

JMG

Kandidatuppsats
Journalistprogrammet VT 2012
Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
Göteborgs universitet

Ytans påverkan på djupet

En kvantitativ studie av
landsortspressens övergång till tabloidformat

Författare: Jon Weihard, jon.w@student.gu.se, Carl Henrik Larsson, guscarlhla@student.gu.se
Handledare: Johannes Bjerling



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Ytans påverkan på djupet – En kvantitativ studie av landsortspressens övergång till tabloidformat

Written by: Jon Weihard & Carl Henrik Larsson.

Bachelor's degree of Journalism

Department of Journalism, Media and Communication.

Spring term 2012

University of Gothenburg.

Our purpose with this study is to examine how the format change of Swedish province press has affected the news articles in regards of tabloidization. We also aim to examine if a tabloidization of the format is causing the tabloidization of news to accelerate. By doing this we shed light upon an important, current matter in the media landscape. If a tabloidization of news is proceeding as a result of a format change it is important to make the public aware of this in order for them to understand the logic upon which media is produced. A tabloidization, and therefore; a commercialization of news is a significant change to the traditional Swedish morning press and therefore needs to be enlightened. What this possible tabloidization will mean for society, democracy and the media is also discussed but not emphasized.

We lean upon both Swedish and international media studies and theories. These include, for example, Howard Kurtz', Frank Esser's and Colin Sparks' theories and definitions of tabloidization. We also include and consider Jesper Strömbäck's and Anna Maria Jönsson's theories of commercialization. We have examined three Swedish newspapers from the province press; Jönköpingsposten, Bohusläningen and Hallandsposten. Jönköpingsposten is still printed in the broadsheet format while the other two newspapers have gone through a format change. Jönköpingsposten thus take the role of a reference point which, by our hypothesis, should show a lower degree of tabloidization than the other newspapers. The study has been carried out by using a quantitative content analysis. Our method of doing this is by analyzing the news articles from both before and after the format change by using 12 variables. These variables are designed with three different theories of tabloidization in mind; trivialization, visualization and personalization.

Our main result shows that a tabloidization of the format does not guarantee a higher degree of content tabloidization. This shows that there are far more complex, internal or external, influences which determine the level of tabloidization in the Swedish province press.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Inledning	1
1.2. Syfte och frågeställningar	1
2. Teori och tidigare forskning	3
2.1. Inledning	3
2.2. Trivialisering	3
2.3. Visualisering	5
2.4. Personifiering	5
2.5. Tidigare studier av 00-talets formatövergångar	6
3. Metod, material och design	8
3.1. Valet av kvantitativ innehållsanalys	8
3.2. Urval och avgränsning	9
3.3. Studiens tidningar	9
3.4. Studiens design	10
3.5. Reliabilitet	13
3.6. Validitet	14
4. Resultat	15
4.1. Inledning	15
4.2. Resultat av trivialisering	16
4.2.1. Tidningarnas resultat	16
4.2.2. Hypotesprövning	17
4.2.3. Sammanfattning	19
4.3. Resultat av visualisering	20
4.3.1. Tidningarnas resultat	20
4.3.2. Hypotesprövning	22
4.3.3. Sammanfattning	22
4.4. Resultat av personifiering	23
4.4.1. Tidningarnas resultat	23
4.4.2. Hypotesprövning	24
4.4.3. Sammanfattning	24
5. Sammanfattning och analys	25
Litteraturförteckning	29
Bilagor	32
Kodschema	32

1. Inledning

Under 00-talet genomfördes en stor reform av många svenska dagstidningar. Flertalet kastade ut det gamla fullformatet och det nya tabloidformatet vann mark över hela landet. Svenska dagbladets övergång till tabloid år 2000 blev banbrytande och trendsättande. Fyra år senare följde tre andra svenska tidningsjättar efter. Den 5 oktober 2004 övergick Dagens nyheter, Göteborgsposten och Sydsvenskan till tabloid. Den stora reformen var därmed igång och de följande åren bytte en klar majoritet av de svenska dagstidningarna till det mindre formatet. Vad det inneburit för den faktiska journalistiken har därefter diskuterats flitigt.

Det mest centrala begreppet i vår undersökning är tabloidisering. Tabloidisering av en tidnings innehåll innebär att det, i enighet med marknadskrafter, anpassas för att locka så många läsare som möjligt. Därför går tabloidiseringsbegreppet också hand i hand med det närbesläktade begreppet kommersialisering som handlar om att media fokuserar allt mer på att generera vinst (Strömbäck et al, 2005). Tabloidiseringen kan innebära flera olika innehållsliga förändringar. Dessa kan exempelvis vara en förskjutning från hårda till mjuka nyheter (Kurtz, 1994), en ökad fokusering på bildmaterial (Esser, 1999) och en ökad personifiering (Strömbäck et al, 2006: 20).

Milder konstaterar i sin studie av Dagens nyheter övergång att det finns "tendenser som pekar på att Dagens Nyheter går mot en tabloidisering, kommersialisering och en marknadsstyrd journalistik." (Milder, 2007, s. 24). Även Clendinnings studie (2007) av Dagens nyheter, Göteborgspostens och Sydsvenskans förstasidor, före och efter övergången till tabloidformatet, tyder på att formatbytet inte bara innebär en visuell skillnad utan även har påverkat det journalistiska innehållet som tenderar att tabloidiseras. Men Milders och Clendinnings undersökningar fokuserar endast på de tre största morgontidningarna i Sverige. Hur övergången till tabloidformatet har påverkat det journalistiska innehållet i landsortspressen är fortfarande till stora delar outforskat. Därför är det intressant att undersöka vilken påverkan tabloidövergången har haft på landsortspressens innehåll.

1.2. Syfte och frågeställningar

Att undersöka om en tabloidisering har ägt rum är relevant eftersom en ökad tabloidisering innebär en tydlig avvikelse från det traditionella journalistiska idealet om den oberoende journalisten i samhällets tjänst. Om journalistiken blir mer marknadsdriven får det även konsekvenser för journalistikens roll som granskande samhällsinstitution. Djupsund och Carlsson (1998) lyfter fram den negativa aspekten av om det sker en tabloidisering av journalistiken. Enligt Djupsund och Carlsson blir den samhälleliga journalistiken lidande och får lämna plats för nöjesjournalistiken. Det menar Djupsund och Carlsson också försämrar medborgarnas tillgång till viktig samhälls-

information, något som i förlängningen också förväntas skada demokratin.

Men det kan också finnas positiva sidor av en tabloidisering. Genom att den till sin form är mer lättillgänglig och kan den attrahera och engagera fler människor (Gripsrud, 2000: 297-299). Gripsrud lyfter också fram exemplet att den tabloidiserade journalistiken ofta har ett ”bottom up”-perspektiv. Det leder till att den tabloidiserade journalistiken oftast tar den vanliga människans parti och har något som Gripsrud kallar för ett nyttigt myndighetsförakt (Gripsrud, 2000: 297-298).

Om en tabloidisering är positiv eller negativ för samhället är svårt att veta. Klart står dock att det innebär en tydlig skillnad i hur medierna arbetar och presenterar det journalistiska materialet. En skillnad som också sätter avtryck i samhället och därmed också påverkar den politiska och demokratiska sfären.

Huvudsyftet med den här uppsatsen är alltså inte att normativt diskutera om tabloidiseringen är bra eller dålig. Vårt mål är istället att kumulativt definiera begreppet tabloidisering och använda denna definition för att undersöka hur utbrett fenomenet är inom den svenska landsortspressen.

Undersökningens huvudsakliga frågeställningar lyder som följer:

- Hur har övergången till tabloidformat påverkat tabloidiseringen av den svenska landsortspressens nyhetsmaterial?
- Innebär en övergång till tabloidformat en snabbare ökning av tabloidiseringen?

Hur vi kommer att operationalisera vår undersökning för att kunna besvara våra frågeställningar kan läsas i studiens metoddel. Våra slutgiltiga svar på frågeställningarna presenteras i undersökningens sista stycke; sammanfattning och analys.

2. Teori

2.1. Inledning

Fenomenet tabloidisering ses av många som ett resultat av en mer kommersialiserad tidningsmarknad som i kapplöpningen efter en bredare läsargrupp anpassar journalistiken därefter (se exempelvis Esser, 1991: 291; Strömbäck et al, 2006:9).

Många artiklar har skrivits kring tabloidisering som begrepp för att beskriva innehållsförändringen av en tidning (se exempelvis Djupsund & Carlsson, 1998; Esser, 1991; Gripsrud, 2000; McLachlan & Golding, 2000; Sparks, 2000; Uribe & Gunter 2004; Winston, 2002).

Esser (1999) betonar att eftersom att tabloidisering är en komplex process är det viktigt att mäta den ur ett multidimensionellt perspektiv. I den här studien håller vi oss till tre tydligare faktorer för att mäta tabloidiseringen: (1) trivialisering, (2) visualisering och (3) personifiering.

Trivialisering syftar till förändringen från mjuka till hårda ämnen (Djupsund & Carlsson, 1998; Kurtz, 1994; McLachlan & Golding, 2000; Sparks, 2000).

Visualiseringen inriktar sig på den formmässiga förändring där bild och grafik tar plats på bekostnad av text (Djupsund & Carlsson, 1998; McLachlan & Golding, 2000; Uribe & Gunter, 2004).

Den sista och tredje punkten, personifiering, härleds från den förändring av på vilka personer och hur de fokuseras i artiklarna (Esser, 1999; Gripsrud, 2000, Sparks, 2002)

Var och en av de tre egenskaperna, trivialisering, visualisering och personifiering, kommer att grundligt förklaras nedan. Genom att sätta tydliga riktlinjer för vad som kännetecknar tabloidisering ämnar den här studien kunna lyfta upp hur tabloidiseringsprocessen ser ut i den svenska landsortspressen.

2.2. Trivialisering

En stor del av teorierna kring tabloidisering handlar om vilka ämnen som tillåts få mer plats och vilka som får stryka på foten. Trivialisering är också ett av de allra mest centrala begreppen för det vi brukar kalla för tabloidisering vilket också märks i forskningen på området. Många forskare talar om en övergång från hårda nyheter till mjuka nyheter (Kurtz, 1994; Esser, 1999: 223; Reinemann et al, 2011). Dessa två begrepp kommer vi också att använda oss av i vår resultatredovisning. Denna ämnesmässiga tendens är en av grundpelarna när tabloidisering ska definieras. Generellt är man också överens om vilka ämnen det handlar om. Kort sagt kan man beskriva trivialisering med att politik, ekonomi och komplexa samhällsfrågor får lämna plats till förmån för lättare nyheter.

