



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

GRATISTIDNINGAR, ETT LJUS I MEDIESKUGGAN?

En studie kring gratistidningarnas innehåll

Magnus Edgren & Mattias Rydström

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Medie- och kommunikationsprogrammet
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Ht 2015
Handledare:	Britt Börjesson
Kursansvarig:	Malin Sveningsson

Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 hp
Program och/eller kurs: Medie- och kommunikationsprogrammet, Göteborgs universitet
Nivå: Grundnivå
Termin/år: Ht 2015
Handledare: Britt Börjesson
Examinator: Nicklas Håkansson
Antal ord: 14 482
Nyckelord: Gratistidningar, lokal journalistik, lokala medier, nyheter, medierna i samhället, medieskugga.

Syfte: Att undersöka hur gratistidningarna kan ses som ett hållbart alternativ för nyhetskonsumtion på orter som saknar redaktion från traditionell dagspress

Teori: Medierna i samhället, Local media performance. Nyhetsvärdering

Metod: Kvalitativ innehållsanalys på 28 utgåvor från 7 tidningar.

Resultat: Gratistidningarnas innehåll består till stor del av ytliga informativa artiklar. De saknade till hög grad undersökande journalistik. Eftersom de verkar på orter utan andra lokala mediealternativ kan de dock fylla en informationsbärande roll.

Uppdragsgivaren

Uppsatsen är skriven på uppdrag från Nordicom, som är ett kunskapscentrum för medie- och kommunikationsområdet. Uppdraget grundade sig i att den svenska dagspressen genomgår en omfattande kris och att allt fler kommuner saknade en lokal redaktion från den traditionella dagspressen. Men att det parallellt skedde en mer positiv utveckling. Allt fler och fler gratistidningar och så kallade hyperlokala nyhetsajter har startat upp på sistone och att de i så fall skulle kunna fylla det tomrum som uppstått. Inom detta ämne fanns det dock vissa kunskapsluckor, och vi har fokuserat på en av dessa, gratistidningarnas innehåll.

Executive summary

This dissertation is written on commission from Nordicom with the aim to find out how local free newspaper is handling the role as a medium in a municipality with no editorial staff from the traditional newspapers. Media traditionally holds a vital part in many peoples lives when it comes to getting information about local politics, and being up to date with their community. But with the lack of local editorial staff, these places don't get the coverage they need to take stand in local questions and decisions making. However the amount of local free newspaper seems to grow, and they do so with the ambition of provide the locals with relevant news. With this dissertation we aim to found out how well they perform in this task.

The purpose of this study is to see weather the free local newspaper is a sustainable alternative for news consumption in a municipality that has no editorial staff from the traditional newspaper. The main questions we asked were:

1. How does the content relate to geographical and timely proximity?
2. How do the papers handle a width in the editorial content?
3. To what extent do the papers exhibit independence through the production of their own content?

The data was collected with a quantitative content analysis on seven titles of free local newspaper. Within each title we examined four papers, all from October. The total sum from all papers was 1146 articles.

Former studies on the subject have shown that many of the free local newspaper have show that they have developed over time. From being strictly an ad sheet to publish more content with a journalistic ideal. Even though they have developed through time, they still seem to have a way to go before they can meet ut with the standards of the traditional newspaper.

The theoretical approach is based on media performance. The first is media in society and what is expected from them. And the other focuses on how media should perform through a local perspective.

Our findings showed some positive and some less positive aspects of their performance. A majority of the articles had a local angel to them, and almost half of the articles were relevant in terms of time. Which is good sign for the relevance of the free newspaper. They also showed a reasonable amount of independence in terms of producing own material. Many of the articles were written by either journalists from the paper or from the papers group. The content in the newspapers was general, and relevant too a wider audience. However, the newspapers showed a lack of investigative journalism and could not in a reasonable way handle the role as a "watchdog" for the municipality.

After all we can consider that the free local newspaper still has a way to go if they want to stand alone as a news medium in a municipality. They do however in their current state fill two crucial roles. As a provider of information to the locals and as a factor in creating a local identity.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INTRODUKTION	1
1. Inledning.....	1
1.1. Disposition.....	2
2. Bakgrund & problembeskrivning.....	3
2.1. Urholkning av de lokala redaktionerna	3
2.2. Varför behöver vi media?	3
2.3. Gratistidningar på frammarsch.....	4
2.4. Vad är en gratistidning idag?	5
3. Tidigare forskning	7
3.1. Gratistidningens historia	7
3.2. Blivit bättre med tiden	8
3.3. Stora förändringar.....	9
3.3. Gratistidningarna i Stockholmsförorterna.....	9
4. Teoretisk Bakgrund.....	10
4.1. Medborgarfokuserade medier	10
4.1.1. Vad blir en nyhet?.....	11
4.1.2 Granskande journalistik.....	12
4.2. Lokala mediers funktion i samhället	13
4.3. Sammanfattning	15
5. Syfte & Frågeställning	16
5.1. Studiens Syfte	16
5.2. Frågeställningar	16
METOD & URVAL.....	17
6. Metod.....	17
6.1. Kvantitativ innehållsanalys.....	17
6.2. Kodningsprocessen	18
7. Urval.....	18
7.1. Urvalsperiod: oktober månad.....	18
7.2. Tillgång: internetarkiv	19
7.3. Urvalgalleri.....	19
8. Studiens giltighet	22
8.1. Begreppsvaliditet	23
8.2. Resultatvaliditet	23
8.3. Generaliseringsanspråk	23
8.4. Händelser som kan påverka resultatet.....	23
RESULTAT OCH ANALYS	25
9. Lokala och aktuella?	25
9.1. Mer lokala.....	25
9.2. ... än aktuella.....	25
9.3. Sammanfattningsvis en jämn nivå	26
10. Tidningarnas redaktionella bredd	27
10.1. Sporten dominerar	27
10.2. Jämt mellan hårt och mjukt.....	28
10.3. Stor spridning bland huvudaktörer	29
10.4. Stora reportage och små tips	30
10.5. Sammanfattningsvis brett och allmänt.....	31
11. Tidningarnas självständighet.....	32
11.1. 49 % egna reportrar	32

11.1.1. Melleruds nyheter, en öppen kanal	33
11.2. Bristfällig granskning.....	33
11.3. Sammanfattningsvis rimligt självständiga.....	34
12. Slutsats	35
12.1. Slutdiskussion.....	36
REFERENSER OCH BILAGOR.....	37
13.1. Referenser	37
13.2. Bilagor	40
13.2.1 Kodschema.....	40
13.2.2 Kodinstruktioner.....	43

INTRODUKTION

1. Inledning

I Sverige och många andra delar av världen talas det om en lokal journalistik i kris. Mycket av kritiken bygger på att allt fler lokalredaktioner läggs ned vilket medför att många mindre orter står näst intill tomma vad det gäller den lokala bevakningen. I Sverige har detta främst märkts i glesbygden och i förorterna kring Stockholm, Göteborg och Malmö (SOU. 2015).

Eftersom media anses besitta en viktig roll i ett demokratiskt samhälle uppstår här ett problem. För att befolkningen ska kunna orientera sig i samhällsfrågor och kunna ta ställning i politiska beslut från kommunen, behövs ett medium som kan bistå med relevant information. Det är därför problematiskt att vissa orter och kommuner hamnar i en så kallad medieskugga där det antingen inte finns något eget medium eller bevakningen som sker i så fall felaktigt speglar den kommunen (Nord & Nygren. 2002).

I vissa kommuner och på vissa orter görs satsningar för att kunna fylla detta tomrum som skapats. På senare tid har ett flertal gratistidningar startat upp med ambitionen att förse invånarna med journalistik av hög redaktionell kvalitet. Gratistidningarna har länge setts på med misstänksamma ögon vad det gäller kvalitet. Men allt eftersom att den traditionella dagspressen lämnar tomrum, finns det även mer för gratistidningarna att fylla sina sidor med. Vilket även ger gratistidningarna möjligheter att etablera sig och satsa med statushöjande arbete, däremot är det inte säkert att de vill det.

Medias roll i samhället brukar ofta summeras till att *informera, granska* och *vara forum för debatt*. Detta är enligt pressutredningen från 2006. Utöver medias roll i samhället finns det även teorier som, istället för att ägna tid åt vad media bör göra, fokuserar mer på vad media fyller för funktion både för demokratin och för närsamhället. Mycket handlar om att det lokala medieutbudet även fyller en identitetsskapande funktion. Den skapar en tillhörighet som sträcker sig bortom att bara leva nära inpå varandra. Hur väl gratistidningarna fyller en funktion eller samspelar med medias samhällsliga uppgifter står däremot osagt. Kan de fylla tomrummen som uppstår eller vara ett fullgott komplement? Frågorna återstår.

Med det sagt syftar denna studie på att undersöka om gratistidningarna kan ses som ett hållbart alternativ för nyhetskonsumtion på orterna som saknar en lokal redaktion från den traditionella dagspressen.

Denna studie är gjord med en kvantitativ innehållsanalys på 7 olika tidningstitlar. Varje titel består av 4 olika nummer. Vi har analyserat alla redaktionella artiklar i samtliga 28 tidningar, men även debattinlägg och insändare. Totalt fanns det 1146 artiklar i alla tidningar inklusive notiser. Eftersom vi gör en kvantitativ

innehållsanalys kommer vi att få en bredd i vår analys, samt utrymme för generaliseringsanspråk. Med denna studie kan vi därför få en fingervisning kring hur väl gratistidningarna fyller det tomrum som uppstått. Därmed är det inte säkert att vi kan komma till ett absolut svar men givet den teoretiska bakgrund och urvalet kan vi göra ett nedstick för att se hur det ser ut idag.

1.1. Disposition

Studien är upplagd så att den inleds med en bakgrundsbeskrivning. Denna är inriktad på att beskriva hur det ser ut med de lokala redaktionerna i Sverige för att kunna skapa en förståelse för att vissa kommuner lever i en så kallad medieskugga. Likaså kommer vi att beskriva gratistidningarnas ställning på den svenska marknaden och deras möjligheter att etablera sig. Därefter följer hur den tidigare forskningen ser ut. Den forskning vi har valt att presentera är den som främst behandlar gratistidningarnas innehåll och hur det har sett ut i tidigare undersökningar. Viss forskning har även valt att studera gratistidningarna över tid för att kunna se förändringar. Sedan presenterar vi vilka perspektiv vi har valt att undersöka tidningarna utifrån, det vill säga vår teoretiska bakgrund som kortfattat är medborgarfokuserade medier, samt lokala mediers utförande (local media performance). Därefter presenterar vi studiens syfte och frågeställning, som sedan följs av studiens metod, där vi även presenterar ett urvalgalleri tillsammans med studiens giltighet. Som avslutning presenterar vi studiens resultat tillsammans med analysen. Arbetet avrundas sedan med en slutsats och slutdiskussion.

2. Bakgrund & problembeskrivning

2.1. Urholkning av de lokala redaktionerna

Sverige har länge haft en tradition av hög tidningsläsning, men på senare tid har den trenden börjat avta. Folk börjar i allt större utsträckning överge nyhetsläsandet och det är idag inte en lika naturlig del av vardagen som det en gång var. Från 2002 till 2013 har tidningsläsandet bland den svenska befolkningen minskat från 80 till 55 % (Nordicom. 2014). Den avtagande siffran blir extra tydlig bland de betalda prenumerationsbaserade tidningarnas upplagor. När de hade sitt toppår, 1989, fanns det en total upplaga på omkring 5 miljoner exemplar. Den siffran har sedan fallit för att under 2012 ligga på närmre 3.3 miljoner exemplar (Wadbring. 2013). En kan anta att upplagans storlek även har med att nya kanaler har gjort intåg på marknaden. Mellan 1989 och 2012 gjorde bland annat internet intåg i de svenska hemmen och många tidningar började publicera digitalt. Men oavsett om de digitala artiklarna räknas in eller ej så finns det ett tydligt mönster på att den generella nyhetskonsumtionen har minskat (Wadbring & Bergström. 2015).

Detta har slagit hårt mot tidningshusen som i många fall har vidtagit åtgärder för att kunna effektivisera organisationerna. Många har hanterat det genom att centralisera styrkan och samla de redaktionella resurserna på tidningen, för att på så vis skära ner på utgifterna. Detta har kraftigt påverkat antalet lokala redaktionerna. Sedan 2004 har 36 % av de lokala redaktionerna i Sverige lagt ned, vilket i siffror innebär att de har minskat från 258 till 164 st. Under endast 2013 försvann 38 stycken av dem (Nygren & Althén. 2014). 2015 gjorde Mediestudier en omfattande kartläggning av de lokala redaktionerna i Sverige. Där visade det sig att det var 68 kommuner som stod utan en lokal redaktion. Många av kommunerna blir i viss mån täcka av tidningar i angränsande orter eller kommuner, men det sker då på håll. Journalisterna har därför inte samma närhet till orten, eller inte heller samma lokala anknytning.

2.2. Varför behöver vi media?

Allt eftersom flera lokala redaktioner läggs ned skapar det så kallade vita fläckar på mediekartan, vilket i sin tur leder till att delar av landet hamnar i medieskugga. Medieskugga uppstår vanligen när det finns en brist på bevakning i ett visst område, det kan även uppstå när det finns en bevakning men att innehållet inte speglar området rättvist. Området som speglas kan i många fall presenteras aningen ensidigt och sporadiskt (Nord & Nygren. 2002). I Sverige finns det två huvudsakliga områden som har identifierats som vita fläckar på mediekartan, de verkar således i en medieskugga. Dessa är glesbygden samt förorter till Stockholm, Göteborg och Malmö (SOU. 2015). För dessa områden blir det svårt att hålla sig informerade och vara delaktig i den lokala demokratin, de saknar även en informationskälla som kan bistå med uppdateringar kring vad som sker i det lokala samhället. Att ett område

hamnar i medieskugga innebär att invånarna där måste förlita sig mer på allmänna medier snarare än de lokala, eftersom de inte finns tillgängliga (SOU. 2015).

Därmed kan man även ställa sig frågan hur viktigt det är att ha ett lokalt medium att förlita sig på. I en amerikansk studie svarade 51 % av de tillfrågade att de hade klarat av att samla information och hålla sig uppdaterade om det lokala samhället oavsett om där fanns en lokal tidning eller inte. Samma studie visade samtidigt att det var många som faktiskt var beroende av den lokala tidningen för att kunna orientera sig (Nielsen. 2015). Medias relevans påpekas även av fler forskare som betonar massmediernas generellt ökade betydelse för demokratin i ett samhälle. Till exempel uppger 84 % av Sveriges medborgare att de får sin huvudsakliga vetskap om politik via medierna (Nord & Nygren. 2002). Medierna underlättar därmed för invånarna att hålla sig uppdaterade för att kunna ta ställning i politiska beslut. Tidigare studier har även hävdats relevansen av tillgången till journalistik som är väl anknuten till det lokala samhället. Mycket visar att konsumtionen av lokal journalistik ökar ens civila och politiska engagemang (Scheufele et al. 2002).

