

# JMG

Examensarbete i medie- och  
kommunikationsvetenskap

2015-05-29

Institutionen för journalistik,  
medier och kommunikation

[www.jmg.gu.se](http://www.jmg.gu.se)

# 20 år i den Europeiska unionen

- En innehållsanalys av svensk dagspress gestaltning av EU-nyheter.

Författare: Max Andrén, Tony Börjesson & Robert Söderqvist  
Handledare: Nicklas Håkansson  
Kursansvarig: Malin Sveningsson



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

## Abstract

**Titel:** 20 år i den Europeiska unionen – En analys av svensk dagspress gestaltning av EU-nyheter

**Författare:** Max Andréén, Tony Börjesson, Robert Söderqvist

**Kurs:** Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet

**Termin:** Vårterminen 2015

**Handledare:** Nicklas Håkansson

**Sidantal:** 54

**Antal ord:** 14 569

**Syfte:** Syftet med undersökningen var att över tid kartlägga fördelningen av sak- och spelgestaltning i rapporteringen om Europeiska unionen i svensk dagspress; för att öka förståelsen för den svenska EU-rapporteringens roll i det uppmärksammade förhållandet mellan EU och Sveriges medborgare, med avseende på låg kunskap om, svagt förtroende för och lågt valdeltagande i EU.

**Metod:** Kvantitativ innehållsanalys av (1) EU-artikel som helhet, (2) rubrik, (3) ingress och (4) brödtext.

**Material:** Nyhetsartiklar om EU i tre tidningar under två månader vid tre tillfällen fördelade över medlemskapets början, mitt och slut.

**Huvudresultat:** Inför studien sattes två huvudhypoteser upp. Den första var att andelen spelgestaltning ökat på bekostnad av andelen sakgestaltning i svensk dagspress EU-rapportering. Den andra var att andelen spelgestaltning genomgående skulle vara högre i den analyserade tabloidtidningen än i övriga tidningar. Båda dessa hypoteser kunde sedermera bekräftas.

Spelgestaltningen gällande EU-rapporteringen i svensk dagspress har ökat mellan åren 1996-2015. Samtidigt finns en klar tendens att sakgestaltningen - under samma period - minskat betydligt. Vidare, går även att se en tydlig tendens att andelen spelgestaltning år 2015 var betydligt högre i tabloidtidningen än de övriga analyserade tidningarna.

**Nyckelord:** *Europeiska unionen, sakgestaltning, spelgestaltning, medialisering, kommersialisering, mediologi, dagspress, kvantitativ innehållsanalys*

## Executive summary

Sweden has been a member of the European Union for twenty years. However, the trust for the institution is low - and the voter participation has only reached over 50 % in one out of five elections since the start of the membership - a number much lower than the national elections. Nevertheless the European Union is a central institution with much power over Swedish politics and citizens, and the cooperation has been deepened during the last twenty years. The Swedish citizens' lack of trust in the Swedish participation in the EU combined with the growing power of the EU, over the member-states, could be a potential democratic issue.

The mediatization of the politics is a crucial aspect in understanding the growing power of media as information providers – and media is playing an increasingly important role in the communication between the political institutions and the citizens. A study of the media could be critical in understanding the relationship between Swedish citizens and the EU, since the media coverage of this political institution is an essential part of the information that the citizens can obtain about the EU. At the same time the media is increasingly dependent on finance from advertising – which leads to a commercialisation of the media. It is important to stress that both these two processes, have shown to affect the framing of politics in media.

In the literature there are two primary ways of framing politics: by issue frames or game frames - where there is a growing tendency to frame politics as a game, rather than referring to political news by focusing on policy issues. The increase of game-framing has shown to correlate with the mediatization of politics and commercialized media. Furthermore, studies have shown that game-framing of politics could have negative consequences on people's participation in politics and willingness to vote, among other things. To analyze the change in the way media is framing the EU, could be an important part of understanding attitudes against the EU in Sweden. As a part of the Swedish Government Official Report - *Society's Participation in EU Affairs* – this study focused on the political frames in Swedish newspapers and more specifically on news articles about the EU. This was made to increase the understanding of the role newspapers play in the perception of the EU among Swedish citizens - regarding trust, knowledge and participation.

The aim of this study was to “*map the distribution between game-framed and issue-framed news about the European Union over time – to increase the understanding about the relationship between the EU and Swedish citizens*”, where two different hypotheses, based on previous research, were put forward:

1. The share of game-framed news articles regarding the EU in Swedish newspapers - has over time increased at the expense of issue-framed news - between the measured periods (1996, 2005, 2015).
2. The share of game-framed news articles regarding the EU during the measured periods (1996, 2005, 2015), will be higher in the tabloid newspaper (Aftonbladet), than in the two other newspapers (Dagens Nyheter and Helsingborgs Dagblad).

A quantitative content analysis was used, and the analysis of how media is framing articles about the EU was made on three Swedish newspapers (Aftonbladet, Dagens Nyheter and Helsingborgs Dagblad) during three different time-periods (February-March 1996, 2005, 2015). The news-articles were analyzed as a whole, but also by being divided into headline, introduction and text body. The decisions during the coding process were based on the dominating ”meta frame” in each article, in line with previous studies, and their definitions were used as indicators on game-framed and issue-framed news.

Both hypotheses were confirmed by the results in the study. The game-framed news regarding the EU have increased at the expense of issue-framed news between the measured periods (1996, 2005, 2015) which confirmed the first hypothesis. Furthermore, the share of game-framed news was significantly higher in 2015 in the tabloid newspaper, than in the two other newspapers. Another interesting finding is that the amount of news articles regarding the EU has been halved during the last 10 years.

The results indicate that the coverage of the EU in Swedish newspapers is most probably not enough for now or in the future to fulfill the citizens needs and rights to receive information about the EU and surrounding institutions. Alternative channels, apart from the traditional newspaper media, will probably need to be set in place or taken into account to increase knowledge and to guarantee all Swedish citizens a sense of participation in the EU.

**Keywords:** EU, European Union, issue-frame, game-frame, mediatization, commercialisation, newspapers, quantitative content analysis

# Innehållsförteckning

<b>1. INLEDNING</b> .....	6
1.1 Forskningsproblemet.....	6
1.2 Disposition .....	8
<b>2. TEORETISKT RAMVERK</b> .....	9
2.1 EU och Sverige.....	9
2.2 Medialisering, medielogik och politisk logik.....	9
2.3 Kommersialisering.....	11
2.4 Mediernas gestaltning .....	12
2.4.1 Gestaltningsteorin.....	12
2.4.2 De journalistiska gestaltningarna av politiken.....	13
2.4.3 Gestaltningseffekter.....	15
<b>3. SYFTE OCH HYPOTESER</b> .....	17
3.1 Hypoteser .....	19
<b>4. METOD OCH DATA</b> .....	20
4.1 Kvantitativ innehållsanalys .....	20
4.2 Urval .....	21
4.2.1 Tidningsurval.....	21
4.2.2 Artikelurval.....	22
4.2.3 Tidsurval.....	24
4.3 Analysverktyg.....	25
4.3.1 Indikatorer på sak- och spelgestaltning.....	25
4.3.2 Tillvägagångssätt.....	28
4.3.3 Kodningsförfarandet och exempel på kodningar.....	29
4.3.4 Yttre faktorer och koppling till verkligheten.....	32
4.3.5 Reliabilitetstest.....	34
<b>5. RESULTAT OCH ANALYS</b> .....	36
5.1 En ökad spelgestaltning .....	36
5.2 Jämförelser mellan tidningar .....	39
<b>6. SLUTSATSER OCH DISKUSSION</b> .....	44
6.1 Trender i EU-rapporteringen - slutsatser.....	44
6.2 Möjliga effekter av den förändrade rapporteringen.....	45
6.3 Utredningen om delaktighet i EU .....	48
<b>REFERENSER</b> .....	49

# 1. INLEDNING

## 1.1 Forskningsproblemet

I 20 år har Sverige varit en del av den Europeiska unionen: ett politiskt fenomen som saknar historiskt motstycke. EU vilar i allra högsta grad på demokratisk grund. Man har ett direktvalt parlament, med regelbundna och återkommande val och den lagstiftande makten är förfinat delad mellan relevanta vetospelare. Man beter sig precis som en demokrati (Petersson 2005; Tallberg 2010). Dock verkar de svenska EU-medborgarna dessvärre befinna sig ganska långt från maktdelandet i Bryssel.

2014 års Europaparlamentsval var svenskt rekord i europaparlamentsvaldeltagande, men ändock verkar endast 51 % av svenskarna vara intresserade av att göra sin EU-röst hörd (Valmyndigheten 2014). Visserligen ser sig 76% av svenskarna som medborgare i EU - vilket är högre än i de flesta andra länder inom unionen (Europabarometern 2014) - men enligt SOM-data från 2014 får stödet för EU-medlemskap bland svenskarna betraktas som lågt. Endast 44 % är för det svenska EU-medlemskapet, vilket är något lägre än när mätningarna började 1991 (Holmberg & Vernersdotter 2014). Oavsett om stödet för EU bland de svenska medborgarna är relativt svagt är det omöjligt att bortse från att EU är en central del av svensk demokrati och beslutsfattande - och i allra högsta grad påverkar samma medborgares vardag. Faktum är att beslut som fattas på EU-nivå påverkar 30 procent av alla lagar som antas av riksdagen och hela 60 procent av kommunfullmäktiges beslut (EU-upplysningen 2015; Kommittédirektiv 2014: 1-2). Samtidigt har en utveckling skett där fler medlemsländer anslutits till EU och överstatligheten ökat via nya fördrag (Peterson 2010: 100; Tallberg 2010; EU-upplysningen 2015).

Det låga förtroendet i kombination med EU:s fördjupade inflytande över svenska medborgare kan medföra ett potentiellt demokratiskt problem; ett problem man kan öka förståelsen för genom att fokusera på medierna (Strömbäck 2009a; Asp & Bjerling 2014). Eftersom människor i så pass stor utsträckning får sin bild av EU via medier är mediernas rapportering om EU av stort intresse.

Genom politikens medialisering är kommunikationen mellan EU och medborgare alltmer utelämnad till medierna. Asp och Bjerling (2014: 206) vill till och med påstå att ”(...) medierna [har] ersatt partierna som den viktigaste länken mellan väljare och valda.”, vilket

medför en makt att för medborgarna beskriva den politiska verkligheten (se också resonemang i Strömbäck 2009a). Samtidigt har konkurrensen bland medierna ökat, då marknaden och de ekonomiska förutsättningarna förändrats. Dessa nya villkor brukar beskrivas med begreppet kommersialisering och går att belysa genom mediernas ökade behov av reklamintäkter - och är dessutom något som kan medföra en risk för kvaliteten i innehållet (Wadbring 2004: 127; Hadenius et al. 2011: 44-48). Med kommersialiseringen kommer även behovet att fånga en bredare publik, och viljan att underhålla ökar på bekostnad av saklighet och relevans (Strömbäck 2009a: 173). Samtidigt är mediers möjlighet att beskriva verkligheten begränsad till följd av sitt format, vilket brukar förklaras genom *gestaltningsteorin*. Den understryker att nyheter är journalistiska gestaltningar och därmed endast rekonstruktioner av verkligheten, vilken är obegränsad. I förlängningen bidrar de konstruerade journalistiska gestaltningarna till en stor del av medborgarnas information om verkligheten (Strömbäck 2012; 2009a).

Inom den politiska journalistiken, finns en tydlig tendens att gestalta politik som sport och spel snarare än som sakfrågor (Strömbäck 2009a: 183ff). Essentiellt innebär en sakgestaltad journalistik att fokus läggs på politikens sakliga innehåll, medan en spelgestaltad journalistik beskriver politik som ett spel - där strategier, vinnare och förlorare och relationer mellan politiska aktörer är centrala (Strömbäck 2012). Att följa utvecklingen mot en mer spelgestaltad journalistik är intressant då forskning visat att sådan gestaltning kan bidra till misstroende mot politiker, lägre kunskaper och i vissa fall även en minskad vilja att delta och att rösta (Cappella & Jamieson 1997; Valentino et al. 2001; Patterson 2002; Strömbäck 2009a). En annan konsekvens är att beskrivningar av politikens sakinnehåll får allt mindre plats, vilket gör att det blir svårare för människor att erhålla information om politikens sakfrågor via medier (Strömbäck 2009a). Det har forskats om journalistiska gestaltningar av politik i svensk kontext, vilket visat på ökad grad av spelgestaltning (se t ex Strömbäck 2009a; Shehata 2014). En analys av hur svenska medier gestaltar *EU-nyheter* efter en indelning av spel- eller sakgestaltning har dock inte gjorts. Då dagspressen utgör en av de viktigaste informationskällorna för de svenska medborgarna om politik (Hadenius et al. 2011: 138), lämpar det sig väl att studera gestaltningen av EU-artiklar i just dagspressens närmre.

Beslut på EU-nivå påverkar medborgares vardag avsevärt, och tendensen att EU-samarbetet fördjupas med ökad överstatlighet och ytterligare medlemsländer - är tydlig. Samtidigt har politiken genomgått en medialisering och villkoren för kommunikation mellan EU och medborgarna beror i allt högre grad på medierna. Dessutom står dessa i sin tur inför stora

ekonomiska utmaningar - vilket tycks kunna medföra följder för hur den politiska rapporteringen ser ut. Dessa parallella processer gör att man kan anta att spelgestaltningen har ökat på bekostnad av sakgestaltningen, när det kommer nyheter som berör EU. Denna studie avser undersöka huruvida så är fallet. I förlängningen ämnar arbetet att utmynna i en djupare förståelse för mediers roll i förhållandet mellan de svenska medborgarna och EU. Detta med avseende på både förtroende- och kunskapsaspekter, där en kartläggning av fördelningen av sak- och spelgestaltningar - över tid i svensk dagspress - ses som ett betydande och värdefullt bidrag i den pågående statliga utredningen (Ju2014:20) om svenskarnas relation till EU.

## **1.2 Disposition**

I arbetets upplägg följer först en översikt som behandlar den här studiens *Teoretiska ramverk* i form av vad tidigare forskning slagit fast gällande objektet i fokus, EU - och dess kontext, samt hur den svenska dagspressens förhållanden ser ut, följt av en beskrivning av mediers politiska gestaltningar och dess potentiella effekter. Senare presenteras de luckor som den här studien kan bidra med att fylla; alltså beskrivning av *Syfte och hypoteser* om resultatets utfall. Därefter resoneras kring studiens *Metod och data*, alltifrån de allra mest basala valen till finjusteringar av analysverktyget samt för- och nackdelar med dessa val.

*Resultat och analys* redovisas genom tabeller, med tydliga kopplingar till studiens hypoteser. Därefter kommenteras resultatet, med ett kritiskt steg tillbaka, i *Slutsatser och diskussion*.



