

JMG

Olika men ändå lika

Rapporteringen om riksdagsvalet 2010
i fem stora pappers- och webbtidningar

Marina Ghersetti



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Arbetsrapport nr 65

Olika men ändå lika

Rapporteringen om riksdagsvalet 2010
i fem stora pappers- och webbtidningar.

Marina Ghersetti

ISSN 1101-4679
2011

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

Innehållsförteckning:

Förord	s	7
Komplement eller ersättning?	s	9
Skillnader mellan nät och papper	s	11
Nätnyheternas innehåll	s	12
Att analysera nyheter på nätet	s	14
Material och metod	s	15
Valrörelsens näst sista vecka	s	16
Valnyheter på förstasidor och i toppnyheter	s	17
Valnyheternas innehåll	s	21
<i>Valets frågor</i>	s	23
<i>Valets aktörer</i>	s	25
Sammanfattning	s	28
Slutdiskussion	s	29
Referenser	s	32
Bilaga 1: Tabeller	s	37
Bilaga 2: Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	s	38

Förord

Internet är idag en viktig och växande plattform för nyhetsförmedling.

Enligt Olle Findahls rapport *Svenskarna och internet* från 2010 så använde 66 procent nätet dagligen, nästan 80 procent hade någon gång läst dagstidningar på nätet och 30 procent gjorde det varje dag. Den genomsnittliga tiden för tidningsläsning på nätet var 13 minuter per dag, men för de mest regelbundna läsarna ökade den till 20 minuter. Avståndet till den tid som i genomsnitt lades på daglig läsning av papperstidningen, 28 minuter, krympte allt mer. För de människor som är mellan 16 och 25 år gamla har internet blivit den viktigaste källan till information. Det står utom all tvivel att internet har etablerat sig som plattform för nyhetskonsumtion bland den svenska befolkningen. Sannolikt kommer dessutom dess betydelse att öka framöver.

Ändå vet vi förvånansvärt lite om vad nyhetsförmedling på nätet faktiskt innehåller och i vilken utsträckning den skiljer sig från nyheter i press, radio och tv. Att den inte är identisk, utan snarare ett komplement till de traditionella medierna, är något som inte minst medierna själva hävdar. Men om det i själva verket är så, och i vilken grad, är än så länge obesvarade frågor. Nätets specifika format och attribut kräver nya metoder och tekniker för mätning.

I denna undersökning analyseras och jämförs hur fem stora tidningar bevakade valrörelsen 2010 i papperstidningen och på webben. Projektet har finansierats med bidrag från .SE:s Internetfond våren 2010, och genomförts i samarbete med Medievalsundersökningen 2010, under ledning av professor Kent Asp vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet.

Till min hjälp har jag haft Per Grehn, Diana Jakobsson och Martin Spaak, som alla på ett noggrant och kunnigt sätt samlat in och kodat undersökningsmaterialet. För analysen och sammanställningen av rapporten svarar jag själv.

Göteborg i maj 2011

Marina Ghersetti

Komplement eller ersättning?

***”Nu tar vi avstånd från alla nyheter på GP.se.
Lokalsinne i världsklass.”***

Informationen fanns att läsa på spårvagnskurerna i Göteborg i april 2011, och var undertecknad av GP. Göteborgs-Posten lanserade med andra ord en reklamkampanj där den tryckta modertidningen vände sin nättidning ryggen. Det må synes underligt, men vad GP försökte markera var att det finns skillnad mellan de nyheter som publiceras på nätet och de som publiceras i den tryckta tidningen. Som läsare ska du veta att den produkt du betalar för att få i brevkastet på morgonen är något annat än de nyheter som du läser gratis på nätet.

Men hur sant är GP:s påstående? Är det verkligen andra nyheter och en annan nyhetsvärdering på nätet? Är det andra frågor och aktörer som förekommer där, andra vinklar och aspekter på händelserna än i papperstidningen? Och varför lanserar Göteborgs-Posten en sådan reklamkampanj?

