

JMG

Kandidatuppsats i
journalistik
2023-01-05

Institutionen för
journalistik, medier och
kommunikation
www.gu.se/jmg

“Och så, mer politik”

En kvantitativ innehållsanalys av Rapports och TV4Nyheternas
valbevakning

Författare: Hannah Zemack och Hannah Andersson

Handledare: Marina Ghersetti

Kursansvarig: Elena Johansson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Title: “Och så, mer politik”
Authors: Hannah Zemack and Hannah Andersson
Level: Bachelor thesis in Journalism
Term: HT 2022
Supervisor: Marina Ghersetti

The aim of our study is to examine to what extent the media reports about the political matters and how this reporting looks during the Swedish election 2022. Specifically how the news programs Rapport and TV4Nyheterna reported during a Swedish election. Through a quantitative study of the two programs we investigate this matter with a basis of three questions as a foundation for further review: 1. Which political matter does TV4Nyheterna respectively Rapport report most about during the last month of the election campaign? And how are these presented? 2. Do reporting priorities change over time? 3. Do Rapport and TV4Nyheterna report on what is most important to the audience?.

In order to have theories to base our study on, and to have something to use to explain our findings in the analysis. The two theories that build our theoretical framework are news evaluation and framing theory.

To fulfill the aim of this study we, with the help of a quantitative analysis, studied the different news programs. Before we started the study we wrote a codebook that the data retrieval was based on. We chose two of Sweden's biggest news programs, Rapport and TV4Nyheterna. The period we chose to study was between 10th of August to 10th of September. This is because the Swedish election takes place on the 11th of September.

The result of this study shows that the chosen news programs are mostly not reporting about what the public deems as important. When we refer to the public opinion we refer to the Novus opinion survey that takes place before the election. Rapport reported most about energy policies and TV4Nyheterna reported most about scandals. However can we see that these were the most reported because of events that were important to include in the program. Novus concludes that the most important political matter during this election was healthcare. Together Rapport and TV4Nyheterna only reported in 7 of the 275 features we collected as data. We could also see that the number of features increased during the second half of the month we studied, in other words did they increase the features closer to the election. Our conclusion is therefore that the media does not report about what the public deems as most important. However this does not mean that the media is in the wrong.

Keywords: News evaluation, framing theory, news broadcasts, election monitoring, psephology, politics, public opinion, quantitative content analysis.

Nyckelord: Nyhetsvärdering, gestaltningsteorin, nyhetssändningar, valbevakning, valforskning, politik, publikens opinion, kvantitativ innehållsanalys.

Innehållsförteckning

1. Inledning	7
1.1 Introduktion	7
1.2 Övergripande syfte	8
2. Bakgrund	9
2.1 Mediernas valbevakning	9
2.2 Televisionens framväxt & public service	9
2.2.1 Televisionen	9
2.2.2 Public service	10
2.3 SVT	11
2.3.1 Rapport	12
2.4 TV4	12
2.4.1 TV4Nyhetererna	12
2.5 Kommersialiseringen	13
2.6 Medievanor	13
2.6.1 Sveriges medievanor	14
2.6.2 Medievanor och politiken	15
2.6.3 Förtroende för medier	16
2.7 Viktiga valfrågor 2022	17
3. Problematisering	18
3.1 Inomvetenskaplig	18
3.2 Utomvetenskaplig	19
4. Preciserat syfte & frågeställningar	20
4.1 Avgränsningar	20
4.2 Syfte	20
4.3 Frågeställningar	21
5. Teoretiskt ramverk	22
5.1 Nyhetsvärdering	22
5.1.1 Kontextuellt beteende och beroende	22
5.1.2 Nyhetsfaktorer	23
5.2 Gestaltningsteorin – Framing theory	24
5.2.1 Politiken som spel	24
5.3 Teoriernas samspel	25
5.4 Centrala begrepp	26
6. Tidigare forskning	27
6.1 Jämförelser med publikens opinion	27
6.2 Journalistikens roll	28

6.2.1 Journalistikens demokratiska uppgift	29
6.2.2 Mediernas makt	30
6.3 Allmänheten och valet	30
6.6 Diskussion om tidigare forskning	31
7. Metod & material	32
7.1 Metod	32
7.1.1 Valet av metod	32
7.2 Material	32
7.2.1 Kodning	33
7.2.2 Presentation av data	33
7.2.3 Urval	34
7.2.4 Avgränsningar av sändningarna	34
7.3 Variabler	35
7.4 Validitet	36
7.5 Reliabilitet	36
7.6 Generaliserbarhet	36
8. Resultatredovisning	38
8.1 Frågeställning 1	38
Tabell 8.1 Rapports rapportering om sakfrågorna under hela perioden (Procent)	38
Tabell 8.2 TV4Nyheternas rapportering om sakfrågorna under hela perioden (Procent)	39
Tabell 8.3 Journalistisk gestaltning i inslagen (Procent)	40
8.2 Frågeställning 2	41
Tabell 8.4 Antalet inslag i under de båda perioderna (antal)	41
Figur 8.1 Antalet inslag per nyhetssändning över tid (antal)	41
Tabell 8.5 TV4Nyheternas rapportering om sakfrågorna under period 1 (Procent)	43
Tabell 8.6 Rapports rapportering om sakfrågorna under period 2 (Procent)	44
Tabell 8.7 TV4Nyheternas rapportering om sakfrågorna under period 2 (Procent)	45
8.3 Frågeställning 3	46
Tabell 8.8 Novus, viktigaste sakfrågan i augusti (procent)	46
9. Analys	47
9.1 Vilken valfråga rapporterar TV4Nyheterna respektive Rapport mest om under valrörelsens sista månad? Och hur presenteras dessa?	47
9.2 Ändras prioriteringarna över tid?	48
9.3 Rapporterar Rapport och TV4Nyheterna om det som är viktigast för publiken?	50
10. Slutdiskussion & sammanfattning	53
10.1 Slutdiskussion	53
10.1.1 Analys av potentiella fel	54
10.1.2 Generalisering av undersökningen	54
10.2 Förslag till vidare forskning	55

Referenser

Bilagor

1. Inledning

“I still believe that if your aim is to change the world, journalism is a more immediate short-term weapon.” - Tom Stoppard.

1.1 Introduktion

Journalistiken har en viktig roll i vårt samhälle. Där huvudsakliga funktionen är att fungera som en tredje statsmakt. Att granska, bevaka och ifrågasätta är alltid på agendan för en journalist. Men även att spegla allmänheten och dess önskemål. Mediebevakningen ska ge en allsidig och opartisk bild av samhället och befolkningen (Strömbäck, 2013).

För att kunna ge en så opartisk och allsidig bild av samhället som möjligt värderar alla medier nyheterna som finns. Detta för att allt inte får plats i en tidning eller en halvtimmes nyhetssändning. Konsekvensen blir att det är svårt att visa en allsidig bild när inte allt får plats i det mediala rummet (Strömbäck, 2019). När det gäller sakfrågor i valen kräver detta att medierna nyhetsvärderar och bevakar på olika sätt. Bland annat handlar det om att välja ut och fokusera på det som politikerna vill prata om. De rapporterar även utifrån opinionsundersökningar som görs i syfte att samla ihop de sakfrågor som publiken anser vara viktigast. Att det blir så gör att det kan vara svårt att veta vem som sätter dagordningen för valbevakningen inom media (Strömbäck, 2019).

För att en demokrati ska fungera på ett bra sätt behövs valet. Robert Dahl skriver om vikten valet har för en demokrati i sin bok *Democracy and Its Critics* (1991). För att en demokrati ska fungera och kunna stå på sina egna ben är det viktigt att alla medborgare behandlas lika och att de ges tilliten att kunna ta ett beslut för vem det är som ska leda landet (Dahl, 1991). På grund av detta är det extra viktigt att mediernas rapportering under ett val är oberoende så att medborgarna kan ta sina egna beslut och stå på sina egna ben (Dahl, 1991).

Med denna undersökning är målet att klargöra om Rapport och TV4Nyheterna rapporterar om de sakfrågor publiken anser viktigast. Utifrån vår undersökning kommer vi granska hur mycket utrymme publikens sakfrågor får, samt på vilket sätt media väljer att rapportera om dem. Vi kommer dock inte lägga någon värdering i exempelvis tonläge eller vilken politisk ideologi som får mest medialt utrymme då det inte har någon relevans för vår studie. Media ska fungera som en mellanhand mellan allmänheten och myndigheterna (Strömbäck, 2013). Det vill säga, media ska rapportera om institutioner och myndigheter till publiken på ett sätt så att de förstår, men framförallt ska journalistiken svara på publikens frågor. Kort innebär det att journalistikens roll är att vara publikens källa till information. Vi har valt att genomföra denna studie i syfte att undersöka vilken nyhetssändning som rapporterar mest om de sakfrågor som opinionsundersökningar visar att allmänheten menar är viktigast. För att kunna granska materialet kommer vi använda oss av en kvantitativ innehållsanalys.

1.2 Övergripande syfte

Anledningen till att undersökningen genomförs är den forskningslucka som finns inom området. Tidigare forskning har klarlagt mycket kring hur media rapporterar om valet, men då i det syfte att jämföra exempelvis etermedier (tv och radio) mot dagspress. Syftet med denna undersökning är att i jämförande syfte ställa TV4Nyheterernas rapportering om valet mot SVTs Rapport. TV4Nyhetererna sänds på TV4, vilket är en kommersiell kanal, medan Rapport som sänds på SVT är public service, det vill säga finansierat av skattemedel. Vi valde dessa två sändningar dels på grund av detta, för att kunna upptäcka eventuella skillnader mellan public service- och kommersiella kanaler. Men även eftersom TV4Nyhetererna och Rapport är två av de mest sedda nyhetsprogrammen i Sverige (Nordicom, 2021).

Studiens syfte är att klargöra i vilken utsträckning samt på vilket sätt Rapport och TV4Nyhetererna fokuserar sin rapportering på de sakfrågor publiken anser viktigast.

2. Bakgrund

11 September 2022 var det val i Sverige. Cirka 7,7 miljoner människor var röstberättigade i riksdagsvalet i år. Av de var det cirka 6,5 miljoner som gick och röstade (Valmyndigheten, 2022). Många kan uppleva att det är svårt att veta vilket parti man ska rösta på och vänder sig därför till media för mer information. Media utgör i sin tur den viktigaste källan om politik och samhället (Strömbäck, 2013). Strömbäck beskriver vidare att vi använder våra egna erfarenheter för att skapa en verklighetsuppfattning, men om informationen sträcker sig bortom våra egna erfarenheter vänder vi oss till journalistiken och medierna.

Att medierna har en påverkan på allmänhetens åsikter är ingenting nytt (Strömbäck, 2013). I folkmun kallas ibland massmedierna för den tredje statsmakten. Samma tillit som vi ger våra politiker ska därför också kunna läggas på journalistiken och dess innehåll, då innehållet ska vara sakligt och korrekt (Kovach & Rosenstiel, 2007).

2.1 Mediernas valbevakning

Modern politik är i huvudsak *medialiserad*, vilket enligt Bengt Johansson och Jesper Strömbäck (2019) betyder att politiken är påverkad av media och mediernas sätt att fungera. Alltså att medierna grundar sig i sina egna intressen och behov (Johansson & Strömbäck, 2019). De skriver fortsättningsvis att det är många som inte tycker mediernas bevakning av valrörelsen och politiken är rättvisande. Kent Asp startade redan 1979 medievlaskundersökningar som sedan dess utförts vid JMG (Institutionen för journalistik, medier och kommunikation) på Göteborgs Universitet.

2.2 Televisionens framväxt & public service

Medielandskapet har förändrats mycket över tid (Weibull & Wadbring, 2020a). Till en början innefattade det främst tidningar med en politisk vinkel. Men över tid växte också etermedier fram. Etermedier definieras enligt NE (2022) som en sammanfattande benämning på radio och television.

2.2.1 Televisionen

Televisionen kom att bli en del av det svenska medielandskapet i Sverige på 1950-talet. Till en början hävdade många politiker att det fanns viktigare saker att använda skattepengarna till än television (Populär Historia, 2002). Televisionen finansierades till en början endast av mottagaravgifter då ansvaret för televisionen föll på AB Radiotjänst, senare Sveriges Radio (Weibull & Wadbring, 2020b). Televisionen visade sig snart vara mycket uppskattad av befolkningen och allt fler människor började ägna mycket tid tillsammans framför sin tv, trots att utbudet i början var litet och det fanns endast en kanal. Snart kom önskan att få en till fristående kanal. Det skulle dock dröja till 1969 innan Sverige fick ytterligare en kanal, som dock även denna var icke-kommersiell och finansierades av licensavgiften (Weibull & Wadbring, 2020b).

Till en början var innehållet mycket centrerat kring Stockholm (Weibull & Wadbring, 2020b). Men under 1970-talet kom de första regionala tv-nyheterna, senare tillkom också andra program med fokus på underhållning. Under denna period skedde också stora förändringar rent tekniskt i Sverige. Exempelvis utvecklades kabelnätet och på grund av utvecklingen blev det möjligt att sända nationella kanaler via satellit. Detta väckte återigen önskan om ytterligare kanaler. Önskan mötte dock mycket kritik från politiskt håll då de ansåg att en ny kanal, mer specifikt en kommersiell kanal, kunde ses som ett hot mot de redan etablerade kanalerna. Den tekniska utvecklingen gjorde dock till sist att inte ens riksdagen kunde stå emot och 1984 antogs en ny lag som tillät ett försök med satellit-mottagningar via kabelnät. Med ett krav, det fick inte finnas reklam som riktade sig till svenskar på satellitkanalerna. Men trots detta kunde svenska hushåll från och med nyårsafton 1987, få reklam riktade till sig via den första kommersiella satellitsända kanalen TV3 (Weibull & Wadbring, 2020b). TV3 var inte svensk, utan en nationell kanal med sin bas i London. Därför kunde ägaren Jan Stenbeck kringgå den svenska lagstiftningen. TV3 blev snabbt en framgångssaga som efterföljdes av att två nya bolag startade satellitkanaler. Dessa två bolag var Nordisk television, som senare kom att bli TV4 och Nordic Channel som senare blev TV5. TV4 fick mycket uppmärksamhet, och hade ägare som var kända svenska företag med mål att vinna koncessionen för svensk kommersiell tv. Och 1991 antogs en ny koncession vilket 1992 gjorde det möjligt för den första kommersiella tv-kanalen att sända. Många trodde att TV3 skulle få den, men det blev istället Nordisk Television (TV4) som fick koncessionen (Weibull & Wadbring, 2020b). När TV4 startade var det den dominerande kommersiella kanalen och täckte i princip hela Sverige då den sändes via marknätet (Weibull & Wadbring, 2020b).

Idag ser tv-marknaden annorlunda ut (Weibull & Wadbring, 2020c). Exempelvis har fler betalkanaler kunnat nå ut till svenska hushåll, men även tekniken har förändrats till följd av exempelvis High Definition TV(HDTV). Även digitaliseringen förändrat det svenska medielandskapet, både i stort men även inom television. Då marknätet blev helt digitaliserat kunde fler kanaler få utrymme, men det innebar också att reglerna kring kommersiella kanaler förändrades. 2020 hade nästan 50 tv-kanaler tillstånd att sända i marknätet (Weibull & Wadbring, 2020). Även reglerna kring reklam har förändrats för just dessa kanaler (Weibull & Wadbring, 2020c).

2.2.2 Public service

Det som förr var AB Radiotjänst kom senare att bli Sveriges Radio (Weibull & Wadbring, 2020b). Det var Sveriges Radio som bar ansvaret för de två första kanalerna som sändes på svensk television och deras utgångspunkt var att de skulle fungera fristående från statsmakten. Men på 1980-talet förändrades förutsättningarna för ägandet av Sveriges Radio-koncernen. Ensamrätten blev mer ifrågasatt och flera av delägarna i koncernen hade börjat engagera sig i konkurrerande företag. Det blev nödvändigt att ändra ägarmodellen, och 1993 inrättades tre stiftelseägda programbolag, Sveriges Television (SVT), Sveriges Radio (SR) och Sveriges Utbildningsradio (UR) (Weibull & Wadbring, 2020b). Idag är dessa programbolag och deras verksamhet känt som public service (Myndigheten för press, radio och tv, u.å.). Deras definition lyder "Public service är radio och tv i allmänhetens tjänst och med det menas att de ska ha ett utbud för alla och som betalas av oss alla.". Den

grundläggande tanken med public service är att alla medborgare genom media ska få tillgång till en opartisk och allsidig bild av olika områden. Public service finansieras via skatten med hjälp av en public-service avgift (Myndigheten för press, radio och tv, u.å.). Public service är beroende av denna avgift då de inte får sända reklam eller använda produktplacering. Det finns även strikta regler kring sponsring, på både SVT och SR. Public service är som tidigare nämnt uppdelat i tre olika företag:

- Sveriges Television AB (SVT)
- Sveriges Radio AB (SR)
- Sveriges Utbildningsradio AB (UR)

Alla public service bolagen finansieras genom en public service-avgift som samlas in via skattsedeln (SVT, 2022). Tidigare var namnet på denna avgift radio- och tv-avgiften till Radiotjänst, men bytte 2019 till att kallas public service-avgiften (Skatteverket, u.å.). Det finns olika faktorer som styr hur mycket varje enskild person betalar och vem som betalar. Exempelvis ska alla över 18 som bor och betalar skatt i Sverige ska betala public service-avgiften. Ett undantag är dock personer som ”inte har någon beskattningsbar förvärvsinkomst”. Detta är till exempel studenter som endast har studiemedel från CSN. Det finns även specifika regler som gäller för svenskar bosatta utomlands (Skatteverket, u.å.). Totalt får alla tre public service-företagen ungefär 8,5 miljarder kronor varje år till sin verksamhet (Myndigheten för press, radio och tv, u.å.).

Vårt fokus kommer ligga på SVT som sänder ut fyra kanaler SVT1, SVT2, SVT Barn och Kunskapskanalen. Nyhetssändningen Rapport sänds på SVT1.

2.3 SVT

SVT betyder egentligen Sveriges Television och har olika typer av material på sina kanaler (Myndigheten för press, radio och tv, u.å.). Det innehåller bland annat television för barn, samt material med fokus på utbildning. På SVT finns även nyheter vilket sänds på Rapport, Aktuellt och Morgonstudion. Mest relevant för denna studie är Rapport, SVTs huvudsakliga nyhetsprogram.

SVT ägs inte av staten eller kommersiella intressen, utan av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges utbildningsradio AB sedan 1994 (SVT, 2022). Från början ägdes varje företag av var sin stiftelse med identisk sammansättning, inom Förvaltningsstiftelsen. Men 1997 ägs alla tre programföretagen av Förvaltningsstiftelsen. Deras uppgift är att ”vara en buffert mellan statsmakten och programföretagen Sveriges Radio, SVT och UR. Stiftelsen skapades för att – genom att äga och förvalta samtliga aktier i programföretagen – främja oberoendet för radio och tv i allmänhetens tjänst, public service.”. Förvaltningsstiftelsen har 13 ledamöter som efter förslag från de politiska partierna, utses av Sveriges regering (SVT, u.å.). Från 2019 kan aktiva ledamöter i riksdagen inte väljas in som ledamöter i Förvaltningsstiftelsen (SVT, u.å.).