Exempel på dessa kan enligt Djupsund och Carlson (1998: 52) vara sport, dramatiska nyheter, brott, olyckor, underhållning, kultur, livsstil, människors vardagsliv, kändisar och sensationer. Deras beskrivning säger också att utvecklingen går mot ”soft news”, ”human interest” och ”infotainment”.

När det gäller trivialisering finns det en god forskningsbakgrund att stå på. Längre ner i texten redovisas ett antal medieforskares syn och definitioner kring det hela. I grund och botten handlar dessa forskares teorier om att dagstidningen i och med tabloidisering blivit mer marknadsanpassad. Tidningarna drivs alltså inte längre med politiska eller andra principiella krafter i lika hög utsträckning. Efter en tabloidisering är det i stället marknaden, publikens intresse, som är i fokus och styr nyhetsförmedlingen (Strömbäck, 2006: 22).

Djupsund och Carlson, som undersökt förstasidor i svensk och finländsk regional- och rikspress, använder sig av begreppet ”trivialisering” för att beskriva tidningarnas ämnesfördelning efter en tabloidisering. Vidare tar de också upp detta som en negativ aspekt när de säger att det *”urholkar medborgarnas förutsättningar att erhålla kunskap som är relevant för att kunna följa med och delta i det samhällsliga beslutsfattandet”* (Djupsund & Carlson, 1998:53). Med bland annat Gripsrud hävdar positiva aspekter som att en trivialisering och en förenkling av nyhetsmaterialet gör att fler tilltalas och därmed tar del av den samhällsliga informationen som förmedlas (2000: 297-299).

Djupsund och Carlsons undersökning hittade vissa tendenser som bekräftade en utveckling mot trivialisering. Däremot gjordes inte denna undersökning vid ett formatskifte utan undersökte istället tabloidiseringstendenser för fullformatstidningar under en längre tidsperiod (1982 till 1997). Vår undersökning vill istället eliminera tiden som variabel och isolera formatövergången som en grund för undersökningen.

Andra forskare har definierat fenomenet snarlikt. Den amerikanske journalisten Howard Kurtz sammanfattar fenomenet så här: *”A decrease in hard news such as politics and economics and an increase in soft news such as sleaze, scandal, sensation and entertainment”* (Kurtz 1994). Medieprofessor Colin Sparks är inne på samma spår: *”It devotes relatively little attention to politics, economics and society and relatively much to diversions like sports, scandal and popular entertainment”* (Sparks, 2000: 10). Vidare beskriver journalisten Marvin Kalb utvecklingen som: *”a downgrading of hard news and upgrading of sex, scandal and infotainment”* (Esser, 1999:292). Shelley McLahlan & Peter Golding skriver: *”More human interest/entertainment news stories, fewer political/parliament stories”* (2000, 78).

Typen av artiklar som sägs öka i frekvens vid en tabloidisering spelar på människors omedelbara nyfikenhet och fångar därmed deras uppmärksamhet (Strömbäck et al, 2005:17). Nyheterna kräver inte heller mycket engagemang eller kunskap från läsarna och passar väl in i medielogiken. Dessutom är de i regel förhållandevis billiga att producera (Strömbäck et al, 2005:17).

2.3. Visualisering

Visualiseringen av nyhetsinnehållet innebär att bild och grafik tar allt större plats på bekostnad av text. Det är McLachlan och Golding (2000) som lyfter fram aspekten i sin studie av tabloidiseringen i fem brittiska tidningar. Enligt McLachlan et al bygger det på antagandet om att tabloidiseringen innebär en förenkling av innehållet, på bekostnad av komplexitet, vilket bland annat yttrar sig i form av en, för läsaren, mer tilltalande layout i form av mer bild och grafik på bekostnad av text (2000: 76-78).

Djupsund och Carlsson (1998: 52-54) lägger fram flera olika förklaringar till varför det sker en visualisering av innehållet. En första förklaringsfaktor är den ökade konkurrensen som medierna utsätts för. Konkurrensen gör att pressen på tidningarna blir större och för att konkurrera om så många läsare som möjligt försöker de tillhandahålla en lättillgänglig och tilltalande produkt (Strömbäck et al, 2006). McLachlan et al (2000) lyfter även fram det ökade tv-tittandet som en förklaring eftersom det har fått tidningsföretagen att göra antagandet att det även krävs en mer visualiserad tidning för att konkurrera om den moderna mediekonsumenten.

Ytterligare anledningar är en influens av modet från den amerikanska tidningsmarknaden och den ökade prestige i att visa upp en visuellt begåvad produkt som ett bevis på hantverksskicklighet. Det sistnämnda är något som har påverkats tydligt av den förändrade tekniken vid framställande av tidningen (Djupsund et al, 1998: 53).

Djupsund et al, som har en normativ demokratiteoretisk förankring i sin studie, lyfter fram den eventuella faran som en ökad visualisering kan innebära för att viktig samhällsinformation åsidosätts till fördel för en mer lättillgänglig och snabbläst tidning (Djupsund et al, 1998: 53).

Även Uribe och Gunter (2004) använder sig av Djupsunds et al:s teori om form som en del av sin studie av brittiska tabloidtidningars utveckling under 1990-talet. Uribe et al väger dock även in rubrikernas storleksökning när de undersöker hur formen har förändrats (Uribe et al, 2004:393).

2.4. Personifiering

En ökad personifiering är en viktig indikator på en ökad tabloidisering. Som Esser (1999) konstaterar är tabloidisering en komplex process som bäst studeras genom ett multidimensionellt perspektiv. Därför innehåller den här kvantitativa innehållsanalysen även begrepp som personifiering, utöver tabloidiseringens två huvudpunkter trivialisering och visualisering. Sparks (2000: 10) tar upp att med en ökad tabloidisering förskjuts fokus från det offentliga till det privata. Privatlivet får ett allt större fokus, något som gäller såväl kändisar som privatpersoner. Exempelvis flyttas perspektivet från tjänstemannens officiella utlåtande till den drabbades mening om situationen.

Även Gripsrud (2000: 297-299) tar upp personifiering som en del av den populariserade journalistiken som medföljer tabloidiseringen. Han lyfter också fram att det inte är negativt i alla lägen. Enligt Gripsrud är den sortens journalistik ofta fylld med en nyttig brist på respekt för myndigheter vilket leder till att även den lilla människans perspektiv lyfts fram.

"It takes, if not all sorts, then at least many sorts of Journalism to make a democratic media system work as it should. Those of us who (rightly) critique the negative effects of increasingly profit-hungry journalistic media must bear in mind the need for such elementary pluralistic generosity in order to be considered worth listening to." (Gripsrud, 2000: 299)

Med en personifierad tidning får färre personer komma till tals i varje artikel. Det grundar sig i teorier kring bland annat snuttifiering (Ingelstam, 1988:47) som innebär att informationsförmedling blir allt mer fragmentariskt och förpackad i mindre texter. Inbakat i begreppet ökande tabloidisering finns också en tanke om en parallellt ökande kommersialisering av medieinnehållet. Detta beskrivs bland annat av Strömbäck och Jönsson: *"Ibland används begreppet tabloidisering mer eller mindre synonymt med kommersialisering för att beskriva en utveckling mot en säljande journalistik med vissa karaktäristika"* (2006: 9).

Kravet på en snabbare nyhetsförmedling för att stå sig i konkurrensen är också ett skäl till att anta att antalet personer som får uttala sig i media över tid minskar. Men enligt Strömbäck et al:s definition av personifiering kan den också innebära att tidningen lyfter fram specifika case i högre utsträckning än tidigare (2006: 20). Personifierade nyheter skall alltså tendera att fokusera mer på en individ och därmed hämta citat från i huvudsak denna person.

2.5. Tidigare studier av 00-talets tabloidövergångar

Det finns många olika studier som fokuserar på morgontidningarnas breda övergång till tabloid under 00-talet. Trenden startades av Svenska dagbladet som bytte från fullformat till tabloid år 2000 (Sternvik, 2007: 100). Den femte oktober 2004 följde Dagens nyheter, Sydsvenskan och Göteborgsposten efter och började ge ut tidningarnas alla delar i tabloidformat. Nu var bollen i rullning och många landsortstidningar tog efter tidningsdrakarnas exempel (Sternvik, 2007: 100-101).

Josefine Sternviks avhandling *"I krympt kostym – morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser"* är en av de senaste och djupaste avhandlingarna av tabloidiseringen av de svenska morgontidningarna. Studien är genomförd på både tidnings- och läsarnivå (Sternvik, 2007: 48). Studien fokuserar framförallt på rikstidningarna och regiontidningarna Dagens nyheter, Göteborgsposten, Sydsvenskan, Borås tidning, Nerikes allehanda och Sundsvalls tidning (Sternvik, 2007: 53). Enligt Sternviks studie är tendensen att formatbytet innebär ett minskat sidantal, mindre

utrymme för det redaktionella materialet och en större andel bilder (Sternvik, 2007: 281-282). Men enligt studien är variansen stor och främst är det formen som har förändrats medan de innehållsliga förändringarna är otydligare (Sternvik, 2007: 282). Det som skiljer Sternviks avhandling från vår studie är att vi riktar in oss på den svenska landsortspressen. Vi har heller ingen ambition att uttala oss om tidningarnas överlevnad. Vårt fokus ligger enbart på tabloidövergångens påverkan på det journalistiska innehållet och formen.

Clendinnings uppsats ”Tabloid=Tabloidisering” från 2007 fokuserar framförallt på förändringen av förstasidorna och språket i huvudnyheterna i samband med Dagens nyheter, Göteborgspostens och Sydsvenskans övergång till tabloidformatet. Clendinning konstaterar i sin slutdiskussion att det är möjligt att tidningarna har genomgått en viss tabloidisering. Framförallt är det förstasidan som har genomgått en ämnesförskjutning medan huvudnyheterna inte har förändrats markant. Samtidigt konstaterar Clendinning att det behövs mer forskning för att kunna uttala sig med större säkerhet (Clendinning, 2007: 67).

3. Metod, material och design

3.1. Valet av kvantitativ innehållsanalys

Valet av en kvantitativ innehållsanalys grundar sig i vår ansats att kunna genomföra en generaliserbar undersökning. Den omfattande insamlingen av likvärdiga och jämförbara uppgifter (Esaiasson et al, 2012: 197) som den kvantitativa innehållsanalysen innebär ger möjligheten till en bred bild av fenomenet man undersöker (Esaiasson et al, 2012: 223-224). För att kunna uttala oss om populationen svenska landsortstidningar och inte bara om de analysenheter vi gått igenom, anser vi alltså att den kvantitativa metoden är att föredra. Först och främst får vi ett betydligt större antal analysenheter. Detta är av största vikt för undersökningen, som inte ämnar gå in på djupet, utan istället fokuserar på att hitta samband och olikheter i en stor mängd data.