## **2. TEORETISKT RAMVERK**

I den här delen presenteras teorier och tidigare forskning hämtade ur relevant litteratur, bärande för studiens senare formulerade syfte och hypoteser.

### **2.1 EU och Sverige**

Folkomröstningen 1994 för svenskt medlemskap i EU resulterade i 52,3% stöd för ja-sidan (Petersson 2005), ett beslut som således baserades på de bedömningar som gjordes på förhand. På ett mycket allmänt plan har det mesta visat sig stämma, men vad som i vissa avseenden skiljt sig åt är bilden av EU. Förväntningarna var inte att det skulle handla särskilt mycket om politik - utan snarare om frihandel och ekonomi. Därtill framställdes EU primärt att fungera som en mellanstatlig organisation. Eftersom mellanstatligheten grundas i total enhällighet bland länderna, blir majoritetsbeslut regel - i takt med att antalet medlemmar i unionen ökar. För att alls kunna agera blir överstatlighet därför en nödvändighet (Petersson 2010: 100). När Sverige gick med i samarbetet var sedan tidigare 12 länder anslutna och i dag är det totalt 28 medlemsländer. Utöver detta har det under samma period även tillkommit tre stora fördrag inom unionen (EU-upplysningen 2015).

Dessa förändringar hos EU som institution öppnar upp intresset för att se hur rapporteringen om institutionen har sett ut över tid i de svenska medierna. Samtidigt som just medielandskapet, även det genomgått betydande förändringar sedan det svenska inträdet 1995.

### **2.2 Medialisering, medielogik och politisk logik**

Politiken i en representativ demokrati är inte enbart en affär mellan medborgare och deras folkvalda representanter: EU och EU-medborgarna i respektive medlemsnation. Utan utvecklingen pekar på en relation, av ömsesidigt beroende, mellan tre typer av aktörer. Förutom väljare/medborgare och politiker tillkommer också medier – och såväl politiker som medborgare har över tid blivit alltmer beroende av medierna (se t ex Strömbäck 2009a; Asp & Bjerling 2014).

Genom betydande förändringar hos dels allmänheten, dels politiska aktörer såväl som medieaktörer - blir medierna så viktiga i det moderna samhället att de knappast kan exkluderas ur ekvationen. En *individualisering av samhället*, *politikens professionalisering* och *mediernas institutionalisering* är samtliga processer som drivit medier till att bli en integrerad del av politiken (Asp & Bjerling 2014: 206). Det är i en sådan kontext som en medialisering av politiken bör betraktas.

Maktfördelningen mellan de tre centrala aktörsgруппerna i den politiska kommunikationen verkar vara skev, där en maktkoncentration kring medierna har ägt rum:

*”Det är något märkligt som har skett de senaste decennierna – en revolution i det tysta. [...] Vi talar om journalisternas inträde som politisk aktör. Visst hade massmedierna redan tidigare inflytande i politiken, men då huvudsakligen som förmedlande länk mellan beslutsfattaren och publiken. Numera fungerar journalisterna som självständiga aktörer med rätt att bestämma vilken bild av politiken som skall presenteras för publiken. Politikerna har förlorat sitt monopol över opinionsbildningen. Sannolikt rör det som om en av de största maktförskjutningarna under 1900-talet.”*

(Esaiasson & Håkansson 2002: 15)

Ett grundläggande antagande i teorier om politikens medialisering är att medier och politik styrs av två skilda logiker, medielogiken och den politiska logiken - och att den politiska kommunikationen i någon mån styrs av någon av dessa (Strömbäck 2009b). Inom medialiseringsteorin brukar ökat medieinnehåll styrt av medielogiken ses som ett tecken på ökad medialisering. När medielogiken styr står medierna i centrum och dess interna arbetsvillkor, normer och organisation påverkar det sätt politiska aktörer kommunicerar, granskas och förstås. Då är det mediernas egna behov – och inte hur verkligheten faktiskt ser ut - som styr utformningen av journalistiken (Strömbäck 2009a: 171, 242). Innehållet präglas av sådant som läsarna *antas vara intresserade av*, i kampen om publikens uppmärksamhet (Strömbäck 2009b). När den politiska logiken är styrande står de politiska institutionerna och aktörernas behov i centrum och dessa formar hur politiken bevakas och förstås av medborgarna. Innehållets fokus ligger på det som anses vara *viktigt och relevant* för medborgare att veta (Strömbäck 2009a: 242). Strömbäck skriver att:

*”När medielogiken är bestämmande uppfattas medierna i första hand som kommersiella företag vars uppgift framförallt består av att tillfredsställa kundernas efterfrågan. När den politiska logiken är bestämmande uppfattas medierna i första hand som demokratiska institutioner, med någon form av moralisk om än inte juridisk skyldighet att bistå och stärka demokratin och dess förmåga att fungera.”*

(Strömbäck 2008: 389)

### **2.3 Kommersialisering**

Parallellt med utvecklingen mot ett medieinnehåll som i och med medialiseringen i ökad utsträckning styrs av medielogiken, har konkurrensen för den traditionella dagspressen hårdnat. Dagspressen har fått minskat antal läsare, vilket lett till att de flesta tidningar tvingats minska sina upplagor - samtidigt som det skett en framväxt bland gratis- och webbtidningar. Dessutom, har utbudet av nyheter i tv och radio ökat (Hadenius et al. 2011: 173-178). En ytterligare betydande aspekt är den hårda konkurrensen om reklamintäkter för medier - då speciellt för dagspressen där den utgör en väsentlig del för dess existens. Dessa förändrade villkor på marknaden för medierna brukar ofta beskrivas med begreppet kommersialisering, som till stor del syftar till det ökade behovet av reklamfinansiering (Wadbring 2004: 127). Enligt Hadenius et al. (2011) är problematiken med att förlita sig på reklam, det att den i allt större utsträckning kommit att ha ett inflytande över både innehåll och struktur i media. När intäkterna minskar samtidigt som behovet av annonsintäkter är stort - riskeras kvaliteten i det journalistiska innehållet (Hadenius et al. 2011: 44-48).

Dagspressen agerar alltså under nya förutsättningar i det ökade beroende av annonsintäkter. Samtidigt utgör dagspressen fortfarande en av de viktigaste informationskällorna för de svenska medborgarna (Hadenius et al. 2011: 138), och politikens medialisering har lett till en maktförskjutning åt medierna, i vilken kommunikation mellan EU och medborgarna i allt högre grad går igenom. Dessutom kan man inte längre betrakta medierna som en passiv förbindelselänk mellan medborgare och politiker, utan medierna har makten att för politiker gestalta ett visst opinionsläge och för medborgare framhäva vissa politiska uttalanden. När medierna befinner sig i offentlighetens centrum har man alltså möjligheten att medialt gestalta en bild av EU som, rent teoretiskt, diametralt kan skilja sig från verklighetens EU (Strömbäck

2009a). Fortsättningsvis, är gestaltningen av EU-nyheter i svensk dagspress en mycket central del i att förstå medborgarnas bild av, inställning till och kunskaper om EU. Det är även intressant att studera denna förändring över tid, då både medialiseringen och kommersialiseringen av journalistiken är pågående processer som påverkar hur nyheter om EU gestaltas (vilket återkommer i avsnittet nedan). Det finns emellertid alltid en koppling mellan verklighetens beskaffenhet och den bild av verkligheten som presenteras i medierna, men hur stark förankringen är varierar. Journalistik består således till stor del av att välja och att välja bort; en process som resulterar i att mediernas bilder av verkligheten alltid kommer att vara ofullständiga (Strömbäck 2009a: 166).

## **2.4 Mediernas gestaltning**

### **2.4.1 Gestaltningsteorin**

Bilden av Europeiska unionen som presenteras i media kan aldrig vara en total spegelbild av det faktiska EU. Strömbäck sammanfattar genom *gestaltningsteorin* att nyheternas bild av verkligheten – på basis av faktumet att verkligheten är obegränsad, medan mediernas format är begränsat – aldrig kan vara densamma som den del av verkligheten nyheterna avser beskriva. Således fungerar nyhetsjournalistiken aldrig som en neutral spegel av verkligheten, utan är endast rekonstruktioner av denna (Strömbäck 2012: 2009a). Vidare är de journalistiska gestaltningarna av verkligheten heller aldrig helt neutrala, vilket beror på flera anledningar. Några av dem är att språket aldrig är helt neutralt, att journalisten måste välja bort information när den väljer information, samt att gestaltningarna formas av det sammanhang i vilket de produceras:

*”Precis som när det gäller teorin om en särskild form av medielogik spelar mediernas format, organisation, interna arbetsvillkor, normer, behov av uppmärksamhet samt samspelet med olika politiska och ekonomiska aktörer en stor roll för hur journalistiken gestaltar verkligheten och de aspekter eller aktörer i verkligheten som nyheterna handlar om. Detta betyder inte nödvändigtvis att journalistiken har som ambition att gestalta verkligheten på ett särskilt sätt.”* (Strömbäck 2009b:134)

En annan poäng i gestaltningsteorin är att det som har betydelse för människors bild av verkligheten är medierna – snarare än verkligheten i sig självt. Ju mer beroende människor är av medierna som källan till information, desto mer mottagliga är de för påverkan från mediernas sida (Strömbäck 2012; Strömbäck 2009a). De journalistiska gestaltningarna fungerar som ett ramverk för människors bild av nyheterna – och i förlängningen deras bild av verkligheten. Price et al. (1997) menar att:

*”By activating some ideas, feelings and values rather than others, then, the news can encourage particular trains of thought about political phenomena and lead audience members to arrive at more or less predictable conclusions”* (Price et al. 1997: 483)

Mediala budskap kan alltså, genom att framhålla vissa aspekter av ett problem eller en fråga framför andra, påverka hur människor bildar sin uppfattning i givna frågor (Strömbäck 2012; Price et al 1997). Svenska medborgares bild av EU beror således till stor del på de mediala budskap man tar till sig - och inom gestaltningsforskningen har sådan påverkan studerats vid just politisk journalistik. Där har det visat sig att olika gestaltningar på olika sätt tycks påverka människors syn och inställning till politiken.

#### **2.4.2 De journalistiska gestaltningarna av politiken**

Inom modern journalistik finns en tydlig tendens att gestalta politik som spel och sport snarare än som sakfrågor (Strömbäck 2009a: 183). En av de allra första studierna som belyste denna utveckling var Thomas Pattersons *Out of Order* (1993). Han visade att amerikansk valjournalistik sedan 60-talet lämnat de traditionella sätten att sakligt beskriva politik, till att mer tolka politik och beskriva det likt ett spel. Sedan dess har forskare runt om i världen intresserat sig för och undersökt utvecklingen och förekomsten av de journalistiska gestaltningarna av politik som spel snarare än sak. Dessa undersökningar har bland annat kunnat visa på att kommersiella medier spelgestaltar mer än icke-kommersiella sådana - såsom public service kanaler (se t ex Strömbäck & van Aelst 2010) - och att trenden att gestalta politik som spel har ett tydligt samband med kommersialiseringen av journalistiken (Patterson 2000). Vidare har forskning visat att den logik som är verksamt, politisk- respektive medielogik, är centralt för hur journalister gestaltar politiken. Strömbäck (2009b: 136-137) menar att:

*“... [vad] som har större betydelse är i vilken utsträckning medierna å ena sidan gestaltar politik som sak – en indikator på att den politiska logiken är styrande – och å andra sidan som spel eller skandal – indikatorer på att medielogiken är styrande.”*

De viktigaste skillnaderna mellan de olika gestaltningarna innefattar dess tematiska innehåll, retoriska stil och strategier kring berättelsetekniken. Sakgestaltningen understryker politiska sakfrågors problem och utmaningar, lösningar och möjligheter. Detta görs genom att framhålla förslag till problem och utmaningar, samt att tillhandahålla information om vem som förespråkar vilken politik, och att resonera kritiskt kring de konsekvenser som konkreta politiska förslag kan medföra. Spelgestaltning å sin sida, koncentrerar sig istället på politiska aktörers strategier, vinna-eller-förlora-aspekter av politiken, eller politiska aktörers egenintressen (Patterson 1993; Rhee 1997: 30). En av de viktigaste definitionerna av spelgestaltning, vilken flertalet forskare utgått ifrån i sina studier av förekomsten av spelgestaltning i politisk journalistik - kommer från Cappella och Jamieson (1997). De beskriver spelgestaltning utifrån följande fem kriterier:

*“(1) winning and losing as the central concern; (2) the language of wars, games, and competition; (3) a story with performers, critics, and audience (voters); (4) centrality of performance, style, and perception of the candidate; (5) heavy weighing of polls and the candidates standing in them.”*

(Cappella & Jamieson, 1997: 33)

Enligt Aalberg et al. (2011) beror det stora akademiska intresset för politisk gestaltning främst på tre saker. För det första, är det just fenomenet att gestaltningen av politiken tycks ha förändrats. Den andra är att spelgestaltningen tycks ha ökat över tid - på bekostnad av sakgestaltningen. Slutligen är det skäl som kanske intresserat forskare mest, att undersökningar kunnat visa på att politik gestaltat som spel bland annat gett upphov till politisk misstro och cynism bland mottagarna (Aalberg et al. 2011).

### 2.4.3 Gestaltningseffekter

En grundläggande del i den forskning som bedrivits kring gestaltningseffekter i media är att spelgestaltad journalistik undergräver invånarnas delaktighet och förtroende för politiken. En stor del av denna forskning har varit specifikt inriktad mot politisk rapportering i medier under valkampanjer (Strömbäck 2009a; Valentino et al. 2001; Cappella & Jamieson 1997; Patterson 1993), men liknande effekter har även bekräftats genom studier utanför valsammanhang (De Vreese 2004; Pedersen 2012). Inom forskningen har man emellanåt använt olika begrepp för journalistik som gestaltas som spel - såsom ”strategic coverage”, ”strategy frame” eller ”game frame” - men enligt Pedersen (2012) är överlappningen dessa termer emellan såpass stor att de går att likställa med varandra. Deras resultat är således jämförbara med varandra, och legitimerar samt ligger till grund för forstätt diskussion - såsom t ex i en kontext gällande rapporteringen om EU i svensk dagspress och dess eventuella konsekvenser för läsarna. Vidare, är det så att samtidigt som speljournalistik alltså har en negativ inverkan på det politiska deltagandet (Se t ex Valentino et al. 2001), så har sakgestaltad journalistik istället visat sig ha en mobiliserande effekt (Cappella & Jamieson 1997; Valentino et al. 2001). Dessutom ligger sakgestaltad politisk journalistik närmre de demokratiska idealen när det kommer till informationsförmedlingen till medborgarna (Strömbäck 2004: 277).