Idag väljer allt fler människor att läsa nyheter på nätet, några för att de är gratis, andra för att komplettera eller uppdatera den information som papperstidningen ger. Omkring var femte svensk tog 2009 regelbundet del av nyheter online, bland unga och medelålders nästan var tredje person, och andelen ökar stadigt (Bergström och Wadbring 2010). Samtidigt sjunker dagstidningarnas upplagor och räckvidd både för kvälls- och morgonpressen (TS-tidningen 1/2011, Orvesto 2011). Sedan 2007 är det exempelvis fler som läser svenska aftenbladet.se och expressen.se än Aftonbladet och Expressen (Färdigh & Westlund 2011). På så sätt har enskilda tidningar allt mer kommit att konkurrera med sig själva om publiken.

Det problematiska är att nyheterna på nätet, trots stora satsningar och investeringar från de svenska tidningarna, än så länge inte är lönsamma. Merparten av annonsmarknaden finns fortfarande i dagspressen, även om Aftonbladet under ett par månader vid årsskiftet 2010/11 hade högre annonsintäkter på nätet än i pappret, något som Jon Golland på svenska Tidningsutgivarna kommenterade som sannolikt världsunikt (2011). Sammantaget går överflyttningen av annonsintäkter från pappret till nätet dock mycket långsamt. Papperstidningen fortsätter därför i praktiken att finansiera även nättidningen.

Hur hanterar tidningshusen situationen? Så länge nättidningen fortsätter att vara kostnadsfri kommer allt fler på sikt att välja den framför papperstidningen. För att behålla de betalande läsarna, och därigenom annonsörerna, gäller det därför för tidningarna att göra pappret och nätet till unika produkter som kompletterar, inte ersätter, varandra, därav GP:s reklamkampanj. Ett antal förslag på hur detta ska gå till har kommit både från mediebransch och medie-

forskare. I huvudsak har det handlat om att nischa papperstidningen mot fler lokala nyheter, mer analys och granskande journalistik, samt att skriva mindre av typiska nyheter och mer av reportage, kommentarer och krönikor. Kort sagt, att låta nättidningen satsa på aktualitet och presentera korta, snabba och raka nyheter, och låta papperstidningen bevaka lokal journalistik med bredd och fördjupning (Boczkowski 2010, Lauberts & Björn 2010, Jönsson 2008, Singer 2008, Meyer 2004). Mycket talar också för att båda medietyperna framöver dessutom kommer tvingas att satsa mer på icke nyhetsfokuserat sidomaterial som publiken är villig att betala för, som medlemskap i bantnings- eller reseklubbar, fotoskolor och motionsprogram (jfr Thurman & Herbert 2007).

Det står emellertid klart att de två nyhetsformaten redan nu skiljer sig åt, åtminstone när det handlar om form. Nätnyheter kombinerar tal, skrift, ljud och bild, uppdateras kontinuerligt och bjuder in läsarna att aktivt medverka i nyhetsprocessen genom kommentarer, bloggar, bilder, tips och texter. Man konstaterar snabbt att dagstidningen saknar många av dessa egenskaper. Den är betydligt mer begränsad när det gäller tillgänglighet, format och interaktivitet. Men om innehållet också skiljer sig mellan nyheterna på nätet och nyheterna i den tryckte tidningen, och i så fall hur, vet vi fortfarande förvånansvärt lite om. Berättar nätnyheter om samma, liknande eller andra frågor och händelser än papperstidningen? Kompletterar eller ersätter de i det avseendet nyheterna i tryck?

Ett syfte med denna undersökning är därför att med utgångspunkt i rapporteringen om svenska riksdagsvalet 2010 analysera likheter och skillnader i nyhetsvärdering och nyhetsinnehåll i de fem största tidningarnas pappers- och nätutgåvor. Två centrala frågeställningar är a) hur nyheterna om valet prioriterades på papperstidningarnas förstasidor och nättidningarnas hemsidor och b) vad rapporteringen om valrörelsen handlade om.

Den forskning som hittills gjorts om nyheter på nätet har mer handlat om hur än om vad, alltså mer om form än om innehåll (Karlsson 2010a, Hoffman 2006, Kopper m.fl. 2001, Weare & Lin 2000). En huvudsaklig anledning är att materialet är svårt att avgränsa och samla in. Det som för mediekonsumenten är webbnyheternas kanske största tillgångar, nämligen tempot, de ständigt uppdaterade artiklarna och länkarna till annat och nytt material, är för forskaren stora utmaningar. Var börjar och slutar nätnyheter? Och hur fånga ett representativt urval av nätets oupphörligen föränderliga innehåll?