Utöver att bidra till att informera om vad som händer på orterna kan nyheter om så väl offentliga angelägenheter som vardagliga ting hjälpa till att skapa en känsla av samhörighet för mottagarna genom att de får gemensamma upplevelser utöver att bara leva nära inpå varandra. Detta har även bekräftats genom ett antal undersökningar. Bland annat gjordes en på lokala medier i Stockholm, där resultatet visade att det fanns ett starkt samband mellan läsning av lokala tidningar och den lokala identiteten (Nygren, Althén. 2014). Tillgången till ett lokalt medium bidrar till att identifiera stället som en bor som *en plats* och personerna som finns där som *några*. Genom att invånarna får nyheter som är av lokal karaktär håller de sig uppdaterade på vad som händer omkring dem samtidigt som det skapar en känsla av tillhörighet (Wadbring, Bergström. 2015). Likaså kan även annonserna i en lokal tidning bidra till ett ökande identitetsskapande bland lokalbefolkningen, samtidigt som det är viktigt för det lokala näringslivet att ha tillgång till ett utrymme i ett masskommunikativt medium (Nygren, Athén. 2014).

2.3. Gratistidningar på frammarsch

Mycket av forskningen som finns kring lokal journalistik framstår i ibland som rena domedagsprofetior. Men riktigt så illa är det inte. På många ställen finns det försök att fylla de tomma hål som blir och vi kan bland annat se en ökning bland gratistidningarna i Sverige. Många företag har på sistone gjort nysatsningar på just den lokala gratistidningsmarknaden (SOU. 2015). Under 2013 startade bland annat Direktpress upp 13 nya lokala gratistidningar i Stockholms förorter (Direktpress.se. 2015). Denna utveckling går även att se utanför Sveriges gränser där upplagorna av gratistidningar verkar öka (Bakker. 2008). En undersökning som gjordes i USA under 2014 (Tennant) visade även att gratistidningarna inte bara överlevde i det hårda medieklimatet utan även rörde stor framgång vad det gäller ekonomisk lönsamhet. Samtidigt som den utvecklingen sker uppger var tredje svensk att de läser

en lokal gratistidning minst en gång i veckan, och lika många till gör det då och då (SOU. 2015).

Huruvida gratistidningarna kan ses som ett fullgott alternativ till den traditionella dagspressen råder det däremot oklarheter kring. Det finns ännu ingen samlad översikt av hur mycket av det producerade innehållet som är att betrakta som kvalitetsjournalistik som karaktäriseras av granskning eller fördjupning (SOU. 2015). I en undersökning som gjordes av Ingela Wadbring (2007) kunde hon däremot konstatera att innehållet i gratistidningarna hade blivit bättre över tid, främst genom att de hade större bredd i innehållet. Hon menar även att kritisk granskning förekommer till viss mån, men påpekar samtidigt att hennes analys har för klen underlag för den typen av slutsatser.

Likaså finns det ett starkt intresse av vad som händer i ens närsamhälle och lokala nyheter läses i hög grad (Wadbring, Bergström. 2015). Den avtagande trenden bland nyhetsläsarna är därför inte en lokal kris eftersom det fortfarande finns ett starkt intresse för lokala nyheter (Wadbring, Bergström. 2015). Bland de som läser lokala morgontidningar uppger 42 % av läsarna att de läser i stort sett allt av de lokala nyheterna och 49 % uppger att de läser ganska mycket (Andersson. Weibull. 2013). Huruvida en tidning har en lokal förankring i sitt innehåll har även visat sig ha betydelse när det gäller att välja vilken morgontidning en läser (Andersson. Weibull. 2013).

2.4. Vad är en gratistidning idag?

Hur kan man då definiera gratistidningarna i dagens medielandskap? Vad är det som karaktäriserar dem och skiljer dem från de så kallade ”vanliga” tidningar? För många är gratistidningarna ofta synonymt med lättare innehåll och en stor del annonser. Den äldre idén om att gratistidningar till stor del innehåller annonser stämmer till viss del, men det finns en stor variation och det redaktionella innehållet sträcker sig i vissa fall upp till 50 % av det totala innehållet. Detta att jämföra med den traditionella dagspressen som i snitt har ett redaktionellt innehåll på 70 % (Wadbring. 2005).

Den forskning som finns kring gratistidningar har ofta egna definitioner kring vad som kan klassas som en gratistidning. Detta skiljer sig ofta åt beroende på vad studien handlar om. Definitionen av en gratistidning kan krasst beskrivas utifrån det självklara att den inte kostar några pengar. Givetvis är det en rimlig definition men med tanke på den vida variationen av format och innehåll säger det inte så mycket om själva tidningen. Detta synsätt rymmer allt från nischade månadsmagasin till dagliga nyhetstidningar och genom den är det svårt att finna en entydig definition. Likaså skiljer även deras förhållande som företag åt. Vissa av gratistidningarna är väletablerade företag och har varit verksamma i 10-tal år och har utvecklats både i upplaga och spridningsområde. Andra är företag som över tid gjort sig välkända på

mindre orter men har mer eller mindre stått still vad det gäller upplaga och spridning.

Över lag brukar definitionerna ofta grunda sig i faktorer som utgivningsområde, åtkomlighet, mottagare, innehåll eller periodicitet (Eriksson. 2002). Institutionen för reklam- och mediestatistik kategoriserar gratisdistribuerade tidningar som *gratistidningar*, *annonsblad* eller *gratistidningsskrifter* (IRM-media.se. 2015). För att kategoriseras som gratistidning måste tidningen ha minst 20 utgåvor om året, innehålla minst 25% redaktionellt material och tidningen ska även spegla samhället i spridningsområdet. Annonssbladen har till exempel inga sådana krav kring antal utgåvor eller redaktionellt innehåll.

I denna studie har vi valt att grunda vår definition av gratistidningar likt IRM-medias definition. Därtill har vi sedan inspirerats av tidigare studier (Andersson. Wadbring. 2005; Eriksson. 2002). Vidare följer en mer precis definition:

Annonfinansierade

- Tidningarna ska vara finansierade av annonser och gratis att konsumera. I vissa fall ägs tidningarna av andra bolag, men de är ändå självständiga tidningar.

Veckoutgivna

- Tidningarna ska i snitt ha en utgivningsfrekvens på en gång i veckan. Undantag kan vara längre planerade ledigheter kring till exempel sommar och jul eller vid andra helgdagar.

Lokala och allmänna i sitt innehåll

- Tidningarna ska inte vara nischade till ett specifikt område utan ska karaktäriseras av allmänna inslag från lokalsamhället, i detta fall kommunen de ges ut i.

3. Tidigare forskning

Vad vet vi då om gratistidningarna idag? Tidigare forskning kring ämnet finns att tillgå. Mycket av den forskningen handlar om hur gratistidningen har förändrats över tiden, att de har gått från att vara rena annonsblad till bli mer "riktiga" tidningar. Nedan presenterar vi en samlad översikt kring hur gratistidningen har förändrats till vad den är idag och hur de håller sig relevanta. För att få en djupare förståelse av vart de kommer från börjar vi med att presentera en kortfattad historiebereskrivning följt av gratistidningarnas ställning i dagens medieklimat.

3.1. Gratistidningens historia

Svenska gratistidningars historia sträcker sig lika långt tillbaka som betaltidningarna i landet. Redan på 1700-talet startades den första, Stockholmske Handels-Mercurius (Svensson. 1988). Den moderna svenska gratistidningen har dock sin urfader i annonsbladen, som under första halvan av 1900-talet startades i orter i den norra delen av landet (Wadbring. 2007). Ett tidigt exempel på ett annonsblad är det nu nedlagda Storumanbladet, med start redan 1920. Dessa karakteriserades av lågt redaktionellt innehåll och bestod till största delen av annonser. Ägandet var småskaligt och de präglades ofta av ett lokalt utgivningsområde.

Annonsbladen och gratistidningarna sågs länge med misstänksamma ögon av dagspressen, men även av statliga representanter. I en SOU ifrån 1980-talet så beskrivs följande scenario: Att Presstödsnämnden i juni 1979 tvingas bevilja ett produktionsbidrag till en endagstidningen *Förort väst*, som ägs av det annonsbladsproducerande bolaget Lerums Boktryckeri. De meddelar detta till regeringen, och ansåg att:

"Det kunde synas stötande, att sådana företag kunde få presstöd eftersom annonsblad tog intäkter ifrån dagstidningarna utan att ta på sig deras kostnadskrävande redaktionella informationsspridning och opinionsbildning."
(SOU. 1980, 21)

De upplyste regeringen att om de ville förhindra detta behövdes det göra förändringar i förordningen kring presstöd. Tidningsutgivarna (TU) stöttade förändringen, och under budgetpropositionen 1979/80 så föreslogs det att presstöd inte ska kunna utgå till tidningsföretag som ger ut en betydande del annonsblad, eller som står i nära förhållande till liknande företag. Detta beslut motiveras med att annonsblad står som en hot emot dagstidningarnas ekonomi, och att det skulle vara kontraproduktivt att ge statligt stöd till företag som motverkar stödets syfte.

TU gjorde även egna ansträngningar för att förhindra gratistidningarna och annonsbladens utbredning. Vid ett möte 1980 slogs det fast att man som medlem varken fick stötta gratistidningar eller bedriva egen verksamhet inom fältet. Avvecklingen av de tidningar som redan bedrevs av medlemmar skulle ske på ett år, och bröts någon av dessa förbud så hotade organisationen att stänga ute medlemmar. Endast två år senare, 1982, ändrades åsikten i frågan, och det blev nu

tillåtet att producera egna gratistidningar, dock endast i områden som inte redan täcktes av andra betaltidningar (Andersson & Wadbring. 2005).

Sedan tidiga 80-talets kontroverser så har gratistidningarna fått ökat utrymme i tidningsvärlden. Allt fler tidningar får ökade redaktionella ambitioner (Wadbring. 2007), och de har i dagsläget stark ställning på de orter där de ges ut både som tidning och annonsyta. Under 2014 uppgav 68 % av Sveriges befolkning att de tog del av en gratistidning minst två gånger i månaden (SOU. 2015). Givet utgivningsfrekvensen och täckningsområdet är det en talande siffra för gratistidningarnas ställning på den svenska tidningsmarknaden.

3.2. Blivit bättre med tiden

Ingela Wadbring gjorde 2007 en omfattande kartläggning av gratistidningars innehåll för att se hur det hade förändrats över tid. Hennes studie gjordes på fyra gratistidningar med olika förutsättningar:

- Tidningslik tidning på ort med abonnerad tidning
- Tidningslik tidning på ort utan abonnerad tidning
- Blandtidning på ort med abonnerad tidning
- Blandtidning på ort utan abonnerad tidning

Hon gjorde en kvantitativ innehållsanalys som bestod av två olika delar. I den första analyserade hon tidningen som helhet, och i den andra hade hon artiklarna som analysenhet.

Eftersom tidningarna hade olika förutsättningar visade det sig även att de skiljdes åt. Blandtidningen från ort med abonnerad tidning hade inte kommit lika långt som de andra. Vilket till stor del berodde på att de hade en självklar konkurrent som gjorde det svårare för dem att hålla sig aktuella i sina nyheter. Samma tidning har däremot gjort försök till att utveckla det redaktionella innehållet. Gemensamt för samtliga tidningar var att de var väldigt neutrala i sin nyhetspresentation. Visserligen fanns det inslag av kritisk granskning och undersökande journalistik men det var ändå tydligt överslag på den neutrala journalistiken.

Slutsatsen i undersökningen var att gratistidningarna hade varit med om en positiv utveckling. Under tiden som undersökningen skedde hade de fyra analysobjekten ökat i upplaga, volym, redaktionellt innehåll, på annonsmarknaden och gratistidningarna hade då även fått en branschorganisation. Vid närmre diskussion kring innehållet för hon resonemanget att de främst fyller en funktion av lokalt sammanhållande karaktär. Det vill säga att innehållet inte alltid var präglat av god journalistik utan fyllde istället en informationsfunktion. Främst för att de täckte de områden som den abonnerade dagspressen lämnat ute. Mycket av innehållet bestod även av så kallad *returinformation*, vilket hon definierar som en nyhet som är av direkt intresse för de inblandade men knappast för någon annan. Det kan karaktäriseras av sådant som information från en organisation eller om ett lokalt föreningsmöte.

3.3. Stora förändringar

I en rapport från 2002 (Eriksson) vid Göteborgs universitet kunde det konstateras att det fanns många faktorer som pekade mot att gratistidningarna fram till 2000-talet har genomgått stora förändringar. Bland annat har ägarstrukturerna ändrats, från att vara ägt av familjer eller individer till att nu i större utsträckning ingå i större koncerner. Mycket visar även att det har skett en professionalisering bland gratistidningarna. Sen Metros intåg på den svenska marknaden fick gratistidningarna i stort högre anseende, och det ställde högre krav på den övriga gratistidningsmarknaden.

Många av de editioner som ingår i samma koncern och ges ut i närliggande områden har ofta ett innehåll som består av samma material, men likaså finns där även en stor del nyheter och annonser med lokal förankring. Det redaktionella materialet i gratistidningarna är relativt stort. Av de 78 tidningar som klassas som gratistidningar i rapporten var det 31 % som hade över 50 % redaktionellt innehåll. Vilket kan jämföras med den traditionella dagspressen där 70 % av innehållet i snitt kan klassas som redaktionellt nyhetsmaterial. I en annan undersökning på 71 gratistidningar bestod 45 % av nyheterna av allmän lokaljournalistik (Andersson & Wadbring, 2005).

Mycket tyder på att gratistidningarna jobbar för att höja statusen och förtroendet som nyhetsförmedlare. De satsar allt mer på det redaktionella innehållet för att bli mer lika de traditionella tidningarna och tar avstånd från idén om gratistidningar som rena annonsblad. Som en gratistidning med stabil ekonomi finns det egentligen ingenting som säger att de måste satsa på det redaktionella materialet. I den mån de klarar sig så kan de lik väl fortsätta med att koppla samman konsument med annonsör och fortsätta vara ett annonsorgan för den lokala marknaden (Wadbring, 2007).