En av de mest vanliga perspektiven när man diskuterar mediegestaltningars effekter hos medborgarna är “the spiral of cynicism”. Man menar att även om inte 100 % sakgestaltning är idealet - så kan mediernas gestaltning orsaka en ökad politisk misstro, utanförskap och apati hos medborgarna - om de betonar konflikter, skandaler eller beskriver politiken som ett drama. I förlängningen gör det människor mindre benägna att delta i den politiska processen (Shehata 2014). Mycket forskning kring just spelgestaltning har bekräftat en ökning av denna cynism bland medborgarna gentemot politiska kandidater och val (Se t ex De Vreese 2004, De Vreese & Elenbaas 2008, Jackson 2011). Schuck et al. (2013) visade dessutom i deras studie att cynism som en effekt av spelgestaltning var större i länder med hög grad av demokrati och good governance, däribland Sverige.

Ett ytterligare begrepp som diskuterats inom forskningen är ”political efficacy” - som enligt Pedersen (2012) anses vara ett sätt att föra diskussionen om gestaltningseffekter vidare, bortom ”spiral of cynicism” (Pedersen 2012). Tidigare forskning har visat att just political efficacy är starkt sammankopplat med politiskt deltagande (Se t ex Pinkleton et al., 1998;

Valentino et al., 2009). Begreppet innefattas av internal och external efficacy - där det förra syftar till individens uppfattning av sin egen förmåga och kompetens att kunna förstå - och därigenom vara med och delta i politiken. Det senare syftar istället till hur individen uppfattar makthavarnas ambitioner att förverkliga medborgarnas visioner. Pedersen (2012) kunde i sin studie visa på ett signifikant negativt samband mellan spelgestaltning och internal efficacy. Något som enligt honom skulle kunna peka på att spelgestaltning leder till låg kunskap om politik, eftersom det tar plats istället för sakgestaltad, substantiell information om sakfrågor.

I kontrast till ökad cynism och misstro bland befolkningen argumenterar Norris (2000) genom ”the virtuous circle” å sin sida för att mediers rapportering i allmänhet har en positiv effekt på medborgarna och demokratin. Dels genom ökat politiskt förtroende, samt att man bidrar till en ökad kunskap om sakfrågor och har en mobiliserande effekt (i Shehata 2014). Utifrån Norris resonemang är en EU-artikel, oavsett gestaltning, därmed att föredra framför att det inte skrivs någonting överhuvudtaget. Vidare, finns det ej någon avsikt att i detta arbete söka stöd för det ena eller andra perspektivet ur dessa avseenden - utan snarare belysa och utifrån dem diskutera eventuella konsekvenser som journalistiska gestaltningar kan medföra hos läsaren. Särskilt då båda kan ses verka samtidigt, och bero på helt skilda faktorer. Som Shehata (2014) uttrycker det:

*”[...] both sides in the spiral of cynicism–virtuous circle controversy might actually be correct, but they rely on different mechanisms of influence. Therefore, juxtaposing these as two competing perspectives on the influence of the news media on democratic attitudes and behaviors might be misleading, as they are likely to operate simultaneously.”*

(Shehata 2014:159)

Effekter som journalistikens gestaltningar kan medföra hos individer bör tas i beaktning när man resonerar kring förhållandet mellan EU och de svenska medborgarna.



### 3. SYFTE OCH HYPOTESER

Mot bakgrund av ett fördjupat EU-samarbete sedan Sveriges intåg 1995 har EU ett allt större inflytande på svenska medborgares vardag (Kommittédirektiv 2014; Tallberg 2011). Men i motsats till det demokratiskt mest fördelaktiga, så verkar de svenska EU-medborgarna inte komma närmre Europa, utan förtroendet för och kunskapen om EU minskar (Holmberg & Vernersdotter 2014; Kommittédirektiv 2014). I en statlig utredning, beslutad av regeringen den 17 juli 2014 (se Kommittédirektiv 2014) slogs det fast att förhållandet mellan EU och svenska medborgare ska undersökas, och det understryks att medierna tillsammans med andra relevanta samhällsaktörer kan tänkas ha en inverkan på förhållandet. Under parollen "Delaktighet i EU" (Ju2014: 20) bestämdes att "syftet med utredningen är att bidra till en demokratisk utveckling i linje med demokratipolitikens mål att stärka individens möjligheter till inflytande [i EU]" (Kommittédirektiv 2014:1). Denna studie ämnar vara ett bidrag till utredningen, genom att undersöka mediernas roll i de svenska medborgarnas förhållande till EU.

En medialisering av politiken gör medierna till självständiga aktörer med möjlighet att inför publiken gestalta EU - oberoende av verkligheten. Det medför att djupare fokus på dessa alltmer mäktiga informationsförmedlare är av vikt för att öka förståelsen kring svenska medborgares förhållande till EU. Dagspressen är en av de viktigaste källorna till information om politik som medborgare har (Hadenius et al. 2011; Strömbäck 2009a; Asp & Bjerling 2014). Samtidigt är svensk dagspress i en minst sagt ekonomiskt utsatt situation till följd av hårdare konkurrens och minskade intäkter via svikande läsarantal; en kommersialisering av journalistiken (Hadenius et al. 2011). Kommersialisering, såväl som medialiseringen av politiken är två parallella processer som enligt tidigare forskning kan få konsekvenser för gestaltningen av politiken (Strömbäck 2009; 2012).

Den överlägset vanligast förekommande indelningen i litteratur kring politiska gestaltningar är åtskillnaden mellan sak- och spelgestaltning, så också här. Där tidigare forskning pekar på demokratiska konsekvenser av sak- respektive spelgestaltningarna, vilka kan diskuteras utifrån studiens resultat.

*Den här studien syftar till att över tid kartlägga fördelningen av sak- och spelgestaltning i rapporteringen om Europeiska unionen i svensk dagspress; för att öka förståelsen för den svenska EU-rapporteringens roll i det uppmärksammade förhållandet mellan EU och Sveriges medborgare.*

Värt att poängtera i sammanhanget är emellertid att studien inte gör anspråk på att söka *förklara* ett lågt förtroende för eller låg kunskap om EU. Däremot är ambitionen att via en uttömmande diskussion, utifrån tidigare studiers erfarenheter om effekter och demokratiska konsekvenser av sak- respektive spelgestaltning, kunna nå en djupare förståelse för hur svensk dagspress gestaltning av EU hänger ihop med ett bristande deltagande: låg kunskap, lågt valdeltagande och svagt förtroende för institutionen (Kommittédirektiv 2014; Holmberg & Vernersdotter 2014; Valmyndigheten 2014).

Vid undersökning av dessa mediers gestaltningar kommer en kvantitativ innehållsanalys att användas, med inspiration av en stor del av tidigare studiers tillvägagångssätt (se t ex Cappella & Jamieson 1997; Valentino et al 2001; Strömbäck & Dimitrova 2006; Pedersen 2012; Shehata 2014). För att göra en kartläggning vars resultat är relevant och möjligt att dra intressanta slutsatser ifrån är det viktigt att resonera kring vad som ryms i begreppet "kartläggning". I syfte att kunna göra relevanta jämförelser för att uppnå fördjupad kunskap om journalistikens gestaltning av EU bedöms det vara av stor vikt att göra en uttömmande beskrivning av EU-rapporteringen. Genom en tillåtande operationalisering, som möjliggör många olika jämförelser, är ambitionen att söka göra en så omfattande kartläggning som möjligt. Utifrån ett sådant resonemang kommer tre stycken svenska dagstidningars medieinnehåll att analyseras: *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter* och lokaltidningen *Helsingborgs Dagblad*. Detta kommer ske under tre nedslag över tid: början, mitten och slutet av perioden Sverige varit medlem i EU - d.v.s. år 1996, 2005 och 2015.

Förutom ambitionen att undersöka fördelningen av sak- och spelgestaltning i artiklarna som helhet, ska dessutom givna EU-artiklar brytas ned i *rubrik*, *ingress* och *brödtext* för att ge en så god bild av EU-rapporteringen som möjligt. Det ger fyra olika delar i vilka gestaltningen kan variera i en och samma artikel. Vidare motivering och diskussion kring metodologiska vägval återfinns i metodavsnittet nedan.

### 3.1 Hypoteser

Om resultatets utfall kan två huvudsakliga hypoteser, givet den tidigare forskning som finns kring sak- och spelgestaltningar av politik, ställas. Trots att premisserna för tidigare studiers urval, design- och metodval och beroende variabler skiljer sig något är tendensen i modern politisk nyhetsrapportering att förekomsten av spelgestaltning över tid har ökat, på bekostnad av sakgestaltning. Trenden är tydlig och det är utifrån sådan karakteristik som följande hypoteser bygger.

**Hypotes 1:** *I svensk dagspress EU-rapportering har andelen spelgestaltning ökat på bekostnad av andelen sakgestaltning mellan mätperioderna år 1996, år 2005 och år 2015.*

En av de största förändringarna i samhällets maktstrukturer under 1900-talet är medialiseringen av politiken, där medierna i offentligheten tar plats som aktiv självständig aktör och övriga aktörer anpassas till mediernas villkor: till medielogiken (Esaiasson & Håkansson 2002; Strömbäck 2009b; Asp & Bjerling 2014). Medielogik tenderar att ge ökad spelgestaltning vilket gör det rimligt att anta att också spelgestaltningen ökat, som en följd av medialisering - och ökad vikt av medielogik (Strömbäck 2009b). På samma sätt är det rimligt att anta att sakgestaltningen har minskat, när den politiska logiken styr medieinnehållet i lägre utsträckning. Spelgestaltning har ett även tydligt samband med kommersialiseringen av journalistiken (Patterson 2000). I och med dagspressens ökade behov av reklamfinansiering (Wadbring 2004: 127), går det även av den anledningen rimligtvis att anta att spelgestaltningen har ökat över tid.

**Hypotes 2:** *Andelen spelgestaltning kommer under mätpunkterna (1996, 2005 och 2015) vara högre i tabloidtidningens (Aftonbladet) EU-rapportering än morgontidningen och lokaltidningen (Dagens Nyheter, respektive Helsingborgs Dagblad).*

Förutom att medialiseringen via en ökad koncentrerad medielogik bör innebära ökad spelgestaltning generellt, finns det också skäl att anta att tabloiden Aftonbladet kommer att skilja sig gentemot övriga två tidningar. Då forskningen visar på att grad av kommersialisering har ett positivt samband med andel spelgestaltning (Strömbäck 2012; 2009a; Strömbäck & van Aelst 2010; Strömbäck & Dimitrova 2011), vilket - givet att Aftonbladet betraktas ha en högre grad av kommersialisering (Strömbäck 2009a) - följaktligen är en rimlig motivering för hur ett tänkbart resultat kan se ut.

## 4. METOD OCH DATA

I följande del av arbetet redogörs för de metodval studien vilar på. Avsnittets syfte är att presentera samt problematisera de vägval som gjorts, dels ur validitetssynpunkt, men även med förhoppningar om en ökad transparens som ska underlätta läsarens förståelse för studiens resultat, samt på vilka premisser de grundas - som presenteras det efterföljande avsnittet.

### 4.1 Kvantitativ innehållsanalys

I ambitionen att kartlägga fördelningen av medieinnehåll är ett naturligt vägval att inrikta sig mot en innehållsanalys av ett sådant. Därefter står valet emellertid mellan en kvantitativ eller kvalitativ sådan.

Fördelningen av det journalistiska innehållet bygger på en kategorisering väl underbyggd i tidigare forskning (se t ex Capella & Jamieson 1997; de Vreese 2005; Strömbäck 2009a; 2012; Pedersen 2012; Shehata 2014), och utgörs av två ömsesidigt uteslutande kategorier: nämligen huruvida medieinnehållet är *sakgestaltat* eller *spelgestaltat*. När man rapporterar om EU; är nyheten då sak- eller spelgestaltad? Vidare är en central beståndsdel i denna studie att undersöka en eventuell förändring av hur fördelningen av gestaltningarna sett ut under den tid Sverige varit medlem i den Europeiska unionen.

Mot bakgrund att endast två entydiga, ömsesidigt uteslutande, kategorier ska undersökas över en tidsperiod på totalt 20 år är den här studiens design av kvantitativ natur. Inspirerat av tidigare forsknings metodologiskt kvantitativa tillvägagångssätt (se t ex Capella & Jamieson 1997; Strömbäck & Dimitrova 2006; Strömbäck & van Aelst 2010), men samtidigt anpassat till den här studiens förutsättningar - ämnar designen här att möjliggöra så många intressanta jämförelser som möjligt, för att ta syftesparagrafen "(...) kartlägga fördelningen av sak- och spelgestaltning" på allvar. Ett led i en sådan ambition är att gestaltningen i de nästan 600 artiklar som utgör studiens analysurval kan variera i fyra olika delar i en och samma artikel: sak- eller spelgestaltning i (1) *artikeln som helhet*, (2) *rubriksättningen*, (3) *ingressens utformning* och (4) *artikelns brödtext*. Den indelningen är, förutom inspirerad av Strömbäck (2004) metodval, också en förutsättning för den här studiens grundläggande *beskrivande* avsikter.

Sättet nyhetsartiklarna varierar på kvantifieras och resultatet är en produkt av statistiska jämförelser av fördelningen av sak- och spelgestaltning. Således är ett räknande av förekomster av sak- eller spelgestaltade artiklar i helhet, rubriker, ingresser och brödtexter den data som ska hjälpa att besvara denna studies syfte.

## 4.2 Urval

Återigen leder ambitionerna att kartlägga fördelningen av sak- respektive spelgestaltad EU-rapportering till flertalet val av operationell karaktär. Vilket som är det relevanta medieinnehållet som står i fokus för analys, är den centrala frågan, vilken ger upphov till urval av *tidningar*, *artiklar* i dessa tidningar såväl som *tidsnedslag* under den 20-åriga perioden Sverige varit ett EU-medlemsland.

### 4.2.1 Tidningsurval

Tre tidningar, med lite olika inriktning, väljs för analys: *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter* och *Helsingborgs Dagblad*. Resonemanget bakom urvalet av vilka tidningar som ska inkluderas kan betraktas ur dels ett journalistiskt och redaktionellt perspektiv och dels ett mottagarperspektiv, där divergerande läsekretsar för olika tidningar är essentiellt. Bägge dessa perspektiv behövs för att förstå varför dessa tre tidningar väljs.

Medialiseringen: ökad politisk och samhällelig anpassning till medielogiken, såväl som en kommersialisering av journalistiken leder, enligt tidigare forskning (Strömbäck 2009a; Strömbäck & van Aelst 2010), till att journalister och redaktionellt material i högre utsträckning gestaltar politik som spel. Den här studien avser undersöka huruvida det stämmer även för EU-rapportering. Samtidigt har även graden av kommersialisering ett positivt samband med andelen spelgestaltning (Strömbäck 2012; Strömbäck & van Aelst 2010), vilket hypotes 2 avser undersöka - något som kräver att en tabloid inkluderas, samt minst en mindre kommersialiserad tidning att jämföra med, då lämpligen morgontidningar.