Ett annat syfte med undersökningen är sålunda att pröva och utveckla metoder för jämförande kvantitativa innehållsanalyser av pappers- och nätnyheter.

I det följande ges först en översikt av den forskning som gjorts om nyhetsinnehåll på internet, med särskilt fokus på studier om likheter och skillnader mellan pappers- och nättidningar. Därefter redovisas och diskuteras metodologiska aspekter kring föreliggande undersökning innan resultatredovisningen tar vid.

Skillnader mellan nät och papper

Den digitala tekniken har på flera sätt ändrat förutsättningarna för nyhetsproduktion. För det första så har journalisternas tillgång till information och källor närmast exploderat på internet. Där är inte det främsta problemet att hitta uppgifter, utan att hitta rätt uppgifter och trovärdiga uppgifter. Informationsökning på internet accentuerar därför frågan om källkritik. För det andra har tidigare skilda format för publicering av nyheter konvergerat till multimediejournalistik där ljud, bild och text integreras, och för det tredje har nyhetsdygnets fasta cykel lösts upp i ett oavbrutet flöde av nyheter. Ytterligare en förändring är att publikens roll har gått från mottagare till medverkande i nyhetsprocessen. Genom interaktiva tjänster kan läsarna, lyssnarna och tittarna kommentera, korrigera och komplettera nyheternas innehåll. Sammantaget har förändringarna skapat nya rutiner för både urval, bearbetning och presentation av nyheter. Detta har i sin tur, åtminstone bland forskare och medieteoretiker, lett till ett ifrågasättande och en omprövning av den journalistiska yrkesrollen, yrkesidealen och journalisternas gatekeepingfunktion (Singer 2008, Deuze 2005, Boczowski 2004, Pavlik 2004).

Samtidigt som dessa förändringar naturligtvis har inverkat på journalistiken i den tryckta tidningen har de varit avgörande för webbjournalistiken. Det är också här som flödet, konvergensen och interaktiviteten haft en given plattform.

Flöde. Internetmedierna saknar fasta utgivningstider och upplagor, nyheterna flyter fram i en ständigt uppdaterad ström utan början och slut, och egentligen utan några bortre gränser alls. Detta har lett till ett sömlöst och elastiskt nyhetsflöde (Deuze 2006, 2008, Singer 2008), något som dock inte var givet från början. I slutet på 80-talet hade nättidningen mer eller mindre samma publiceringscykel som papperstidningen; nyheterna lades ut på morgonen, innehållet var i stort identiskt med det som gick i tryck och några större uppdateringar eller förändringar under dagen gjordes inte (Boczowski 2009, Dailey m.fl. 2005, Kielgast m.fl. 2005, Hedman 2002, Singer 2001, Peng et al. 1999). Efterhand utvecklades nätjournalistiken emellertid mot allt tätare deadlines, snabba anpassningar och kontinuerlig uppgraderad aktualitet (Karlsson & Strömbeck 2010, Deuze 2003, Pavlik 2000, Massey & Levy 1999). Nyheten om vad som hänt presenteras idag med allt kortare fördröjning i förhållande till den verkliga händelsen, inte sällan pågår rapporteringen i realtid.

Konvergens. Konvergens handlar dels om att nyhetsinnehåll kan presenteras på nya sätt och genom kombinationer av olika format som tal, skrift, musik, foto, rörlig bild och grafik. Dels om en kombinerad (dock inte nödvändigtvis samtidig) publicering av nyheter på olika plattformar, t.ex. nättidning, radio, tv, SMS, e-post, dagstidning, mobiltelefon och surfplatta (Deuze 2004). Konvergensen har emellertid varit mer begränsad än man först trott, och nyhetsredaktionerna har tvekat med att utnyttja den potential som multimediejournalistiken erbjuder. Studier från sent 90-tal visade att nättidningarna endast i relativt liten grad använde sig av hyperlänkar, grafik och ljud (Schultz 1999, Neuberger m fl 1998), och senare undersökningar har bekräftat den långsam-

ma utvecklingen (Karlsson 2010a, Quandt & Singer 2009, Örnebring 2008, Domingo m.fl. 2008, Oblak 2005).