3.3. Gratistidningarna i Stockholmsförorterna

I en undersökning från 2002 (Nord & Nygren) studerades medierna i Stockholm, med främst inriktning på att se hur de regionala medierna skildrade förorterna runt Stockholm. Men de studerade även medieutbudet som fanns att tillgå, då i lokal form. Vad de fann var att i många fall var den lokala gratistidningen det enda medium som publicerade lokala nyheter för en viss kommun. Till viss del kunde även de regionala tidningarna skriva om förorterna men skillnaderna var tydliga. De lokala gratisalternativen publicerade i hög grad artiklar som var av lokal karaktär och visade en stor bredd i deras innehåll. Till skillnad från de regionala alternativen gav de lokala gratistidningarna en mer balanserad bild av förorten. De nyheter som publicerades i de regionala tidningarna om förorterna var ofta sådant som brott och olyckor. Detta förekom även i de lokala alternativen men inte i samma utsträckning. De lokala gratistidningarna visade ofta upp personer som bodde i förorten, mer om kultur och en bredare rapportering om lokala frågor. Däremot fanns det mindre artiklar som behandlade den lokala politiken.

4. Teoretisk Bakgrund

Vi ser att gratistidningarna blir fler, och tidigare forskning i ämnet visar även på en förbättring vad gäller både gratistidningarnas redaktionella material men även deras inställning till sin roll som nyhetsförmedlare. För att se om denna förbättring och dessa ambitioner har lett till att tidningarna fungerar som goda nyhetsförmedlare så krävs vissa teoretiska utgångspunkter för att kunna klargöra detta. Dessa har vi tagit ifrån två olika perspektiv. Det första är samhällets, baserat på statliga medieutredningar. Den andra tar avstamp i teoretiska utgångspunkter i vad lokal media ska innehålla. Båda ger tillsammans en inblick i vad ett bra nyhetsmedium ska innehålla.

4.1. Medborgarfokuserade medier

Medier har en viktig plats och stort ansvar i vårt samhälle. Samtidigt finns det en paradox där de flesta nyhetsmedier, med undantag för public service, är industrier i ett kapitalistiskt samhälle och därmed beroende av en ekonomisk lönsamhet (McAllister. 1996). Eftersom media anses spela en stor roll för ett demokratiskt samhälle finns det ändå en idealbild att följa vad det gäller deras uppgifter. Den svenska modellen av medias roll i samhället ligger tätt intill den så kallade sociala ansvarsteorin (Nygren. 2005). Teorin bygger på att medierna får verka fritt, men att de har ett visst ansvar med att förse medborgarna med relevant information. Samhället jobbar i sin tur med lagstiftning och aktiv mediepolitik för att stötta medierna och uppmuntra god journalistik (Nygren. 2005).

1994 års pressutredning diskuterades mediernas roll i samhället och vilka som var deras viktigaste uppgifter. Generellt ansågs det att uppgifterna främst skulle vara medborgarfokuserade. När pressutredningen gjorde för 2006 kvarstod samma uppgifter. Dessa var:

Att informera

- Genom att informera invånarna om vad som händer i ens närsamhälle underlättar det för medborgarna att ta ställning i samhällsfrågor. Samt ge kommentarer på skeenden i samhället.

Att granska

- Som företrädare för en allmänhet ska de granska verksamheten som utövas av de inflytelserika i samhället.

Att vara forum för debatt

- De ska verka för att främja en kommunikation mellan olika samhällsgrupper (Nygren. 2005; Hadenius, Weibull, Wadbring. 2011)

Här ifrån hämtar vi vår samhälleliga definition av vad god nyhetsmedia är. Dessa tre uppgifter är alla viktiga på olika sett. De ser till att medborgarna har den information de behöver i de stora och små val de gör under livet. Det finns även en önskan om att medier ska fungera som en granskade makt i samhället, och på så vis

förhindra och upptäcka felaktiga handlingar bland de inflytelserika. Medierna ska även vara ett forum för kommunikation och debatt mellan olika grupper.

Gratistidningarna har traditionellt inte hållits emot samma standard som betaltidningarna. Kraven på dem har varit lägre, och de har traditionellt sett i högre grad varit färgade av kommersialism (Wadbring, 2007). Men då denna undersökning ska utläsa huruvida de kan ses som ett alternativ till betalpressen, så anser vi att de kan ge en god indikator på hur de i nuläget presterar. Givetvis är det mycket som skiljer en dagstidning från en veckoutgiven tidning. Vad som anses vara av nyhetsvärde blir olika beroende på utgivningsfrekvensen, därför kan innehållet skilja. Med denna undersökning har vi inte som ambition att ställa gratistidningarna mot dagspressen. Däremot kan vi använda rollen som medierna har i samhället för att studera gratistidningarnas relevans. För att kunna studera gratistidningarna relevans på orter utan redaktion från ett traditionell medium bör det därför studeras utefter medias roll i samhället. Det kan låta aningen högtravande att tala om gratistidningar tillsammans med nationella uppgifter och demokratiska syften. Men som ett masskommunikativt medium som uppenbarligen fyller en funktion som informationsbärare, vare sig det gäller för annonsörer eller läsare, är det ändå rimligt att studera dem efter *mediernas roll i samhället*.

4.1.1. Vad blir en nyhet?

Media har som uppdrag att informera medborgarna om vad som händer i ens område. De ska bland annat bistå med den information invånarna behöver för att kunna ta ställning i samhällsfrågor. Men allt som händer presenteras givetvis inte i alla media, det skulle krävas otroligt mycket mer utrymme än vad någon har tid att konsumera, samt har råd att producera. Man brukar tala om olika nyhetskriterier kring vad som gör en nyhet relevant. Beroende på vad det är för medium brukar nyhetskriterierna vara olika. För de allmänna tidningarna brukar nyhetskriterierna ofta vara sådant som är av allmänt intresse. Exempel på detta kan vara sådant som politik, ekonomi, brott, geografisk och kulturell närhet, eller vara sensationell i sitt innehåll. Desto fler kriterier som uppfylls för en händelse desto större chans är det att det blir en nyhet. Ibland talas de också om att nyheter kan skilja sig mellan att vara hårda eller mjuka nyheter när det gäller vad som publiceras i media. Där de hårda brett kan beskrivas som sådant som anses vara viktigt att publicera för att det har en samhällelig relevans, och de mjuka är sådant som publiceras för att det antas intressera läsare. Exempel på hårda nyheter är ekonomi eller politik, och mjuka nyheter kan vara sådant som sport eller underhållning (Strömbäck. 2009). Tidigare forskning kring gratistidningarnas innehåll har visat att det till viss mån förekommer så kallade hårda artiklar som behandlar politiken i närområdet (Wadbring. 2007), men att innehållet över lag präglats av raka och neutrala artiklar, som till stor del undviker att behandla kontroversiella frågor. (Nord & Nygren. 2002).

Vad tidningarna publicerar kan anses ha betydelse för hur väl den fyller de tilldelade uppgifterna. Vad som anses vara viktigt att informera skiftar även här beroende på

mediet. Men media ska i största möjliga mån spegla samhället som det verkar i, och där i ingår att ha en variation i de sociala, ekonomiska och kulturella verkligheter från samhället (McQuail. 2000). Men för en allmän tidning brukar man ofta påpeka att ett bredare och mer variationsrikt innehåll alltid är bättre. På så sätt finns där något för alla. Därmed ska även informationen vara av allmän relevans och inte bara vara intressant för en specifik grupp med människor.

Beroende på utgivningsfrekvens för en tidning skiftar likaså nyhetsvärderingen. En tidning som kommer ut en gång om dagen har större möjlighet att producera innehåll som är närmre i tiden jämfört med en tidning som ges ut en gång i veckan. Ett annat nyhetskriterie som anses vara av stor vikt är även att händelsen är kopplad till närområdet för utgivningen. Vilket även speglar av sig i läsarundersökningar, som vi konstaterade tidigare i bakgrunden där en stor del medger att det läser allt av det lokala innehållet. Där kan en ställa sig frågande till hur gratistidningarna håller sig relevanta i form av hur lokala de egentligen är. Tidigare forskning har visserligen pekat på att de i hög grad publicerar lokala nyheter, men givet att affärsmodeller förändras och sammanslagningar sker i hög fart blir det även lika relevant att undersöka det idag.

4.1.2 Granskande journalistik

Vad innebär det då för medierna att vara granskande? Det är ett brett begrepp och det finns många definitioner på vad det innebär. Strömbäck gjorde ett försök att definiera den granskande journalistiken i en studie. Mycket sades om vad som var utmärkande och slutsatsen grundade sig i tio punkter. En utmärkande punkt och som i viss mån står som grund för vår definition var:

“Det som är utmärkande för den granskande journalistiken är att den är undersökande, faktabaserad, självständig, öppen i fråga om metoder, källor och tillvägagångssätt, samt av att den handlar om makt och maktutövning eller frågor med relevans för maktutövandet.”
(Strömbäck. 2003, 32)

Däremot har vi i denna undersökning inte följt Strömbäck's definition till punkt och pricka utan den har modifierats. Detta gjorde vi mest för att se ifall det förekommer *någon* form av granskande journalistik i gratistidningarna. Tidigare kvantitativ forskning har använt en enklare definition som även vi använder i vår undersökning. Den innehåller de lägsta kraven på vad som anses vara granskande journalistik, och kan förklaras enligt följande:

“Texten ska bära ett informationsinnehåll med fakta, bakgrund eller åsikter utöver enstaka uttalanden. Information ska komma ifrån av varandra två oberoende källor. Två elever ifrån samma klass räcker till exempel inte. Förstahandskällor, inte tyckanden om sådant man hört i andrahand.”
(Nygren. 2003)

Ett antagande som grundar sig i tidigare forskning är att gratistidningar inte har en tradition av att publicera granskande artiklar i jämförelse med den traditionella dagspressen. Mycket kan bero på att de större tidningarna ofta har mer resurser för att kunna utföra granskande journalistik eller att bevaka ett händelseförlopp. Med det sagt är det inte så att de aldrig gör det, och eftersom mycket även tyder på att gratistidningarna har blivit bättre med tiden så finns det inget som säger att de inte fortsätter att utvecklas (Wadbring. 2005; Eriksson. 2007). Som vi tidigare påpekade fanns det forskning som pekade för att gratistidningarna hade en stabil ekonomisk grund. Däremot innebär inte det att det har samma publicistiska ansvar som den traditionella dagspressen. Gratistidningarnas kommersiella drivkrafter behöver inte balanseras av ett publicistiskt ansvar likt den traditionella dagspressen. I och med att de till fullo är ett annonsfinansierat medium är deras enda egentliga ansvar att knyta samman konsumenterna med annonsörerna. Däremot har många gratistidningar till viss del tagit på sig ambitionen att vara ett relevant nyhetsmedium på utgivningsorten och bistå med journalistik av hög kvalitet. För att kunna hålla måttet som ett relevant nyhetsmedium bör de därför även i viss mån uppfylla kravet att bistå med granskande journalistik.

4.2. Lokala mediers funktion i samhället

Media må ha ett stort ansvar utefter vad statliga utredningar anser att de bör göra. Likaså finns det vetenskapliga definitioner kring vad god journalistik bör fokusera på. McQuail (1992) talar bland annat om vad god journalistik innebär för ett lokalt medium. Författaren skriver att det finns en skillnad mellan kraven på lokal media jämfört med nationella eller större regionala diton. De lokalt verkande medierna fungerar ofta som supplement till dessa, och måste därför fylla andra funktioner. Detta gör att deras kvalitet även mäts enligt lite andra parametrar än deras större motsvarigheter.

Boken tar upp ett antal punkter som fungerar som kvalitetsindikatorer specifikt hos den lokala nyhetspressen. Många av dessa liknar de uppgifter som pressutredningen ansåg att medier skulle utföra. Men då dessa krav är lokalt fokuserade så finns det utöver de bredare nationella ytterligare aspekter som krävs för just lokal media. Efter de uppgifter som författaren noterat så har vi samlat dem i fyra punkter som vi utgår efter i vår analys. De är:

- Att tidningen är unik, att den använder egna reportrar och att den skiljer sig ifrån de regionala tidningarna i dess material.
- Att tidningen bevakar lokala händelser, men även erbjuder läsaren med djupgående reportage och information.
- Att tidningen vågar bevaka kontroversiella lokala frågor, att ge plats åt olika åsikter.
- Att tidningen stöttar lokalt företagande, samt att det ges utrymme åt positiva nyheter.

Här ser vi några skillnader mellan en lokalt fokuserad kvalitetsindikator och den mer allmänna statliga. Den statliga har inget speciellt fokus på en viss typ eller storlek av media, utan uttalar sig rent generellt på vad god media ska innehålla. McQuail däremot tar upp mer specifika kvalitetsindikatorer vad gäller de lokala medierna. Bland dessa är kravet på unikt innehåll. Detta kan förmodligen ses som en självklarhet hos de större tidningarna, framförallt de mer regionala. Sydsvenskan och GP har inte jättestort utbyte av varandras artiklar, åtminstone inte bland det mer lokala materialet. Hos lokaltidningen däremot kan det vara relativt relevant att kopiera eller hämta inspiration från vissa av sina större motparters artiklar, då de kan innehålla material även för lokaltidningens utgivningsort. Användandet av egna journalister är naturligtvis ett grundkrav för en unik tidning. Utan egna rapporter ifrån orten så kan innehållet bli allmänt och grunt, och tidningens funktion som lokalt medium försvinner.

En annan aspekt som McQuail tar upp är den om att tidningen ska verka som en stöttande kraft. Både i det att man stöttar lokala företag, men även att man publicerar lokala positiva nyheter. Denna punkt kan ses som en motpol till de tankar som anser att tidningarna ska vara grävande och bevaka de kontroversiella frågorna. Att vara granskande är en uppgift som oftast lyfts fram som en av tidningens viktigaste, även i de definitioner av vad media ska utföra som vi använder. Att inkludera positiva artiklar fyller dock en egen funktion, framförallt för ett lokalt samhälle. Det hjälper att bygga den lokala identiteten, stöttar företag på orten och fyller en viktig funktion när det gäller integreringen av nyinflyttade. (McQuail. 1992). Båda typer av journalistik behövs för en väl fungerande lokaltidning, och det blir en balansgång för tidningarna att tillgodose båda dessa krav.