Här väljs tabloiden *Aftonbladet* och morgontidningen *Dagens Nyheter*, framförallt mot bakgrund av mottagarperspektivet: de är bland de två största tidningarna i landet, med allra störst räckvidd (Orvesto 2014). Detta medför att det dagligen är en stor skara läsare som tar del av deras innehåll. Dessutom verkar olika typer av människor i avseende på ålder, kön och yrkesgrupper ta del av olika tidningar: kvällstidningar respektive morgontidningar - i

varierande utsträckning (Wadbring 2010; Hadenius et al. 2011). Detta öppnar upp för att i efterhand kunna resonera kring att olika typer av människor kan påverkas olika av EU-rapporteringens gestaltning beroende på vilken tidning man läser. Dessutom har tidigare studier fört ett motsvarande resonemang och inkluderat en tabloid, såsom Aftonbladet, för att undersöka gestaltningar i en kommersiell respektive icke-kommersiell kontext (se t ex Strömbäck 2009a; 2012; Pedersen 2012; Strömbäck & van Aelst 2010; Strömbäck & Dimitrova 2011).

Lokaltidningen representeras i studien av *Helsingborgs Dagblad*. Inkluderandet av en sådan kan motiveras på ett liknande sätt som för de ovan. För det första är en kartläggning av gestaltningarna i en lokaltidning av intresse sett till det faktum att de präglas av mindre resurser - som därmed kan föranleda att man själv inte har råd med EU-journalistik i samma utsträckning, utan måste köpa in från exempelvis TT (Hadenius et al. 2011). Samtidigt är det även motiverat att inkludera en lokaltidning eftersom människor till stor del får sin totala nyhetskonsumtion från just den lokala tidningen på orten (Andersson & Weibull 2013; Hadenius et al. 2011). Att Helsingborgs Dagblad väljs som exempel på lokaltidning beror av främst två anledningar. Det första är att eftersom artiklar för aktuella tidningslag fanns tillgängliga, samt att inga uppenbara problem för Helsingborgs Dagblad har kunnat identifieras.

#### **4.2.2 Artikelurval**

Bakom urvalet av artiklar i de valda tidningarna finns ett resonemang vars fokus ligger på att det faktiskt är journalistiken och det redaktionella arbetet som präglats av ökad anpassning till medielogiken och journalistikens kommersialisering. Därför sätts det journalistiska arbetet centralt i operationaliseringen av *medieinnehållet*, och det nödvändiga artikelurvalet går i stil med t ex Shehata (2014: 165) enligt devisen "*full news stories*".

En artikel är en EU-artikel och en del i urvalet, om den till att börja med består av de delar som krävs för en hel nyhetsartikel: en *rubrik*, en *ingress* och en *brödtext*. Det är givetvis viktigt även med tanke på att ett centralt metodval i arbetet är att en artikel kodas, förutom i avseende på artikelns helheten, också specifikt gällande dessa tre individuella delars gestaltning.

Undantag görs emellertid för EU-artiklar som explicit baseras på TT-material; dessa inkluderas trots att de eventuellt inte består av rubrik, ingress och brödtext. En artikel som är uppbyggd enligt exemplet nedan inkluderas alltså, i detta undantagsfall:

***“EU-strid om flyttfåglar***

*All jakt på flyttfåglar skall upphöra den 31 januari varje år. Förslaget antogs i veckan av EU-parlamentet. Nu hotar Frankrike med att göra allt för att förslaget inte antas av kommissionen. Bakom ligger starka jägarintressen. (TT)”* (Dagens nyheter 1996-02-22)

Detta beslutades eftersom det upptäcktes, vid en översikt av hur empirin faktiskt såg ut, att flera artiklar såg ut på ett sådant vis, framförallt i Helsingborgs Dagblad. Och med tanke på att en lokaltidning p.g.a. mindre ekonomiska resurser - i kombination med att människor i hög utsträckning konsumerar sina nyheter via lokaltidningar - är intressant, så är urvalet vid artiklar baserat på TT-material mer tillåtande, i den här bemärkelsen. Att t ex koda en brödtext som inte finns görs ju dock svårligen, varför den typen av vakanta delar blivit bortfall i kodningen, trots att artikeln klarat sig igenom urvalet.

Ytterligare en viktig aspekt i artikelurvalet är att ordet “EU” eller “Europeiska unionen” finns med i rubrik eller ingress, alternativt i det som är artikelns *första stycke* efter rubriken om inte “ingressen” är tydligt utmärkt - för att artikeln i fråga ska kvalificera som en EU-artikel och räknas med.

Vidare exkluderas ur urvalet artiklar som uppenbart inte *handlar om EU; EU:s institutioner eller centrala aktörer*, eller som inte berör *EU-lagar eller -regler*. Exempel på där ordet EU finns med i ingress, men trots det exkluderas i urvalet på basis av dessa urvalsprinciper, står nedan:

***“Löfven: en svår stund för oss alla***

*Stefan Löfven besökte i går Vårväderstorget där den brutala dödsskjutningen ägde rum i onsdags. - Mina tankar har varit här sedan beskedet om denna tragedi, säger statsministern. Stefan Löfven kom till Göteborg från EU-toppmötet i Bryssel. Planet blev försenat men vid 16.30 i går anlände han till medborgarkontoret vid Vårväderstorget på Hisingen (...).”*

(Aftonbladet 2015-03-21)

Sammanfattningsvis står det sätt på vilket journalister gestaltar den politiska verkligheten i fokus: det är *nyhetsartiklar som handlar om EU* som ska kategoriseras, kvantifieras och analyseras över tid - för att skapa en bild över hur fördelningen av sak- och spelgestaltningen eventuellt förändrats.

### 4.2.3 Tidsurval

Vad gäller tidsmässiga urvalsperioder under vilka det empiriska materialet, bestående av innehållsanalys av EU-artiklar, ska insamlas är främst 2 frågor relevanta:

*När under det svenska medlemskapet ska mätpunkterna placeras: vilka år?*

*När under de relevanta åren ska tidsnedslagen placeras?*

Sverige har varit medlem i Europeiska unionen i 20 år och för att skapa en bild av hur gestaltningen av EU sett ut under denna period görs ett urval i början och ett i slutet av medlemskapet. Dessutom, för att ytterligare öka möjligheterna att skapa en god bild av hela perioden adderas ytterligare ett tidsnedslag. Detta ger totalt tre mätpunkter: i början, slutet och mitten av denna 20 åriga period, nämligen år *1996*, *2005* och *2015*.

Att studien syftar till att kartlägga hur journalistikens gestaltningar av EU ser ut implicerar att det är en *vardaglig rapportering* som avses, alltså inte en rapportering som har för avsikt att kommentera eller granska valrörelse. Bakom det ligger faktumet att det trots allt onkeligen är så att det oftare inte är valrörelse än valrörelse. Därmed inte sagt, emellertid, att ambitionen att fånga en "vardaglig rapportering" är totalt operationellt oproblematiskt (läs vidare kring detta i avsnittet 'Yttre faktorer' nedan).

De Vreese (2005) påminner om att tendensen att spelgestaltning ökar på bekostnad av sakgestaltning, visserligen här i en amerikansk kontext, kan identifieras förutom omkring val också utanför ett sådant sammanhang:

*"According to Cappella and Jamieson (1997), strategic news dominates American news coverage of not only election campaigns, but also of policy issues."*

(De Vreese 2005: 284-285)



Även andra delar av tidigare forskning har kunnat visa på att spelgestaltning generellt ökat på bekostnad av sakgestaltad journalistik utan för valsammanhang (se t ex Pedersen 2012). Strategiskt väljs därför urvalsperioderna på behörigt avstånd från val för att undersöka gestaltningarna under en vardaglig rapportering, nämligen februari-mars månad året efter Sverige gått till Europaparlamentsval. Sammanfattningsvis rör det sig om tre nedslag i tid, med en urvalsperiod i *februari och mars 1996*, en period i *februari och mars 2005* och en period *februari och mars 2015*.

Under dessa perioder analyserades samtliga s.k. EU-artiklar, enligt artikelurvalet ovan. Analysen bestod således av alla artiklar under en kortare period, snarare än ett givet antal utspridda över en längre tidsperiod. Det innebär att hela nyhetsrapporteringen under de två månaderna täcktes in i analysen. Efter urvalet fanns 578 artiklar över de tre urvalsperioderna - det mest intressanta med ett sådant urval är egentligen inte huruvida 578 är många eller ej i relation till tidigare forskningsurval - utan att dessa 578 artiklar är samtliga som skrevs under de tre urvalsperioderna.

Materialet täcker in den totala EU-rapporteringen under de valda månaderna och åren, i valda tidningar. En sådan selektion passar studiens syfte bättre än ett urval över längre tid. Studien kan nu uttala sig om den totala EU-rapporteringen under feb-mars under dessa tre år vilket är steg mot stärkt intern validitet - däremot kan ett sådant metodval tänkas vara negativ för den externa validiteten. Huruvida de två valda månaderna går att generalisera till övriga månader, att den "vardagliga bevakningen" ser någorlunda likadan ut över året, kan alltid diskuteras (Se vidare i avsnittet 'Yttre faktorer' nedan).

### **4.3 Analysverktyg**

Nedan följer utgångspunkterna för hur studiens urval kodas, samt exempel på kodningar för att belysa innehållsanalysens process.

#### **4.3.1 Indikatorer på sak- och spelgestaltning**

För att göra kartläggningen, och avgöra om en artikel och dess olika delar är sak- eller spelgestaltade, utgår analysen från tidigare definitioner och kodinstruktioner använda vid liknande forskning. Detta för att hitta olika *indikatorer* på när en viss typ av gestaltning kan

sågas vara rådande. Pedersens (2012) definition av sak- och spelgestaltning, vilken är tydligt grundad i tidigare forskning, är en av utgångspunkterna i studiens kodning:

*“The issue frame refers to political news that focuses on policy, policy issues, the policy positions on these issues, real life conditions with relevance for issue positions and the effects of enacted policies and initiatives on conditions outside the political sphere. In contrast, the game frame refers to political news that frames politics as a game in which the political parties and politicians compete. The game frame focuses on the strategy and motives behind policy positions, and the popularity and power of political parties and politicians. The game frame focuses on the effects of policies and initiatives inside the political sphere, for example whether a policy or policy position will improve the popularity or power of a politician or a political party.”*

(Pedersen 2012: 230)

Enligt Pedersens definition, och därmed utgångspunkten vid kodningen, är följande punkter tydliga indikatorer på *sakgestaltning*:

- 1) den refererar till lagar, sakpolitik och verkliga förhållanden med relevans för sakpolitiska frågor, eller*
- 2) den refererar till effekter av stadgade förslag och initiativ, på förhållanden utanför den politiska sfären.*

Vidare är indikatorer på att någonting är *spelgestaltat* om:

- 1) politik refereras till som ett spel i vilket de politiska partierna och politikerna tävlar,*
- 2) fokus ligger på strategierna och motiven bakom politiska ställningstaganden, och kring popularitet och makt hos politiska aktörer och personer, eller*
- 3) fokuserar på effekterna av lagförslag och initiativ inom den politiska sfären, till exempel om ett lagförslag eller ett ställningstagande i ett sådant skulle öka populariteten eller makten för en politiker eller politisk aktör.*

Dessa indikatorer är vägledande vid indelningen mellan sak- respektive spelgestaltning i artiklarna och dess olika delar. För att ytterligare underlätta indelningen, och göra den mer precis, hämtades även inspiration till ytterligare indikatorer från ett kodinstruktionsschema som använts vid flertalet studier av förekomsten av sak- och spelgestaltningar inom svensk politisk journalistik (se t ex Strömbäck 2014, Jalakas & Nord 2015).

Enligt instruktionsschemat är indikatorer på en *sakgestaltad* artikel eller del i artikel att:

- 1) vikt läggs vid vad som har hänt, föreslagits eller sagts i relation till politikens innehåll
- 2) handlar om eller tar upp frågor som kan relateras till verklighetens och/eller politikens sakliga innehåll och förhållanden.

Här är siffror och citat viktiga indikatorer på att artikeln är sakgestaltad, men bara om de kan kopplas till verkliga förhållanden och inte om siffrorna eller citaten används på ett sätt som kan kopplas till en gestaltning av politiken som sport eller spel.

Vidare är indikatorer på *spelgestaltning* att:

- 1) politik beskrivs som ett spel, där strategier och relationer mellan olika politiska aktörer ligger i fokus
- 2) vikt läggs vid vinnare och förlorare och innehållet kretsar kring metaforer som kan relateras till spel, sport och krig, och
- 3) man fokuserar inte på vart politiker står i politiska frågor, utan om politiker som personer.

Ord som kan indikera att en artikel är spelgestaltad är till exempel strid, taktik, bråk, attack och anfall då de kan antyda politik som ett *krig*. Vidare kan till exempel uttryck som “planer på” och “tiger om” i vissa sammanhang vara indikatorer på spelgestaltning då *motiv* bakom politiska ageranden läggs i fokus.

Indikatorerna hämtade från Pedersens definition och Strömbäck's kodschema liknar i många avseenden varandra, men tar ändå upp olika aspekter och vanliga exempel på vad som kännetecknar de olika gestaltningarna. Med flera indikatorer ökar säkerheten i avgörandet om en undersökt text är sakgestaltad, spelgestaltad, eller gestaltad på annat sätt - och risken att gestaltningen inte går att avgöra minskar.

### 4.3.2 Tillvägagångssätt

Inom den tidigare forskningen har den vedertagna definitionen av spelgestaltning från Capella & Jamieson (1997) legat till grund för flera studier, som kodat utefter en s.k. ”presence-absence basis” (Pedersen 2012). Fritt översatt syftar det till att man studerat huruvida samtliga av deras fem indikatorer för spelgestaltning varit närvarande eller ej i artikeln - och på så sätt lyckats göra en identifiering. Enligt Pedersen (2012) finns det dock en risk med att koda på detta sätt eftersom man riskerar att ej täcka in alla de artiklar som är spelgestaltade. Därtill, finns det enligt honom en paradox i att texter faktiskt kan uppfylla dessa punkter, men inte nödvändigtvis behöver fokusera på spelgestaltning. Vidare, har man i andra studier istället valt att studera vilken som är den *dominerande gestaltningen* i artikeln, den s.k. *metaframen*. Då kodas en text antingen som att den är spel- eller sakgestaltad, men ibland även som en blandning dem emellan (Pedersen 2012).