Dessutom undersöker vi en väldigt stor del av de enskilda tidningarna. Skilda ämnen, sidor, artiklar och journalistik. Det är helt enkelt många variabler som måste undersökas för att vi ska kunna uttala oss om tidningarna som helhet. Därmed krävs en övergripande undersökning för att kunna pröva våra hypoteser. Studien är alltså frekvensinriktad och med hjälp av mekaniskt räknande (Esaiasson et al, 2012: 198) via SPSS kan resultat och frekvenser enkelt tas fram.

Vid en kvalitativ innehållsanalys hade vi fått svårt att få en övergripande bild av alla kategorier och ännu svårare att kunna generalisera dem vidare. Det är också här som den största fördelen med den kvantitativa analysen går att finna. Dessutom anser vi också att vi lättare kan argumentera för en högre reliabilitet och validitet vid denna typ av innehållsanalys. En kvalitativ undersökning innebär exempelvis större svårigheter med att bevisa en hög interkodarreliabilitet. Mer om detta i stycket om validitet och reliabilitet.

Vid en kvalitativ analys hade analysenheterna blivit färre till antalet och därmed hade grund saknats för att kunna redogöra för de frekvenser vi eftersökt. Däremot hade en kvalitativ analys kunnat ge en mer finkalibrerad och djupgående undersökning av artiklarna. Vi hade också fått lättare att ”läsa mellan raderna” och kanske kunnat se andra tecken på tabloidisering än de vi definierat utifrån våra variabler. Men med hjälp av våra definitioner av tabloidisering anser vi att en kvantitativ undersökning snappat upp de mest centrala tecknen.

Det har påståtts att den kvantitativa metoden handlar om att räkna medan den kvalitativa handlar om att tolka (Esaiasson et al, 2012: 198). Detta förnekas dock av Esaiasson m.fl., som menar att den kvantitativa innehållsanalysen kräver ett stort mått av förberedande tolkningsregler (Esaiasson m.fl, 2012: 198). Detta är någonting vi har lagt mycket kraft på, och vi har varit noga med att inte börja koda artiklar innan vår idé och vårt kodschema varit helt cementerat. Denna förberedande arbete med tolkningsregler var viktig för att kunna säkerställa en hög validitet och reliabilitet i vår analys.

3.2. Urval och avgränsning

Studiens urval handlar främst om valet av analyspunkter och analysenheter. Med andra ord vilka datum som ska undersökas och vilka artiklar i tidningarna som skall kodas. Våra analyspunkter utgår från oktober månad. Anledningen är främst att oktober är en relativt neutral månad där inga storhelger eller andra händelser tar för stor plats och gör resultaten svårgeneraliserade. När det gäller valet av analysenheter har vi tänkt följande. Den tabloidisering vi vill undersöka är tabloidiseringen i det journalistiskt producerade materialet. Vi har utifrån detta bestämt vilken typ av artiklar vi vill koda och inte.

Artiklar som ingått i vår undersökning är nyhetsartiklar, featureartiklar, krönikor på nyhetsplats, porträtt, enkäter, ”hallå där”-artiklar, kåserier, ”polisronden” och recensioner. Utöver detta har vi vissa artiklar fallit in under kategorin ”övrigt”. Artiklar som vi däremot inte kodat är ledar- eller debattsidor, insändare, annonser, börsen, bilagor med mindre utgivningsfrekvens än en gång per vecka, kort evenemangsupplysning, serier, korsord, tv-tablåer, sportens spel- och resultatredovisning, födelsedags-, bröllops-, förlovnings- eller barnfödelseinsändare, dödsrunor, dagens namn samt tidningens förstasida.

Argumentet för att inte inkludera ledar-, debatt och insändarsidor grundar sig helt i enkelt i att vi vill undersöka den nyhetsförmedlande journalistiken och hur den påverkats av en eventuell tabloidisering. Att exkludera förstasidan motiverar vi med att de nyheter som förekommer där också förekommer i tidningen och därmed ändå blir inkluderade. Det finns också en risk att resultatet kunnat bli något skevt om man tog med puffar och liknande till artiklar som sedan räknas också i tidningen. Bilagor med mindre utgivningsfrekvens än en gång per vecka kodade vi inte eftersom det i slutändan inte skulle ge en rättvisande bild av tidningarna.

Vi har genomfört en undersökning som baserar sig på ett strategiskt urval (Esaiasson et al, 2012: 154). Närmare bestämt har vi genomfört en undersökning med ett strategiskt urval baserat på typiska fall inom populationen. Dessa typiska fall är alltså Bohuslänningen och Hallandsposten. Jönköpingsposten har funktionen som en referenspunkt som inte genomgått någon formatförändring. Normalt sett är strategiska urval sämre lämpade för en stor generalisering än slumpmässiga urval (Esaiasson et al, 2012: 171). Men, undersökningar som denna kräver att urvalen passar in på väldigt många plan gällande formatövergångsår, upplaga och annat. Därför kräver genomförandet att analysenheterna väljs strategiskt.

3.3. Studiens tidningar

Jönköpingsposten är en av få svenska morgontidningar som fortfarande trycks i fullformat. Den särskiljer sig också genom att den inte heller har någon webbplats med uppdaterade nyheter. I stället

erbjuds endast en nätversion av papperstidningen till prenumeranter. Tidningen titulerar sig själv på sin hemsida som ”oberoende moderat” och ägs av Herenco-koncernen. Tidningen ges ut sex dagar i veckan, har en upplaga på 34 400 exemplar per utgivningsdag och en räckvidd på 64,9 procent i sin arbetsmarknadsregion. Hushållstäckningen i utgivningskommunen är 49,2 procent per vardag (www.tidningsstatistik.se). Jönköpingsposten har även sju lokalkontor i Småland (www.jonkopingsposten.se). Tidningen är den i särklass största i Jönköpingsområdet.

Bohusläningen är en oberoende liberal morgontidning som ges ut från Uddevalla. Tidningen har sex övriga lokalredaktioner och ges ut i 28 700 exemplar sex dagar i veckan. Räckvidden i arbetsmarknadsregionen är 61,5 procent och hushållstäckningen i utgivningskommunen är 54,8 procent (www.tidningsstatistik.se). Övergången till tabloid genomfördes den sjunde oktober 2003, vilket gör den till den tidning i vår undersökning som först gick igenom ett formatbyte. Bohusläningen är den ohotat största tidningen i Uddevallaområdet.

Hallandsposten gick över till tabloidformatet den 13 februari 2007. Tidningen har sitt säte i Halmstad och är liksom Bohusläningen obundet liberal. Den ges ut i 30 000 exemplar sex dagar i veckan, har en räckvidd på 61,5 procent i arbetsmarknadsregionen och en hushållstäckning på 54,1 procent i utgivningskommunen (www.tidningsstatistik.se). Hallandsposten är dominerande förstatidning i området kring Halmstad.

3.4. Studiens design

Studien är noga designad för att fånga upp och kartlägga eventuella förändringar av det journalistiska innehållet i samband med formatbyte. I fokus står studiens definition av begreppet tabloidisering, som utformats kumulativt efter tidigare forskares teorier och resultat. Variabler och variabelvärden är utvalda för att kunna påvisa de tydligaste egenskaperna inom begreppet tabloidisering.

Studien är tydligt hypotesprövande och består av hypoteser på flera olika nivåer. Som tidigare nämnt är grundantagandet för studien att en tabloidisering av en tidnings format även innebär en tabloidisering av tidningens innehåll. Vi gör antagandet om att det sker en gradvis och generell tabloidisering över tid och har därför valt att använda Jönköpingsposten som en referenspunkt.

Med ovan givet antagande utvecklas alltså hypotesen till att alla tre tidningar kommer att tabloidiseras mellan mätpunkterna men att tidningen som genomgått en övergång till tabloid kommer att påvisa en större förändring. Formatbytet antas fungera som en katalysator för tabloidiseringen av innehållet.

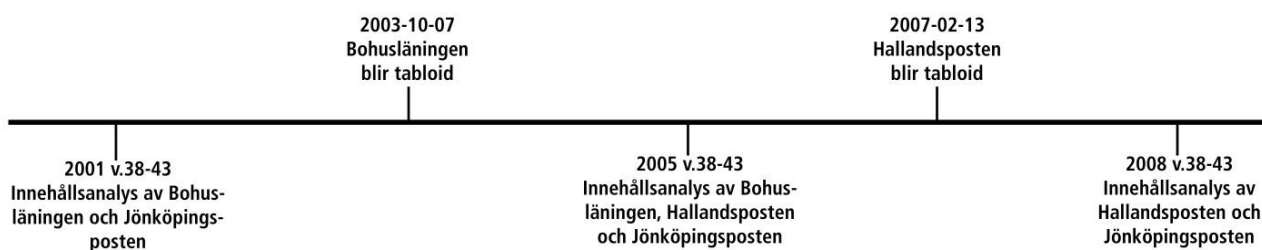
Utifrån våra grundantaganden har vi valt att studera tre olika tidningar. Två som har genomgått ett formatbyte till tabloid: Bohusläningen och Hallandsposten, och en som fortfarande är fullformat:

Jönköpingsposten. En kvantitativ innehållsanalys har genomförts av innehållet från en syntetisk vecka 16 till 24 månader innan tabloidövergången och från en syntetisk vecka 20 till 24 månader efter övergången till tabloid. För att ha en referenspunkt innehåller studien även en kvantitativ innehållsanalys av Jönköpingsposten från samma dagar. Totalt kodades 4574 artiklar från de tre olika tidningarna.

Tabell 3.1. Formatövergångar, mätpunkter och hypoteser.

	Tabloidformat	Undersökt	Hypotes
Jönköpingsposten	Nej	2001, 2005, 2008	Kommer uppvisa en ökad tabloidisering över tid.
Bohusläningen	7/10-2003	2001, 2005	Mellan 2001 och 2005 kommer Bohusläningens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är <i>större</i> än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.
Hallandsposten	13/2-2007	2005, 2008	Mellan 2005 och 2008 kommer Hallandsposten formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är <i>större</i> än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.

Tabell 3.2. Tidslinje över formatövergångar och mätpunkter.