En av de svårare uppgifterna för de lokala gratistidningarna är att skriva om kontroversiella frågor (Lemert. 1989). Tidningen har ofta dubbla intressen av att undvika att skriva om lokala kontroverser och tydligast blir detta för gratistidningarna. Beroendet av annonsörernas vilja och förmåga att annonsera i tidningen gör negativa artiklar om näringslivet riskabla. Utöver det uppenbara att företagen kan hota med att inte annonsera i tidningen så finns det en ytterligare aspekt att undvika kontroverser i närområdet. Tidningen själv har ett intresse av en starkare lokal ekonomi på lång sikt, och att gräva i fel och brister hos de lokala företagen kan hämma tillväxten på orten. Mycket pekar på att det pågår en kommersialisering av journalistiken där nyhetsvärderingen mäts i förhållande till kostnaden för att skriva den. Detta kan bland annat innebära att tidningarna väljer att ta ett steg bort från det publicistiska ansvaret för att publicera något som säljer mer, eller drar mer reklam (Wadbring. 2005). Detta är inget unikt för lokala gratistidningar, men blir extra påtagligt för dessa då de är helt annons finansierade. De har även ett färre antal potentiella annonsörer, och står i tydligare beroende med välmående för enskilda företag än tidningar som verkar över större områden.

4.3. Sammanfattning

Dessa kvalitetsindikatorer pekar på ett antal punkter där man kan avläsa hur väl tidningarna arbetar med sitt innehåll. Tidningen ska vara informativ, allmän och bred i sitt utbud för att erbjuda något för alla läsare. Det ger även invånarna i utgivningsorten möjlighet att hålla sig uppdaterad på flera ämnen, och underlättar därmed de val och beslut som de behöver göra i sina dagliga liv. Detta kan ses som direkt kunskapsöverföring, där tidningen sammanställer de olika händelser som sker och presenterar dessa för läsaren. Tidningen ska även erbjuda djupare kunskap i ämnen, inte undvika kontroversiella frågor och undersöka makten. Detta ger läsaren information som annars hade varit svårare att tillgå. När det gäller det undersökande materialet så är detta något som tidningen själv kan producera, och man erbjuder därmed läsaren med helt ny information.

Tidningarna ska även verka som en kanal för olika åsikter att samsas och komma till tals. Detta erbjuder både politiker och väljare en kanal för att kommunicera, och kan bidra med att ge läsarna en ökad förståelse för varandra. Det ger dem även möjligheter att ifrågasätta sina politiker samt ger politikerna en plattform att nå ut med sina budskap. Den sista uppgiften tidningen arbetar för är att verka som en samlade kraft i samhället. Att erbjuda invånarna material som bygger på den lokala identiteten, även lättare sådant som sport och liknande ger läsarna något att samlas kring.

5. Syfte & Frågeställning

Med dessa kvalitetsindikatorer som grund ville vi titta på hur gratistidningarna fyller sin roll som nyhetsförmedlare. Deras stabila ekonomi och det faktum att de verkar på orter där alternativ saknas ser på ytan ut som ett gott tecken, men kunskapen kring deras innehåll är i många fall bristfällig. Både ifrån samhällets håll, men även i forskarvärlden. Målet med denna studie är att till viss del fylla dessa kunskapsluckor, och fungera som en tidsmarkering för framtida beslut och forskning.

5.1. Studiens Syfte

Denna studie syftar därför till att undersöka om gratistidningarna kan ses som ett hållbart alternativ för nyhetskonsumtion på orter som saknar en lokal redaktion från den traditionella dagspressen.

5.2. Frågeställningar

För att kunna svara på syftet har vi valt tre frågor som ska hjälpa oss. Frågorna är baserade på forskning kring vad som anses vara god journalistik i lokala sammanhang, samt vad de anser att lokala tidningar bör skriva om.

Hur förhåller sig innehållet till en geografisk och tidsmässig närhet?

- För att tidningarna ska anses vara relevanta krävs att de håller ett visst mått av geografisk närhet i deras rapportering, det vill säga att de skriver om lokala händelser. Likaså krävs det även att de håller sig aktuella genom att rapportera om aktuella händelser.

Hur ser bredden ut i tidningarnas redaktionella innehåll?

- Ska tidningarna fungera som ett relevant nyhetsmedium för en hel ort så krävs en viss bredd i materialet. Detta kan ske genom bevakning av olika ämnesområden, en blandning av olika artikeltyper samt en mångfald i vilka som får komma till tals.

Till vilken grad uppvisar tidningarna en självständighet genom produktionen av eget material?

- Eftersom tidningar till viss del återanvänder nyheter och det i viss mån förekommer att de köper in artiklar från nyhetsbyråer för att fylla ut tidningen, kan det vara intressant att se hur mycket som de själva producerar. Det är även intressant att se om tidningen producerar tyngre material, som artiklar av mer granskande karaktär.

METOD & URVAL

6. Metod

Denna studie ämnar göra en kvantitativ innehållsanalys av gratistidningarna. Vad det gäller tidigare forskning kring lokala gratistidningars är den förhållandevis begränsad i sin mängd, men relativt bred i sina undersökningsområden.

Ämnesområdena motsvarar allt från ställning på marknaden till innehåll. I denna undersökning fokuserar vi på innehållet och har därför tagit inspiration från den tidigare innehållsbaserade forskning som finns vad det gäller metod, kodschema och i viss mån definitioner (Andersson & Wadbring. 2005; Wadbring. 2007; Eriksson. 2002).

6.1. Kvantitativ innehållsanalys

Vår metod kommer att vara en kvantitativ innehållsanalys av sju olika titlar av lokala gratistidningar. Eftersom det primära i studien är tidningarnas redaktionella innehåll kommer endast de skrivna artiklarna analyseras och vi bortser därför sådant som annonser och liknande. När det kommer till att studera frekvens av ett innehåll eller förekomsten av vilka som syns i media är en kvantitativ studie att föredra (Esaiasson, Giljam, Oscarsson, Wängnerud. 2012). Analysen kommer att utgå från ett på förhand konstruerat kodschema som även beskrivs närmre i en kodinstruktion¹.

Undersökningen kommer att ge oss en övergripande bild av vad de skriver om och i viss mån fungera som en indikator på dess kvalitet. Eftersom journalistisk kvalitet är ett brett begrepp kan studien inte försäkra ett resultat som talar för eller emot. Men givet den teoretiska bakgrunden kommer vi att kunna se ifall tidningarna håller måttet på vad som ofta anses vara mediernas roll och funktion i samhället. Likaså kommer att vi kunna göra bedömningen huruvida gratistidningarna anses vara ett relevant medium för nyhetskonsumtion.

Vi kodade alla redaktionella artiklar i de 28 tidningarna i undersökningen. Totalt analyserade 1146 artiklar. I linje med den teoretiska bakgrunden tillsammans med tidigare forskning inom ämnet riktade vi uppmärksamheten främst mot ett antal områden som vi ansåg mest relevanta. Detta var framförallt: vilka ämnesområden tidningarna helst skrev om. Vilka som var huvudaktörerna i artiklarna. Vem som var artikelns skribent. Huruvida artiklarna var lokala och aktuella eller ej. Artiklarnas karaktär och storlek noterades också².

Varför vi väljer bort att göra en kvalitativ studie är främst för att tidningarna i hög grad skiljer sig åt. En sådan studie hade därför inte gett oss lika stora möjligheter att komma fram till ett generaliserbart svar. Genom att göra en kvantitativ innehållsanalys kommer att vi få en stor bredd i vår data som kommer att bidra till en starkare grund för analysarbetet.

¹ För fullständig redogörelse, se bilaga 13.2.1

² För fullständig redogörelse, se bilaga 13.2.2

6.2. Kodningsprocessen

Innehållsanalys är ett tidskrävande arbete. Kodboken som återfinns som bilaga var uppbyggd för att ge oss så bred kunskap som möjligt med få och tydliga variabler. Kodningen utfördes först av båda författarna. Under denna tiden så diskuterades variablerna, och ett antal förändringar gjordes. Vissa alternativ hos en variabel flyttades över till andra, för att lättare passa in i datainsamlingen. Den sista variabeln i kodschemat, *aktuell händelse*, skapades efter att kodningen påbörjats. Tidigare var detta en del av en annan variabel, *Typ av artikel*, men det blev påtagligt att denna behövde en egen plats. Detta åtgärdades i ett tidigt stadie och kodningsprocessen kunde fortlöpa utan vidare problem.

Efter att vi kodat varsin veckas tidningar så jämförde vi våra svar. Dessa var tillräckligt lika för att vi skulle känna oss säkra på våra variabler och alternativ. Vi valde då att en skulle vara ansvarig för det fortsatta kodandet. Detta för att svaren skulle bli exakt samma, samt för att fortsätta arbetet på andra delar i studien.

7. Urval

Urvalet på denna undersökning är gjord med hjälp av en undersökning av Institutet för Mediestudier (2015). Dessa har kartlagt i vilka kommuner det finns en lokalredaktion ifrån traditionell tidningsmedia, och vilka som står utan. Med denna bakgrund så undersöktes utbudet av lokala gratistidningar och vi fick fram ett antal som täckte de kommuner som stod som obevakade enligt Institutet för mediestudiers undersökning. Av dessa tidningar så gjordes en ytterligare gallring. Det beslutades att vi skulle undersöka de tidningar som endast hade *en* kommun som bevakningsort med en utgivningsfrekvens på en gång i veckan. Ett stort antal tidningar fokuserade på två eller flera kommuner, men att inkludera dessa ansåg vi skulle komplicera datainsamlingen och den efterföljande analysen. Då vi ville undersöka graden av lokalhet i artiklarna så hade dessa dubbelfokuserande tidningar gjort definitionen av *lokal* svår att tolka.

Till sist så landade urvalet på sju olika tidningar, vilket var en majoritet av de tidningar som passade in i vår urvalsram. De som valde bort var extra tidningar ifrån samma koncern, som till exempel tidningar ifrån *Lokaltidningen*, *Mitt i* samt en av Uppsala nya tidningars gratisutgåvor, *Knivstabygden*. Dessa tidningar hade centraliserade redaktioner och material som var liknande över hela koncernen, och därför valde vi att endast koda ett exemplar ifrån varje. Tre av de undersökta tidningarna, Lerums tidning, Partille tidning och Härrydaposten ingår även de i en koncern, WM Media. Anledningen till att samtliga tidningar ifrån denna koncern kodades är att de var unika, både i sitt innehåll men även i sina redaktioner.

7.1. Urvalsperiod: oktober månad

Tidsintervallet vi undersökte var oktober månad. Vi inspirerades här ifrån Ingela Wadbrings undersökning av gratistidningars innehåll ifrån 2007 (Wadbring. 2007).

Hon argumenterar för att oktober är en bra månad att undersöka, då den ofta saknar större händelser, semestern är slut för såväl läsare som tidningsanställda samt att julhandeln ännu inte kommit igång. De enda problemet som vi stötte på med detta tidsval var att en av tidningarna, *Sigtunabygden*, inte utgavs sista veckan i oktober. Istället kodades den sista veckan i november, för att på så sett få en artificiell månad. Ingen större skillnad på innehållet noterades i denna tidning jämfört med tidningarna ifrån oktober, och vi anser därför att detta inte har någon påverkan på resultatet. Eftersom varje tidning hade utgivning en gång i veckan blev det totalt 28 nummer som har studerats.

7.2. Tillgång: internetarkiv

Samtliga av de undersökta utgivarna hade ett internetarkiv för sina tidningar, något som underlättade för studien. Detta var även sant för majoriteten av de gratistidningar som verkade på de orter utan en lokal betaltidning, en positiv nyhet för framtida eventuella undersökningar i ämnet. Eventuella skillnader mellan internetarkiven och de utgivna tidningarna har inte undersökts i denna studie, men vi antar att dessa är minimala. Ett tydligt misstänkt fall av detta upptäcktes dock i tidningen *Mitt i Huddinge*.

Tidningarna i deras arkiv hade alla två framsidor. Den andra återfanns runt sida 40 i tidningen, oftast med ett antal artiklar efteråt. Majoriteten av dessa var dubletter ifrån samma tidning och ignorerades. Eventuella nya artiklar har dock tagits med i kodningen, men detta rörde sig om ett mycket litet antal. Huruvida dessa figurerade i den pappersutgivna tidningen eller ej har inte kunnat undersökas. Artiklarna var av samma karaktär som resten av tidningen, och borde därför inte påverka resultatet nämnvärt.

7.3. Urvalgalleri

Informationen i urvalgalleriet är framförallt hämtade ifrån tidningarnas hemsidor, kringliggande informationskällor samt deras eventuella koncerners centrala diton. Mycket information står inte öppet utskrivet, utan kräver att man går in på till exempel deras faktablad till annonsörer och liknande. Vilken information som finns tillgänglig skiljer sig en aning mellan de olika tidningarna. Vårt mål med detta galleri har varit att presentera tidningarna och koncernernas: Upplaga, redaktionella styrka samt deras målsättning med produkten. Vi har även försökt presentera en kort inblick i tidningarnas historia. Har tidningarna och koncernerna inte denna information tillgänglig så noterar vi detta under presentationerna.

Koncernen Lokaltidningen

Total upplaga: 972 000 ex.

Lokaltidningen grundades 2001 och ger idag ut 43 olika utgåvor i Skåne, Halland, Småland, Blekinge och Östergötland. Producerar även mer specialinriktade magasin i utgivningsområdet med en upplaga på 65 000 ex. Lokaltidningen ägs av det danska

bolaget politikens lokalaviser A/S, ett bolag med rötter ifrån 1883 med 86 titlar i Danmark och Sverige (januari 2015). Den svenska delen har sitt huvudkontor i Malmö, och utöver denna så har koncernen ett antal redaktioner runt om i utgivningsområdet. Total storlek finns ej utskrivna. Inte heller finns några tydliga redaktionella ambitioner utskrivna. Koncernens hade inga texter kring redaktionella mål. (Lokaltidningen.se. 2016)

Lokaltidningen Svedala (LS)

Upplaga: 8 638 ex.

Utgivningsdag: onsdag

Lokaltidningen Svedala har ingen presentation om sig själva på hemsidan, och exakt startdatum för just denna tidning finns inte tillgänglig. Internetarkivet sträcker sig till januari 2008, och på denna tidning står det årgång 5, ett antagande kan då vara att tidningen startade 2003. Redaktionen sitter på koncernens huvudkontor i Malmö, utanför utgivningsorten, och består av en lokalredaktör samt en reporter.

Koncernen Mitt i

Total upplaga: 855 000 ex.