Interaktivitet. Interaktivitet är ett mångsidigt begrepp som än så länge saknar en entydig definition. Begreppet används om olika företeelser beroende på i vilket teoretiskt sammanhang det ingår och hur det operationaliseras (Kious 2002). I ett brett perspektiv har interaktivitet diskuterats, problematiserats och mätts bland annat i relation till flödesriktning och antal medverkande aktörer (enkelriktad, dubbelriktad, mångriktad), typ av interagerande aktörer (människa, medium) och gränsdragning mellan olika roller i kommunikationsprocessen (Rennie 2007, Bruns 2005, McMillan 2002, Rafaeli & Sudweeks 1997, Hartley 1996). De flesta definitionerna faller dock in under Steuers (1992:84) övergripande beskrivning av interaktivitet som "the extent to which users can participate in modifying the form and content of a mediated environment in real time".

Vad beträffar just nyhetsförmedling på nätet har interaktivitet oftast handlat om att läsaren bjuds in i den journalistiska arbetsprocessen genom att kommentera, moderera och bidra med innehåll. Sedan slutet av 80-talet har både antal medier som erbjuder denna typ av tjänster och utbudet av tjänsterna själva ökat märkbart (Karlsson 2010a, Hedman 2009, Hermida & Thurman 2008, Rafaeli 1988). Inte minst har ekonomiska motiv drivit på utvecklingen.

Nätnyheternas innehåll

När det gäller forskning om nätnyheternas innehåll kan man till att börja med konstatera att relativt få studier finns, och att jämförande innehållsstudier av nät- och pappersnyheter är ännu färre. Letar man dessutom efter analyser av själva den journalistiska texten så är man nere i en handfull. Man upptäcker också ganska snabbt att även en hel del av forskningen om nätnyheternas innehåll ofta har tagit sin utgångspunkt i frågor och perspektiv som handlar om form, tillgänglighet och publikmedverkan.

Sålunda finns det till exempel studier som undersökt hur uppdateringar och nyheternas hastighet på nätet påverkat egenskaper som saklighet och korrekthet. De visar bland annat att faktakontrollen har fått stryka på foten till fördel för den ökade publiceringshastigheten. Dessutom verkar den redaktionella kulturen i de digitala medierna ha större tolerans för felaktigheter eftersom de korrigeras i senare versioner av artikeln, och felaktigheterna har därför blivit fler (Karlsson 2010a, Quandt 2008, Tremayne et al 2007, Avilés et al. 2004, Singer 2003).

Andra studier visar vidare att de formatmässiga skillnaderna – uppdateringar, hyperlänkar, interaktivitet – mellan pappers- och nätnyheterna, tvärt emot vad man kanske kan förvänta sig, inte nödvändigtvis leder till skillnader i innehåll. Då Hoffman (2006) analyserade graden av och karaktären på så kallad "mobilizing information" (kampanjournalistik) i politiska nyheter i sex stora amerikanska tidningar fann hon inga signifikanta skillnader mellan innehållet i nät-

och pappersutgåvorna, detta trots att hon även inkluderade länkar till arkivmaterial, audio-/videoklipp och diskussionsfora i analysen. Åter andra amerikanska studier har pekat på liknande resultat; det är till exempel mycket få skillnader mellan nya händelser som först publiceras i nätutgåvorna och sedan trycks i papperstidningen, även om de senare också innehåller uppdateringar och ibland fördjupande material. I grund och botten är informationen den samma (PEJ 2010). När det kommer till unikt innehåll är dessutom andelen egna nyhetsuppslag avsevärd större i den tryckta tidningen än i nättidningen (Singer 2001).

Det finns också studier som visat att rikriktningen i nyhetsurval tilltagit i takt med att nättidningarnas uppdateringar intensifierats. Till exempel så fann Boczkowski och dos Santos (2007) vid en jämförelse av toppnyheter i de två största argentinska morgontidningarnas pappers- och webbutgåvor att antalet unika nyheter både i papperstidningarna och mellan pappers- och webbutgåvorna minskade. Det vill säga att ju mer aktualitet på nätet, dess färre unika toppnyheter på båda plattformarna.

Å andra sidan har Karlsson och Strömbäck (2010) i en analys av toppnyheter i svenska Aftonbladet.se och brittiska Guardian.co.uk visat hur nyheterna i de digitala medierna också präglas av stor föränderlighet. Nyhetsvärderingen växlar snabbt och prioriteringen av toppnyheter är mycket flexibel. Antalet nyheter är också större än tidigare men de ligger kvar en kortare tid. Nyheterna vinklas dessutom om flera gånger under dagen.