Enligt rapporten Mediebarometern 2021 (Nordicom, 2022) var SVT den mest använda nyhetstjänsten under 2021. I fjol var det 53 procent som tog del av nyheter från SVT en genomsnittlig dag. Räckvidden för SVT var dock högre i den äldre delen av befolkningen.

2.3.1 Rapport

Inom SVT finns det två huvudsändningar när de gäller nyheter, Aktuellt och Rapport. Dessa två sändningar uppfyller något olika syften när det gäller nyhetsförmedling. Aktuellt har enligt SVT (2022) uppgiften att ge plats för sammanhang och olika perspektiv på dagens viktigaste händelser. Medan Rapport är en rak dags-krönika (SVT, 2022). Det viktigaste som hänt under dagen ska presenteras i Rapport i en noga utvald och väl berättande ordning. SVT (2022) beskriver att tittaren ska få en överblick och förståelse över vad som hänt under dagen. Enda gången som Rapport avviker från detta beteende är vid extremt stora nyhetslägen.

2.4 TV4

TV4 var till en början Nordisk Television och kom först att sända år 1992 (Weibull & Wadbring, 2020b). Eftersom TV4 var en av de första kommersiella kanalerna, dominerade den till en början denna marknad. Enligt NE (2022) kan ordet kommersiellt definieras som affärsinriktad och med ett vinstintresse. Detta innebär att TV4 är en kanal där vinsten är det stora intresset. TV4 är idag och har alltid varit en reklamfinansierad kanal, där inkomsten till stor del bygger på reklamintäkter (Weibull & Wadbring, 2020b). Idag ägs TV4 av telekombolaget Telia Company efter det att bolaget köpt upp Bonnier Broadcasting som tidigare stod som ägare för TV4 (Telia Company, u.å). Telia Company är dessutom ett aktiebolag, och år 2021 fanns det endast en aktieägare som ägde mer än 10 procent - svenska staten. Svenska staten ägde 2021 39,5 procent av alla aktier i Telia Company (Telia Company, u.å.), vilket är något vi kommer återkomma till i kapitel 9 Slutdiskussion och sammanfattning.

Enligt TV4 (2021) så är de Sveriges ledande tv-kanal och största mediehus. De är ett mediebolag oberoende av staten. De skriver på sin hemsida att de inte är bundna till något parti, ägare etc. De hävdar även att de inte har någon ledarsida eller politisk färg. På deras hemsida skriver de även att de värnar om yttrandefrihet, pressfrihet och informationsfrihet. TV4 står för att bevara demokratin som Sverige är uppbyggt på (TV4, 2021)

Enligt undersökningen Mediebarometern 2021 (Nordicom, 2022) tog 38 procent av befolkningen som helhet del av nyhetsutbudet från TV4. Även i detta fall var räckvidden högre i den äldre delen av befolkningen.

2.4.1 TV4Nyhetererna

TV4 producerar nyheter för kvällens sändningar och deras program nyhetsmorgon (TV4, u.å). TV4 skriver att de följer de yrkesetiska reglerna som journalistförbundet har. Samt så skriver de att de vill ge plats åt så många som möjligt inom sina nyheter (TV4, u.å). TV4Nyhetererna sänds samma tid varje dag. Detta för att de vill att man ska veta var man kan vända sig i det fall att det har hänt något i samhället (TV4, u.å). Det faktum att TV4 och SVT

är de största nyhetsdisributörerna inom television kvarstår, utifrån undersökningen Mediebarometern 2021 (Nordicom, 2022).

2.5 Kommersialiseringen

Kommersialisering kan generellt knytas till varuproduktion i en kapitalistisk marknadsekonomi skriver Sigurd Allern (2012). När det gäller media är det viktigt att förstå de nya kommersialiserade medierna. De flesta medieföretag är en del av marknadsekonomin och därför beroende av publikintäkter och reklamintäkter (Allern, 2012).

Publikorientering är ett slags marknadsorientering som alla mediebolag har gemensamt, vare sig de är public service eller inte (Allern, 2012). Det blir därför viktigt att ha förståelse för vilken publik man som mediebolag vänder sig till.

Nyhetsvärdering kan på så sätt skilja sig åt beroende på vilken publikorientering de olika mediebolagen har. SVT som inte utgår ifrån att de ska gå med vinst kan producera mer journalistik som tar längre tid. Exempelvis grävande journalistik som är mer tidskrävande vilket får konsekvensen att det är dyrare (Allern, 2012). För att koppla detta till ett större sammanhang kan man se att den bidragande faktorn till den ökade kommersialiseringen handlar om konkurrensen mellan de olika mediebolagen (Mart Ots, 2012). Att producera nyheter kostar pengar vilket gör att de företag som inte är public service måste lägga mer av sitt fokus på den ekonomiska delen av ett företag (Mart Ots, 2012).

När företag ska producera nyhetsjournalistik äger detta rum på olika kostnadsnivåer (Allern, 2012). De allra billigaste att producera är enkla nyheter som är baserade på redigering av pressmeddelanden och annan redan bearbetad information som har tagits fram av källan. Andra nyheter kostar mer. Allern (2012) tar upp exemplet att en journalist blir som fastlåst när man ska följa exempelvis en rättegång. Detta blir en stor kostnad för företaget. Utöver detta så leder kommersialiseringen till att det sker nedskärningar i dessa kostsamma nyheter för att kunna vara snabba och vara först (Allern, 2012). Med tätare nyhetssändningar och färre reklamintäkter leder detta till denna ändrade prioritering inom nyhetsproduktionen som en konsekvens av kommersialiseringen.

2.6 Medievanor

Vartannat eller var tredje år har rapporten MedieSverige kommit ut sedan 38 år tillbaka (Nordicom, 2021). Denna har som syfte att presentera hur det svenska medielandskapet ser ut, samt hur utvecklingen ser ut. Rapporten publiceras med dataunderlag från en rad olika källor innefattande bland annat Myndigheten för press, radio och tv (MPRT). Men även SOM-Institutet och Nordicom. I denna rapport presenteras Sveriges nyhetsanvändning (Nordicom, 2021). Den svenska befolkningen ett stort utbud av nationella, lokala samt internationella nyheter. Detta beror på att den modell som finns inom det svenska medielandskapet där public service samspelar med fria kommersiella medier. Enligt rapporten *Mediebarometern 2021* (Nordicom, 2022) var SVT den mest använda nyhetstjänsten under 2021. Som tidigare nämnt var det 53 procent av befolkningen som tog del av nyheter från SVT en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra på TV4 var 38 procent.

Vad gäller de största företagen inom television ägs dessa till större del av internationella företag än vad exempelvis tidningarna gör (Nordicom, 2021). Ett undantag är dock SVT som helt har sin verksamhet baserad i Sverige. Att de stora tv-företagen drivs av internationella bolag får konsekvenser för den svenska tv-marknaden, gällande att utbudet och konkurrensen ökar (Nordicom, 2021). Även omsättningarna hos de största tv-företagen ser olika ut. År 2019 omsatte TV4 4,9 miljarder kronor medan SVT omsatte 5,1 miljarder enligt rapporten *Mediesverige 2021* (Nordicom, 2021). Och 2020 stod public service företagen tillsammans för 35 procent av det samlade tv-tittandet i Sverige, här är dock viktigt att nämna att den television som sänds online inte ingår i statistiken. Det gör public service till den största enskilda aktören på den svenska tv-marknaden (Nordicom, 2021).

2.6.1 Sveriges medievanor

Svenskarnas medievanor ser olika ut beroende på vilket typ av nyhetsmedia man fokuserar på (Nordicom, 2021). På senare år har medieanvändningen av tidningar bytts ut mot tv. Den dagliga räckvidden för tablålagd tv hade sin topp i början av 2000-talet, men 2014 började denna statistik visa på en nedgång vad avser användandet. Rapporten *MedieSverige 2021* (Nordicom, 2021) ger en förklaring till varför situationen ser ut som den gör. Att se på tablålagd tv görs vanligtvis i hemmet och där krävs det att publiken har tid att spendera framför just en tv. Detta förklarar också varför det tablålagda tv-tittandet är högre i de äldre åldersgrupperna. 2020 tittade 85 procent i åldern 60 eller äldre på tablålagd tv. Motsvarande siffra 2020 för åldersgruppen 15-24 var 20 procent (Nordicom, 2021). En av de viktigaste förklaringarna enligt *MedieSverige 2021* (Nordicom, 2021) är att medieanvändningen gått från tablålagt tv-tittande, till att unga ser mer på tv via mobil, dator och surfplatta istället.

En studie genomförd av Myndigheten för press, radio och tv (2020) menar att svenskarnas medievanor varierar beroende på ålder. Studien har även visat att svenskar generellt är ett folk med intresse för nyheter. Det går i denna studie utläsa att befolkningen går från att få sitt nyhetsinnehåll från tidningar och tablå, till att mer använda sig av digitala nyhetsmedier. Nyhetssändningar i radio och tv har däremot haft en relativt stabil roll i det svenska medielandskapet även om det kan noteras en viss nedgång på 2010-talet (Myndigheten för press, radio och tv, 2020). År 2000 var det 89 procent av befolkningen som tog del av nationella nyhetssändningar i SVT, TV4 och Sveriges Radio minst tre dagar per vecka. Motsvarande siffra för år 2019 var 73 procent (Myndigheten för press, radio och tv, 2020). Denna förändring har sin bakgrund i utvecklingen av de digitala nyhetsmedierna. En annan utveckling som kan ses de senaste åren gäller de sociala medierna. Med sociala medier menas plattformar som exempelvis Instagram, Facebook och Twitter. 2019 var det fyra av fem svenskar som tog del av nyheter via ett sociala medier minst tre dagar i veckan (Myndigheten för press, radio och tv, 2020).

Användandet av tablå-tv har som sagt minskat de senaste åren (Myndigheten för press, radio och tv, 2022). Tittartiden ökade visserligen något under 2020 då coronapandemin rådde, men 2021 började tittartiden återigen att minska. Med undantag från en grupp i samhället, de över 60 år. För denna åldersgrupp minskar inte tittartiden, vilket den som tidigare nämnt gör för alla andra åldersgrupper. Istället ökar användandet av streamingtjänster (Myndigheten för

press, radio och tv, 2022). Det har aldrig funnits ett lika stort utbud av streamingtjänster som det gör idag, och alla hushåll har det tillgängligt, både betaltjänster som Netflix men även gratis streamingtjänster som SVT Play. Även Youtube räknas som en streamingtjänst och är den största abonnemangsfria tjänst med en daglig räckvidd på 44,2 procent, medan SVT Play har en daglig räckvidd på 23,6 procent (Myndigheten för press, radio och tv, 2022).

Medielandskapet är i ständig förändring och utveckling. Tidningarna används mindre frekvent och har istället bytts ut mot streamingtjänster och sociala medier (Myndigheten för press, radio och tv, 2022). Att publiken numera når sina nyheter på nya sätt är ett faktum.

2.6.2 Medievanor och politiken

Som tidigare nämnt utgör medierna allmänhetens viktigaste informationskälla när det gäller politik och samhälle (Strömbäck, 2013). Detta beror på att våra uppfattningar av verkligheten är begränsade och vi behöver medierna och journalistiken för att forma en korrekt och reflekterande bild av verkligheten. Speciellt när det rör politik. Publiken kan själva söka upp information om det politiska läget och de olika partierna, men det är inte alltid engagemanget för detta finns (Strömbäck, 2013). Därför vänder sig många till medierna för att få den informationen som krävs för att skapa sig en politiskt uppfattning (Strömbäck, 2013).

I boken *Kampen om opinionen* drar Strömbäck (2013, s. 121) slutsatsen att modern politik är *medierad*, vilket betyder att den utspelar sig och förmedlas via medierna. Strömbäck förklarar vidare att detta innebär att människors uppfattning om verkligheten är beroende och avgörs av medierna och journalistiken. Att politiken är medierad innebär även att publiken får sin information om politik från medierna snarare än via kommunikation eller personliga erfarenheter. Media fungerar alltså som en kommunikationskanal mellan politik och publik. Vidare menar Strömbäck (2013, s. 121) även att politiken är *medialiserad*, vilket handlar om relationen mellan medier och politiken. Medialisering sker när ett politiskt system påverkas och anpassas till de krav som massmedia ställer i sin bevakning av politiken. Det är medierna själva som formar vilket innehåll som publiceras. Med bakgrund av exempelvis deras förutsättning, organisationer och publiken, snarare än att rapportera om verkligheten. Därtill handlar mediernas nyhetsvärdering mer om vad som passar det givna formatet i relation till förutsättningarna, än om verkligheten. Det är även viktigt för medierna att skapa innehåll som drar till sig publiken, för att få framgång i den konkurrens som råder och en del av detta är att rapportera om politik (Strömbäck, 2013).

Även opinionsundersökningar är en viktig del av den mediala rapporteringen kring val (Jendel & Strömbäck, 2013). Idag utgör dessa undersökningar en stor del av både politiken men också journalistiken. Dessa har ett högt nyhetsvärde och utnyttjas av exempelvis journalistiken. Medierna beställer opinionsmätningar för att delvis få det egna mediet att framstå som nyhetsledande vid tillfället. Genom egna opinionsmätningar kan medierna skapa egna nyheter på flera sätt. Dels är det de som beställer mätningarna, men även rapporterar, analyserar och tolkar resultatet. Opinionsmätningarna är en viktig del av medialiseringen av den politiska journalistiken. Men opinionsmätningarna är inte problemfria. Vi vill citera Strömbäck och Jendel (2013, s. 151)

“Genom att publicera opinionsmätningar bidrar medierna inte bara till att spegla opinionen. Både direkt och indirekt bidrar de också till att forma opinionen och i förlängningen även valutgången.”

Med direkt påverkan menar Jendel och Strömbäck (2013) att människor kan påverkas av den bild de får av media. Den indirekta påverkan innebär att den övriga valbevakningen, samt partierna och deras kampanjer påverkas av den bild som framkommer genom opinionsmätningar. Denna bild innefattar exempelvis hur opinionen ser ut och opinionsutvecklingen (Jendel & Strömbäck, 2013).

2.6.3 Förtroende för medier

Enligt rapporten *MedieSverige 2021* (Nordicom, 2021) har den svenska befolkningen ur ett internationellt perspektiv högt förtroende för medier. Förtroendet är högst för radio och tv. En undersökning genomförd av SOM-Institutet presenteras i rapporten där det framgår att 2019 hade 56 procent av befolkningen i åldrarna 16 till 85 förtroende för radio och tv. Förtroendet varierar dock mellan olika grupper i samhället, främst baserat på ålder (Nordicom, 2021). Den yngre åldersgruppen, 16 till 29 år, uppgav att 50 procent under 2020 hade förtroende för radio och tv. Motsvarande siffra i den äldre åldersgruppen, 65 till 85 år, var 71 procent. Vad gäller dagspressen är förtroendet generellt något lägre och en bidragande faktor till detta är människors medievanor. Både radio, tv och dagspress har flest användare inom den äldre åldersgruppen och förtroendet högre (Nordicom, 2021).

Trots att förtroendet för media i det stora var relativt högt fanns det skillnader mellan de olika medieföretagen (Nordicom, 2021). Enligt undersökningen gjord 2019 av SOM-Institutet som presenterades i rapporten hade befolkningen högt förtroende för public service-bolagen. Det vill säga SVT (Sveriges Television) och SR (Sveriges Radio). I befolkningen 16 till 85 år uppgav 74 procent att de hade förtroende för innehållet i SVT. Motsvarande siffra för TV4 var samma år 53 procent (Nordicom, 2021). Det är dock även viktigt att nämna det faktum att förtroendet ökade noterbart under coronapandemin.

Det finns dock en del av befolkningen som har misstroende för media enligt *MedieSverige 2021* (Nordicom, 2021). Befolkningens förtroende för medier och andra samhällsinstitutioner är ofta sammankopplade med politiska sympatier. Förtroendet för public-service är högt oavsett politisk sympati. Lars Truedsson (2017) menar att finns det en koppling mellan misstroende och politisk ställning. De med lägre förtroende för medier är mer borgerliga än de som har högt förtroende. Särskilt sverigedemokrater tenderar att ha en misstro mot medier. Dessutom skiftar förtroendet beroende på vilket ämne som berörs. Exempelvis är förtroendet lägre vid rapportering om invandring och brottslighet än sjukvård, där förtroendet är högst. Men trots att en del av befolkningen har misstroende för medier är det större delar av befolkningen som litar på medias rapportering (Truedsson, 2017).

2.7 Viktiga valfrågor 2022

Varje månad inför ett val publicerar Analys- och undersökningsföretaget Novus en rapport om de politiska frågor som väljarna tycker är viktigast. Enligt rapporten (Novus, 2022, s. 1) är urvalsgruppen ”genomförd 11-17 augusti 2022 i åldersgruppen 18-79 år i Novus Sverigepanel som är en riksrepresentativ och slumpmässigt rekryterad webbpanel. 1004 personer har svarat på undersökningen av 1950 personer.”

Undersökningen kan därför ses som relevant för det tidsspann vi kommer granska TV4Nyheter och Rapport. Utifrån undersökningen var väljarnas viktigaste politiska fråga *sjukvården* som följdes av *lag och ordning*. I vår undersökning kommer vi som tidigare nämnt att ställa dessa valfrågor i relation till hur mycket Rapport och TV4Nyheter väljer att rapportera om dem, för att uppfylla studiens syfte.

Topp 10 viktigaste frågorna (Novus, 2022, s. 2).

1. Sjukvården
2. Lag och ordning
3. Skola och utbildning
4. Invandring/integration
5. Energipolitik
6. Miljö och klimat
7. Landets ekonomi
8. Äldreomsorg
9. Sysselsättning/arbetslöshet
10. Försvaret

3. Problematisering

Det valda ämnesområdet är om och hur medier valde att rapportera om de frågor som är viktiga för publiken inför valet 2022. Denna studie kommer att jämföra TV4Nyheterna med Rapport, och deras valbevakning för att se på vilket sätt de rapporterar mest om de frågor som publiken tycker är viktig. Vi kommer även jämföra Rapport och TV4Nyheterna.

3.1 Inomvetenskaplig

Under litteratursökningar har vi funnit att det finns en bred mängd forskning på det valda området. Exempelvis har Kent Asp genomfört en stor mängd medievalsundersökningar genom åren. Från 2014 tog Bengt Johansson över ansvaret för undersökningarna och 2018 anslöt även Jesper Strömbäck. Asp, Johansson och Strömbäcks forskning utgår delvis från hur mycket media bevakar de olika politiska sakfrågorna. De bygger även sin forskning på vilka frågor som är viktiga för publiken. Exempelvis kommer Bengt Johansson (2014) fram till att det medierna rapporterat mest i valet 2014 är *invandring* och *flyktingpolitik*. Men enligt Valforskningsprogrammet på Göteborgs Universitet (VFGU, 2020) var den viktigaste valfrågan 2014 *sjukvård/välfärden*. Under detta år skiljde sig medierapporteringen från det som publiken ansåg viktigt.

I boken *Mediernas prestationer och betydelse* (Asp, 2011) har Asp undersökt flera olika medier. Men i dessa medievalsundersökningar jämför man exempelvis etermedier mot tidningar. I de tidigare forskningarna har inte två tv-kanaler ställts emot varandra vilket vi vill belysa med denna studie. Den tidigare forskningen har inte redovisat någon studie där två specifika tv-kanaler ställts mot varandra i jämförande syfte, vilket vi med denna studie vill göra.

