på tryckt press. Nyheter i tryckt press och nyheter i etermedier, särskilt i kommersiell tv, har dock till viss del olika typer av publik varav TV4:s publik är mindre benägen att ta del av andra nyhetskällor än

¹¹ Adam Shehata & Ingela Wadbring, Allt fler står utanför nyhetsvärlden, i L.Weibull, H. Oscarsson & A.Bergström (red). *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet, 2012, s.375.

¹² Ulrika Andersson & Lennart Weibull. Hur läser vi den lokala morgontidningen idag? I *Vägskäl: 43 kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM-institutet, s.426.

¹³ Pressutredningen (1995): *Vårt dagliga blad: stöd till svensk dagspress*. Kulturdepartementet. Statens offentliga utredningar; 1995:37.

¹⁴ Lars Nord & Gunnar Nygren, *Medieskugga*, Bokförlaget Atlas, Stockholm, 2002, s.1

¹⁵ Bengt Johansson, Nyheter mitt ibland oss. *Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning* Grafikerna i Kungälv, Göteborg, 1998, s.169-170; Gunnar Nygren, *Skilda medievärldar. Lokal offentlighet och lokala medier i Stockholm*. Brutus Östlings Bokförlag Symposion, Stockholm/Stehag, 2005, s.74-75.

¹⁶ Johansson, 1998, s.169-170; Bengt Johansson, *Kommunstorlek, massmedier och lokal opinionsbildning*. (Den XV nordiska kommunforskningskonferensen), Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet, 2006, s.15-16; Adam Shehata, *Programpreferenser och den svenska nyhetspubliken*. i L.Weibull, H.Oscarsson, A.Bergström (Red.), *I framtidens skugga* (s.401-411). Göteborg: SOM-institutet, 2012, s.374

SVT:s. Det är därför viktigt att kartlägga innehållet även i etermediernas nyhetssändningar. Vår studie belyser det nyhetsinnehåll som TV4:s publik tar del av och kan därför ses som ett komplement till tidigare studier, både svenska och internationella, som exempelvis Ohlsson (2014), Iyengar, Curran, Brink Lund, Salovaara-Moring, Hahn & Coen (2010) och Asp (1995).

En av de nedlagda redaktionerna var TV4 Värmland. Sedan 2010 genomför SOM-institutet en undersökning ur ett regionalt perspektiv - Värmlandsundersökningen. Resultat från denna 2010 års undersökning visar att cirka 35 procent av värmlänningarna följde TV4 Värmlands sändningar minst 3-4 gånger per vecka¹⁷, något högre än det nationella snittet för TV4:s tittare som är cirka 30 procent eller mer av befolkningen.¹⁸ I Värmlandsundersökningen analyseras bland annat kommunal demokrati, regional utveckling och lokala och regionala medier, eftersom forskarna menar att förhållandena i Värmland kan relateras till förhållandena i övriga Sverige, och i vissa fall även internationellt.¹⁹ Detta faktum gör Värmland till ett bra fall att studera.

¹⁷ Christer Clerwall, Nyhetskonsumention i Värmland. I L. Nilsson, L. Aronsson, och PO. Norell, (Red.), *Värmländska landskap* (s. 387-403). Göteborg: SOM-institutet, 2012, s.388

¹⁸ Shehata & Wadbring, 2012, s.375

¹⁹ Lennart Nilsson, Lars Aronsson och PO Norell, (Red.), *Värmländska landskap*. Göteborg: SOM-institutet, 2012, s.19.

3. Syfte och frågeställningar

Syftet med undersökningen är att kartlägga det lokala nyhetsinnehållet i TV4 före och efter nedläggningen av TV4:s lokala redaktioner.

För att besvara vårt syfte har vi formulerat följande frågeställningar:

1. *Vilket utrymme får lokala nyheter i TV4 under november 2013 respektive november 2014?*

Med den första frågeställningen avser vi att kartlägga antalet lokala nyhetsinslag i TV4 Värmlands lokala sändningar från 2013 och TV4 Nyheterna från 2013 och 2014. För att kunna dra slutsatser behöver vi få förståelse för situationen innan och efter nedläggningen. Har omorganisationen förändrat vilka nyheter som lyfts och hur de presenteras?

2. *Hur ser det lokala innehållet ut i TV4?*

Den andra frågeställningen fokuserar på vad nedläggningen inneburit för innehållet i de lokala nyhetsinslagen. Vilka ämnen värderas ha tillräckligt högt nyhetsvärde för att bli en nyhet i rikssändningarna, och finns det ämnen som helt fått stå tillbaka? Har TV4 ändrat sitt tv-nyhetsformat och vem som får synas och höras? Vad har inslagen för form?

3. *Hur ser den geografiska spridningen ut för TV4:s lokala nyhetsinslag?*

Vi anser det viktigt att titta närmare på den geografiska spridningen av lokala nyheter. Finns det orter som fått mer medialt utrymme? Finns det områden som efter nedläggningen inte längre förekommer i TV4:s nyhetsrapportering?

4. Teoretiska utgångspunkter

Vi kommer i följande avsnitt ge en teoretisk överblick över mediernas ansvar utifrån det demokratiska perspektivet, marknadsperspektivet och publikens perspektiv.

4.1 Demokrati

4.1.1 Teorin om socialt ansvar

Normativa medieteorier handlar om hur medierna bör fungera i samhället, och dessa normer är tätt kopplade till demokratimodeller och politiska synsätt.²⁰ Den sociala ansvarsteorin lyfter både mediernas och samhällets ansvar respektive rättigheter i en demokrati. Grundtanken är att medieaktörernas främsta uppgift är att ge medborgarna den information de behöver för att de ska kunna göra fria och självständiga val, samtidigt som samhället med hjälp av lagar och regleringar ska ge medierna förutsättningar att fungera på bästa möjliga sätt.²¹ Jesper Strömbäck menar att förhållandet mellan medierna och demokratin i denna mening kan liknas vid ett socialt kontrakt: *“Demokrati förutsätter medier och journalistik, och fria och självständiga medier förutsätter demokrati”*.²²

Centrala antaganden i den sociala ansvarsteorin är bland annat vikten av mångfald av kanaler och uttrycksätt, och mångfald i innehållet. Innebörden av detta är att journalistiken ska stödja samhällets demokratiska principer genom att komma med objektiv och tillförlitlig information och bidra till mångfald både i åsikter och röster, samtidigt som de ska bidra till att skapa förutsättningar för medborgarna att delta i samhällslivet.²³ Mångfald i kanaler och uttryckssätt innebär att möta de olika kommunikativa behov som medborgarna har utifrån olika preferenser, intressen och förutsättningar. Mångfald i innehållet avser ett innehåll som speglar det riktiga samhällets mångfald utifrån regionala, politiska, etniska och kulturella aspekter. En ökad mångfald är enligt en studie av Kent Asp och Lennart Weibull möjlig först när medieaktörerna tar hänsyn till publikens behov, när det finns bredd i innehållet och när det finns ett medieutbud som produceras även utanför Stockholm. Men mest avgörande menar de är bredd i strukturen och för att nå detta krävs ett starkt public service och många oberoende medieaktörer - *“mångfalden kommer till uttryck genom antalet kanaler”*, slår de fast.²⁴

Utifrån ett samhällsperspektiv kan därmed förlusten av en enskild nyhetsförmedlare få betydande konsekvenser, särskilt om det saknas likvärdiga alternativ. I fallet TV4 kan vi se att det enda alternativ som idag kvarstår för den publik som vill ta del av lokala nyheter i tv är SVT:s regionala sändningar. SVT:s sändningar har haft genomgående högre tittarsiffror än TV4, men samtidigt finns det två viktiga skillnader dem emellan att beakta.²⁵ Den ena är att TV4:s lokala bevakning varit mer finmaskig

²⁰ Dennis McQuail, *Mass Communication Theory*. 6th edition. London, 2010, s.162.

²¹ Nygren, 2005, s.36-37.

²² Anna Maria Jönsson & Jesper Strömbäck, *TV-journalistik i konkurrensens tid - Nyhets- och samhällsprogram i svensk TV 1990-2004*. Stockholm, 2007, s.28.

²³ McQuail, 2010, s.166.

²⁴ Kent Asp & Lennart Weibull, *Svenska journalister om mångfald och medier*. Stockholm, 1996, s.21, 43.

²⁵ Shehata & Wadbring, 2012, s.375.

än SVT:s, vars bevakning sker regionalt. Den andra är att TV4 presenterat nyheter med ett mer lättsamt anslag, vilket också lockat en annan publik. En färsk mottagarstudie, gjord i västra Sverige av Jonas Ohlsson vid Göteborgs universitet, visar att en betydande del - 74 procent - av de som följde TV4:s lokala utbud 2013 också såg på SVT:s regionala sändningar. Dessa personer tar alltså även efter TV4:s nedläggning del av lokala nyheter på TV, även om de eventuellt förlorat bredd i nyhetsinnehållet. Men med detta resultat följer dock problematiken med att resterande 26 procent av TV4:s tittare idag kan stå helt utan en viktig informationskanal. Ohlsson menar att utifrån publikgruppens specifika egenskaper och relativt låga intresse för nyheter så är det inte troligt att de ersätter förlusten av TV4:s lokala nyheter med någon annan nyhetskälla. Därmed kan nedläggningen av TV4:s lokala sändningar få följder - om skillnaderna mellan de som håller sig informerade om lokalsamhället och de som inte gör det ökar kan det i förlängningen leda till ökade kunskapsklyftor i samhället.²⁶

Det går att rikta kritik mot normativa teorier eftersom de kan upplevas ha passerat bäst-före-datum då de bygger på människors föreställningar istället för att utgå från faktiska förhållanden. Under de senaste åren har kritiken handlat just om att de normativa teorierna inte är lika relevanta i detta förändrade medielandskap och att en mer giltig utgångspunkt hade varit att utgå från kanalernas olika medielogik.²⁷ Dock har teorin om mediernas sociala ansvar haft mycket stor påverkan på den svenska etermediestrukturen och uppbyggnaden av public service i Sverige²⁸ och vi ser, trots kritiken, teorin om socialt ansvar som värdefull för vår studie. Från 1994 års pressutredning går att läsa:

Massmedierna fullgör tre uppgifter som är särskilt angelägna för den fria åsiktsbildningen, nämligen uppgiften att förse medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor, uppgiften att granska de inflytelserika i samhället och uppgiften att låta olika åsikter komma till tals.²⁹

Då medierna speglar samhället, och tvärtom, är förståelsen för mediernas ansvar och mediernas roll i vårt demokratiska samhälle avgörande för förståelsen av TV4:s inflytande över det svenska medielandskapet.

4.1.2 Centrum, periferi och identitet

Det svenska medielandskapet är alltså, som tagits upp i första delen av teorikapitlet, baserat på den sociala ansvarsteorin, men det bottnar även i mer basala teorier om samhällets uppbyggnad i termer av centralisering, centrum och periferi. I analysen av TV4:s inflytande och makt över mediebranschen blir centrum- och periferiperspektivet ett värdefullt verktyg.

Centrum- och periferimodellen introducerades i Skandinavien av den norska fredsforskaren Johan Galtung. Stein Rokkan och Derek W. Urwin har bidragit till den vidare forskningen om hur identitetsskapande ekonomiska och kulturella territorier förhåller sig till varandra centralt och perifert. Centrum och periferi har ett rumsligt och hierarkiskt förhållande sinsemellan - de är varandras motpoler, där centrum

²⁶ Ohlsson, 2014, s.7.

²⁷ McQuail, 2010, s.177.

²⁸ Jönsson & Strömbäck, 2007, s.28f.

²⁹ Pressutredningen, 1995.

dominerar medan periferi är underordnat och beroende. Detta förhållande visar sig horisontellt, till exempel genom att jämföra stad och landsbygd, och vertikalt genom att jämföra beslutsfattare och de som omfattas av besluten utan att ha inflytande över dem.³⁰ Mer konkret kan dessa antaganden i vår studie översättas till hur Sverige ser ut idag med glesbygd kontra storstad och förort kontra centrum, och maktstrukturer där individer i perifera områden har litet eller inget inflytande över centralt fattade beslut.

Att "*centra kontrollerar en oproportionerligt stor del av informationsflödet i förhållande till andra platser i territoriet*" som Rokkan & Urwins definition lyder,³¹ är något som Kajsa Althén och Gunnar Nygren framhåller i sin undersökning *Landsbygd i medieskugga*. Undersökningen visar takten på minskningen av nyhetsbevakning i Sverige och att det i stor utsträckning är lokal journalistik som drabbas när nedskärningar görs. Nyhetsbevakningen koncentreras till de områden med flest läsare och perifera områden riskerar då att hamna i medieskugga, helt utan bevakning.³² Denna prioritetsordning känns igen i TV4:s upplägg där lokalredaktionerna lagts ner och ersatts av lokalreportrar stationerade på ett fåtal platser i landet. Att boende och beslutsfattare i storstäderna får höras och synas mer innebär en snedvriden maktfördelning vilket får konsekvenser för politiken, ekonomin och kulturen.³³

Medierna fyller en viktig plats för att motverka skillnader mellan människor i storstäder respektive landsbygd, det är medierna som skapar de gemensamma referensramar som gör att människor, såväl medborgare som beslutsfattare, kan föra samtal om frågor som de själva inte har någon erfarenhet av.³⁴ Alla nivåer av samhällsjournalistiken hänger tätt samman. Lokala-, regionala- och riksmidier lånar ideer och inspiration av varandra - det är inte ovanligt att en nyhet har sitt ursprung i den lokala tidningen för att sedan plockas upp i regionala eller rikstäckande mediekanaler. Detta system känns igen även i TV4:s nyhetsrapportering. Det faktum att den lokala journalistiken i stor utsträckning publicerar originalnyheter som sedan hamnar i riksmidierna visar på de lokala mediernas betydande roll även utanför det lokala samhället.³⁵ Men i takt med nedmonteringen av den lokala journalistiken får centrumets kulturella, ekonomiska och politiska verklighet allt större medial plats, vilket kan få en hämmande effekt på landsbygdens utveckling. Med ett allt mer uppdelat Sverige växer människors okunskap om varandra och då ökar även klyftorna dem emellan.³⁶ Ett av många exempel på detta är att antalet nyhetsartiklar inom området landsbygdsfrågor under de senaste åren halverats. Nyheter som skildrar landsbygdens villkor har fått ge vika för nyhetsrapportering om brott och olyckor som sker runt om i landet eller så framställs en mer exotisk bild av landsbygden, inte sällan i form av en rekreationsplats för storstadsbor. När media belyser landsbygden ur blåljusets sken eller skildrar den som ett exotiskt fenomen

³⁰ Stein Rokkan & Derek W. Urwin, *Economy, Territory, Identity – Politics of West European Peripheries*. Sage Publication, London, 1983, s.2-3.

³¹ Ibid, s. 7.

³² Althén & Nygren, 2014, s.25.

³³ Ibid, s.53.

³⁴ Ibid, s.10.

³⁵ Ibid, s.13.