Enligt vissa forskare har det snabbare tempot i nättidningarna i kombination med den digitala plattformens gränslösa ytor drivit nyhetsproduktionen mot ett slags "turbojournalistik" (Quant 2005), vilken också får följderna för det journalistiska innehållet. Ett sätt för journalisterna att hantera en sådan situation är nämligen att i högre grad bevaka och kopiera konkurrenternas material, och att mer än tidigare använda byråmaterial och pressreleaser (Boczkowski 2009).

Det finns också studier som analyserat vilken påverkan läsarnas ökade möjligheter att interagera i nyhetsprocessen har på innehållet. En jämförelse av amerikanska pappers- och nättidningar visar att läsarmedverkan förändrat journalistiken på åtminstone tre sätt (Boczkowski 2004): För det första påverkar nättidningarnas användare i större grad än papperstidningens läsare vad som blir nyheter genom tätare kontakter med journalister och redaktörer, och genom att användarskapat material inkluderas i nyheterna. För det andra har användargenererad dialog och debatt i anknytning till nätnyheter ökat över tid, och för det tredje har nätnyheterna i större utsträckning ett mikrolokalt fokus i form av innehåll som riktar sig till små geografiska och ämnesmässigt avgränsade grupper. Å andra sidan visar en europeisk studie att användargenererat innehåll inte har mycket att göra med vad man i allmänhet brukar kalla journalistik. Det förekommer visserligen i ganska stor omfattning i nättidningarna, men läsarna interagerar mest i samband med innehåll som handlar om populärkultur eller vardagliga/privata frågor, och bara mycket sällan i det rena nyhets- och informationsmaterialet (Jönsson & Örnebring 2011).

Att analysera nyheter på nätet

Kvantitativ och kvalitativ analys är de metoder som medieforskare vanligtvis tillämpar i studier av nyhetsmediernas innehåll. Metoderna är dock av flera skäl problematiska när det kommer till analyser av nyheter på internet.

Traditionell innehållsanalys av nyheter utgår vanligtvis från texter och medier med väl avgränsade format. Analysobjekt är oftast den enskilda nyhetsartikeln eller -inslaget, en textenhet med tydlig början och slut som fogats in i ett större format i form av nyhetsprogram eller nyhetstidningar. Internet är däremot inget enskilt medium, med enskilda avgränsade texter. Det är en samling av nyhetsberättelser och medier – i text-, bild-, ljud- och videoformat – som ständigt utvecklas och förändras, och som använder digital teknik för att bearbeta och förmedla uppgifter och information (Gunter 2003). Men allt är inte olik, det finns också gemensamma nämnare mellan den tryckta artikeln och nyhetsberättelserna på nätet. Båda kännetecknas till exempel av en rekursiv textstruktur med rubrik, ingress och brödtext där den viktigaste information presenteras först, och i båda bearbetas nyhetsberättelsen utifrån klassiska dramaturgiska principer. Innehållsanalys är därför också en framkomlig väg för att utforska nätnyheternas egenskaper, men metoden måste anpassas nätet egenart och användas med hänsyn tagen till sina begränsningar (McMillan 2001).

Många forskare har dock valt andra metoder för att studera nätnyheternas innehåll. En del undersökningar är etnografiska och bygger på deltagande observation i redaktionella miljöer, ofta kombinerat med intervjuer av journalister och redaktörer (Boczkowski 2009, 2004, Hedman 2009, Hermida & Thurman 2008). Genom att följa redaktionella arbetsprocesser och intervjua medarbetare om rutiner, val och beslut som tas kring urval och presentation av nyheter har slutsatser dragits också om nätnyheternas innehåll.

Andra forskare har på liknande sätt utgått från enkätundersökningar, inte minst i studier av hur journalister och redaktörer förhåller sig till interaktivitet och användarproducerat material, samt av vilket användarproducerat material som publiceras i nyheterna på nätet. (Singer 2010, Örnebring 2008, Peng et al. 1999).