Mitt I ges ut i stadsdelar och kommuner runt om i Stockholm. Företaget tillhörde mediebolaget Stampen fram till 2014, då de köptes av Segulah, ett investeringsbolag som äger och utvecklar medelstora företag. Tidningarna finns i 31 olika utgåvor som ges ut en gång i veckan. Huvudkontoret är placerat i Stockholm, och tidningens redaktionella styrka ligger på ett 90-tal journalister. Dessa är uppdelade i ett antal arbetslag, där varje arbetslag fokuserar på ett antal utgåvor. Det finns dock inget skrivet om lokalredaktioner eller liknande, och vi antar att samtliga journalister arbetar på samma centrala redaktion. Deras ambitioner med tidningarna är att de ska engagera och beröra läsarna. De gör reportage med kända personer och håller ett öga på det lokala näringslivet. Enligt dem själva vill de även göra skillnad genom att avslöja, bevaka och ställa mot väggen, men skriver även att de tillhandahåller "information och erbjudanden från våra annonsörer som ofta gör din vardag lite enklare och roligare". (mitti.se. 2016)

Mitt i Huddinge (MiH)

Upplaga: 41 400 ex.

Utgivningsdag: Tisdag

Mitt i Huddinge ingen egen presentation på tidningens hemsida. Ett antagande får även här göras om att tidningen följer koncernens riktning, med en ambition om att engagera och att skriva om lokala händelser. Redaktionen är placerad i Stockholm, utanför utgivningsorten, och består av sammanlagt tolv personer. Dessa ansvarar dock för fyra tidningar, och endast två av av dessa personer tillskriver sig Huddinge som sitt fokusområde (mitti.se. 2015).

WM Media

Total upplaga: 62 400 (Sammanräkning ifrån de enskilda tidningarnas hemsidor)
WM Media är ett familjeägt bolag ifrån Alingsås. Företaget producerar fyra tidningar, varav tre ingår i denna studie. Dessa är Härrydaposten, Lerums tidning och Partille tidning. Inom koncernen finns även ett eget tryckeri och totalt ligger antalet anställda på ett 80-tal personer. De undersökta tidningarna har två personer som kopplar ihop dem. Dels är det koncernens VD, som står som ansvarig utgivare. Tidningarna har också en gemensam platschef. Utöver dessa så finns det få saker som länkar dem till varandra, utifrån sett. WM media har ingen central hemsida, utan alla tidningar samt tryckeriet arbetar självständigt med sin närvaro på internet. Det finns därav ingen genomgående central policy över tidningarnas mål (alingsastidning.se. 2015).

Härrydaposten (HP)

Upplaga: 16 000 ex.

Utgivningsdag: Onsdag

Härrydaposten startade 1984 och ingår sedan 2001 i koncernen WM Media. Drivkraften för tidningen ligger enligt dem själva att göra en lokaltidning med hög redaktionell kvalitet som ska göra den högtintressant för annonsörer. Redaktionen består av en platschef och tre journalister. De är placerade i Mölnlycke, en större ort i utgivningsområdet. Tidningens ambition är att “göra en lokaltidning med hög redaktionell kvalitet, vilket i sin tur gör den högtintressant som annonsorgan” (harrydaposten.se. 2015)

Lerums tidning (LT)

Upplaga: 17 400 ex.

Utgivningsdag: Onsdag

Lerums tidning grundades 1969, då som en edition till Alingsås Tidning. Under 1986 blev tidningen gratis, för att möta konkurensen ifrån lokala annonsblad. Då Alingsås tidning är grunden till WM Media så förutsätter vi att även LT har varit med sen starten av koncernen. Den totala mängden medarbetare är tio stycken, med fem på den redaktionella sidan. Redaktionen ligger i Lerum, centralort i utgivningskommunen. Enligt tidningen själva vill de ge lokalbefolkningen i Lerum “en tidning med god journalistik och hög trovärdighet. På så sätt vill vi också ge våra annonsörer en god valuta för sina pengar.” (lerumstidning.se. 2015)

Partille tidning (PT)

Upplaga: 17 000 ex.

Utgivningsdag: Torsdag

Partille tidning startade 2003 och har ingått i WM Media koncernen sen starten. Redaktionen ligger i Partille, centralort i utgivningsområdet, och består av runt fem personer. Tidningens mål är att “göra en lokaltidning med hög redaktionell kvalitet, vilket i sin tur gör den högtintressant som annonsorgan”. (partilletidning.se. 2015)

Melleruds nyheter (MN)

Upplaga: 8 700 ex.

Utgivningsdag: Onsdag

Mellerud har ingen djupare presentation av tidningen på sin hemsida. Den grundades 1993, och är i nuläget privatägt och tillsynes utan några anknytningar till andra tidningar eller andra typer av media. Redaktionen består av två anställda journalister, men det står även medskrivet tre frilansare på hemsidan. Sammanlagt har tidningen sju fast anställda i kontoret som ligger i Mellerud, centralorten i utgivningsområdet. Under studiens gång så skedde en stor förändring av tidningens hemsida och dess utseende. Den nya hemsidan, aktiv ifrån början av december, var mycket mer modernt utformad och liknade till större del de andra tidningarnas design. (mellerudsnyheter.se. 2015)

Mediehuset UNT

Mediehuset har sin grund i Uppsala nya tidning, med rötter ifrån 1890-talet. 2009 gick dem ihop med Norrköpings Tidningars Media (NTM) och dessa två företag bildar tillsammans Sveriges fjärde största mediekoncern. Den totala upplagan finns inte att tillgå för tidningshuset, som har sitt huvudkontor i Uppsala. Uppsala nya tidning är flaggskeppet med 43 000 exemplar, utöver det så producerar dem ett antal mindre gratistidningar, varav Sigtunabygden är den största av dessa sett till upplaga. De producerar även en del mer magasinliknande produkter. (unt.se. 2015)

Sigtunabygden (SB)

Upplaga: 25 400 ex.

Utgivningsdag: Onsdag

Sigtunabygden är en tidning som funnits i olika skepnader sedan 1883. Tidningen är sedan 1984 annonsfinansierad och ägs i nuläget av Uppsala nya tidning. Enligt tidningen själva är de en viktig informationskanal för bygdens invånare. De har som ambition att "artiklarna ska spegla samhället runtomkring dem, samt informera, granska och debattera - Allt ur ett lokal perspektiv", och önskar även att: "För den som driver handel med varor och tjänster är tidningarna, med sin starka lokala förankring, en naturlig, pålitlig och effektiv marknadsplats. För läsarna är tidningen en trovärdig nyhetskälla och ett självklart forum för den lokala debatten."(unt.se. 2015)

8. Studiens giltighet

Vad kan vi då säga om studien, har vi mätt det vi avsåg att mäta och har vi i så fall gjort det korrekt? För att studien ska kunna anses ha hög validitet krävs det att vi för en diskussion kring hur studiens operationalisering överensstämmer med de teoretiska definitionerna, att vi kan utesluta systematiska fel och att vi har mätt det vi påstått mäta (Esaiasson et al. 2012). Vidare följer här en diskussion kring studiens giltighet samt vad som kan ha påverkat resultatet.

8.1. Begreppsvaliditet

I vår begreppsvaliditet har vi i hög grad utgått från tidigare forskning. Vårt kodschema tillsammans med kodinstruktionerna har inspirerats för liknande uppsatser och forskningsrapporter, vilket kan styrka validiteten och möjliggöra jämförelser. Vad det gäller definitionerna har vi i många fall tagit del av kurslitteratur samt utgått från andra teoretiska utgångspunkter för att ställa dem mot varandra och skapa en egen definition.

Eftersom vi valt att mäta om tidningarna kan anses vara ett hållbart alternativ uppstår frågan såklart vad som anses vara hållbart, begreppet kan anses aningen diffust. Men givet vår teoretiska utgångspunkt kring medias samhällsliga uppgifter samt vad ett lokalt medium bör vara har vi ändå skapat en rimlig förståelse kring vad som eftersöks.

8.2. Resultatvaliditet

Vi har enligt vår mening undersökt det vi påstod att vi skulle undersöka. I och med att kodningsprocessen till största del sköttes av en av oss kunde vi med högre säkerhet utesluta systematiska misstag vad det gäller definitioner. Därmed kan vi inte bortse från den mänskliga faktorn som i vissa fall kan ställa till med problem. Men i och med att vi under hela kodningen har diskuterat eventuella problem eller liknande kunde vi reducera eventuella fel. Likaså landade antalet analyserade artiklar på 1146 stycken, vilket vi anser är tillräckligt många för att enstaka misstag inte ska kunna påverka resultatet nämnvärt.

8.3. Generaliseringsanspråk

Som tidigare nämnt skiljer sig gratistidningar åt i både utformning och innehåll men även ägarstruktur och organisatoriska resurser. Urvalet i studien är dock såpass brett och täcker många delar av gratistidningsmarknaden, och ger oss på så vis ett visst generaliseringsanspråk. Mängden undersökta tidningar och artiklar gjorde att vi uppnådde mättnad i resultatet, och detta är något som ytterligare styrker detta anspråk.

8.4. Händelser som kan påverka resultatet

Då endast en månad undersöktes så kan större händelser eller årligt återkommande aktiviteter påverka resultatet. Oktober valdes som tidigare nämnt för att den tordes vara en så generisk månad som möjligt. Några karaktärsdrag noterades dock under kodningen. Det går inte att utläsa om detta gör att dessa utgåvor skiljer sig ifrån hur tidningen brukar se ut, sett över en längre tid. Vi har därför valt att skriva med de större händelser och noterbara situationer som till synes påverkat tidningars innehåll mest, för att vara så öppna som möjligt med resultatet.

Oktober är en av de månader när flest större sporter utövas. Fotbollsligorna avslutades, något som gav upphov till en stor mängd artiklar. Samtidigt så låg de

flesta inomhussporter i startgrupparna. Ishockey-, innebandy- och handbollsäsongerna påbörjades, och fotbollens årsredovisning blandades med artiklar om hur dessa lag hade inlett säsongen. Huruvida dessa sporter fick trängas på samma mängd artiklar eller om sportsektionen utökats för att täcka denna större mängd händelser kan vi inte uttala oss om. Men att det pågick mer sport än medelvärdet i kommunerna kan ha påverkat resultatet åt sportjournalistikens favör.

Bland de mer tunga ämnesområdena så får artiklar kring utbildning och skola en skjuts av Lärarförbundets undersökning "Bästa skolkommun 2015". Samtliga tidningar hade skrivit minst en artikel om denna undersökning. Då detta inte är något som sker varje månad så kommer detta resultatet i denna fråga förmodligen skilja sig ifrån medeltalet sett över hela året.

Den sista större händelse som noterades bland artikelinnehållet är den stora flyktingkrisen. Ett större skede som sträcker sig över stora delar av 2015 och som med största säkerhet även kommer påverka nyhetsflödet under 2016. Huruvida man kan säga att detta gör att de undersökta tidningarna skiljer sig ifrån medeltidningen är svårt att uttala sig om. Tidningarna är beroende av händelser för att producera material. Vilka händelser som är typiska eller som gör att specifika tidningar skiljer ut sig ifrån majoriteten kan vi i denna studie inte uttala oss om. Men det kan noteras att ett större antal artiklar skrevs om detta specifika ämne. Kategorin välgörenhet under variabeln ämnesområden skulle förmodligen inte vara lika omskriven om denna undersökning utförts under en annan tid, och den påverkade även andra kategorier, som politiska och allmänna nyheter.

RESULTAT OCH ANALYS

Den data vi fick under kodningen väljer vi att presentera som svar på de olika frågeställningarna. Vi går alltså igenom varje enskild frågeställning för sig, och visar på de olika resultat vi fick kring varje ämne. Under den följande *slutsatsen* visar vi sen på vad denna data säger om den huvudsakliga frågan denna studie ställer, huruvida gratistidningarna fungerar som ensamt nyhetsalternativ.

9. Lokala och aktuella?

9.1. Mer lokala...

För att tidningarna ska anses vara relevanta på orten de verkar krävs det att de håller ett visst mått av lokal anknytning. Detta innebär för denna studiens del att artiklarna tar upp händelser från kommunen de ges ut i. Därmed har vi inte räknat med gränsande kommuner eller liknande utan endast sådant som speglar orterna från kommunen de verkar i.

För att kunna bistå med relevant information som ska stödja medborgare i deras samhällliga roll krävs det ett krav på närhet. Eftersom det redan finns regionala tidningar som redan rapportera om nationella samt internationella angelägenheten bör de lokala tidningarna därför främst fokusera på den lokala aspekten av nyheterna. Detta kan även innebära att de rapporterar om en nationell angelägenhet men för att vara av lokal karaktär så krävs det att de även har visat på hur det kan påverka kommunen eller orter som finns inom utgivningsområdet.

Frågan återstår därför att se hur väl gratistidningarna håller sig relevanta genom att ha en lokal anknytning? Visst kan vi konstatera att en stor del av det redaktionella materialet håller sig till en lokal anknytning. 77 % av alla artiklar har en lokal karaktär medans 21 % inte har det. De artiklarna som inte var lokala nyheter var ofta sådant som kan karaktäriseras som tidlöst material. En stor del av de artiklarna var mat/konsument/hem etc.

Det kunde även skilja sig åt mellan tidningarna. Vissa tidningar presenterar i högre grad lokala nyheter än andra. Av alla artiklar i Mitt i Huddinge var det knappt hälften som speglade det lokala samhället. Till skillnad från Lerums tidning där 90 % av alla artiklar hade en lokal karaktär. Detta kan även vara en konsekvens av att Mitt i Huddinge till stor del använder samma material i flera av deras tidningar. Vi kan däremot konstatera att gratistidningarna över lag har en lokal prägel på sitt redaktionella material.

9.2. ... än aktuella

För att kunna få en bild av hur gratistidningarna håller sig relevanta i form av aktualitet mätte vi även graden på hur aktuell nyheten var. Eftersom tidningarna ges ut en gång i veckan valde vi att räkna in det som hade hänt den senaste veckan som

aktuellt, det som hänt under den senaste månaden som mindre aktuellt och resterande artiklar som ej aktuella.

Vad vi fann var att drygt hälften av artiklarna hade en aktuell status. 12 % av nyheterna hade inträffat under den senaste månaden, dessa nyheter kunde handla om en pågående process eller liknande men om nyheten inte förtäljde något som var nytt ansåg vi inte heller att det var en aktuell händelse. Av alla artiklarna var det 32 % som inte var aktuella. En stor del av artiklarna som inte var aktuella bestod främst av debattinlägg, insändare, tips eller krönikor, men även en del reportage och intervjuer. Vilket i många fall kan anses ha en tidlös funktion, eller behandla en trend som sträcker sig över tid.