³⁶ Ibid, s.53.

minskas också förutsättningarna för politiska frågor och beslut som berör det Sverige som befinner sig utanför Stockholm.³⁷

4.2 Marknad

4.2.1 Kommersialisering

För etermedierna har förändringarna under de senaste årtiondena varit dramatiska. Politiska beslut, som avregleringen av public service under slutet av 80-talet, och en teknikutveckling i rasande tempo har gett både nya medier och nya medieformer vilket gjort branschen mer konkurrensutsatt. Kampen om publikmarknaden innefattar både de reklamfinansierade kanalerna liksom de public service-styrda kanalerna och forskning visar på att svenska medier har anpassat sig efter marknaden och blivit allt mer kommersialiserade.³⁸ Att medieföretagen arbetar utifrån en kommersiell logik innebär ett ökat fokus på att generera vinst och med detta kommer också ett ökat fokus på publiken och vilket utbud de vill ha. Att ha en stor publik är av betydelse för alla aktörer inom etermedierna. De kommersiella är beroende av en stor publik för att locka annonsörer; public service är visserligen skattefinansierat, men behöver publiken för att erhålla legitimitet då SVT står i medborgarnas tjänst.³⁹ Själva drivkraften i kommersialiseringen är att fånga den publik som är mest intressant för annonsören, allt för att skapa ekonomisk vinning åt medieaktören.⁴⁰ Nedan presenteras en figur som tydliggör skillnader mellan journalistik i demokratins respektive marknadens tjänst.

Figur 4.1: Skillnaden mellan en journalistik i demokratins respektive marknadens tjänst.⁴¹

	Journalistik i demokratins tjänst	Journalistik i marknadens tjänst
Journalistikens syfte	Informera	Sälja
Journalistikens syn på människor	Medborgare	Konsumenter
Journalistikens moraliska uppdragsgivare	Medborgarna	Ägare och investerare
Journalistikens ansvar	Tillhandahålla sådan information som människor behöver	Tillhandahålla sådan information som människor efterfrågar

Den ökade kommersialiseringen är ett livfullt diskuterat ämne och röster hörs både för och emot. Kritikerna hävdar att kommersialiseringen minskar mångfalden då nyhetsutbudet blir allt mer likriktat. Likriktningen kommer av att nyheter av

³⁷ Althén & Nygren, 2014, s.43.

³⁸ Anna Maria Jönsson & Jesper Strömbäck, *Mellan politik och marknad – utbudet av nyhets- och samhällsprogram mellan 1990 och 2004*. Demokratiinstitutets rapportserie nr.10, 2004, s.2. Hämtad 2014-12-01, från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:31101/FULLTEXT01.pdf>

³⁹ Jönsson & Strömbäck, 2005, s. 21-22.

⁴⁰ Ibid s.14.

⁴¹ Jönsson & Strömbäck, 2007, s.33.

informativ karaktär, och som brukar benämnas som "viktiga" nyheter, ofta är dyra att producera.⁴² Strömbäck beskriver viktiga nyheter som nyheter som människor borde ta del av, såsom "socialt relevanta ämnen, kontroversiella ämnen samt samhälle och värld".⁴³ För att kostnadseffektivisera ersätter medieaktörerna dyra nyheter med betydligt billigare material, som brott- och olycksrapportering, vilka benämns som "intressanta" nyheter. Detta vinstintresse medför alltså att egenproducerade nyheter i form av granskande och grävande journalistik till viss del ersätts med köpt färdigpaketerad nyhetsrapportering vilket bidrar till ett likriktat utbud. Kritikerna menar också att marknaden bygger på konsumenters köpkraft vilket ger ekonomiskt starka mer makt över utbudet och att detta i sig blir ett demokratiproblem.⁴⁴

Förespråkarna menar däremot att en kommersialiserad marknad, där efterfrågan styr utbudet, ökar mediekonsumenternas valfrihet vilket utmynnar i en stärkt demokrati. De hävdar också att all reglering av mediemarknaden kan ses som en inskränkning på yttrandefriheten och att kommersialiseringen leder till ökad mångfald, något som är eftersträvansvärt och viktigt. Det har av forskare konstaterats att TV4:s intåg i det svenska marknätet har gett svenskarna ökad mångfald när det gäller nyhetsutbud. TV4 har en annan framtoning än vad public service-kanalerna har. TV4 Nyheterna profilerar sig med ett mer personligt tilltal och lättsammare ton som lockar en delvis annan publik.⁴⁵

4.2.2 Medielogik

Kommersialiseringens fokus på att fånga publik, och med dem annonsörer, gör att medieaktörerna utformar nyhets- och samhällsjournalistiken efter publikens egenskaper och önsknings. Samtidigt styrs nyhetsjournalistiken liksom allt annat medialt innehåll av utpräglade formmässiga ingredienser som skapar igenkänning. Människor med liknande kulturell bakgrund kan automatiskt kategorisera mediernas olika innehåll som fakta eller fiktion, nyheter eller drama. Denna förmåga beror på att medierna har olika spelregler som de följer - en så kallad medielogik.⁴⁶ Att avvika allt för mycket från publikens syn på hur nyheter ska presenteras är helt uteslutet. Därför blir det för medieföretagen en balansgång mellan behovet av att anpassa innehållet efter publikens normativa förväntningar för att ses som seriösa nyhetsförmedlare och samtidigt möta publikens specifika egenskaper.⁴⁷

Medielogiken utgår inte enbart från publiken utan också från mediernas egna behov och förutsättningar. 1979 introducerade David Altheide och Robert Snow teorin om medielogiken:

...a form of communication; the process through which media present and transmit information. Elements of this form include the various media and the formats used by these media. Format consists, in part, of how material is organized, the style in which it is

⁴² Jönsson & Strömbäck, 2005, s.23-24.

⁴³ Jesper Strömbäck, J. (2008) (A). *På nyhetsmediernas agendor - en studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV*. Studier i Politisk kommunikation nr 18. 2008, s. 17.

⁴⁴ Jönsson & Strömbäck, 2004, s.23-24.

⁴⁵ Kent Asp, *Kommersialiserade nyheter på gott och ont*. Arbetsrapport nr 50 Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet, 1995, s.32.

⁴⁶ David L. Altheide & Robert P. Snow, *Media Logic*. London, 1979, s.10.

⁴⁷ Jönsson & Strömbäck, 2005, s.5.

*presented, the focus or emphasis on particular characteristics of behavior, and the grammar of media communication. Format becomes a framework that is used to present as well as interpret phenomena.*⁴⁸

Mediologik används för att förklara hur ett mediums innehåll formas utifrån dess teknologiska förutsättningar, organisationens utformning och interna arbetsvillkor, ekonomiska och politiska aktörer samt konkurrensen från andra medieaktörer. Dessa nämnda faktorer har enligt teorin större påverkan på vad medierna väljer att rapportera om och hur den utformas än vad verkligheten har. Den av mediet utvalda verkligheten paketeras till en nyhet och presenteras efter mediets format och dess publik.⁴⁹

Likheter i olika mediers logik är bland annat att de alla måste anpassa utbudet efter hur stor plats de har att förfoga över. För dagspress är det omfånget som är begränsande, för tv är det tidsutrymmet. Också nyhetsvärderingen är i stort sett densamma för dem alla då händelser som uppmärksammas bör vara både viktiga och intressanta.⁵⁰ Brott- och olycksrapportering är ett exempel på detta då dessa inslag ofta innehåller både dramatik och sensation, något som uppskattas av både den lokala och den nationella publiken.⁵¹ Men när det gäller uttrycksmöjligheter och tillgänglighet finns det skillnader. Tryckta medier innehåller mer information och lämpar sig väl för viktiga nyheter. Mediets egenskaper möjliggör för läsaren att läsa mer ingående eller gå tillbaka till artiklar och reportage de finner intressanta vilket gör att tidningsjournalistiken kan lyfta mer komplicerade nyheter. För tv gäller andra premisser. Tv-mediet bygger på bildsättning vilket innebär att även komplicerade ämnen, som exempelvis ekonomiska frågor, kräver bildmaterial. Detta medför att etermediernas logik prioriterar nyhetshändelser som erbjuder bilder av underhållande karaktär eller som gör sig bra i rutan. Nyhetsinslagen serveras i ett högt tempo och tittarna har inte möjligheten att gå tillbaka om det är något de missat eller inte förstått.⁵² Altheide och Snow ser tv primärt som ett underhållande medium för den stora massan, vilket betyder att såväl drama som nyheter på någon nivå har som målsättning att underhålla.⁵³

4.2.3 Nyheter med TV4-stuk

Det har gjorts flera jämförelser mellan de nyhetsprogram som public service och TV4 erbjuder, vilka visar på skillnader mellan aktörernas mediologik. Kent Asp gjorde redan 1995 en studie i likheter och skillnader mellan SVT:s Rapport och TV4 Nyheterna. Han fann att de formmässiga huvudingredienserna var de samma med kortare nyhetstelegram blandade med längre reportage, och innehållsmässiga som

⁴⁸ Altheide & Snow, 1979, s.10.

⁴⁹ Jesper Strömbäck (B), *Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan*. Statsvetenskaplig tidskrift, årg 110 nr 4, 385-405, 2008, s. 388, Hämtad 2015-01-02, från <http://journals.lub.lu.se/index.php/st/article/viewFile/8132/7230>; Håkan Hvitfelt, *Nyheterna och verkligheten. Byggstenar till en teori*. Rapport 1989:1. Journalisthögskolan, Göteborgs universitet, Göteborg, 1989, s.118, 128.

⁵⁰ Hvitfelt, 1989, s.92.

⁵¹ Andersson & Weibull, 2012, s.426-429.

⁵² Ibid, s.115, 150-151.

⁵³ Altheide & Snow, 1979, s.35, 73.

inrikes- och utrikesnyheter.⁵⁴ Då, liksom vid senare studier i ämnet, konstateras skillnader mellan kanalernas format, arbetsmetoder och dramaturgi.⁵⁵ Enligt Asp har TV4 Nyheterna ett "TV4-stuk" med mer personligt presenterade nyheter och ett högre tempo. Det läggs stor vikt vid det som är tv-mässigt, det vill säga att rapporteringen inriktas på nyheter som är intresseväckande, vilket ger TV4 Nyheterna en lättsammare och mer folklig profil.⁵⁶ Att TV4 Nyheterna skiljer sig från SVT:s nyhetsutbud är inte överraskande - ju mer kommersialiserad en mediekanal är, desto mer kan nyhetsinslagen förväntas handla om brott, kända profiler eller vara av mer underhållande karaktär för att locka tittare med lågt nyhetsintresse att fortsätta ta del av nyheterna. Den här typen av nyheter är också ofta billiga att producera, inte sällan tillhandahålls de gratis från till exempel polisen.⁵⁷ I sin studie konstaterar Asp om TV4 Nyheterna att "*någon redovisningsplikt av dagens viktigaste nyheter tycks inte existera*".⁵⁸

I vår studie tar vi hänsyn till det faktum att TV4 Nyheternas innehåll är mer orienterat mot underhållning än nyhetsutbudet från public service och därför är vår ambition inte att jämföra TV4 Nyheterna med SVT:s nyhetsprogram. Vi är medvetna om att båda aktörerna arbetar efter olika förutsättningar och därmed också har sin egen publik.⁵⁹ Med hjälp av teorier om medielogik vill vi undersöka om TV4:s omorganisation har påverkat TV4 Nyheternas nyhetsinnehåll och form.

4.3 Publiken, medborgaren, människan

4.3.1 *Uses & Gratifications*

Efter en genomgång av ovanstående teorier landar vi i att ur det demokratiska perspektivet betraktas TV4:s tittare som medborgare, medan de ur ett marknadsperspektiv ses som en betalande publik.⁶⁰ Men vad betyder detta för den enskilde medieanvändaren?

Av det medieutbud som finns att tillgå väljer mediekonsumenten medvetet den kanal med det innehåll som tillfredsställer det för stunden gällande behovet. Politik och olika samhällsfrågor kräver medier som erbjuder nyheter, gäller det underhållning eller tidsfördriv så är det troligtvis ett helt annat innehåll som lockar. Idag, i takt med att antalet nya kanaler ökar, tvingas konsumenterna vara än mer aktiva i sina mediala.⁶¹ I teorin om uses and gratifications är det motivet för människors medieanvändning som står i centrum och behoven är klassificerade i tre olika kategorier. De *kognitiva behoven* handlar om att människor söker information då de upplever ett behov av att orientera sig och få förståelse, både för det som händer i den direkta närheten och det som sker runt om i världen. *Förströelsebehovet* handlar om behovet av underhållning och en stunds avkoppling, vilket kan ge människor upplevelsen av både känslomässig och intellektuell belöning. *Identitetsbehovet*

⁵⁴ Asp, 1995, s.6-7.

⁵⁵ Ibid, s.6-7; Jönsson & Strömbäck, 2007, s.126.

⁵⁶ Asp, 1995, s.31-32.

⁵⁷ Jönsson & Strömbäck, 2005, s.17.

⁵⁸ Asp, 1995, s.31-32.

⁵⁹ Jönsson & Strömbäck, 2007, s.126; Shehata, 2012, s.408.

⁶⁰ Jönsson & Strömbäck, 2005, s.5.

⁶¹ Lars Nord & Jesper Strömbäck, (red.) *Medierna och demokratin*. Lund, 2004, s.266.

beskriver människors behov av att jämföra sig och känna samhörighet med olika individer och grupper i samhället. Mediernas innehåll kan vara till hjälp för att forma människors bild av vem de är och vem de vill vara.⁶² Gunnar Nygren pekar på att en viktig del av individens identitet just är knuten till olika geografiska platser - en platsidentitet, en känsla av samhörighet med en plats. Det finns också en relation mellan platsidentitet och demokrati, mellan känslan av samhörighet och viljan att engagera sig i demokratiska processer.⁶³ I dessa demokratiska processer spelar lokala nyhetsmedier en viktig roll som mötesplats och informationskälla för både medborgare och beslutsfattare, samtidigt som de skapar tillhörighet och lokal identitet. Forskning visar att de som följer lokal media faktiskt känner starkare tillhörighet till orten man bor på och även är mer intresserade av lokalpolitiken.⁶⁴

4.3.2 Nyheter vare sig man vill eller inte

Den svenska mediestrukturen - som inkluderar ett brett public service-betonat tv-utbud - ger goda förutsättningar även för medborgare med svagt nyhetsintresse att ta del av nyheter.⁶⁵ Bengt Johansson har studerat vilken roll lokala medier har i den kommunala opinionsbildningen och bland annat kartlagt kommunnyheternas innehåll och påverkan på lokal demokrati. Johansson menar att genom medier i olika former får vi de gemensamma referensramar som gör att vi kan föra samtal om frågor som vi själva inte har någon erfarenhet av, samtidigt som dessa medier utgör ett viktigt demokratiskt verktyg i och med att de lyfter och synliggör lokalpolitiskt beslutsfattande. På lokal nivå kan direktkontakt mellan beslutsfattare och medborgare ses som högst möjlig men verkligheten är ofta en annan - massmedierna är nästan uteslutande den enda kanalen mellan medborgare och politiker eller andra beslutsfattare och detta gäller i båda riktningarna.⁶⁶ Att följa lokala nyheter hjälper med andra ord medborgarna att hänga med i diskussioner runt fikabordet såväl som att hålla sig informerade om lokala samhällsfrågor. I detta har TV4:s lokala sändningar varit viktiga för sin målgrupp.

En grupp forskare från Finland, Danmark, Storbritannien och USA har gjort omfattande innehållsstudier på nyhetsprogram parat med surveyundersökningar av tv-tittare i respektive länder och jämfört public service-betonade mediesystem, som det finländska och danska, med det marknadsorienterade mediesystemet i USA.⁶⁷ Det finländska mediesystemet är jämförbart med det svenska med statlig television kombinerat med reglerad privatägd television, och resultatet av studien visade markanta skillnader mellan procentandelen så kallade hårda nyheter (nyheter om exempelvis politik, samhälle, ekonomi) presenterade på bästa sändningstid i exempelvis Finland jämfört mot USA. Därtill kunde forskarna konstatera att kunskapsklyftor mellan de mest och minst politiskt intresserade i Skandinavien var betydligt mindre, jämfört mot kunskapsklyftorna de amerikanska tv-tittarna

⁶² Strömbäck, 2009, s.72-73.

