

Arbetsrapport nr. 19

2003 års Publicistiska bokslut, del 2

Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir

Ulrika Andersson



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

Arbetsrapport nr. 19

2003 års Publicistiska bokslut, del 2

Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir

Ulrika Andersson

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

Box 710, 405 30 GÖTEBORG

Telefon: 031-773 49 76 • Fax: 031-773 45 54

E-post: majken.johansson@jmg.gu.se

2004

Innehållsförteckning

Förord	2
1. Inledning	3
Sportens del i samhället	
Publicistiska bokslut – kort presentation	
Publicistiska bokslut och sporten	
2. En strukturell översikt av sporten	9
En övergripande bild av helheten förstasidorna	
Sport och spel som service	
Många actionbilder – sportens illustrationer	
3. Det redaktionella sportmaterialet	17
Ett mycket tävlingsinriktat innehåll	
Människorna i sporten	
Manlig och kvinnlig sport	
4. Läsarnas syn på sporten	31
Viktighet och läsning – män och kvinnor tycker till	
5. Sammanfattning	36
Referenser	38
Bilaga	39
Tidigare rapporter från JMG	

Förord

Forskningsprojektet Publicistiska bokslut startade 2001 som en del i forskningsprogrammet Dagspresskollegiet vid Institutionen för journalistik och masskommunikation, JMG, Göteborgs universitet. Det är ett projekt som tillkom på initiativ av ett antal chefredaktörer, som tillsammans med forskare vid JMG utvecklat ett mätinstrument för att undersöka ett antal olika aspekter av dagspressen. Projektet blev självständigt 2003 men är fortfarande placerat vid JMG.

En av de aspekter som sedan starten undersökts inom Publicistiska bokslut är tidningarnas redaktionella innehåll; hur detta ser ut på ett övergripande plan, vem som omskrivs i tidningarna, vilka ämnen som upptar spalterna etc. Hösten 2003 kom en förfrågan från några av de tidningar som deltagit i projektet om det inte vore möjligt att göra en specialstudie av just sportmaterialet i tidningen, vilket är ett material som tar mycket stort utrymme i anspråk. Den rapport som nu föreligger är svaret på förfrågan om denna specialstudie. Rapporten behandlar sportmaterialet i tre tidningar under år 2003.

Göteborg i februari 2004

Ingela Wadbring

Projektansvarig för Publicistiska bokslut

1. Inledning

Sportens plats i samhället

Älskad.

Hatad.

Sport och sportjournalistik väcker starka reaktioner och känslor. För somliga är sport det viktigaste i livet. För andra är det däremot något fullkomligt meningslöst och fånigt. Sedan de första idrottsklubbarna bildades runt sekelskiftet 1800 har den svenska idrottsrörelsen gått från obetydlighet, till en verksamhet som aktiverar gott och väl en miljon svenskar. Allt fler grenar har tillkommit och antalet tävlingar har fullkomligt exploderat.

Den svenska idrottsrörelsen består idag av 67 specialförbund med cirka 22 000 idrottsföreningar och 5500 korpföreningar. De största tävlingsidrotterna bland aktiva i åldrarna 7-70 år är fotboll, golf, innebandy, friidrott och skytte. De största motionsaktiviteterna för samma åldersgrupp är i sin tur gång/promenader, cykling, gympa/aerobics, styrketräning samt löpning/jogging.

I genomsnitt utgör kvinnorna idag 37 procent och männen 63 procent av det totala antalet aktiva medlemmar i specialidrottsförbunden. De förbund med störst andel kvinnor är ridsport (85 procent), gymnastik (ca 83 procent), simning (59 procent), friidrott (58 procent) samt skolidrott (48 procent)¹. De förbund med lägst andel kvinnor är ishockey (3 procent) och styrkelyft (5 procent).

Tabell 1.1 De 10 specialidrottsförbund med flest antal aktiva medlemmar år 2001, avrundat till närmaste 1000-tal (antal och procent)

	Totalt antal aktiva	Andel kvinnor	Andel män
Fotboll	1 006 000	19	81
Golf	504 000	30	70
Friidrott	265 000	58	42
Skolidrott	242 000	48	52
Gymnastik	228 000	83	17
Ridsport	211 000	85	15
Korpsport	145 000	38	62
Innebandy	130 000	26	74
Simning	115 000	59	41
Handboll	110 000	40	60
Segling	110 000	32	68

¹ Skolidrott är samlingsnamnet för idrottsföreningar knutna till enskilda skolor samt idrottsrörelsen. Till skillnad från de flesta andra föreningar är skolidrottsföreningen bara avsedd för skolungdom mellan 7-19 år. För mer information, se www.skolidrott.se.

Ifråga om jämställdhet har idrotten på senare år tagit några kliv framåt. Andelen kvinnor i specialidrottsförbundens styrelser har t.ex. fördubblats under 1990-talet och utgör idag cirka 25 procent. Detta kan jämföras med andelen kvinnliga styrelseledarmöter inom banker och börsnoterade bolag, där motsvarande siffror är drygt 6 procent.²

Föreliggande rapport syftar till att beskriva sportens omfattning och innehåll i tre svenska landsortstidningar. Frågor som kommer att tas upp är bland annat vilka sporter som får störst utrymme samt hur fördelningen mellan herr- och damsport ser ut. Liknande mätningar har tidigare gjorts för bland annat SVT:s kanaler, TV3, TV4 samt Kanal 5, om än endast i mer övergripande omfattning. De sporter som fick störst utrymme i TV år 2002, sett till antalet sända timmar, utgjordes av fotboll (ca 400 tim), ishockey (ca 225 tim), segling (ca 110 tim), bilsport (ca 100 tim) samt golf och friidrott (ca 90 timmar vardera). Av det totala antalet timmar sport i TV stod damsport för ca 174 timmar, medan hela 2146 timmar ägnades åt herrsport. Blandade arrangemang ägnades drygt 486 timmar. Trots att antalet sända timmar damsport har ökat med 63 procent sedan 1999, utgjorde dessa endast 6 procent av det totala antalet TV-sända sporttimmarna år 2002, medan herrsport stod för hela 76 procent.³

Herrarna dominerar sålunda TV-sportens arena. Men hur ser det egentligen ut i de svenska dagstidningarna? Denna fråga har under hösten 2003 varit föremål för en undersökning inom ramen för projektet Publicistiska bokslut.

Publicistiska bokslut – kort presentation

Varje företag gör årligen ett ekonomiskt bokslut. Resultaträkningar och balansräkningar hör till det årliga livet och är ett självklart redskap i ett företags framtidsplanering. Men en tidning är så mycket mer än ekonomi. En tidnings tudelade funktion har länge avspeglats i det faktum att ledningen på tidningen har varit tudelad – chefredaktören har haft hand om orden, VD:n om pengarna. Förvisso är publishers eller tidningsledare vanliga idag, men något som dock inte förändrats är synen att tidningen har en viktig roll att fylla i ett demokratiskt samhälle och därför är inte är vilket företag som helst.

Fram tills nyligen har endast VD:n haft ett redskap för att utvärdera året som gått, ett instrument som också varit möjligt att använda för framtidsplanering. Genom Publicistiska Bokslut har även chefredaktören fått ett liknande verktyg. Ett Publicistiskt bokslut är årligt – om tidningen så önskar – och presenteras ungefär samtidigt som det monetära bokslutet. Ett Publicistiskt bokslut är tänkt att användas som ett verktyg för att utvärdera om tidningen når uppsatta mål, omvärdera målen och kanske skapa nya mål. Innehållet i tidningen analyseras, liksom läsarnas och medarbetarnas syn på tidningen och dess innehåll.

² Riksidrottsförbundet (2002) ”Kvinnor och män inom idrotten. Statistik från Riksidrottsförbundet”

³ Källa: Riksidrottsförbundet. Siffrorna gäller för SVT, TV3, TV4 samt Kanal 5.

Alla delar i Publicistiska bokslut är till sin karaktär kvantitativa. Skälet är att jämförbarhet är ett honnörsord. Det ska vara möjligt att jämföra utveckling över tid, mellan tidningar, mellan de olika delundersökningarna och mot uppsatta mål. De Publicistiska boksluten är framtagna genom ett samarbete mellan forskare på JMG och chefredaktörer från olika tidningar. Tidningsutgivarna har under projektets tre första år bidragit med finansiellt stöd, likaså har SJF uttalat sitt stöd för det. Personer från dessa fyra håll ingår i den referensgrupp som är knuten till Publicistiska bokslut.

Boksluten består av tre olika delar – innehåll, medarbetare och läsare – som undersöks i två steg. Skälet är att det ska vara möjligt att delta i projektet oavsett tidningens ekonomiska tillgångar och storlek – valmöjligheter är viktiga. Prissättningen är progressiv, men varje tidning bär i princip sina egna kostnader. Första året projektet genomfördes, 2001/2002, fanns bara möjlighet att delta i steg 1, vilket 20 tidningsföretag som tillsammans utgav 36 tidningstitlar valde att göra.⁴ Undersökningsåret 2002/2003 fanns också möjligheten att helt eller delvis delta i steg 2, något som 16 tidningsföretag med totalt 21 tidningstitlar valde att göra.⁵

Ytterligare ett specialområde gjorde sitt inträde i det Publicistiska bokslutet år 2003/2004, då den första renodlade sportundersökningen genomfördes. Det kan sägas vara ett tredje steg inom projektet, som i detta fall huvudsakligen fokuserat på tidningarnas sportsidor. I projektet har tre tidningsföretag valt att delta – *Västerbottens-Kuriren*, *Östgöta Correspondenten* samt *Piteå-Tidningen*. Samtliga tidningar är vad som i den traditionella tidningsstatistiken brukar kallas landsortspress. Samtliga har även sexdagarsutgivning.

För tidningar och då speciellt deras redaktionsledningar kan Publicistiska bokslut fungera som en metod att mäta om tidningen lever upp till sina egna mål, grundade på kommersiella eller ideologiska överväganden. Det vetenskapliga värdet av boksluten kan även det kommat att bli betydande eftersom det, om projektet fortlever på nuvarande nivå, innebär en kontinuerlig insamling av en stor mängd data om den svenska pressens innehåll, personal och läsare, som inte bara kan analyseras var för sig, utan också kan sättas i förhållande till varandra.⁶

Publicistiska bokslut och sporten

Sportjournalistiken är sedan många år den största specialavdelningen på de flesta svenska dagstidningars redaktioner. Tidningarna satsar stora summor pengar på sportavdelningen och sportnyheter fyller dagligen flera sidor. Utrymmet för sporten har ökat kraftigt under

⁴ Andersson Odén Tomas (2002): 2001 års Publicistiska Bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver i siffror. JMG, Göteborgs universitet

⁵ Andersson Odén, Tomas (2003) 2002 års Publicistiska Bokslut, del 1. Om tidningars redaktioner och innehåll. JMG, Göteborgs Universitet; Wadbring, Ingela (2003): 2002 års Publicistiska bokslut, del 2. Om läsares och medarbetares syn på tidningar. JMG, Göteborgs Universitet.