Vi kan även se en stor skillnad mellan de olika tidningarna, där vissa tidningar håller sig mer relevanta tidsmässigt än andra. Både Mitt i Huddinge och Lokaltidningen Svedala har en majoritet av artiklar som inte kunde klassas som aktuella. De båda tidningarna ingår i större koncerner och har en större bank av generella artiklar. Många av dessa artiklar användes för flera av deras editioner. Exempel på detta kan vara längre intervjuer med kända personer. Detta speglar av sig i huruvida deras artiklar kan anses vara aktuella eller inte. Endast en tredjedel av alla artiklarna var nyheter från den senaste veckan. Samma mönster såg även i Lokaltidningen Svedala, även där var det bara en tredjedel av artiklarna som var direkt kopplade till den senast veckan.

9.3. Sammanfattningsvis en jämn nivå

Gratistidningarna håller sig relevanta genom att publicera mycket om vad som händer i kommunen. Däremot finns det brister i vad det gäller den tidliga aspekten av nyheterna. De var en knapp majoritet av nyheterna som var aktuella för den senaste veckan. Med det sagt behöver inte allt innehåll vara aktuellt, tidlöst material kan även det fylla en funktion om än en annan. Det samhällsrelaterade värdet på tidlösa artiklar kan ifrågasättas i jämförelse med de aktuella händelserna. Men de kan däremot fylla ett underhållande värde för läsarna att läsa intervjuer eller matlagningstips. I och med att tidningarna inte har någon vidare konkurrens inom kommunen finns det inte heller samma brådska med att vara först med att publicera en artikel, vilket kan vara en anledning till att en del av vad som skrivs är sådant som har hänt under den senaste månaden.

I och med att gratistidningarna endast kommer ut en gång i veckan kan det vara svårt att hålla sig relevanta rent tidsmässigt. Alla tidningar har även en hemsida där de lägger upp nyheter, om de är samma som kommer med i tidningen är däremot en annan fråga. Men det kan likväl vara så att de aktuella händelserna publiceras i högre grad på hemsidan medans fler så kallade underhållande eller tidlösa nyheter publiceras i pappersutgåvan. En nyhet blir snabbt inaktuell och kan tappa sitt läsvärde efter bara någon dag. Hemsidan finns där för att bistå med

relevant information som ligger nära i tiden men pappersutgåvan skulle i så fall kunna skapa ett mervärde samtidigt som det upplyser invånarna om att de finns.

10. Tidningarnas redaktionella bredd

Ett tecken på om en tidning kan verka som ett hållbart mediealternativ är bredden på dess material. De definitioner vi använder kring vad god media är pekar på olika aspekter, alla av egen vikt. Det kan vara att tidningen är allmän i sina ämnesområden, och speglar hela utgivningsorten. Ett annat exempel som kan visa på bredd i materialet är om det finns en mångfald i vilka som får komma till tals. Tidningen ska även erbjuda läsarna djupare reportage, samt verka som ett forum för debatt. Ett bredare material fyller inte bara fler funktioner som både samhället och den forskning vi har använt som teoretisk standard efterfrågar. Det gör också att tidningen blir mer relevant för fler, och fungerar därmed som ett bättre mediealternativ för orten.

10.1. Sporten dominerar

Ämnesområden	Helsida Eller mer	kvartsida eller mer	Notis eller mer	Totalt
Politiska nyheter	1	24	33	58
Allmänna nyheter	7	62	79	148
Ekonomi/Företagande	4	15	16	35
Sport	19	60	175	254
Kultur/Nöje	17	39	93	149
Föreningar	2	12	18	32
Olyckor/Brott	0	9	114	123
Politiska kommentarer	0	10	35	45
Barn/Ungdom	4	4	5	13
Konsument/mat/hem/etc.	5	33	73	111
Om radio/TV	0	1	3	4
Gamla minnen	9	0	0	9
Bil/Motor	0	1	1	2
Kalendarium	0	5	7	12
Kommunikation/Trafik	1	13	17	31
Utbildning/Skola	3	29	23	55
Stadsplanering	1	6	9	16
Välgörenhet	1	11	10	22
Övrigt	2	4	21	27
Totalt	76	338	732	1146

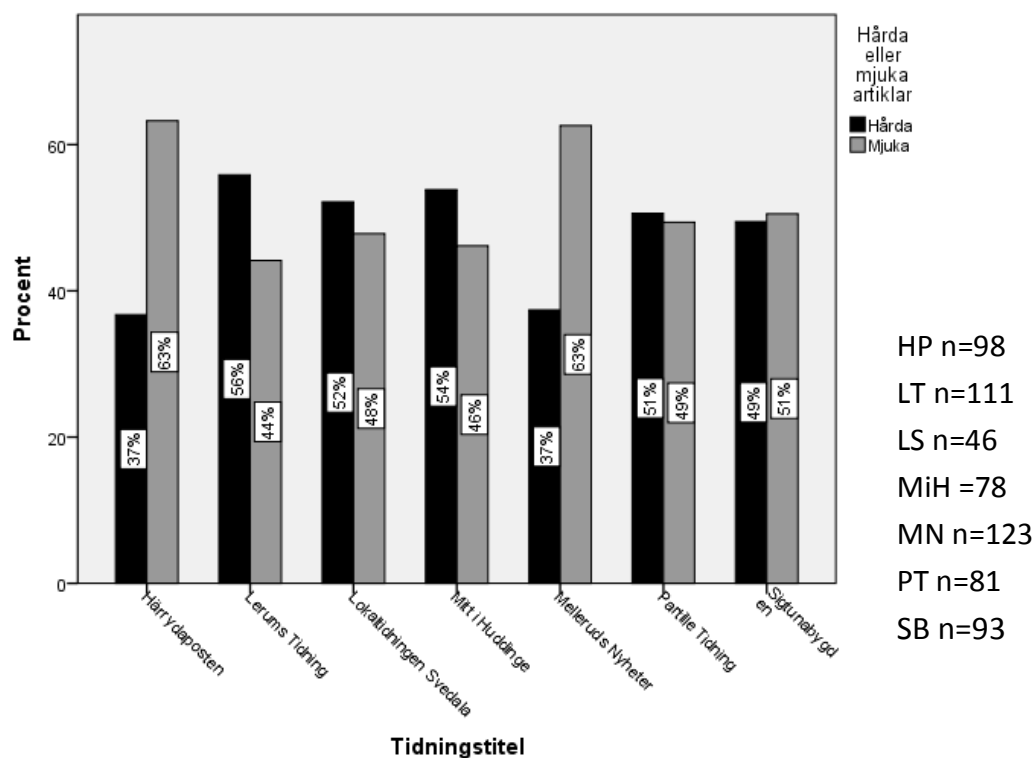
Bland de populäraste enskilda ämnena ser vi ett antal av lite mjukare karaktär. Sport är det överlägset mest omskrivna ämnet. Artiklar om *nöje och kultur* är det tredje mest

omskrivna ämnet, med *konsumentfrågor* och olika typer av *hem, mat och modetips* etc på en fjärdeplats. Dessa hade genomgående stark ställning hos tidningarna. Både artiklarna sport och kultur och nöje handlade i majoritet om lokala evenemang och händelser, och kan ses som ett relativt gott inslag hos de lokala tidningarna. De olika konsumentfrågorna med mat och tips var dock sällan lokala, utan var antingen koncernanknytna eller köptes in av utomstående part.

Utöver det breda området *allmänna lokala nyheter* så finns det inget ämne av “hårdare” nyheter som är vida omskrivet. Ämnen som utbildning och politik får viss plats, men figurerar i genomsnitt endast någon gång per nummer. Bland dessa kategorier skiljer det sig stort mellan de olika tidningsproducenterna. MN står för över en tredjedel av samtliga artiklar om skola och utbildning. LT publicerade nio större artiklar om brott och olyckor, av totalt 21 i undersökningen. Här blir det dock svårt att dra några enskilda slutsatser på olika ämnesområden. Antalet undersökta artiklar per ämne är lågt, och kan enkelt snedställas vid enskilda händelser. För göra all data mer generaliserbar och jämförbar mellan tidningarna har vi valt att slå ihop ämnena till två tydligare kategorier, *hårdare* samt *mjukare* nyheter.

10.2. Jämt mellan hårt och mjukt

Vi har valt att jämföra tidningarnas innehåll inom varje tidning i procent. Notiserna är inte medräknade, då de lätt tar överhanden med sitt stora antal. Anledning till att vi jämför i procent och inte antal artiklar är den stora skillnaden tidningarna emellan vad gäller artikelmängd. Skalan hade blivit skev för de tidningar med färre artiklar, och vi ville framförallt få en bild av hur det såg ut inom varje tidning.



Hårda: Politiska nyheter, allmänna nyheter, ekonomi/företagande, olyckor/brott, politiska kommentarer, kommunikation/trafik, utbildning/skola, stadsplanering och välgörenhet.

Mjuka: Sport, kultur/nöje, Föreningar, Barn/ungdom, konsument/mat/hem/etc, om radio/tv, gamla minnen, bil/motor och kalendarium

Vad vi fann var att två tidningar tydligt sticker ut. MN och HP står båda på en dryg tredjedel hårda nyheter, mot de andra undersökta tidningarna som alla ligger runt 50 till 55 %. Framförallt förvånar HPs låga siffror. HP är en tidning som liknar PT och LT på ytan, både vad gäller upplaga och utseende. De ingår även i samma koncern, och utgivningsorterna är geografiskt nära varandra. Den grundades mitt i mellan LT och PT, så även där saknas det tydlig skillnad emellan tidningarna. Inte heller någon annan upphämtad data i denna studie ger någon klar bild över vad denna oväntade siffra beror på. Eventuellt har HP tidigare haft en mer annonsbladliknande karaktär, och att de senare än de andra tidningarna i koncernen bytt fokus. En djupare studie i ämnet hade kunnat ge tydligare svar, men siffran är i högsta grad noterbar.

Vad gäller MN så finns det enklare förklaringar till vad som kan spela in i dess innehållsfördelning. Den låga upplagan spelar såklart stor roll. Tidningens upplaga består av knappa 10 000 exemplar. Den har även högst antal artiklar (notiser borträknat). Tidningen ingår inte i någon koncern, och har därför ingen möjlighet att ta in färdigproducerat material eller ett tvång på en viss typ av artiklar. Fördelningen i procent blir även missvisande för MN. Det kan noteras att MN inte skriver ett litet antal hårda artiklar, utan att den låga procentuella siffran beror på deras stora mängd mjukare artiklar.

10.3. Stor spridning bland huvudaktörer

I 60 % av de undersökta artiklarna återfanns det en eller flera personer som figurerar samt uttalar sig. Den av dessa som gjort störst avtryck i artikeln har vi valt att klassificera som huvudaktör. Bortser vi från notiser så ligger denna siffra på 85 %. Notisernas storlek gör att utrymme helt enkelt inte finns för uttalanden, och detta har gjort majoriteten av dem okodbara för denna undersökning. Vi bortser därför även i detta stycke ifrån notiserna. Detta för att tydligare visa skillnader mellan de som faktiskt omnämns, och vilken yta de får i tidningarna.

Vad vi ser när vi tittar på siffrorna är en stor spridning bland vilka det är som figurerar som huvudaktörer i tidningarnas artiklar. Ett fåtal kategorier sticker dock ut ifrån mängden. Den stora andelen sportrelaterade artiklar gör ett avtryck i vilka som får komma till tals. Utöver idrottare som står för 8% av artiklarna så finns även en stor del sportledare med, på tabellen som en del av kategorin föreningsrepresentanter. 66 % av dessa artiklarna med organisations- och föreningsrepresentanter är sportrelaterade. Framförallt är det lagens tränare som

kommer till tals efter matcher och liknande, medan de högre upp omnämns och citeras vid större skeenden i klubben.

Utöver de sportrelaterade huvudaktörerna så kan tjänstemän, privatpersoner, politiker och kulturarbetare nämnas som de mest frekvent citerade och omskrivna. Kulturarbetares höga ställning går likt idrottarnas hand i hand med populariteten hos ett enskilt ämnesområde, denna gång kultur och nöje. Inte helt oväntat är nästan samtliga artiklar med kulturarbetare kulturrelaterade, utöver dessa så figurerar dem i väldigt få andra sammanhang. Av de andra tre är politiker den minst breda kring vilka ämnen de figurerar i. Politiker kommenterar den lokala politiken, och omnämns i nyheter kring densamma. Utöver detta så figurerar dem i ett fåtal artiklar kring andra mer specifika frågor, som utbildning och trafik.

De resterande två, tjänstemän och privatpersoner, figurerar i flertalet olika ämnesområden. Båda två framförallt i den breda ämneskategorin *allmänna nyheter*, men figurerar sedan i ett flertal andra ämnesområden i relativt hög grad. Under tjänstemän finner vi allt ifrån poliser till lokala stadskontorsanställda. Detta gör att de har stark ställning i många ämnen, utöver de allmänna, framförallt de politiska nyheterna, utbildningsfrågor samt brott och olyckor. Privatpersoner har inga tydliga toppar utöver de allmänna nyheterna, utan går stabilt över en stor mängd ämnesområden.

10.4. Stora reportage och små tips

Bredden av tidningarnas innehåll baseras även på vilka olika typer av artiklar de har. Att bara direkt rapportera ifrån olika händelser kan ge invånarna en del av den information de behöver. Med det efterfrågas även att tidningarna ska utföra mer för samhället, och därmed behövs det även andra typer av artiklar. Djupgående reportage kan ge läsaren ytterligare information om ett omskrivet ämne, och en intervju med en person ifrån den lokala orten kan tillföra till den lokala identiteten. För att tydligare ge oss en bild av vad det är för artiklar så delar vi in dem efter storlek.

	Helsida Eller mer	kvartsida eller mer	Notis eller mer	Totalt
Rapport	20	145	457	622
Intervju	19	41	18	78
Reportage	35	91	3	129
Debatt	0	10	19	29
Insändare	0	12	79	91
Tips	0	11	122	133
Krönika/Recension	2	7	18	27
Skildring	0	19	4	23
Övrigt	0	2	12	14
Totalt	76	338	732	1146

Tabellen indikerar på en relativt brett utbud av artikeltyper. Samtliga kategorier ligger över eller runt åtminstone en artikel per undersökt tidningsexemplar i snitt. *Rapporter, tips, reportage* och *insändare* är de typer som tidningarna framförallt publicerar. Men det finns tydliga skillnader vad gäller deras storlek. Rapporters höga antal beror framförallt på deras stora antal mindre artiklar, vilket även gäller för de artiklar som klassats som *Tips*. Även bland insändarna är den vanligaste artikelstorleken av mindre karaktär. Bland de typer av artiklar som ges stor fysisk plats i tidningarna så finner vi framförallt *reportage* och *intervjuer*.