⁶³ Nygren, 2005, s.58-59.

⁶⁴ McLeod et. al, 1996, s.190, 201-202; Skogerbö & Winsvold, 2011, s.216.

⁶⁵ Shehata, 2012, s.402.

⁶⁶ Johansson, 2006, s.1.

⁶⁷ Shanto Iyengar, James Curran, Anker Brink Lund, Inka Salovaara-Moring, Kyu S. Hahn & Sharon Coen, *Cross-National versus Individual-Level Differences in Political Information: A Media Systems Perspective*. Journal of Elections, Public Opinion and Parties, Vol. 20, No. 3, 291-309, 2010, s.293.

uppvisade. Slutsatser som kunnat dras om de skandinaviska mediesystemen utifrån studien är att *“exponering för nyheter är mindre beroende av individens grad av intresse eller motivation”*, vilket innebär att tittare som har litet intresse och låg motivation ändå får kunskap på grund av den höga frekvensen av hårda nyheter.⁶⁸

I denna studie var enkätfrågorna av internationell karaktär och inte lokal, vilket gör det problematiskt att generalisera studien till kunskapsklyftor rörande lokal politik och lokala samhällsfrågor. Det mönster studien visar på, med sambandet mellan public service, exponering för nyheter och tittarnas politiska intresse, gör att resultaten ändå blir relevanta för vår studie och för våra resultat att förhålla oss till.

4.3.3 TV4:s publik

Ur liknande teoretisk bakgrund tar Adam Shehata sin utgångspunkt när han ur SOM-data studerat svenskarnas programpreferenser utifrån teorier om hur möjlighet att välja medieinnehåll hänger ihop med nyhetsintresse.⁶⁹ Hans resultat visar bland annat på samband mellan relativ underhållningspreferens och graden av politiskt intresse, där ett lågt politiskt intresse hänger samman med en högre underhållningspreferens, och omvänt. Både SVT och TV4 drar tittare med hög underhållningspreferens, men en stark informationspreferens ökar exponering för SVT:s nyhetssändningar, medan en stark underhållningspreferens ökar exponeringen för TV4:s nyhetssändningar. Detta betyder också att tv-tittaren, oavsett innehållspreferens, sannolikt kommer att ta del av nyheter om de väl visas på tv.⁷⁰ Fram till juni 2014 exponerades alltså även TV4-tittare med stark underhållningspreferens för både lokala nyheter och riksnyheter. Likt tidigare nämnda studie om kunskapsklyftor kommer Shehata fram till att *“genom att erbjuda mer nyheter om politik och samhälle vid flera tillfällen under bästa sändningstid ökar sannolikheten att människor som i första hand är intresserade av att titta på tv ändå tar del av detta programutbud.”*⁷¹

TV4 Nyheterna hade i 2010 års SOM-undersökning cirka trettio procent av tittarna medan SVT:s nyheter hade cirka femtio procent. På ett lokalt plan visar SOM-institutets Värmlandsundersökning att 17 procent av värmlänningarna tittade dagligen och 35 procent minst 3-4 gånger per vecka på TV4 Värmland.⁷²

Särskilt intressant för vår studie är den del av TV4:s tittare som enligt tidigare nämnda studier kan stå helt utan viktig lokal information efter nedläggningen. Studier visar att denna publikgrupp i större utsträckning än övriga i undersökningen består av ungdomar, personer med lågt politiskt intresse och personer utanför arbetsmarknaden.⁷³ För dessa personer är tv ett viktigt medium till lokal information då tv-nyheter i större utsträckning fångar upp medborgare med lägre utbildning och personer med ett lågt politiskt intresse som inte läser morgontidningar eller lyssnar på nyheter på radio.⁷⁴

⁶⁸ Iyengar et.al, 2010, s.293.

⁶⁹ Shehata, 2012, s.401.

⁷⁰ Ibid, s.407-409.

⁷¹ Ibid, s.402.

⁷² Clerwall, 2012, s.388.

⁷³ Ohlsson, 2014, s.7.

⁷⁴ Shehata & Wadbring, 2012, s.377.

Enligt de studier vi tagit del av kan sammanfattningsvis sägas att för att bibehålla de för public service-styrda mediasystem markant *små* kunskapsklyftorna mellan människor med låg respektive hög utbildningsgrad och de med minst och de med mest intresse för lokal politik och samhällsfrågor, är det viktigt att medborgare med hög underhållningspreferens frekvent exponeras för nyheter om politik och samhälle.

4.4 Sammanfattning

Vi har i avsnittet ovan presenterat de teorier vilka vi har som utgångspunkt för kartläggningen av det lokala nyhetsinnehållet i TV4 innan och efter nedläggningen av de lokala redaktionerna.

Normativa teorier om mediernas skyldigheter och rättigheter har länge varit mediestrukturens grundvalar. Samhället och medierna har stöttat varandra och mångfalden har setts som en stor fördel för medborgarna. Enligt den sociala ansvarsteorin har medierna plikten att förmedla sådan information som medborgarna behöver för att kunna göra självständiga val och delta i demokratiska beslutsprocesser.⁷⁵ Samtidigt verkar flertalet av medieaktörerna på en fri marknad där det råder konkurrens om annonsörernas investeringar och om publiken. Med ett ökat fokus på vinst och kostnadseffektivisering talas det idag om en allt mer kommersialiserad marknad.⁷⁶ Kommersialiseringen har visat sig slå hårt mot lokaljournalistiken då medieaktörerna behövt göra nedskärningar på grund av ökad konkurrens och mindre lönsamhet.⁷⁷ Forskning visar på att den lokala journalistiken är viktig för den lokala identiteten, känslan av samhörighet och för det politiska intresset och engagemanget.⁷⁸ Genom att lokala nyhetsinslag plockas upp av rikstäckande medier bidrar den lokala journalistiken också till att skapa gemensamma referensramar och motverka skillnader mellan människor i storstäder respektive landsbygd.⁷⁹

Kommersialiseringen påverkar även nyhetsutbudet. TV4, som har en publik med hög underhållningspreferens,⁸⁰ formar nyhetsutbudet efter tittarnas behov av att bli roade.⁸¹ Nedläggningen av de lokala redaktionerna har ändrat de teknologiska, organisatoriska, arbetsmässiga, ekonomiska och politiska förutsättningarna som styr TV4:s arbete.⁸² För de i TV4:s publik som fortsätter följa den lokala bevakningen i andra mediekkanaler betyder nedläggningen bara ett minskat lokalt nyhetsinnehåll. För den del av TV4:s publik som väljer ett annat medieinnehåll framför att ta del av nyheter kan nedläggningen betyda att de idag står helt utan viktig lokal information. Det senare är en utveckling som i ett samhälle kan öka klyftor mellan människor och i förlängningen också påverka den lokala demokratin.⁸³

⁷⁵ Nygren, 2005, s.36-37.

⁷⁶ Jönsson & Strömbäck, 2004, s.2.

⁷⁷ Althén & Nygren, 2014, s.25.

⁷⁸ Nygren, 2005, s.58-59.

⁷⁹ Althén & Nygren, 2014, s.10, 13.

⁸⁰ Shehata, 2012, s.402.

⁸¹ Strömbäck, 2009, s.72-73.

⁸² Hvitfelt, 1989, s.118, 128.

⁸³ Iyengar et.al, 2010, s.293.

5. Metod

Vårt arbete startade med ett möte med uppdragsgivarna på Uppdrag granskning, SVT. Deras önskemål var att vi dels skulle undersöka vad som har hänt med TV4:s nyhetsutbud efter nedläggningen av de lokala redaktionerna och dels vilka utfästelser TV4 gjort. Uppdragsgivarna gav oss fria händer att bedöma vad som var empiriskt och tidsmässigt genomförbart samt att bestämma vilken riktning studien skulle ta och lämplig forskningsdesign. Vi höll kontakten under hela arbetets gång. Utöver ämnet som våra uppdragsgivare satt hade de ett annat önskemål - att vi om möjligt skulle inkludera TV4 Värmland i studien.

5.1 Innehållsanalys som metod

Det finns flera alternativa vägar att gå för att undersöka vad förändringen i TV4:s nyhetsutbud har inneburit. Utifrån vårt syfte, att kartlägga det lokala nyhetsinnehållet i TV4 före och efter nedläggningen av TV4:s lokala redaktioner, valde vi att använda oss av kvantitativ innehållsanalys som metod. Den kvantitativa innehållsanalysen gav oss möjligheter till snabb och enkel datainsamling, i det hänseende att vi med relativ lätthet kunde komma åt analysenheterna, och inte heller var beroende av tredje part som vid exempelvis en enkätstudie. Framför allt kunde vi med denna metod mäta nyhetsinslagens frekvens och utrymme, samtidigt som den kvantitativa innehållsanalysen är ett utmärkt verktyg för att beskriva likheter och skillnader i det studerade nyhetsinnehållet.⁸⁴ Metoden tillåter oss med andra ord att hantera en större mängd data, och att presentera resultaten med jämförbara siffror vilket gör datan mer lättillgänglig.

Vi upplever det dessutom lättare att generalisera utifrån en kvantitativ innehållsstudie än med våra andra tänkbara alternativ, till exempel kvalitativ intervjustudie som baseras på enbart enskilda personers åsikter.⁸⁵ Metodvalet ökar också möjligheten att vara flexibel i urvalet då antalet sändningar som kodas och analyseras enkelt kan utökas och anpassas efter hur vi ligger till i tidsschemat.

Andra möjligheter hade varit att göra en mottagarstudie, exempelvis genom kvalitativa intervjuer, fokusgrupper eller en kvantitativ enkätundersökning. Med mottagaren som utgångspunkt hade vi kunnat ringa in vilken betydelse TV4:s lokalbevakning haft för tittarna, och vad de ersatt TV4:s lokala sändningar med - om de ersatt dem med något alls, något som varit högst intressant ur det demokratiska perspektiv vi utgått från. Vad vi landade i efter att ha diskuterat dessa olika valmöjligheter var vikten av att först få förståelse för vad som har hänt. Vi menar att en kartläggning av vilka likheter och skillnader det finns mellan nyhetsutbudet åren 2013 och 2014 är det första steget att ta för att få förståelse för situationen. Utifrån resultaten finns det sedan förutsättningar för att gå vidare med mottagarstudier.

⁸⁴ Peter Esaisasson, Mikael Gilljam, Henrik Oscarsson & Lena Wängnerud, *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*, Nordstedts Juridik AB, Stockholm, 2012, s.197-198.

⁸⁵ *Ibid*, s.198.

5.2 Begreppsdefinitioner

I detta avsnitt förklarar vi hur vi definierar olika återkommande begrepp i vår undersökning. Begreppsdefinitionerna är baserade på definitioner från andra liknande studier⁸⁶ samt SVT:s och TV4:s egna definitioner. Våra begreppsdefinitioner kan därmed inte sägas vara allmänt vedertagna, utan är våra egna nödvändiga ställningstaganden för att kunna genomföra undersökningen efter vårt givna syfte och våra frågeställningar.

- **Lokalnyhet**
Ett inslag om en händelse kopplad till en namngiven geografisk plats.
- **Lokalnyhet Värmland**
Ett inslag om en händelse kopplad till en namngiven geografisk plats i Värmland eller en nyhet från TV4 Värmland där det framgår att inslaget handlar om Värmland, även om en specifik ort inte nämns.
- **Riksnyhet**
Ett inslag om ett fenomen eller en händelse som inte är geografiskt bunden samt alla inslag som handlar om Sveriges regering, riksdag, kungahus, eller nationellt styrande organ. Vi definierar även nyhetsinslag som handlar om nationell säkerhet eller Försvarsmakten på ett nationellt plan som riksnyheter. Om nyhetsinslaget däremot handlar om ett specifikt regemente eller en ort som påverkas av Försvarsmakten eller liknande, definierar vi det som en lokalnyhet. Inslag som är kopplade till en specifik institution (till exempel en forskare från Karolinska institutet som uttalar sig) men där inte den geografiska platsen namnges definierar vi som riksnyheter.
- **Utrikesnyhet**
Ett inslag om en händelse eller ett fenomen som utspelar sig utanför Sverige och där det i huvudsak inte handlar om en svensk medborgare.
- **Nyhetstelegram**
En av nyhetsankaret uppläst nyhetstext.
- **Nyhetsinslag + bild**
Ett nyhetsinslag där nyhetsankare eller en annan reporter läser nyheten samtidigt som stilla eller rörlig bild som är kopplade till nyheten visas.
- **Reportage**
Ett nyhetsinslag där reporter är fysiskt på plats och presenterar händelsen (som voiceover eller framför kameran) och eventuellt även intervjuar någon på plats.
- **Huvudaktör**
Den aktör som enligt huvudandelsprincipen syns eller hörs mest i det aktuella inslaget.⁸⁷ Med politiker avses politiker. Med experter avses personer som kommenterar något i egenskap av expert på området. Med offentlig person avses en person känd för den breda allmänheten. Med företrädare avses person som

⁸⁶ Bengt Johansson & Eva Berglie, *Att bevaka en region: om regionreportrarna och nyhetsbevakningen av Västra Götalandsregionen*. Förvaltningshögskolan, Göteborgs universitet, Göteborg, 2007, s.28-31; Bengt Johansson & Eva Berglie, *Mot lokalvinklade regionnyheter*, i S. Johansson & L. Nilsson (red.) *Att bygga, att bo, att leva. En bok om Västsverige*. Livréna AB, Göteborg, 2009, s.152-155; Ohlsson, 2014, s.2-3, 9-12.

⁸⁷ Esaiasson et al., 2012, s.207.

representerar ett företag, organisation, yrkeskår, organ eller rättsliga instans. Med medborgare avses privatperson som förekommer i roll som medborgare.

Med *perspektiv* avser vi att särskilja de nyhetsinslag som är intressanta för en lokal publik och de nyhetsinslag som är intressanta för en nationell publik.

- **Lokalnyhet med lokalt perspektiv**
En händelse kopplad till en geografisk plats som främst berör dem i geografisk närhet, och/eller är en isolerad företeelse. Exempelvis ett nyhetsinslag om vägglöss på ett sjukhus i Stockholm är en lokalnyhet med lokalt perspektiv.
- **Lokalnyhet med nationellt perspektiv**
Ett inslag kopplat till en geografisk plats som visar på eller berör ett större fenomen, och/eller är av riksintresse och/eller är ett fall av någonting större. Exempelvis ett nyhetsinslag om att rån mot äldre ökar. I inslaget lyfts en rånad medborgare från Skövde.
- **Riksnyhet med lokalt perspektiv**
Ett inslag som rör en riksangelägenhet eller handlar om riksdag, regering, men ändå är mest intressant för en lokal/regional publik. Exempelvis ett inslag om att Kriminalvården förlägger sitt kontor i Stockholm trots att myndigheten ligger i Norrköping.
- **Riksnyhet med nationellt perspektiv**
Ett inslag som handlar om en riksangelägenhet eller en händelse som är en del av ett större fenomen och där inte en namngiven geografisk plats förekommer samt inslag som handlar om Sveriges regering, riksdag, kungahus, eller nationellt styrande organ och är intressanta och relevanta för en nationell publik. Exempelvis ett nyhetsinslag om att en ny rikspolischef tillsatts.