Människors uppfattning om hur verkligheten och i synnerlighet politik fungerar är starkt beroende av journalistiken och medierna (Strömbäck, 2013). Strömbäck skriver att publiken själva kan söka upp den information som krävs för att skapa sig ett politiskt ställningstagande via exempelvis internet. Men det är inte alla som anser sig ha tid med detta och vänder sig därför till medierna för att få en samlad informationskälla. En slutsats som Strömbäck (2013, s. 121) drar är att politiken idag är *medierad*. Detta definierar han som att politiken utspelar sig i och förmedlas via medierna. Detta leder honom in på en andra slutsats, att publikens verklighetsuppfattning är starkt beroende av journalistik och medier (Strömbäck, 2013).

På grund av det Strömbäck (2013) tar upp är detta forskningsområde värt att utveckla och undersöka djupare. Strömbäcks argument innebär även att det ställs krav på medierna att publicera sakligt, både när det gäller innehåll och representation (Journalistförbundet, 2021). Genom vår undersökning vill vi studera hur mycket medierna rapporterar om det publiken söker efter, i form av viktiga valfrågor.

3.2 Utomvetenskaplig

I *Elements of journalism* (2007) författad av Bill Kovach och Tom Rosenstiel skriver de att journalistikens huvudsakliga roll i samhället är fungera som informationskälla så att allmänheten kan vara fria och självbestämmande. Genom att koppla detta till mediebevakningen av valet så ser man betydelsen av att rapportera opartiskt. Kovach och Rosenstiel (2007) skriver också att essensen av journalistik är en disciplin gällande verifikation. Enkelt förklarat betyder detta att grunden av journalistik är att använda sig av källor och kunna verifiera allt som skrivs.

Det är viktigt att utveckla forskningen kring medias rapportering om valet, och vilka valfrågor som anses ha ett nyhetsvärde på redaktionerna. Dessutom är det relevant att granska vilka valfrågor medierna väljer att rapportera om, samt huruvida detta återspeglar vad publiken uppfattar som viktigt. Vår forskningsfråga kopplas till problematiseringen eftersom den har som syfte att granska och ställa frågor till det material som publiceras. Vi vill genom vår studie undersöka och redogöra för vilken av TV4Nyheterna och Rapport som fokuserar mest på att de valfrågor publiken upplever viktigast. Dessutom ser vi vår studie som en utveckling av tidigare forskning på ett område där det finns forskningsluckor vilka vi menar är viktiga att fylla.

4. Preciserat syfte & frågeställningar

I detta kapitel kommer avgränsningar, syfte och frågeställningar presenteras. Det främsta syftet med detta kapitel är att rama in studien och presentera dess genomförbarhet. Dessutom är det av stor vikt att förklara vilket syfte den har för övrig forskning.

4.1 Avgränsningar

Vi kommer att undersöka material från TV4Nyheterna och Rapport. Anledningen till detta är att dessa är två av de största nyhetsprogrammen. Utöver TV4Nyheterna och Rapport är även Aktuellt en stor nyhetssändning men denna har ett annat syfte är Rapport, trots att båda är på SVT1, se kapitel 2 för mer information om Aktuellt. Vi kommer att titta på huvudsändningarna, för Rapport sker huvudsändningen 19.30 och för TV4Nyheterna 19.00. Rapport sändning är vanligtvis 25 minuter lång, med undantag för lördagar då den är 15 minuter. TV4Nyheternas sändning pendlar mellan tio till 15 minuter beroende på vilken dag det är, samt hur tv-tablån ser ut för dagen. Vi har valt att bara undersöka huvudsändningarna så att undersökningen blir avgränsad. Dessutom är det dessa sändningar som drar mest tittare.

Vi kommer endast fokusera på de inslag som har politik i fokus. För att veta när ett inslag börjar och slutar kommer vi utgå ifrån när en "påa" börjar och sluta inslagen vid "avan". Det vill säga vi kommer se det som att ett inslag börjar när temat för inslaget presenteras för publiken och sedan avsluta när det rundas av. Detta utifrån den definition Bengt Johansson använder i sin valforskning (personlig kommunikation, 2022, 7 november).

För att inte ha överflöd av material har vi även valt att analysera huvudsändningarna från den 10 augusti 2022 till den 10 september 2022, det vill säga en månad innan valet fram till dagen före valet. I vår analys kommer vi också att utveckla ett kodschema där det vid intervjuer med partier inte är relevant vilket parti som pratar, utan vad de pratar om. Vårt fokus är valfrågorna i media, och vi kommer inte att analysera hur de olika partierna ställer sig till dem. Vi lägger inte heller värdering i om eller hur media och partier tar ställning i de olika valfrågorna, då detta inte är relevant.

Vi har valt att undersöka Rapport istället för Aktuellt på SVT. Detta eftersom Aktuellt är ett längre program än Rapport. Rapportens programlängd kan mätas mot TV4nyheterna. Fokuset på Aktuellt och Rapport skiljer sig också åt som tidigare nämnt. Vi har tyvärr inte lyckats få fram några tittarsiffror för nyhetssändningarna på SVT då dessa inte är tillgängliga för allmänheten.

4.2 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka ett område som vi anser kan vara viktigt för publiken att veta och ta del av. Enligt de eftersökningar vi genomfört hittar vi ingen tidigare forskning där fokuset ligger på att ställa två tv-kanaler mot varandra i jämförande syfte med fokus på valet. Därav är vår intention att genomföra en kvantitativ innehållsanalys för att undersöka i vilken utsträckning och på vilket sätt TV4Nyheterna och Rapport rapporterar om

de sakfrågor publiken anser viktigast. Även ställa dessa två nyhetsmedier mot varandra, i jämförande syfte. Vikten i att undersöka detta är det faktum att medierna fungerar som en informationskälla för publiken när det gäller politik (Strömbäck, 2013). Publiken använder medierna för att söka information som går över den egna kunskapsförmågan, framförallt när det handlar om politik (Strömbäck, 2013). Därför är det intressant att undersöka i vilken utsträckning medierna rapporterar om den information publiken efterfrågar.

4.3 Frågeställningar

För att kunna slutföra denna undersökning kommer vi utgå från tre frågeställningar. Vår huvudfråga är om Rapport och TV4Nyheterna i sin valbevakning speglar vad publiken tycker är viktigast. Detta kommer besvaras utifrån följande frågeställningar.

1. Vilka sakfrågor rapporterar TV4Nyheterna respektive Rapport mest om under valrörelsens sista månad? Och hur presenteras dessa?
2. Ändras prioriteringarna kring rapporteringen över tid?
3. Rapporterar Rapport och TV4Nyheterna om det som är viktigast för publiken?

Frågorna kommer att analyseras och diskuteras i studiens resultatredovisning där vi svarar på alla utifrån de resultat studien kommer fram till. Vi har kommit fram till dessa frågeställningar genom Kent Asps tidigare studier om den mediala valbevakningen. Asp (2011) har två övergripande frågeställningar rörande mediernas uppdrag och betydelse i valbevakning. Första frågan handlar om i vilken utsträckning den bild som medierna ger av valrörelsen påverkar medan den andra frågan handlar om vem som har makten över medieutbudet. Utvecklingen av frågeställningarna har skett på så vis att de ska kunna samverka med den tidigare forskningen. Utöver det har vi även valt att utgå från Asps (2011) övergripande frågeställningar. Vi har även tagit del av övrig litteratur som behandlar nyhetsvärdering samt den journalistiska rollen i framställningen av våra frågeställningar.

5. Teoretiskt ramverk

I vår forskning kommer vi använda oss utav två teorier som grund. Dessa teorier kommer tillsammans bilda ett ramverk som vi kommer kunna hänvisa till under arbetets gång. Vårt teoretiska ramverk kommer bestå av nyhetsvärdering och gestaltningsteorin vilket även kallas *framing theory*.

5.1 Nyhetsvärdering

Runt om i världen sker det ständigt händelser som skulle kunna få plats i det mediala rummet, men allt kan inte bli en nyhet (Strömbäck, 2019). Media och journalistiken kan endast rapportera om en bråkdel av alla händelser. Därav utgör en stor del av det journalistiska arbetet att välja bort och sortera i material för att lyfta fram det som har högst nyhetsvärde. Men publiken är fortfarande i stort behov av att få information från medierna och journalistiken. Det som medierna väljer att uppmärksamma och på vilket sätt det uppmärksammas har stor betydelse för publikens opinionsbildning och verklighetsuppfattning. Det blir en fråga om *nyhetsvärdering* och *nyhetsurval* (Strömbäck, 2019, s. 173). Med begreppet nyhetsvärdering menas hur de olika möjliga nyheterna värderas inom arbetet på redaktionerna. Nyhetsurval handlar om vad som faktiskt publiceras och blir en nyhet (Strömbäck, 2019).

Utöver nyhetsvärdering och nyhetsurval är även *nyhetsproduktion* ett viktigt inslag i hur journalister och medier värderar vad som framkommer i rapporteringen (Ghersetti, 2012, s. 206). Detta begrepp kan liknas vid nyhetsvärdering då det i praktiken innebär att vissa händelser blir nyheter medan andra inte blir det. Men något som Ghersetti (2012, s. 206) även lyfter är begreppet *gatekeeping*, vilket handlar om att en händelse passerar genom olika grindar i nyhetsprocessen för att sedan eventuellt bli en nyhet (White, 1950, refererad i Ghersetti, 2012). Strömbäck (2019, s. 172) definierar begreppet, men han beskriver att det tidigare kallades *gatekeepers*. Han beskriver det som att historiskt sett ansågs medierna vakta grinden kring vilka händelser som blev en nyhet och därmed offentliga (White, 1950, refererad i Strömbäck, 2019). Idag har begreppet *gatekeepers* gått över till *gatekeeping*. Förr ansågs nyhetsvärderingen på redaktionerna vara mer individbaserat, men idag när begreppet utvecklats ser man det på en institutionell nivå (Shoemaker & Vos, 2005, refererad i Strömbäck, 2019).

5.1.1 Kontextuellt beteende och beroende

Varje nyhetsmedium arbetar och är beroende av den kontext de verkar i (Esser m.fl., 2017, refererad i Strömbäck, 2019). Det som sedan publiceras inom mediet påverkas av en mängd olika faktorer som exempelvis strukturella, individuella och organisatoriska. Mediernas innehåll påverkas av faktorer på olika nivåer. Det finns flertalet modeller för att kunna gestalta och analysera hur mediernas innehåll påverkas av dessa faktorer. En av dem som Strömbäck (2019) lyfter i sin bok är en modell gjord av Shoemaker och Reese (2014). De har tagit fram en hierarkisk modell som påvisar att mediernas innehåll påverkas av fem faktorer (Strömbäck, 2019, s. 172).

1. Individerna. Det journalistiska materialet och medierna påverkas av journalisterna själva, på en individnivå. Normer och värderingar spelar in. Strömbäck (2019) menar dock på att deras påverkan inte är noterbart stor då journalisterna inte får agera hur de vill. Det är dock en relevant faktor.
2. Medierutiner. Journalisterna är knutna till sin yrkesroll, samt de normer och rutiner som finns inom mediet och på arbetsplatsen.
3. Medieorganisationerna. Ovanstående faktor påverkas av medieorganisationerna, kring deras arbete med policys och tillgångar.
4. Sociala institutioner. Tillsammans utgör olika medier sociala institutioner som samverkar med både varandra och andra institutioner.
5. Sociala system. Den sista och mest övergripande faktorn är sociala system, här handlar det om att mediernas innehåll påverkas av det sociala system som råder i ett land.

5.1.2 Nyhetsfaktorer

Händelser som i slutändan blir nyheter har gemensamma nämnare och egenskaper (Ghersetti, 2012). Även Strömbäck (2019) lyfter att det finns några typiska händelser som i större utsträckning tenderar att bli nyheter. Det finns faktorer som påverkar kring huruvida en händelse blir en nyhet eller inte (Strömbäck, 2019). Dessa faktorer har olika namn men betyder samma sak och vi kommer i denna studie benämna dem som *nyhetsfaktorer*. Strömbäck (2019) utgår från tidigare forskning och kommer fram till att det finns sex nyhetsfaktorer som är gemensamma för tidigare forskning. Han utgår bland annat från det Marina Ghersetti (2012) listade i sin redogörelse för nyhetsfaktorer. Strömbäck presenterade följande som de sex nyhetsfaktorerna (2019, sida 176).

Närhet. Händelser som sker nära publiken geografiskt, tidsmässigt eller kulturellt tenderar att bli nyheter. Publiken upplever då nyheten som mer relevant. Denna faktor kan kopplas till en av de viktigaste begreppen inom journalistiken, *aktualitet* (Ghersetti, 2012, s. 213).

Elitcentrering och kändisskap. När det händer något kring samhällets elitpersoner blir det vanligtvis en nyhet. Med elitpersoner menas de människor som på något sätt har inflytande i samhället som exempelvis kända personer och makthavare. Nyhetsfaktorn kan även appliceras på händelser kring nationer och organisationer med inflytande.

Institutionella agendorna. Nyheter tenderar i större utsträckning att handla om frågor och processer inom politiken. Men även inom myndighetssfären.

Avvikelse och sensation. En händelse som är avvikande, sensationell eller oförutsedda från annat har ett högre nyhetsvärde och blir därmed oftast en nyhet. Denna typ av nyhet kan vara positiv eller negativ.

Dåliga nyheter och problem. Om det inträffar exempelvis ett brott blir det med stor sannolikhet en nyhet. Denna faktor berör frågor som är problematiska, eller sådant som kan utgöra ett hot eller en risk för samhället.

Kontinuitet. Händelser och frågor som tidigare varit nyheter är redan etablerade i media och om något nytt inträffar eller tillkommer får även denna händelse nyhetsvärde (Strömbäck, 2019).

Eftersom vi ska undersöka vilka sakfrågor de väljer att ta med är nyhetsvärderingen ytterst relevant att koppla resultatet till. Dessutom är det en viktig teori att utgå ifrån för att förstå hur de olika redaktionerna fungerar i sitt arbete med nyhetsvärdering och vad som får utrymme i media.

5.2 Gestaltningsteorin – Framing theory

Utgångspunkten för gestaltningsteorin är enligt Jesper Strömbäck (2013) att journalistiken inte utgör och aldrig kan utgöra en neutral spegel av verkligheten. Detta eftersom verkligheten är obegränsad medan mediernas format är begränsade.

Adam Shehata (2019) beskriver gestaltningsteorin som journalistikens sätt att förklara för publiken så att de förstår sin omvärld. Gestaltningsteorin handlar om hur sakfrågor framställs eller uppfattas (Shehata, 2019). Journalistiska gestaltningar innefattar olika delar. Det kan bland annat handla om journalistiska infallsvinkeln, hur olika källor får komma till tals och vilka värdeladdade ord som används (Shehata, 2019).

Gestaltningsteorin har sina rötter inom sociologin och psykologin men har sedan 1990-talet vuxit fram och blivit en av de centrala teorierna inom forskning kopplat till journalistik och politisk kommunikation (Strömbäck & Nord, 2017). Författarna Strömbäck & Nord (2017) skriver att kärnan i gestaltning handlar om att den som kommunicerar ut information genom att välja vad som är med, konstruerar verkligheten och uppfattningen av den. Strömbäck och Nord (2017) liknar teorin vid ett fönster där man kan se ut men det man ser beror lite på hur stor fönstret är. Det blir då samma sak inom journalistiken där journalistiken skapar ett fönster för hur publiken ser på verkligheten beroende på vad som väljs att ta med.

5.2.1 Politiken som spel

I många fall gestaltas politiken specifikt som ett spel. Denna typ av gestaltning kallas spel- eller strategigestaltningen, dessa två är samma sak men olika ord för det (Shehata, 2019). När det handlar om gestaltning av politik som strategier eller spel skriver Strömbäck och Nord (2017) att det då främst handlar om att se politiken som en process där kampen om makt och inflytande står i centrum. Ett typiskt exempel på detta är att rapportera politiska beslut där fokuset ligger på att få väljarna på sin sida, istället för att fokusera på vad beslutet kommer ha för inflytande på samhället (Strömbäck & Nord, 2017). De fortsätter skriva att journalister ofta upplever sig som friare när de gestaltar politik som spel och strategi eftersom det då är lättare att vara kritisk mot politiken (Strömbäck & Nord, 2017). Utöver detta så rymmer det mer plats för skandaler, såsom politikernas snedsteg etc, vilket är billigare samt går snabbare att

producera (Strömbäck & Nord 2017). Återkopplande till kommersialiseringen av media kan gestaltning av politiken som spel och strategi handla om att medieföretagen som är privatägda ska tjäna mer pengar. Dessa gestaltningar blir ofta mer publikdragande samtidigt som de ställer färre krav på journalisternas och mediepublikens kunskap om politiskt innehåll (Strömbäck & Nord, 2017).

Eftersom vi ska undersöka vilka sakfrågor som tas upp är det relevant att analysera våra resultat gentemot gestaltningsteorin. Denna teori är också ett bra komplement till nyhetsvärdering.

5.3 Teoriernas samspel

Vi har valt att utgå från de två teorier som vi anser är mest relevanta för vår studie. Dessutom valde vi dessa två teorier på grund av deras samspel med varandra. Nyhetsvärdering handlar om *vilka* nyheter som förmedlas medan gestaltning handlar om *hur* de presenteras. De har även ungefär samma utgångspunkt, vilka nyheter publiken får till sig och hur detta kan påverka.

Teorierna är även sammankopplade i form av vilket stadium av den journalistiska processen de fokuserar på. Nyhetsvärderingen utgår från arbetet som görs innan en händelse blir en nyhet i form av att undersöka det redaktionella arbetet, det förebyggande arbetet. Medan gestaltningsteorin fokuserar på hur nyheterna förmedlas till publiken. Därav kommer dessa två teorier tillämpas tillsammans, då de inte är motsägelsefulla gentemot varandra. Samt att de fokuserar på olika områden inom nyhetsprocessen. Därför kan de ställas bredvid varandra och utnyttjas för att förstå vår studies resultat

Även dagordningsteorin kan ses som lämplig då denna teori tar avstamp i att förstå vem det är som egentligen sätter agendan för vad som får utrymme i media. På engelska kallas denna teori för *agenda theory* (Dahlgren, 2013). Kortfattat menar denna teori att medierna inte är framgångsrika vad gäller att styra *vilka* åsikter människor har, men att medierna istället är skickliga på att påverka *vad* människorna har åsikter om. Ju mer media rapporterar om ett ämne, desto fler åsikter skapas av människorna. Ett exempel som Dahlgren (2013) lyfter i sin bok är följande ”Om landets största dagstidning konsekvent väljer att uppmärksamma klimatförändringar framför förtrycket mot kurder i Syrien, kommer vi med största sannolikhet att uppfatta klimatförändringarna som en viktigare fråga än kurderna”. Dagordningsteorin eller agenda setting handlar alltså om vad som får plats i media, och hur det påverkar människor. Den kan ses som lämplig för vår studie eftersom vi undersöker hur och i vilken utsträckning media rapporterar om valet. Men samtidigt är det inte det huvudsakliga syftet med vår studie och inget vi kan svara på med hjälp av våra frågeställningar. Vi kommer därför att lyfta den i vår slutdiskussion istället för att ha den som en del av vårt teoretiska ramverk.