Två artikeltyper som fyller en viktig funktion för de lokala tidningarna är de tidigare nämnda insändarna samt tidningarnas debattartiklar. Denna typ av opinionsmaterial kan fylla viktiga funktioner i ett samhälle. De ger ett utrymme för såväl lokala politiker att uttrycka sin politik som invånarna att komma med åsikter kring vad de anser är viktigt i kommunen. Vanligast bland tidningarna är insändare, men även debattartiklar ges utrymme, åtminstone till viss del. Det är även en billig typ av material för tidningarna, då de endast behöver läsa igenom artiklarna innan de publiceras.

10.5. Sammanfattningsvis brett och allmänt

De undersökta tidningarnas artiklar hade en relativt stor blandning. Innehållet kan anses allmänt och brett. Ämnen som sport och kultur tog stor enskild plats, medan de ämnen som tog upp tyngre frågor enskilt inte tog lika tydlig plats. Detta berodde förmodligen snarare på bredden av dessa frågor än tidningarnas ovilja att skriva om "svårare" saker. När allt slogs ihop och jämfördes så såg det relativt jämnt ut bland mängden mjuka respektive hårda artiklar totalt sett. Bland vilka som figurerar som huvudaktörer i artiklarna ser vi inte helt oväntat tydliga kopplingar till vilka ämnen som toppar listorna, men utöver dessa toppar så är bredden god. Det gäller även de olika typerna av artiklar och både reportage och opinionsmaterial ges relativt god plats.

Många aspekter pekar emot att de undersökta gratistidningarna hanterar sin roll som ensamt nyhetsmedium relativt väl, åtminstone när man tittar på bredden i deras redaktionella material. Med det blandade utbudet av artiklar ges invånarna en möjlighet att följa med i vad som händer på orten. De innehåller även en viss djup. Att politiken ges utrymme kan ses som extra positivt ur en demokratisk synvinkel, framförallt i kommunalval. Utan lokaltidningar krävs det mycket av en enskild väljare att själva informera sig. Tidningarna i undersökningarna innehåller både en del artiklar kring den lokala politiken, men politiker ges även i de flesta fall en möjlighet att själva uttrycka sina åsikter genom debattartiklar och liknande. Att verka som ett forum för debatt och åsikter är en väldigt viktig del av mediers uppgifter, och här är det hoppfullt att gratistidningarna till viss del tagit en del av detta ansvar.

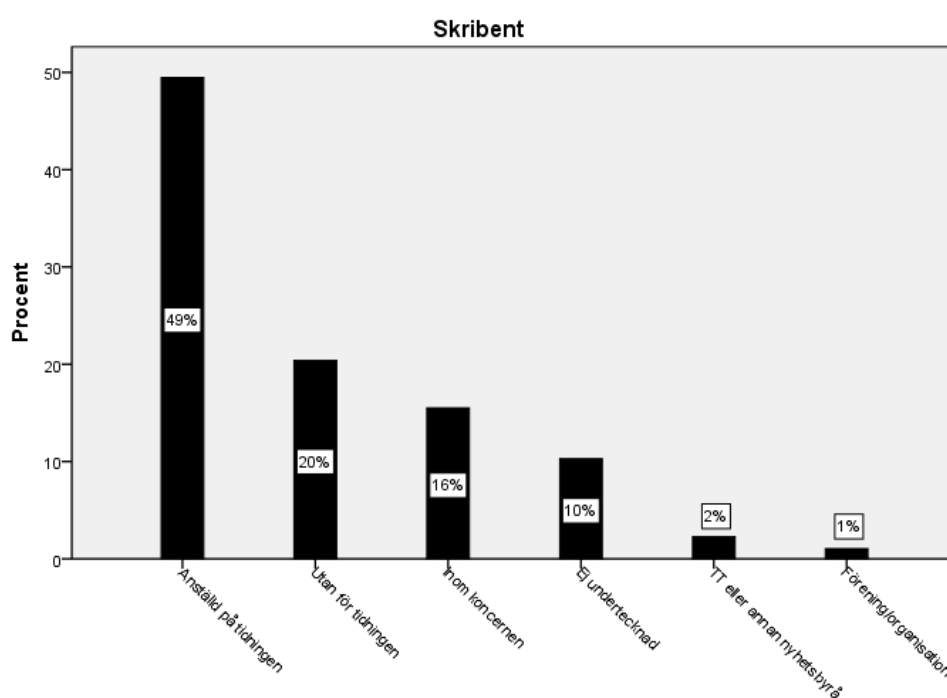
Att hälften av tidningarnas innehåll består av mjukare nyheter är inte oväntat. För en liten tidning helt beroende av annonser kan det vara riskabelt att skriva om ämnen som eventuellt kan uppröra någon, både annonsör och konsument. Speciellt tydligt blir det när man endast verkar på ett lokalt plan, där man verkar nära inpå alla olika parter. Men de mjukare artiklarna är inte heller något att direkt förkasta. Även om sport och kulturnyheter kanske inte ser ut som de mest demokratiskt viktiga aspekterna så fyller de likväl en funktion. Tidningarnas roll kan även vara att verka som en samlande faktor, och detta är något som denna typen av material kan bidra med. Det kan ge invånarna ett sammanhang, och kan bidra med att visa en annan bild av orten som större medier kanske missar.

11. Tidningarnas självständighet

11.1. 49 % egna reportrar

I redovisningen av vem som skrev artiklarna har vi valt att sälla i vår data. För att presentationen ska bli korrekt och relevant valde vi först och främst att ta bort notiserna, de är i sin definition inte undertecknade av någon. Vi valde även att bortse från insändare och debattartiklar, eftersom det är inskickat material. Anledningen till att vi vill se vem som skriver artiklarna är för att kunna få ett mått på tidningarnas självständighet, det hade därför skapat en felaktig bild om vi använt oss av de värden vi nyss nämnde.

Mycket av den självständiga journalistiken bygger på att det är tidningens egna redaktion som står bakom artikeln. Men det kan även innebära att artikeln är skriven av en anlitad frilansjournalist. Självständigheten bygger ändå på att det är en person som på något sätt är involverad i tidningen, till skillnad från att köpa in en artikel från en nyhetsbyrå så som TT eller liknande.



Av dessa artiklar var det 49 % som var skrivna av personer som jobbade på tidningen. Många av tidningarna var placerade i koncerner och hade ett större kluster av medarbetare som skrev för tidningen. Närmre bestämt var 16 % av alla publicerade artiklarna skrivna av personer som jobbade inom samma koncern. Dessa artiklar var i stor utsträckning intervjuer eller större reportage som tidningarna använde till fler editioner i närliggande områden, som till exempel intervjuer med kända personer eller allmänna tips om matlagning. Aningen förvånande var det att väldigt få artiklar köptes in av nyhetsbyråer.

11.1.1. Melleruds nyheter, en öppen kanal

En stor del av artiklarna var skrivna av personer som stod utanför tidningen. Många gånger hade de frilansande journalister som skrev på sportsidorna. Sigtunabygden hade till exempel två stycken journalister som stod utanför tidningen som hade hand om all sportjournalistik. Vad som skiljer sig nämnvärt från resten av tidningarna vad det gäller utomstående skribenter är Melleruds nyheter. Av 124 artiklar var det 40 stycken som var undertecknade av utomstående personer och 34 stycken var ej undertecknade. Melleruds nyheter karaktäriserades i hög grad som en lokal informationskanal som var öppen för invånarna att skicka in eget material.

Många av de lokala gratistidningarna fyller även en funktion av att vara ett medium för de kringliggande föreningarna eller privatpersoner. Det kan antingen vara att de kan skicka in insändare eller debattinlägg, men det kan även handla om så kallad returinformation. Det kan visserligen även vara skrivet av en journalist, men vad som utmärker returinformationen är att den i huvudsak är av intresse för de som vad med under händelsen, snarare än att besitta ett allmänt intresse (Wadbring. 2007).

Den tidning som utmärkte sig mest vad det gällde returinformation var Melleruds nyheter. Den karaktäriserades i hög grad som en lokal informationskanal som var öppen för invånarna att skicka in eget material utöver insändare och debattinlägg. En stor del av tidningens innehåll var antingen skrivna av personer utanför tidningen eller skrivet av en förening/organisation. Likaså var det många artiklar som fick agera likt ett kalendarium. Det var ofta kortare artiklar, men var i princip reklam för ett kommande event. Artiklarna hade även en väldigt specifik målgrupp. Ett typiskt exempel på hur det kan se ut är följande:

”Lördag 10 oktober har Visklubben Korpen i Mellerud sin första träff för hösten. Som vanligt träffas de på Nyfiket på Storgatan i Mellerud. Visklubben Korpen är egentligen ingen klubb. Man kan inte bli medlem. Istället är det en träffpunkt för folk i alla åldrar som är intresserade av visor, akustisk musik, poesi och berättelser.”

11.2. Bristfällig granskning

För att kunna anses uppfylla medias roll i samhället bör det finnas med en viss granskande journalistik i tidningarna. Gratistidningarna sammankopplas inte allt för

ofta som ett medium som håller makten på sin plats genom granskning, huruvida det stämmer eller inte är en empirisk fråga, vilket vi undersökt i denna studie. Som tidigare nämnt så var det inte alltför förvånande att gratistidningarna inte hade granskande journalistik i överflöd.

En klar majoritet av artiklar var föga oväntat de som var av informativ karaktär. Dessa artiklar var sådant som vanliga nyhetsrapporteringar eller liknande. Utöver det fanns det även en rimlig mängd med artiklar av så kallad förströelsekaraktär, detta behöver däremot inte vara illa i sig. Dessa artiklar kan vara intervjuer eller liknande av personer i kommunen och kan hjälpa till att stärka den lokala identiteten. I många fall var det däremot inte så, många av dessa artiklar var tidlöst material så som artiklar om matlagning eller liknande, så kallade tips.

Det är dock väldigt få granskande artiklar i tidningarna i jämförelse, endast 3 %. Detta är inget nytt, inte heller för den traditionella dagspressen. De granskande artiklarna är ofta dyrare och mer tidskrävande att producera. Som det ser ut idag finns det i snitt endast en granskande artikel för varje upplaga av tidningarna. VI kunde även se en tydlig skillnad tidningarna emellan, där vissa inte hade någon granskande hade en annan 10 stycken. De flesta av de granskande artiklarna hade däremot en lokal anknytning, något som får ses som positivt.

11.3. Sammanfattningsvis rimligt självständiga

När det gäller den redaktionella styrkan hos tidningarna kan en anse att de uppvisar en rimlig mängd självständighet. Även om knappt hälften av alla artiklarna var skrivna av de egna journalisterna, var det ändå en större del av artiklarna som var kopplade till tidningen och inte kom från någon organisation eller nyhetsbyrå. En stor del av den redaktionella styrkan fanns även inom samma koncern. Vilket i sin tur kan tyda på att gratistidningarna till viss del är beroende av vara knutna till ett större kluster för att kunna fylla tidningen med relevant innehåll. Den enda tidningen som inte hade någon granskande artikel och även uppvisade stor brist på andra områden är Melleruds nyheter. De var även den enda tidningen som var helt självständig från koncerner. Likaså har de heller inte någon uttalad ambition om att bistå med journalistik av hög kvalitet.

Att det över huvud taget fanns med granskande artiklar får ses som ett positivt inslag i gratistidningarna relevans. De håller i viss mån fast vid begreppet om att vara en vakthund för samhället. Men det är i så fall i minsta laget. Med tanke på att tidningarna endast utkommer en gång i veckan och artiklarna endast uppfyllde de lägsta kraven kan en ändå ställa sig frågande till hur väl de kan anses vara ett hållbart alternativ.

Vad det gäller granskande artiklar överlag, och att de kräver två av varandra oberoende källor, kan det vara svårt för en tidning att få källor att ställa upp. När det är större organisationer som är i blåsväder kan det ofta finnas en PR ansvarig som

avstår från att kommentera för att ”stänga ned” en undersökning (Williams. Harte. Turner. 2015, 214). Detta kan vara en anledning till att det inte finns så mycket mer av den så kallade undersökande journalistiken. Likaså är de som vi tidigare nämnt, fullt beroende av annonsörer för att finansiera tidningen, vilket kan skapa en avhållsamhet eller aktsamhet att undersöka de lokala organisationerna.

12. Slutsats

Hur ser det då ut gällande tidningarnas möjlighet att verka som ett ensamt nyhetsmedium? I vår undersökning kunde vi finna saker som var både mer eller mindre uppmuntrande. I stort hade de flesta tidningarna ofta en lokal prägel med mycket rapportering om vad som händer i kommunen. Majoriteten av materialet var skrivet av personer endast kopplade till de undersökta tidningarna. En initial farhåga hade varit att tidningarna allt för ofta skulle fylla ut sitt material med generella artiklar, inköpta ifrån TT eller tagna ifrån koncerners artikelarkiv. Detta ser inte ut att vara fallet för de tidningar undersökta i denna studie. De hade ett brett spann av ämnesområden och de flesta tidningar hade en, visserligen knapp, majoritet av hårda artiklar i sitt innehåll. Därför kan vi konstatera att läsarna får en del nyheter som är av samhällligt värde. Att mängden mjuka artiklar inte behöver ses som något direkt negativt har noterats tidigare, då även den har en funktion att fylla. Tidningens innehåll breddas, och detta öppnar upp den för fler läsare. Att göra tidningen lättsam fyller sin egen funktion, då tidningen på så sett blir tillgänglig för fler.

Den tydligaste negativa upptäckten var den begränsade mängden granskande material. Detta pekar på att tidningarna har en bit kvar att nå innan de kan fungera som ensamt medieutbud. Det kan dock konstateras att detta är en trend som rör sig över all media. Som vi noterat i teorin så överväger media allt mer kostnaden för artiklarna de producerar. Då granskande journalistik både är dyr och konfrontativ så blir denna typ av artiklar mer svårmotiverade i en mer kommersiell nyhetsvärld. Gratistidningarnas låga innehåll av granskande journalistik kan därmed till viss del ursäktas på grund av det rådande medieklimatet. Behovet av granskande journalistik kvarstår dock, uppfyller inte gratistidningarna detta så måste denna roll fyllas av annan part.