5.3 Urval

Kan man jämföra utbudet nyheter från 2013 med utbudet från 2014, med vetskapen om att hälften av urvalet inte längre finns? Till en början kändes det svårt att bestämma analysenheterna. Det som hjälpte oss var att trots att de lokala sändningarna har upphört menar TV4 att de fortfarande låter lokala nyheter synas, fast nu integrerade i TV4 Nyheterna. Därför är det i ordets rätta bemärkelse inte en jämförelse vi gör, utan mer en jämförande kartläggning av det lokala innehållet från ett år till ett annat.

Att göra ett för studien relevant urval och nödvändiga avgränsningar är viktiga delar av metoden, och vi hade flera alternativa vägar att gå. Vi kunde ha undersökt enbart TV4:s nyhetssändningar, undersökt både TV4:s och SVT:s nyhetssändningar eller även valt att inkludera TV4:s webbnyheter. Om vi valt att undersöka även SVT:s nyhetssändningar under samma period hade vi kunnat få en tydlig bild av det totala lokala nyhetsinnehållet, och likheter och skillnader i innehållet kanalerna emellan. Efter diskussion var vi eniga om att vi med vår tidsram och önskan om att få en klarare bild av just TV4:s lokala nyhetsinnehåll ville fokusera enbart på TV4:s tv-nyheter. Hade vi valt att inkludera TV4:s webbnyheter hade vi fått en bättre bild av det totala utbud som TV4 erbjuder. Detta hade varit intressant dels eftersom digitala satsningar är något ledningen för TV4 lyfter i motivet till att lägga ner

lokalredaktionerna, och dels eftersom allt fler använder webben för nyhetskonsumtion.⁸⁸ TV4:s webb består dock av en blandning av hela nyhetssändningar, nyhetsklipp och extra material samt nyhetsartiklar. Detta mycket omfattande innehåll hade tagit oss lång tid att koda och analysera. Genom att välja enbart TV4:s tv-nyheter fick vi tidsmässigt sett bättre möjligheter att analysera en längre period av nyhetssändningar under respektive år.

5.3.1 Urval av medietexter

I vår studie har vi utgått från det totala tv-nyhetsutbudet, bestående av både lokala och nationella nyhetsinslag, som TV4 erbjudit tittarna under november 2013 och november 2014. Under 2013 utgörs de analyserade medietexterna av både TV4 Värmlands nyhetssändningar och TV4 Nyheterna, alltså rikssändningar. Under 2014 utgörs de analyserade medietexterna av TV4 Nyheterna. TV4 sänder nyheter vid flera tillfällen under dagen, men till huvudsändningarna hör 19-nyheterna och 22-nyheterna - båda två är nyhetssändningar under bästa sändningstid.⁸⁹ Under 2013 sändes TV4:s lokala nyhetssändningar i anslutning till TV4 Nyheterna.

5.3.2 Urval av sändningar

Valet av tidsperiod begränsades av att nedläggningen ligger så pass nära i tid och ytterligare på grund av valet till riksdag, kommun och landsting i september. Detta eftersom valrörelsen fick stor uppmärksamhet i alla medier, och att undersöka tv-nyheterna under denna period skulle kunna ge en missvisande bild av innehållet och därmed påverka vårt undersökningsresultat. Därav valde vi en tidsperiod så långt efter valrörelsen som möjligt. Vi genomförde stickprov både i de riksomfattande nyheterna och i Värmlandnyheterna för att säkerställa att november 2013 och 2014 var så representativa och normala nyhetsmånader som möjligt. Normala i betydelsen att nyhetsbevakningen i perioderna inte färgades av specifika eller extrema händelser som i sådant fall hade gett en missvisande bild.⁹⁰ Under arbetets gång kunde vi konstatera att oberoende veckodag var alla nyhetssändningar innehållsligt lika. Även om vi hade fått ännu mer exakt information genom att analysera flera sändningar, har vi hittat specifika mönster som kännetecknar respektive års nyhetssändningar. Vi tror därmed att vår data kommer att ge en relativt rättvis bild av TV4:s nyhetsrapportering.

Vårt primära urval är 22-nyheterna, dels eftersom den sändningen tillhör en av huvudsändningarna, dels då detta är vardagarnas längsta sändning. Om 22-nyheterna av någon anledning uteblivit har vi sekundärt valt 19-nyheterna. Om båda huvudsändningarna uteblivit har vi inte ersatt med någon annan sändning, detta för att vara konsekventa med vårt urval. Vi har valt enbart en nyhetssändning per dag för att undvika upprepning av innehåll. Dessutom hade det tidsmässigt varit svårt att analysera flera nyhetssändningar per dag utan att behöva minska på antalet dagar. Vår uppfattning är att vårt resultat gagnats av ett större antal dagar med en

⁸⁸ Ulrika Andersson, Emelie Dimberg & Julia Ingemarsson, "Lokalt var nog viktigare förr" i A. Bergström och J. Ohlsson (red.), *Brytningstider. Samhälle, opinion och medier i Västsverige*. SOM-institutet, Göteborg, 2014, s.166.

⁸⁹ Jönsson & Strömbäck, 2004, s.16.

⁹⁰ Mats Ekström & Larsåke Larsson (red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap*, Studentlitteratur AB, Lund, 2012, s.129-130.

nyhetssändning per dag, framför fler nyhetssändningar per dag under en kortare tidsperiod.

5.3.3 Urval av analysenheter

TV4 Nyheterna är uppbyggda i fyra block: utrikes/inrikes/lokalt, ekonominyheter, sport samt väder. Dessa block skiljs åt av reklampauser. Vår studies analysenheter utgörs av samtliga nyhetsinslag i det första blocket, utrikes/inrikes/lokalt. För TV4 Värmland utgörs analysenheterna av hela sändningen, då det endast är ett block och inte uppbyggt enligt samma disposition som TV4 Nyheterna.

Vad gäller ekonominyheterna var vi något osäkra på huruvida de skulle inkluderas. Då vi ville att variablerna och begreppsdefinitionerna skulle vara giltiga för samtliga analysenheter, oberoende av om det var lokalsändningar eller rikssändningar, bestämde vi oss dock för att utesluta dem. Skälet till det var att ekonominyheterna till sin natur oftast är av utrikes- eller av riksomfattande karaktär, samt att vi inte upplevde att de skulle tillföra något ytterligare till vår studie. Vad gällde sportnyheterna var det desto svårare. Dels för att sport är något som rapporteras om även i lokala sändningar, och dels är av stort lokalt intresse och en viktig bärare av känslor av lokal identifikation och identitet.⁹¹ Att vi beslutade oss för att inte inkludera dem beror på att sport får ett mycket stort utrymme i media ändå. Många tittar på sportsändningar utan att titta på nyheter, och att gå miste om sportsändningar inte är problematiskt ur ett demokratiskt perspektiv på samma sätt som att gå miste om nyhetssändningar, oavsett om de är lokala eller nationella.⁹² De relativt få sportnyhetsinslag och ekonominyhetsinslag som ändå förekommit i de analyserade inslagen har vi kodat som sport och ekonomi.

Totalt har vi analyserat 19 sändningar från TV4 Värmland, 30 sändningar från TV4 Nyheterna 2013 och 30 sändningar från TV4 Nyheterna 2014. Det mindre antalet från TV4 Värmland beror på att lokalnyheterna endast sändes måndag-torsdag samt vissa fredagar. Dessa 79 sändningar innehåller tillsammans 644 nyhetsinslag som utgör våra analysenheter. Totalt motsvarar urvalet cirka 16 timmar av nyhetssändningar.

5.4 Tillvägagångsätt

Vi använde tv4.se som databas för TV4 Nyheterna 2014 och delvis också för TV4 Nyheterna 2013, då sändningarna gick att streama från webbsidan. Sändningarna från TV4 Värmland fanns inte tillgängliga på tv4.se utan fick beställas från Svensk Mediedatabas (SMDB) på Kungliga Biblioteket i Stockholm.

5.4.1 Kodning

Innan kodningsarbetet gjorde vi utifrån våra frågeställningar en kodbok med alla variabler, där frågeställningarna med underfrågor användes som riktlinjer för variablernas utformning. För att få spridning på materialet och ta kontroll över

⁹¹ Althén & Nygren, 2014, s.10.

⁹² Ekström & Larsson, 2012, s.131.

interkodarreliabiliteten delade vi medietexterna mellan oss så att varje person kodade en tredjedel av respektive medietext.⁹³

Efter ett första utkast till kodschema gjorde vi en testkodning av TV4 Nyheterna 2014. Under testkodningen upplevde vi vissa svårigheter med variablerna och begreppsdefinitionerna. Vi insåg att några variabelvärden och hela variabler saknades för att få tillräcklig och relevant information inför analysarbetet. För att säkerställa att vi gjort vad vi kunnat för att uppnå en så hög reliabilitet som möjligt i denna undersökning, gick vi igenom begreppsdefinitionerna, kodanvisningarna och variablerna igen och testkodade på nytt. När testomgången var genomförd kände vi slutligen förtroende för kodschemat. När den skarpa kodningen så småningom var avslutad gick vi gemensamt igenom datamängden och gjorde körningar för att jämföra frekvensfördelningen oss tre kodare emellan, detta för att hitta eventuella felkodningar.⁹⁴ Vår kodning visade sig överensstämma sinsemellan.

5.4.2 Variabler

Den slutgiltiga kodboken rymmer femton variabler bestående av både bestämda variabelvärden och öppna svarsfält. Våra variabler är utformade efter våra frågeställningar och består av både identifikationsvariabler och innehållsliga variabler. Identifieringsvariablerna är av mer allmän karaktär och ger bakgrundsinformation som vilket nyhetsprogram som avses, datum, veckodag och vem som kodat inslaget (variabel 1-3, 11). Övriga variabler är så kallade innehållsliga variabler vilka har som uppgift att ge en bild av innehållet. Dessa är grundläggande för vår analys och exempel på innehållsliga variabler är geografisk spridning, ämnesområde, huvudaktör och vilken typ av inslag det är, som lokalnyhet, lokalnyhet Värmland, riksnnyhet eller utrikesnyhet (variabel 4-10, 12-15). Hela kodschemat finns som bilaga 1.⁹⁵

5.4.3 Problem knutna till metoden

Vi hade inledningsvis problem med de för kodningen nödvändiga begreppsdefinitionerna. Att definiera lokala nyheter var det som var svårast. Vi började med att titta på tidigare forskning som inte visade sig ge någon tydlig och självklar definition, men ändå bidrog med vissa gemensamma drag. TV4 och SVT tillfrågades också om hur de definierade lokala nyheter, vilket inte heller gav något entydigt svar. Efter det insåg vi att vi var tvungna att sätta ner foten och gemensamt bestämma en definition, givetvis med stöd i tidigare forskning. Efter testkodning och justering av begreppen, blev vi slutligen nöjda då vi kände oss trygga i att definitionerna inte gav nämnvärt tolkningsutrymme.

En svårighet av mer praktisk natur var tillgång till sändningarna. De lokala sändningarna fick beställas från SMDB och kunde endast koda av en person åt gången på plats i det audiovisuella rummet på Humanistiska biblioteket vid Göteborgs universitet. Dessa omständigheter påverkade i viss utsträckning hur många analysenheter vi hann gå igenom.

⁹³ Ekström & Larsson, 2012, s.147.

⁹⁴ Esaiasson et al., 2012, s.200-201.

⁹⁵ Ekström & Larsson, 2012, s.144; Esaiasson et al., 2012, s.204.

5.4.4 Reliabilitet och validitet

Vi har under arbetets gång försökt säkerställa kvaliteten på undersökningen. För innehållsanalys är en stor del av studiens reliabilitet en fråga om reproducerbarhet och därför har vi försökt göra vår studie så transparent som möjligt. Innan själva kodningen och analysen fastslog vi gemensamma begreppsdefinitioner, tolkningsregler och kodningsprinciper för undersökningen. Detta hjälpte oss att undvika personliga tolkningar och felkategoriseringar av nyhetsinslag - något som hade kunnat ge oss ett annorlunda eller vinklat resultat. Tydliga definitioner och regler gör det även möjligt att replikera vår studie. Reliabiliteten hade kunnat öka om vi kodade alla inslag tillsammans, men med vår tidsram var detta inte möjligt. Istället testkodade vi innan vi påbörjade den empiriska delen och dubbelkollade vår resultatdata efter den slutgiltiga kodningen. På detta vis kunde vi konstatera att vi hade kodat likadant och vara säkra på att vår studie hade en god reliabilitet. Det finns alltid en möjlighet att den mänskliga faktorn påverkar reliabiliteten, vi har dock försökt att undvika detta genom en gemensam genomgång av vår resultatdata samt ett reliabilitetstest.⁹⁶ Vi har valt att endast undersöka november månad under 2013 och 2014. Detta kommer visserligen inte ge en fullständigt säker bild av hela årets nyhetsinnehåll, men vi anser dock att vi med hjälp av stickprov valt den mest representativa månaden den period vi hade att välja på.

Att bedöma studiens validitet innebär kort sagt att bedöma om vi undersöker det vi säger att vi undersöker. Vi har utformat kodschemat utifrån vårt syfte och våra frågeställningar och kodschemat är därefter noga testat och modifierat, vilket är i linje med begreppsvaliditeten.⁹⁷ Vi har sedan följt kodschemat med hjälp av de instruktioner och exempel vi gemensamt tagit fram.

Vi började tidigt med inläsning av litteratur och tycker oss vara väl orienterade i teorierna vi valt. Detta har hjälpt oss att göra jämförelser mellan analysenheterna och att, utifrån resultaten, förankra våra slutsatser i teorierna. Vi har gjort vissa avgränsningar som till exempel att vi bara analyserar TV4:s nyheter och att vi har valt att analysera enbart huvudsändningen kl. 22.00 för TV4 Nyheterna och den lokala huvudsändningen för TV4 Värmland. Dessa avgränsningar gör både analyser och jämförelser möjliga, vilket sammantaget med resulterar i en god resultatvaliditet.⁹⁸

Att vi på vår uppdragsgivares initiativ valde Värmland som fall att studera kan tyckas som ett enbart praktiskt urval, men då vi diskuterat förutsättningarna sinsemellan tycker vi inte att valet står i konflikt med den externa validiteten.⁹⁹ Vi kom istället fram till att Värmland är ett mycket lämpligt fall att studera, och att det är mycket troligt att vi hade valt Värmland som fall oavsett uppdragsgivarens önskemål. Lokalredaktionen i Karlstad har inte ersatts med någon lokalreporter och det var därför intressant att titta närmre på detta som ett fall för att kunna applicera på andra sändningsområden som råkat ut för samma sak – särskilt eftersom förhållandena i Värmland i hög grad speglar förhållandena i övriga Sverige.¹⁰⁰ Med tanke på teorier

⁹⁶ Esaiasson et al., 2012, s.57-58, 64.

⁹⁷ Ibid, s.57-58.

⁹⁸ Ibid, s.57.

⁹⁹ Ibid, s.156.

¹⁰⁰ Nilsson et al., 2012, s.19.

om medieskugga ansåg vi det vara mer intressant att välja Värmland än något av de redaktionsområden som fått behålla en riksreporter. När vi sökte efter fall att studera insåg vi också att Värmland var lämpligt inte minst med tanke på aspekter av teorier om centrum och periferi.