5.4 Centrala begrepp

För att kunna förklara olika skeenden på ett sammanhängande sätt vill vi redan här etablera några begrepp som kommer användas i vår studie. Dessa begrepp definieras delvis utifrån tidigare definitioner, men även utifrån hur vi kommer använda dem.

Allmänheten

Svenska ordboken (SO, 2021) definierar begreppet allmänhet som de flesta medborgarna med undantag för den styrande gruppen eller liknande.

Publiken

När man definierar publiken kan man utgå från SO (2021) återigen. De beskriver en publik som en samling åskådare eller åhörare vid en allmän samling. Publiken anser vi inom denna undersökning vara de som tar del av nyheterna.

Politiska sakfrågor

En sakfråga är en fråga som utgår från konkreta fakta och som inte har några egna värderingar när det gäller frågan (SO, 2022). En politisk sakfråga faller under denna definition men applicerad på politiken. Exempel på politiska sakfrågor är om *brott och straff* och hur de olika partierna i sin tur ser på det valda ämnet.

Samhället

Nationalencyklopedin (2022) skriver att ett samhälle är en grupp individer som är förenade av traditioner och en viss kultur. Samhället ska också leva vidare längre än de enskilda individerna och att det är avgränsat på ett specifikt område. Exempelvis invånarna i Sverige.

Nyhetssändning

En nyhetssändning är ett programinslag inom antingen radio eller tv där nyheter presenteras för publiken.

Huvudsändning

Vi kommer använda oss av begreppet huvudsändning när det är den huvudsakliga sändningen av rapport och TV4nyheterna. Alltså de som sänds 19.30 respektive 19.00.

Journalistik

För att definiera begreppet journalistik utgår vi från Nationalencyklopedin NE (2022). Enligt NE (2022) betyder journalistik det arbete som görs för att samla in material. Även bearbeta och sortera bland detta material för att sedan publicera det i massmedier. Enligt NE (2022) innebär journalistik även själva resultatet av arbetet.

6. Tidigare forskning

Inom det valda forskningsområdet finns det en stor mängd tidigare forskning. Denna forskning tar avstamp i att undersöka bland annat vilka sakfrågor som rapporterats om i media under valåren 2010, 2014 och 2018 (Kent Asp, 2010; Jesper Strömbäck och Bengt Johansson, 2017, 2019). Dessa studier har en kvantitativ ansats, samma metod som tillämpats på denna studie. Därför ses den tidigare forskningen med denna metod som relevant och viktig för att skapa en förståelse för vårt valda område. Tidigare forskning är omfattande men har ett annat syfte än denna undersökning. I de tidigare studierna som har gjorts av Kent Asp, Bengt Johansson och Jesper Strömbäck har fokuset varit att jämföra de olika medieslagen mot varandra.

6.1 Jämförelser med publikens opinion

Tidigare forskning har gett många bra slutsatser när det gäller vilka sakfrågor som medierna rapporterat mest om. Kent Asp (2011) hade i sin studie två frågeställningar han utgick från när det gäller mediernas roll i en demokrati. Asp undersökte om nyhetsmedierna har klarat av sitt demokratiska uppdrag samt i vilken utsträckning medierna påverkade opinionsbildningen. Det demokratiska uppdraget förklarar Asp (2011) är att vara förmedlare av opinioner och information.

Valforskningsprogrammet på Göteborgs Universitet (VFGU) gör varje valår en opinionsundersökning där det bland annat framkommer vilka frågor publiken anser viktigast. 2010 tyckte publiken att *sjukvård/välfärden* var den viktigaste sakfrågan. Vilket då skiljer sig från det Asp skrivit vilket är att skattefrågan uppmärksammades mest detta valår i mediebevakningen (Asp, 2011). Denna trend kan man se i valet 2014 också. Medierapporteringen skiljer sig alltså från det som publiken anser vara viktigast. VFGU får fram resultatet att *sjukvård/välfärden* återigen under 2018, är den fråga publiken tycker är viktigast. I *Kampen om mediebilden* (Johansson & Strömbäck, 2019) får de fram samma resultat som VFGU alltså att vårdfrågor uppmärksammats mest i media under valet 2018. Hur det ser ut i årets val har ännu inte undersökts.

Det som dock inte undersökts av varken Asp, Johansson och Strömbäck är hur mycket det skiljer sig mellan olika olika tv-programmen vilket vi anser vara av relevans eftersom publiken till största del får sina nyheter via nyhetssändningar i tv. Mer specifikt hur mycket medieutrymme publikens viktigaste sakfrågor får. Där upplever vi att det finns plats för vidare forskning.

Men för att vår studie ska kunna genomföras måste den viktigaste sakfrågan klargöras. Enligt en undersökning från Novus (2022) var publikens viktigaste sakfråga 2022 *sjukvården*. På andra plats kommer *lag och ordning* och på tredje plats *energipolitiken*. Energipolitiken har sedan augusti i fjol ökat markant med 9 procentenheter. Enligt Torbjörn Sjöström, VD på Novus, är det mest troligt att publiken tycker energifrågan är viktigare eftersom den är en fråga som berör alla. Sjöström kommenterar att en dyr höst är ett påtagligt hot som kommer

påverka hela svenska befolkningen. Ännu har inte någon undersökning på vilka frågor media rapporterade mest om gjorts.

6.2 Journalistikens roll

Vår studie fokuserar som tidigare nämnt på valbevakningen på Rapport och TV4Nyheter. I vår studie kommer forskning om tidigare val att presenteras, ur perspektivet medias sätt att bevaka val. Vi kommer även lyfta det som är känt om valet 2022. Men för att få full förståelse för hur media väljer att rapportera om valet måste vi analysera journalistikens roll. Anledningen till att vi väljer journalistiken och inte journalisten är på grund av att vi inte vill gå ner på individnivå utan se det ur ett bredare perspektiv för ökad förståelse och räckvidd.

Journalistik som begrepp och som yrke har en roll av att förse publiken med information, så dem kan vara fria och självbestämmande skriver Bill Kovach och Tom Rosenstiel (2007). Journalistiken tillför något unikt till kulturen. Den är självständig, pålitlig och i den mån som går objektiv (Kovach & Rosenstiel, 2007).

Förtroendet mellan journalistiken och publiken är viktig (Ulrika Andersson, 2019). De samhällen där befolkningen har ett högt förtroende och en hög tillit för medier, generellt har bättre fungerande demokratiska institutioner (Putnam, 1997, refererad i Andersson, 2019). Men även bättre hälsa och välmående, samt ekonomisk jämlikhet (Carl & Billard, 2014, refererad i Andersson, 2019).

Journalistikens roll är att vara sanningsenlig, relevant och allsidig (Nord & Strömbäck, 2012). Dessutom finns det specifika krav när det gäller den politiska nyhetsjournalistiken. Ett av kraven som Nord och Strömbäck (2012) lyfter är att nyhetsjournalistiken ska förse publiken med information som gör att den kan ta ställning i samhällsfrågor. Dessutom ska journalistiken rapportera på ett sätt som ger publiken rätt bild av samhällets struktur (Nord & Strömbäck, 2012). Även Elin Gardeström (2020) menar att journalistiken ska vara sanningsenlig, och framställa händelser på ett sätt som är balanserat, faktabaserat och med trovärdiga källor. Själva rapporteringen ska vara etiskt korrekt och inte bryta mot de pressetiska reglerna. Dessa regler går även under namnet *publicitetsregler* och fungerar som riktlinjer för journalistiken (Journalistförbundet, 2021). Det finns totalt 17 publicitetsregler som journalisten bör förhålla sig till i sitt arbete. Den regel som är mest intressant för oss i vårt studie är den första av de 17, "Massmedias roll i samhället och allmänhetens förtroende för dessa medier kräver korrekt och allsidig nyhetsförmedling." (Journalistförbundet, 2021, s. 1).

Elin Gardeström (2020) skriver vidare att det utöver att förhålla sig till regler om etik, basera journalistiken på fakta och vara källkritisk, finns ett annat viktigt uppdrag inom journalistiken. Detta uppdrag innebär att journalistiken ska fungera som en tredje statsmakt, en mycket viktig samhällsroll. Resterande makter är de lagstiftande och beslutande statsmakterna. Journalistiken ska inte enbart rapportera om särskilda händelser för en större publik, utan även fungera som en "watch dog" (Gardeström, 2020, s. 18). Journalistiken ska

bevaka makthavare och se till att de inte missbrukar sin ställning. Med makthavare menar Gardeström (2020) inte enbart politiska, utan även ekonomiska som företag.

Ingela Wadbring (2014) menar även hon att det är lika viktigt för journalistiken att informera publiken om händelser som det är att granska makthavare. Journalistiken måste även fokusera på att granska alla typer av händelser, inte enbart politiska. Wadbring (2014) menar vidare att det finns en diskussion idag kring huruvida journalister egentligen behövs när vem som helst kan publicera sig på nätet, främst på sociala medier. Men journalister och journalistiken har enligt henne aldrig varit mer viktiga. Trots att vem som helst kan publicera sig behövs journalistiken för att kunna hantera allt material på ett systematiskt sätt. En systematisk nyhetsrapportering och granskning. Wadbring (2014) menar att trots att medielandskapet i Sverige utvecklas och förändras har journalistiken och den svenska journalistkåren fortfarande en viktig roll i samhället.

6.2.1 Journalistikens demokratiska uppgift

Journalistiken har ett stort och tungt demokratiskt ansvar och även en nyckelroll i den demokratiska utvecklingen (Gardeström 2020) Demokratien behöver journalistiken och vice versa (Nord & Strömbäck, 2012). För att en demokrati ska fungera behövs det ett forum för debatt och information som är allsidigt och sanningsenligt. Journalistiken behöver presentera information om vad de olika politikerna har för åsikter samt aktuella händelser kring både politiken och andra samhälls skeenden. Detsamma gäller för politikerna, de behöver få information om aktuella händelser i samhället, men även om publikens åsikter och värderingar. Informationen måste även vara som Nord och Strömbäck (2012) skriver, offentlig. Detta så att publiken har all information vilket leder till att medierna kan bli ett öppet forum för offentlig diskussion.

I ett demokratiskt land är även yttrande-, press- och informationsfrihet viktiga grundpelare (Nord & Strömbäck, 2012). Dessa friheter är vad som från grunden bidrar till den journalistiken vi har i Sverige. Men det betyder inte att demokratin inte ställer krav på journalistiken. Journalistiken måste vara granskande och informerande för att publiken fritt ska kunna ta ställning i viktiga frågor, samt bilda en egen åsikt. Dessutom betonar Nord & Strömbäck (2012) att om journalistiken inte är allsidig och sanningsenlig övergår rapporteringen till att bli desinformativ. Journalistiken i en demokrati ska vara oberoende. "En oberoende journalistik som informerar, granskar och ger utrymme för en kritisk debatt hittar man bara i demokratier." (Nord & Strömbäck, 2012, s. 17).

Medierna och journalistiken som informationskälla har en central roll i den politiska kommunikationen mellan publik och politiker (Strömbäck, 2012). För att förstå demokrati måste man också studera medierna och hur de hänger ihop med politiken och publiken (Strömbäck, 2012).

6.2.2 Mediernas makt

I boken *Mediekratin: mediernas makt i svenska val* skriver Kent Asp och Johannes Bjerling (2014) att det som särskilt utmärker mediemakten är att den till stor del är sanktionslös och utgår från övertalning. Det gör att den då skiljer sig från andra typer av makt där det förekommer straff eller belöning. En övertalad person har på så sätt sina tankar om ett ämne frivilligt (Asp & Bjerling, 2014)

Författarna skriver också att det finns två typer av övertalning. Den ena är *information* och *argument* som då har sin grund i kommunikationens innehåll. Sedan finns det ett annat sätt att övertala som de har benämnt som *auktoritet*, vilket innebär att övertalningen tar sin utgångspunkt i journalistens egenskaper (Asp & Bjerling, 2014). För att hålla det relevant för denna undersökning är det viktigt att förstå den påverkan medierna har på utfallet av ett val. I boken *Mediernas prestationer och betydelse* skriver Asp (2011) att opinionen stämde överens med det som medierna rapporterat om. I sin analys skriver Asp (2011) att det resultat han kommer fram till visar på att mediernas prioriteringar kommer sätta tydliga spår i väljarnas prioriteringar. Förenklat skriver Asp (2011) att medierna har stor makt över publiken. Mediernas betydelse för hur väljarna sedan prioriterar beskriver författaren som stor.

6.3 Allmänheten och valet

Publikens förhållningssätt till valen har förändrats under tiden som den allmänna rösträtten funnits. Detta skriver Henric Oscarsson (2013) i boken *Kampen om opinionen*. I sitt kapitel utgår han från hur väljarna har upplevt svenska valrörelser de senaste 60 åren. De politiska valrörelserna kan ses som en av de viktigaste delarna i ett val (Oscarsson, 2013). En bra valrörelse ska göra medborgarna till bra beslutsfattare, de ska intressera, engagera och intressera. Oscarsson (2013) skriver att valrörelserna är det som ger väljarna en direkt kontakt med partiernas budskap. Alltså att de genom valrörelserna kan få en större förståelse för vad partierna går till val på.

Även om valrörelserna har stor betydelse för allmänheten kan man se att valet 2014 jämfört med valet 2006 inte når upp till samma andel partibyten bland väljarna (Oscarsson & Holmberg, 2016). Partibyten innebär att väljarna byter parti från det parti de egentligen tänk rösta på till ett annat. Dock har det ökat betydligt sedan 1900-talet. Detta beror på ett större utbud partier att välja på. Men rörligheten bland väljarna minskar när man kollar mellan de olika blocken. Med detta menas att väljare som röstar på exempelvis rödgröna partier tenderar att hålla sig inom detta block, även om rörligheten mellan partierna finns (Oscarsson och Holmberg, 2016). Även om rörligheten försvinner i den större skalan finns det ingen tvekan om att rörliga svenska väljare är den nya verkligheten för allmänheten när det gäller valen. I de senaste valen under 2000-talet har cirka en femtedel av väljarna ändrat vad de ska rösta på under den sista valsporten (Oscarsson & Holmberg, 2016). Författarna avslutar med att skriva att den nya rörligheten har nått en stabilitet. Vilket inte är en paradox utan ett nytt faktum att rörligheten bland allmänheten inte kommer blir extremare men samtidigt kommer den inte bli mindre.

Den nya digitaliseringen i samhället bidrar också till att allmänheten fritt kan orientera sig inom de olika ideologierna och opinionerna (Karlsson, Clerwall & Buskqvist, 2013). Karlsson, Clerwall och Buskqvist (2013) skriver att detta betraktas av många som en möjlighet att förbättra kvaliteten på den politiska kommunikationen och den offentliga debatten. Att alla partier kan starta konton på de olika plattformarna, som exempelvis sociala medier, innebär en utjämning där de partierna som inte har samma resurser kan nå ut till allmänheten (Karlsson, Clerwall & Buskqvist, 2013). Författarna argumenterar emot tidigare forskning om att de stora partierna fortfarande är de som syns mest.

6.6 Diskussion om tidigare forskning

Den tidigare forskningen är omfattande, men det finns områden där mer forskning kan bidra till en bättre bild. En av dessa forskningsluckor vill vi med vår studie försöka fylla. Vi anser att det är viktigt att ställa TV4Nyheterna och Rapport mot varandra, och det har vad vi vet inte gjorts tidigare. Speciellt inte på det djupgående sätt vi vill. Anledningen till detta är eftersom vi då kan utläsa om det finns skillnader i valbevakningen beroende på vilken nyhetsmedia publiken väljer att kolla på. Med bakgrund i det teoretiska ramverket, samt vetenskapen om dagordningsteorin vet vi att mediernas sätt att bevaka valet samt andra ämnen har en viss påverkan på publikens bild av verkligheten. Därför anser vi det viktigt att ställa två stora nyhetsmedier mot varandra, för att kunna utläsa om det finns någon skillnad och på vilket sätt de väljer att bevaka valet.

Vi har valt att specificera oss och avgränsa till att fokusera på valbevakning på grund av dess relevans för samhället. Med bakgrund till den tidigare forskningen anser vi det viktigt att undersöka hur media väljer att rapportera om valet. Framst på grund av det förtroende tidigare forskning visar att publiken har för media.

Vi ser vår forskning som en liten byggsten för ett större projekt. Vi är medvetna om att vår forskning inte är jämförbar med de studier Asp, Strömbäck och Johansson genomfört. Men vi är ändå självsäkra i det faktum att vår forskning kan bidra. Utöver att relatera till större forskningsprojekt kan vår studie även påverka publiken med en inblick i vilken nyhetsändning som nyhetsvärderar mest utifrån deras önskemål. Men vi vill även lyfta det faktum att främst tidigare forskning belyser olika ämnen för att även öka förståelsen hos publiken kring hur media exempelvis nyhetsvärderar, samt hur mediernas struktur ser ut.

Den tidigare forskningen vi utgår från är som ovan nämnt omfattande, och bred. Men vi anser att det behövs för att kunna genomföra denna studie objektivt och korrekt. Vi behöver ha en bred grundläggande förståelse för ämnet, samt en kunskap om främst tidigare valforskning.

7. Metod & material

I följande kapitel presenteras med vilken metod undersökningen kommer genomföras. Följt av en diskussion kring valet av metod och hur den kommer tillämpas på studien. I kapitlet förklaras även begrepp som kommer användas, samt en ytterligare diskussion om validitet och reliabilitet. Samt information om kodboken som undersökningen grundar sig på.

7.1 Metod

För att besvara undersökningens frågeställningar valde vi att genomföra en kvantitativ innehållsanalys. Som tidigare nämnt finns det redan etablerad forskning på vårt valda forskningsområde. På grund av detta har vi utgått från den kodbok Bengt Johansson och Jesper Strömbäck tagit fram för medievalsundersökningen 2022. Vi fick tillgång till den med hjälp av mejlkontakt med Bengt Johansson. Kodboken formulerades om för att passa denna undersökning, och efter förändringen innehöll den 26 variabler.

7.1.1 Valet av metod

Den kvantitativa innehållsanalysen var den mest relevanta metoden att tillämpa. I undersökningar som vill analysera vilka samband som finns, i vilken utsträckning något förekommer samt vilka likheter och skillnader som finns i det innehåll media producerar, är den kvantitativa innehållsanalysen passande (Karlsson & Johansson, 2019). Denna metod innebär sammanfattningsvis att omvandla bokstäver till siffror, ordet för detta är *kvantifiera*. Syftet är att kunna “göra statistiska bearbetningar, beskriva övergripande mönster och dra generella slutsatser.” (Karlsson & Strömbäck, 2019, s. 172). Dessutom är en central fråga vid kvantitativ innehållsanalys att utreda hur ofta och hur mycket ett fenomen förekommer.

Syftet med vår studie var att jämföra. Studien är omfattande vad gäller material, på grund av att vi ville framställa ett trovärdigt resultat. Med detta som bakgrund var det enklare och mer passande för oss att kvantifiera vår studie. Studien har även en deduktiv ansats, med en god förståelse för ämnet samt ett passande teoretiskt ramverk. Vår metod är dessutom till största del teoretiskt styrd, men med första utgångspunkt i en empirisk iakttagelse och nyfikenhet.