Interaktivitet, och då särskilt i form av hyperlänkar i nyhetsmaterialet på nätet, har emellertid också studerats genom innehållsanalys. Analysen har då oftast inte inkluderat själva nyhetstexten utan egenskaper omkring denna, så som interaktiv grafik, enkäter, chattrum, diskussionsfora och vart hyperlänkarna fört läsaren vidare (Karlsson 2011, 2010b, 2010c, Jönsson & Örnebring 2008, Quandt 2008, Dimitrova & Neznanski 2006, Schultz 1999).

De kanske vanligaste innehållsanalyserna av nätet har dock handlat om kartläggningar av olika typer av nyheter, som lokala, inrikes- och utrikesnyheter, eller olika innehållskategorier, som sport, politik, ekonomi etc. (Nygren och

Roxberg 2011, PEJ 2010, Groshek 2008, Greer & Mensing 2006, Quandt 2005, Massay & Levy 1999). Betydligt mer sällsynta är innehållsanalyser av hur nyhetsinnehållet förändras under dygnet med uppdateringar och nya vinklar, eller av hur nyheter uppgraderas eller flyttas ner på nyhetssajterna (Karlsson & Strömbäck 2010).

Ovanliga är också, som tidigare sagts, innehållsanalyser som jämför egenskaper mellan nyheterna på nätet och på pappret. Det har handlat om studier kring specifika journalistiska genrer, som till exempel kampanjournalistik (Hoffman 2006) eller specifika företeelser, som andel unika och egna nyheter (Boczkowski & de Santos 2007, Singer 2001). Innehållsanalyser som jämfört hur nät- och pappersnyheter rapporterat om en specifik händelse och i vilken utsträckning informationen om denna händelse skiljer sig åt, som i föreliggande undersökning, har däremot varit svåra att hitta.

Material och metod

Den 19 september 2010 gick det svenska folket till val av riksdag och regering. I vanlig ordning startade mediernas valrapportering redan under våren och tilltog under sommarmånaderna för att vara som mest intensiv veckorna före valet. Tidigare valstudier visar att medierna under valrörelsens sista dagar ökar fokus på kampanjrelaterade frågor som t ex röstbeteende, valarbete och politikernas framträdande i valdebatter och utfrågningar (Swedish Media Election Survey 2011). I denna undersökning har därför valrörelsens näst sista vecka analyserats, den 6-12 september 2010, då politiska sakfrågor i allmänhet får stort utrymme.

De tre största svenska morgontidningarna, Dagens Nyheter (DN), Göteborgs-Posten (GP) och Svenska Dagbladet (SVD), och de två största kvällstidningarna, Aftonbladet (AB) och Expressen (Exp), ingår i analysen, liksom samtliga fem tidningars nätutgåvor, dvs. dn.se, gp.se, svd.se, aftonbladet.se och expresen.se.

Undersökningen avser den inrikespolitiska bevakningen och avgränsas till artiklar om det nationella riksdagsvalet. Det vill säga att artiklar om regional- och kommunalvalen inte ingår. Vidare är det redaktionellt nyhetsmaterial exklusive artiklar på ledarsidor, kultursidor, familjesidor och insändare som analyserats (jfr. Asp 2011).

Artiklarna från papperstidningarna har samlats in i samarbete med Medievalsundersökningen 2010 som leds av professor Kent Asp vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, vid Göteborgs universitet. Nättidningarnas artiklar har laddats ned från det digitala nyhetsarkivet Retriever. Arkivet samlar in nättidningarnas nyheter genom att söka av deras öppna webbsidor. Avläsningen plockar löpande under dygnet upp alla artiklar som finns tillgängliga. Artiklarna får samma datering i arkivet som de har i nättidningen, det vill säga publiceringsdatumet. En republicerad artikel med samma id (url) som den tidigare ersätts i sin helhet i arkivet oavsett om det är små el-

ler stora förändringar som gjorts. En uppdaterad nästan likalydande med ny id (url) blir dubblett. En uppdaterad artikel med ändrad text och ny id (url) blir ny träff.

Sökningar har gjorts på partinamn, inklusive förkortningar, på samlingsbegrepp som alliansen, de rödgröna och val2010, på partiledarnas och språkrörens för- och efternamn, på samtliga statsråds för- och efternamn samt på ledande oppositionspolitiker. Dubbletter har sorterats bort ur urvalet. I de fall där uppdateringar finns har den senaste versionen valts. Sökningarna och nedladdningarna gjordes mellan den 15 och 30 november 2010. Detta material har använts för analys av vad valrapporteringen handlade om.