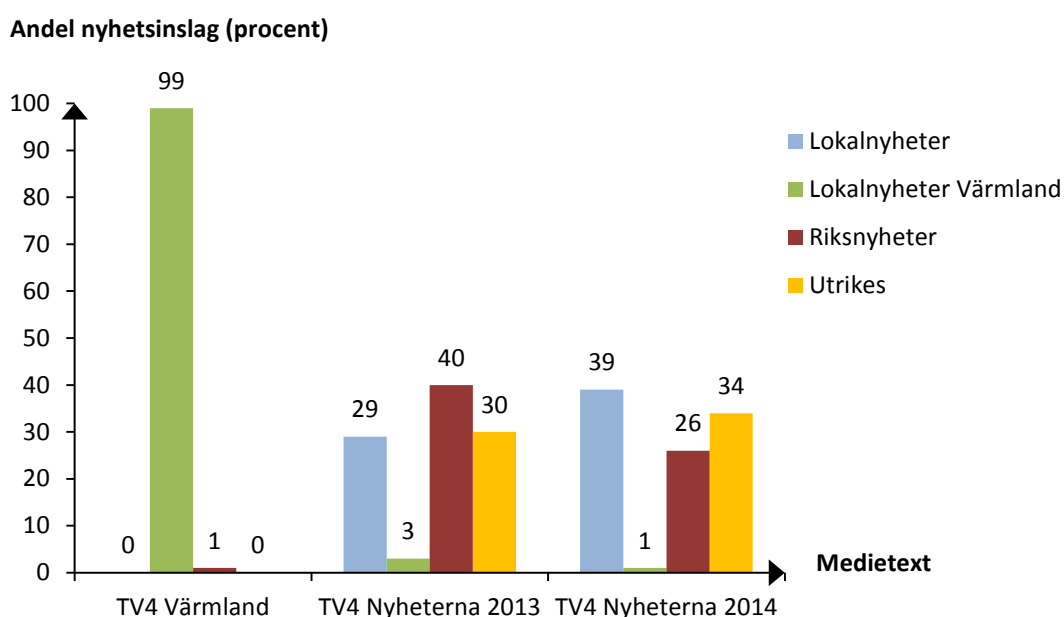
6. Resultat och analys

I följande kapitel redovisas våra undersökningresultat utifrån vårt syfte att kartlägga det lokala nyhetsinnehållet i TV4 innan och efter nedläggningen av TV4:s lokala redaktioner. Vi har valt att presentera vår analys tillsammans med resultaten då vi anser att detta ger en större förståelse för studiens empiri. Kapitlet är strukturerat efter våra tre frågeställningar.

6.1 Lokala nyheter i TV4

Vår första frågeställning, *vilket utrymme får lokala nyheter i TV4 under november 2013 respektive november 2014*, syftar till att synliggöra eventuella förändringar. Vi belyser detta genom en kartläggning av nyhetsfördelningen i TV4 Nyheterna 2013, TV4 Nyheterna 2014 och TV4 Värmland. Nyhetsinslagen har delats in i fyra analysenheter - *lokalnyheter, lokalnyheter Värmland, riksnyheter och utrikesnyheter*. De figurer som följer visar andelen nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014.

Figur 6.1 Fördelning av nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)



Kommentar: Figuren visar det utrymme nyhetsinslagen i de olika kategorierna fått i respektive medietext. N-tal TV4 Värmland: 87; n-tal TV4 Nyheterna 2013: 249; n-tal TV4 Nyheterna 2014: 308. Att andelen inslag från TV4 Nyheterna 2013 inte summerar till 100 beror på avrundning.

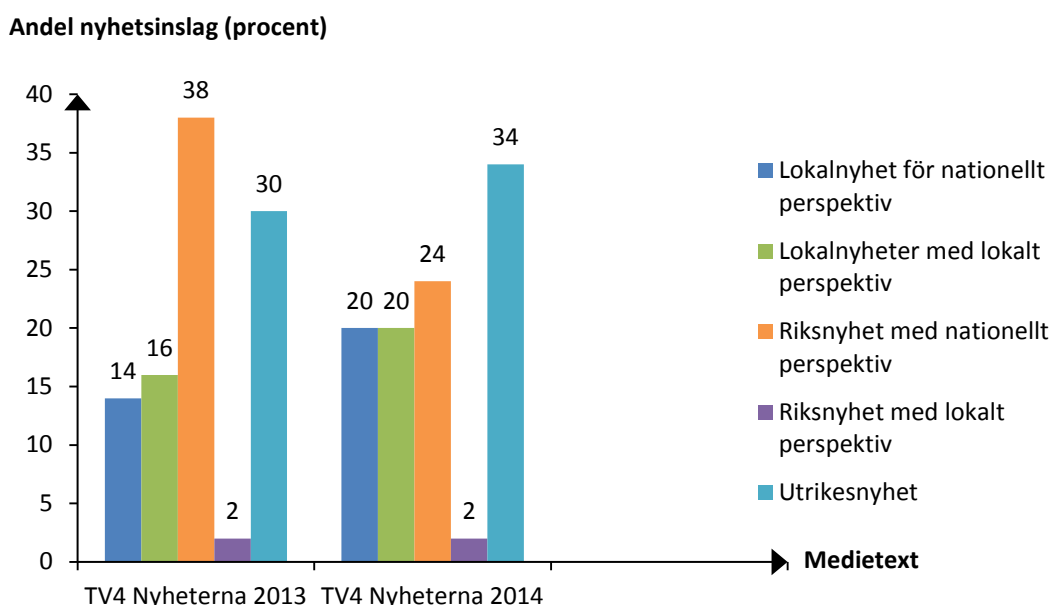
TV4 Värmland sände totalt 87 inslag. Av dem var 99 % lokalnyheter Värmland och 1 % riksnyheter.

TV4 Nyheterna 2013 sände totalt 249 inslag. Av dem var 29 % lokalnyheter, 3 % lokalnyheter Värmland, 40 % riksnyheter och 30 % utrikesnyheter.

TV4 Nyheterna 2014 sände totalt 308 inslag. Av dem var 39 % lokalnyheter, 1 % lokalnyheter Värmland, 26 % riksnyheter och 34 % utrikesnyheter.

Figur 6.1 visar att andelen lokala nyhetsinslag ökat med 10 procentenheter i TV4 Nyheterna 2014 jämfört mot TV4 Nyheterna 2013, från 29 till 39 procent. Andelen riksnyheter har däremot minskat med 14 procentenheter, från 40 till 26 procent.

Figur 6.2 Fördelning av nyhetsinslag utifrån perspektiv i TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)



Kommentar: Figuren visar det utrymme som nyhetsinslagen utifrån de olika perspektiven fått i respektive medietext. N-tal TV4 Nyheterna 2013: 249; n-tal TV4 Nyheterna 2014: 308.

TV4 Nyheterna 2013 sände 14 % lokalnyheter med nationellt perspektiv, 16 % lokalnyheter med lokalt perspektiv, 38 % riksnyheter med nationellt perspektiv, 2 % riksnyheter med lokalt perspektiv och 30 % utrikesnyheter.

TV4 Nyheterna 2014 sände 20 % lokalnyheter med nationellt perspektiv, 20 % lokalnyheter med lokalt perspektiv, 24 % riksnyheter med nationellt perspektiv, 2 % riksnyheter med lokalt perspektiv och 34 % utrikesnyheter.

Diagrammet visar att både andelen lokalnyheter med lokalt perspektiv och lokalnyheter med nationellt perspektiv har ökat, liksom andelen utrikesnyheter. Samtidigt har andelen riksnyheter med nationellt perspektiv dalat.

6.1.1 Analys

Det totala antalet nyhetsinslag har ökat i TV4 Nyheterna (bilaga 2, tabell 4). När beslutet om nedläggningen av de lokala redaktionerna offentliggjordes presenterade TV4:s ledning olika förändringar i TV4 Nyheterna, vilka eventuellt kan ses som en kompensation från TV4:s sida för det förlorade lokala nyhetsutbudet – TV4 Nyheterna skulle förlängas och nyhetsinslagen i riksnyheter skulle få en ökad lokal förankring.¹⁰¹ Detta har också skett, resultaten visar att det totala antalet nyhetsinslag 2014 har ökat med i snitt två nyhetsinslag per sändning mot 2013. Beräkningar utifrån vår totala analyserade datamängd (ej visualiserad) visar att TV4 Nyheternas sändningstid har utökats med i genomsnitt 2 minuter 44 sekunder per sändning.

Resultatet som visualiseras i figur 6.1 visar att det förekommer fler lokala inslag i TV4 Nyheterna efter nedläggningen av de lokala redaktionerna. För att få bättre förståelse för nyhetsinslagens relevans för tittarna presenterar vi i figur 6.2 nyhetsinslag utifrån vilket perspektiv de har. Detta för att tydliggöra vilka lokala nyheter som främst är angelägna för den lokala publiken och vilka som är av intresse för den nationella publiken.

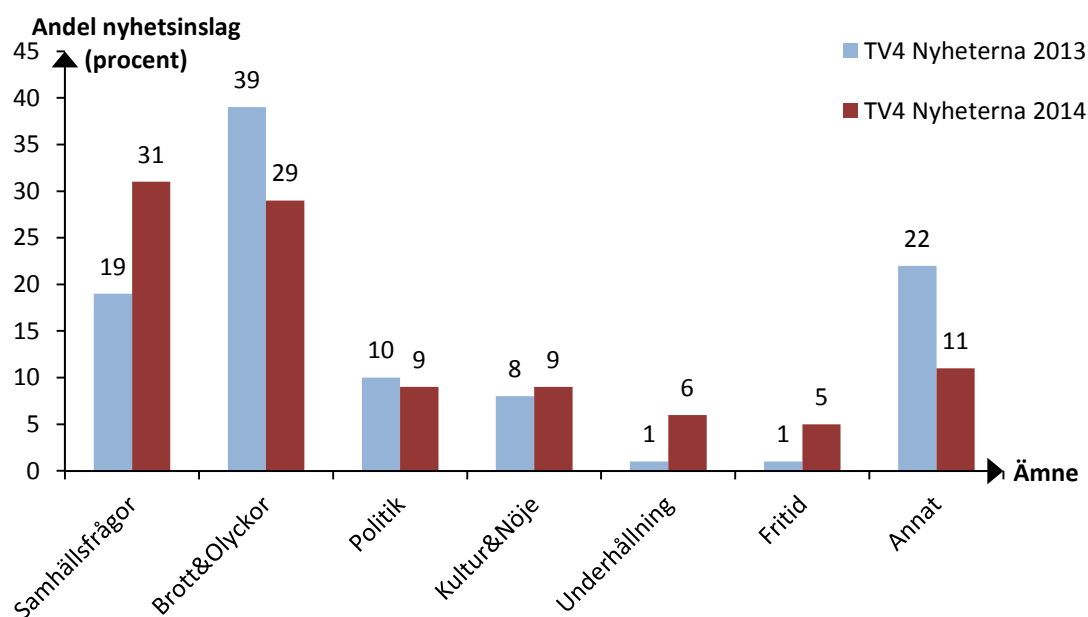
Vår analys är att TV4 valt nya vägar för hur de presenterar nyhetsinslagen i TV4 Nyheterna 2014, och att det är TV4 Nyheternas nya grepp som till viss del ligger till grund för ökningen av antalet lokala nyhetsinslag. Vi ser ett samband mellan det minskade antalet riksnyheter och det ökade antalet lokalnyheter med nationellt perspektiv. Detta då TV4 Nyheterna väljer att lyfta många riksnyheter, avsedda för den breda allmänheten, tillsammans med lokala exempel. Det kan vara intervjuer med personer på stan, reportage gjorda på plats eller korta telegram om händelser från en specifik ort. Gemensamt för dem alla är att de används som exemplifiering. De utgör lokala exempel av ett större fenomen eller används för att lyfta en samhällsfråga av större relevans än enbart för en lokal publik. Ett exempel från vår datamängd är nyheten om att det går en inbrottsvåg genom landet, vilken TV4 Nyheterna exemplifierar genom att intervjua drabbade villaägare från olika delar av landet. Ett annat är nyheten om att rostiga lyktstolpar runt om i Sverige kan bli en dödsfälla och därför är av akut behov av översyn, detta på grund av att hundägare rastar sina hundar mot lyktstolparna. Detta nyhetsinslag exemplifieras genom att låta en hundägare från Karlstad uttala sig i frågan. TV4 Nyheterna 2014 gör fler nedslag runt om i landet och låter fler röster höras. Samtidigt kan vi se att flera av dessa lokala inslag med anknytning till olika geografiska platser är just exempel och därmed utbytbara.

6.2 Nyhetsinslagens innehåll

Vår andra frågeställning lyder, *hur ser det lokala innehållet ut i TV4*. I resultatet nedan redovisas lokala nyhetsinslag totalt sett, det vill säga alla lokala nyhetsinslag oavsett perspektiv.

¹⁰¹ TV4, *Vanliga frågor om nedläggningen av lokala nyheter*, 2014, hämtad 2014-12-01 från <http://kontakt.tv4.se/org/tv4/d/fragor-och-svar-kring-tv4s-lokala-nyhetssandningar/>.

Figur 6.3 Fördelning av innehåll per ämneskategori i lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)



Kommentar: Figuren visar det utrymme som olika ämneskategorier får i lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna 2013 respektive 2014. Här redovisas alla lokala nyhetsinslag oavsett perspektiv. Ämneskategorin *Annat* omfattar nyhetsinslag utanför befintliga ämneskategorier, samt inslag från ämneskategorierna *sport* och *ekonomi* vilka inte redovisas separat i figuren ovan. Se fullständig ämnesfördelning i bilaga 2, tabell 7. Blå respektive röda staplar summerar till hundra. N-tal TV4 Nyheterna 2013 (blå): 76; n-tal TV4 Nyheterna 2014 (röd): 123.

I TV4 Nyheterna 2013 bestod 19 % av inslagen av samhällsfrågor, 39 % brott & olyckor, 10 % politik, 8 % kultur & nöje, 1 % underhållning, 1 % fritid och 22 % av annat.

I TV4 Nyheterna 2014 bestod 31 % av inslagen av samhällsfrågor, 29 % brott & olyckor, 9 % politik, 9 % kultur & nöje, 6 % underhållning, 5 % fritid och 11 % av annat.

Figur 6.3 visar att andelen samhällsfrågor ökat med 12 procentenheter och andelen brott & olyckor har minskat med 10 procentenheter från 2013 till 2014. Inslag i kategorin underhållning har ökat med 5 procentenheter och fritid med 4 procentenheter.

6.2.1 Analys

Ökningen av lokala nyhetsinslag med samhällsorinterat innehåll kan härledas till omorganisationen av TV4. Genom att lyfta samhällsfrågor med lokala exempel så kan tittarnas behov av lokal samhällsinformation i någon mån tillgodoses. Inslag om till exempel drogen Spice och TV4:s egen reportageserie om skolsnusket är frågor som fick stort genomslag i samhällsdebatten under hösten 2014. Att lyfta platser i tittarnas geografiska närhet kan skapa igenkänning och bidra till att skapa gemensamma referensramar.¹⁰² Innehållet kan upplevas som mer relevant och informativt, dock

¹⁰² Althén & Nygren, 2014, s.10.

enbart av de tittarna som kan identifiera sig med de geografiska platser som lyfts i nyhetsinslagen. Med sin förnyade medielogik låter TV4 Nyheterna ofta en lokal röst eller händelse vara en del av rapporteringen utav aktuella och debatterade ämnen för att sedan låta frågan lyftas till samhällsnivå i ett längre nyhetsinslag.

Genom att låta flera olika platser i Sverige få synas så ökar såväl medborgares som makthavares förståelse för situationer som råder både i och utanför hemorten. De geografiska avstånden kan i denna mening överbryggas med mediernas bevakning.¹⁰³ Utifrån aspekten mångfald i antalet kanaler kan däremot den ökade mängden lokala inslag i TV4 Nyheterna år 2014 inte på något sätt ersätta 2013 års nyhetsutbud då 25 lokalredaktioner bjöd tittarna på lokala nyheter flera gånger om dagen.