7.2 Material

Materialet som behövdes för att genomföra undersökningen var nyhetssändningarna från Rapport och TV4Nyheter. För tydligare beskrivning av avgränsningar, se kapitel 4, Preciserat syfte & frågeställningar. Dessa nyhetssändningar finns arkiverade på Kungliga Biblioteket i Stockholm, och vi fick tillgång till dessa via tre CD-skivor som skickades till Göteborgs Universitetsbibliotek för möjlighet till uppspelning. Under undersökningen använde SPSS för att koda ner den innehållsdata vi ansåg relevant för att besvara frågeställningarna, samt utifrån de kriterier vi satt upp för hur de politiska inslag såg ut.

7.2.1 Kodning

SPSS är en statistisk mjukvaruplattform och används av forskare för komplexa statistiska dataanalyser. Genom att använda SPSS kunde vi jämföra våra variabler mot varandra med funktionen “crosstabs”. Utformningen av kodboken samt kodningen utgick delvis från gestaltningsteorin för att avgöra hur varje sakfråga gestaltas och presenteras. Inom variabel *V18, journalistisk gestaltning i inslaget* undersöktes gestaltningen i inslaget. Som tidigare förklarar i kapitlet 5, Teoretiskt ramverk, handlar spelgestaltning om att två “sidor” sätts mot varandra och det blir som en kamp om vinsten. Definitionen som presenterades i kapitel 5, är samma definition vi utgick från i bedömningen av vår kodning vad gäller gestaltning.

Kodningen genomfördes gemensamt. Detta eftersom vi då kunde diskutera hur ett inslag skulle koda och på ett bättre sätt vara säkra på att vi följt våra definitioner. Dessutom innebar den gemensamma kodningen att risken för fel i datamängden minskade, då vi var två som analyserade samtidigt. Som tidigare nämnt i detta kapitel fick vi ta del av Bengt Johansson och Jesper Strömbäcks kodbok för medivalsundersökningen 2022 för att använda i vår studie (denna kodbok är ännu inte publicerad). Därefter har vi tagit bort de variabler som inte varit relevanta för denna undersökning. Exempelvis har vi valt att ta bort variabeln ID-nummer (V1) som innebar att skriva vem som kodat vad, då vi kodat tillsammans. Istället bytte vi här ut den variabeln till DVD-nummer (V1), för att själva kunna söka i vårt kodade material. Vi har behållit de delar som vi anser vara relevanta för att kunna jämföra med de tidigare undersökningarna som har gjorts. Vi har även utvecklat kodboken något för att den ska vara relevant för vår undersökning. Det innebär att vi lagt till två möjliga kodningar under V7 Journalistisk genre, V24 Sakfråga och V25 Perspektiv.

Nedan följer en lista på det vi lagt till:

V7 Journalistisk genre,

Tillagd möjlig kodning: 7. Nyhetsinslag med intervju.

V24 Sakfråga,

Tillagd möjlig kodning: 36. Äldreomsorg.

V25 Perspektiv,

Tillagd möjlig kodning: 4. Utrikes.

7.2.2 Presentation av data

Presentationen av den insamlade datan visas med hjälp av nio tabeller och en figur för att påvisa de resultat vi fått fram. Tabellerna används även för att visa hur mycket varje sakfråga representerades i våra valda nyhetsmedier. De sakfrågorna som presenterades under V24 utgår från de variabler som Johansson (personlig kommunikation, 4 oktober 2022) använt i sin kodbok. Efter att denna datan presenterats valde vi att även ställa upp de sakfrågor publiken anser viktigast, utifrån Novus (2022) undersökningen. Datat för varje nyhetssändning och sakfråga sattes därefter i relation till varandra i syfte att genomföra en jämförande undersökning. Rapport och TV4Nyheterna är uppdelade på olika tabeller vid alla tillfällen, för ökad förståelse och tydlighet i avläsningen av resultatet. Till varje tabell följer även en kommentar, samt beskrivning av resultatet.

Tabellerna och figuren presenteras under kapitel 8, Resultatredovisning, och diskuteras under kapitel 10, Sammanfattning & slutdiskussion.

I framtagningen av datan ställde vi upp tabeller med funktionen “crosstabs”. Detta eftersom vi då kunde få fram andelen i procent. Att vi valt att ha tabellerna i procent istället för att redovisa antalet inslag är för att vi ska kunna jämföra de med varandra. All data med decimaler är avrundat till närmaste heltal.

7.2.3 Urval

I vår undersökning var studieobjektet att analysera hur mycket utrymme publikens sakfrågor får på Rapport och TV4Nyheterna. Men vi ville även ställa dessa i relation till varandra och jämföra. En av våra variabler var publikens sakfrågor. Detta var den mest relevanta variabeln utifrån syftet med studien. Men valde även att granska hur alla politiska inslag gestaltas och presenteras, vilket går att utläsa i vår kodbok samt vårt resultat. Vår huvudsakliga analysenhet var hur mycket av rapporteringen som handlade om varje politisk sakfråga på TV4Nyheterna respektive Rapport.

Urvalet gjordes redan tidigt i arbetet med studien, detsamma gällde studieobjektet och analysenheterna. Att välja dessa tidigt är viktigt för att studien ska få ett sammanhang och fungera (Karlsson & Johansson, 2019). Urval innebär att välja ut och samla in det material som ska analyseras (Karlsson & Johansson, 2019). Vad gäller vårt urval för denna undersökning valde vi att analysera Rapport (SVT) och TV4Nyheterna (TV4). Det fanns och finns dessutom ett samhälleligt intresse att granska och förklara hur rapporteringen ser ut på Rapport och TV4Nyheterna, då de är två av de största nyhetsprogrammen i Sverige.

Vi har valt att göra ett totalurval av månaden före valet. Vi har kollat på nyhetssändningar från 10 augusti till och med 10 september 2022. Vi valde att inte kolla på själva valdagen eftersom sändningarna och rapporteringen då ser annorlunda ut. För att kunna besvara frågeställning 2 och avgöra om det finns en förändring i rapporteringen över tid har vi valt att dela upp vårt material i period 1 och period 2. Vi kommer dock utöver detta även presentera resultatet för hela perioden tillsammans. Perioden är densamma för Rapport och TV4Nyheterna.

Period 1 är 10 augusti till och med 25 augusti, 16 dagar.

Period 2 är 26 augusti till och med 10 september, 16 dagar.

7.2.4 Avgränsningar av sändningarna

I vår studie har vi valt att analysera hela sändningarna för att inte missa politiska inslag. Vid kodningen är det endast de politiska inslagen som kodats. Ett *politiskt inslag* innebär att det berör politik, en politisk aktör, politisk företeelse eller beslut som påverkats/fattas av det politiska styret. Det innefattar också regeringsfrågor och opinionsmätningar. Ett inslag om exempelvis ekonomi med en politisk vinkel räknas också som politiska inslag. Ett exempel på detta är debatten kring elpriser, där det var ett vanligt förekommande med en politisk vinkel. Om inslaget handlar om debatten kring elpriserna, med vinkel från en privatperson utan politisk vinkel, räknas det inte som ett politiskt inslag och ingick därför inte i kodningen.

I undersökningen var det relevanta svensk politik och därför har inte politiska inslag om utrikespolitik kodats ner. Med utrikespolitik menas exempelvis rapportering om val utanför Sverige. Dock finns det politiska inslag med ett utrikesperspektiv som handlar om svensk politik. Ett exempel på detta är rapportering om ett svenskt Nato-medlemskap. Mer tydliga exempel lyfts under kapitel 8, Resultatredovisning.

Det fanns även inslag som berör två olika ämnen under V24 Sakfråga. Vid dessa tillfällen har vi valt att koda dem som det mest övervägande ämnet. Ett exempel är inslag berör debatten kring elpriserna, men den huvudsakliga vinkeln är vilka elstöd som politikerna planerar införa. Då har detta kodats som ekonomi och finanspolitik istället för energipolitik. Mer tydliga exempel på detta presenteras under kapitel 8, Resultatredovisning.

I vår kodning har vi även valt att koda när inslaget börjar och när det tar slut. Dels för att vi själva ska kunna söka i vårt material, dels för att utomstående ska ha möjlighet att hitta det specifika inslaget. Viktigt att nämna här är att vi utgått från vilken tid på DVD-skivan inslaget började och slutade, då det är via DVDn vi haft tillgång till nyhetsändningarna.

7.3 Variabler

Här går vi igenom de relevanta variablerna från kodboken som kan hittas under bilagor, och förklara hur vi har valt att tolka dem. Flertalet variabler förklaras inte eftersom de är självförklarande. För att vara tydliga kommer vi även presentera exempel från sändningarna på hur variablerna kodats under kapitel 8, Resultatredovisning.

V7 – Journalistisk genre

I denna variabel fanns det sju möjliga sätt att koda. Dessa olika sätt representerar olika typer av inslag. Sen utöver detta fanns det möjlighet att koda “nyhetsinslag med intervju”. Detta lade vi till eftersom flertalet inslag var båda delarna.

V8-V11 – Journalistisk synlighet

Journalistisk synlighet innebär vilken roll journalisten har i ett inslag. När det gäller den journalistiska synligheten har vi valt att använda oss av flera variabler eftersom det annars blir svårare att koda. I alla variabler utom V11 har vi valt att bara kunna koda ja och nej. Dels för att underlätta för oss själva, dels på grund av att det inte var relevant för undersökningen att studera aktörerna i valrörelsen. Vi definierade politiska kommentatorer som journalistiska aktörer.

V12-V15 – Opinioner och opinionsundersökningar

Opinioner och opinionsundersökningar i rapportering innebar att det redovisas undersökningar om vad publikens opinion. På grund av att vårt syfte var att jämföra våra resultat med opinionsundersökningar var det av intresse att undersöka hur ofta de olika nyhetskanalerna använde opinionsundersökningar i sin rapportering.

V18-V23 – Journalistikens gestaltning

Journalistiska gestaltningen innebar på vilket sätt ett inslag rapporterats. Under dessa variabler var V18 och V19 lika varandra. Det som skiljde dem åt är att i variabeln V18 handlar om förekomsten av någon av de två gestaltningarna. Medan i V19 handlade det om vilken gestaltning inslaget i sin helhet som var dominerande. Vi valde även att bara undersöka hur spelgestaltningen ser ut i inslagen om det är den dominerande gestaltningen. Mer om den journalistiska gestaltningen finns i kapitel 5, tidigare forskning.

V24 – Sakfråga

Vi valde att dela upp flertalet av de sakfrågor som i Novus (2022) undersökning skrevs ihop. Anledningen till detta var eftersom det då går att vara mer specifik, vilket var relevant för studien. Med sakfråga menas vilket ämne det politiska inslaget handlar om. Det är denna variabel som är mest relevant för vår studie. Samt att de andra medievalsundersökningarna har kodats på detta sätt och genom att koda på samma sätt öppnar det upp för möjligheten att jämföra vår undersökning med de som gjorts tidigare.

7.4 Validitet

Vi underbyggde alla våra slutsatser med de empiriska resultat som vi fått fram genom en statistisk analys. De variablerna vi valde att använda har som tidigare nämnt tagits fram av de forskare som gjort medievalsundersökningar tidigare år. Samt var det den kodbok som de kommer använda för medievalsundersökningen 2022. På grund av detta ökade validiteten för de variabler som vi valt att använda. Eftersom vår kodbok var utformad och utvecklad utifrån de frågeställningar vi hade bidrar detta till en hög validitet, eftersom vårt resultat kommer ge svar på de frågor vi ställde. Dessutom så valde vi att koda alla huvudsändningar i den relevanta tidsramen. Vilket gör att vi fått fram den data som vi behövde för att kunna dra empiriska slutsatser. Totalt uppgick vårt kodade material till 275 inslag från Rapport och TV4Nyheterna. Vilket vi anser stärker validiteten hos studien då vårt material är omfattande och brett.

På ovanstående sätt har validiteten i studien säkerställts.

7.5 Reliabilitet

Vi har tillsammans tagit fram kodboken som återfinns under bilagor, vilket gör att båda har en djup förståelse för hur den är upplagd och vilka variabler som är relevanta. Vi kodade även allt material tillsammans för att kunna ha en öppen dialog i de fall det uppstod frågetecken. I de fall där det uppstod frågetecken utgick vi från våra definitioner, samt att vi hänvisade till hur de tidigare inslagen kodats ner för att öka reliabiliteten, och hålla en konsekvent kodning. Detta tillvägagångssätt gjorde att vi fick en transparens i vårt arbete och på så sätt ökade dess reliabilitet.

På ovanstående sätt har reliabiliteten i studien säkerställts.

7.6 Generaliserbarhet

Att något är generaliserbart innebär att det resultat en studie får kan överföras till en större population. Vår studies resultat kan vara en generell slutsats som kan dras även vad gäller

andra fall än det vi valt att undersöka (Ekström & Johansson, 2019). Utifrån vårt resultat fanns det viss generaliserbarhet i vår studie. Utifrån en vetenskaplig generalisering valde vi att analysera ett mindre antal enheter, men vi valde även att göra en mer ingående studie. Det kan därmed antas att vårt resultat kan appliceras på ett större sammanhang. För trots att vi endast analyserat en liten del av alla nyhetssändningar går det rent vetenskapligt att generalisera resultatet, och det kan antas att resultatet även representerar fler medier än de vi valde. Detta påstående styrks även med bakgrund till vår tidigare forskning, där det beskrivs hur medierna rapporterat om publikens sakfrågor tidigare. Vi anser därför att vår studie ur det vetenskapliga perspektivet kan generaliseras. Dock är det viktigt att nämna att trots att vår studie kan generaliseras i dagsläget, kan det komma att förändras över tid. Det svenska medielandskapet utvecklas och förändras ständigt vilket kan komma att påverka hur mycket vår studie kan antas representera den större massan.

8. Resultatredovisning

I detta kapitel kommer vi att presentera de resultat som vi har fått fram och som vi anser är relevanta för att svara på våra frågeställningar. Totalt kodade vi 275 inslag. 146 av dessa inslag är ifrån Rapport, och 129 är från TV4nyheterna. Resultatet kommer presenteras i tabeller och en figur för att som sedan kommenteras. I detta kapitel kommer även varje sakfråga som presenteras under V24 att definieras och förklaras. Definitionen är konstant, vad som gäller för Rapport gäller även för TV4Nyhetererna.

8.1 Frågeställning 1

Tabell 8.1 Rapports rapportering om sakfrågorna under hela perioden (Procent)

Sakfråga	Andel
Energipolitik	16
Valrörelse som företeelse	16
Ekonomi och finanspolitik	10
Polis och rättsväsende/Lag och ordning	9
Regeringsfrågan	6
Utrikespolitiska frågor	5
Opinionsundersökningar	5
Skol och utbildningspolitiska frågor	4
Skandaler, Affärer	4
Övrigt, annat	4
Frågor utanför topp 10	21
Total	100
Antal inslag	146

Kommentar: Totalt kodade inslag: 146. Energipolitik: 16 procent. Valrörelse som företeelse: 16 procent. Ekonomi och finanspolitik: 10 procent. Polis och rättsväsende/Lag och ordning: 9 procent. Tabellen representerar Rapports rapportering för hela perioden, från 10 augusti 2022 till och med 10 september 2022.

I tabell 8.1 framgår det att de sakfrågor Rapport rapporterade mest om under hela perioden var energipolitik och valrörelsens som företeelse. Totalt utgjorde båda sakfrågorna 16 procent vardera av nyhetsinnehållet under hela perioden. Med nyhetsinnehåll menas innehållet i nyheterna, mer specifikt innehållet i inslagen med politisk vinkel. De sakfrågor där rapporteringen låg över 5 procent var ekonomi och finanspolitik, med 10 procent. Polis och rättsväsende/lag och ordning med 9 procent, och regeringsfrågan med 6 procent. Resterande sakfrågor på 5 procent eller mindre är utrikespolitiska frågor, med 5 procent. Opinionsundersökningar med 5 procent. Skol och utbildningsfrågor med 4 procent. Skandaler, affärer med 4 procent. Och övrigt, annat på 4 procent. Under övrigt, annat

representeras de frågor som inte finns med i V24, exempelvis kollektivtrafik. Då detta ämne, med en politisk vinkel, endast fanns med i Rapport en gång var det inte relevant att formulera om variabeln. Frågorna utanför topp 10 är resterande sakfrågor, där rapporteringen låg under 4 procent. Se V24 i bilagor för resterande sakfrågor.

Med energipolitik menas rapportering om el och energi, med en politisk vinkel. I Rapports fall rör detta exempelvis rapporteringen om de höjda elpriserna, samt vad regeringen vill göra för att åtgärda detta. Inom energipolitik återfinns även rapporteringen om olika energikällor såsom kärnkraft och vindkraft. Valrörelsen som företeelse berör rapportering om exempelvis röstning, valstugor och företeelser vid valkampanjer. För att definiera tydligare vill vi lyfta ett exempel från Rapports sändning den 23 augusti 2022. Detta inslag handlar om att den svenska vällagen har skärpts inför valet 2022, och att varje väljare måste vara ensam bakom valskärmen. För att minska risken för påverkan vid röstningen. Även ekonomi och finanspolitik var en förekommande sakfråga i rapporteringen. Ekonomi och finanspolitik innefattar rapportering som berör exempelvis ekonomi, finans och räntor, med en politisk vinkel. Inslag som handlar om olika ekonomiska stöd är också ekonomi och finanspolitik.

Tabell 8.2 TV4Nyheterernas rapportering om sakfrågorna under hela perioden (Procent)

Sakfråga	Andel
Skandaler, affärer	16
Energipolitik	12
Valrörelse som företeelse	10
Polis och rättsväsende/Lag och ordning	10
Ekonomi- och finanspolitik	7
Regeringsfrågan	6
Aktörerna i valrörelsen	5
Skol och utbildningspolitiska frågor	4
Försvarsfrågor	4
Vårdfrågor	4
Frågor utanför topp 10	22
Total	100
Antal inslag	129

Kommentar: Totalt kodade inslag: 129. Skandaler, affärer: 16 procent. Energipolitik: 12 procent. Valrörelsen som företeelse: 10 procent. Polis och rättsväsende/Lag och ordning: 10 procent. Tabellen representerar TV4Nyheterernas rapportering för hela perioden, från 10 augusti 2022 till och med 10 september 2022.

Under hela perioden framgår det i tabell 8.2 att den sakfråga TV4Nyhetererna rapporterade mest om var skandaler, affärer, med 16 procents representation i nyhetsinnehållet. Efterföljt

av energipolitik med 12 procent. Sakfrågor där rapporteringen låg över 5 procent var valrörelsen som företeelse, med 10 procent. Polis och rättsväsende/lag och ordning, med 10 procent. I nyhetsinnehållet innefattade 7 procent av rapporteringen ekonomi och finanspolitik. 6 procent av nyhetsinnehållet berörde regeringsfrågan. Frågorna utanför topp 10 är resterande sakfrågor, där rapporteringen låg under 4 procent. Se V24 i bilagor för resterande sakfrågor.

Sakfrågorna med 5 procent eller mindre rapportering i nyhetsinnehållet var aktörerna i valrörelsen, med 5 procent. Skol och utbildningsfrågor, försvarsfrågor och vårdfrågor med 4 procent vardera. Frågor utanför topp 10 utgjorde 22 procent av rapporteringen.