⁶ Wadbring, Ingela, "Publicistiska bokslut", *Nordicom Information 3-2003*. Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs Universitet

hela efterkrigstiden. Ingen annan folkrörelse får tillnärmelsevis lika stort utrymme som idrotten i den svenska dagspressen.⁷

Tv-sporten domineras som vi redan sett av herrsporter i form av fotboll, hockey och bilsport. Men hur ser sporten i tidningarna ut? Resultaten från föregående års Publicistiska bokslut har visat att upp till 25 procent av tidningarnas redaktionella material utgörs av sportrelaterade artiklar. Vad består då detta material av? Vilka är de största sporterna? Hur ser fördelningen mellan sport- respektive spelmaterial ut? Vilken typ av bild är vanligast – lagfotot eller actionbilden? Och inte minst – hur ser fördelningen mellan herr- respektive damsport ut? Hur jämförbara är egentligen de svenska tidningarnas sportsidor? Följande rapport syftar till att ge svar på dessa frågor. Likaså är tanken att ge ett underlag som bland annat kan ligga till grund för eventuella redaktionella förändringar på sportavdelningen. Utifrån de resultat som framkommer kan en redaktion ställa upp nya mål inför framtiden och i ett senare läge även kontrollera om man lyckats uppnå dessa. Ett Publicistiskt sportbokslut kan naturligtvis användas precis så som varje enskild tidning önskar. Många faktorer är mätta och varje tidning kan själv välja vad som är relevant och mest intressant att arbeta med på det egna företaget.

En fråga som är av särskild vikt inför en empirisk undersökning som den här föreliggande, är hur man går tillväga för att få fram ett urvalsmaterial som kan ge en så rättvisande bild som möjligt av tidningarna redaktionella sportmaterial. Om man som tidningsledare tänker genomföra förändringar av redaktionens arbetsrutiner på grundval av resultaten i Publicistiska bokslut är det av största vikt att de siffror som presenteras är tillförlitliga. I de fall en tidning deltar i innehållsanalysen av det lokala materialet har det undersökta materialet begränsats till en veckas tidningsutgivning. Att det blivit just en vecka som har valts ut som datamängd är ingen slump. Den enklaste förklaringen är att den utgör en cykel i tidningens arbete, där varje veckodag är representerad. Eftersom mycket i samhället baseras just på veckovisa upprepningar (nöjen och sport på helgerna, regeringssammanträden på torsdagar etc.) så blir en veckas nyhetsarbete ett slags spegel av detta samhälle. Tidningsredaktionernas organisation och rutiner i nyhetsarbetet bidrar också till att åstadkomma en återkommande – ofta till och med daglig – upprepning av ett visst mönster i tidningens innehåll. Att det blir så beror delvis på att det på de flesta nyhetsredaktioner finns särskilda grupper av journalister som speciellt arbetar med att få fram dagliga nyheter om särskilda områden, såsom sportnyheter, kriminaljournalistik eller politiska nyheter, för att ta några exempel. Många forskare med erfarenhet av kvantitativ innehållsanalys har ändå använt just en veckas datamängd och funnit den tillräcklig för att beskriva en tidnings innehåll i översiktliga termer. Resultaten från de tre första undersökningsomgångarna i projektet Publicistiska bokslut pekar också i den riktningen.⁸

Undersökningen av tidningarnas sportmaterial bygger alltså på denna princip. Men då det redaktionella sportmaterialet är av mindre omfång än tidningen som helhet, har

⁷ Wallin, Ulf (1998), *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. JMG, Göteborgs Universitet

fyra månader valts ut för att representera ett helt års sportmaterial: januari, april, juni och september. Därefter har en syntetiskt vecka i respektive månad skapats genom slumpvis framtagning av en måndag, en tisdag, en onsdag o.s.v. Urvalet har styrts så att högst två tidningar från samma vecka förekommer i kodningen, vilket garanterar en någorlunda jämn spridning över hela månadens utgivning. På så sätt undviks att enstaka händelser eller särskilt säsongsbetonade sporter får orimligt genomslag i analysen.

Efter att de syntetiska veckorna tagits fram, har antalet sportartiklar på förstasidan räknats och därefter delats in i kategorierna lokalt, nationellt och internationellt material. I syfte att få fram fördelningen mellan redaktionellt-, service- och opinionsmaterial, har tidningens sportsidor mätts i cm². Därefter har antalet artiklar räknats och undersökts för att ta reda på vilka ämnen tidningen främst skriver om, vilka huvudpersoner som framträder, fördelningen mellan dam- respektive herrsport bland mycket annat.

Den redovisning som förekommer i rapporten är upplagd så att de tre tidningarnas resultat jämförs med varandra. Rapporten inleds med en genomgång av sportmaterialet som helhet, följt av ett kapitel om innehållet i det redaktionella sportmaterialet. Läsarnas syn på sporten nämns i ett eget avsnitt, varpå en sammanfattning följer. Rapporten avslutas därefter med en referenslista samt en bilaga med kodanvisningar och kodblankett för undersökningen.

⁸ Andersson Odén, Tomas (2003): ”Publicistiskt bokslut – verktyg för forskare och redaktörer”. Opublicerat paper till den 16:e nordiska medieforskarkonferensen, Kristiansand, augusti 2003

2. En strukturell översikt av sporten

I de följande två kapitlen redovisas och analyseras de deltagande tidningarnas innehåll. I detta första kapitel granskas tidningarnas sportmaterial ur ett helhetsperspektiv. Här redovisas exempelvis omfattningen av sportmaterialet, fördelningen mellan olika typer av innehåll samt hur stor del av innehållet som består av illustrationer. Likaså redovisas en separat undersökning av tidningarnas förstasidor, där relationen mellan sportrubriker och övriga rubriker analyseras. För att få ett jämförelsematerial till vissa delar i årets sportmätning, används data från 2002 års Publicistiska bokslut, där de aktuella tidningar fanns representerade.

Samtliga deltagande tidningar – Piteå-Tidningen, Västerbottens-Kuriren och Östgöta Correspondenten – utkommer med sex nummer per vecka. De har var för sig en upplaga på 17 700, 42 500 respektive 65 600 exemplar per utgivningsdag.⁹ Piteå-Tidningen övergick under 2003 från berliner- till tabloidformat. De båda övriga tidningarna utges i fullformat.

En övergripande bild av helheten och förstasidorna

Förstasidan är tidningens viktigaste sida. Det är där som tidningen presenterar sig för läsarna med dagens viktigaste nyheter och reportage. Det är också en orienteringssida där redaktionen talar om för läsarna var i tidningen de olika texterna finns. Förstasidan utgör ett koncentrat av tidningens innehåll och redigeras så att läsarna har lätt att ta till sig dagens viktigaste nyheter. Därutöver kan förstasidan vara tidningens mest attraktiva annonsplats.

Piteå-Tidningen har, som nämnts ovan, ett mindre format än övriga tidningar, vilket bland annat återspeglas i det genomsnittliga antalet sidor samt det genomsnittliga antalet rubriker på förstasidan. Antalet sidor är något fler för Piteå-Tidningen än för övriga tidningar, samtidigt som antalet rubriker på förstasidan är något färre. Likaså har Piteå-Tidningen procentuellt sett en något lägre andel sportsidor i själva huvudtidningen än Västerbottens-Kuriren och Östgöta Correspondenten. Dock utkommer Piteå-Tidningen regelbundet med två sportbilagor per vecka. Då dessa räknas in i den totala mängden sportmaterial stiger antalet sportsidor per dag från 3,3 till 7,4 med resultatet att även andelen sportsidor ökar från 8 till drygt 15 procent. För Västerbottens-Kurirens del utgör sportsidorna cirka 12 procent av tidningens sidor, för Östgöta Correspondentens del omkring 10 procent.

Lokala och regionala sportnyheter prioriteras hos samtliga tre tidningar ifråga om geografisk fördelning av förstasidans sportrubriker. Piteå-Tidningen har lägst andel

lokala sportrubriker, 74 procent, medan Västerbottens-Kuriren har högst andel, 90 procent. En jämförelse med resultaten från 2002 års Publicistiska bokslut visar att andelen lokala och regionala sportartiklar är något högre än för det totala antalet rubriker på förstasidan. Piteå-Tidningen hade år 2002 drygt 65 procent lokala/regionala rubriker på förstasidan, Västerbottens-Kuriren 77 procent och Östgöta Correspondenten drygt 64 procent. Man tycks således prioritera det lokala och regionala framför det nationella och internationella ifråga om sportrubriker, jämfört med förstasidan som helhet.

Tabell 2.1. Sporten i tidningen som helhet och på förstasidan, en genomsnittlig utgivningsdag (antal och procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Genomsnittligt antal sidor i huvudtidningen/dag: <i>Varav</i>	42,8	29,8	37
Sportsidor i antal:	3,3	3,5	3,6
Sportsidor i %:	(8)	12	10
Genomsnittligt antal sportsidor i bilaga/dag:	4	-	-
Sportsidor inklusive bilagor, i %:	17	-	-
Genomsnittligt antal rubriker på förstasidan/dag: <i>Varav</i>	15,5	26,7	19,8
Sportrubriker i antal:	1,3	2,5	1,3
Sportrubriker i %:	8	9	7
Geografisk fördelning av sportrubrikerna i %:			
Lokala/regionala:	74	90	80
Nationella:	26	10	17
Internationella:	0	0	3
Summa	100	100	100

Hur ser då fördelningen mellan redaktionellt material samt service- och opinionsmaterial ut i de tre tidningarna? Undersökningen visar att cirka 75 procent av det totala sportmaterialet i Västerbottens-Kuriren och i Östgöta Correspondenten består av redaktionellt material. Den återstående fjärdedelen representeras främst av servicematerial; endast några få procent utgörs av opinionsmaterial. Piteå-Tidningen har en något lägre andel redaktionellt material, 64 procent, medan servicematerialet är desto

⁹ TS-tidningen 28 mars 2003

större än i övriga tidningar. Denna typ av material återfinns framför allt i de två sport- och spelbilagor som varje vecka är en del av den ordinarie tidningen.

Tabell 2.2 Förekomst av olika slags sportmaterial en genomsnittlig dag (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Genomsnittligt cm ² sportmaterial/dag:	6527	6026	6319
<i>Varav, i procent:</i>			
Redaktionellt:	64	75	72
Servicematerial:	31	22	24
Opinionsmaterial:	5	3	4
Summa	100	100	100

Vad säger då dessa siffror om sportmaterialets sammansättning jämfört med fördelningen av tidningens totala material? En jämförelse med data från 2002 års Publicistiska bokslut (tabell 2.3) visar att andelen redaktionellt material är betydligt högre på sportsidorna jämfört med i tidningen som helhet. Detta gäller även för servicematerialet, medan andelen opinionsmaterial i sin tur är avsevärt lägre på sportsidorna än i tidningen som helhet. Det opinionsmaterial som främst förekommer består av sportkrönikor, ofta i samband med något större idrottsevenemang, samt tips inför veckans omgång av Stryktipset, Oddset eller V75.

Tabell 2.3 Tidningsinnehållet som helhet, exklusive annonsmaterial, resultat från Publicistiska bokslut 2002 (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Genomsnittlig cm ² tidningsyta/dag, exkl. annonser	34 580	38 670	43 180
Redaktionellt material	55	57	62
Opinionsmaterial	12	16	15
Servicematerial	34	26	24
Summa	101	99	101

Det redaktionella sportmaterialet, som ju visat sig ta upp större delen av tidningarnas sidyta, består i huvudsak av lokalt material. För Östgöta Correspondenten är dock andelen lokalt sportmaterial något lägre, jämfört med Piteå-Tidningen och Västerbottens-

Kuriren, medan det nationella materialet i sin tur tar en något större plats hos Östgöta Correspondenten än hos övriga tidningar. Piteå-Tidningen har lägst andel internationellt material, cirka 1 procent, vilket kan jämföras med Västerbottens-Kurirens 9 procent och Östgöta Correspondentens 5 procent (tabell 2.4).