En stor del av den lokala nyhetsrapporteringen i tidningar, radio och tv består av brott och olyckor.¹⁰⁴ Detta blir också tydligt i vår datamängd som visar att ämneskategorin brott och olyckor stod för totalt 34 % av alla inslag i TV4 Värmland (bilaga 2, tabell 7). I TV4 Nyheterna däremot, minskade andelen nyhetsinslag ur denna kategori med 10 procentenheter från 2013 till 2014. Detta kan upplevas som oväntat och kan utifrån kommersialiseringens perspektiv ses som direkt motsägelsefullt - brott och olyckor är kostnadseffektiva nyheter och nyheter som karaktäriseras av både dramatik och sensation, något som TV4:s publik eftersöker.¹⁰⁵ Enligt tidigare forskning är lokalproducerade nyheter en viktig källa också för rikstäckande medier¹⁰⁶ och därför kan minskningen vara en indikation på att TV4 inte längre har de lokala redaktionernas material att tillgå. Att köpa in material som brott och olyckor kan ha fått lägre prioritet av TV4.

Att antalet inslag under kategorin *underhållning* har ökat kan vara ett sätt för TV4 att möta sin publiks höga relativa underhållningspreferens, och kan även ses som ett steg mot en ökad kommersialisering.¹⁰⁷ Enda sättet för TV4 att behålla annonsörer och locka nya är att visa på höga tittarsiffror. För att lyckas med detta måste TV4 hålla kvar den delen av publiken med ett mindre intresse för nyheter vid tv-apparaterna även under TV4 Nyheternas sändning. Ämneskategorierna *fritid* och *underhållning* (figur 6.3) som båda kan beskrivas som nyheter med ett mer lättsamt anslag, visar sammantaget på en ökning från 2 % 2013 till 11 % 2014. I november 2014 var alltså närmare var tionde inslag i TV4 Nyheterna av underhållande karaktär. Utifrån marknadsperspektivets förespråkares synvinkel kan TV4:s val att satsa på nyheter som är intressanta framför viktiga ses som en vinst för mediekonsumenterna då deras efterfrågan styrt utbudet. TV4 kan från det här perspektivet argumentera för att ämnesfördelningen i nyhetsinslagen nu bättre motsvarar publikens preferenser och förväntningar.¹⁰⁸

¹⁰³ Johansson, 2006, s.1.

¹⁰⁴ Andersson & Weibull, 2012, s.426-429.

¹⁰⁵ Jönsson & Strömbäck, 2004, s.23-24.

¹⁰⁶ Althén & Nygren, 2014, s.13.

¹⁰⁷ Shehata, 2012, s.407-409.

¹⁰⁸ Strömbäck (A), 2008, s.18.

6.3 Nyhetsinslagens format och aktörer

Tabell 6.1 Nyhetsformat i lokala nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Värmland	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Reportage	43	63	79
Nyhetstelegram	15	1	3
Nyhetsinslag + bilder	42	36	18
Summa procent	100	100	100
N=	86	76	123

Kommentar: Tabellen visar fördelningen av de lokala nyhetsinslagens format i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014. N-tal TV4 Värmland: 87; n-tal TV4 Nyheterna 2013: 249; n-tal TV4 Nyheterna 2014: 308.

I TV4 Värmland var 43 % av inslagen reportage, 15 % nyhetstelegram och 42 % nyhetsinslag med bilder.

I TV4 Nyheterna 2013 var 63 % av inslagen reportage, 1 % nyhetstelegram och 36 % nyhetsinslag med bilder.

I TV4 Nyheterna 2014 var 79 % av inslagen reportage, 3 % nyhetstelegram och 18 % nyhetsinslag med bilder.

Som vi ser i tabell 6.1 har andelen reportage i TV4 Nyheterna 2014 ökat med 16 procentenheter.

6.3.1 Analys

Då TV4 angav ekonomiska skäl som en av huvudanledningarna till nedläggningen¹⁰⁹ av lokalredaktionerna ger skäl att titta närmare på andelen reportage och vem som får komma till tals.

Tabell 6.1 visar att lokala reportage har ökat från 63 % i TV4 Nyheterna 2013 till 79 % i TV4 Nyheterna 2014. Dock kan vi inte utifrån vår datamängd dra slutsatser om detta beror på det ökade antalet nyhetsinslag eller en förändrad prioritering från TV4:s sida. Det vi kan konstatera är att medborgare i större utsträckning agerar huvudaktör i reportagen (bilaga 2, tabell 10). Tidigare forskning har visat på att TV4 Nyheterna i något högre grad har medborgare som huvudaktör än nyhetsprogrammen i public service.¹¹⁰ Vårt resultat visar att tendensen har blivit än tydligare från 2013 till 2014 då andelen medborgare som huvudaktör ökat med 16

¹⁰⁹ TV4-gruppen (B).

¹¹⁰ Asp, 1995, s.18.

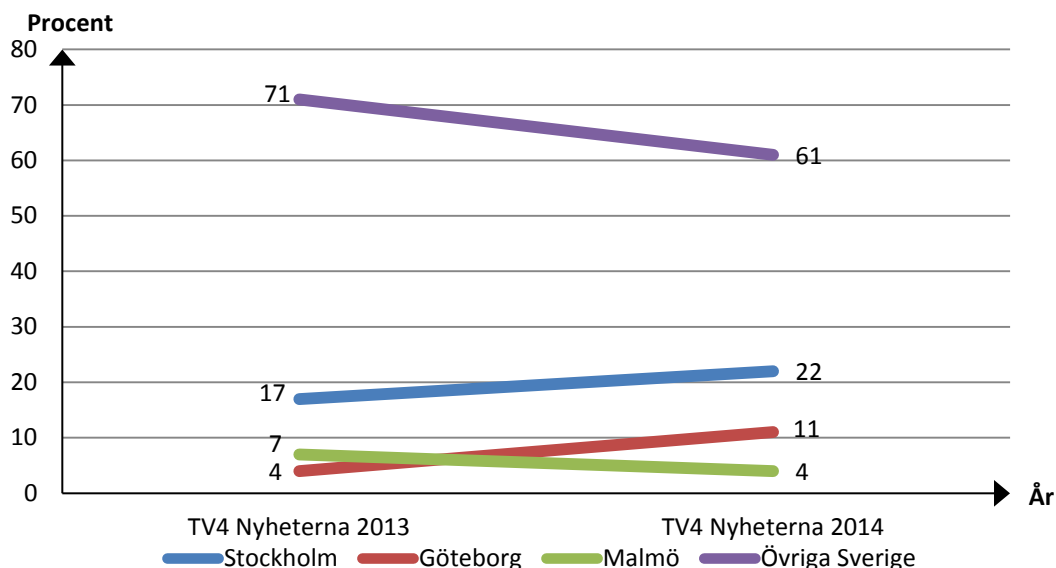
procentenheter. Detta kan indikera på att TV4 gått mot en mer marknadsorienterad profil.¹¹¹

Att andelen medborgare som huvudaktör har ökat är intressant ur det demokratiska perspektivet, eftersom det ser ut som om mångfalden i röster har ökat i TV4 Nyheterna. Närmare granskning visar dock att resultatet är mer problematiskt och mångfasetterat än vad det först verkar. Vi kommer att utveckla dessa tankegångar i nästa avsnitt.

6.4 Stockholm och Göteborg i fokus

Med vår tredje frågeställning, *hur ser den geografiska spridningen ut för TV4:s lokala nyhetsinslag*, vill vi undersöka hur nyhetsinslag i TV4 Nyheterna fördelas rent geografiskt. I resultatet nedan redovisas lokala nyhetsinslag totalt sett, det vill säga alla lokala nyhetsinslag oavsett perspektiv.

Figur 6.4 Geografisk spridning av lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna 2013 jämfört med TV4 Nyheterna 2014 (procent)



Kommentar: Figuren presenterar den ortsmässiga fördelningen av lokala nyhetsinslag uppdelat på Stockholm, Göteborg och Malmö samt övriga Sverige sammantaget. En fullständig redovisning av den geografiska spridningen finns att tillgå i bilaga 2, tabell 1-3. Figuren redovisar lokala nyhetsinslag totalt sett, oavsett perspektiv. N-tal TV4 Nyheterna 2013: 76; n-tal TV4 Nyheterna 2014: 123.

I TV4 Nyheterna 2013 var 17 % av alla lokala nyhetsinslag från Stockholm, 4 % från Göteborg, 7 % från Malmö och 71 % var från övriga Sverige.

I TV4 Nyheterna 2014 var 22 % av alla lokala nyhetsinslag från Stockholm, 11 % från Göteborg, 4 % från Malmö och 61 % var från övriga Sverige.

Som man kan utläsa av figur 6.4 har mängden lokala nyhetsinslag från Stockholm och Göteborg ökat, medan Malmös exponering sjunkit något. Lokala nyhetsinslag från

¹¹¹ Asp, 1995, s.31-32.

Stockholm har ökat med 5 procentenheter, lokala nyhetsinslag från Göteborg har ökat med 7 procentenheter. Figuren ovan visar också att de lokala nyhetsinslagen för övriga Sverige totalt sett minskat med 10 procentenheter.

6.4.1 Analys

Som resultaten i avsnitt 6.1.1 visar så har den totala andelen lokala nyhetsinslag ökat, men som går att utläsa från figur 6.4 differentierar sig ökningen mellan storstäderna och övriga Sverige – medan Stockholms och Göteborgs exponering ökat har övriga Sveriges exponering minskat. Att nästan en fjärdedel av alla lokala exempel är från Stockholm har sina naturliga orsaker – i Stockholmsområdet bor en femtedel av Sveriges befolkning och staden utgör ett maktcentrum ur flera olika aspekter.¹¹² TV4 Nyheterna är inte ensamma om en ökad storstadscentrering i sina nyhetsinslag utan detta är del av en större trend i medievärlden. Strömbäck, till exempel, menar att en stor del av DN:s och Aktuellts förstasidesartiklar respektive nyhetsinslag handlar om Stockholm.¹¹³ TV4 Nyheternas utveckling med ett ökat fokus på storstäderna är ändå anmärkningsvärd. Efter lokalredaktionernas nedläggning presenterade ledningen för TV4 ett upplägg som skulle innebära en ökad lokal närvaro i TV4 Nyheterna. Sett till det totala så har detta infriats, men att de lokala nyhetsinslagen från Stockholm och Göteborg då ökar på bekostnad av inslagen från övriga Sverige, kan sägas vara problematiskt då det bidrar till en ännu större ökning av storstadscentreringen.

Storstadscentrering är en genomgående trend för TV4:s förnyade medielogik. Lokala inslag utanför Stockholm, Göteborg och Malmö har minskat från 71 % november 2013 till 61 % i november 2014. Liknande storstadscentrering gäller också de röster som får höras i rikssändningarna. Som vi diskuterade i avsnitt 6.3.1 betyder detta att medborgare visserligen kommer till tals oftare, men att dessa medborgare i ökad grad kommer från Stockholm och Göteborg vilket inte bidrar till att öka mångfalden av röster som kommer till tals. Detta resultat visar på ett allt mer centraliserat, och i den meningen också mer kostnadseffektivt, nyhetsutbud på TV4 Nyheterna. Ett exempel från analysenheterna är ett nyhetsinslag från allhelgonahelgen, som handlade om högtidlighållandet och det svenska firandet av alla helgons dag. Högtiden berör alla svenskar, men TV4 Nyheterna valde att åka till Skogskyrkogården i Stockholm och intervjua stockholmare som representanter för Sveriges befolkning.

Vår undersökning bekräftar därmed alltså det som kritikerna hävdade kunde bli följderna av nedläggningen av TV4:s lokala redaktioner - nämligen en ökad storstadscentrering. I termer av centrum och periferi betyder det att glesbygden har mindre synlighet och inflytande och att Sverige i ökad utsträckning definieras genom Stockholm och Göteborg.¹¹⁴ En ökad geografisk centralisering får till följd att allt färre människor kan identifiera sig med TV4 Nyheternas utbud, vilket i sig motsäger TV4:s önskan att nå en större publik. Vi kan konstatera att en lokalt placerad reporter eller redaktion har betydelse för möjligheten att få sin röst hörd nationellt - något som konkretiseras vidare med fallet Värmland i nästa avsnitt.

¹¹² Strömbäck (A), 2008, s.22; Nord & Nygren, 2002, s.7,9.

¹¹³ Strömbäck (A), 2008, s.23.

¹¹⁴ Rokkan & Urwin, 1983, s.2-3.

6.5 Värmland – en del av Sverige?

Vi har i tidigare avsnitt analyserat resultaten utifrån våra frågeställningar. I detta avsnitt tar vi avstamp i samtliga frågeställningar och zoomar in på sändningarna från den lokala redaktionen i Karlstad – TV4 Värmland.

TV4 Värmland sände totalt 87 inslag. Av dem var 99 % lokalnyheter Värmland och 1 % riksnyheter (figur 6.1). 15 % av inslagen bestod av samhällsfrågor, 34 % brott & olyckor, 10 % politik, 8 % kultur & nöje, 2 % underhållning, 7 % fritid och resterande 22 % av ämneskategorierna ekonomi, sport och annat sammanslagna (bilaga 2, tabell 7). Reportage och nyhetsinslag med bilder utgjorde vardera 43 % av nyhetsinslagen, och de resterande 15 % var nyhetstelegram (bilaga 2, tabell 8).

I TV4 Värmland refereras till 29 olika värmländska orter som dessutom ofta förekommer två eller fler gånger i inslagen. Karlstad, regionhuvudstad i Värmland och landskapets och länets centrum, förekommer totalt 27 gånger (bilaga 2, tabell 1).

Under november 2013 visades 7 inslag om Värmland på TV4 Nyheterna, vilket motsvarar 3 % av alla inslag. 2014 visades 2 inslag om Värmland, vilket motsvarar knappt 1 % (figur 6.1).

6.5.1 Minskad bevakning av Värmland

Även om vårt resultat visar på en ökad andel lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna kan alltså inte värmlänningarna jubla: enbart två av 308 inslag i november 2014 handlade om eller utspelade sig i Värmland. SOM-institutets Värmlandsundersökning från 2010 visar att cirka 35 procent av värmlänningarna tittade på TV4 Värmland minst 3-4 dagar i veckan.¹¹⁵ När värmlandsnyheterna då minskat från 94 inslag till 2 inslag kan det utan överdrift sägas att minskningen är markant, om än inte överraskande.

Utifrån resultatet ser vi en klar koppling mellan redaktion/riksreportrar och mängden inslag. De lokala redaktionerna har tidigare varit en källa till nationellt intressanta nyheter för TV4 Nyheterna, något som med stor sannolikhet varit tidsbesparande för TV4 Nyheternas redaktion då de kunnat hämta färdiga inslag direkt från de lokala redaktionerna. Utan en lokal redaktion och utan riksreportrar som representerar Värmland är värmlänningarnas möjlighet att få ta del av lokalt viktiga och intressanta nyheter från TV4 idag nästintill obefintliga. I termer av makt över informationsflödet kan området därmed sägas ha hamnat i det som Rokkan och Urwin betecknar som periferi.¹¹⁶ För de tittare som fick sina lokala nyheter enbart från TV4 är minskningen en stor förlust ur det demokratiska perspektivet: år 2013 var en tredjedel av alla inslag i TV4 Värmland nyheter som till stor del bidrar både till demokratiskt ställningstagande och till lokal identifikation och förankring, nämligen kommunalpolitik och samhällsfrågor.¹¹⁷

¹¹⁵ Clerwall, 2012, s.388.