För att kunna besvara frågan om det finns skillnader i nyhetsvärdering mellan papperstidningarnas förstasidor och nättidningarnas toppnyheter har också nättidningarnas hemsidor (förstasidor) frysts och laddats ner varje dag under den analyserade veckan. Då sidorna ständigt förändras har detta skett vid de fyra tidpunkter då de har flest läsare, nämligen kl 8:30, kl 13:00, kl 16:30 och kl 22:00. De tre översta nyheterna (toppnyheterna) vid varje tillfälle har analyserats, inklusive tillhörande länkrubriker.

I vilken utsträckning Retrievers nyhetsarkiv är identiskt med tidningarnas egna sökbara digitala arkiv kan inte denna undersökning uttala sig om. Man kan naturligtvis inte utesluta att vissa skillnader finns, inte mist för att tidningarna kan tillämpa delvis olika principer för egen arkivering av webbnyheterna. Vid några tillfällen har det också framkommit att material plockats bort om det handlat om felaktiga eller mycket kritiserade artiklar (Resumé 2002-09-19). Därför torde Retrievers avläsning av webbtidningarnas öppna sidor vara en säkrare källa till nätnyheternas rapportering än de egna arkiven.

Då ett syfte i undersökningen är att studera nättidningarna och papperstidningarnas innehåll oberoende av skillnader som har att göra med format, tillgänglighet och publiceringscykel har analysen av de två datamängderna gjorts så likartad som möjligt (jfr. Hoffman 2006). Det betyder att samma kodschema har tillämpats vid båda analyserna.

I papperstidningen har hela artikeln, inklusive rubrik, ingress och bildtext, ingått i analysen. När det gäller nättidningarna är det rubrik och ingress som först kommer upp i sökningar i Retrievers digitala arkiv. Genom ett klick på rubriken når man nästa textnivå där hela artikeln inklusive rubrik, ingress och ibland bild, ligger. Det är artikeltexten på denna andra nivå som ingått i analysen. Innehållet bakom eventuella hyperlänkar analyserades däremot inte.

Valrörelsens näst sista vecka

Den näst sista veckan före valet, den 6-12 september, präglades av ett intensivt medialt kampanjande, inte minst i etermedierna. Samtliga partiledare, ett flertal tunga oppositionspolitiker och statsråd framträdde i utfrågningar och debatter om centrala politiska valfrågor. Måndagens inrikespolitiska nyhetsrap-

portering inleddes med ett uttalande om bröstpump som Lars Ohly, Vänsterpartiets ledare, gjort kvällen innan i SVT:s partiledarutfrågning i samband med frågan om föräldraledighet. Också en bitvis hetsig miljödebatt i SVT:s samhällsmagasin Agenda senare på söndagskvällen mellan Centerledaren Maud Olofsson och Miljöpartiets språkrör Maria Wetterstrand fick stor uppmärksamhet både i nättidningarna senare under kvällen och i papperstidningarna dagen därpå.

Senare under veckan sände SVT också utfrågningar med Maud Olofsson och Maria Wetterstrand, och alla partiledarna deltog den 6 september i en debatt om skolfrågor. Söndag den 12 september debatterade Socialdemokraternas partiledare Mona Sahlin mot statsminister Fredrik Reinfeldt (M) i SVT1 och äldreminister Maria Larsson (KD) mot oppositionspolitikern Ylva Johansson (S) i Agenda i SVT2. TV4 sände Valspecial med Lennart Ekdal fyra kvällar under veckan. Vid sista tillfället, torsdag den 9 september, innehöll programmet en ekonomisk debatt mellan oppositionens Mona Sahlin och Tomas Östros på den ena sidan och Fredrik Reinfeldt med finansminister Anders Borg på den andra. Alla partiledarna möttes för en debatt i Sveriges Radios P1 fredag den 10 september. I vanlig ordning presenterades också ett antal opinionsmätningar under veckan, bland annat från Skop, Demoskop och Synovate.