Tabell 2.4 Redaktionell sport från olika geografiska avstånd en genomsnittlig dag (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Genomsnittligt red. sportmaterial i cm ² /dag	4202	4539	4536
<i>Varav, i procent:</i>			
Lokalt/regionalt	76	75	65
Nationellt	23	17	30
Internationellt	1	8	5
Summa	100	100	100

En jämförelse med respektive tidnings resultat från 2002 års Publicistiska bokslut visar att det redaktionella materialet i genomsnitt bestod av drygt 65 procent lokalt material, 25 procent nationellt, 10 procent internationellt samt någon enstaka procent geografiskt obestämbar material. Rapporteringen från sportens värld skiljer sig sålunda från det redaktionella materialet i tidningen som helhet.

Sport och spel som service

Service materialet representerar tillsammans med det redaktionella materialet de två största delarna av tidningarnas sportmaterial. Mellan $\frac{1}{4}$ och $\frac{1}{3}$ av det totala sportmaterialet består av servicematerial i olika form. För att spegla fördelningen av denna typ av material, har det delats upp ytterligare i kategorierna sportmaterial, spelmaterial samt radio- och TV-material. Sportresultat består i huvudsak av tabeller och matchresultat; spelresultat utgörs av resultatlistor från exempelvis trav, Stryktipset, Oddset, Lotto och Keno; radio- och TV-material består av tablåer för dagens eller veckans TV-sända sportprogram.

Hälften sportresultat, hälften spelresultat är på ett ungefär den fördelning som gäller i såväl Västerbottens-Kuriren som i Östgöta Correspondenten. Piteå-Tidningen skiljer sig från de övriga genom att låta spelmaterialet ta nästan dubbel så stor plats som

sportmaterial. Tidningen ger även utrymme för dagens sporttv-tablå, vilket i princip saknas hos de övriga tidningarna (tabell 2.5).

Tabell 2.5 Sportens servicematerial (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Genomsnittligt servicematerial i cm ² /dag	2012	1308	1580
<i>Varav i procent:</i>			
Sportresultat	33	56	51
Spelresultat	61	44	49
Radio- & TV-material	6	0	0
Summa	100	100	100

Tabell 2.6 visar den procentuella fördelningen av sportresultaten. Fotboll och ishockey är de två sporter som tar mest utrymme i anspråk när det gäller sportresultaten. Därefter skiljer sig dock fokuseringen något mellan de tre tidningarna. Näst efter fotboll och hockey är alpina sporter och motorsport störst hos Piteå-Tidningen. Västerbottens-Kuriren fokuserar i sin tur på bowling, boule, alpint och skidsport, medan Östgöta Correspondenten har större andel sportresultat från friidrottstävlingar, handboll, orientering och löpning.

Att kategorin ”Övrigt” har blivit förhållandevis stor hos Piteå-Tidningen beror på att tidningen har en stor bredd vad gäller antalet sporter vars resultat redovisas. Många av dessa är dock små och har, för att inte göra tabellerna allt för oöverskådliga, lagts samman under rubriken ”Övrigt”. Även Östgöta Correspondenten har av samma orsak något högre siffror i denna kategori. Bland de sporter som ingår i kategorin återfinns, för att ge några exempel, badminton, boxning, curling, dart, vattenskidor, gymnastik och segling.

Det kan i sammanhanget vara intressant att nämna att Östgöta Correspondentens satsning på rapportering från Lidingöloppet samt redovisning av resultat därifrån tydligt slår igenom i kategorin ”Löpning/maraton”. Utan dessa resultatlistor skulle kategorin se ungefär likadan ut som för de övriga två tidningarna.

I ett land som Sverige, som sträcker sig långt från norr till söder, spelar antagligen klimatet en viss roll för urvalet av sportrapporteringen. Vissa idrottsgrenar går bättre att utöva – åtminstone under en längre säsong – i vissa delar av Sverige än andra. I servicematerialet syns detta främst genom att resultatlistor från vintersporter som utförsåkning får mer utrymme hos Piteåtidningen och Västerbottens Kuriren (4 respektive 5 procent), än hos Östgöta Correspondenten (0 procent). Orientering ges

däremot större utrymme i den sistnämnda tidningen än i de övriga två. De olika orternas geografiska belägenhet skulle alltså kunna vara en rimlig förklaring till detta fenomen.

Tabell 2.6 Olika sporter i servicematerialet (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens- Kuriren	Östgöta Correspondenten
Totalt sportresultat i cm ²	15 776	17 725	19 222
<i>Varav i procent:</i>			
Fotboll	36	28	30
Ishockey	18	16	15
Övrigt*	11	2	6
Alpint	4	5	0
Bowling	1	7	0
Friidrott	3	8	4
Motorsport	4	3	3
Skidsport	3	5	0
Handboll	2	3	6
Skytte	2	3	2
Innebandy	2	4	3
Golf	2	3	3
Tennis	2	2	3
Ridsport	1	3	3
Basket	3	3	2
Simsport	2	0	2
Boule	0	5	2
Bordtennis	1	0	2
Löpning/maraton	1	0	5
Orientering	1	0	5
Cykel	1	0	2
Bandy	0	0	2
Summa	100	100	100

*Kategorin ”Övrigt” omfattar bl.a. badminton, boxning, curling, dart, vattenskidor, hundsport, styrkelyft, kampsport, konståkning, segling, kanot/rodd och gymnastik.

En granskning av tidningarnas spelresultat mätt i cm² visar att Piteå-Tidningen har mer än dubbel så mycket av denna typ av material jämfört med Västerbottens-Kuriren. De tre spelkategorier som dominerar samtliga tidningars sportsidor består av trav, stryktips och oddset, vilket speglas i tabell 2.7, där den procentuella fördelningen av spelresultaten återges.

Utrymmesmässigt är trav och galopp de två i särklass största spelen. Drygt hälften av servicematerialet i Piteå-Tidningen omfattar trav och galopp, medan andelen är något högre i Västerbottens-Kuriren (66 procent) och Östgöta Correspondenten (63 procent). Stryktipset utgör knappt en fjärdedel av spelaterialet i såväl Piteå-Tidningen som i Västerbottens-Kuriren, medan motsvarande andel i Östgöta Correspondenten är drygt en tredjedel. Oddset tar en betydligt större plats i Piteå-Tidningen, jämfört med övriga tidningar, där ger spelet istället tillhör en av de mindre kategorierna.

Tabell 2.7 Olika spelresultat i servicematerialet (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Totalt spelresultat i cm ²	29 559	13 666	18 687
<i>Varav i procent:</i>			
Trav/Galopp	54	66	63
Stryktipset	19	15	31
Oddset	24	9	3
Greyhound	1	4	0
Keno	1	2	1
Lotto	1	2	1
Övrigt*	1	2	1
Summa	101	100	100

* ”Övrigt” innefattar bland annat Bingo, Italienska tipset, Joker samt Måltipset.

Bland de spel som ges minst utrymmesplats på tidningarnas sportsidor återfinns skicklighetsspelen Italienska stryktipset och måltipset, samt nummerspelen Bingo och Måltipset.

Kanske speglar fördelningen av tidningarnas spelmaterial även förhållandet som råder mellan de spel som har störst omsättning i samhället. De två spelbolag som omsätter mest pengar i Sverige är ATG och Svenska Spel. Det största spelet hos ATG är V75, som år 2002 omsatte drygt 3,6 miljarder kronor. Hos Svenska Spel är Oddset störst när det gäller skicklighetsspel och Lotto ifråga om nummerspel. De två spelen omsatte vardera 1,7 respektive 2,1 miljarder år 2002.¹⁰

¹⁰ Uppgifter hämtade från www.atg.se samt www.svenskaspel.se

Många actionbilder – sportens illustrationer

Varje tidningsexemplar som analyserats innehöll i genomsnitt mellan 10-13 sportillustrationer, d.v.s. fotografier, tabeller, diagram, kartor eller teckningar. Jämfört med det antal illustrationer som kodades för de tre tidningarna i 2002 års Publicistiska bokslut, motsvarar sportillustrationerna cirka 28 procent av Piteå-Tidningens totala antal illustrationer, samt omkring 20 procent av Västerbottens-Kurirens och Östgöta Correspondentens totala antal illustrationer. Det kan i sammanhanget även nämnas att det redaktionella sportmaterial motsvarar drygt 20 procent av de tre tidningarnas totala redaktionella material.

Den dominerande sportillustrationen är fotografiet. För att djupare analysera vilken typ av fotografi som är vanligast förekommande, har det delats in i fem olika slags fototyper; lagbilder, enskilda personer, actionbilder, ej personer och övrigt (tabell 2.8).

Tabell 2.8. Typer av sportillustrationer (antal och procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Genomsnittligt antal sportillustrationer/dag	12,8	10,7	9,7
<i>Varav, i procent:</i>			
Foto, actionbilder	53	44	61
Foto, enskilda personer	42	40	25
Foto, lagbilder	6	10	5
Foto, ej personer	0	1	4
Tabell/karta/diagram	0	4	2
Foto, övrigt	0	0	1
Övriga illustrationer	0	0	1
Summa	101	99	99
Genomsnittligt antal huvud på foton/dag	28,6	20,6	18,3

Actionbilden är den dominerande bilden, då särskilt närkampsbilder, medan fotografier på enskilda personer kommer på andra plats. Jämfört med övriga tidningar har Östgöta Correspondenten en större andel actionbilder, medan Västerbottens-Kuriren har en något större andel lagbilder.

Det genomsnittliga antalet "huvuden" som förekommer på fotografierna en genomsnittlig dag varierar mellan de tre tidningarna. För Piteå-Tidningens del handlar det om närmare 30 personer per dag, medan Västerbottens-Kuriren och Östgöta Correspondenten har drygt respektive strax under 20 "huvud" per dag.

Vad kan vi då dra för slutsats av alla de siffror som redovisats i detta kapitel? Jo, att tidningarnas huvudsakliga fokus i sportsammanhang ligger på de lokala och regionala nyheterna. Vi har även sett att fotboll och hockey är de största sporterna sett till de sportresultat som redovisas i tidningarna. I fråga om spelresultat dominerar trav och stryktips. Slutligen kunde vi konstaterat att actionbilden tillsammans med fotografier på enskilda personer, utgör de två största kategorierna inom sportens illustrationer.

Därmed avslutas kapitlet om den strukturella översikten av sportmaterialet. Härnäst ska vi få se vilka ämnen som dominerar det redaktionella materialet, hur fördelningen mellan dam- och herrsport ser ut samt vilka huvudpersoner som framträder i sportens spalter.

3. Det redaktionella sportmaterialet

I undersökningen av tidningarnas sportmaterial har innehållet i totalt 1484 lokala, regionala, nationella samt internationella nyhetsartiklar kodats och analyserats. Liksom analysen av sportmaterialet som helhet, har undersökningen av de enskilda artiklarna utförts på en måndagstidning, en tisdagstidning, en onsdagstidning o.s.v. utgivna i januari, april, juni och september 2003. Tidningarna har slumpvis valts ut ur hela månadens utgivning, men för att hindra att enstaka händelser får orimligt stort genomslag har urvalet styrts så att högst två tidningar finns med från en och samma kalendervecka. Tillskillnad från föregående avsnitt, där tidningarnas sidor har mätts och analyserats, bygger innehållsanalysen av det redaktionella sportmaterialet på räknande av artiklar.

Inledningsvis nämndes att undersökningar av sportutbudet i de svenska TV-kanalerna visar att dessa framför allt fokuserar på sporter som fotboll, ishockey, segling, bilsport, golf och friidrott. 76 procent av den totala sändningstiden ägnas åt herrsport, medan damerna endast tilldelas 6 procent av tiden. Givetvis ställer man sig då frågan hur situationen ser ut i de svenska dagstidningarnas sportspalter. Vilka ämnen och sporter är vanligast? Hur ser fördelningen mellan herr- och damsport ut? Detta är några av de frågor som kommer att diskuteras i nedanstående kapitel.