Ambitionen i denna studie är att genom analysverktyget kunna täcka in så många av de spelgestaltade artiklarna under urvalsperioderna som möjligt, och därigenom maximera kartläggningen. Dessutom genomförs studien likt Pedersen (2012) utanför valsammanhang - och således används även metaframe som utgångspunkt under kodningen i detta arbete. Dock ligger inte fokus enbart på den dominerande gestaltningen av artikeln i sin helhet - utan studien kommer som sagt även utefter t ex Strömbäcks (2004) uppdelning - att studera den dominerande gestaltningen i både rubrik, ingress samt brödtext. Detta görs för att närmre kunna peka på vilka av artikelns segment som i själva verket är sak- och spelgestaltade, eftersom gestaltningen i teorin kan skilja sig åt mellan dessa tre. Hur människor konsumerar en artikel varierar (Sternvik 2004) vilket gör att textens delar läses i olika utsträckning. Resonemanget motiverar att göra uppdelningen av en artikel - för en ytterligare fördjupad bild av hur EU-rapporteringen faktiskt ser ut i svensk dagspress.

Med *rubrik* åsyftas artikelns huvudrubrik, och därmed räknas eventuella underrubriker ej in. Dessa tillhör istället artikelns *ingress*, som utöver detta även består av textens inledning/första stycke, vilket allt som oftast är fetstilat. Vidare utgör *brödtexten* den resterande delen av textinnehållet i artikeln.

Fortsättningsvis, när det kommer till vilken som är den dominerande gestaltningen i helhetsbedömningen av artikeln - ligger det huvudsakliga fokuset i enlighet med Jesper Strömbäck (2014) och Jalakas & Nord (2015) kodscheman - på om den antingen är sak- eller

spelgestaltad. Om artikeln ej på ett tydligt sätt kan placeras in under någon av dessa två, finns även ett tredje alternativ tillgängligt som markerar att artikeln kodas som "övrig gestaltning"/går ej att avgöra - denna kategori benämns som "Övrigt". Om någon del i denna uppdelning av artikeln helt skulle saknas, eller av någon anledning vara formulerad på ett sätt som ej går att tolka, kodas den med ett alternativ som anger att den saknas helt. Vid osäkra fall om vilken gestaltning som dominerar artikelns helhet, läggs extra vikt vid rubriksättning och ingress, samt hur den "röda tråden" som för texten framåt ser ut.

### 4.3.3 Kodningsförfarandet och exempel på kodningar

De olika delarna i varje artikel kunde anta fyra olika värden, sakgestaltad, spelgestaltad, går ej att avgöra/annan gestaltning, eller del saknas. De fyra olika värdena fick sedan en given siffra att representera värdet. Med hjälp av de tidigare uppställda indikatorerna kodades sedan artiklarnas rubriker, ingresser, brödtexter samt artikeln som helhet utefter de fyra olika värdena. Oftast kunde kodningen enkelt ske med hjälp av de innan analysens definierade indikatorer på sak- respektive spelgestaltning, men i vissa fall var kodningen svårare att avgöra. För att ge en klarare bild över hur kodningsförfarandet gick till kommer exempel på bägge scenarion att visas nedan.

Sakgestaltade rubriker såg ofta ut på följande sätt:

"Eu-tak på kortavgifter" (Dagens Nyheter 2015-03-11)

"Nu säger Sverige ja till ny EU-fond" (Dagens Nyheter 2015-03-11)

"EU lovar skärpta miljökrav på bilar" (Helsingborgs Dagblad 1996-02-09)

"Zimbabwe får bistånd av EU" (Helsingborgs Dagblad 2015-02-17)

Alla dessa rubriker är sakgestaltade, då de berör *verkliga förhållanden med relevans för sakpolitiska frågor*. Vikt läggs vid *vad som har hänt, föreslagits eller sagts i relation till politikens innehåll* - vilket tydligt framkommer. Detsamma gäller för följande två typexempel på sakgestaltade ingresser:

“Fler kvinnor har anställts i EU-kommissionen sedan Sverige, Finland och Österrike blev medlemmar. Och den svenska kommissionären Anita Gradin tycker att jämställdhetsarbetet gått framåt.” (Dagens Nyheter 1996-03-08)

“Ukraina hoppas kunna börja förhandla om EU-medlemskap 2007, säger president Viktor Jusjtjenko.” (Helsingborgs Dagblad 2005-02-24)

*Citat var ofta tecken på att texten handlade om vad som sagts, föreslagits eller hänt inom politiken, och därmed sakgestaltade. Refererande till siffror och statistik från undersökningar och rapporter var även en vanligt förekommande typ av sakgestaltning såsom t ex i följande brödtext i Aftonbladet 1996:*

“Mellan 1995 och 2025 kommer antalet människor över 60 år att öka med nära 50 procent, från 76 till 114 miljoner. Samtidigt kommer antalet ungdomar att minska med 9,5 miljoner, med 11 procent. I Sverige beräknas antalet människor över 60 år öka med 38 procent mellan 1995 och 2025.” (Aftonbladet 1996-03-05)

Vidare in på spelgestaltade artiklar kunde *typiska exempel på spelgestaltade rubriker* se ut som följer:

“Sverige förlorare i EU:s bidragssystem” (Dagens Nyheter 2005-03-21)

“Sverige tvåa i EU på utrikespolitik” (Aftonbladet 2015-02-10)

“Digitalt silver till Sverige i EU” (Dagens Nyheter 2015-02-25)

Rubrikerna ovan är tydliga exempel på spelgestaltning då *politik gestaltas som ett spel eller tävling där aktörer kan vinna och förlora*, vilket syns speciellt tydligt i det första och andra exemplet. I det tredje exemplet, “digitalt silver till Sverige i EU” gestaltas politik som en sport där man tilldelar Sverige ett “silver”, vilket syftar till sportens sätt att dela ut medaljer av olika valörer till utövare beroende på insats. *Sportreferenser och sportmetaforer var vanligt förekommande i spelgestaltade artiklar*. Ytterligare ett typiskt exempel på spelgestaltad rubrik hämtas från Aftonbladet 2015:

“Stefan Löfven tiger om riskerna” (Aftonbladet 2015-03-21)

Här är det ordet “tiger” som gör att rubriken kodades som spelgestaltad. Rubriken handlar inte om sakpolitiskt innehåll med relevans för verkligheten, utan snarare om ett politiskt spel där

*politiska motiv* antas ligga bakom att risker inte diskuteras. Ett sista exempel på spelgestaltning hämtas från en ingress i HD 2005:

“USA:s nya utrikesminister Condoleezza Rice har redan gjort en charmrunda i Europa. Nu kommer chefen, president Bush, till Bryssel för att värma upp stämningen ytterligare mellan EU och USA” (Helsingborgs Dagblad 2005-02-21). Ingressen kodades här som spelgestaltad då *relationer mellan olika politiska aktörer ligger i fokus*.

Artiklar som var svåra att avgöra handlade oftast antingen om en naturlig konflikt eller använde sig siffror eller citat eller refererade till undersökningar, vilket vanligtvis är tecken på sakgestaltning, men gjort det på sätt som antyder att politik är ett spel eller sport. Ett exempel på det förra hämtas från en ingress i DN mars 2005:

“EU:s eniga linje om krafttag mot växthuseffekten kan vara på väg att spricka. Flera medlemsländer vill avvakta med hur man ska gå vidare efter Kyotoavtalet. Samtidigt kritiserar Naturskyddsföreningen Sverige för att driva en alltför passiv linje.” (Dagens Nyheter 2005-03-10)

Här kan resoneras på olika sätt. Antingen tycker man sig direkt se att ingressen är spelgestaltad, eftersom den innehåller ord som “spricka” och “kritiserar” vilket tyder på att man lägger fokus på konflikter och relationer mellan olika politiska aktörer. Å andra sidan kan man här tolka det som att det faktiskt är en konflikt, där vad som hänt och vad som sagts endast återberättas, i linje med sakgestaltningens indikatorer. I kodningen valdes det senare, ingressen är sakgestaltad. Detta eftersom ingressen tolkas hänvisa till *vad som har hänt, föreslagits eller sagts i relation till politikens innehåll vilket relateras till förhållanden i verkligheten*. Ibland refererades det även till undersökningar på ett sätt som gjorde det svårt att koda:

“Av alla EU-länder var det bara Tyskland som förra året hade mer inflytande än Sverige över unionens utrikespolitik. Sverige delar andraplatsen på tankesmedjan European Council on Foreign Relations lista med Storbritannien. 2012 kom Sverige på fjärde plats, 2013 på en delad tredjeplats och nu klättrar man alltså ännu ett pinnhål. På fjärde plats kommer i år Frankrike. I förhållande till sin storlek var Sverige alltså klart mest inflytelserikt”. (Aftonbladet 2015-02-10)

Till synes är artikeln sakgestaltad då den refererar till en undersökning. Dock läggs vikt vid placeringarna, vilket indikerar att politik är en tävling. Därav kodades artikeln som spelgestaltad. De här exemplen lyftes fram för att öka transparensen i arbetet. Som ett led i detta syftar nästa avsnitt till att ytterligare illustrera hur arbetsprocessen gått till.

Slutligen exemplifieras här vad som kodats som "Övrigt". Alltså sådana artiklar (eller rubriker, ingresser eller brödtexter) som har någon typ av övrig gestaltning eller totalt saknar indikationer på sak- eller spelgestaltning och därmed är omöjlig att koda som sak- eller spel. Nedan följer ett exempel rubrik och ingress som bägge kodats som "Övrigt":

*“På dagen: Jurist i EU På natten: Sprider hat*

*Joel Ankar, 30, är EU-parlamentarikerns medarbetare i Bryssel - och hetsar mot judar och muslimer på nätet.”*

(Aftonbladet 2015-02-10)

#### **4.3.4 Yttre faktorer och koppling till verkligheten**

I teorin var målet med studien att studera den "vardagliga medierapporteringen" av EU. Exakt vad en vardaglig rapportering är kan dock vara svårt att definiera, kanske mest eftersom det inte går att säga hur en vanlig "vardag" ser ut. Den vardagliga rapporteringen är inte isolerad från händelser runt omkring, tvärtom, händelserna styr medieinnehållet. Nyheterna mellan urvalsperioderna kommer därmed handla om olika frågor. Dessa olika frågor ses som den vardagliga bevakningen. Urvalsperioderna designades för att lyckas fånga just denna bevakning, genom att analysera den politiska rapporteringen när det inte var valrörelse och därmed undvika att rapporteringen enbart handlade om valrörelsen. Dessa större händelser, eller yttre faktorer, kan i ett större perspektiv tänkas påverkat tidningarnas gestaltningar av nyheter om EU. Detta kan såklart haft en inverkan på studiens interna validitet. Om skillnaden i de journalistiska gestaltningarna mellan åren beror på händelserna snarare än en faktisk förändring i hur journalister gestaltar EU-nyheter, så riskerar våra slutsatser att dras på felaktiga grunder. Detta är dock ett oundvikligt problem, då journalisters gestaltningar av verkligheten alltid i någon mån kommer vara beroende av vad som faktiskt har hänt. Att belysa dessa olika händelser, och diskutera nyheternas koppling till verkligheten, är ett sätt att visa på denna problematik, vilket ses som en viktig del i en ökad transparens kring vad som kan tänkas påverkat arbetets slutsatser.



Under varje tidperiod dominerades nyhetsinnehållet alltså av specifika händelser unika för just den enskilda perioden. 1996 var en vanlig tendens att man lät EU ta stor plats, och det skrevs ofta generellt om "EU-länder", utan att nämna länderna vid namn, likt följande exempel: "från Storbritannien, både från övriga EU-länder och resten av världen". På liknande sätt rapporterades det mycket om en konflikt mellan Grekland och Turkiet - där länderna ofta behandlades som EU-länder, trots att så inte var fallet. I Aftonbladet och Dagens Nyheter skrevs det även mycket om galna ko-sjukan, vilken drabbade många länder i EU under perioden. Alla dessa händelser behandlades i hög utsträckning i de analyserade tidningarna, men om händelserna i sig påverkade att det sak- eller spelgestaltades mer är svårt att resonera sig fram till. I mars 1996 skrevs det även mycket om den i media så kallade "Regeringskonferensen" och om frågor inför denna. Mycket av rapporteringen kretsade kring dagordningen för mötet och hur Sverige kunde tänkas influera vad som var viktigt i EU - vilket möjligen kunde medfört att det i högre grad handlade om politiska sakfrågor, och nyheter kring händelsen därmed tenderade att sakgestaltas. Viktigt att nämna är dock att även om en händelse naturligt handlar om politiska sakfrågor, så kan även sådana händelser spelgestaltas. Allting handlar om hur det skrivs om frågan, och var vikten i händelsen läggs. Detsamma gäller även åt andra hållet, när en konflikt gestaltas - även om en viss typ av händelser är mer naturliga att antingen sak- eller spelgestalta. Exempel på båda delarna fanns genomgående genom alla tidsperioder, och det gick också att se att samma händelser, vare sig de var mer eller mindre lämpliga att gestalta på ett visst sätt, kunde gestaltas på helt olika vis mellan olika tidningar och journalister.

Under 2005 genomförde Spanien en folkomröstning om EU:s nya grundlag - och i Frankrike pågick kampanjandet inför densamma. I Sverige diskuterades det och gjordes namninsamlingar för att få till en likadan folkomröstning, men regeringen sade nej. Under samma period hölls det dessutom ett EU-toppmöte i Bryssel, där man närmre skulle diskutera ett uppmärksammat förslag om fri handel med tjänster, något som gjorde ett starkt avtryck i medierapporteringen. Anmärkningsvärt för samtliga dessa händelser är att Helsingborgs Dagblad i allmänhet och Dagens Nyheter i synnerhet rapporterade om dem - medan Aftonbladet riktade ett mindre fokus på dessa skeenden. Att framförallt DN valde att skriva om dessa händelser i såpass bred utsträckning kan ha påverkat andelen spelgestaltade artiklar i sammanhanget - då det går att skönja en konflikt i dessa nyheter, vilket ofta innebär att en spelgestaltning, vars essens består i bilden av verkligheten som ett spel, en tävling eller strategi, faller mer naturligt. Aftonbladet hade således inte samma problem i detta

sammanhang - då deras rapportering var mindre omfattande och i vissa fall uteblev helt. Utebliven rapportering kan näppeligen sak- eller spelgestaltas, och bristande journalistisk närvaro vid relevanta och samhällseligt viktiga händelser som dessa, bör tas med i beräkningen när man sedan betraktar resultatet från Aftonbladet 2005.

Tre stora händelser som återkom under analysperioden 2015 var Margot Wallströms uttalanden om Saudiarabien, kriget på Krimhalvön mellan Ryssland och Ukraina samt de olika EU-möten och beslut kring Greklands dåliga ekonomi. Liksom de andra åren fanns det alltså naturligt innehåll att återkomma till. Huruvida gestaltningen påverkades är svårt att säga, även om alla tre återkommande händelser i någon mån rörde konflikter av olika slag.