Den mest förekommande sakfrågan i TV4Nyheternas rapportering var skandaler, affärer. Skandaler, affärer definieras utifrån att rapporteringen berör något avvikande, annorlunda och skandalöst. Ett tydligt exempel på inslag som kodades ner som skandaler, affärer är de inslag som under undersökningsperioden handlade om en granskning gjord av Kalla fakta. Där avslöjades det att flera framstående politiker försökt kringgå lagen kring anonyma partibidrag. Ett annat relevant begrepp att lyfta är aktörerna i valrörelsen, trots att den inte var noterbart representerad i rapporteringen. Aktörerna i valrörelsen definieras utifrån att rapporteringen rör en eller flera aktörer i valrörelsen. Exempelvis kan det röra ett inslag om en politikers uttalande om en annan politikers agerande. Även begreppet försvar kräver en förklaring. Inslag kodade som försvar handlade exempelvis om försvarsmakten, Sveriges försvar och även Nato, med en svensk politisk vinkel. Ett tydligt exempel från TV4Nyheterna är ett inslag från den 26 augusti 2022. Detta inslag berör det svenska Nato-medlemskapet och Turkiets påverkan på det svenska inträdet i organisationen. När det gäller Nato, med en svensk politisk vinkel, har detta konsekvent definierats som försvar.

Tabell 8.3 Journalistisk gestaltning i inslagen (Procent)

	Rapport	TV4Nyheterna
Sakgestaltning	78	75
Spelgestaltning	22	25
Total	100	100
Antal inslag	146	129

Kommentar: Totalt kodade inslag: 275. Kodade inslag med sakgestaltning på Rapport: 78. Kodade inslag med sakgestaltning på TV4Nyheterna: 75. Kodade inslag med spelgestaltning på Rapport: 22. Koade inslag med spelgestaltning på TV4Nyheterna: 25.

I tabell 8.3 framgår det att den mest framstående gestaltningen hos båda nyhetsprogrammen var sakgestaltning. I sändningarna från Rapport under hela perioden utgjorde sakgestaltning 78 procent, och hos TV4Nyheterna 75 procent. Spelgestaltning utgjorde 22 procent av gestaltningen av rapporteringen på Rapport och 25 procent på TV4Nyheterna. Med journalistisk gestaltning menas om det är sak- eller spelgestaltning. För definition av sak- och spelgestaltning se kapitel 5, Teoretiskt ramverk.

8.2 Frågeställning 2

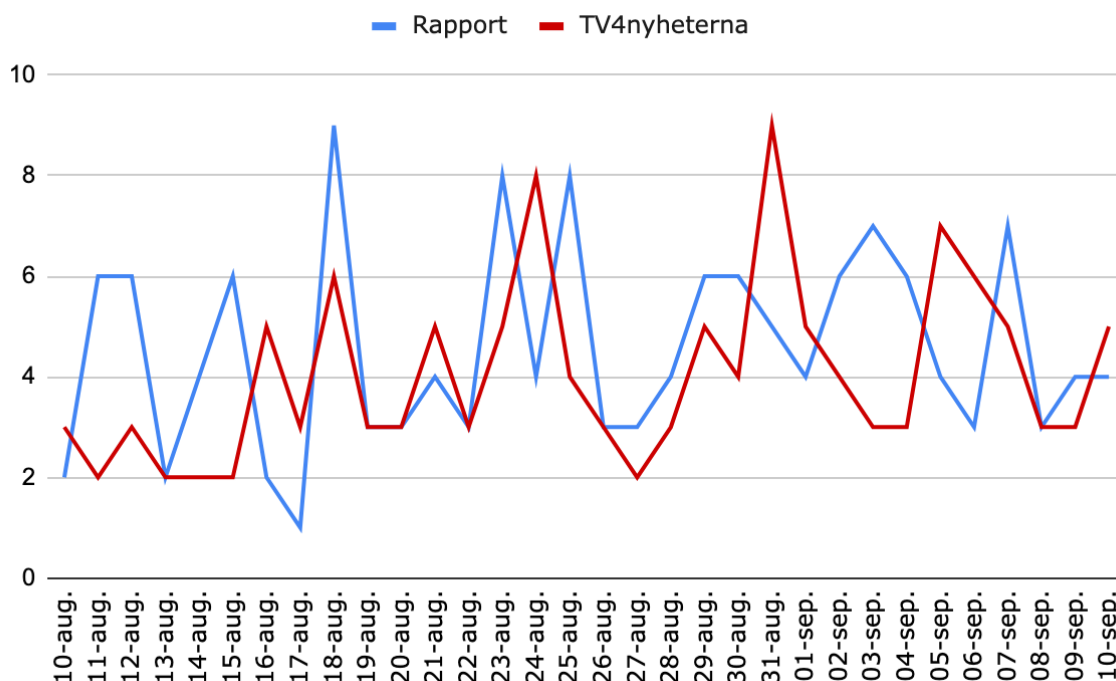
Tabell 8.4 Antalet inslag i under de båda perioderna (antal)

Rapport			TV4Nyheterna		
P1	P2	Total	P1	P2	Total
71	75	146	59	70	129

Kommentar: Totalt kodade inslag: 275. Antalet inslag hos rapport för hela perioden: 146. Antalet inslag hos TV4Nyheterna för hela perioden: 129.

I tabell 8.4 går att utläsa att Rapport totalt hade 146 inslag med en politisk vinkel under hela perioden. Under period 1 var det 71 inslag och under period 2 75 inslag. TV4Nyheterna hade under hela perioden 129 inslag med en politisk vinkel. Under period 1 var det 59 inslag, och under period 2 70 inslag.

Figur 8.1 Antalet inslag per nyhetssändning över tid (antal)



Kommentar: Antalet inslag för Rapport: 146. Antalet inslag för TV4Nyheterna: 129. Diagrammet representerar hur förändringen såg ut över tid, under hela perioden - 10 augusti 2022 till och med 10 september 2022.

I figur 8.1 går det utläsa att antalet inslag med en politisk vinkel ökat under period 2 jämfört med period 1. Med hjälp av dessa kan man se att desto närmare valet man kommer desto mer prioriteras inslagen som handlar om politik. Figuren visar dock inte om ökningen eller minskningen i vissa fall är på grund av en specifik händelse, som förändrat nyhetsinnehållet.

Tabell 8.4 Rapports rapportering om sakfrågorna under period 1 (Procent)

Sakfråga	Andel
Polis och rättsväsende/Lag och ordning	13
Valrörelse som företeelse	13
Energipolitik	11
Regeringsfrågan	9
Ekonomi och finanspolitik	7
Frågor utanför topp 5	48
Total	100
Antal inslag	71

Kommentar: Totalt kodade inslag: 71. Polis och rättsväsende/Lag och ordning: 13 procent. Valrörelse som företeelse: 13 procent. Energipolitik: 11 procent. Regeringsfrågan: 9 procent. Tabellen representerar Rapports rapportering för period 1, från 10 augusti 2022 till och med 25 augusti 2022.

I tabell 8.4 framgår det att Rapport under period 1 rapporterade mest om polis och rättsväsende/lag och ordning, samt valrörelse som företeelse. Vardera på 13 procent representation i nyhetsinnehållet. Rapporteringen om energipolitik var på 11 procent, och regeringsfrågan på 9 procent. Ekonomi och finanspolitik representation var på 7 procent under period 1 för Rapport. Frågor utanför topp 5 hade 48 procent representation. Frågorna utanför topp 5 är resterande sakfrågor, där rapporteringen låg under 7 procent. Se V24 i bilagor för resterande sakfrågor.

I Rapports rapportering under period 1 var polis och rättsväsende/lag och ordning representerade med 13 procent av nyhetsinnehållet. Med polis och rättsväsende/lag och ordning menas de frågor som berör brott, lagar, lagändringar och kriminalitet, med en politisk vinkel. Exempelvis om ett politiskt parti debatterar om vilka förändringar de vill göra för att minska kriminaliteten. För att exemplifiera tydligare vill vi definiera sakfrågan utifrån ett inslag från Rapport den 23 augusti 2022, under period 1. Här presenteras förslag från ett "brottsförebyggande paket" som Moderaterna tagit fram för att stoppa gängkriminaliteten. Moderaterna vill göra det lättare att vräka gängkriminella från sina bostäder, samt så ingår det i förslaget att eventuella bidrag ska stoppas. Utifrån definitionen kodades detta inslag ner som polis och rättsväsende/lag och ordning.

Tabell 8.5 TV4Nyheterernas rapportering om sakfrågorna under period 1 (Procent)

Sakfråga	Andel
Skandaler, affärer	27
Polis och rättsväsende/Lag och ordning	14
Ekonomi och finanspolitik	7
Vårdfrågor	7
Energipolitik	5
Frågor utanför topp 5	41
Total	100
Antal inslag	59

Kommentar: Totalt kodade inslag: 59. Skandaler, affärer. 27 procent. Polis och rättsväsende/Lag och ordning: 14 procent. Ekonomi och finanspolitik: 7 procent. Vårdfrågor: 7 procent. Tabellen representerar TV4Nyheterernas rapportering för period 1, från 10 augusti 2022 till och med 25 augusti 2022.

Tabell 8.5 visar att under period 1 rapporterade TV4Nyhetererna mest om skandaler, affärer. Här motsvarade rapporteringen 27 procent av nyhetsinnehållet. Efterföljande var polis och rättsväsende/lag och ordning på 14 procent. I TV4Nyheterernas rapportering under period 1 fick ekonomi och finanspolitik representation motsvarande 7 procent. Detsamma gällde vårdfrågor. 5 procent av rapporteringen rörde energipolitik, och 41 procent frågor utanför topp 5. Vad gäller frågorna utanför topp 5 är det de sakfrågor där rapporteringen låg under 5 procent. Se V24 i bilagor för resterande sakfrågor.

Alla sakfrågor utöver vårdfrågor har tidigare definierats i resultatredovisningen. Därav behövs även en definition av vårdfrågor. Med vårdfrågor menas frågor som rör vården, sjukvård, tandläkarvård, rehabiliteringsvård. I de inslag där fokuset istället varit välfärden, har det kodats därefter. Om ett inslag är en del av denna undersökning finns det en politisk vinkel. Exempelvis ett politisk förslag rörande vården.

Tabell 8.6 Rapports rapportering om sakfrågorna under period 2 (Procent)

Sakfråga	Andel
Energipolitik	20
Valrörelse som företeelse	19
Ekonomi och finanspolitik	13
Polis och rättsväsende/Lag och ordning	5
Utrikespolitiska frågor	4
Frågor utanför topp 5	41
Total	100
Antal inslag	75

Kommentar: Totalt kodade inslag: 75. Energipolitik: 20 procent. Valrörelse som företeelse: 19 procent. Ekonomi och finanspolitik: 13 procent. Tabellen representerar Rapports rapportering för period 2, från 26 augusti 2022 till och med 10 september 2022.

Tabell 8.6 visar Rapports rapportering om sakfrågorna under period 2. Där framgår att energipolitik representeras mest med 20 procent av nyhetsinnehållet. Valrörelse som företeelse hade en representation på 19 procent, medan ekonomi och finanspolitik låg på 13 procent. Polis och rättsväsende/lag och ordning hade en representation på 5 procent av nyhetsinnehållet under period 2, och utrikespolitiska frågor 4 procent. Motsvarande för frågor utanför topp 5 var 41 procent. Frågorna utanför topp 5 är det de sakfrågor där rapporteringen låg under 4 procent. Se V24 i bilagor för resterande sakfrågor.

Utrikespolitiska frågor definieras utifrån att det rör utländsk politik, men med en svensk politisk vinkel. Ett undantag här är inslag som handlar om Nato, då detta definieras som försvar. Utrikespolitiska frågor rör exempelvis inslag om stöd från Sverige till andra länder, samt utrikespolitiska beslut som rör svensk politik. En viktig skillnad att nämna här är skillnaden mellan utrikespolitiska frågor och EU-frågor. Utrikespolitiska frågor definieras exempelvis utifrån att en politisk talesperson från ett annat land är på ett diplomatiskt möte med statsministern, medan EU-frågor definieras utifrån de frågor som rör EU och deras beslut.

Tabell 8.7 TV4Nyheterernas rapportering om sakfrågorna under period 2 (Procent)

Sakfråga	Andel
Energipolitik	19
Valrörelse som företeelse	17
Ekonomi och finanspolitik	7
Polis och rättsväsende/Lag och ordning	7
Regeringsfrågan	7
Frågor utanför topp 5	43
Total	100
Antal inslag	70

Kommentar: Totalt kodade inslag: 70. Energipolitik: 19 procent. Valrörelsen som företeelse: 17 procent. Tabellen representerar TV4Nyheterernas rapportering för period 2, från 26 augusti 2022 till och med 10 september 2022.

I tabell 8.7 framgår det att den mest representerade sakfrågan hos TV4Nyhetererna under period 2 var energipolitik med 19 procent. Efter detta följer valrörelse som företeelse på 17 procent. Sedan ekonomi och finanspolitik på 7 procent, samt polis och rättsväsende/lag och ordning på samma procentantal. Detsamma gäller för regeringsfrågan, med representation på 7 procent av nyhetsinnehållet under period 2. Frågorna utanför topp 5 hade en representation på 43 procent och gäller de sakfrågor där rapporteringen låg under 5 procent. Se V24 i bilagor för resterande sakfrågor.

Utöver regeringsfrågan är alla sakfrågor definierade i tidigare tabeller. Regeringsfrågan innebär de inslag som handlar om regeringsbildning, opposition, partisamarbeten av olika slag. Exempelvis kan ett inslag handla om att Moderaterna nu kan tänka sig ingå regering med

8.3 Frågeställning 3

Tabell 8.8 Novus, viktigaste sakfrågan i augusti (procent)

Sakfråga	Andel av svenska folket
Sjukvården	63
Lag och ordning	54
Skola och utbildning	49
Invandring/integration	47
Energipolitik	39
Miljö och klimat	35
Landets ekonomi	32
Äldreomsorg	28
Sysselsättning/arbetslösheten	28
Försvaret	23

Kommentar: Ska läsas exempelvis "63% av det svenska folket anser att sjukvården är den viktigaste valfrågan". Vissa sakfrågor har andra namn jämför med vår kodbok men är jämförbara mot våra begrepp. Baserad på data hämtad från Novus opinionsundersökning om den viktigaste valfrågan i augusti 2022.

Det som går att utläsa i tabell 8.8 är att sjukvården eller vårdfrågor, som vi har valt att benämna det, är den sakfråga som publiken tycker är viktigast. De resultat som då blir intressanta är tabellerna 8.1 och 8.2. Utifrån Rapports valbevakning under hela perioden går det att utläsa att vårdfrågor inte finns med i tabellen, då rapporteringen låg under 4 procent. I TV4Nyheterernas valbevakning för hela perioden ligger rapporteringen om vårdfrågor på 4 procent. I korta drag kan man se att prioriteringen i rapporteringen hos Rapport och TV4Nyhetererna inte har varit baserade på de resultat Novus (2022) tagit fram. Vi kan inte generalisera detta vidare till övriga opinionsundersökningar som har gjorts men det finns stor sannolikhet att dessa har fått liknande resultat. Att Rapport och TV4Nyhetererna inte har rapporterat om det som Novus (2022) undersökning sett är den viktigaste frågan kan man också se när vi har delat upp det i period 1 och 2. Där vårdfrågan inte hamnar i topp under någon av perioderna.

9. Analys

I följande kapitel presenteras en analys av undersökningen, utifrån resultatet samt det teoretiska ramverket.

I vår undersökning fanns en stor mängd insamlad data, 275 inslag. Detta innebar att vårt resultat var omfattande och analyserbart. För att analysen ska bli enklare att tolka har vi även valt att dela upp analysen utifrån våra frågeställningar. När vi har sammanställt våra tabeller har vi valt att bara redovisa de sakfrågor som är bland de topp 10 eller topp 5. Detta har lett till att en stor andel av övriga sakfrågor har hamnat som sammansatt andel. Anledningen till detta är eftersom det är många av sakfrågorna som endast förekom i ett inslag. Det fanns även sakfrågor som kodats ner som övrigt, annat. Ett tydligt exempel på detta är infrastruktur. Inslag om infrastruktur återfanns endast en gång under hela perioden för både TV4Nyheter och Rapport. Vi tog då beslutet att detta inte är relevant för våra resultat eller för att kunna besvara våra frågeställningar och valde att koda infrastruktur och liknande sakfrågor som övrigt, annat.

9.1 Vilken valfråga rapporterar TV4Nyheter respektive Rapport mest om under valrörelsens sista månad? Och hur presenteras dessa?

Under valrörelsens sista månad var det fem sakfrågor som fick mest utrymme hos både Rapport och TV4Nyheter, för hela perioden. Det var *energipolitik, valrörelsen som företeelse, skandaler, affärer, ekonomi och finanspolitik* och *polis och rättsväsende/lag och ordning*. Av dessa fem var *energipolitik* och *valrörelsen som företeelse* mest framstående hos Rapport och *skandaler, affärer* hos TV4Nyheter.

Förklaringen till att rapporteringen om skandaler, affärer låg så högt hos TV4Nyheter är delvis att vi valt att utföra vår undersökning under endast en månad. Detta innebär att det finns en självklarhet i att stora händelser kommer att påverka hur utfallet av resultatet blir. I denna undersökningen var det vissa specifika händelser som tog mycket av utrymmet under sändningarna. Ett exempel på detta är när Kalla faktas granskning avslöjade att partier fuskar med bidrag, vilket kodades som skandaler, affärer. Eftersom Kalla fakta är en produktion av TV4 är det en självklarhet att TV4Nyheter väljer att ägna mycket av tiden i sin sändning till detta. Vi valde i detta scenario att använda det som en del av undersökningen eftersom det var en viktig del i TV4Nyheters valbevakning. Denna händelse innebär att kategorin skandal fick större plats än de andra sakfrågorna. Här finns även en stark koppling till teorin om nyhetsvärdering. Nyhetsvärderingen utgår delvis från ett av kriterierna som Strömbäck (2019) beskriver i sin bok - avvikelser och sensation. I korta drag innebär detta nyhetskriterium att en händelse som är avvikande eller sensationell ofta blir en nyhet. Att framstående politiska aktörer kan tänka sig kringgå lagstiftningen om bidrag är ett tydligt exempel på en avvikande och sensationell negativ nyhet och har därmed en tydlig koppling till teorin om nyhetsvärdering. Dessutom bidrar det faktum att TV4Nyheter "först på bollen" till att nyheten fick så mycket utrymme hos dem.

Även rapporteringen kring mordet i Almedalen 2022 fick stort utrymme hos både Rapport och TV4Nyheter. Mer specifikt när det senare kom fram att gärningsmannen även planerade att mörda före detta partiledaren Annie Lööf. Återigen är det en självklarhet att detta rapporteras mycket om, men det innebär också att kategorin polis och rättsväsende/lag och ordning ökar avseendevärt. Vi valde efter överläggande med handledare Marina Ghersetti att koda rapporteringen om mordet i Almedalen som polis och rättsväsende/lag och ordning. Teorin om nyhetsvärdering kan kopplas även hit, dock utifrån fler än ett kriterie. Nyheten om att Annie Lööf var en av måltavlorna i Almedalen är både *avvikelse och sensationellt* och en *dålig nyhet*. Dessutom faller just denna nyhet in under kriteriet *elitcentrering och kändisskap*, när det kommer fram att en person med elitstatus var måltavla för ett mord kommer det utifrån teorin om nyhetsvärdering bli en nyhet (Strömbäck, 2019).