Ett mycket tävlingsinriktat innehåll

Det ämne som överlag är mest frekvent återkommande i de tre undersökta tidningarna är seriematcher. Internationella tävlingar kommer på en god andra plats i Västerbottens-Kuriren och Östgöta Correspondenten, medan Piteå-Tidningen fokuserar något mer på regionala tävlingar. Nationella tävlingar förekommer i mellan 6 och 9 procent av de respektive tidningarnas artiklar. Trav är ett av de ämnen som får mer utrymme i de två norrländska tidningarna, medan spelarförvärv och andra kontraktsfrågor tar en större plats i Östgöta Correspondenten (tabell 3.1).

Något som däremot inte är särskilt vanligt förekommande i tidningarnas sportmaterial är artiklar om träning för barn och vuxna, motion samt hälsa och friskvård. Träning för vuxna förekommer exempelvis endast i en enda artikel i Östgöta Correspondenten. Tendensen syns även i resultaten från 2002 års Publicistiska bokslut, där de artiklar som återfinns under rubriken "hälsa & social service" främst rör äldrevård, samt förhållanden och företeelser som äger rum på vårdcentraler och sjukhus. Hälsa är

alltså ett ämne som överlag inte ges något större utrymme i tidningen, oavsett om det handlar om sportens olika arenor eller om samhället i stort.

Tabell 3.1 Ämnen i tidningarnas sportartiklar (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Antal artiklar	375	549	560
<i>Varav, i procent:</i>			
Seriematcher	30	26	21
Internationella tävlingar	13	21	22
Regionala tävlingar	15	10	10
Spelarförvärv, kontrakt	8	7	11
Nationella tävlingar	6	9	9
Trav	7	6	3
Europeisk ligafotboll	2	6	4
Personporträtt	4	2	3
Ekonomi, årsmöte	1	4	4
Sportskador	2	2	5
NHL	3	2	1
Träningsläger	2	2	2
Spel/lotto etc.	3	1	0
Doping	1	1	1
Träning, barn	0	1	1
Frågor om idrottsarenor	0	1	1
Hälsa/friskvård	0	0	2
Övrigt	2	0	0
Motion	0	0	1
Träning, vuxna	0	0	0
Summa	99	101	101

Värt att notera är att såväl Västerbottens-Kuriren som Östgöta Correspondenten har drygt 30 procent fler artiklar än Piteå-Tidningen i det aktuella urvalet, vilket beror på att den senare tidningen har en något lägre andel redaktionellt sportmaterial. Som redan nämnts har Piteå-Tidningen istället en större andel servicematerial, vilket främst återfinns i de regelbundet återkommande sport- och spelbilagorna.

Bland de sporter som förekommer i artiklarna är fotboll och ishockey de allra vanligaste, vilket speglas i tabell 3.2 där den procentuella fördelningen mellan de sporter som givits mest utrymme under den aktuella mätperioden redovisas.

Östgöta Correspondenten har ett något större utbud av sporter än övriga tidningar. Bland annat ges bangolf, frisbee, fäktning, skridsko och vattenskidor utrymme, även om det endast sker med en eller ett fåtal artiklar per sport. Sett till det genomsnittligt antal

sporter som omskrivs i tidningarna, ger Östgöta Correspondenten utrymme för tioalet fler sporter jämfört exempelvis Piteå-Tidningen.

Tabell 3.2 Typ av sport i respektive tidningars sportartiklar (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens- Kuriren	Östgöta Correspondenten
Antal artiklar	375	549	560
<i>Varav, i procent:</i>			
Alpint	1	4	1
Badminton	0	2	0
Bandy	0	1	3
Basket	3	3	3
Motorsport	7	4	9
Bordtennis	0	1	2
Boule	0	1	0
Bowling	1	1	1
Boxning	1	1	1
Brottnig	0	0	1
Cykel/mountainbike	1	1	2
Danssport	1	0	0
Fotboll	36	29	23
Friidrott	2	4	3
Golf	2	1	4
Handboll	2	3	5
Innebandy	4	6	4
Ishockey	18	16	13
Kampsport	0	1	1
Konståkning	0	0	1
Längdskidåkning	6	4	0
Löpning/maraton	1	1	1
Orientering	1	0	1
Ridsport	0	1	0
Simsporter	0	1	1
Sportskytte	0	2	3
Squash	0	0	1
Styrkelyft	1	1	0
Tennis	1	2	4
Trav	7	6	3
Volleyboll	1	2	3
Spel/lotto etc.	1	1	0
Annan	2	1	6
Summa	100	101	100
Genomsnittligt antal omskrivna sporter:	33	40	43

Som nämnts i samband med redogörelsen för fördelningen av tidningarnas sportservicematerial, kan den geografiska belägenheten spela en viss roll för vilka sporter som ges stort utrymme. Detta gäller givetvis även innehållet i artiklarna. Längdskidåkning får exempelvis större utrymme hos Piteå-Tidningen och Västerbottens-Kuriren, likaså har den senare tidningen en större andel artiklar om alpina sporter. En rimlig förklaring är alltså det geografiska läget. De båda tidningarna har även en större andel artiklar om trav, än Östgöta Correspondenten. Den senare har dock, tillsammans med Piteå-Tidningen, större fokusering på motorsporter än Västerbottens-Kuriren. En förklaring till varför Piteå-Tidningen och Västerbottens-Kuriren har så stor fokusering på travsport kan vara närheten till travbanor. De båda mindre travbanorna i Boden och Skellefteå ligger i inom Piteå-Tidningens upptagningsområde, likaså befinner sig Solänget och den större travbanan Umåker inom ramen för Västerbottens-Kurirens område. Även Östgöta Correspondenten har en travbana i sitt upptagningsområde – Mantorp. Att Corren i sin tur skriver något mer om speedway kan ha sin förklaring i att både Linköping och Motala har lag som tävlar i de högre divisionerna inom denna sport.¹¹

Människorna i sporten

I ungefär 80 procent av de undersökta artiklarna framträder personer som kan identifieras mer eller mindre väl. Ibland är de representerade med namn och utförliga beskrivningar av sina respektive personligheter, ibland är det endast möjligt att utläsa personens kön eller position. Undersökningen av människorna i sportmaterialet har koncentrerats till att gälla huvudpersonen i de artiklar där det finns intervjuade eller omtalade personer. Vem som framstår som huvudperson avgörs genom en samlad bedömning av rubrik och eventuellt förekommande bild, bildtext och ingress. Om det finns en klart urskiljbar person i en eller flera av dessa läsaringångar, söks information även längre in i artikeln för att optimera antalet träffar i de olika variablerna. Huvudpersonens kön, ålder och yrke/position kodas i den mån information finns i artikeln. Bedömningen av huvudpersonens ålder görs utifrån ett helhetsperspektiv. I första hand används uppgifter om åldern i artikeln, i andra hand tolkas eventuella bilder, i tredje hand information om sysselsättning (om personen är elev i grundskolan eller studerar på gymnasiet etc.).

I den ordinarie kodningen av det lokala materialet i Publicistiska bokslut, har såväl elitidrottare, tränare och amatöriddrottare räknats till kategorin ”idrottsperson/tränare”. I sportkodningen har denna grupp delats upp i ytterligare kategorier för att undersöka vilka personer som är mest frekvent förekommande i sportens spalter. I undersökningen har personer som tävlar i internationella samt i större nationella tävlingar kodats som

¹¹ Uppgifter från www.atg.se samt www.speedway.nu

elitidrottare, tillsammans med spelare i division 1 och Allsvenskan. Sportutövare i lägre divisioner har räknats som amatörer.

Tabell 3.3 redogör för den procentuella fördelningen mellan olika typer av roller som framträder i det redaktionella sportmaterialet. Mest frekvent förekommande i samtliga tidningar är elitidrottare, följt av tränare och amatöriddrottare. Idrottschefer och ordföranden i idrottsförbund återfinns som fjärde största grupp med dryga 5 procent. Föräldrar, elever och idrottsläkare/sjukgymnaster uppmärksammas sällan på sportsidorna. Ytterligare en person som lyser med sin frånvaro i de flesta tidningar är idrottsfunktionären, detta trots att flertalet tävlingar skulle vara om inte omöjliga så åtminstone mycket svårare att genomföra utan dessa människor.

Tabell 3.3 Huvudpersonernas roll i sportartiklarna (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens- Kuriren	Östgöta Correspondenten
Antal artiklar	320	424	459
<i>Varav, i procent:</i>			
Elitidrottare	42	44	56
Idrottstränare	30	33	24
Amatör	19	13	8
Ordförande i idrotts- förbund/idrottschef	4	5	7
Tidningen själv/egna journalister	2	1	2
Tävlingsledare	2	1	0
Annan	1	1	1
Domare	1	0	0
Student, elev	0	0	1
Förälder	0	0	1
Politiker	0	1	0
Rektor/lärare	0	1	0
Läkare/sjukgymnast	0	0	0
Idrottsfunktionär	0	0	0
Summa	100	100	100

Det talas så gott som dagligen om jämställdhet i vårt samhälle. Kvinnor och män ska finnas representerade i jämn fördelning på arbetsplatser, i regeringen och i bolagsstyrelser. Den vanligaste definitionen av begreppet jämn könsfördelning, som exempelvis används av Statistiska centralbyrån, är att andelen kvinnor respektive män i en grupp är 40 procent till 60 procent eller jämnare. Finns det fler än 60 procent kvinnor i en grupp sägs den vara kvinnodominerad. Finns det fler än 60 procent män, är gruppen mansdominerad. I sportens värld arbetar Riksidrottsförbundet för att skapa det man kallar

”jämställd idrott”. Detta betyder bland annat att kvinnlig och manlig idrottsutövning ska värderas lika och prioriteras på ett likvärdigt sätt: "Flickor och pojkar, kvinnor och män inom idrottsrörelsen ska ha samma rättigheter, skyldigheter och möjligheter och de ska dela inflytande och ansvar." Kvinnor och män ska ha lika stort inflytande i beslutande organ, båda könen kunskaper, erfarenheter och värderingar ska tas tillvara och ges möjlighet att påverka idrottens utveckling. Vidare ska andelen kvinnliga och manliga tränare motsvara fördelningen bland aktiva inom respektive idrott.¹²

Trots all strävan mot ett mer jämställt samhället har de senaste årens mätningar inom Publicistiska bokslut visat en ganska snedvriden fördelning av fokuseringen på kvinnor respektive män i det lokala nyhetsmaterialet. 2002/2003 var endast en av fyra personer som förekom i nyhetsartiklarna kvinnor. Åldersmässigt var personer i medelåldern – 30-65 år – också rikligt företrädna, vilket i och för sig kan förefalla naturligt då det är en stor del av den aktiva perioden i livet. 2002/2003 utgjordes nära två tredjedelar av de intervjuade eller omskrivna personerna av denna åldersgrupp. Knappt en femtedel av tidningarnas huvudpersoner var unga människor i åldern 18-30 år, medan en dryg tiondel av artiklarna handlade om barn och ungdom och knappt en tiondel om ålderspensionärer. Mest omskrivna av alla är människor som sysslar med idrott – de utgör mellan 15 och 25 procent av de omskrivna människorna i så gott som alla undersökta tidningar.¹³

Om könsfördelningen i det ordinarie bokslutet är snedvriden, är detta inget i jämförelse med fördelningen mellan män och kvinnor i sportartiklarna. Cirka 85 procent av de huvudpersoner som förekommer i sportsammanhang är män (tabell 3.4). En rimlig slutsats att dra är att den manliga dominansen i sportmaterial ökar snedfördelningen mellan män och kvinnor sett till tidningen som helhet, eftersom sporten oftast utgör det största ämnet i en tidning, och att detta ämne i sin tur till största del består av manliga huvudpersoner.