Valet att undersöka en syntetisk vecka inom 16 till 24 månader före och efter övergången bygger på att urvalet ska vara representativt för urvalet i stort. Genom att sprida ut dagarna över en längre tidsperiod, sex veckor, med hjälp av lottning blir resultatet mer representativt för tidningarna över hela året och ger förhoppningsvis en generell bild av tidningarnas nyhetsbevakning över hela året.

16 till 24 månaders distans till tabloidövergången är viktigt för att formatets förändring verkligen har fått fäste i tidningen. Att det dessutom finns en viss distans innan verkar för att tidningen inte redan har börjat förändras inför det kommande formatbytet.

Fyra år mellan mätpunkterna, som i fallet med Bohusläningen, kan verka som en lång tid som öppnar för många alternativa bakgrundsvariabler än själva formatövergången. Men genom att använda Jönköpingsposten som referenspunkt så hamnar ändå fokus på formatbyte och tidsaspekten kan förväntas spela en mindre roll. Viktigt att påpeka är att studien inte går ut på att visa på att det har skett en generell tabloidisering utan syftar till att undersöka om formatövergången har

påskyndat tabloidiseringsprocessen.

Från resonemanget utkristalliserar sig följande tre hypoteser:

Hypotes 1: Alla tidningar kommer uppvisa en ökad tabloidisering över tid.

Hypotes 2: Mellan 2001 och 2005 kommer Bohusläningens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är *större* än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.

Hypotes 3: Mellan 2005 och 2008 kommer Hallandspostens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är *större* än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.

Vid valet av variabler har vi först och främst utgått från de teoretiska bakgrundsbegreppen trivialisering, visualisering och personifiering.

Som tidigare nämnt innebär begreppet trivialisering att det sker en förskjutning i ämnesfördelning från hårda ämnen som politik och ekonomi till mjuka ämnen som sport och brott. Eftersom trivialisering är en bärande huvudpunkt i tabloidiseringsbegreppet har det varit självklart att ge plats för en ämnesbedömning i den genomförda kvantitativa innehållsanalysen. För att underlätta kodningen och kunna göra tydliga avdelningar har vi valt att utgå från ett brett spektrum av variabelvärden. Grunden till variabeln är hämtad från Teknisk rapport från publicistiska bokslut (Andersson Odén, 2003: 23). I Andersson Odéns studie består ämnesvariabeln av 26 olika variabelvärden. Det enda tillägget vi har gjort är kategorin ”Konsument”. Den förhållandevis detaljerade variabeln har underlättat kodningen. Vi testkodade med vidare variabelvärden men fann det mycket svårt att placera vissa typer av artiklar.

För att kunna göra en tydlig och begriplig analys har vi valt att slå ihop fem mjuka ämnen; kultur/nöje, familj/fritid/föreningar, brott/rättegångar, katastrofer och sport; och fem hårda ämnen; ekonomi/affärer, miljöfrågor/miljöförstöring/energi, arbetsmarknadsfrågor, politik/regering/kommun och samhällsplanering/infrastruktur. Just de tio ämnen är de som, utifrån de forskarteorier som presenterats tidigare, är de tydligaste indikatorerna på att det sker en trivialisering. Vid en trivialisering ökar antalet mjuka artiklar på bekostnad av antalet hårda (Sparks, 2000; Kurtz, 1994; Djupsund et al 1998; Winston, 2002). Övriga variabelvärden har omkodats till ”övrigt” men tas med in i analysen för att visa på den mjuka och hårda andelen artiklar totalt, inte enbart i förhållande till varandra. Det gör att studien visar om det är så att ett ökat antal mjuka artiklar innebär en minskning av hårda eller om det har inneburit en minskning av ”övriga”.

Som tidigare nämnt under teorikapitlet är även visualisering en viktig parameter att ta hänsyn till vid undersökningar rörande tabloidisering. Om bilder och grafik tar plats på bekostnad av text har vi mätt genom att bedöma hur stor del av varje artikel som består av bild eller grafik. Genom att göra en uppskattning uppdelat i femtedelar har variabeln kunnat undersökas på ett resurseffektivt sätt och givit utrymme för en större mängd artiklar än om varje artikel hade mätts med millimeternoggrann

linjal.

Med en personifiering av nyheterna blir fokus i varje artikel mer inriktat på en enskild person. Därför utgår vi från antagandet att i och med en personifiering kommer antalet personer som får uttala sig per artikel att minska. Vi har räknat hur många personer i varje som får uttala sig i direkta citat. Det ger en god överblick över personifieringens utveckling och leder till ett fint medelvärde som ger en god jämförelse mellan de olika mätpunkterna. Reliabiliteten blir också god eftersom det inte rör sig om en uppskattning utan ett faktiskt tal. Det som kan ge avvikelser är felräkningar av enskild kodare.

3.5. Reliabilitet

Ett viktigt mål vid den här typen av undersökningar är intersubjektivitet (Esaiasson et al, 2012:25). Detta innebär att undersökningen skall vara forskaroberoende och alltså möjlig att upprepa för vilken forskare som helst. Vi har därför lagt ner stort arbete på utformningen av vårt kodschema (se bilaga) för att släta ut eventuella frågetecken. I och med att vi genomfört en kvantitativ innehållsanalys som fokuserar på vad som ordagrant står i artiklarna är utrymmet för en subjektiv tolkning relativt liten. Därmed ökar också reliabiliteten. Vidare har vi i vårt metodkapitel uppvisat en transparens kring vårt tillvägagångssätt. Problematik, lösningar och redogörelser för hur vi systematiskt gått tillväga är väl dokumenterat och förklarat. Därför menar vi att den empiriska undersökningen är öppen för granskning och insyn.

Eftersom vi har varit två om att koda tidningarna har vi tänkt mycket på att maximera vår nivå av interkodarreliabilitet. Detta innebär att vi båda i så hög grad som möjligt skall koda likadant, vilket självfallet hänger samman med en hög intersubjektivitet. För att försäkra oss om detta genomförde vi en testkodning strax innan vår huvudkodning påbörjades. I denna testkodning gick vi tillsammans igenom en tidning av varje sort och diskuterade valet av analysenheter och finjusterade kodschemat. Detta bidrog inte bara till en högre interkodarreliabilitet utan också en högre intrakodarreliabilitet. Det sistnämnda begreppet innebär, till skillnad från interreliabilitet, att man själv är konsekvent i sin kodning under hela processen (Esaiasson et al, 2012: 64).

Efter genomförd kodning överfördes samtliga siffervärden från våra kodblanketter till ett SPSS-dokument. Där genomfördes sedan enkla frekvenskörningar för att se hur väl våra frekvenser av variabelvärden stämde överens med varandra. Detta borde de nämligen göra med tanke på utformningen av vår undersökning och hur vi delat upp de analyserade tidningarna mellan oss. Vi delade upp vår kodning jämnt mellan oss med hänseende till tidning, format, veckodag och år. Vi upptäckte också vissa felaktigheter som uppkommit vid inslagningen av våra siffror i SPSS. De större problemen lyckades vi identifiera och åtgärda. Slutligen återfann vi bara mindre fel som inte

har någon relevant betydelse för våra slutresultat.

Det skall också nämnas att våra mätningar vad gäller artiklarnas och bildernas storlek inte är mätta med exakta mått. Dessa mått av analysenheterna är istället uppskattningar från vår sida. I detta läge får vi väga mätsättens för- och nackdelar mot varandra. Den försämring i reliabilitet som en uppskattning innebär vägs enligt oss upp av det faktum att vi hinner undersöka långt fler artiklar med detta tillvägagångssätt.

3.6. Validitet

Validiteten är ett mått på hur väl man mäter det man faktiskt påstår sig vilja mäta. För att en hög validitet skall uppnås krävs också en hög reliabilitet, vilket vi redovisat i stycket innan. Vår undersökning är hypotesprövande, och utformningen av vår undersökning har utmynnat i resultat som besvarar hypoteserna. Detta beror på flera olika orsaker. För det första har vår utformning av kodschema och testet av detta varit centralt i metodplaneringen. Vi anser också att vårt undersökningsmaterial är relevant för de generaliseringar vi vill göra. Valet av vår syntetiska vecka och det strategiska urvalet av våra tidningar visar att undersökningen har en god extern validitet (Esaiasson et al, 2012:58). Resultatet är därmed generaliserbart till en ”större och mer relevant population” (Esaiasson et al, 2012:58).

Tidsaspekten för våra mätpunkter i undersökningen kan vi argumentera väl för. Vi mäter alltså cirka två år innan tabloidövergången och cirka två år efter (se även stycke 3.4 om undersökningens utformning). Tanken med en så pass väl tilltagen tidsrymd är att tabloidövergången verkligen ska ha ”satt sig”. Hade vi tagit våra analysenheter från en period närmare övergångsdatumet finns risker med att artiklarna och tidningens utformning befinner sig i en övergångsprocess. En tabloidövergång planeras långt innan den faktiskt görs, och vi ser en risk att en fullformatstidning tar åt sig vissa tabloida karaktärsdrag för att göra övergången mjuk. Efter övergången finns naturligtvis möjligheten att fullformatet fortfarande är i en process att skalas ner och anpassas till det nya formatet. Vi tror också att det tar tid för tidningen och dess journalister att verkligen ta åt sig de nya riktlinjer som övergången innebär. Därför anser vi att våra undersökningsdatum bidrar till en hög validitet. Nackdelen med den relativt långa tidsperioden är att vi inte kan utesluta tidsaspekten som variabel på ett lika bra sätt. Detta innebär att det exempelvis kan vara tiden eller trender som påverkar snarare än formatförändringen. Som svar på detta har vi alltså valt att ha Jönköpingsposten som en referenspunkt att jämföra med.

4. Resultat

4.1. Inledning

I det här kapitlet kommer vi att gå igenom de resultat vi fått fram av vår kvantitativa innehållsanalys. Det kommer att visas i både grafer, tabeller och text, allt för att göra det så enkelt som möjligt att följa med i diskussionen. Alla tal har avrundats till hela procenttal.

Resultatet är uppdelat i fyra delar; tre för tabloidiseringens utmärkande egenskaper trivialisering, visualisering och personifiering; och en del där det totala resultatet vägs samman. I varje del redovisas först resultatet för respektive tidning, sedan följer det en analys utifrån var och en av de tre hypoteserna:

Hypotes 1: Alla tidningar kommer uppvisa en ökad tabloidisering över tid.

Hypotes 2: Mellan 2001 och 2005 kommer Bohusläningens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är *större* än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.

Hypotes 3: Mellan 2005 och 2008 kommer Hallandspostens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är *större* än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.