¹¹⁶ Rokkan & Urwin, 1983, s.2-3.

¹¹⁷ Skogerbø & Winsvold, 2011, s.216; Nygren, 2005, s.58-59.

TV4 Värmlands nyhetsinnehåll ligger i linje med resultat från tidigare forskning; brott- och olycksrapporteringen har en betydande roll inom lokaljournalistiken.¹¹⁸ I stora drag kan TV4 Värmlands innehåll delas upp i tre delar: brott och olyckor, samhälle och politik samt mjuka nyheter som fritid och kultur & nöje. Vi kan här konstatera att TV4 Värmland-redaktionen utifrån sitt uppdrag uppfyllde både värmlänningarnas förväntningar som publik och värmlänningarnas behov som medborgare.¹¹⁹ Genom det samhällsorienterade och lokalpolitiska innehållet tillfredsställdes TV4 Värmlands tittares kognitiva behov av att kunna informera och orientera sig i sitt lokalsamhälle. Själva förekomsten av lokala nyhetssändningar bidrog till att fylla behovet av identifikation och genom de mer mjuka nyheterna uppfylldes även förströelsebehovet.¹²⁰

6.5.2 TV4 Värmland och identitet

Om vi går vidare och tittar på mängden reportage är andelen i TV4 Värmland mycket mindre än i TV4 Nyheterna. Detta beror på faktorer som att Värmlands redaktion har mindre resurser, färre anställda och även kortare sändningstid som bidrar till förekomsten av kortare nyhetsinslag.

Frekvensen av inslag från olika värmländska orter bidrar till att skapa platsidentitet och förmedla information vilket är viktigt för att bygga samhörighetskänslor och intresse och engagemang för att delta i samhällslivet på olika plan.¹²¹ Den geografiska fördelningen av nyhetsinslagen på TV4 Värmland visar tydligt hur det även i områden långt från storstadsregionerna bildas naturliga centrum, som Karlstad, där den ekonomiska, sociala och kulturella makten finns och varifrån informationsflöden styrs, samt lokala periferier.¹²² Trots detta visar fördelningen av olika orter i nyhetsinslagen på att TV4 Värmland lyckades bra med att täcka in även perifera delar av sitt sändningsområde. Torsby i norra Värmland kan stå som exempel. Torsby är en stor kommun till ytan men relativt liten sett till antal innevånare, dessutom ligger orten långt från Karlstad. Trots detta förekommer Torsby i sju nyhetsinslag under november 2013 (bilaga 2, tabell 1). Om man då jämför tidigare sändningar med Värmlands exponering i TV4 Nyheterna från november 2014, då värmländska orter endast nämns två gånger, är Värmland teoretiskt sett att betrakta som en periferi.¹²³

Ju närmare nyhetsinslagen har till publiken - geografiskt och känslomässigt - desto större är nyhetsvärdet för dem, vilket stödjer tanken om lokala nyhetsinslags värde för den lokala publiken.¹²⁴ Utifrån vår datamängd kan man se att Värmlandsredaktionen tidigare bidrog till att sätta landskapet på kartan, något som inte längre är fallet.

¹¹⁸ Andersson & Weibull, 2012, s.426-429.

¹¹⁹ Shehata, 2012, s.402.

¹²⁰ Strömbäck, 2009, s.72-73.

¹²¹ Nygren, 2005, s.58-59; McLeod et al., 1996, s.190, 201-202; Skogerbø & Winsvold, 2011, s.216.

¹²² Rokkan & Urwin, 1983, s.7.

¹²³ Ibid, s.66-67, 94, 117.

¹²⁴ Strömbäck (A), 2008, s.21.

6.6 Sammanfattning

TV4 Nyheterna 2014 presenterar fler lokala nyhetsinslag än TV4 Nyheterna 2013.

Våra resultat visar att TV4 har ändrat sitt upplägg vad gäller att välja ut och presentera nyhetsinslag i TV4 Nyheterna. Att exemplifiera riksintressanta nyheter genom lokala exempel är en viktig del av TV4:s nya medielogik - en förändring som har resulterat i en ökad andel lokala inslag i TV4 Nyheterna.

År 2014 får TV4:s publik mer sällan ta del av viktig information om sitt lokalsamhälle.

Resultatet visar att nyheter som är angelägna och viktiga för ett lokalsamhälle inte lika ofta lyfts av TV4 Nyheterna 2014. Utan sina lokala redaktioner har TV4 inte samma möjlighet att bevaka lokalt angelägna frågor.

Förändringar i vilka ämnen som blir nyheter.

Antalet lokala nyhetsinslag som berör samhällsfrågor och underhållning samt fritid har ökat i TV4 Nyheterna 2014, medan andelen nyhetsinslag om brott och olyckor minskat. Vi kopplar förändringarna till en förnyad medielogik och kanalens kommersiella profil.

Ökad storstadscentrering.

TV4 Nyheterna 2014 har blivit mer storstadscentrerade, och vårt resultat visar att lokala inslag från Stockholm och Göteborg har ökat efter nedläggningen medan övriga Sverige syns och hörs mindre än i TV4 Nyheterna 2013.

Minskad bevakning av Värmland.

Utifrån exemplet med TV4 Värmland har Värmland blivit att betrakta som perifert. Ingen av TV4:s riksreportrar är idag placerade i Värmland och vårt resultat visar på färre värmlandsinslag i TV4 Nyheterna 2014 än i TV4 Nyheterna 2013.

7. Slutdiskussion

För många är förlusten av TV4:s lokala redaktioner något som inte förtjänar mer än en axelryckning, särskilt från de som är dagstidningsläsare och de som tar del av nyheter och information från public service. För delar av TV4:s publik däremot, som i mindre utsträckning läser dagstidningar och i mindre utsträckning tar del av nyheter så spelar nedläggningen roll. Även om denna publik inte själva vet om det.

Vi hade initialt vissa föreställningar om innehållet i TV4. Ett antagande var att de lokala sändningarna från TV4 Värmland skulle innehålla mer av vad som kan kategoriseras som roliga klipp och underhållning. Vi hade en tanke om att andelen lokala nyheter skulle öka i TV4 Nyheterna 2014 eftersom TV4 aviserat detta. Slutligen trodde vi att en eventuell storstadscentrering skulle minska något.

Efter att ha genomfört studien ser vi att våra antaganden inte riktigt stämde. Andelen underhållning och roliga klipp i TV4 Värmland var färre än förväntat, medan denna typ av inslag ökat i TV4 Nyheterna 2014. Andelen lokala inslag i TV4 Nyheterna 2014 ökade, vilket är i linje med vad TV4 aviserat. Slutligen visade det sig att storstadscentreringen ökat vilket inte kunde förväntas med ledning av de besked som TV4 gett om kanalens ambitioner. Dessa resultat ligger dock i linje med tidigare forskning.

7.1 Vad innebär TV4:s beslut?

Vår analys av resultatet visar på en förändrad medielogik, och det finns flera faktorer som kan ha bidragit till detta. Nedläggningen har krävt förändringar både i TV4:s organisation och i deras arbetssätt. Förlusten av 140 medarbetare stationerade runt om i landet, och i förlängningen förlusten av journalistiskt producerat material, innebär att TV4:s tillgång till lokalt producerade nyheter har försämrats. Förändringar som dessa har enligt forskning stor inverkan på vad mediekanaler väljer att lyfta som nyheter.¹²⁵

Resultaten innebär att vi identifierat det sätt på vilket TV4 Nyheterna presenterar sina nyheter - med lokala exempel på ett nationellt fenomen. Detta upplägg gör att TV4:s publik får glimtar av lokala företeelser från andra orter i Sverige än sina hemorter. Det innebär också att de lokala nyhetsinslagen totalt sett ökat, men att nyheter från den egna hemorten eller närområdet endast syns sporadiskt i denna kanal, vilket gör att kännedom om lokala angelägenheter minskar. Men även att fler inslag kommer från Stockholm och Göteborg vilket bidrar till att öka storstadscentreringen. Sett ur ett normativt ansvarsperspektiv balanserar TV4 mellan två viktiga grundpelare. Att dels ha ett demokratiskt ansvar mot publiken och mot medborgarna, och att dels enligt den demokratiska tanken vara ett fritt medium - fritt i bemärkelsen att det innehåller de producerar inte är kontrollerat av staten.¹²⁶ Ur samma perspektiv har TV4 ett ansvar mot publiken att hålla dem med den information de behöver för att delta i samhällslivet och tolka sin omvärld och

¹²⁵ Hvitfelt, 1989, s.118, 128.

¹²⁶ Strömbäck, 2007, s.28.

närmiljö. Att TV4 då främst ser till storstadspubliken – stockholmarna och göteborgarna – bryter mot det normativa ansvar TV4 har för hela befolkningen.¹²⁷ Det betyder att centrum blir än starkare på bekostnad av landsbygd och ytterområden, som framstår som allt mer perifera.

Resultaten visar att vissa ämnen får mer täckning än innan. Samhällsfrågor och underhållning har ökat, delvis på bekostnad av rapportering om brott och olyckor. Att underhållning ökat kan ses som en marknadsmässig eftergift för att hålla kvar tittare även under nyheterna. TV4:s nya medielogik kan vara till hjälp för att fylla människors identitetsbehov - förutsatt att det är tittarens egen ort som syns i nyhetsinslaget.¹²⁸ Vad TV4 Nyheterna däremot inte längre uppnår är att möta människors informationsbehov.¹²⁹ Ökningen av samhällsfrågor nationellt sett är positiv, sett till faror med kunskapsklyftor och ur demokratisk synvinkel; att den lokala samhällsjournalistiken försvunnit från TV4 Nyheterna innebär däremot ett hot i samma mening, eftersom det riskerar att skapa kunskapsklyftor och distans i lokalsamhället.

Med utgångspunkt i 1994 års pressutredning, som bygger på normen om mediernas sociala ansvar gentemot medborgarna, har TV4:s tittare inte längre lika stor tillgång till den information i lokala frågor som möjliggör en självständig åsiktsbildning.¹³⁰ Detta är framför allt ett problem för den publikgrupp som haft TV4 som sin huvudsakliga nyhetskälla och som enligt forskningen med stor sannolikhet ersätter förlusten med annat medieinnehåll framför lokalnyheter i en annan mediekanal. En sådan utveckling kan leda till minskade kunskaper om lokala frågor och i förlängningen ett mer uppdelat samhälle. I Sverige och övriga Skandinavien har kunskapsklyftor mellan individer med olika stort intresse för politik och samhälle inte varit något större problem, just tack vare de starka public service-inriktade medierna. Men individers ökade valmöjligheter i kombination med ett minskat nyhetsutbud skulle, enligt tidigare forskning, kunna leda till kunskapsklyftor.¹³¹ Detta betyder att den del av TV4:s publikgrupp med högre underhållningspreferens i större utsträckning skulle kunna gå miste om lokal information och på det sättet också bilda en ny informationsmässig underklass, eller i värsta fall, hamna utanför det lokala samhället. De tittare med stark nyhets- och samhällspreferens däremot, skulle i större utsträckning bilda en lokal elit.¹³² Genom att medierna framgångsrikt lyckas förmedla viktig information till alla medborgare oavsett geografisk eller social situation skulle en utveckling mot ett samhälle med ökade kunskapsklyftor kunna hindras.¹³³ TV4, med makt över nyhetsutbudet och sin särställning som den enda reklamfinansierade tv-kanalen som når ut till alla Sveriges hushåll, är en viktig aktör i denna utveckling.

¹²⁷ Pressutredningen, 1995; McQuail, 2010, s.166.

¹²⁸ Strömbäck, 2009, s.72-73.

¹²⁹ Ibid, s.72-73.

¹³⁰ Nygren, 2005, s.36-37; Pressutredningen, 1995.

¹³¹ Iyengar et al., 2010, s.302.

¹³² Shehata, 2012, s.401, 409.

¹³³ McQuail, 2010, s.166.

7.2 Avslutande reflektioner

I stort är vi tillfreds med vår forskningsdesign. Genom att använda kvantitativ innehållsanalys har vi kunnat kartlägga TV4 Värmlands och TV4 Nyheternas innehåll. Vi är däremot medvetna om att andra val i till exempel urval eller teorier hade kunnat ge annorlunda resultat. Vår första tanke var att använda Göteborg som fallstudie. I backspegeln kan vi se att vi därmed förmodligen hade gått miste om en del av våra nuvarande resultat. Utifrån vårt resultat ser vi att Göteborg är väl representerat i TV4 Nyheterna, något som till exempel Värmland inte är. Att välja något annat sändningsområde än Värmland, fast med liknande förutsättningar, hade gett en annan datamängd. Vi menar dock att resultatet hade blivit liknande då vi genom att medvetet välja Värmland har gjort vissa generaliseringsanspråk.

Utgångspunkt i andra teorier, som nyhetsvärdering eller personifiering, hade kunnat leda oss i en annan riktning, varpå resultaten kunnat tolkas annorlunda. Vi anser dock att de teorier som vi utgått ifrån ger en mångsidig och förklarande bild av de val som TV4 gjort i och med nedläggningen. Vissa av besluten har vi diskuterat med vår uppdragsgivare, SVT Uppdrag granskning, men vi har också fått helt fria händer att göra de slutgiltiga teoretiska, metodmässiga och empiriska valen.

Som vi inledningsvis nämnde har vår ambition med denna studie varit att ta ett första steg mot att lära känna konsekvenserna av nedläggningen av TV4:s lokala stationer - detta genom vårt syfte som består av en grundläggande kartläggning av innehållet då och nu. Vår kartläggning har belyst en förnyad medielogik, konflikter mellan normativt ansvar och kraven från marknaden, den geografiska representationen i rapporteringen, och svårigheten för TV4 att genom nedslag i form av lokala exempel företräda hela befolkningen.

7.3 Förslag till vidare forskning

Resultaten från denna studie har gett upphov till många nya frågor som vår studie inte kan besvara. Exempelvis frågor kring identitet och identifikation och hur nedläggningen tagits emot lokalt och ur individens perspektiv. Det är också intressant att Värmland från centralt håll anses så pass ointressant att rapportera från att inte ens en lokalreporter finns tilldelad, vilket rimligtvis skulle kunna ge upphov till negativa känslor hos den värmländska publiken. Vi ser här ett utmärkt utgångsläge för vidare studier. Delvis ser vi en möjlighet för en djupgående mottagarstudie, som kan kartlägga nedläggningens effekter från publikens perspektiv, delvis finns det även mycket innehåll som vi inte hade möjlighet att ta med. När allt större del av innehållet och publiken finns på nätet, är det intressant att veta hur den lokala närvaron ser ut i TV4:s webbplattform. Vidare skulle en komparativ studie om TV4 och SVT kunna leda till djupare förståelse av lokala och regionala nyheters position i Sverige samt visa om SVT:s lokala innehåll på något sätt påverkats av TV4:s omorganisation. En jämförelse mellan SVT:s och TV4:s lokala innehåll skulle också kunna ge insikt i om det finns verklig fog för att prata om medieskugga när det gäller etermedierna eller ej. Slutligen ser vi även den ekonomiska aspekten av nedläggningen av de lokala nyheterna - både från annonsörernas och TV4:s synvinkel - som ett intressant ämne för vidare studier.