Åldersmässigt ligger sportfokuseringen på individer i åldrarna 20-30 år, vilket kan förefalla ganska naturligt eftersom det antagligen är den period i livet då man som idrottsperson är som mest aktiv. Västerbottens-Kuriren skriver om en stor andel personer i åldrarna 0-12 år (15 procent) respektive 13-19 år (34 procent). Dock bör det påpekas att antalet personer där ålder tydligt framgått av artikeln är ungefär hälften så stort i Västerbottens-Kuriren än i övriga tidningar. Anledningen till detta är främst att det i Piteå-Tidningen och Östgöta Correspondenten oftare skrivs ut ålder på idrottspersoner och tränare i artiklarna, än vad som är förekommande i Västerbottens-Kuriren. I vissa fall har det varit möjligt att ungefärligt placera in huvudpersonen i en ålderskategori, baserat på bildmaterial eller uppgifter om att personen exempelvis studerar på gymnasiet. Den grupp som främst saknar åldersangivelse i Västerbottens-Kurirens artiklar är dock tränare. Om ålder hade framgått på samma sätt i Västerbottens-Kuriren som i de övriga

¹² Riksidrottsförbundet: www.rf.se

¹³ Andersson Odén, Tomas (2002): 2001 års Publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver- i siffror. JGM, Göteborg; (2003) 2002 års Publicistiska bokslut, del 1. Om tidningars redaktioner och innehåll. JMG, Göteborg.

två tidningarna, hade siffrorna i tabell 2.5 förmodligen varit mer lika sinsemellan de tre tidningarna när det gäller åldersgruppen 31-50 år.

Tabell 3.4 Kön och ålder på huvudpersoner som framträder i sportmaterialet, jämförelse med respektive tidnings lokala material (procent)

	Piteå-Tidningen		Västerbottens-Kuriren		Östgöta Correspondenten	
	Sport-material	Lokala artiklar	Sport-material	Lokalt material	Sport-material	Lokalt material
Antal artiklar	321	230	437	278	489	233
<i>Varav, i procent:</i>						
Män	85	77	81	77	84	74
Kvinnor	15	23	19	23	16	26
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal artiklar	120	94	65	128	140	81
<i>Varav, i procent:</i>						
0-12 år	8	*	15	*	6	*
13-19 år	24	15	34	9	28	10
20-30 år	35	19	34	27	39	19
31-50 år	25	*	12	*	21	*
51-65 år	5	56	5	55	4	64
65-	3	9	0	9	2	7
Summa	100	100	100	100	100	100
Genomsnittligt antal huvud på foton/dag	28,6	-	20,6	-	18,3	-
<i>Varav, i procent:</i>						
Män	73	-	67	-	70	-
Kvinnor	27	-	33	-	30	-
Summa	100	-	100	-	100	-

* Observera att åldersindelningen är något annorlunda för det lokala materialet jämfört med sportmaterialet. Åldersgrupperna 0-12 samt 13-19 år är sammanslagna i det lokala materialet, likaså åldersgrupperna 31-50 samt 51-65 år.

För att få något att jämföra med redovisas i tabell 3.4 även de resultat i form av kön- och åldersfördelning hos huvudpersoner, som framkom för respektive tidning i 2002 års Publicistiska bokslut. Eftersom sportmaterialet är uppdelat i mindre ålderskategorier jämfört med det lokala materialet, kan uppställningen vid en första anblick se något förvirrande ut. Förklaringen är dock att åldersgrupperna 0-12 samt 13-19 år är sammanslagna i det lokala materialet, liksom åldersgrupperna 31-50 samt 51-65 år. En jämförelse med 2002 års lokala material visar att fokuseringen på olika åldersgrupper ser något annorlunda ut. Medan sportartiklarna i huvudsak fokuserar på personer i de yngre åldersgrupperna, domineras det lokala materialet av personer i medelålder.

För att få en uppfattning om förekomsten och fördelningen av män respektive kvinnor i sportens bildmaterial, har antal ”huvud” per illustration räknats. Det genomsnittliga antalet ”huvuden” som förekommer på fotografierna en vanlig dag varierar mellan de tre tidningarna. För Piteå-Tidningens del handlar det om närmare 30 personer per dag, medan Västerbottens-Kuriren och Östgöta Correspondenten har drygt 20 respektive strax under 20 ”huvud”. Fördelningen mellan män och kvinnor är dock relativt likartad mellan tidningarna; cirka 70 procent är män, resterande del är kvinnor.

Hur kan det då komma sig att mer än 80 procent av de huvudpersoner som figurerar i tidningarnas *artiklar* är män, samtidigt som ”endast” 70 procent av de personer som förekommer på *bild* är män? Mätningarna av förekomsten av huvudpersoner inne i artikeln ger alltså en litet annorlunda bild än mätningen av huvudpersoner på bild. På sätt och vis kan man kanske säga att kvinnor är ”överrepresenterade” på bild i förhållande till att vara omskrivna i innehållet. Men är det verkligen hela sanningen? Och vad beror i så fall denna variation i siffror på? För att söka finna ett svar på frågorna ska vi gå vidare och fördjupa oss i herr- och damsporten.

Herr- och damsport

Om man ska göra en djupare analys av tidningarnas sportsidor är det intressant inte bara att se hur stor andel män respektive kvinnor som förekommer i artiklarna, utan även att kartlägga den procentuella fördelningen mellan dam- respektive herrsport. I undersökningen har varje enskild artikel, i de fall det varit möjligt, kodats som antingen dam- eller herrsport. Artiklar som berör sport i allmänhet eller både dam- och herrsport, har kodats som ”förekommer ej/både ock”. Dessa artiklar redovisas inte i de tabeller där dam- respektive herrsport finns med som variabel.

Männen dominerar sportens spalter. Mer än 80 procent av samtliga artiklar i Piteå-Tidningen och Östgöta Correspondenten fokuserar på herrsporter. Västerbottens-Kuriren ligger dryga 10 procentenheter under denna siffra, vilket innebär att man ger damsport ett större utrymme - en av fyra artiklar handlar om damsport (tabell 3.5).

Tabell 3.5 Artiklar med fokusering på herr- respektive damsport (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Antal artiklar	348	459	503
<i>Varav, i procent:</i>			
Herrsport	82	73	84
Damsport	18	27	16
Summa	100	100	100

Fotboll, ishockey, motorsport, innebandy och handboll tillhör de sporter som är mest frekvent förekommande i sportmaterialet. Vid en uppdelning efter herr- respektive damsport, framgår det tydligt att det främst tycks vara extremt manliga sporter som ges utrymme i spalterna (tabell 3.6). Endast en av fyra artiklar om fotboll härrör ifrån damsport, åtminstone i Piteå-Tidningen och Västerbottens-Kuriren. För Östgöta Correspondenten är siffrorna än lägre – endast en av tio fotbollsartiklar handlar om kvinnliga fotbollsspelare. Mer än 90 procent av artiklarna om motorsport berör manliga utövare. Därtill kommer att nästan samtliga artiklar om ishockey handlar om män, vilket i och för sig kanske inte är särskilt konstigt då andelen sportutövare som ägnar sig åt hockey till 97 procent består av män.

Tabell 3.6 Sporter fördelade efter dam- eller herrsport (procent)

	Piteå-Tidningen	Västerbottens-Kuriren	Östgöta Correspondenten
Fotboll, antal artiklar:	118	160	126
<i>Varav i procent:</i>			
Herrsport	76	70	90
Damsport	24	30	10
Summa	100	100	100
Ishockey, antal artiklar:	68	83	69
<i>Varav i procent:</i>			
Herrsport	99	95	99
Damsport	1	5	1
Summa	100	100	100
Motorsport, antal artiklar:	24	20	46
<i>Varav i procent:</i>			
Herrsport	92	90	98
Damsport	8	10	2
Summa	100	100	100
Innebandy, antal artiklar:	14	30	21
<i>Varav i procent:</i>			
Herrsport	79	67	100
Damsport	21	33	0
Summa	100	100	100
Handboll, antal artiklar:	7	17	28
<i>Varav i procent:</i>			
Herrsport	71	76	71
Damsport	29	24	29
Summa	100	100	100

Seriematcher är, som nämnts tidigare, generellt det ämne som är vanligast förekommande i sportens spalter. Vid en uppdelning på dam- respektive herrsport förändras dock bilden något (tabell 3.7). Då Västerbottens-Kuriren och Östgöta Correspondenten rapporterar om händelser inom damsportens värld sker det oftast utifrån ett internationellt perspektiv. Vid de tillfällen då man i de båda tidningarna omskriver kvinnor på sportens sidor, sker det alltså oftast i större tävlingssammanhang. Piteå-Tidningen utgör dock ett litet undantag, då man främst fokuserar på damernas seriematcher och först därefter på internationella tävlingar. En specifik händelse som gav damidrotten en möjlighet att synas i spalterna, var det de svenska tjejernas framgångar i fotbolls-VM. Frågan är hur stor uppmärksamhet damsporten totalt sett hade fått om det inte varit för det positiva resultat dessa kvinnor presterade...? Ytterligare en sak värd att notera är att damer oftare än herrar förekommer i artiklar som rör doping, även om antalet artiklar i just det ämnet inte är särskilt många.

Tabell 3.7 Dam- respektive herrsport fördelat efter ämne (procent)

	Piteå-Tidningen		Västerbottens-Kuriren		Östgöta Correspondenten	
	Herr	Dam	Herr	Dam	Herr	Dam
Antal artiklar	253	63	334	125	422	81
<i>Varav, i procent:</i>						
Internationella tävlingar	13	24	22	28	21	40
Seriematcher	37	32	36	18	25	14
Regionala tävlingar	13	24	5	17	9	16
Nationella tävlingar	7	6	10	9	9	10
Spelarförvärv	11	0	8	8	14	1
Personporträtt	5	2	2	4	3	4
Träningsläger	2	6	2	5	2	1
Europeisk ligafotboll/cuper	3	0	8	5	5	0
Sportskador	2	2	2	2	5	7
NHL	4	0	3	0	1	0
Övrigt	2	2	2	2	4	2
Doping	1	2	1	2	1	2
Träning, barn	0	0	0	1	0	2
Träning, vuxna	0	0	0	1	0	0
Motion	0	0	0	0	0	0
Hälsa/friskvård	0	0	0	0	0	0
Summa	100	100	100	100	99	99

Bland de män och kvinnor som framträder som huvudpersoner i sportmaterialet, är elitidrottaren den största gruppen (tabell 3.8). Den mest frekvent förekommande gruppen för kvinnornas del är därefter amatöridrottaren. För männens del utgör tränarna den näst största gruppen.

Det är framför allt Piteå-Tidningen och Västerbottens-Kuriren som uppmärksammar de kvinnliga amatöridrottarna. En av tre kvinnor som förekommer i de båda tidningarna räknas till denna grupp. Motsvarande siffra för Östgöta Correspondenten är knappt en av fem. Kvinnliga idrottschefer får däremot större utrymme i den sistnämnda tidningen än i de övriga två.

Den uppmärksamme läsaren har förmodligen redan upptäckt att de två sistnämnda tabellerna, 3.7 samt 3.8, har analyserats utifrån två olika perspektiv. Tabell 3.7, ”Dam- respektive herrsport fördelat efter ämne”, är som titeln mycket riktigt anger analyserad efter huruvida ämnena handlar om dam- eller herrsport. Tabell 3.8, ”Huvudpersonernas roll i sportartiklarna, fördelat efter kön”, är i sin tur granskad utifrån könet på den huvudperson som förekommer. Det kan tyckas mer logiskt att använda samma utgångspunkt, d.v.s. fördelningen på dam- respektive herrsport, i båda tabellerna. För den fortsatta analysen av undersökningens resultat visar dock tabell 3.8 på ett mycket intressant fenomen, som inte skulle synas på samma tydliga sätt om uppdelningen istället hade gjorts efter dam- och herrsport, nämligen förhållandet mellan andelen artiklar med kvinnliga respektive manliga huvudpersoner och andelen artiklar om dam- respektive herrsport.