Tidningarna i studien uppfyller inte alla de krav man kan ställa på ett nyhetsmedium. Men då de verkar på platser som saknar andra lokala alternativ så anser vi att de ändå fyller vissa funktioner, framförallt den som en ren informationsbärare. Bredden på materialet ger invånarna en möjlighet att ta del av det som händer i utgivningsorten, inom många olika områden. Tidigare studier i ämnet har kommit fram till liknande slutsatser (Wadbring. 2007), något som stärker dessa fynds validitet. Invånarna på dessa orter förväntas göra samma dagliga och demokratiska val som på alla platser, och detta informationstillskott kan göra deras beslut mer grundade i fakta och kunskap. Innehållet i tidningarna pekar också på att de har en identitetskapande funktion. Artiklar om ämnen som sport och kultur sätter

utgivningsorten i ett sammanhang för läsaren. Det bidrar till att skapa konversationsämnen mellan människor och ger nya invånare en möjlighet att känna sig delaktiga i samhället. Studier kring detta ämne har noterat liknande upptäckter (Nord & Nygren, 2002), och det känns inte som en allt för vågad slutsats att detta är en funktion som lokal media hanterar relativt väl. De uppgifter som de undersökta tidningarna inte uppfyller till samma grad är de mer tyngre journalistiska arbetena, med granskande texter, djupgående reportage och kontroversiella texter. Som noterat i teorin är detta något som hela medievärlden allt mer finner svårhanterbart, och är alltså inget specifikt för just lokala gratistidningar. Att förbättras inom dessa ämnen kräver med största sannolikhet andra reformer än ökad ambition och högre redaktionella mål hos enskilda gratistidningar.

Den pågående utvecklingen med fler gratistidningar måste därav ses som en god sak. Även om de faller på vissa punkter så fyller de ändå ett antal funktioner på orter som annars skulle vara helt utan lokala nyheter. Då tidningarna fyller ett medialt tomrum så hade all typ av journalistik varit en förbättring. Men de flesta tidningar tar ändå sitt mediala ansvar till viss grad, och erbjuder läsaren kunskap kring det som händer på orten. Visserligen en smula grundligt, men till största del lokalt anknutet och självständigt. Den initiala rädslan var tidningar fyllda med endast lättsamma artiklar och en stor del generellt icke-lokalt material, och så har inte varit fallet. Fler gratistidningar hade med andra ord till viss del kunnat skingra den medieskugga som breder ut sig, och ge utsatta orter en större lokal identitet och kunskap.

12.1. Slutdiskussion

Denna studie är fokuserad kring tidningsmedia och hur dennas situation ser ut, och genom denna fann vi även en vinkel kring den växande medieskuggan. För att på ett fullgott sätt uttala sig om situationen för medierna i Sverige så krävs en bredare undersökning med alla typer av media. Då vi endast fokuserat på de mindre undersökta delarna av detta inom tidningsmedier, så kan det finnas ytterligare kanaler som fungerar som nyhetsmedium på andra orter, framförallt hemsidor av lika slag. En genomgång av lokala nyhetshemsidor hade kunnat vara en intressant ingång på framtida studier.

Huruvida de undersökta tidningarna har fler artiklar än det som ges ut i tryckt form är inget vi har studerat. Då samtliga undersökta tidningar hade en hemsida där artiklar publicerades så kan ytterligare material finnas här. Ett noterat exempel är en liverapportering ifrån stormen Gorm som härjade i de södra delarna av landet under tiden data samlades för denna uppsats. *Lokaltidningen* hade en reporter som direkt skrev om händelseförloppet, och detta ger självklart ett mervärde för orten om tidningen kan bistå med ytterligare information, utöver sitt tryckta material. Eftersom de i hög grad är beroende av att folket läser tidningen för att kunna hålla sig relevanta för annonsörerna kan det vara så att de i allt större grad publicerar material som är av tidlös karaktär i pappersutgåvan och publicerar mer aktuella nyheter direkt till hemsidan.

REFERENSER OCH BILAGOR

13.1. Referenser

Alingsås tidning. (2016) alingsastidning.se. Finns tillgänglig på <http://www.alingsastidning.se/> (hämatad 2016-01-03)

Andersson, U. Wadbring, I. (2005). *I gratistidningsland*. Arbetsrapport. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet

Andersson, U. Weibull, L. (2013). Hur läser vi den lokala morgontidningen idag? i Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *Vägskäl*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

Bakker, Piet. (2008). *The simultaneous rise and fall of free and paid newspapers in Europe*. Journalism practice. 2:3, 427-443.

Direktpress. (2015). *Om oss*. Direktpress.se. Finns tillgänglig på: <http://www.direktpress.se/om-oss> (Hämtad 2015-11-25)

Eriksson, T. (2002). *Gratistidningsmarknaden i Sverige 2001*. Arbetsrapport. Göteborg: Institutionen för journalistik, massmedier och kommunikation, Göteborgs universitet.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (4., [rev.] uppl. ed.). Stockholm: Norstedts juridik.

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

Härrydaposten. (2016). Härrydaposten.se. Finns tillgänglig på <http://www.harrydaposten.se/> (hämtad 2016-01-03)

Institutet för reklam- och mediestatistik. (2015). *Gratisdistribuerade tidningar*. Finns tillgänglig på: http://www.irm-media.se/matmetod22/gratisdistribuerade_tidninga (Hämtade 2015-12-08)

Johansson, Bengt. (1998) *Nyheter mitt ibland oss*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och masskommunikation. Göteborgs universitet

Lemert, James B. (1989). *Criticizing the media, Empirical Approaches*. Newbury Park, California: SAGE Publications.

- Lerums tidning. (2016). Lerumstidning.se. Finns tillgänglig på <http://www.lerumstidning.se> (hämtad 2016-01-03)
- Lokaltidningen. (2016) lokaltidningen.se. Finns tillgänglig på: <http://lokaltidningen.se/> (Hämtad 2016-01-03)
- McAllister, M. (1996). *The commercialization of American culture – New advertising, control and democracy*. Thousands Oaks: Sage Publications
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory*. 4de upplagan. Oxford: Sage publications.
- Mediestudier. (2015). *Kommunrapportering ökar trots mediekrisen*. Mediestudier.se. Finns tillgänglig på: <http://kommunbevakningen.mediestudier.se/> (Hämtad 2015-12-04)
- Melleruds nyheter. (2016). Mellerudsnyheter.se. Finns tillgänglig på <http://www.mellerudsnyheter.se/> (hämtad 2016-01-03)
- Mitt i (2016) mitti.se. Finns tillgänglig på: <http://mitti.se/> (Hämtad 2016-01-03)
- Nielsen, Rasmus Kleis. (2015) Introduction: The uncertain future of local journalism. I Nielsen, Rasmus Kleis (red) *Local journalism: The decline of newspaper and rise of digital media*. Oxford: Reuters institute for the study of journalism, University of Oxford.
- Nord, L. Nygren, G. (2002). *Medieskugga*. Stockholm: Atlas
- Nordicom. (2014). *Sveriges Mediebarometer 2013*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Nygren, G. (2003). *Granskning med förhinder - Lokaltidningarnas granskning i fyra kommuner*. Sundsvall: Demokratiinstitutet
- Nygren, G. (2005). *Skilda medievärldar: Lokal offentlighet och lokala medier i stockholm*
- Nygren, G. Althén, K. (2014). *Landsbygd i medieskugga: Nedmontering av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*. Stockholm: Institutionen för kommunikation, Södertörns högskola.

- Partille tidning. (2016). Partilletidning.se. Finns tillgänglig på <http://www.partilletidning.se> (hämtad 2016-01-03)
- Scheufele, D. A., Shanahan, J., & Kim, S. (2002). Who cares about local politics? media influences on local political involvement, issue awareness, and attitude strength. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(2), 427.
- SOU. 1980. *Stödet till dagspressen*. Betänkande av dagspresskommitén. Slutbetänkande
- SOU. 2015. Medieutredningen. *Medborgarna & medierna - En digital värld av rättigheter, skyldigheter, möjligheter och ansvar*. Delbetänkande
- Strömbäck, J. (2003). *Medierna som fjärde statsmakt - En studie av innebörden av begreppet granskande journalistik*. Sundsvall: Demokratiinstitutet
- Svensson, Jan. (1988). *Kommunikationshistoria*. Lund: Studentlitteratur
- Tennant, J. Ian. (2014) *Free Newspapers in the United States: Alive and Kicking*. *International Journal on Media Management*, 16:3-4, 105-121
- Uppsala nya tidning. (2016). Unt.se. Finns tillgänglig på <http://www.unt.se> (hämtades 2016-01-03)
- Wadbring, I. (2007). *Från annons till tidningar? - Decenniers utveckling av lokala gratistidningar*. Arbetsrapport. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
- Wadbring, I. (2013). Mätta morgontidningar. I Weibull, Lennart, Oscarsson, Henrik och Bergström, Annika (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet. SOM-rapport nr. 59.
- Wadbring, I. Bergström, A. (2015). *A print crisis or a local crisis? - Local news use over three decades*. *Journalism Studies*.
- Williams, A. Harte, D. Turner, J. (2015). Filling the news hole? UK community news and the crisis in local journalism. I Nielsen, Rasmus Kleis (red) *Local journalism. The decline of newspaper and rise of digital media*. Oxford: Reuters institute for the study of journalism, University of Oxford.

13.2. Bilagor

13.2.1 Kodschema

V1. Rubrik

V2. Vecka

41. v.41

42. v.42

43. v.43

44. v.44

V3. Utgivningsdag

1. Måndag

2. Tisdag

3. Onsdag

4. Torsdag

5. Fredag

6. Lördag

7. Söndag

V4. Tidning

~~1. Annonsbladet Ludvika/Smedjebacken~~

2. Härrydaposten

3. Lerums Tidning

~~4. Lokaltidningen Svalöv~~

5. Lokaltidningen Svedala

~~6. Mitt i Haninge~~

7. Mitt i Huddinge

8. Melleruds Nyheter

9. Partille Tidning

10. Sigtunabygden

V5. Sidnummer

1. 1-xx

V6. Storlek på artikel

1. Helsida eller mer

2. Stor artikeln (halvsida eller mer)

3. Medelstor artikel (kvartsida eller mer)

4. Liten artikel (åttondelssida eller mer)

5. Notis (utan ingress/byline)

V7. Ämnesområde

1. Politiska lokala nyheter

2. Allmänna lokala nyheter (exklusive politiska men inklusive familje)

3. Ekonomi och företagande

4. Sport (Redaktionell text)

5. Kultur och nöje

6. Föreningar (Ex sport men ink samfund)

7. Lokala olyckor och brott

- ~~8. Krönikor/kåserier/recensioner/frågespalter etc. (flyttad)~~
 - 9. Politiska kommentarer
 - 10. Barn och ungdom
 - 11. Konsument/mat/hem/mode/trädgård/skönhet etc. = Tidlöst material
 - 12. Om radio/TV
 - 13. Gamla minnen
 - 14. Bil och motor
 - 15. Kalendarium (kodas som helhet)
 - 16. Kommunikation, trafik
 - 17. Utbildning/skola
 - 18. Stadsplanering
 - 19. Vägörenhet
 - 99. Övrigt
 - 0. Okodbar
- V8. Huvudaktör
- 1. Allmänhet
 - 2. Organisation/Föreningsrepresentant
 - 3. Myndighet/Tjänstemän
 - 4. Journalist/redaktionell medarbetare
 - 5. Experter ex. läkare/forskare etc.
 - 6. Ungdomar
 - 7. Näringslivsrepresentant/Företagare
 - 8. Lärare/rektor
 - 9. Religiös företrädare
 - 10. Kändis
 - 11. Lantbrukare
 - 12. Politiker
 - 13. Privatpersoner
 - 14. Facket/Facklig representant
 - 15. Kulturarbetare
 - 16. Idrottare
 - 99. Övrigt
 - 0. Okodbar
- V9. Artikelns karaktär
- 1. Informativ
 - 2. Undersökande och faktabaserad
 - 3. Förströelse
 - 99. Övrigt
 - 0. Okodbar
- V10. Skribent
- 1. Undertecknad med namn, anställd på tidningen
 - 2. Undertecknad med namn, inom koncernen
 - 3. Undertecknad med namn, utanför tidningen
 - 4. Undertecknad av förening/organisation

- 5. TT eller annan nyhetsbyrå
 - 6. Ej undertecknad
 - 99. Övrigt
 - 0. Okodbar
- V11. Grad av närhet
- 1. Lokal
 - 2. Ej lokal
 - 99. Övrigt
 - 0. Okodbar
- v12. Typ av artikel
- 1. Rapport
 - ~~2. Mindre aktuell händelse~~
 - 3. Intervju
 - 4. Reportage
 - 5. Debatt
 - 6. Insändare/åsikt
 - 7. Tips
 - 8. Krönikor/kåserier/recensioner/frågespalter etc.
 - 9. Skildring.
 - 99. Övrigt
 - 0. Okodbar
- v13. Aktuell händelse
- 1. ja, senaste veckan
 - 2. ja, senaste månaden
 - 3. nej
 - 99. övrigt
 - 0. Okodbar

13.2.2 Kodinstruktioner

Rubrik

- De två första orden i rubriken.

Vecka

- Numret på den vecka som tidningen publicerats.

Veckodag

- Veckodagen som tidningen publicerats.

Tidning

- Namnet på den tidning som undersöks.

Sidnummer

- Numret på den sidan artikeln publicerades på.

Storlek på artikel

- Artikelns storlek, uppdelat i fem kategorier, ifrån helsida eller mer till notis.

Ämnesområde

- Det huvudsakliga området som artikeln behandlar

Huvudaktör

- Den som uttalar sig, eller omnämns i artikeln. Vi har bara räknat en aktör per artikel, en huvudaktör. Denna person är den som får mest utrymme eller är mest omnämnd. Om flera personer får uttala sig lika mycket är den som får uttala sig först huvudaktör.

Artikelns karaktär

- Är artikel skriven som en direkt informativ text, fyller den en undersökande funktion eller är skriven för tidlös förströelse.

Skribent

- Vem är den författaren av texten.

Grad av närhet

- Om artikeln anses vara lokal, dvs behandlar ett lokalt område eller ämne.

Typ av artikel

- Vad är det för form på artikeln. Är det ett långtgående reportage, en intervju eller åsiktsinsändare.

Aktuell händelse

- Är den rapporterade händelsen aktuell.