En av de sakfrågor som fick mest utrymme hos Rapport var *energipolitiken*. Framförallt på grund av den energikris som Sverige just nu går igenom. Att elen blir dyrare var en stor nyhet under hela perioden eftersom det skedde mycket förändringar som allmänheten inte var vana vid. Till följd av detta sker en naturlig ökning inom nyhetsrapporteringen om detta ämne. Teorin om nyhetsvärdering går att koppla även hit, då rapporteringen innebär *dåliga nyheter och problem*, ett av kriterierna inom nyhetsvärdering (Strömbäck, 2019). Den andra sakfrågan som fick mest utrymme hos Rapport var *valrörelsen som företeelse*. Anledningen till att denna sakfråga fick mycket utrymme är för att stora delar av rapporteringen handlar om exempelvis valkampanjer, hur man röstar och andra företeelser inför ett val. Som Strömbäck (2013) beskriver i sin bok har medierna ett ansvar när det kommer till att informera publiken om valet och politiken, och detta innefattar även information om hur man röstar. Därav väljer medierna att rapportera om det. Detta går även att koppla till gestaltningsteorin. Gestaltningsteorin har som utgångspunkt att journalisterna ska förklara omvärlden för publiken så att de förstår (Shehata, 2019). Därmed krävs det av journalisterna att de lyfter exempelvis förändringar i hur man röstar, vilket vi såg exempel på i nyhetssändningarna hos både Rapport och TV4Nyheter.

Den främsta gestaltningen som förekommit i de inslag vi undersökt har presenterats enligt sakgestaltning. Nyhetsprogrammen har i huvudsak undvikit att använda sig av spelgestaltning. Där bara 22 av Rapportens inslag som använde sig av spelgestaltning, inom TV4nyheterna var denna siffra 25. Totalt 47 inslag av 275.

9.2 Ändras prioriteringarna över tid?

Under hela perioden är rapportering på Rapport och TV4Nyheter lika. Det är ungefär samma sakfrågor som får utrymme, med marginella skillnader. En stor skillnad är dock att TV4Nyheter rapporterar mer om skandaler, affärer under period 1 på grund av granskningen från Kalla fakta. Men det finns även skillnader ur tidsperspektivet, samt antalet inslag.

Under period 1 var sakfrågorna *polis och rättsväsende/lag och ordning* och *valrörelsen som företeelse* mest representerade hos Rapport, medan motsvarande för TV4Nyheter var *skandaler, affärer*. Efterföljande *skandaler, affärer* var *polis och rättsväsende/lag och ordning*

hos TV4Nyhetererna. Anledningen till att TV4Nyhetererna fokuserade sina sändningar under period 1 på skandaler, affärer är redan presenterat i föregående frågeställning. Men att både Rapport och TV4Nyhetererna har övervägande rapportering om polis och rättsväsende/lag och ordning kan ha sin bakgrund i teorin om nyhetsvärdering. Rapporteringen om denna sakfråga kan passera för ett av nyhetskriterierna, *dåliga nyheter och problem*. Därav kan detta innebära att nyhetsredaktionerna anser att dessa nyheter har högt nyhetsvärde. Men kan även bero på att politikerna valt att fokusera sina valkampanjer på polis och rättsväsende/lag och ordning. Just denna analys är enbart en spekulering, och det är för tidigt att uttala sig kring det då stor del av valforskningen för valet 2022 ännu inte är publicerad.

Under period 2 rapporterade både Rapport och TV4Nyhetererna mest om *energipolitik*, tätt efterföljd av *valrörelsen som företeelse*. Energipolitik är den sakfråga som varit mest framstående under hela perioden. Detta kan bero på olika faktorer. Dels på grund av att många politiker valt att fokusera delar av sina valkampanjerna på frågan. Dels på grund av att det varit ett aktuellt ämne på grund av sanktionerna mot Ryssland som lett till höjda elpriser i Europa. Att utesluta anledningen till att denna sakfråga rapporterats mest om är inte relevant eller genomförbart för vår studie. Men med bakgrund i det teoretiska ramverket kan nyhetsvärderingen spela en viktig roll. Rapporteringen om energipolitik kan appliceras på flera av de nyhetskriterier Strömbäck (2019) presenterade i sin bok. Energipolitiken handlar om elpriser och elenergi, vilket påverkar publikens vardag. Därmed kan den tänkas falla in under nyhetskriteriet *närhet*, vilken berör nyheter som påverkar publiken exempelvis geografiskt eller tidsmässigt. Dessutom kan denna faktor kopplas till ett av de viktigaste begreppen inom journalistik - *aktualitet* (Ghersetti, 2012). Nyheter om energipolitik är aktuellt, både geografiskt och tidsmässigt för publiken. Därför finns det en relevans hos både Rapport och TV4Nyhetererna att rapportera om den.

Sammantaget för Rapport är rapporteringen lika för båda perioderna, det är samma sakfrågor som får utrymme. Utsträckningen på varje sakfråga skiljer sig dock mellan period 1 och 2. Under period 1 är rapporteringen om polis och rättsväsende/lag och ordning högst, medan det under period 2 är energipolitik. Det är dock marginella skillnader, och övriga sakfrågor har en jämn fördelning under hela perioden. Även hos TV4Nyhetererna ökade rapporteringen om energipolitiken under period 2. Anledningen till att rapporteringen hos både Rapport och TV4Nyhetererna skiftade under period 2 till att handla mer om energipolitik är svårt att avgöra. Det kan bero på att elpriserna blev ett större problem för publiken under period 2. Men det kan även bero på att flera politiska uttalanden och förslag under period 2 handlade om energi och elkrisen, samt vad som kan göras åt den.

TV4Nyheterernas rapportering under period 1 och 2 är inte lika överensstämmande som hos Rapport. Här skiljer sig rapporteringen åt beroende på vilken period man undersöker. Under period 1 lägger TV4Nyhetererna mycket fokus på skandaler, affärer på grund av Kalla faktas granskning. Inslagen om skandalen tog över stora delar av rapporteringen vilket gjorde att andra sakfrågor fick mindre medialt utrymme. Under denna perioden ser rapporteringen annorlunda ut från resterande perioder både för Rapport och TV4Nyhetererna. Under period 2 förändras dock rapporteringen och blir mer lik den från Rapport. Detta kan bero på att

granskningen Kalla fakta gjorde inte längre var lika aktuell. Aktualitet är som tidigare nämnt viktigt vad gäller nyhetsvärdering (Gherseti, 2012). Det kan även bero på det som lyfts i tidigare stycken, att energipolitiken blev mer relevant för publiken och fick därmed ett högre nyhetsvärde.

Vad gäller antalet inslag med en politiskt vinkel per nyhetssändning är det noterbart ojämnt hos både Rapport och TV4Nyheterna, under hela perioden. Skillnaden i antalet inslag går tydligt att utläsa i figur 8.1. Det är exempelvis stor skillnad mellan 22 augusti och 23 augusti hos båda nyhetsmedierna. Med bakgrund i det teoretiska ramverket kan detta bero på att en politisk händelse inträffade som ansågs ha högt nyhetsvärde, och att antalet politiska inslag ökade. De låga antalet inslag kan bero på det motsatta, icke politiska nyheter ansågs ha högre nyhetsvärde än de politiska. En annan möjlig förklaring till ojämnheten i antalet inslag handlar om veckodagar. På helgerna tenderar både TV4Nyheterna och Rapport att ha kortare sändningar, vilket påverkar hur många inslag som får plats i sändningen. För vår studie är det inte relevant att undersöka *varför* det finns en skillnad i antalet inslag. Det är dock relevant att påvisa att det *finns* en skillnad i hur rapporteringen av politiska inslag är fördelad, då detta kan förklara hur rapporteringen förändrats över tid.

Även mellan de båda nyhetsmedierna finns skillnader. Trots att kurvorna för de båda i flera fall stämmer överens med varandra, finns det dagar då rapporteringen skiljer sig från varandra. Då Rapport exempelvis har en stor mängd inslag medan TV4Nyheterna har mindre och vice versa. Orsaken bakom detta kan vara att nyhetsutbudet sett olika ut på redaktionerna, skillnader i rutiner eller att nyhetsvärderingen gjorts på olika sätt. Det kan också bero på det som Strömbäck (2019) lyfter i sin bok om kontextuellt beteende och beroende - det som publiceras i media påverkas av en mängd olika faktorer, bland annat organisatoriska och strukturella. Detta innebär att skillnaderna i rapporteringen kan ha sin bakgrund beroende på om det är TV4Nyheterna eller Rapport, då dessa organisationer har olika arbetssätt.

9.3 Rapporterar Rapport och TV4Nyheterna om det som är viktigast för publiken?

De sakfrågor som Rapport rapporterade mest om under hela perioden var *energipolitik* och *valrörelsen som företeelse*. Motsvarande för TV4Nyheterna var *skandaler*, *affärer*. Den enda av dessa tre sakfrågor som fanns med i Novus (2022) undersökning var energipolitik. Denna sakfråga var den femte mest viktigaste sakfrågan för publiken. Viktigast var *sjukvården*, men under hela perioden var det endast ett fåtal inslag som berörde denna sakfråga.

Polis och rättsväsende/lag och ordning har fått mycket plats i media vilket motsvarar det som Novus (2022) har fått fram i sin undersökning, då denna sakfråga var andra viktigast för publiken. När de har rapporterat om detta ämne har det främst, enligt gestaltningsteorin, varit genom sakgestaltning vilket betyder att rapporteringen skett sakligt. Att de förhåller sig inom sakgestaltning bidrar till att journalisterna ger en bredare bild av hur samhället ser ut, utan att ställa exempelvis två partier mot varandra. Dessutom har det utrymme sakfrågan får en bakgrund i teorin om nyhetsvärdering. Återigen kan det kopplas till kriterier *Dåliga nyheter och problem* som Strömbäck (2019) listar i sin bok. Inslag som handlar om polis och

rättsväsende/lag och ordning är tydliga exempel på detta kriterium, vilket gör att de har högt nyhetsvärde enligt teorin. Dessutom lyfter TV4Nyhetererna i ett inslag att partierna har fokuserat sina valkampanjer och valmanifest på just polis och rättsväsende/lag och ordning. Även detta kan ha påverkat resultatet. Rapporteringen för denna sakfråga motsvarar undersökningen Novus (2022) tagit fram. Här kan slutsatsen dras att Rapport och TV4Nyhetererna har rapporterat om det som är viktigast för publiken, vad gäller rapporteringen om polis och rättsväsende/lag och ordning. Det är inte representabelt för hela resultatet, utan endast vad gäller denna specifika sakfråga.

När det gäller den tredje viktigaste sakfrågan för publiken *skola och utbildning*, är rapporteringen inte representabel för vad publiken anser viktigt. Under hela perioden låg rapporteringen av denna sakfråga på 4 procent, hos både Rapport och TV4Nyhetererna. Vilket innebär att av de 275 inslagen som kodades ner handlar 11 om skola och utbildning. Ungefär samma mängd inslag rör *invandring och integration*. Vilket publiken anser vara den fjärde viktigaste sakfrågan. Endast 7 av de 275 inslag vi kodade handlade om detta. *Antalet gäller både Rapport och TV4Nyhetererna sammanställt.*

Övriga sakfrågor från Novus undersökning (2022) återfinns i tabell 8.8. Av de resterande var det landets ekonomi som fick mest utrymme på Rapport och TV4Nyhetererna. Vi valde dock att benämna den som *ekonomi och finanspolitik*, men innebörden är densamma. Landets ekonomi ansågs av publiken vara sjunde viktigast. Här går det utläsa i resultatet att Rapport och TV4Nyhetererna rapporterar om det som är viktigt för publiken. Anledningen till att denna sakfråga fick stort utrymme beror troligtvis på den ekonomiska situationen som Sverige befinner sig i. Utifrån teorin om nyhetsvärdering är återigen kriteriet *närhet* aktuellt. Publiken drabbas både geografiskt och tidsmässigt av den ekonomiska situationen och därmed tenderar den att ha högt nyhetsvärde. Även gestaltningsteorin spelar in här. Gestaltningsteorin handlar om att journalistiken ska förklara för publiken hur verkligheten ser ut (Shehata, 2019). Genom att ge en saklig rapportering om hur den ekonomiska läget ser ut har journalistiken fullföljt denna uppgift.

Som tidigare nämnt är den viktigaste sakfrågan för publiken *sjukvården*, vilken vi benämnde som *vårdfrågor*. Men trots detta har varken Rapport eller TV4Nyhetererna övervägande rapportering om detta under hela perioden. Totalt under valrörelsens sista månad handlade 7 av de 275 kodade inslagen om sjukvården. Anledningen till detta är med vår undersökning svår att fastställa helt. Men det kan bero på att journalistiken aldrig kan utgöra en neutral och speglade bild av verkligheten, enligt gestaltningsteorin. Enligt Jesper Strömbäck (2013) är verkligheten obegränsad, medan mediernas format är begränsade. Detta innebär i praktiken att även teorin om nyhetsvärderingen spelar in. Om det finns två nyheter varav en rör sjukvården, och en rör en nyhet med högre nyhetsvärde, kommer medierna att välja den nyheten med högre nyhetsvärde. Rapport och TV4Nyhetererna har då troligtvis prioriterat bort de nyheter som rör sjukvården, för att istället välja en med högre nyhetsvärde.

Sammanfattningsvis visar vår undersökning att rapporteringen på Rapport och TV4Nyhetererna ser ut på liknande sätt, med vissa skillnader. De sakfrågor som fått mest medialt utrymme

under valrörelsen sista månad är *energipolitiken, valrörelsen som företeelse och skandaler; affärer*. De frågor som publiken anser viktigast får dock inte lika mycket utrymme. Utifrån vår undersökning går det att dra slutsatsen att Rapport och TV4Nyheter rapporterar om det publiken är intresserad av, i viss utsträckning. Men till stor del handlar rapporteringen om annat, exempelvis om valrörelsen som företeelse. Genom vår undersökning går det att besvara den mest relevanta frågeställningen, rapporterar Rapport och TV4Nyheter om det som är viktigast för publiken. Svaret på den frågan är *nej*, med belägg från vår undersökning och analys.

10. Slutdiskussion & sammanfattning

I detta kapitel kommer vi diskutera och motivera de resultat undersökningen gett, samt ta ställning till dem. I följande och avslutande kapitel kommer vi även analysera vårt arbete och ifrågasätta det. Vi kommer även ge förslag till vidare forskning på området. Den huvudsakliga slutsatsen som går att dra av undersökningen är att varken Rapport eller TV4Nyheter rapporterar om de sakfrågor som är viktiga för publiken, utifrån Novus (2022) undersökning.

10.1 Slutdiskussion

Denna undersökning har varit relevant på flera sätt. Framförallt på grund av att denna studie inte gjorts tidigare. Det finns studier kring media och deras rapportering av politiska sakfrågor, men inga där två speciellt utvalda nyhetsmedier ställts mot varandra. Detta gör studien relevant eftersom det kan bidra till att utveckla forskningen på området, samt skapa större förståelse för medierna och deras arbetssätt. Studien har även varit relevant utifrån publiken som perspektiv. Journalistiken har specifika krav på sig vad gäller politisk nyhetsrapportering (Nord & Strömbäck, 2012). Det är då relevant att vi, dels som blivande journalister, dels som delar av publiken, undersöker hur väl journalistiken uppfyller dessa krav. Ett av kraven Nord och Strömbäck (2012) beskriver är att nyhetsjournalistiken ska förse publiken med information som gör att den kan ta ställning i samhällsfrågor. I vilken utsträckning journalistiken uppfyller detta krav är svårt för oss att uttala sig om utifrån vår studie. Men vi kan med säkerhet, utifrån vår undersökning konstatera att rapporteringen på Rapport och TV4Nyheter inte fokuserar på de viktigaste frågorna för publiken. Om det faktum gör att nyhetsjournalistiken inte kan förse publiken med information som gör att den kan ta ställning i samhällsfrågor, kan vi inte svara på.

På grund av den mängd data vi samlat in är resultatet tillförlitligt. Dessutom hade vi redan innan undersökningen startade definierat alla de variabler som förekommer i kodboken. Detta innebär att vi under hela undersökningen varit konsekventa med hur alla inslag kodats ner, det finns inga undantag utan allt har kodats på samma sätt. Med detta menas att vi inte gjort några förändringar i vår kodbok efter att undersökningen startat. Därav är det säkert att säga att resultatet stämmer mot de definitioner vi gjort. Om en utomstående genomfört undersökningen och definierat variablerna annorlunda finns det dock risk att resultatet inte blivit överensstämmande med vårt. Men om den utomstående genomfört undersökning med våra definitioner hade resultatet blivit samma. Vi har även i resultatredovisningen lyft exempel från sändningarna på Rapport och TV4Nyheter för att styrka våra definitioner och exemplifiera. Dels för att förklara variablerna, dels för att styrka vårt resultat samt reliabiliteten hos studien.

Utifrån vår undersökning och resultatet går det att dra en slutsats - Rapport och TV4Nyheter rapporterar inte om det som är viktigast för publiken. De rapporterar om vissa av de viktigaste sakfrågorna för publiken, som energipolitik och polis och rättsväsende/lag och ordning. Men rapporteringen kring övriga viktiga sakfrågor från Novus (2022)

undersökning är knapphändig. Utifrån vår undersökning går det som sagt inte att utesluta anledningen till att rapporteringen ser ut som den gör. Men en intressant diskussion att lyfta är dagordningsteorin, vilken i korta drag handlar om vem som sätter agendan för det som presenteras på nyheterna och i media. Denna teori menar att medierna inte är kan styra *vilka* åsikter människor har, men att medierna istället är skickliga på att påverka *vad* människorna har åsikter om (Dahlgren, 2013). Detta innebär att mängden åsikter människor skapar beror på hur mycket media väljer att rapportera om det. Även teorin om nyhetsvärdering kan ha en påverkan på vem som sätter agendan för nyheter. Utgångspunkten för nyhetsvärderingen är att allt inte får plats i det mediala rummet (Strömbäck, 2019). Därav går en stor del av det journalistiska arbetet ut på att välja ut de nyheter som har högst nyhetsvärde. Även Strömbäck (2019) håller med Dahlgren (2013) om att det medierna väljer att uppmärksamma påverkar publikens verklighetsuppfattning och opinionsbildning. Här kommer även diskussionen om nyhetsurval in, vilket handlar om vad som faktiskt publiceras och blir en nyhet (Strömbäck, 2019). Därmed kan den generella uppfattningen vara att medierna sätter agendan, med bakgrund i nyhetsvärdering och nyhetsurval. Men det är inte så enkelt att dra den slutsatsen. Genom vår undersökning kan vi inte dra någon slutsats om vem som sätter agendan för nyheterna, men vi vet genom det teoretiska ramverket att publiken påverkas av agendan och vad som uppmärksammas i nyheterna.

10.1.1 Analys av potentiella fel

I denna undersökning har all inhämtning av data skett manuellt av oss. Detta leder till att den mänskliga faktorn väger in vilket har konsekvensen att det kan ha blivit fel. I vissa fall så var vi inte överens eller visste inte hur vi skulle koda inslag. Då antecknade vi det och tog upp dessa specifika fall med vår handledare Marina Ghersetti.

Eftersom vår undersökning endast gäller valet 2022 kan man inte generalisera undersökningen i den mån som hade varit önskvärt. Det som hade kunnat göras istället är att undersöka fler år. Detta för att kunna få mer bredd när det gäller vår undersökning. Problemet med det är att det inte hade varit görbart i den tidsram som har avsatts för denna uppsats. Undersökningen hade också kunnat utföras genom att sätta ihop två syntetiska månader från olika valperioder. Detta hade kunnat bidra till att minska den påverkan som nyhetshändelser, exempelvis Kalla Faktas granskning, har haft på undersökningen. Å andra sidan hade detta haft konsekvensen att undersökning skulle sträckt sig till fler opinionsundersökningar för de olika åren. Vilket återigen hade gjort det svårt att färdigställa under denna tidsram.