Förväntan är alltså att en övergång till tabloidformatet ska skynda på tabloidiseringsprocessen. Tidningen som genomgått en formatförändring, Bohusläningen 2003 och Hallandsposten 2007, ska därmed uppvisa en mer drastisk förändring än Jönköpingsposten som hela tiden stannat kvar vid fullformatet.

Om en tidning har tabloidiserats studeras med tre operationella indikatorer: trivialisering, visualisering och personifiering. Alltså kan tabloidiseringsbegreppet i de tre hypoteserna bytas ut mot trivialisering, visualisering eller personifiering för att under varje resultatdel undersöka hur den delen påverkar grundhypotesen. För att dra några slutsatser om en tabloidisering bör det kunna skönjas tydliga tecken på en ökning i minst två av tre utmärkande egenskaper.

4.2. Trivialisering

För att få fram ett tydligt resultat av begreppet trivialisering valde vi alltså att sätta samman några utvalda ämnen för att sedan kategorisera dem som hårda eller mjuka. Definitionerna, och förklaringarna till varför vi just valt dessa ämnen kan läsas i stycket om studiens design. Våra ämnesdefinitioner som valts ut är alltså de här:

Tabell 4.1 Definition av trivialisering

Hårda ämnen	Mjuka ämnen
Politik/regering/kommun	Kultur/nöje
Ekonomi/affärer	Familj/fritid/föreningar
Miljöfrågor/miljöförstöring/energi	Brott/rättegångar
Arbetsmarknadsfrågor	Katastrofer
Samhällsplanering/infrastruktur	Sport

Vi inleder trivialiseringens resultatkapitel genom att tidning för tidning gå igenom de resultat vi fått fram. Därefter följer en genomgång av trivialiseringsresultaten med hänseende till studiens tre hypoteser. Inledningsvis presenterar vi studiens referenspunkt; Jönköpingsposten, följt av Bohusläningen och Hallandsposten.

4.2.1. Tidningarnas resultat

Tabell 4.2. Ämnesfördelning Jönköpingsposten

	2001	2005	2008	Förändring 01-05	Förändring 05-08
Mjuka	55%	60%	63%	+5%	+3%
Hårda	24%	23%	23%	-2%	0%
Övriga	21%	17%	14%	-4%	-3%

n=2194

Vår hypotes gällande Jönköpingsposten var att den visserligen skulle genomgått en viss nivå av tabloidisering i takt med en ökad kommersialisering av tidningsmarknaden. Däremot ska den inte, enligt vår hypotes, vara lika stor som hos de andra två tidningarna. Totalt var det 2194 artiklar i Jönköpingsposten som föll inom de variabelvärden som vi sedan satt samman som hårda, mjuka eller övriga ämnen.

Utifrån tabellen kan vi utläsa att Jönköpingsposten mellan åren 2001 och 2005 uppvisar en utveckling som bekräftar hypotesen kring en ökad trivialisering. Andelen mjuka artiklar har ökat

stadigt sedan 2001 och fram till det sista analyserade året, 2008. De hårda nyheterna minskade mellan 2001 och 2005 men denna minskning avstannade sedan mellan 2005 och 2008. För att kunna få ut något av dessa siffror krävs att vi också presenterar motsvarande siffror för Bohusläningen och Hallandsposten.

Tabell 4.3. Ämnesfördelning Bohusläningen

Bohusläningen	2001	2005	Förändring 01-05
Mjuka	47%	57%	+9%
Hårda	26%	26%	0%
Övriga	27%	17%	-10%

n=1096

Vad som främst utmärker Bohusläningens siffror är den markanta ökningen av mjuka nyheter. Att tidningen skulle gå mot en trivialisering är däremot inte helt klart med tanke på andelen hårda nyheter är oförändrat. Vi ser också att de mjuka nyheterna tar plats på bekostnad av nyheterna från gruppen övriga snarare än från de hårda nyheterna. Detta gäller för både Jönköpingsposten och Bohusläningen. Den tidning som sticker ut allra mest i undersökningen är dock Hallandsposten.

Tabell 4.4. Ämnesfördelning Hallandsposten

	2005	2008	Förändring 05-08
Mjuka	61%	57%	-5%
Hårda	23%	26%	+4%
Övriga	16%	17%	+1%

n=1284

Här ser vi nämligen att utvecklingen går i helt motsatt håll till vår hypotes kring trivialisering. De mjuka artiklarna blir färre och de hårda nyheterna blir fler. Dessutom verkar de hårda artiklarna ha tagit tidningsutrymme från de mjuka och inte från kategorin övrigt. Man bör dock komma ihåg att de mjuka artiklarna fortfarande är mer än dubbelt så frekventa som de hårda.

4.2.2. Hypotesprövning

Utifrån våra tre hypoteser kommer vi nu att gå igenom om dessa stämmer överens med våra resultat. Dessa redogörelser belyser alltså inte det totala måttet av tabloidisering utan bara trivialiseringsperspektivet. Hur väl hypoteserna totalt sett stämmer överens med resultaten tas upp i

vår avslutande analys.

Hypotes 1: ”Alla tidningar kommer uppvisa en ökad trivialisering över tid.”

Två av tre tidningar uppvisar tecken på trivialisering, men på vilket sätt de gör det skiljer sig en aning åt. Mer om detta i hypotesprövningarna nedan. Den viktigaste slutsatsen är att en av tidningarna, Hallandsposten, faktiskt uppvisar helt motsatta resultat i förhållande till vår första hypotes. I Hallandsposten minskade nämligen de mjuka artiklarna samtidigt som de hårda artiklarna blev fler. Därmed håller inte ovan nämnda hypotes.

Hypotes 2: ”Mellan 2001 och 2005 kommer Bohusläningens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är större än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.”

Tabell 4.5. Ämnesförändring, Jönköpingsposten och Bohusläningen 2001-2005

	Jönköpingsposten	Bohusläningen
Mjuka	+5%	+9%
Hårda	-2%	0%
Övriga	-3%	-10%

n=3290

Bohusläningen utmärker sig främst på detta område genom en markant ökning av antalet mjuka artiklar. Ökningen på drygt nio procentenheter är det största förändringstalet som registrerats av någon tidning när det gäller trivialisering. Men samtidigt står också andelen hårda artiklar still vilket står i konflikt med trivialiseringstanken. Sammanräknat uppnår Bohusläningen ändå en högre grad av ökad trivialisering än Jönköpingsposten. Detta bekräftar med andra ord att hypotesen stämmer. Bohusläningen hade innan formatövergången en väldigt låg andel mjuka nyheter. I fullformat noterade tidningen nämligen bara 47 procent mjuka nyheter, den i särklass lägsta siffran av alla tidningar oavsett format. Därmed kan man konstatera att tidningen genomgått en markant ämnesförändring i riktning trivialisering. I alla fall när det gäller mjuka nyheter. Dessa artiklar har tagit procentenheter från gruppen ”övriga” som tappar nästan tio procentenheter mellan de båda analysåren.

Hypotes 3: ”Mellan 2005 och 2008 kommer Hallandspostens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är större än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.”

Tabell 4.6. Ämnesförändring, Jönköpingsposten och Hallandsposten 2005-2008

	Jönköpingsposten	Hallandsposten
Mjuka	+3%	-5%
Hårda	0%	+4%
Övriga	-3%	+1%

n=3478

Sett till trivialisering stämmer denna hypotes inte alls. Formatförändringen har till synes haft en omvänd effekt på Hallandsposten som alltså både minskat andelen mjuka och ökat andelen hårda nyheter. Vi ser också att Jönköpingsposten att öka sina mjuka nyheter men att minskningen av hårda nyheter har avstannat och uppvisar ingen förändring.

4.2.3 Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan man också konstatera att alla tre tidningar uppvisar skilda tendenser.

Jönköpingsposten genomgår en trivialisering mellan 2001 och 2005. Detta är den enda undersökningsperioden som någon av tidningarna uppvisar både en ökning av mjuka och minskning av hårda artiklar. 2005 till 2008 fortsätter visserligen Jönköpingspostens mjuka artiklar att öka, men de hårda artiklarnas utveckling avstannar.

Bohusläningen ökar antalet mjuka artiklar markant mellan 2001 och 2005 men är oförändrade i andelen hårda under samma period.

Hallandsposten går helt emot hypoteserna kring trivialisering och uppvisar färre mjuka men fler hårda artiklar mellan åren 2005 och 2008.

4.3. Visualisering

Som tidigare nämnt i teorikapitlet innebär en visualisering av tidningsmaterialet att bilder och nyhetsgrafik tar plats på bekostnad av text. För att kunna jämföra de olika mätpunkterna med varandra har vi, genom att uppskatta, delat in artiklarna efter hur stor del som består av bild. Genom att dela upp det i femtedelar har vi fått en rimlig möjlighet att genomföra en snabb visuell bedömning. För att lättare kunna analysera och ställa de olika mätpunkterna mot varandra har vi slagit ihop variabelvärdena i par, det gäller alla utom ”ingen bild”. Det innebär alltså att variablerna blir som följer:

- Ingen bild.
- Liten bilddel (1-40%)
- Mellanstor bilddel (41-80%)
- Stor bilddel (81-100%)

Tydligt är att resultat i hänseende till visualisering är mycket spretigt och de tre hypoteserna verkar inte stämma med verkligheten. Nedan följer en mer detaljerad genomgång.

4.3.1. Tidningarnas resultat

Tabell 4.7. Förhållande mellan bild och text, Jönköpingsposten

	2001	2005	2008	Förändring 01-05	Förändring 05-08
Ingen bild	67%	69%	56%	2%	-13%
Liten bilddel (1-40%)	11%	11%	19%	0%	8%
Mellanstor bilddel (41-80%)	21%	20%	24%	-1%	4%
Stor bilddel (81- 100%)	1%	1%		-1%	1%

n=2194

Mellan mätpunkterna 2001 och 2005 är fördelningen mellan text och bild i Jönköpingsposten i stort sett oförändrad. Den enda lilla skillnad som kan utläsas är att andelen artiklar utan bild har ökat med två procentenheter och att andelen med mellanstor bilddel minskat med en procentenhet.

Förändringen är dock så liten att det lika gärna kan bero på slumpen som en faktisk förändring över tid. Anledningen till att det totalt inte ligger konstant på 100 procent totalt är förstås avrundningar.

Mellan mätpunkterna 2005 och 2008 sker en märkbar förändring av Jönköpingspostens visualisering. Andelen artiklar helt utan bild minskar med 13 procentenheter. Artiklar med en liten bild del ökar med åtta procentenheter och de med mellanstor bild del ökar med fyra procentenheter. Det är en relativt kraftig förändring som visar på att det har skett en visualisering av artiklarna i Jönköpingsposten mellan 2005 och 2008.