Efter en genomgång att de händelser som kommit att dominera nyheterna under respektive år står en sak klar; om det skett stora förändringar i gestaltning mellan åren så kan det inte i särskilt stor utsträckning förklaras med att det något år sticker ut i bemärkelsen extraordinära händelser. Det har genomgående varit händelser i alla år som lämpat sig bättre eller sämre att gestalta på specifika sätt, där inget år sticker ut som mer "krisdrabbat", eller att det skett fler händelser överlag som mer lämpar sig för en viss gestaltning. Åren skiljer sig helt enkelt åt, precis som innehållet i en "vardaglig" rapportering alltid kommer att göra, då varje period, år, månad och dag är unik. Till det resonemanget hör diskussionen kring att studien endast analyserar månaderna februari och mars, vilket kan ses som ett möjligt problem för studiens externa validitet. Detta skulle i så fall begränsa möjligheten att kunna generalisera resultatet till resten av året. Alla beskrivna händelser tillhör den vardagliga bevakningen, och av allt att döma hade de kunnat hända när som helst under årets månader, vare sig det gäller EU-toppmöten, spridning av galna ko-sjukan eller uttalanden från en svensk utrikesminister. Händelserna verkar inte tidsbundna till just de analyserade månaderna. Det talar för att resultatet i någon mån går att generalisera över de flesta av årets månader.

#### **4.3.5 Reliabilitetstest**

Innan själva kodningsarbetet satte igång genomfördes en reliabilitetstest av studiens kodschema - med syfte att på förhand kontrollera så att uppfattningarna av definitionerna stämde överens i så hög utsträckning som möjligt mellan författarna. I praktiken provkodades först artiklar hämtade ur en extern tidperiod tillsammans genom samarbete, motsvarande ca 10% av studiens totala antal artiklar. Senare även ytterligare en liknande mängd - fast den

gången separat på varsina håll - vars resultat sedermera gick att jämföra med varandra. Därefter fanns möjligheten att göra förändringar i kodschemat så att bedömningarna skulle bli så likartade som möjligt. Något som är av stor betydelse då en grundläggande förutsättning för god reliabilitet är att kodningarna i så hög grad som möjligt överensstämmer, oavsett vem som kodar (Esaiasson et al. 2012: 208).

Efter att datainsamlingen väl avslutats genomfördes en interreliabilitetstest för att kontrollera i vilken grad kodningarna av artiklarna och dess olika delar överensstämde - då de kodades av någon annan av författarna. Totalt valdes slumpmässigt 60 av studiens 578 artiklar ut för detta ändamål. Även här gäller principen att desto högre grad av överensstämmelse mellan kodningarna, desto bättre reliabilitet. Esaiasson et al. (2012) menar att det vid den här typen av test är svårt att uppskatta en viss procentsats som bör uppnås för att kunna påvisa en god reliabilitet. Det handlar snarare om att ta hänsyn till "svårighetsgraden" gällande den aktuella kodningen, som i denna studie alltså utgörs av artikelns olika delar samt dess helhet.

Vid kodningsarbete som är mer öppet för tolkning och bedömning, ökar svårighetsgraden, och det är därför vanligt att överensstämmelsen blir något lägre (Esaiasson et al. 2012: 208). Ambitionerna inför denna del i arbetet var att göra definitionerna och uppfattningarna sinsemellan såpass tydliga och samstämmiga - att artiklarna rent teoretiskt skulle gå att koda "maskinellt". Således skulle vem som helst kunna utföra ett liknande arbete och få exakt samma resultat. I bedömningen i efterhand är det dock väsentligt att väga in att den mänskliga faktorn är svår att förbise - särskilt eftersom de olika delarna i resultatet (artikelns helhet, rubrik, ingress och brödtext), samtliga kodas utefter en tolkande bedömning i slutändan. En inte helt hundra procentig reliabilitet får därmed betraktas som fullt acceptabel.

<b>Reliabilitetstest</b>	
<b>Del av artikel</b>	<b>Reliabilitet (i procent)</b>
Helhet	93,33
Rubrik	91,67
Ingress	90
Brödtext	93,33

## 5. RESULTAT OCH ANALYS

Det här är en studie som syftar till att utreda och *kartlägga* fördelningen av sak- och spelgestaltning i journalistisk EU-rapportering. Att skapa en representativ bild av hur journalister gestaltar EU-artiklar handlar emellertid inte enbart om att slumpmässigt räkna sak- respektive spelgestaltade artiklar i planlöst utvalda tidningar under vissa tider. Istället är det av största vikt att strategiskt undersöka vissa avseenden av svensk dagspress för att påvisa hur fördelningen över tid faktiskt sett ut. Därför valdes tre olika typer av tidningar (en tabloid, en morgontidning, lokaltidning), under tre tidsperioder fördelade över tiden Sverige varit medlem i EU (1996, 2005, 2015) - samtidigt som artiklarnas innehåll delades in i rubrik, ingress och brödtext.

Problemformuleringen besvaras nedan genom ett flertal jämförelser, för att illustrera hur verkligheten ser ut: en kartläggning av fördelningen av sak- och spelgestaltning i EU-rapportering i svensk dagspress.

Två stycken hypoteser finns, utifrån tidigare forskning, uppställda om studiens utfall. Det är utifrån dessa två som resultatet nedan kommer att resoneras kring.

### 5.1 En ökad spelgestaltning

Tendensen att i nyhetsjournalistik i allt högre grad gestalta politik som spel är väl etablerad i tidigare forskning (se t ex Strömbäck 2009; a 2012; Lawrence 2000; Strömbäck & van Aelst 2011; de Vreese 2005). Den här studiens resultat kan visa på att en sådan tendens även finns vad gäller EU-rapportering.

**Tabell 1:** Fördelning av sak- och spelgestaltade EU-artiklar, i helhet.  
I procent.

	1996	2005	2015	Diff.
<b>SAK</b>	89	75	60	-29
<b>SPEL</b>	10	24	37	27
<b>Övrigt</b>	1	1	3	2
Totalt	100	100	100	
Antal (n)	246	229	103	578

**Kommentar:** Till vänster i tabellen står de olika gestaltungsalternativen: SAK = Sakgestaltning; SPEL = Spelgestaltning; Övrigt = Övrig gestaltning/går ej att avgöra. 1996, 2005 och 2015 anger årtalen för urvalsperioderna. Diff. är en förkortning för differens och visar den totala skillnaden i andel mellan år 1996 och 2015. Antal (n) redovisar hur många artiklar som ingick.

Resultatet i Tabell 1 är ett första steg i att besvara studiens allra mest grundläggande problemställning: huruvida andelen spelgestaltning ökat på bekostnad av minskad andel sakgestaltning överhuvudtaget. Datan påvisar att den genomgående utvecklingen i EU-artiklar som helhet går i linje med Hypotes 1:

*I svensk dagspress EU-rapportering har andelen spelgestaltning ökat på bekostnad av andelen sakgestaltning mellan mätperioderna år 1996, år 2005 och år 2015.*

Hypotesen kan alltså i detta första läge bekräftas: bland artiklar i helhet har sakgestaltning över den studerade tiden totalt minskat i andel med 29 procentenheter, och spelgestaltningen har ökat med 27 procentenheter. Övrigt-kategorin har legat på en relativt jämn låg nivå över tid, vilket bör indikera på att andelen spelgestaltning ökat på bekostnad av andelen sakgestaltningens minskning i EU-artiklar som helhet.

Visserligen är det på sin plats att påpeka att sakgestaltningen i samtliga tidsnedslag är den dominerande kategorin. Trots en markant ökning av spelgestaltning så är det obestriddligen så att fortfarande idag (2015) är det betydligt vanligare att gestalta politik som sak jämfört med spel. Dock är höjningen av andelen spelgestaltning givetvis därmed icke att förringa - tendensen är tydlig och dessutom kan Tabell 1 påvisa att spelgestaltningens ökning verkar gått i jämn takt - med en ökning på 14 (1996-2005) respektive 13 (2005-2015) procentenheter.

Emellertid kan fler jämförelser givetvis göras för att påvisa hur "långt gången" denna trend är.

Förutom att Tabell 1 tydliggör att spelgestaltningen ökat i andel på bekostnad av sakgestaltningen finns det givetvis fler jämförelser att göra för att illustrera hur etablerad den

här trenden verkar vara. Tabell 2 nedan visar huruvida en sådan tendens kan identifieras i EU-artiklars samtliga delar.

**Tabell 2:** Fördelning av sak- och spelgestaltade rubriker, ingresser och brödtexter i EU-artiklar.  
I procent.

	Rubrik			Ingress			Brödtext		
	1996	2005	2015	1996	2005	2015	1996	2005	2015
<b>SAK</b>	64	65	55	76	70	58	90	78	67
<b>SPEL</b>	29	28	33	23	26	38	8	22	29
<b>Övrigt</b>	7	7	12	1	4	4	2	0	4
Totalt (n)	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal (n)	245	227	102	245	226	103	243	227	103

**Kommentar:** Till vänster i tabellen står de olika gestaltningsoptionerna: SAK = Sakgestaltning; SPEL = Spelgestaltning; Övrigt = Övrig gestaltning/går ej att avgöra. 1996, 2005 och 2015 anger årtalen för urvalsperioderna. Antal (n) redovisar hur många artiklar som ingick. Överst i tabellen står artikelns olika delar: Rubrik, Ingress och Brödtext.

En nyhetsartikel består traditionellt av en rubrik, en ingress och en brödtext, och Tabell 2 kan visa på att spelgestaltningen ökat från 1996 till 2015 i samtliga dessa tre delar.

Spelgestaltningen har ökat generellt i varje del, även om andelarna spel-, sak- och övrigt varierar på olika intressanta vis - och är egentligen tre helt skilda scenarior. Vid en första anblick är det lätt att tänka att hypotes 1 kan bekräftas i alla tre fall, men riktigt så verkar inte resultatet se ut.

Vad gäller dagspressens rubriksättning så är nivån redan 1996 relativt hög (29 % av rubrikerna) och 2015 så har den endast stigit något (4 procentenheter), vilket gör att rubrikerna har den minsta ökningen av dessa tre delar. Emellertid är det svårt att med täckning påstå att hypotes 1 helt och hållet stämmer här. Dels verkar andelen spel ha minskat mellan 1996 och 2005, om än knappt men åtminstone ingen ökning, vilket gör det tidsintervallet helt unikt i undersökningen. Men framförallt visar Tabell 2 att spelgestaltningen har ökat i *mindre* andel än vad sakgestaltningen har minskat mellan 1996 fram till 2015. Det som skett är att Övrigt-kategorin ökat 5 procentenheter till hela 12 % av rubrikerna. Det gör att man svårligen kan mena att spelgestaltningen ökat *på bekostnad* av sakgestaltningen fullt ut.

Ingresserna startar, liksom rubrikerna, med en relativt hög spel-notering (23 %) - men ökar, i motsats till rubrikerna, rejält (15 procentenheter) till den höga andelen 38 %. Samtidigt har sakgestaltningen minskat med ungefär lika mycket: 12 procentenheter, i kombination med att

Övrigt legat på en relativt jämn låg nivå. Resultatet pekar därför på att hypotes 1 här kan bekräftas.

Förändringen av andelen gestaltningar i brödtexterna sticker ut på fler sätt. Utvecklingen är den som allra mest (av dessa tre) påminner om tendensen som kunde urskiljas i artklar som helhet och vid 1996 års mätning så är andelen spel 8 % mot övervägande 90 % sakgestaltning. Till 2005 har spelgestaltningen dock ökad ordentligt (14 procentenheter på 10 år), precis som Tabell 1 visar att EU-artiklar i helhet gjorde: från 10 % till 24 % mellan 1996 och 2005. Utvecklingen fortsätter dessutom mot 2015 där slutnoteringen lyder att 29 % av brödtexterna i DN, HD och AB:s EU-artiklar idag är spelgestaltade. Under samma period minskade sakgestaltningen med ungefär lika mycket, samtidigt som Övrigt-kategorin hade en jämn låg nivå, vilket talar för att hypotes 1 kan bekräftas vad gäller brödtexter.

Sammanfattningsvis kan hypotes 1 generellt sett bekräftas: andelen spelgestaltning ökar på bekostnad av andelen sakgestaltningar av politiken. Väldigt tydlig är tendensen i EU-artiklar i helhet, ingresser och i brödtexter, och lite mindre tydligt gällande rubriker, även om det finns en tendens även där. Faktumet att det är en trend att spelgestaltning ökat - samtidigt som sakgestaltning minskat - över de 20 undersökta åren är dessutom helt obestridligt.

## **5.2 Jämförelser mellan tidningar**

Hittills har resultatet kunnat påvisa huruvida hypotes 1 kan bekräftas eller ej i EU-artiklar som helhet, såväl som rubriker, ingresser och brödtexter i dessa. För att ta kartläggningen av fördelningen av sak- och spelgestaltning i svensk dagspress ytterligare längre kan dock fler jämförelser göras. Tabell 3 nedan visar fördelningen av sak- och spelgestaltade EU-artiklar i helhet - i jämförelser mellan de tre analyserade tidningarna.

**Tabell 3:** Fördelning av sak- och spelgestaltade EU-artiklar, i helhet. Ordnat efter tidning.  
I procent.

		1996	2005	2015	Diff.
<b>Dagens Nyheter</b>	<b>SAK</b>	90	70	66	-24
	<b>SPEL</b>	10	30	34	24
	<b>Övrigt</b>	0	0	0	0
	Totalt	100	100	100	
	Antal (n)	112	109	59	280
<b>Helsingborgs Dagblad</b>	<b>SAK</b>	89	80	64	-25
	<b>SPEL</b>	10	20	36	26
	<b>Övrigt</b>	1	0	0	-1
	Totalt	100	100	100	
	Antal (n)	89	100	28	217
<b>Aftonbladet</b>	<b>SAK</b>	89	80	31	-58
	<b>SPEL</b>	11	10	50	39
	<b>Övrigt</b>	0	10	19	19
	Totalt	100	100	100	
	Antal (n)	45	20	16	81

**Kommentar:** Längst till vänster i tabellen anges de olika tidningarna vid namn. Innanför dem står gestaltningsoptionerna: SAK = Sakgestaltning; SPEL = Spelgestaltning; Övrigt = Övrig gestaltning/går ej att avgöra. 1996, 2005 och 2015 anger årtalen för urvalsperioderna. Diff. är en förkortning för differens och visar den totala skillnaden i andel mellan år 1996 och 2015. Antal (n) redovisar hur många artiklar som ingick.

Vad gäller EU-artiklar i helhet, mellan tidningarna, verkar fördelningen av sak- och spelgestaltning över tid förändrats på olika sätt. Tendensen i form av ökad spelgestaltning och minskad sakgestaltning är visserligen tydlig i Dagens Nyheter, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet, men processerna verkar vara något åtskilda mellan de tre.