10.1.2 Generalisering av undersökningen

Undersökningen kan inte generaliseras till andra valår. Detta eftersom det finns mycket som kan komma att påverka hur medias valbevakning blir i slutändan. På grund av detta kan vår undersökning bara användas för att se hur det såg ut i valet 2022. Resultaten kan alltså inte användas för att dra slutsatser om hur nästa valperiod kommer att se ut. Vi kan inte heller dra några slutsatser för hur det ser ut för andra medier än Rapport och TV4Nyheterna, vilket minskar generaliseringen. Det kan dock antas att studien kan påvisa hur det ser ut för flera medier, både public service och kommersiella bolag. Men det är ingen slutsats som kan dras utifrån vår studie. I och med att Rapport och TV4Nyheterna är två av de största

nyhetsprogrammen i Sverige finns det dock en relevans i att genomföra denna studie. Då en stor del av publiken i Sverige vänder sig till just dessa specifika nyhetsprogram.

10.2 Förslag till vidare forskning

Som tidigare nämnt har vi inte haft möjligheten i denna tidsram att göra en bredare undersökning. För att bygga på denna undersökning hade det varit relevant och givande att undersöka fler år tillbaka och sedan kunna jämföra de olika åren. Det hade även varit intressant att göra en uppföljande studie 2026, efter nästa valrörelse, för att se hur det skiljer sig. Med vår undersökning har vi heller inte kunnat säga vem det är som sätter agendan och varför varken Rapport eller TV4Nyheterna fokuserar sin valbevakning på de sakfrågor publiken tycker är viktigt. Detta hade varit ett intressant forskningsområde.

Vid uppstarten av denna studie undersökte vi vad TV4 och SVT var. Efter insamlandet av denna information insåg vi att TV4 ägs av aktiebolaget Telia Company, som i sin tur 2021 ägdes till 39,5 procent av svenska staten (Telia Company, u.å.). Dessutom kan även SVT kopplas till svenska staten då detta ägs av Förvaltningsstyrelsen (SVT, u.å.).

Förvaltningsstyrelsen har som tidigare nämnt en styrelse på 13 ledamöter, som alla utses av formellt av Sveriges regering. Eftersom regeringen är en del av den svenska staten, kan man dra liknelser mellan ägarna av SVT och ägarna av TV4. Detta fick oss att börja ifrågasätta varför inte TV4 även klassas som public service, eller faller inom samma ramar och krav som SVT. Troligtvis beror det på att TV4 fortfarande är en kommersiell kanal, trots det statliga delägandet. Men det hade varit ett intressant forskningsområde att undersöka ägandeskapet av SVT och TV4 mer.

10.3 Sammanfattning och slutsatser

Slutsatserna som kan dras utifrån denna undersökning kommer kortfattat att presenteras utifrån frågeställningarna. Utifrån den första frågeställningen kan vi dra slutsatsen att den sakfråga Rapport rapporterade mest om var energipolitik och valrörelsen som företeelse under hela perioden. TV4Nyheterna rapporterade mest skandaler, affärer under hela perioden. Spelgestaltning var mer framstående hos TV4Nyheterna än hos Rapport, men förekom i lägre utsträckning än sakgestaltning hos båda nyhetsmedierna. Slutsatsen av frågeställning två är att antalet nyhetsinslag med politisk vinkel per sändning varierar hos både Rapport och TV4Nyheterna. Även rapporteringen om sakfrågorna förändras mellan period 1 och period 2. Det är ungefär samma sakfrågor som får medialt utrymme, men hur mycket utrymme varje sakfråga får skiljer sig mellan perioderna hos båda nyhetsmedierna. Ett undantag är dock period 1 för TV4Nyheterna då sakfrågan skandaler, affärer får stort utrymme till följd av en granskning från Kalla fakta. Angående frågeställning tre visar resultatet att varken Rapport eller TV4Nyheterna rapporterar om det publiken anser viktigast enligt Novus (2022). Sammanfattningsvis har vi kunnat svara på alla de frågeställningar som vår undersökning grundar sig i. Utifrån dessa kan vi konstatera att varken Rapport eller TV4Nyheterna rapporterar om de sakfrågor som är viktiga för publiken enligt Novus (2022) undersökning. Vår kvantitativa undersökning har sträckt sig över valrörelsens sista månad, fram till dagen innan valet 2022. Resultatet undersökningen gett visar hur Rapport och TV4Nyheternas

rapportering om valet sett ut, samt vilka sakfrågor de valt att fokusera på och hur. Ur resultatet går det att dra slutsatser utifrån de tre frågeställningarna, samt besvara dem.

11. Referenser

- Allern, S. (2012). Journalistiken och kommersialiseringen. I J. Strömbäck & L. Nord (Red.), *Medierna och demokratin* (s. 233-259). Lund: Studentlitteratur.
- Andersson, U. (2019). Förtroendet för journalistiken. I J. Strömbäck & M. Karlsson. (Red.), *Handbok i journalistikforskning* (s. 325-333). Lund: Studentlitteratur AB.
- Asp, K. (2011). *Mediernas prestationer och betydelse: valet 2010*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Asp, K., & Bjerling, J. (2014). *Mediekratin: mediernas makt och svenska val*. Stockholm: Ekerlids.
- Dahlgren, P. (2013). Hur medierna påverkar oss. I H. Järvå & P. Dahlgren, *Påverkan och manipulation* (s. 309-344). Lund: Studentlitteratur AB.
- Dahl, Robert (1991). *Democracy and Its Critics*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Gardeström, E. (2020). Vad är en journalist?. I E. Gardeström & H.S. Rehnberg (Red.), *Vad är journalistik?* (s. 17-26). Stockholm: Södertörns högskola. Citat från s. 18.
- Ghersetti, M. (2012). Journalistikens nyhetsvärdering. I J. Strömbäck & L. Nord (Red.), *Medierna och demokratin* (s. 205-225). Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, B. (2017). Medievalrörelsen 2014. I B. Johansson & L. Truedson (Red.). *När makten står på spel* (s. 22-57). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Johansson, B., & Karlsson, M. (2019). Kvantitativ innehållsanalys. I B. Johansson (Red.), & M. Ekström, *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 171-191). Lund: Studentlitteratur AB. Citat s. 172 & 173.
- Johansson, B., & Strömbäck, J. (2019). Den medialiserade valrörelsejournalistiken. I B. Johansson & J. Strömbäck, *Kampen om mediebildern - nyhetsjournalistik i valrörelsen 2018* (s. 72-92). Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Journalistförbundet. (2021). *Publicitetsregler*. Hämtad 2022-11-16 från <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-press-radio-och-tv/publicitetsregler>.
- Karlsson, M., Clerwall, C., & Buskqvist, U. (2013). Digitala medier, public relations och strategisk politisk kommunikation. I J. Strömbäck & L. Nord, *Kampen om opinionen: politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 89-118). Stockholm: SNS Förlag.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). Truth: The First and Most Confusing Principle. I B. Kovach & T. Rosenstiel, *Elements of journalism* (s. 35-50). New York: Crown.

Myndigheten för radio, press och TV. (u.å.). *Det här är public service*. Hämtad 2022-10-25 från <https://www.mpr.se/sanda-och-publicera-media/public-service/>

Myndigheten för press, radio & tv. (2022). *Mediekonsumtion*. Hämtad 2022-11-07 från <https://www.mpr.se/medieutveckling-och-statistik/analys-av-medieutvecklingen/mediekonsumtion/>

Myndigheten för press, radio & tv. (2020). *Svenska nyhetsvanor i - normaltider och kristider*. Hämtad 2022-11-07 från <https://www.mpr.se/medieutveckling-och-statistik/analys-av-medieutvecklingen/svenska-nyhetsvanor/>.

Nationalencyklopedin. (2022). *Etermedier*. Hämtad 2022-10-23 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/etermedier>.

Nationalencyklopedin. (2022). *Journalistik*. Hämtad 2022-10-27 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/journalistik>.

Nationalencyklopedin. (2022). *Kommersiell*. Hämtad 2022-10-15 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/kommersiell>.

Nationalencyklopedin. (2022). *Samhälle*. Hämtad 2022-10-27 från [https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/samhälle](https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/samhalle).

Nord, L., & Strömbäck, J. (2012). Demokrati, medier och journalistik. I L.Nord & J. Strömbäck (Red.), *Medier och demokratin* (s.9-39). Lund: Studentlitteratur AB. Citat från s. 17.

Nord, L., & Strömbäck, J. (2017). *Mest spegelgestaltning och strukturell partiskhet - En analys av svenska valrörelsejournalistiken 2002-2014* (Demicom, 2017:33) Sundsvall: Demicom.

Nordicom. (2021). *MedieSverige 2021*. Göteborg: Göteborgs Universitet.

Nordicom. 2022. *Mediebarometern 2021*. Göteborg: Göteborgs universitet.

Novus. (2022). *Novus rapport: viktigaste politiska frågan augusti 2022*. Hämtad 2022-10-10 från <https://novus.se/wp-content/uploads/2022/08/novusviktigastefraganaugusti2022rapport.pdf>. Citat från s. 1.

Oscarsson, H. (2013). Väljarnas valrörelse. I J. Strömbäck & L. Nord, *Kampen om opinionen: politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 270-298). Stockholm: SNS Förlag.

Oscarsson, H., & Holmberg, S. (2016). Rörliga väljare. I H. Oscarsson & S. Holmberg, *Svenska väljare* (s. 149-166). Stockholm: Wolters Kluwer.

Ots, M. (2012). Mediernas ekonomiska villkor. I J. Strömbäck & L. Nord (Red.), *Medierna och demokratin* (s. 117-138). Lund: Studentlitteratur

Shehata, A. (2019). Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I J. Strömbäck & M. Karlsson. (Red.), *Handbok i journalistikforskning* (s. 337-348). Lund: Studentlitteratur AB.

Skatteverket. (u.å.). *Public service-avgift*. Hämtad 2022-12-14 från <https://skatteverket.se/privat/skatter/arbeteochinkomst/askattsedelochskattetabeller/publicserviceavgift.4.22501d9e166a8cb399f31dd.html>. Citat från s. 1.

Strömbäck, J. (2013). Den medialiserade valrörelsejournalistiken. I J. Strömbäck & L. Nord, *Kampen om opinionen: politisk kommunikation under svenska valrörelser* (s. 119-150). Stockholm: SNS Förlag.

Strömbäck, J., & Jendel, L. (2013). Medierna och opinionsmätningarna. I J. Strömbäck & L. Nord (Red.), *Kampen om opinionen* (s. 150-176). Stockholm: SNS förlag. Citat s. 151.

Strömbäck, J. (2019). Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I J. Strömbäck (Red.) & M. Karlsson, *Handbok i journalistikforskning* (s. 171-181). Lund: Studentlitteratur AB.

Svenska akademiens ordböcker. (2021). *Allmänhet*. Hämtad 2022-10-27 från <https://svenska.se/saol/?sok=allmanhet&pz=4>.

Svenska akademiens ordböcker. (2021). *Publik*. Hämtad 2022-10-27 från https://svenska.se/so/?id=164009_1&pz=3.

Svenska akademiens ordböcker. (2021). *Sakfråga*. Hämtad 2022-10-27 från <https://svenska.se/so/?sok=sakfraga&pz=1>.

SVT. (u.å.). *Bolagsstyrning*. Hämtad 2022-12-15 från <https://omoss.svt.se/svts-roll/organisation/bolagsstyrning.html>.

SVT. (2022). *Rapport och Aktuellt*. Hämtad 2022-11-08 från <https://kontakt.svt.se/guide/rapport-och-aktuellt>.

SVT. (2022). *Vad är SVT?*. Hämtad 2022-12-14 från <https://kontakt.svt.se/guide/vad-ar-svt>.

Telia Company. (u.å.). *Aktieägare*. Hämtad 2022-12-20 från <https://www.teliacompany.com/sv/om-foretaget/bolagsstyrning/aktieagare/>.

Telia Company. (u.å.). *Telia and TV4, MTV och C More – Tillsammans skapar vi magi*. Hämtad 2022-11-15 från <https://www.teliacompany.com/sv/bonnier-broadcasting/?fbclid=IwAR33y0zPKZ2B1m3oJWgVvMpGE6Nb2oT9xcd2qDDHnj7JWAIRsx1UGbYFGwI>.

Thelander, J. (2002, december). TV: televisionens historia i Sverige. *Populär historia*, 8. Hämtad 2022-12-16 från <https://populärhistoria.se/teknik/en-titt-pa-tv>.

Truedson, L. (2017). Misstron mot medier - en inledning. I L. Truedson. (Red.), *Misstron mot medier* (s. 7-16). Stockholm: Institutet för mediestudier.

TV4. (u.å.). *Den publicistiska grunden för nyhets- och samhällsjournalistiken på TV4*. Hämtad 2022-10-25 från tv4play.se/faq#humany-tv4play=/2086/den-publicistiska-grunden-for-nyhets-och-samhallsjournalistiken-pa-tv4/.

TV4. (2021). *Om TV4*. Hämtad 2022-10-08 från <https://www.tv4.se/artikel/3PIoIDF5ozXwqhPO45aWjV/om-tv4>.

Valforskningsprogrammet. (2020). *Väljarnas viktigaste frågor 1979-2018*. Hämtad 2022-10-11 från <https://www.gu.se/sites/default/files/2020-03/2020%204%20Viktiga%20fra%CC%8Agor%20fo%CC%88r%20partivalet%201979-2018.pdf>.

Valmyndigheten. (2022). *Valresultat 2022*. Hämtad 2022-12-13 från <https://www.val.se/valresultat/riksdag-region-och-kommun/2022/valresultat.html>.

Wadbring, I. (2014). Journalistiken roll i en fragmenterad medievärld. *Ikaros 14(3-4)*, s. 9-10.

Weibull, L., & Wadbring, I. (2020a). 300 år med svenska dagstidningar. I L. Weibull & I. Wadbring, *Det svenska medielandskapet: traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens* (s. 23-45). Stockholm: Liber.

Weibull, L., & Wadbring, I. (2020b). Ett sekel med etermedier. I L. Weibull & I. Wadbring, *Det svenska medielandskapet: traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens* (s. 48-68). Stockholm: Liber.

Weibull, L., & Wadbring, I. (2020c). Mediernas villkor på 2010-talet. I L. Weibull & I. Wadbring, *Det svenska medielandskapet: traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens* (s. 87-113). Stockholm: Liber.

12. Bilagor

Kodbok

Hannah Zemack och Hannah Andersson

Urval av medier:

- TV4nyheterna, 19.00
- Rapport, 19.30

Tidsperiod:

- 10 augusti 2022 - 10 september 2022

Urval innehållsmässigt:

- Nyhetsinslag som ligger under den "politiska" vinjetten eller motsvarande
- Eller, på något sätt kopplar till valrörelsen gällande sakfrågor

Basinformation:

V1. DVD-nummer

- 1.D22867
- 2.D22873
- 3.D22876

V2. TV-program

- 1.Rapport, 19.30
- 2.TV4nyheterna, 19.00

V3. Månad

- 1.Augusti
- 2.September

V4. Dag

- 1-31

V5. Tid inslag startar (min+sek)

V6. Tid inslag slutar (min+sek)

V7. Journalistisk genre

- 1.Nyhetsinslag
- 2.Analys/perspektiv/motsvarande
- 3.Intervju
- 4.Sakpolitisk guide
- 5.Fristående opinionsredovisning
- 6.instruktivt inslag

7. Nyhetsinslag med intervju

Journalistisk synlighet:

V8. Förekommer en studiointervju med journalistisk aktör?

0.Nej

1.Ja

V9. Intervjuar nyhetsankaret en reporter på fältet?

0.Nej

1.Ja

V10. Förekommer studiointervju med politisk aktör?

0.Nej

1.Ja

V11. Vem får säga det avslutande ordet i inslaget?

1.Journalist

2.Politiker

3.Annan

Opinioner och opinionsmätningar:

V12. Redovisas opinionsundersökningsresultat?

0.Nej

1.Ja

V13. Om ja, vad är opinionsundersökningens huvudsakliga objekt?

1.Partisympti

2.Politikersympti

3.Sakfrågor

4.Regeringsalternativ

5.Annat

V14. Om ja, Redovisas frågeformulering?

0.Nej

1.Ja

V15. om ja, Är medier ifråga uppdragsgivare för opinionsundersökningen?

0.Nej

1.Ja

99. Okodkbart

Journalistikens form och stil:

V16. Journalistisk förhållningssätt?

- 1.Beskrivande
- 2.Tolkande
- 99.Okodbart

V17. Förekommer tydligt värderande kommentarer eller uttalanden från journalistens sida?

- 0.Nej
- 1.Ja
- 99.Okodbart

Journalistikens gestaltningar:

V18. Journalistisk gestaltning i inslaget?

- 1.Sakgestaltning
- 2.Spelgestaltning
- 3.Annan

V19. Dominerande journalistisk gestaltning?

- 1.Sakgestaltning
- 2.Spelgestaltning
- 99. Går inte att avgöra

Vid Spelgestaltning (endast vid spelgestaltning V19):

V20. Förekommer referens till vinnare och förlorare bland politiska partier eller politiker?

- 0.Nej
- 1.Ja

V21. Förekommer referens till politikernas eller partiernas strategier för att vinna val, förhandlingar eller debatter?

- 0.Nej
- 1.Ja

V22. Förekommer språklig referens till sport eller krig?

- 0.Nej
- 1.Ja

V23. Förekommer referens till hur en politisk aktör framträder, arbetar eller sköter sitt uppdrag?

- 0.Nej
- 1.Ja

Innehåll:

V24. Sakfråga

1. Jordbruk, skogbruk, fiske, jakt
2. Sysselsättning och näringspolitik
3. Ekonomi och finanspolitik
4. Regionalpolitik
5. Skattefrågor
6. Familjepolitiska frågor
7. Vårdfrågor
8. Socialpolitiska frågor
9. Skol- och utbildningspolitiska frågor
10. Kultur- och fritidsfrågor
11. Bostadsfrågor
12. Miljöfrågor
13. Religion
14. Massmedier
15. Kommunikationsfrågor
16. Invandrings- och flyktingfrågor
17. Kommunalpolitiska frågor (inkl tekniska frågor såsom vatten, avlopp mm)
18. Polis och rättsväsende/lag och ordning
19. Försvarsfrågor
20. Utrikespolitiska frågor
21. Arbetslivsfrågor
22. EU-frågor
23. Demokrati- och inflytandefrågor
24. Regeringsfrågan
27. Löntagarfonder
28. Jämställdhet/jämlikhet
29. Byråkratifrågor
30. Energipolitik
31. Allmänideologiska frågor
32. Valrörelse som företeelse
33. Aktörerna i valrörelsen
34. Skandaler, affärer
35. Opinionsundersökningar
36. Äldreomsorg
99. Övrigt, Annat

Perspektiv:

V25. Perspektiv

1. Riks

- 2.Region
- 3.Kommunal
- 4. Utrikes

V26. Lokalt/regionalt perspektiv?

- 0.Nej
- 1.Ja