Tabell 4.8. Förhållande mellan bild och text, Bohusläningen

	2001	2005	Förändring 01-05
Ingen bild	65%	57%	-8%
Liten bild del (1-40%)	9%	11%	2%
Mellanstor bild del (41-80%)	24%	30%	6%
Stor bild del (81-100%)	2%	2%	0%

n=1046

När det gäller Bohusläningen existerar endast två mätpunkter, 2001 och 2005. Bohusläningen tabloidiserades i oktober 2003. Vad gäller Bohusläningen finns det tecken på att formatbytet har inneburit en visualisering av innehållet. Artiklar utan bild har minskat med åtta procentenheter. Liten och mellanstor bild del har ökat med två respektive sex procentenheter mellan de båda mätpunkterna. Det är alltså en betydande del av artiklarna som tidigare varit utan bild som bildsattes vid den senare mätpunkten.

Tabell 4.9. Förhållande mellan bild och text, Hallandsposten

	2005	2008	Förändring 05-08
Ingen bild	55%	56%	2%
Liten bild del (1-40%)	17%	18%	1%
Mellanstor bild del (41-80%)	26%	24%	-3%
Stor bild del (81-100%)	1%	2%	1%

n=1284

Hallandspostens förändring mellan de två mätpunkterna, 2005 och 2008 är minimal. Tidningen övergick till tabloidformat i februari 2007. Ingen av variabelvärdena förändrades mer än två procentenheter. Det handlar om mycket små förändringar som lika gärna kan tillskrivas slumpen.

4.3.2. Hypotesprövning

Hypotes 1: ”Alla tidningar kommer uppvisa en ökad visualisering över tid.”

Hypotesen om att alla tidningar ska uppvisa en ökad tabloidisering mellan mätpunkterna stämmer inte sett till hela urvalet. Visserligen uppvisar Bohusläningen en visualisering mellan 2001 och 2005. Det finns även markanta tecken på en visualisering av Jönköpingsposten mellan 2005 och 2008. Men det syns ingen förändring av Jönköpingsposten mellan 2001 och 2005, precis som att siffrorna är i stort sett oförändrade för Hallandsposten mellan 2005 och 2008.

Hypotes 2: ” Mellan 2001 och 2005 kommer Bohusläningens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är större än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.”

Hypotesen om att effekten av tabloidiseringen ska vara större för Bohusläningen, eftersom den har genomfört ett formatbyte till tabloid, än för Jönköpingsposten verkar stämma. Som ovan nämnt är förändringen för Jönköpingsposten mellan 2001 och 2005 marginell medan Bohusläningen har fått klart fler artiklar med bild. Framförallt har det skett en förskjutning från artiklar utan bild till artiklar med mellanstor bild del vilket tyder på att en visualisering av tidningen har ägt rum.

Hypotes 3: ”Mellan 2005 och 2008 kommer Hallandspostens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är större än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.”

Gällande den tredje hypotesen stämmer den inte med resultaten av innehållsanalysen. Faktum är att förhållandet mellan tidningarna är tvärtom. Jönköpingsposten visar upp markanta förändringar som tyder på en visualisering, framför allt har andelen artiklar minskat med 13 procentenheter mellan 2005 och 2008. Hallandsposten visar inga tecken på en visualisering, de förändringar som finns mellan de båda mätpunkterna är så små att det inte går att utläsa något av dem.

4.3.3. Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan det konstateras att det inte finns några tydliga samband mellan ett formatbyte till tabloid och en ökad effekt av visualisering. Visserligen uppvisar Bohusläningen tecken på en ökad tabloidisering mellan 2001 och 2005, när Jönköpingsposten är oförändrad. Men med tanke på att Hallandspostens formatbyte inte haft några effekter på visualiseringen samtidigt som Jönköpingsposten visualiserades tydligt mellan 2005 och 2008 så går det knappast att härleda en ökad visualisering till formatbytet. Sammanfattningsvis kan det konstateras resultaten är spretiga och att två av tre hypoteser kan förkastas i hänseende till visualisering.

4.4. Personifiering

Vår hypotes gällande personifiering gick alltså ut på att färre personer kommer att uttala sig per artikel. För att redovisa våra resultat har vi valt att med hjälp av våra numeriska variabelvärden få fram ett medelvärde på hur många personer som får uttala sig per artikel i respektive tidning och år. Resultatet presenteras nedan i en graf där alla tidningar ingår för en lättare jämförelse. Därefter går vi igenom resultaten tidning för tidning.

4.4.1. Tidningarnas resultat

Tabell 4.10. Antal personer som uttalar sig per artikel

	2001	2005	2008	Förändring 01-05	Förändring 05-08
Jönköpingsposten	0,90	0,85	1,12	-0,05	+0,27
Bohusläningen	0,77	0,91	–	+0,14	–
Hallandsposten	–	0,76	0,73	–	-0,03

n=4574

Jönköpingsposten, undersökningens referenspunkt, har gått både upp och ner gällande antal personer som uttalar sig i artiklarna. Mellan 2001 och 2005 sjönk talet från 0,9 till 0,85. Förklaringen till denna minskning kan hittas i att Jönköpingsposten i en tidning från 2001 publicerade en enkätartikel där 53 personer fick uttala sig. Räknar vi bort denna artikel hamnar siffran i stället på 0,83 personer per artikel, vilket alltså skulle innebära att personifieringen minskat mellan 2001 och 2005. I realiteten är siffran däremot så liten att inga slutsatser om utveckling kan dras. Under nästa treårsperiod görs däremot en rejäl ökning av personer som får uttala sig. Då steg nämligen siffran från 0,85 till 1,12. Undersökningens i särklass högsta tal. Detta innebär att Jönköpingsposten över den sjuåriga undersökningsperioden genomgått en minskad personifiering och därmed i detta hänseende också går mot en minskad tabloidisering.

Även Bohusläningen genomgick mellan åren 2001 till 2005 en minskad personifiering. Från ett medeltal av 0,77 uttalande personer per artikel år 2001 landade samma siffra för 2005 på 0,91.

Hallandsposten är den tidning som sticker ut mest i sammanhanget. Det är den enda av tidningarna som registrerade en minskning av personer som fick uttala sig per artikel. Hallandspostens förändring är dock väldigt marginell, 0,03 personer per artikel. Därför kan vi inte dra någon som helst slutsats kring förändring, då den marginella skillnaden lika gärna kan tillskrivas slumpen. Ändå är skillnaden mellan tidningarna anmärkningsvärd med tanke på Jönköpingspostens betydligt kraftigare ökning med 0,27 personer per artikel.

4.4.2. Hypotesprövning

Hypotes 1: Alla tidningar kommer uppvisa en ökad personifiering över tid.

Ingen av tidningarna kan bekräftas gå mot en ökad personifiering. Hallandspostens tendens är närmast, men den lilla ökningen som registrerades är alldeles för liten för att kunna bekräfta en personifiering över tid. Övriga två tidningar går mot en minskad personifiering.

Hypotes 2: ”Mellan 2001 och 2005 kommer Bohuslänningens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är större än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.”

I och med att både Jönköpingsposten och Bohuslänningen uppvisar tecken som går emot teorin om personifiering kan inte heller denna teori bekräftas. Visserligen uppvisar Bohuslänningen en mindre grad av minskad personifiering än Jönköpingsposten, men detta räcker inte för att bekräfta hypotesen. Båda går ju i riktning bort från personifieringen.

Hypotes 3: ”Mellan 2005 och 2008 kommer Hallandspostens formatbyte att innebära att förändringen för denna tidning är större än motsvarande förändring för Jönköpingsposten.”

Hallandsposten uppvisar en ökning med 0,03 personer som får uttala sig per artikel. Denna skillnad är allt för marginell för att vi ska kunna dra någon slutsats om en ökad personifiering. Därför kan inte heller denna hypotes styrkas.

4.4.3. Sammanfattning

Generellt sett är förändringstalen relativt små när det gäller personifiering. Den enda tidning som visat den minsta tendens till ökad personifiering var Hallandsposten. Minskningen med 0,03 personer per artikel som får uttala sig är dock en alldeles för låg siffra för att dra någon som helst slutsats. Vi kan alltså inte bekräfta en ökande personifiering i någon av tidningarna under någon av perioderna. Men klart är i alla fall att Jönköpingsposten och Bohuslänningens resultat talar för en minskad personifiering medan Hallandspostens i stort sett är oförändrat. Däremot är det troligare att det skett en intern eller extern påverkan av något slag gällande Jönköpingsposten och Bohuslänningen, vars förändringssiffror är större. Speciellt när det gäller Jönköpingsposten, som steg med 0,27 uttalande personer per artikel mellan 2005 och 2008.

5. Sammanfattning och analys

Syftet med studien var att undersöka om den breda övergången till tabloidformatet som har drivits igenom i svensk landortspress också inneburit en tabloidisering av innehållet. För om formatbytet innebär en ökad tabloidisering får det förstås också konsekvenser för samhället i stort. Djupsund och Carlsson (1998) lyfter fram att en tabloidiserad tidningsmarknad inte verkar på samma goda sätt för demokratin som den icke fullt så tabloidiserade. Det grundar Djupsund och Carlsson på att den tabloidiserade tidningen privilegierar nöje framför samhällsinformation vilket leder till att läsarna, och därmed också samhället medborgare, går miste om viktig upplysning.

Gripsrud (2000) lyfter fram en mer nyanserad bild av vad en tabloidiserad tidningsmarknad innebär för samhället. Han påpekar att den tabloidiserade journalistiken kan nå bredare målgrupper och personifieringen som medföljer ofta är knuten till ett myndighetsförakt och ställer sig på läsarens sida. Slutsatsen är att oavsett demokratiteoretisk uppfattning påverkar en tabloidisering av tidningarna samhället i stort.

I många hem är det den lokala morgontidningen som är det centrala mediet och en av dem med störst påverkan av samhällsbilden, åtminstone lokalt. På grund av lokaltidningens starka ställning i svenska hem är det också av stort intresse om det pågår en tabloidisering av landsortspressen.