Tabell 3.8 Huvudpersonernas roll i sportartiklarna, fördelat efter kön (procent)

	Piteå-Tidningen		Västerbottens- Kuriren		Östgöta Correspondenten	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Antal artiklar	271	46	346	75	393	64
<i>Varav, i procent:</i>						
Elitidrottare	40	59	43	51	54	67
Amatör	15	37	8	33	6	17
Idrottstränare	35	2	39	5	27	2
Ordförande i idrottsförbund/idrottschef	4	2	5	5	7	8
Idrottsfunktionär	0	0	0	0	1	0
Förälder	0	0	0	0	1	3
Student, elev	0	0	0	0	1	2
Tidningen själv/egna journalister	2	0	1	0	2	0
Politiker	0	0	1	0	0	0
Tävlingsledare	2	0	2	0	1	0
Rektor/lärare	0	0	1	1	0	0
Läkare/sjukgymnast	0	0	0	0	0	2
Domare	1	0	0	0	1	0
Annan	0	0	0	4	1	0
Summa	99	100	100	99	102	101

Om vi tittar närmare på tidningarnas fokuseringen på dam- respektive herrsport, visar det sig att drygt 80 procent av samtliga artiklar i Piteå-Tidningen och Östgöta Correspondenten handlar om herrsport (tabell 3.5). Västerbottens-Kuriren ligger dryga 10 procentenheter under denna siffra, vilket innebär att man ger damsport ett större utrymme. Men om dessa artiklar sätts i relation till könet på den huvudperson som framträder, blir bilden en annan.

19 procent av Piteå-Tidningens samtliga sportartiklar fokuserar på damsport (tabell 3.5). Så långt är allt väl. Men om vi samtidigt betraktar resultaten i tabell 3.4, "Kön och ålder på huvudpersoner som framträder i sportmaterialet", visar det sig att endast 15 procent av de huvudpersoner som framträder i artiklarna är kvinnor. Västerbottens-Kuriren skriver om damsport i 27 procent av alla artiklar. Ändå är andelen kvinnor bland de huvudpersoner som framträder endast 19 procent. Östgöta Correspondenten är den av tidningarna som har lägst andel artiklar med fokus på damsport. Dock är relationen mellan andelen artiklar om damsport och andelen kvinnliga huvudpersoner mer jämnt fördelad i Corren än hos övriga tidningar. Den naturliga frågan att ställa sig är givetvis vad som är orsaken till detta fenomen. Svaret är 30, 39 och 17!

Tabell 3.9 Kön på personer som figurerar i artiklarna, fördelat efter dam- respektive herrsport (procent)

	Piteå-Tidningen		Västerbottens-Kuriren		Östgöta Correspondenten	
	Herr	Dam	Herr	Dam	Herr	Dam
Antal artiklar	245	63	276	114	375	78
Kön:						
Man	100	30	99	39	99	17
Kvinna	0	70	1	61	1	83
Summa	100	100	100	100	100	100

30 procent av Piteå-Tidningens artiklar om damsport har en manlig huvudperson. 39 procent av Västerbottens-Kurirens artiklar om damsport har en manlig huvudperson. 17 procent av Östgöta Correspondentens artiklar om damsport har en manlig huvudperson (tabell 3.9).

Vilka är då dessa män som tar kvinnornas plats i sportartiklarna? De kvinnliga lagens manliga tränare! Det kan i sammanhanget nämnas att det ytterst, ytterst sällan förekommer att kvinnor framträder som huvudpersoner på motsvarande sätt i artiklar som handlar om herridrott. I de få fall det sker, beror det oftast på att en kvinnlig sportchef eller ordförande i något idrottsförbund uttalar sig i sammanhang som rör herrsport.

I det föregående kapitlet om sportmaterialets översiktliga struktur kunde vi konstatera att fotboll och ishockey dominerar sportresultaten. Vad kan vi då dra för slutsatser av de resultat som framkommit i detta kapitel? Jo, att fotboll och hockey dominerar även tidningarnas redaktionella material. Seriematcher och internationella tävlingar tar störst utrymme, tätt följt av lokala och regionala tävlingar. Artiklar om mäns sportutövning domineras av elitidrottare och tränare, medan artiklar om kvinnors idrottande främst fokuserar på elit- och amatöridrottare. Den mest frekvent omskrivna huvudpersonen i sportens spalter är en man, en man som i egenskap av tränare i vissa fall även dominerar damsportens arenor. Jämställdhet är ett honnörsord i dagens samhälle. Utom på sportsidorna.

Nog om detta. För att belysa tidningarnas sportmaterial ur ett så brett perspektiv som möjligt, kommer nästa kapitel att ta upp läsarnas och medarbetarnas syn på det samma.

4. Läsares och medarbetares syn på sporten

För en läsare kan tidningen betraktas som ett smörgåsbord där man efter utbud och intresse väljer vad man vill läsa. Beroende på den tid som står till förfogande, kan man välja mer eller mindre bland utbudet. Äldre brukar till exempel läsa betydligt mer än yngre i tidningarna, vilket i huvudsak kan förklaras av deras större tillgängliga tid. De svenska tidningarna brukar karakteriseras som omnibustidningar, vilket innebär att det finns någonting för ”alla” i dem. Trots att utbudet av innehåll både i dagstidningarna och i mediavärlden i allmänhet har ökat under de senaste decennierna, läser vi dock morgontidningen i ungefär samma utsträckning som tidigare. I slutet av 1970-talet ägnade den genomsnittligt läsaren ungefär en halvtimme åt sin tidning, en siffra som i början av 2000-talet fortfarande är gällande.¹⁴

Även utbudet av sportmaterial tycks öka år efter år. Det totala antalet timmar idrott i svensk TV har mellan åren 1999 och 2002 ökat med drygt 36 procent. Aftonbladets satsning på en större sportbilaga ger en indikation om att sportens utrymme i medierna har ökat. Hur stor del av detta innehåll tar då den genomsnittlige läsaren del av?

Viktighet och läsning – män och kvinnor tycker till

2002 genomfördes den första läsare- och medarbetarstudien inom ramen för Publicistiska bokslut, där bland annat Piteå-Tidningen och Västerbottens-Kuriren deltog. Genom telefonintervjuer och nätbaserade enkäter samlades uppgiften om de båda gruppernas syn på tidningen och dess redaktionella innehåll in.¹⁵ Förvisso gjordes ingen specifik undersökning som enbart handlade om synen på de enskilda tidningarnas sportmaterial, men data från 2002 års bokslut kan ändå ge en bild av hur läsarna och medarbetarna uppfattar denna sektion. Det bör i sammanhanget påpekas att även om antalet medarbetare är förhållandevis få, jämfört med antalet intervjuade läsare, så bygger medarbetarstudien på en totalundersökning (med en mycket god svarsfrekvens) medan publikstudien bygger på ett urval av allmänheten i spridningsområdet. Detta innebär att varje persons svar i medarbetarstudien kommer att väga tyngre än vad gäller publikstudien. Tolkningen av resultaten bör därför inte göras utifrån exakta procentsatser, utan snarare efter tendenser och rangordning av svaren.

För att undersöka huruvida det finns en skillnad i synen på sportmaterialet mellan män och kvinnor har nedanstående redovisning delats upp efter dessas respektive åsikter. Syftet är dels att se om det finns någon skillnad mellan män och kvinnor i respektive

¹⁴ Antoni, Rudolf (2003): ”Press på dagspressen”, ur Holberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet, rapport nr 33, Göteborgs Universitet

¹⁵ Wadbring Ingela (2003): 2002 års publicistiska bokslut. Del 2 Om läsares och medarbetares syn på tidningar. JMG, Göteborgs universitet

grupp, dels att se om de kvinnliga läsarna skiljer sig jämfört med de kvinnliga medarbetarna. Samma sak gäller givetvis för de manliga läsarna och medarbetarna.

Allmänna lokala nyheter och artiklar om olyckor och katastrofer tillhör de områden som är mest frekvent lästa av Piteå-Tidningens manliga läsekrets. På en god tredje plats kommer så sporten. Nära nog 60 procent av de manliga läsarna uppger att de läser allt eller i stort sett allt av denna typ av material (tabell 4.1). Andelen kvinnliga läsare som uppger att de läser i stort sett allt sportmaterial är i sin tur betydligt lägre, cirka 22 procent. Liksom bland männen är de allmänna lokala nyheterna och artiklar om olyckor och katastrofer de mest lästa områdena, medan sporten hamnar på en delad fjortonde plats.

Även bland de manliga medarbetarna tillhör sporten en av tidningens mest lästa delar. Dock är andelen som uppger sig läsa i stort sett allt sportmaterial något lägre än bland de manliga läsarna. Endast 6 procent av de kvinnliga medarbetarna säger sig läsa det mesta av sportmaterialet. Analysen visar således att männen läser mer av innehållet på sportavdelningen jämfört med kvinnorna. Samtidigt är andelen kvinnor som läser sportnyheter bland medarbetarna betydligt lägre än bland läsarna, 6 procent jämfört med 22 procent.

Tabell 4. 1 Andel av Piteåtidningens läsare och medarbetare som läser allt/i stort sett allt av olika delar av tidningens innehåll 2002, efter kön (procent)

	Läsare				Medarbetare			
	Män		Kvinnor		Män		Kvinnor	
	Andel som läser	Rang	Andel som läser	Rang	Andel som läser	Rang	Andel som läser	Rang
Ledare & kommentarer	21	16	16	19	11	12	6	17
Allmänna lokala nyheter	65	1	80	1	42	2	65	1
Debatt	21	16	20	16	5	15	12	13
Insändare	38	9	52	5	5	15	24	5
Kultur & nöje	14	19	39	9	16	10	18	10
Familj & fritid	31	11	66	3	0	19	12	13
Olyckor & katastrofer	61	2	71	2	53	1	59	2
Brott & rättegångar	41	5	40	5	21	4	24	5
Ekonomi	21	16	13	20	0	19	6	17
Sport	59	3	22	14	37	3	6	17
Internationella frågor	40	6	33	10	5	15	18	10
Inrikespolitiska frågor	39	7	27	11	21	4	18	10
Arbetsmarknadsfrågor	29	13	26	12	16	10	12	13
Samhällsplanering	28	14	17	18	21	4	24	5
Utbildning & omsorg	26	15	49	6	5	15	35	3
Hälsofrågor	30	12	53	4	11	12	29	4
Jordbruk, jakt, natur	39	7	20	16	21	4	6	17
Livsåskådningsfrågor	8	20	24	13	11	12	24	5
Vetenskap	33	10	21	15	21	4	12	13
Radio/tv-material	42	4	47	7	21	4	24	5
Antal svarande	207		225		19		17	

*Kommentar: Med läsare avses här de som läser minst 2 dagar per vecka eller är prenumeranter.

Mönstret upprepas även när det gäller Västerbottens-Kuriren. Sportnyheter är näst efter de allmänna lokala nyheterna det område där störst andel män som uppger sig läsa allt eller i stort sett allt material (tabell 4.2). För de kvinnliga läsarna kommer sporten först på en delad fjortonde plats, tillsammans med debattartiklar, samt frågor om jordbruk, jakt och natur.