Samtliga tidningar startar 1996, precis i likhet med artiklar i helhet, med omkring 10 % spelgestaltning och 90 % sakgestaltning. Därefter skiljer sig dock utvecklingen lite olika åt. I Dagens Nyheter ökar spelgestaltningen med hela 20 procentenheter på 10 år (1996-2005), medan sakgestaltningen minskade med exakt lika mycket. Till år 2015 fortsatte utvecklingen, visserligen lite långsammare, men spelgestaltningen ökade lika mycket som sakgestaltningen minskade (4 procentenheter) medan Övrigt-kategorin låg på 0 %-nivå i artiklarna som helhet. Därmed kan man definitivt säga att hypotes 1 kan bekräftas här: andelen spelgestaltningen i DN har ökat på bekostnad av andelen sakgestaltningen.



På samma vis kan utvecklingen i Helsingborgs Dagblad sägas gå i linje med hypotes 1: Övrigt-kategorin har legat på en låg nivå, samtidigt som spelgestaltningen ökade totalt 26 procentenheter och sakgestaltningen minskade med 25 procentenheter mellan 1996 och 2015. Till skillnad från i DN, dock, verkar den stora ökningen kommit mellan 2005 och 2015 snarare än - vilket var fallet i DN - mellan första och andra mätpunkten. Det är trots allt en betydande skillnad i tyngdpunkt, över tid.

Aftonbladet, å andra sidan, följer alltså inte samma mönster. För det första är Övrigt-kategorin avsevärt mycket högre i Aftonbladet: med exempelvis 10 % 2005 och hela 19 % år 2015. Sedan, en ökning av spelgestaltning kan identifieras i Aftonbladet, men processen sker på ett intressant sätt. Medan spelgestaltningen i såväl DN som HD ökar nämnvärt mellan 1996 och 2005 minskar istället spelgestaltningen i Aftonbladet med en 1 procentenhet - för att mellan 2005 och 2015 sedan öka avsevärt med hela 40 procentenheter. Huruvida hypotes 1 kan bekräftas eller ej kan diskuteras, men tendensen är likväl tydlig. Sakgestaltningen har minskat mycket i andel, 58 procentenheter, medan sakgestaltningen - och visserligen också Övrigt - ökat märkbart.

Framförallt dock, skiljer sig alltså Aftonbladet i avseendet att 50 % sakgestaltning år 2015 är överlägset mycket högre än samtliga tidigare noteringar. Detta faktum aktualiserar hypotes 2:

*Andelen spelgestaltning kommer under mätpunkterna (1996, 2005 och 2015) vara högre i tabloidtidningens EU-rapportering (Aftonbladet) än morgontidningen och lokaltidningen (Dagens Nyheter, resp. Helsingborgs Dagblad).*

På det stora hela verkar hypotes 2 kunna bekräftas givet resultatet i Tabell 3. 1996 var spelgestaltningen i Aftonbladet - om än marginellt - men likväl högre än i de övriga två. År 2005 är resultatet tydligt *inte* i linje med hypotes två då spelgestaltningen utgör 10 % i kontrast till DN och HD på 30 % respektive 20 %.

Däremot verkar alltså någonting alldeles särskilt hänt från 2005 till 2015. När DN och HD noterar relativt höga andelar som 34 % och 36 % spelgestaltning sticker trots det Aftonbladets 50 % spelgestaltning, minst sagt, ut. Man bör därför kunna påstå att hypotes 2 2015 onekligen kan bekräftas.

För att helt och hållet kunna resonera kring hypotes 2 krävs, emellertid, ytterligare jämförelser. Huruvida andelen spelgestaltning är högre i Aftonbladet - än övriga två tidningar

- i en artikels olika delar: rubrik, ingress och brödtext, vilket kan besvaras genom Tabell 4 nedan.

**Tabell 4:** Fördelning av sak- och spelgestaltade rubriker, ingresser och brödtexter i EU-artiklar. Ordnat efter tidning. I procent.

		Rubrik			Ingress			Brödtext		
		1996	2005	2015	1996	2005	2015	1996	2005	2015
<b>Dagens Nyheter</b>	<b>SAK</b>	64	58	60	75	65	63	91	72	71
	<b>SPEL</b>	31	36	30	24	35	36	7	28	29
	<b>Övrigt</b>	5	6	10	1	0	1	2	0	0
	Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Antal (n)	111	107	58	112	106	59	114	108	59
<b>Helsingborgs Dagblad</b>	<b>SAK</b>	66	76	57	79	80	68	88	81	68
	<b>SPEL</b>	27	20	32	20	20	32	9	19	29
	<b>Övrigt</b>	7	4	11	1	0	0	3	0	3
	Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Antal (n)	89	100	28	88	100	28	89	99	28
<b>Aftonbladet</b>	<b>SAK</b>	58	50	31	76	45	25	89	90	50
	<b>SPEL</b>	29	20	50	24	15	56	11	5	31
	<b>Övrigt</b>	13	30	19	0	40	19	0	5	19
	Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Antal (n)	45	20	16	45	20	16	44	20	16

**Kommentar:** Överst i tabellen står artikelns olika delar: Rubrik, Ingress och Brödtext. Längst till vänster anges de olika tidningarna vid namn. Innanför dem står gestaltungsalternativen: SAK = Sakgestaltning; SPEL = Spelgestaltning; Övrigt = Övrig gestaltning/går ej att avgöra. 1996, 2005 och 2015 anger årtalen för urvalsperioderna. Diff. är en förkortning för differens och visar den totala skillnaden i andel mellan år 1996 och 2015. Antal (n) redovisar hur många artiklar som ingick.

Mönstret som kan identifieras vad gäller artiklar i helhet kan även påvisas i Aftonbladets rubriker, ingresser och brödtext. Även här har Aftonbladet en andel spelgestaltning år 1996 som ligger i ungefärlig nivå med övriga två tidningars, i alla tre delar: med möjligt undantag för rubrikerna där AB har en notering som är lite lägre än DN:s. Precis som tendensen för artiklar i helhet har också Aftonbladet 2005 tydligt mindre andel spelgestaltning, i artiklarnas tre delar: med undantag, möjligtvis återigen, för rubrikerna. Här har Helsingborgs Dagblad också 20 % spelgestaltning.

Slutligen är Aftonbladet år 2015 - precis som var fallet gällande EU-artiklar i helhet - (avsevärt) högre präglade av spelgestaltning än övriga två tidningar: i en artikels samtliga tre

delar. 31 % av brödtexterna 2015 är spelgestaltade medan samma siffra för DN och HD är 29 %. Här är ökningen som minst. I övrigt är faktiskt andelen spelgestaltning i Aftonbladet märkbart mycket högre än i de andra två tidningarna, vilket Tabell 4 tydligt visar.

Nämnvärt är också genomgående att AB skiljer sig gentemot de övriga två tidningarna genom att kategorin Övrigt är betydligt större egentligen under samtliga noteringar: helhet, rubrik, ingress, brödtext - under samtliga tre år. Enda undantaget verkar vara Aftonbladets 0 % Övrigt i ingresser och brödtexter år 1996, där har både DN och HD har något högre andel.

För övrigt är det noterbart att de allra största förändringarna mellan 1996 och 2015 verkar ha skett i Aftonbladet överlag. I artiklar som helhet, såväl som rubriker, ingresser och brödtexter - i samtliga dessa så har, jämfört med DN och HD, (1) spelgestaltningen ökat mest, (2) sakgestaltningen minskat mest, och (3) övrigt kategorin ökat mest. Det är en, möjligen perifer, men väldigt tydlig tendens.

Sammanfattningsvis betyder resonemangen att Hypotes 2 är svårare att tyda än hypotes 1, men trots allt pekar resultatet på att AB har högre andel spelgestaltning - eller åtminstone skiljer på ett intressant vis - (alltså i linje med hypotes 2) snarare än att denna skulle helt förkastas, främst med tanke på att spelgestaltningen har oerhört höga siffror 2015.

## 6. SLUTSATSER OCH DISKUSSION

Den här studien tog avstamp i hur den Europeiska unionen beskrivs i media för den svenska befolkningen. Kombinationen av den utveckling som skett inom EU som institution under de 20 år som Sverige varit medlem, tillsammans med de betydande förändringar som medielandskapet genomgått under samma period - utmynnade i en granskning av journalistikens innehåll. Studiens syfte har varit att *“över tid kartlägga fördelningen av sak- och spelgestaltning i rapporteringen om Europeiska unionen i svensk dagspress; för att öka förståelsen för den svenska EU-rapporteringens roll i det uppmärksammade förhållandet mellan EU och Sveriges medborgare.”*

### 6.1 Trender i EU-rapporteringen - slutsatser

Studien uppvisar flera intressanta resultat, som ligger i linje med de hypoteser som formulerades på förhand. Spelgestaltningen gällande EU-rapporteringen i svensk dagspress har ökat mellan åren 1996-2015. Samtidigt finns en klar tendens att sakgestaltningen - under samma period - minskat betydligt.

Generellt sett över tid, har den ökade andelen spelgestaltning skett *på bekostnad* av andelen sakgestaltning. Denna tendens finns i både artikelns helhet och dess samtliga delar: rubrik, ingress och brödtext. En något svagare trend uppvisades gällande artikelns rubriksättning. En möjlig förklaring till detta ligger i linje med 2015 års resultat - där det ej i lika stor utsträckning går att påvisa att andelen spelgestaltning ökat på bekostnad av andelen sakgestaltning - då en större andel rubriker hamnade under ”övrig gestaltning”.

Övergripande, gäller ökningen av spel- respektive minskningen av sakgestaltning, över tid, för samtliga tre tidningar i studien - och är som allra tydligast i artikelns brödtext. Den största förändringen i fördelningen av sak- och spelgestaltning mellan åren 1996-2015 uppvisades i tabloidtidningen - där spelgestaltningen ökat överlägset mest gentemot morgon- och lokaltidningen. Resultatet gäller även här för samtliga av artikelns delar.

Vidare, går även att skönja en tydlig tendens att andelen spelgestaltning år 2015 är betydligt högre i tabloidtidningen än för morgon- och lokaltidningen. Under åren 1996 och 2005 spelgestaltade dock *inte* tabloiden i högre utsträckning än övriga tidningar.

## 6.2 Möjliga effekter av den förändrade rapporteringen

Vad kan man då ta med sig från denna kartläggning, och på vilket sätt kan studiens resultat bidra till en ökad förståelse kring förhållandet mellan de svenska medborgarna och Europeiska unionen? Förtroendet för, valdeltagandet i och kunskapen om EU har likväl låga noteringar (Holmberg & Vernersdotter 2014; Valmyndigheten 2014; Kommittédirektiv 2014). Men förhoppningsvis kan ett resonemang kring, i tidigare forskning, etablerade effekter av spel- och sakgestaltad journalistik sätta det omdiskuterade förhållandet mellan EU och svenska medborgare i nytt ljus. Hur kan man då förvänta sig att människor, i det stora hela, påverkas av att läsa journalistisk material gestaltat som resultatet ovan påvisar?

Vid gestaltning av politik som spel har forskning tidigare studerat möjliga konsekvenser för mottagarna (Se t ex Patterson 1993; Cappella & Jamieson 1997; De Vreese 2004; De Vreese & Elenbaas 2008; Jackson 2011; Shehata 2014). Den mesta forskningen har kunnat visa att en hög grad av spelgestaltning bidrar till ett misstroende mot politiker, så kallad politisk cynism, vilket kan leda till ett utanförskap och apati hos medborgarna, speciellt i länder med hög grad av demokrati och good governance som Sverige. Vidare har studier visat att spelgestaltning har en påverkan på individens uppfattning av sin egen förmåga och kompetens att kunna förstå politik - och därigenom vara med och delta i politiken och den politiska processen - och i vissa fall även en minskad vilja att delta och rösta. Givet den forskning som är belagt sedan tidigare, pekar studiens resultat mot att utvecklingen bland de undersökta medierna i alla fall inte i allmänhet gynnar människors vilja att delta, förstå och engagera sig i den politiska processen. Oavsett vilka effekter spelgestaltningen kan antas ha, så tar den onekligen fortfarande plats på sakgestaltningens bekostnad. Detta kan i sig kan leda till lägre kunskap om politik - eftersom substantiellt innehåll med information om sakfrågor då ges mindre utrymme (Se t ex Pedersen 2012).

*Exakt* vilken påverkan förändrade gestaltningar har på förhållandet mellan svenska medborgare och EU inte sägas. Dock, kan man med hjälp av tidigare forskning säga att det åtminstone inte är mycket som tyder på att ökad spelgestaltning skulle ha en positiv påverkan på människor i det stora hela. Då denna studie endast kartlagt fördelningen av de olika journalistiska gestaltningarna, vore nästa viktiga steg för framtida forskning en vidare analys av hur de förändrade journalistiska gestaltningarna mer precist påverkar attityden till EU bland mottagarna. EU förutsätter en förankring hos medborgare i medlemsländer. Om de inte kan få den via dagspress - givet att tendensen av ökad spelgestaltning i kombination med

minskad sakgestaltning fortsätter - så måste nya vägar för att upplysa och informera medborgare om EU utarbetas.

Otvetydigt är att en stor del av svenska medborgarna får sin info om EU via dagspress, även om mycket tyder på att alla de människor som läser (det vida begreppet) dagspress dock läser olika tidningar. Människor som läser Dagens Nyheter, Helsingborgs Dagblad och Aftonbladet skiljer sig något åt i förhållande på parametrar som ålder, kön, typ av yrke, geografi osv., (Wadbring 2010; Hadenius et al. 2011) vilket kan sägas ge varje tidning olika grupper av läsekretsar. Samtliga dessa grupper påverkas på daglig basis, i något avseende, av EU-regler, och samtliga dessa skall givetvis - med det demokratiskt ideala för ögonen - känna ett inkluderande i Europeiska unionen. I den här studiens resultat uppvisas dock att man som medborgare - om man tar del av DN, HD eller Aftonbladet - utsätts för spel- och sakgestaltning i olika utsträckning. Något som, enligt tidigare forskning, kan medföra konsekvenser i inställningen gentemot politik och politiska institutioner. Det perspektivet kan öppna upp för framtida undersökningar om hur människors olika medievanor - givet att det skiljer sig i hur EU-nyheter gestaltas i olika medier - kan tänkas kasta ljus över de skillnader som finns bland svenska medborgares inställning till EU (Holmberg & Vernersdotter 2014).