Studien har hela tiden kretsat kring tre hypoteser. Först lade vi fram hypotesen att alla tidningar skulle uppvisa en ökad tabloidisering över tid. Hypotesen grundar sig i att en tidningsmarknad som tenderar att bli allt mer kommersialiserad också blir mer tabloidiserad (Strömbäck, 2006: 9). Men eftersom studiens fokus inte är på tabloidisering som fenomenen, utan övergången till tabloidformatets effekter på tabloidisering är det hypotes två och tre som är de mest intressanta ur resultatsynpunkt. De bygger på antagandet att en övergång från fullformat till tabloidformat också innebär en större effekt av ökad tabloidisering. Det är viktigt att påpeka att för vår studie är det journalistiska innehållet som står i fokus, därför har vi utelämnat marknadsmässiga aspekter som annonsmängd och så vidare.

Resultatet för studien är splittrat. Men det första som bör lyftas fram är att en formatövergång från fullformat till tabloid inte är en garanti för att effekten av tabloidisering ökar mer än hos tidningar som stannar kvar vid fullformatet.

Sett till studiens resultat i hänseende till trivialisering så sker en trivialisering av innehållet i Bohuslänningen under samma period som tidningen övergår till tabloidformat. Men under samma period uppvisar Jönköpingsposten, som kan ses en referenspunkt för den allmänna utvecklingen, liknande resultat gällande trivialisering. Därför går det inte att utesluta att det finns andra faktorer än formatbytet som förklarar Bohuslänningens trivialisering. Troligare är att det till exempel är marknadsfaktorer och den allmänna utvecklingen av det svenska medielandskapet som medför den

trivialisering som tidningen uppvisar.

Resonemanget stärks av att det inte finns några tecken alls på att det har skett en trivialisering av innehållet i Hallandsposten mellan 2005 och 2008, en period där tidningen övergått från fullformatet till det mindre tabloidformatet. Som tidigare nämnt i resultatkapitlet är tendenserna det motsatta, antalet mjuka nyheter är färre och de hårda nyheterna är fler efter Hallandspostens formatbyte. Under samma period fortsätter trivialiseringen av Jönköpingsposten i ett liknande tempo som under den första mätperioden. Hallandsposten är tydligt exempel på att en övergång från fullformat till tabloid inte nödvändigtvis innebär en trivialisering av innehållet i tidningen. Det är möjligt att Hallandsposten är ett extremfall, men faktum är att inte heller Bohusläningens resultat tyder på en effekt av ökad trivialisering jämfört med studiens referenspunkt Jönköpingsposten.

Hypotesen om att en övergång från fullformat till tabloid innebär en större effekt av ökad trivialisering av innehållet i lokalpressen kan enligt den här studiens resultat slås bort. En undersökning av flera olika tidningar skulle förstås kunna styrka det här resultatet. Men underlaget är ändå gott nog för att kunna dra slutsatsen att formatövergången från stort till litet inte per automatik innebär en ökad trivialisering.

Tidningarna har inte heller genomgått en visualisering som förväntat av hypotesen. När det gäller studiens resultat för visualiseringen verkar visserligen en av hypoteserna stämma, att mellan 2001 och 2005 kommer effekten av visualiseringen för Bohusläningen var märkbart högre än för Jönköpingsposten. Bohusläningen, som övergått till tabloid mellan de båda mätpunkterna, uppvisar också tydliga tecken på att så är fallet då andelen artiklar utan bild minskade med åtta procentenheter. Under samma period är Jönköpingsposten ur visualiseringssynpunkt oförändrad. Skulle enbart den här datamängden varit till grund för analysen kunde slutsatsen varit att formatbytet verkar ha en märkbar effekt på visualiseringen av en tidning. Men återigen förkastas hypotesen av den andra mätperioden.

Hallandsposten uppvisar nämligen mellan 2005 och 2008, tidningen bytte format februari 2007, inga tecken på en visualisering. Däremot tyder studiens resultat på att Jönköpingsposten genomgått en visualisering under den här mätperioden. Faktum är att den är ännu tydligare än den visualisering som Bohusläningen uppvisar mätperioden innan. Mellan 2005 och 2008 har artiklarna utan bild i Jönköpingsposten minskat med tretton procentenheter. Det är alltså en markant förändring som talar för att Jönköpingsposten har genomgått en visualisering mellan 2005 och 2008. Därmed förkastas hypotesen om att mellan mätpunkt 2005 och 2008 kommer effekten av visualiseringen för Hallandsposten vara märkbart högre än för Jönköpingsposten.

Sammanfattningsvis bör det också påpekas att det inte finns några tydliga tecken på att det pågår en jämnt ökande visualisering över tid. Visserligen ökar både visualiseringen av Bohusläningen och Jönköpingsposten. Å andra sidan är Jönköpingspostens utveckling mycket ojämn; oförändrad

mellan 2001 och 2005, markant mellan 2005 och 2008, och Hallandsposten visar inga tecken på en visualisering över huvud taget, trots formatbyte.

Personifieringen har inte ökat i någon av tidningarna över tid. Jönköpingsposten och Bohusläningen går mot en minskad personifiering medan Hallandsposten är i stort sett oförändrad gällande antal personer med direkta citat per artikel. Alltså stöds ingen av de tre hypoteserna ur personifieringssynpunkt.

Sammanslaget visar resultatet för de tre egenskaperna; trivialisering, visualisering och personifiering, inga tydliga tecken på att en övergång från fullformat till tabloid också innebär en ökad tabloidisering av innehållet i landsortspressen. För att återknyta till frågeställningen angående om det existerar en pågående process av tabloidisering av den svenska landsortspressen kan vi konstatera att både Bohusläningen och Jönköpingsposten genomgår delvis, sett till trivialisering och visualisering, en tabloidisering över tid. Men Hallandsposten visar inga tecken på att följa samma trend. Alltså är det svårt att dra några generella slutsatser om en bred tabloidisering av den svenska landsortspressen.

Tidigare studier som visat att bytet till det mindre formatet har främst varit inriktade på större tidningar (Sternvik 2007; Clendinning, 2007). Den här studien kan förhoppningsvis bidra till forskningen genom att lyfta upp landsortspressen i tabloidiseringsdiskursen. För det är inte givet att det råder samma lagar och konsekvenser för den mindre landsortspressen som på större dagstidningar.

Att studiens samtliga tre grundhypoteser slutligen kan förkastas gör att vi kan dra slutsatsen att bara för att en landsortstidning byter från fullformat till tabloidformat innebär det inte automatiskt en snabbare tabloidisering av tidningens innehåll. Enligt vetenskapsteoretikern Karl Popper (1968) kan ingen teori bevisas, däremot kan falsifieras. Det resonemanget ger den här studien en tydlig slutsats. Även om Bohusläningen uppvisar svaga tendenser till en tabloidisering av innehållet i samband med övergången till tabloidformat så finns det inga sådana tecken när det gäller Hallandsposten. Enligt Poppers teori om falsifierbarhet kan vi i alla fall vara säkra på att inte tabloidformatet per automatik innebär en tabloidisering av innehållet. Det är möjligt att den, i kombination med andra faktorer, kan innebära en snabbare tabloidisering. Men att enskilt peka ut formatbytet som den oberoende variabeln bakom tabloidisering går inte.

Intressant för vidare forskning skulle vara att försöka finna alternativa förklaringar till varför det i vissa fall sker en tabloidisering av tidningar. Vad är det som gör att Jönköpingsposten genomgår en trivialisering mellan 2001 och 2005 men att visualiseringen ökar först mellan 2005 och 2008? Bakgrundsfaktorer som nyanställningar eller redaktionella omstruktureringar är möjliga förklaringar.

Alla tre tidningarna har ungefär lika stor upplaga och är ohotade förstaidningar inom sitt

spridningsområde. Det är en intressant fråga att ta försöka ta reda på hur det ser ut på orter där det existerar en starkare konkurrens från en annan tidning. Det är möjligt att den hårda kampen om läsarna leder till en ökad tabloidisering.

Genom att komplettera den kvantitativa innehållsanalysen med mer kvalitativa metoder som intervjuer av journalister på tidningarna och mer noggranna studier av texternas egenskaper kan det vara möjligt att få ett tydligare grepp kring möjliga alternativa faktorer. Dessutom är det av intresse att djupare undersöka hur övergången till tabloidformat har påverkat tidningarnas kommersiella effekter. Något som bland annat Sternvik (2007) har gjort. Men Sternviks avhandling fokuserar på större tidningar som regional- och rikspress. En studie mer fokuserad på den typiska landortspressen vore önskvärd.

Den här studien visar tydligt att övergången till från fullformat till tabloidformat inte är en ensam faktor för en tabloidisering. De som oroar sig för att den stora formatövergången som svept över den svenska landsortspressen har kastat omkull traditionella journalistiska ideal, som att vara en viktig kanal för samhällsinformation, får söka andra förklaringar.

För den här studien visar klart, landsortspressens formatövergång innebär inte någon tabloidiseringsrevolution.

Referenser

Böcker

Easaïasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik; Wängnerud, Lena (2012): *Metodpraktikan – kontsen att studera samhälle, individ och marknad*. Vällingby, Norstedts Juridik AB.

Ingelstam, Lars (1988): *Snuttifiering - helhetssyn - förståelse*. Lund, Studentlitteratur.

Kurtz, Howard (1994): *Media circus: the trouble with America's newspapers*. New York, USA, Times Books.

Sparks, Colin; Tulloch, John (Eds.) (2000): *Tabloid tales - global debates over media standards*. Lanham, USA, Rowman & Littlefield Publishers.

Sternvik, Josefine (2007): *I krympt kostym - morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Artiklar

Andersson Odén, Tomas (2003) *Teknisk rapport för Publicistiska bokslut. Medarbetare, innehåll, läsare*. Arbetsrapport nr 11, JMG. Göteborgs universitet.

Djupsund, Göran; Carlsson, Tom (1999): *Tabloidiseras dagspressen? - Utvecklingstendenser i finländsk och svensk regional- och rikspress 1982-1997*, Nordicom 19(1): 101–15.

Esser, Frank (1999): *Tabloidization' of News : A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism*, European Journal of Communication, 14(3): 291-324.

Gripsrud, Jostein (2000) *Tabloidization, Popular Journalism and Democracy*. I: Sparks, Colin; Tulloch, John (Eds.) (2000): *Tabloid tales - global debates over media standards*. Lanham, USA, Rowman & Littlefield Publishers: 285-300.

McLachlan, Shelley; Golding, Peter (2000) *Tabloidization in the British Press: A Quantitative Investigation into changes in British Newspapers, 1952-1997*. I: Sparks, Colin; Tulloch, John (Eds.) (2000): *Tabloid tales - global debates over media standards*. Lanham, USA, Rowman & Littlefield Publishers: 75-89.

Popper, Karl (1963), *Science as Falsification. Conjectures and Refutations*, London: Routledge and Keagan Paul, 33-39. I: Theodore Schick, ed. *Readings in the Philosophy of Science*, Mountain View, USA: Mayfield Publishing Company, 2000: 9-13.