Referenser

- Altheide, D. L. & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. London: Sage Publications.
- Althén, K. och Nygren, G. (2014). *Landsbygd i medieskugga - nedmontering av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*. Stockholm: Institutionen för kommunikation, medier och IT, Södertörns högskola.
- Andersson, U., Dimberg, E. & Ingemarsson, J. (2014). "Lokalt var nog viktigare förr". I A. Bergström och J. Ohlsson (red.), *Brytningstider. Samhälle, opinion och medier i Västsverige* (s.161-175). Göteborg: SOM-institutet.
- Andersson, U. & Weibull, L. (2013). Hur läser vi den lokala morgontidningen idag? I L. Weibull, H. Oscarsson & A. Bergström (Red.), *Vägskäl: 43 kapitel om politik, medier och samhälle* (s.425-442). Göteborg: SOM-institutet.
- Asp, K. (1995). *Kommersialiserade nyheter på gott och ont*. Arbetsrapport nr 50. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Asp, K. och Weibull, L. (1996). *Svenska journalister om mångfald och medier*. Stockholm: Rådet för mångfald inom massmedierna.
- Boldemann, M. (2004, 23 augusti). TV4 mot kommersiell public service. *Dagens Nyheter*. Hämtad 2014-12-05, från <http://www.dn.se/kultur-noje/tv4-mot-kommersiell-public-service/>.
- Clerwall, C. (2012). Nyhetskonsument i Värmland. I L. Nilsson, L. Aronsson, och PO. Norell (Red.), *Värmländska landskap* (s. 387-403). Göteborg: SOM-institutet.
- Ekström, M. & Larsson, L. (Red.). (2012). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Esaisasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Nordstedts Juridik AB.
- Hadenius, S., Weibull, L. & Wadbring, I. (2011). *Massmedier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Hvitfelt, H. (1989). *Nyheterna och verkligheten. Byggstenar till en teori*. (Rapport 1989:1). Göteborg: Journalisthögskolan, Göteborgs universitet.
- Iyengar, S., Curran, J., Brink Lund, A., Salovaara-Moring, I., Hahn, K. S., och Coen, S. (2010). Cross-National versus Individual-Level Differences in Political Information: A Media Systems Perspective. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* (20: 3, 291–309, August 2010).
- Jansson, P. (2014, 13 juni). Fredagen den 13 juni - slutet för TV4 lokalt. *Journalisten*. Hämtad 2014-12-17, från <http://www.journalisten.se/nyheter/fredagen-den-13-juni-slutet-tv4-lokalt>.

- Johansson, B. (1998). *Nyheter mitt ibland oss - kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning* (Doktorsavhandling, Göteborgs universitet). Göteborg: Grafikerna i Kungälv.
- Johansson, B. (2006). *Kommunstorlek, massmedier och lokal opinionsbildning*. (Den XV nordiska kommunforskningskonferensen). Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Johansson, B. & Berglie, E. (2007). *Att bevaka en region: om regionreportrarna och nyhetsbevakningen av Västra Götalandsregionen*. Göteborg: Göteborgs universitet, Förvaltningshögskolan. (Utvärderingsprogrammet: Västra Götalandsregionen; No. 26)
- Johansson, B. & Berglie, E. (2009). Mot lokalvinklade regionnyheter. I S. Johansson & L. Nilsson (Red.). *Att bygga, att bo, att leva. En bok om Västsverige* (s.139-157). Göteborg: Livréna AB.
- Jönsson, A. M. & Strömbäck, J. (2004). *Mellan politik och marknad - utbudet av nyhets- och samhällsprogram mellan 1990 och 2004*. Demokratiinstitutets rapportserie nr.10. Hämtad 2014-12-01, från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:31101/FULLTEXT01.pdf>.
- Jönsson, A. M. & Strömbäck, J. (2005). *Nyheter i konkurrens - journalistikens kommersialisering?* Ålborg: Den XVII nordiska medieforskarkonferens. Hämtad 2014-12-02, från <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:31101/FULLTEXT01.pdf>.
- Jönsson, A. M. & Strömbäck, J. (2007). *TV-journalistik i konkurrensens tid - Nyhets- och samhällsprogram i svensk TV 1990-2004*. Stockholm: Ekerlids Förlag.
- McLeod, J., Daily, K., Guo, Z. Eveland, W. P. Jr., Bayer, J., Seungchan, Y. och Wang, H. (1996). Community Integration, Local Media Use, and Democratic Processes. *Communication research*, 23, 179-209. DOI: 10.1177/009365096023002002.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Ltd.
- Myndigheten för radio och tv. (2014, 5 maj). *Information om tillstånd för marksänd tv - regionala sändningar*. Hämtad 2014-12-01, från <http://www.radioochtv.se/tillstand-och-registrering/tv/marksand-tv/information-om-regionala-sandningar-i-sandningstillstand/>.
- Nilsson, L., Aronsson L. och Norell, PO. (Red.). (2012). *Värmländska landskap*. Göteborg: SOM-institutet.
- Nord, L. & Nygren, G. (2002). *Medieskugga*. Stockholm: Bokförlaget Atlas.
- Nord, L. & Strömbäck, J. (Red.). (2004). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Nygren, G. (2005). *Skilda medievärldar. Lokal offentlighet och lokala medier i Stockholm*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

Ohlsson, J. (2014). Nedlagda nyheter. I A. Bergström och J. Ohlsson (Red.), *Brytningstider. Samhälle, opinion och medier i Västsverige* (s.177-189). Göteborg: SOM-institutet.

Pressutredningen (1995): *Vårt dagliga blad: stöd till svenska dagspress*. Kulturdepartementet. Statens offentliga utredningar; 1995:37.

Rokkan, S. & Urwin, D. W., (1983). *Economy Territory Identity - Politics of West European Peripheries*. London: Sage Publications.

Shehata, A. (2012). Programpreferenser och den svenska nyhetspubliken. I L. Weibull, H. Oscarsson, A. Bergström (Red.), *I framtidens skugga* (s. 401-411). Göteborg: SOM-institutet.

Shehata, A. & Wadbring, I. (2012). Allt fler står utanför nyhetsvärlden. I L. Weibull, H. Oscarsson & A. Bergström (Red.), *I framtidens skugga* (s.373-385). Göteborg: SOM-institutet.

Skogerbø, E., Winsvold, M. (2011). Audiences on the move? Use and assessment of local print and online newspapers. *European Journal of Communication*, 26, 214-229. DOI: 10.1177/0267323111413112.

Strömbäck, J. (A) (2008). *På nyhetsmediernas agendor - en studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV*. Studier i Politisk kommunikation nr 18.

Strömbäck, J. (B) (2008). Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan. *Statsvetenskaplig tidskrift*. Årg 110 nr 4, 385-405. Hämtad 2015-01-02, från <http://journals.lub.lu.se/index.php/st/article/viewFile/8132/7230>.

Strömbäck, J. (2009). *Makt, medier och samhälle - en introduktion till politisk kommunikation*. Stockholm: SNS Förlag.

TV4. (2014). *Vanliga frågor om nedläggningen av lokala nyheter TV4*. Hämtad 2014-12-01, från <http://kontakt.tv4.se/org/tv4/d/fragor-och-svar-kring-tv4s-lokala-nyhetssandningar/>.

TV4-gruppen (A). (2014, 5 februari). *Årsrapport TV4-gruppen*. Stockholm. Hämtad 2014-12-10, från http://tv4gruppen.se/Global/PDF/2014/arsrapport_TV4_2013_SV.pdf.

TV4-gruppen (B). (2014, 9 april). *TV4 lägger ned lokala nyhetssändningar - riksstämman förstärks med inrikesreportrar ute i landet*. Hämtad 2014-12-20, från <http://www.tv4gruppen.se/Templates/TV4Gruppen/Pages/StandardPage.aspx?id=7850&epslanguage=sv>.

Bilagor

Bilaga 1. Kodschema

Variabel	Label	Value
V1	Datum	1-31
V2	Veckodag	1 = måndag 2 = tisdag 3 = onsdag 4 = torsdag 5 = fredag 6 = lördag 7 = söndag
V3	Lokal/riks	1 = TV4 Värmland 2013 2 = TV4 Nyheterna 2013 3 = TV4 Nyheterna 2014
V4	Typ av inslag	1 = Lokalnyhet 2 = Lokalnyhet Värmland 3 = Riksnyhet 4 = Utrikes
V5	Perspektiv	1 = Lokalnyhet med nationellt perspektiv 2 = Lokalnyhet med lokalt perspektiv 3 = Riksnyhet med nationellt perspektiv 4 = Riksnyhet med lokalt perspektiv 99 = Ej analyserat
V6	Ursprungskälla	1 = TV4 2 = TT 3 = SVT 4 = SR 5 = Tidning 6 = Annan 7 = Nämnas ej 99 = Ej analyserat
V7	Stockholmscentrering	1 = Stockholm 2 = Göteborg 3 = Malmö 4 = Övriga Sverige 99 = Obestämbar

V8	Rubrik	Öppet fält med text
V9	Längd	Siffra
V10	Tidskategori	1 = 0 - 45 2 = 46 - 90 3 = 91 - 135 4 = 136 - 180 5 = 181 -
V11	Kodare	1 = Annamari 2 = Catharina 3 = Charlotte
V12	Ämnesområdena	1 = Brott/olyckor 2 = Sport 3 = (Kommunal)politik 4 = Ekonomi 5 = Samhällsfrågor 6 = Kultur/nöje 7 = Fritid 8 = Underhållning 9 = Annat 99 = Ej analyserat
V13	Geografisk spridning	Öppet fält med text
V14	Nyhetsformat	1 = Reportage 2 = Nyhetstelegram 3 = Nyhetsinslag + bilder 4 = Liveintervju 5 = Studiointervju 99 = Ej analyserat
V15	Huvudaktör	1 = Politiker 2 = Expert 3 = Offentlig person 4 = Företrädare 5 = Medborgare 6 = TV4:s egen medarbetare 7 = Någon annan 8 = Ingen 9 = Ej analyserat

Bilaga 2. Tabeller

Tabell 1 Geografisk spridning av nyhetsinslag i TV4 Värmland 2013 (antal)

Ort	Förekomst
Arvika	1
Charlottenberg	1
Eda	1
Edebäck	1
Edsvalla	2
Filipstad	1
Forshaga	1
Geijersholm	1
Grums	1
Hagfors	4
Hammarö	3
Herrhagen	1
Härtsöga	1
Karlstad	27
Kil	5
Kristinehamn	1
Lundsberg	2
Munkfors	2
Norra Råda	1
Skoghall	1
Storfors	2
Sunne	4
Sysslebäck	3
Säffle	3
Torsby	7
Valfjället	1
Vålberg	1
Värmland	15
Västra Ämtervik	1
Årjäng	2
<i>Örje/Norge</i>	<i>0</i>
Total	97

Tabell 2 Geografisk spridning av lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna2013 (antal)

Ort	Förekomst
Boden	1
Borås	1
Enköping	1
Eskilstuna	1
Falkenberg	1
Grans Sameby	1
Gustavsberg (Stockholmsområdet)	1
Gävle	1
Göteborg	5
Hagfors	1
Halland	1
Halmstad	2
Helsingborg	3
Jokkmokk	1
Jönköping	3
Jörlanda	1
Kallak	1
Karlstad	1
Kiruna	1
Korpilombolo	1
Kumla	1
Landskrona	1
Leksand	1
Lillerud (Vålberg)	1
Linköping	2
Ljungsbros	3
Luleå	1
Lund	1
Lundsberg	2
Malmö	5
Mariannelund	1
Nordmaling	1
Norrland	1
Närebo, Västergötland	1
Orust	1
Ronneby	1
Sandviken	1

Stockholm	13
Storfors	1
Sölvesborg	1
Trelleborg	1
Tärnaby	1
Umeå	3
Uppsala	2
Västervik	1
Västerås	1
Ystad	1
Öland	1
Örebro	3
Örnsköldsvik	1
Östersund	1
Total	51
	85

Tabell 3 Geografisk spridning av lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna 2014 (antal)

Ort	Förekomst
Alingsås	2
Avesta	1
Bjuv	1
Borås	2
Fagersta	1
Falsterbo	1
Falun	1
Grythyttan	1
Gullstjärn Västerbotten	1
Göteborg	14
Halmstad	2
Helsingborg	2
Huddinge	2
Husum	1
Ingarö	1
Jokkmokk	2
Jönköping	3
Kalmar	2
Karlstad	1

Kronobergs län	1
Kävlinge	1
Laxå	1
Lidingö	1
Lidköping	1
Lövön, ekerö kommun	1
Luleå	5
Lysekil	1
Malmö	6
Mora	1
Norrbottnen	1
Nybro	1
Nyköping	1
Piteå	1
Ronneby	1
Rättvik	1
Sigtuna	1
Skara	1
Skaraborg	1
Skåne	2
Skövde	1
Sollentuna	1
Solna	1
Stockholm	21
Storfors, Värmland	1
Strömbäck	1
Sundsvall	5
Södertälje	2
Tibro	1
Timrå	1
Torslanda	1
Trollhättan	1
Umeå	4
Uppsala	4
Vidsel	1
Vika	1
Vindeln	1
Västernorrland	1
Västerås	1
Växjö	2

	Ängelholm	1
	Östanlid	1
	Östergötland	1
	Östersund	2
Total	63	128

Tabell 4 Nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Värmland	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Lokalnyhet	0	29	39
Lokalnyhet Värmland	99	2	1
Riksnyhet	1	40	26
Utrikesnyhet	0	30	34
Summa procent	100	100	100
<i>N=</i>	<i>87</i>	<i>249</i>	<i>308</i>

Tabell 5 Nyhetsinslag med perspektiv TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Lokalnyhet med nationellt perspektiv	14	20
Lokalnyhet med lokalt perspektiv	16	20
Riksnyhet med nationellt perspektiv	38	24
Riksnyhet med lokalt perspektiv	2	2
Utrikesnyhet	30	34
Summa procent	100	100
<i>N=</i>	<i>249</i>	<i>308</i>

Tabell 6 Lokala nyhetsinslag i TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Lokala nyhetsinslag	30	40
Övriga	70	60
Summa procent	100	100
<i>N</i> =	249	308

Tabell 7 Fördelning av ämnen i lokala nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Värmland	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Samhällsfrågor	15	19	31
Brott/olyckor	34	39	29
Politik	10	10	9
Ekonomi	5	3	2
Kultur/nöje	8	8	9
Underhållning	2	1	6
Fritid	7	1	5
Sport	7	7	0
Annat	10	12	8
Summa procent	98	100	99
<i>N</i> =	86	76	123

Tabell 8 Nyhetsformat i lokala nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Värmland	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Reportage	43	63	79
Nyhetstelegram	15	1	3
Nyhetsinslag + bilder	42	36	18
Summa procent	100	100	100
N=	86	76	123

Tabell 9 Storstadscentrering i lokala nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Stockholm	18	23
Göteborg	4	11
Malmö	7	5
Övriga Sverige	71	60
Obestämbar	-	1
Summa procent	100	100
N=	76	123

Tabell 10 Huvudaktör i lokala nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Värmland	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Politiker	2	4	3
Expert	2	7	10
Offentlig person	7	8	7
Företrädare	15	28	24
Medborgare	19	17	37
TV4-medarbetare	1	1	0
Någon annan	0	0	1
Ingen	53	36	20
Summa procent	99	101	102
N=	86	76	123

Tabell 11 Huvudaktör i reportage i lokala nyhetsinslag i TV4 Värmland, TV4 Nyheterna 2013 och TV4 Nyheterna 2014 (procent)

	TV4 Värmland	TV4 Nyheterna 2013	TV4 Nyheterna 2014
Politiker	5	6	5
Expert	5	10	12
Offentlig person	16	13	8
Företrädare	30	40	28
Medborgare	43	27	46
TV4-medarbetare	0	2	0
Någon annan	0	0	1
Ingen	0	2	0
Summa procent	99	100	100
N=	37	48	107