Spelgestaltning har alltså generellt visats ha flera negativa effekter för mottagarna (se t ex Cappella & Jamieson 1997; De Vreese 2004; De Vreese & Elenbaas 2008; Shehata 2014). Å andra sidan kan man se det som att det är bra att EU-nyheter skrivs överhuvudtaget, oavsett om de är sak- eller spelgestaltade, eftersom mediareportering i allmänhet är positivt för en demokrati (Norris 2000). Alltså, bara att det skrivs om EU gör att människor överhuvudtaget har möjlighet att få information om EU:s institutioner, centrala aktörer och regler och lagar. Dessvärre pekar den här studiens resultat även på att det skrivs allt mindre om EU i svensk dagspress. Samtidigt som spelgestaltningen ökat syns nämligen en tydlig trend; det skrivs allt färre artiklar om den Europeiska unionen, en trend som tycks eskalerat under de senaste 10 åren. Utvecklingen är något förvånande då det rimligtvis borde skrivas mer om EU eftersom Sverige och EU:s samarbete sedan inträdet 1995 har fördjupats på flera plan, och Sverige påverkas alltmer av vad som händer i Bryssel (Tallberg 2011). Faktum är att det skrevs mer än dubbelt så många EU-artiklar under studiens första- och andra urvalsperiod, 1996 och 2005 (246 st, respektive 229 st), än under det sista tidsnedslaget 2015 (103 st). I Aftonbladet verkar allra minst EU-artiklar skrivas: endast 16 artiklar skrevs under de två undersökta månaderna 2015. Detta faktum gör att konsekvenserna för mottagarna till följd av den ökade andelen spelgestaltning blir än mer intressant. Möjligheten att överhuvudtaget

kunna ta del av sakgestaltad politisk journalistik i dagspressen är mycket lägre idag än för 20 år sedan, i takt med att antalet artiklar minskar.

En bärande del i studiens teoretiska ansats grundade sig i att utvecklingen av en ökad grad av medialisering - alltså journalistiskt innehåll styrt av medielogiken - föranleder spelgestaltning. Helt i linje med tidigare forskning bekräftades att så är fallet: även när det gäller den här studiens unika bidrag gällande EU-rapporteringen i svensk dagspress. Resultatet från kartläggningen över tid bör således vara en indikator på att medialiseringen idag är starkare än för 20 år sedan.

På samma gång pekar resultatet likt tidigare forskning på en uppvisad tendens att grad av kommersialisering föranleder en ökad spelgestaltad journalistik (se t ex Strömbäck & van Aelst 2010). Således kan det vara ett tecken på att mediernas allt tuffare villkor på marknaden samt ökningen av beroendet av reklamintäkter (Wadbring 2004: 127) i stil med vad Hadienius et al. (2011) diskuterar - kan ha en påverkan på kvaliteten i innehållet. Huruvida de försämrade ekonomiska förutsättningarna och reklamberoendet - direkt leder till en ökad spelgestaltning ska dock vara osagt, men framtida forskning skulle kunna undersöka mekanismerna bakom sambandet. Faktum kvarstår likväl att denna studie kunnat påvisa att Aftonbladet år 2015 i högre grad spelgestaltar, än Dagens Nyheter och Helsingborgs Dagblad.

Att ökningen av andelen spelgestaltning i Aftonbladet varit som allra starkast de senaste tio åren - medför att det är lite som pekar mot att vi inte kan vänta oss en utveckling i liknande riktning framöver. Samtidigt har andelen "övrig gestaltning" i Aftonbladet ökat väsentligt under den senaste mätperioden (2005-2015) - vilket indikerar att någon annan form av gestaltning skulle vara av intresse att addera i framtida forskning, för att ge en än mer precis bild. I efterhand skulle dock inte denna studies analysverktyg omarbetats till förmån för exempelvis skandalgestaltning (se t ex Strömbäck 2004; 2009a; 2012), eftersom det rör sig om en kartläggning över tid - och sak- och spelgestaltning enligt litteraturen varit de överlägset mest förekommande politiska gestaltningarna genom åren. Något studiens resultat också bekräftar; i samtliga tre tidningar.

En anledning till att Helsingborgs Dagblad inkluderades i studiens tidningsurval, som representant för en lokaltidning, var att undersöka hur en sådan typ av tidning eventuellt kan tänkas gestalta EU i jämförelse med en annan "morgontidning", såsom DN. Ett sammanhang med mindre resurser kan medföra att man själv inte har råd att bedriva EU-journalistik utan därför tvingas att köpa in nyhetsmaterial från exempelvis TT. Men verkar det då som att

lokaltidningen i något avseende skiljer sig från den andra “morgontidningen” gällande gestaltningen i EU-artiklar? Nej, egentligen inte. Som det redovisades i Resultat och analys ovan skiljer sig takten - i vilken tendensen mot ökad andel spelgestaltning på bekostnad av sakgestaltning - något mellan dessa två tidningar. Men i det större perspektivet, förändringen över hela den 20-åriga tidsperioden, är skillnaden mellan DN och HD inte alls stor. Ett resultat som indikerar att lokaltidningars EU-rapportering trots allt relativt sett består av ett stort antal artiklar med hög andel sakgestaltning, i jämförelse med de andra två tidningarna. Vilket är ett demokratiskt positivt resultat eftersom en stor del av befolkningen får information om politik i sin lokaltidning. Det bör dock betonas, slutligen, att HD är en relativt stor lokaltidning, vilket gör att det går att diskutera huruvida resultatet kan generaliseras även för mindre sådana.

### **6.3 Utredningen om delaktighet i EU**

I en demokrati, har medierna ett stort ansvar i att upplysa medborgarna. Som ett led i den statliga utredning om delaktighet i EU (Ju2014: 20), har denna studie sökt öka kunskapen kring en av frågorna ställda i utredningen: hur påverkar olika samhällsaktörer möjligheter till insyn, delaktighet och inflytande i EU? (Kommittédirektiv 2014). Genom att fokusera på just medierna som samhällsaktör - vars betydelse som länk mellan EU och medborgarna ökat med politikens medialisering - har studien kommit fram till ett flertal slutsatser som kan tänkas vara intressanta för utredningen. Givet tidigare forskning, i kombination med studiens egna resultat lyfts sammanfattningsvis följande tendenser fram - som ett bidrag till utredningen:

- Det är idag år 2015 svårare att få tag i information om sakfrågor gällande EU i svensk dagspress än 1996.
- Dagspressen skriver år 2015 betydligt färre antal artiklar om EU än vad man gjorde 1996.
- Det är lite som pekar på att rapporteringen i svensk dagspress i högre grad idag 2015 skulle bidra till en ökad delaktighet i EU: kunskapsmängd, förtroende och valdeltagande - än 1996.
- Resultaten pekar mot att utvecklingen kommer fortsätta snarare än att avta.

Givet utvecklingen de senaste 20 åren, där andelen spelgestaltning har ökat på sakgestaltat medieinnehålls bekostnad, är det svårt att argumentera för att svenska medborgare enbart kommer kunna förlita sig på den svenska dagspressen för att tillgodoses med tillräckliga kunskaper om EU.



# REFERENSER

## Böcker

Asp, K., Johannes B. 2014. *Mediekratin – mediernas makt vid svenska val*. Falun: Ekerlids förlag.

Cappella, J.N, Jamieson, K.H. 1997. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York: Oxford Univ. Press.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. 2012. *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts juridik.

Esaiasson, P., Håkansson, N. 2002. *Besked ikväll! Valprogrammen i svensk radio och TV*. Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.

Hadenius, S., Weibull, L., Wadbring, I. 2011. *Massmedier – Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm: Ekerlids förlag.

Norris, P. 2000. *A virtuous circle in post-industrial democracies*. New York: Cambridge University Press.

Pattersson, T. E. 1993. *Out of Order*. New York: Praeger.

Patterson, T. E. 2000. *The United States: News in a Free-Market Society*. I: *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. Gunther, R., Mughan, A. (red.). New York: Cambridge University Press.

Patterson, T. E. 2002. *The Vanishing Voter: Public Involvement in an Age of Uncertainty*. New York: Alfred Knopf.

Petersson, O. 2005. *Har svensk demokrati påverkats av EU-medlemskapet?* I: Bystedt, F., Nilsson, Y. (red.). *Tio år i EU. Vad vet vi och vad vill vi?* Stockholm: SNS Förlag.

Petersson, O. 2010. *Den offentliga makten*. Stockholm: SNS förlag.

Strömbäck, J. 2004. *Valjournalistiken och demokratin*. I: Nord, L., Strömbäck, J. (red.). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

Strömbäck, J., 2009a. *Makt, medier och samhälle*. Kristianstad: SNS Förlag.

Strömbäck, J. 2009b. *Den medialiserade valbevakningen*. I: Nord, L., Strömbäck, J. (red.). *Väljarna, partierna och medierna*. Stockholm: SNS förlag.

Strömbäck, J. 2012. *Journalistiken och politiken*. I: Nord, L., Strömbäck, J. (red.). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

Tallberg, J. 2010. *EU:s politiska system*. Stockholm: Studentlitteratur.

Wadbring, I. 2004. *Nyhetsjournalistikens ekonomiska villkor*. I: Nord, L., Strömbäck, J. (red.). *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

## **Artiklar**

Aalberg, T., Strömbäck, J., De Vreese, C. H. 2011. The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2): 162-178.

De Vreese, C. 2004. The effects of strategic news on political cynicism, issue evaluations, and policy support: A two-wave experiment. *Mass Communication & Society* 7(2): 191-214.

De Vreese, C. H. 2005. The spiral of cynicism reconsidered. *European Journal of Communication* 20(3): 283-301.

De Vreese, C. H., & Elenbaas, M. 2008. Media in the game of politics: Effects of strategic metacoverage on political cynicism. *The International Journal of Press/Politics* 13(3): 285-309.

Jackson, D. 2011. Strategic media, cynical public? Examining the contingent effects of strategic news frames on political cynicism in the United Kingdom. *The International Journal of Press/Politics* 16(1): 75 –101.

Lawrence, R. G. 2000. Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news. *Political Communication* 17(2): 93-114.

- Pedersen, R. T. 2012. The game frame and political efficacy: Beyond the spiral of cynicism. *European Journal of Communication* 27(3): 225-240.
- Pinkleton, B.E, Austin, E.W., Fortman, K.K.J. 1998. Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 42(1): 34-49.
- Price, V., Tewksbury, D., Powers, E. 1997. Switching trains of thought the impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication research* 24(5): 481-506.
- Rhee, J. W. 1997. Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects. *Journal of Communication* 47(3): 26-48.
- Schuck, A. R., Boomgaarden, H. G., De Vreese, C. H. 2013. Cynics all around? The impact of election news on political cynicism in comparative perspective. *Journal of Communication*, 63(2): 287-311.
- Shehata, A. 2014. Game Frames, Issue Frames, and Mobilization: Disentangling the Effects of Frame Exposure and Motivated News Attention on Political Cynicism and Engagement. *International Journal of Public Opinion Research* 26(2): 157-177.
- Strömbäck, J. 2008. Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan. *Statsvetenskaplig Tidskrift* 110(4): 385-405.
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. V. 2006. Political and Media Systems Matter A Comparison of Election News Coverage in Sweden and the United States. *The Harvard International Journal of Press/Politics* 11(4): 131-147.
- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. V. 2011. Mediatization and media interventionism: A comparative analysis of Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics* 16(1): 30-49.
- Strömbäck, J., & Van Aelst, P. 2010. Exploring some antecedents of the media's framing of election news: A comparison of Swedish and Belgian election news. *The International Journal of Press/Politics* 15(1): 41-59.

Valentino N.A., Beckmann, M. N., Buhr, T. A. 2001. A Spiral of Cynicism for Some: The Contingent Effects of Campaign News Frames on Participation and Confidence in Government, *Political Communication* 18(4): 347-367.

Valentino N. A., Gregorowicz, K., Groenendyk, E. 2009. Efficacy, emotions and the habit of participation. *Political Behavior* 31(3): 307-330.

## **Forskningsrapporter**

Andersson, U., & Weibull, L. 2013. Hur läser vi den lokala morgontidningen idag. *Vägskäl. Gothenburg: The SOM Institute, University of Gothenburg.*

Europabarometern. 2014. Allmänna opinionen i Europeiska Unionen, Höst 2014, nationell rapport Sverige. *Standard Europabarometer 82*: Europeiska kommissionen.

Holmberg, S., Vernersdotter, F. 2014. *Swedish Opinion on the Swedish Membership in the European Union*. SOM-report nr. 2014:3. University of Gothenburg.

Jalakas, A., Nord, L. 2015. *Folkinitiativ och medielogik - En studie av mediebevakningen av lokala folkomröstningar i fyra kommunala valrörelser*. Rapport nr: 26 April 2015.

Sternvik, J. 2004. *Ögonrörelsestudier och dagstidningsläsning - En forskningsöversikt*. Arbetsrapport nr. 20. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik och masskommunikation.

Wadbring, I. 2010. *Morgontidningsläsning på papper och webb samt prenumerationer i hushållen – en tabellrapport*. PM nr. 78. Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.

## **Internetreferenser**

EU-upplysningen. 2015:

<http://eu-upplysningen.se/Om-EU/> (Hämtad 2015-04-05).

Valmyndigheten. 2014:

<http://www.val.se/val/ep2014/slutresultat/E/rike/> (Hämtad 2015-04-11).

## Övrigt

Kommittédirektiv. 2014. Utredningen *Delaktighet i EU* (Ju2014:20) Dir. 2014:112.

Orvesto. 2014. *ORVESTO Konsument 2014: Helår*. TNF Sifo.

Strömbäck, J. 2014. *Den medierade bilden av politik. Kodschema och kodinstruktioner*.

Sundsvall: Demicom.

## Dagstidningsartiklar

Aftonbladet (1996-03-05) "De äldre blir fler" - TT

Aftonbladet (2015-02-10) - "På dagen: Jurist i EU På natten: Sprider hat" - Richard Aschberg

Aftonbladet (2015-02-10) "Sverige tvåa i EU på utrikespolitik" – TT

Aftonbladet (2015-03-21) "Löfven: En svår stund för alla" - Mathias Asplund

Aftonbladet (2015-03-21) "Stefan Löfven tiger om riskerna" - Lena Mellin

Dagens nyheter (1996-02-22) "EU-strid om flyttfåglar" - TT

Dagens Nyheter (1996-03-08) "Fler kvinnor i EU-kommissionen" - TT

Dagens Nyheter (2015-02-25) "Klart för nödlån - listan fick godkännande" - Annika Ström Melin

Dagens Nyheter (2005-03-10) "EU:s hårda utsläppslinje ifrågasatt" - Författare okänd

Dagens Nyheter (2015-03-11) "Nu säger Sverige ja till ny EU-fond" - Annika Ström Melin

Dagens Nyheter (2015-03-11) "EU-tak på kortavgifter" - TT

Dagens Nyheter (2005-03-21) "Sverige förlorare i EU:s bidragssystem" - Författare okänd

Helsingborgs Dagblad (1996-02-09) "EU lovar skärpta miljökrav på bilar" - TT

Helsingborgs Dagblad (2015-02-17) "Zimbabwe får bistånd av EU" - TT-AFP

Helsingborgs Dagblad (2005-02-21) "Bush ska värma upp relationerna EU-USA i Bryssel" -  
Författare okänd

Helsingborgs Dagblad (2005-02-24) "Ukraina vill börja EU-förhandla 2007" -TT