Bland de manliga medarbetarna uppger 26 procent att de läser i stort sett allt sportmaterial, vilket är en betydligt lägre andel jämfört med de manliga läsarna (46 procent). Endast 4 procent av de kvinnliga medarbetarna uppger sig läsa det mesta på sportsektionen. Återigen visar alltså analysen att män läser mer av sportmaterialet jämfört med kvinnor, samtidigt som andelen kvinnor som läser i stort sett alla sportnyheter är betydligt lägre bland medarbetarna än bland läsarna, 4 respektive 17 procent.

Tabell 4.2 Andel av Västerbottens-Kurirens läsare och medarbetare som läser allt/i stort sett allt av olika delar av tidningens innehåll 2002, efter kön (procent)

	Läsare				Medarbetare			
	Män		Kvinnor		Män		Kvinnor	
	Andel som läser	Rang	Andel som läser	Rang	Andel som läser	Rang	Andel som läser	Rang
Ledare & kommentarer	10	19	13	19	5	16	4	14
Allmänna lokala nyheter	51	1	57	1	40	2	46	1
Debatt	12	18	17	14	2	19	4	14
Insändare	19	14	28	7	5	16	0	20
Kultur & nöje	22	10	26	8	16	5	8	12
Familj & fritid	26	8	39	3	9	8	13	10
Olyckor & katastrofer	48	2	42	2	51	1	33	2
Brott & rättegångar	28	6	23	9	40	2	21	7
Ekonomi	24	9	9	20	9	8	8	12
Sport	46	3	17	14	26	4	4	14
Internationella frågor	30	4	22	10	14	6	4	14
Inrikespolitiska frågor	22	10	20	11	12	7	4	14
Arbetsmarknadsfrågor	16	17	14	18	7	14	29	4
Samhällsplanering	22	10	15	17	9	8	29	4
Utbildning & omsorg	19	14	30	6	7	14	21	7
Hälsofrågor	19	14	37	4	9	8	17	9
Jordbruk, jakt, natur	21	13	17	14	9	8	13	10
Livsåskådningsfrågor	8	20	18	12	0	20	33	2
Vetenskap	27	7	18	12	9	8	25	6
Radio/tv-material	30	4	31	5	5	16	4	14
Antal svarande	221		224		43		24	

*Kommentar: Med läsare avses här de som läser minst 2 dagar per vecka eller är prenumeranter.

Ytterligare en fråga som ställdes i 2002 års läsar- och medarbetarundersökning var huruvida man ansåg att tidningen borde satsa mer eller eventuellt mindre på en viss typ av material. I de tabeller som följer har det två svarsalternativen ”satsa mycket mer”

respektive ”satsa något mer” slagits samman till en kategori. Samma sak gäller även alternativen ”satsa något mindre” respektive ”satsa mycket mindre”.

Omkring 60 procent av Piteå-Tidningens läsare anser att sportmaterialet är bra som det är (tabell 4.3). Var fjärde man vill dock att tidningen ökar satsningen på sporten, medan var fjärde kvinna vill minska den samma.

Hälften av de manliga medarbetarna anser i sin tur att man bör öka satsningen, medan lika många anser att man bör satsa mindre. Endast 5 procent tycker att det är bra som det är. 47 procent av kvinnorna vill att man ska satsa mindre på sporten. Det bör även påpekas att nästan var fjärde kvinnlig medarbetare har svarat ”vet inte” på frågan. Klart är dock att det bland såväl läsare som medarbetare alltså är män som vill utöka satsningarna på Piteå-Tidningens sportavdelning, detta samtidigt som en lika stor andel av de manliga medarbetarna vill minska satsningarna.

Tabell 4.3 Andel av Piteå-Tidningens läsare och medarbetare som anser att tidningen ska satsa ”mycket mer/något mer” eller ”något mindre/mycket mindre” på sporten 2002, efter kön (procent)

	Piteå-Tidningen			
	Läsare		Medarbetare	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Satsa mycket mer/något mer	26	7	48	12
Bra som det är	57	61	5	18
Satsa något mindre/mycket mindre	10	22	47	47
Vet ej	7	10	0	23
Summa %	100	100	100	100
Antal svarande	207	225	19	17

*Kommentar: Med läsare avses här de som läser minst 2 dagar per vecka eller är prenumeranter.

Även ifråga om Västerbottens-Kurirens läsekrets ses samma mönster. Större delen av de manliga och kvinnliga läsarna är nöjda med sportmaterialet så som det såg ut vid tidpunkten för undersökningen (tabell 4.4). Var fjärde man vill dock att tidningen ska satsa mer på sporten, medan en nästan lika stor andel kvinnor vill att man ska satsa mindre.

Bland de manliga medarbetarna vill 37 procent satsa mer på sportavdelningen. 39 procent vill i sin tur satsa mindre. 21 procent anser att det är bra som det är, vilket kan jämföras med Piteå-Tidningens resultat där endast 5 procent var av samma åsikt. När det gäller Västerbottens-Kurirens kvinnliga medarbetare vill drygt 40 procent satsa mindre på sporten. De båda tidningarnas anställda kvinnor tycks således vara förhållandevis överens om hur man anser att sportavdelningen bör utvecklas. I övrigt är den generella

trenden att det bland så väl läsare som medarbetare främst är män som vill öka satsningen på sportmaterialet.

Tabell 4.4 Andel av Västerbottens-Kurirens läsare och medarbetare som anser att tidningen ska satsa mycket mer/något mer samt något mindre/mycket mindre på sporten, efter kön (procent)

	Västerbottens-Kuriren			
	Läsare		Medarbetare	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Satsa mycket mer/något mer	24	11	37	16
Bra som det är	65	61	21	29
Satsa något mindre/mycket mindre	8	22	39	42
Vet ej	3	6	3	13
Summa %	100	100	100	100
Antal svarande	221	224	43	24

*Kommentar: Med läsare avses här de som läser minst 2 dagar per vecka eller är prenumeranter.

Resultaten från 2002 års läsar- och medarbetarstudie visar alltså att andelen kvinnor som läser i stort sett allt sportmaterial är betydligt lägre än bland män, oavsett om de tillhör tidningens läsekrets eller dess medarbetarstab. Likaså vill en färre andel kvinnor än män att man ska utöka satsningarna på sportavdelningen.

Varför är det då så? Är kvinnor generellt sett mindre intresserade av vad som pågår i sportens värld jämfört med män? Frågan är givetvis inte tänkt att besvaras inom ramen för den här undersökningen. Dock leder den osökt in på tanken om det möjligen kan ha något att göra med vilka det är som främst framträder i sportens spalter. Kanske vill man som kvinna kunna läsa om andra kvinnors idrottsliga prestationer och inte bara om mäns frisparkar, tacklingar och utvisningar.

En tidigare undersökning som gjorts inom ramen för Dagspresskollegiet visade bland annat att kvinnor läste mer än män om skolidrott, medan män i sin tur läste mer än kvinnor ifråga om de mer traditionella sporterna fotboll, ishockey och trav. För att få en ökad bredd i läsningen tycks det onekligen vara så att andra sidor av sporten måste komma fram i spalterna, dock utan att de mer traditionella sporterna försvinner.¹⁶

¹⁶ Weibull, Lennart (1981): "Sporten", PM i Dagspressens Läsarundersökningar, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs Universitet.

5. Sammanfattning och diskussion

”Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir.”

Titeln talar sitt tydliga språk. Den analys av tre tidningarnas sportsidor som genomförts under hösten 2003, har på flera sätt kommit att bli liktydig med en analys av männens och de manliga sporternas arenor. Sportjournalistiken är sedan många år den största specialavdelningen på de flesta svenska dagstidningars redaktioner. Tidningarna satsar stora summor pengar på sportavdelningen och sportnyheter fyller dagligen flera sidor. De undersökningar som gjorts av TV-sporten har visat att fokuseringen i huvudsak ligger på herrsporter i form av fotboll, hockey och bilsport. Den fråga som varit utgångspunkten för 2003 års publicistiska sportbokslut är hur de svenska tidningarnas sportsidor ser ut.

Resultaten visar att tidningarnas sportsidor är slående lika TV-sportens material. Fotboll, hockey, motorsport, handboll, innebandy och trav är de sporter som tar störst plats i de tre undersökta tidningarna, medan ämnen som hälsa, motion, barns och vuxnas träning ges minimalt, eller i vissa fall inget, utrymme. Geografiskt sett ligger fokus på lokala och regionala sportnyheter. Fotboll och hockey är de största sporterna sett till de sportresultat som redovisas i tidningarna. I fråga om spelresultat dominerar trav och stryktips. När det gäller sportens illustrationer utgör actionbilden tillsammans med fotografier på enskilda personer, de två största kategorierna. Det redaktionella materialet domineras av seriematcher och internationella tävlingar, tätt följt av lokala och regionala tävlingar. Artiklar om mäns sportutövning handlar främst om elitidrottare och tränare, medan artiklar om kvinnors idrottande främst fokuserar på elit- och amatöridrottare. Den mest frekvent omskrivna huvudpersonen i sportens spalter är en man. Som om det inte var nog att de flesta artiklar handlar om herrsport, visar undersökningen att artiklar om damsport i vissa fall tenderar att domineras av de kvinnliga lagens manliga tränare.

I det svenska samhället är fotboll den sport som i början av 2000-talet har flest antal aktiva medlemmar. Att just den sporten tar stort utrymme i spalterna är därmed kanske inte så konstigt. Att ishockey kommer på en andra plats kan tyckas desto märkligare. Sporten tillhör inte ens ett av de tio största förbunden i Sverige. Bland dessa återfinns istället gymnastik och ridsport, för att nämna några exempel. De sistnämnda lyser dock med sin frånvaro i det undersökta sportmaterialet. 83 procent av gymnastikföreningarnas medlemmar och 85 procent av ridsportens medlemmar är kvinnor. 3 procent av ishockeyföreningarnas medlemmar är kvinnor. Hockey är alltså en av de sporter som de undersökta tidningarna skriver mest om, medan gymnastik och ridsport får ett nästintill obetydligt utrymme. Kanske är det då inte särskilt konstigt att inte ens var sjätte huvudperson som framträder i sportartiklarna är kvinna.

Läsar- och medarbetarundersökningar visar att en betydligt större andel män än kvinnor uppger att man läser i stort sett allt på sportsidorna. Likaså är män mer benägna att vilja utöka satsningarna på denna typ av material. Varför? Om det beror på att kvinnor

generellt är mindre intresserade av sport jämfört med män får vara osagt. Men visst kan det bero på det som skrivs i sportens spalter. Kanske skulle kvinnors intresse för sportsidorna öka i takt med att andelen omskrivna kvinnor ökar, likaså om fler artiklar fokuserade på hälsa och motion.

Det svenska damlandslaget ska spela EM i rugby i Toulouse, Frankrike, våren 2004. Vem vet, det kanske skulle det vara något att satsa på? Man slår ju onekligen två flugor i en smäll, dels genom att ge utrymme åt en sport som vanligtvis inte förekommer i spalterna, dels genom att fokusera på kvinnor.

Den som lever får se.