Reinemann, Carsten; Stanyer, James; Scherr, Sebastian; Legnante, Guido (2011): Hard and soft news: *A review of concepts, operationalizations and key findings*. Journalism 2011: 221-239.

Sparks, Colin (2000) *Introduction*. I: Sparks, Colin; Tulloch, John (Eds.) (2000): *Tabloid tales - global debates over media standards*. Lanham, USA, Rowman & Littlefield Publishers: 1-42.

Strömbäck, Jesper, Jönsson, Anna Maria (2006): *Nyheter i konkurrens – journalistikens kommersialisering*. NORDICOM review, 2006:2: 1-29.

Winston, Brian (2002): *Towards Tabloidization? Glasgow revisited, 1975-2001*. Journalism Studies, 3(1): 5-20.

Uribe, Rodrigo; Gunter, Barrie (2004): *Research Note: The Tabloidization of British Tabloids*, European Journal of Communication, 19(3): 388-402

Uppsatser

Clendinning, Katarina (2007): *Tabloid=Tabloidisering? - En kvantitativ innehållsanalys av framsidorna på Sveriges tre största morgontidningar. Samt kvalitativ textanalys av huvudnyheterna.*, Medie- och kommunikationsvetenskap, Göteborgs universitet.

Milder, Julia (2007): *Den moderna morgontidningen - En studie av Dagens Nyheters formatbyte från broadsheet till tabloidformat*. Journalistik och media, Södertörns Högskola.

Hemsidor

www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=001040 (Jönköpingsposten) (2012-04-20)

www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=000370 (Bohusläningen) (2012-04-20)

www.ts.se/Mediefakta/Index.aspx?mc=000910 (Hallandsposten) (2012-04-20)

www.jonkopingsposten.se/om (2012-04-20)

www.bohuslaningen.se/omoss/omoss (2012-04-20)

www.hallandsposten.se/omhp/omhp (2012-04-20)

Bilagor

Kodschema

V1: Tidning

1. Jönköpingsposten
2. Bohusläningen
3. Hallandposten

V2: År

01. 2001
05. 2005
09. 2009

V3: Månad

09. September
10. Oktober

V4: Datum

V5: Format

1. Broadsheet (ca 38,5x56 cm)
2. Tabloid (ca 28x38,5 cm)

V6: Typ av artikel

1. Nyhetsartikel
2. Feature
3. Krönika på nyhetsplats
4. Porträtt
5. Enkät
6. "Hallå där!"
7. Kåseri
8. Polisrond
9. Recension
10. Kortreferat
16. Övrigt

V7: Artikelstorlek

1. Helsida eller mer
2. Halvsida eller mer
4. Fjärdedelssida eller mer
8. Åttondelssida eller mer
16. Sextondelssida eller mer
32. Mindre än en sextondelssida

V8: Geografi

1. Lokalt
2. Inrikes
3. Utrikes
4. Går ej att urskilja

V9. Ämne

0. Vet ej/obestämbar
 1. Kultur/nöje – *Konst, film, litteratur, dans, musik, bibliotek*
 2. Familj, fritid, föreningar – *Föreningsliv, berömdheter, djur, spel, mat, trädgård*
 3. Brott, rättegångar – *brottsmål, civilmål, andra rättsliga frågor*
 4. Katastrofer, olyckor, tragedier – *jordbävningar, översvämningar, bilolyckor, flygplansolyckor*
 5. Ekonomi, affärer – *handel, aktiemarknad, näringsliv*
 6. Utbildning, barnomsorg – *skola, vuxenutbildning, frågor som rör skolfärdigheter*
 7. Miljöfrågor, miljöförstöring, energi
 8. Hälsa, medicin, vård – *Även medicinsk forskning, finansiering av forskning*
 - 9: Mänskliga rättigheter – *kvinnors rättigheter, barns rättigheter, homosexuellas rättigheter, integration, diskriminering*
 10. Internationella kriser – *flyktingar, hungersnöd, fredsbevarande styrkor*
 11. Arbetsmarknadsfrågor – *strejk, förhandlingar, sysselsättning, arbetslöshet, arbetsmiljö*
 12. Försvarsfrågor – *militära utgifter, upprustning, parader, internationella förhandlingar, fördrag*
 13. Politik, kommun, regering – *val, anföranden, lagstiftning, offentlig ekonomi*
 14. Fattigdom – *hjälp till behövande, bistånd*
 15. Livsåskådning, religiösa frågor – *firanden, kontroverser, kyrkoaktiviteter, kyrkoval*
 16. Upplopp, demonstrationer
 17. Vetenskap – *forskning, upptäckter, finansiering av forskning*
 18. Sport – *professionell och amatör*
 19. Krig, inbördeskrig
 20. Samhällsplanering, infrastruktur – *bostäder, vägar, trafik, internet*
 21. Jordbruk, fiske, jakt, natur
 22. Medier
 23. Vädret
 24. Internationellt samarbete – *fredligt samarbete, FN, EU*
 25. Sociala frågor – *vårdnadstvister, drogmissbruk, prostitution, uteliggare*
 26. Konsument – *Produkttester, konsumenträtt*
 30. Annat ämne
- (Hämtad från Andersson Odén, 2003)

V11: Artikeln skriven av

1. Egen redaktion/frilans
2. Nyhetsbyrå
3. Egen redaktion/frilans och nyhetsbyrå
4. Läsare
15. Ingen byline
16. Övrigt

V12: Bilden/bildernas storlek i förhållande till hela artikeln

0. Ingen bild
1. Mindre än 1/5
2. 1/5 eller mer
3. 2/5 eller mer
4. 3/5 eller mer
5. 4/5 eller mer
6. Bara bild

Arbetsrapport

Ytans påverkan på djupet – En kvantitativ studie av landsortspressens övergång till tabloidformat

Carl Henrik Larsson (larsson.carl.henrik@gmail.com)

Jon Weihard (jon.weihard@gmail.com)

Göteborgs Universitet

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Journalistprogrammet VT-12

Handledare: Johannes Bjerling

Arbetet med vår uppsats inleddes med att vi gemensamt framställde ett PM som vi sedan reviderade och finjusterade efter diskussioner med vår handledare. En av dessa förändringar handlade om att vi omfokuserade från begreppet kommersialisering till begreppet tabloidisering, som alltså blev studiens nyckelord. Under samma tid sökte vi tillsammans också relevant litteratur att ha som underlag. Tidigare forskning identifierades och lästes in för att få en förståelse för ämnet. Denna kumulativa forskning hjälpte oss att formulera det kodschema som ligger till grund för hela studien. Med hjälp av vårt väl utarbetade kodschema började vi sedan att koda tidningsartiklarna på kurs- och tidningsbibliotekets mikrofilmsavdelning. Vi delade upp de 42 tidningarna jämnt mellan oss och genomförde därefter vår kodning. Efter införandet i SPSS identifierade vi några mindre felaktigheter och rättade till den innan vi inledde våra körningar. Det var huvudsakligen Jon som stod för arbetet med körningarna och behandlingen av data i SPSS. Detta inkluderade exempelvis sammanslagningen av ämneskategorier, bildstorlekar och diverse korskörningar som var fundamentala för vårt slutgiltiga resultat- och analysförmedlande. Därefter påbörjades skrivningen av uppsatsen. När det gäller vem som har skrivit vad har vi skrivit en översikt i punktform här nedanför. Det skall dock noteras att vi båda två naturligtvis har varit delaktiga i alla texter. Vi har under skrivandets gång bollat med varandra och efteråt gått igenom och omarbetat texterna tillsammans.

Arbetsfördelning:

Abstract (Carl Henrik & Jon)

1. Inledning

1.1 Inledning (Carl Henrik & Jon)

1.2. Syfte och frågeställningar (Carl Henrik & Jon)

2. Teori och tidigare forskning

2.1. Inledning (Jon)

2.2. Trivialisering (Carl Henrik)

- 2.3. Visualisering (Jon)
- 2.4. Personifiering (Jon)
- 2.5. Tidigare studier av 00-talets tabloidövergångar (Jon)

3. Metod, Material och design

- 3.1. Valet av kvantitativ innehållsanalys (Carl Henrik)
- 3.2. Urval och avgränsning (Carl Henrik)
- 3.3. Studiens tidningar (Carl Henrik)
- 3.4. Studiens design (Jon)
- 3.5. Reliabilitet (Carl Henrik)
- 3.6. Validitet (Carl Henrik)

4. Resultat

- 4.1 Inledning
- 4.2. Resultat av trivialisering (Carl Henrik)
 - 4.2.1 Tidningarnas resultat
 - 4.2.2 Hypotesprövning
 - 4.2.3 Sammanfattning
- 4.3. Resultat av visualisering (Jon)
 - 4.3.1 Tidningarnas resultat
 - 4.3.2 Hypotesprövning
 - 4.3.3 Sammanfattning
- 4.4. Resultat av personifiering (Carl Henrik)
 - 4.4.1 Tidningarnas resultat
 - 4.4.2 Hypotesprövning
 - 4.4.3 Sammanfattning

5. Sammanfattning/analys (Jon & Carl Henrik)

Övrigt:

Huvudsaklig SPSS-behandlare: Jon

Utformning av kodschema: Carl Henrik & Jon

Tidningskodning	Jönköpingsposten	Bohusläningen	Hallandsposten
2001.09.20 Tors	Jon	Jon	-
2001.09.24 Mån	Carl Henrik	Jon	-
2001.10.02 Tis	Carl Henrik	Carl Henrik	-
2001.10.12 Fre	Carl Henrik	Carl Henrik	-
2001.10.20 Lör	Jon	Carl Henrik	-
2001.10.24 Ons	Jon	Jon	-
2005.09.22 Tors	Carl Henrik	Jon	Carl Henrik
2005.09.26 Mån	Carl Henrik	Jon	Carl Henrik
2005.10.04 Tis	Carl Henrik	Carl Henrik	Jon
2005.10.14 Fre	Jon	Carl Henrik	Jon
2005.10.22 Lör	Jon	Carl Henrik	Carl Henrik
2005.10.26 Ons	Jon	Jon	Jon
2008.09.18 Tors	Jon	-	Carl Henrik
2008.09.22 Mån	Jon	-	Carl Henrik
2008.09.30 Tis	Jon	-	Jon
2008.10.10 Fre	Carl Henrik	-	Jon
2008.10.18 Lör	Carl Henrik	-	Jon
2008.10.22 Ons	Carl Henrik	-	Carl Henrik