Referenser

- Andersson Odén Tomas (2002): *2001 års Publicistiska Bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver — i siffror*. JMG, Göteborgs universitet.
- Andersson Odén, Tomas (2003): *2002 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll*. JMG, Göteborgs Universitet
- Andersson Odén, Tomas (2003): ”Publicistiskt bokslut – verktyg för forskare och redaktörer”, opublicerat paper till den 16:e nordiska medieforskarkonferensen, Kristiansand, Norge, augusti 2003
- Andersson Odén Tomas och Wadbring Ingela (2003): *Teknisk rapport för Publicistiskt Bokslut*. JMG, Göteborgs universitet.
- Antoni, Rudolf (2003): ”Press på dagspressen”, ur Holberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Fåfångans marknad*. Göteborg: SOM-institutet, rapport nr 33, Göteborgs Universitet
- Riksidrottsförbundet (2002): *Kvinnor och män inom idrotten. Statistik från Riksidrottsförbundet*
TS-tidningen, 28 februari 2003
- Wadbring Ingela (2003): *2002 års publicistiska bokslut. Del 2 Om läsares och medarbetares syn på tidningar*. JMG, Göteborgs universitet.
- Wadbring, Ingela (2003): ”Publicistiska bokslut”, *Nordicom Information 3-2003*. Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs Universitet
- Wallin, Ulf (1998): *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. JMG, Göteborgs Universitet
- Weibull, Lennart (1981): ”Sporten”, PM i Dagspressens Läsarundersökningar, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs Universitet
- www.atg.se
- www.rf.se (Riksidrottsförbundet)
- www.skolidrott.se
- www.som.gu.se
- www.speedway.nu
- www.svenskaspel.se

Se även:

JMG-Granskaren nr 2-3 2002. *Bokslut - 36 tidningars publicistiska årsredovisningar.*

Göteborg: JMG, Göteborgs Universitet

Sintorn, Petra (2003) *Publicistiska bokslut – hyllvärmare eller redskap för förändring?*

JMG, Göteborgs Universitet

Bilaga - Kodanvisningar och kodblankett

Göteborgs universitet
Institutionen för journalistik och masskommunikation

Publicistiskt bokslut 2003

Specialkodning av sportmaterial

För kodning väljs 1 månads material ut, spritt över året eftersom sporten är säsongsbunden. Följande dagar har kodats:

	Januari	April	Juni	September
Måndag	13	14	30	29
Tisdag	7	1	3	2
Onsdag	22	30	11	10
Torsdag	2	24	19	18
Fredag	31	11	27	26
Lördag	18	5	7	6

Kodningen är anpassad så att den i flera avseenden ska vara jämförbar med tidningen som helhet så som den kodas inom Publicistiskt bokslut, medan annat är nytt och helt sportanpassat.

1. Övergripande

Tidning	Se tidningskodschema
Datum	Numeriskt, sex siffror
Antal sidor i huvudtidningen	Numeriskt
Antal sportsidor i huvudtidningen	Numeriskt
Antal sportsidor i bilaga	Numeriskt

Förstasidan

Förstasidan kodas för att avgöra hur många artiklar/rubriker som handlar om sport.

Totalt antal rubriker/artiklar	Numeriskt
Totalt antal sportartiklar/rubriker	Numeriskt

Varav:

Antal lokala/regionala sportartiklar	Numeriskt
Antal nationella sportartiklar	Numeriskt
Antal internationella sportartiklar	Numeriskt
Antal ej geografiskt tillämpbara sportartiklar	Numeriskt

2. Innehållsfördelning – sporten som helhet (huvudtidning/bilaga)

Total satsyta i cm²/sporten (exkl. annonser)

Varav:

Totalt redaktionellt sportmaterial i cm²

Allt sportmaterial som kan antas ha producerats på tidningen, alternativt annan nyhetsbyrå, av journalister. Bilder och bildtexter ingår.

Totalt servicematerial om sport i cm²

Allt sportrelaterat material som ges som service till läsaren.

Totalt opinionsmaterial om sport i cm²

Allt sportmaterial som öppet framför en åsikt. Förutom debatt och insändare, ris & ros, ingår exempelvis krönikor etc.

3. Innehållsfördelning – det redaktionella sportmaterialet (huvudtidning / bilaga)

Lokalt/regionalt redaktionellt sportmaterial i cm²

Om materialet har någon lokal/regional touche kodas det som detta, och det behöver inte vara vinjetterat lokalt/regionalt.

Nationellt redaktionellt sportmaterial i cm²

Om materialet behandlar eller utspelar sig på platser utanför det regionala spridningsområdet och om det handlar om Sverige i stort

Internationellt redaktionellt sportmaterial i cm²

Om materialet behandlar eller utspelar sig på platser utanför Sveriges gränser.

Ej geografiskt tillämbart redaktionella sportmaterial i cm²

I de fall det redaktionella materialet inte i något avseende behandlar eller berör en geografisk plats.

4. Innehållsfördelning – sportens servicematerial (huvudtidning / bilaga)

Sportresultat i cm²

Med sportresultat avses siffermaterial, även om det är gjort på den egna tidningen.

Varav:

Alpint/snowboard i cm²
Backhoppning i cm²
Badminton i cm²
Bandy i cm²
Basket i cm²
Bilsport i cm²
Bordtennis i cm²
Bowling i cm²
Boxning i cm²
Curling i cm²
Cykel i cm²
Dart i cm²
Fotboll i cm²
Friidrott i cm²
Golf i cm²
Gymnastik i cm²
Handboll i cm²
Hundsport i cm²
Innebandy i cm²
Ishockey i cm²
Kampsport i cm²
Konståkning i cm²
Orientering i cm²
Ridsport i cm²
Segling i cm²
Simning i cm²
Skidor i cm²
Skidorientering i cm²
Skidskytte i cm²
Skoter i cm²
Skytte i cm²
Speedway i cm²
Styrkelyft i cm²
Tennis i cm²
Terränglöpning i cm²
Trav i cm²
Volleyboll cm²

Spelresultat i cm²

Med spelresultat avses siffermaterial, även om det är gjort på den egna tidningen.

1. Bingolotto/Söndagsbingo etc. i cm²
2. Greyhound i cm²
3. Italienska tipset i cm²
4. Joker i cm²
4. Keno i cm²
5. Lotto i cm²
6. Måltipset i cm²
7. Oddset i cm²
8. Stryktipset i cm²
9. V75/DD/V5/V65/Dagens Rätt/Galopp i cm²

Radio/TV-material i cm²

Exempelvis TV-tablåer för dagens sportsändningar

Övrigt servicematerial i cm²

Servicematerial som inte är precis sport eller spel men ändå sportrelaterat förs in här.

5. Illustrationer – det redaktionella sportmaterialet (huvudtidning / bilaga)

Illustrationer som inte är foton, utan exempelvis teckningar, kodas som foto i de fall det känns relevant, t.ex. om foto/teckning är utbytbar (exempelvis från rättssal). I de fall foto/teckning inte är utbytbar, kodas teckning som övrig illustration.

Totalt antal illustrationer

Numeriskt

Varav:

Foton

1. Lagbilder
2. Enskilda personer
3. Actionbilder
4. Ej person
5. Foto övrigt

Tabell/diagram/karta

Numeriskt

Övriga illustrationer

Numeriskt

Antal huvuden på foton

Numeriskt

Räkna samtliga huvuden på samtliga foton på sportsidorna (redaktionellt material)

Varav:

Män

Numeriskt

Kvinnor

Numeriskt

6. Bredd i sportutbudet

(mäts inte, utan räknas i antal artiklar, huvudtidning/bilaga)

Ämne

1. Internationella tävlingar - OS, VM, EM
2. Nationella tävlingar – SM
3. Regionala tävlingar
4. Träning, vuxna
5. Träning, barn
6. Korpiddrott
7. Seriematcher
8. Doping
9. Motion
10. Hälsa/friskvård
11. Personporträtt
12. Bygge av idrottsarenor etc.
13. Svenskar i utländska klubbar
14. NHL
15. europeisk ligafotboll/cuper
16. Lotto/spel
17. Övrigt, t.ex. årsmöte, ekonomi
18. Sportskador
19. Spelarförvärv, kontrakt

Typ av sport

0. Ingen särskild sport/sport i allmänhet
1. Aerobics
2. Amerikansk fotboll
3. Badminton
4. Bandy
5. Bangolf
6. Basket
7. Beachvolleyboll
8. Bilsport/cross/motorcykel
9. Bob/Rodel
10. Bordtennis
11. Boule
12. Bowling
13. Boxning
14. Brottning
15. Curling
16. Cykling/mountainbike
17. Danssport
18. Flygsport
19. Fotboll
20. Friidrott
21. Frisbee
22. Fäktning
23. Gokart
24. Golf

25. Gymnastik
26. Gång
27. Handboll
28. Hundsport
29. Innebandy
30. Ishockey
31. Judo/Taekwon-do/Karate
32. Kanot/Rodd
33. Klättring
34. Konståkning
35. Kroppsbyggnad
36. Landhockey
37. Längdskidåkning
38. Löpning/Maraton
39. Orientering
40. Racerbåt
41. Ridsport
42. Segling
43. Simning/simhopp/konstsim
44. Skidskytte
45. Skridsko
46. Speedway
47. Sportdykning
48. Sportskytte
49. Squash
50. Styrkelyftning
51. Tennis
52. Trav
53. Triathlon
54. Utförsskidåkning/snowboard
55. Varpa
56. Vattenskidor
57. Volleyboll
58. Annan
59. Skoter
60. Lotto/spel
61. Skidorientering

Geografisk arena

1. Lokalt/regionalt
2. Nationellt
3. Internationellt
4. Framgår ej/obestämbar

7. Djup i sportutbudet

(mäts inte, utan räknas i antal artiklar, huvudtidning/bilaga)

Artikelstorlek

1. Notis (<80cm²)
2. Liten artikel (81-240 cm²)
3. Mellanartikel (241-490 cm²)
4. Stor artikel (490 mc² <)

I artikelstorlek ingår rubrik, ingress, bild, bildtext.

Artikeltyp

1. Rent referat av händelse/match.
2. Allmän nyhetsartikel – artikel om dagsaktuell händelse, där nyhetsvärdet står i centrum.
3. Bearbetad nyhet/reportage – en mer bearbetad artikel, med synpunkter från flera källor, närvarokänsla, t.ex. s.k. konsekvensjournalistik. Om det finns flera artiklar om samma ämne kodas samtliga som bearbetad nyhet.
4. Analys, kommentar – artikel som sätter en dagsnyhet i ett historiskt, ideologiskt eller politiskt sammanhang.
5. Enkät – frågor med korta svar från allmänheten om aktuellt ämne.
6. Feature – tidlöst material
7. Ledare
8. Insändare
9. Debatt
10. Krönika
11. Kåseri
12. Recension
13. Övrigt/går ej att avgöra

8. Spridning i sportutbudet

(mäts inte, utan räknas i antal artiklar, huvudtidning/bilaga)

Här kodas ett antal variabler för den huvudperson som framträder i en sammantagen bedömning. Bedömningen görs utifrån rubrik, bild, bildtext och ingress. Finns en klart utskiljbar person i någon eller flera av dessa läsaringångar, går man även in på artikelnivå för att optimera antalet träffar. Huvudsakligen framträdande egenskaper kodas. Om t.ex. både en man och kvinna framträder i lika hög grad respektive ingen människa framträder, kodas det som 0. Observera att endast en huvudperson/artikel kan kodas vilket innebär att om man fått träff i rubriken på kvinna och sedan går vidare på artikelnivå där en mans ålder omtalas, skall mannens ålder inte kodas.

Kön	<ol style="list-style-type: none">0. Framträder ej1. Man framträder2. Kvinna framträder
Ålder	<ol style="list-style-type: none">0. Framträder ej1. Barn, 0-12 år2. Tonåring, 13-19 år3. Ung, 20-30 år4. Ung medelålders, 30-50 år5. Äldre medelålders, 50-65 år6. Äldre, över 65 år
Roll	<ol style="list-style-type: none">0. Framträder ej1. Elitidrottare2. Amatöridrottare3. Idrottstränare4. Ordförande i idrottsförbund/idrottschef5. Idrottsfunktionär6. Förälder7. Student, elev8. Tidningen själv/egna journalister9. Politiker10. Annan11. Tävlingsledare12. Rektor13. Svenska spel (person från)
Etnicitet	<ol style="list-style-type: none">0. Framträder ej1. Dominant2. Minoritet3. Annan