Valnyheter på förstasidor och i toppnyheter

Morgon- och kvällstidningarnas förstasidor har en särskild funktion i nyhetsrapporteringen, det är här som dagens största och viktigaste nyheter hamnar. På sätt och vis kan man säga att de fungerar som ett skyltfönster; här exponerar tidningarna sina mest lockande "varor" och här får läsaren en snabb inblick i vad som är senaste nytt. På samma sätt fungerar nättidningarnas hemsidor genom att nyheterna som toppar sidan också är de som rankas högst i nyhetsvärde.

En intressant fråga är om papperstidningarnas förstasidor och nättidningarnas hemsidor avspelar samma nyhetsvärdering kring valet under den vecka som analyserats i denna undersökning. Samtliga artiklar på förstasidorna ingår, inklusive så kallade puffar, liksom hemsidornas tre toppnyheter, inklusive vidhörande länkrubriker, vid fyra olika tidpunkter respektive dag.

VAL 2010 12 DAGAR KVAR

10 000
KRONORS
FRÅGAN



TV: – Jag skulle invadera Finland

OTV TEST Jan Björklund (FP) ställs mot väggen av Aftonbladets läsare om allt ifrån vad som händer efter döden till om skolan ska vara statlig. **28**
Respektlöst mot Maria Wetterstrand
 Retorikexperten: Inte så snyggt av Björklund att kalla MP-ledaren "prestationsflicka" **DISKUTERA!** **13**

ELAINES
ANALYS



VAL 2010

FOTO: SCANPIX

Tuff duell om jobb och skatt

Sahlin mötte Reinfeldt. Valets viktigaste duell om statsministerposten. Läs SvD:s direktrapport.



Vem snackas det om just nu?
 SvD:s snackometer – de twittras och bloggas det mest om.



Stark ledning för alliansen
 SIFO Leder med nästan 10 procentenheter över de rödgröna.

VALBAROMETER • TIDSLINJE • SENASTE OPINIONSSIFFRORNA • STATISTIK • FAKTAKOLLEN SvD.se/val



Bild: Janerik Henriksson

Quiz: Vad vet du om Folkpartiet?

Testa dig själv. Varifrån kommer blåklinten och vad vill partiet ha i Sannegårdshamnen? Se om du har koll!

Bilder i vänsterspalt: aftonbladet.se 7/9 kl 16:00, svd.se 12/9 kl 22:00, gp.se 8/9 kl 13:00.

Bilder i högerspalt: dn.se 10/9 kl 8:30, expressen.se 12/9 kl 22:00.

VALET 2010



Reinfeldt nöjd med högt skattetryck

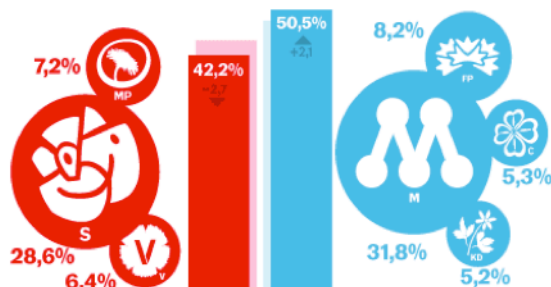
"Vi har höga välfärdsambitioner." Moderatledaren vill behålla Sveriges skattetryck på nuvarande nivå – trots att det är näst högst i världen. **70**

Se webb-tv här: DN.se intervjuar Fredrik Reinfeldt.



DN:s Henrik Brors. "Överraskande besked från skattesänkarparti". **4**

Har du bestämt vad du ska rösta på? Partitestet ger dig vägledning.



Grafik: DN/Synovate

Alliansen får egen riksdagsmajoritet

Över 50 procent i ny Synovate-mätning. En majoritet av väljarna vill ge Fredrik Reinfeldts regering fortsatt makt – utan stöd från Sverigedemokraterna. **121**

Lär dig tolka opinionsmätningar. DN.se guidar dig bland begreppen.

AGENDA



JUST NU: "Nu vill de hitta på ett nytt brott"

JUST NU: Debatt i Agenda om vårdskandalerna Följ allt om debatten - Expressen.se rapporterar direkt. **KOMMENTERA DIREKT!**

63-åriga kvinnan frös ihjäl på sitt vårdboende i Helsingborg Bland andra Ylva Johansson och Maria Larsson i debatten.

Tabell 1: Antal analyserade förstasidesartiklar och toppnyheter.

DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
14	157	13	30	15	116	7	81	17	132

Sammanlagt har 42 artiklar på morgontidningarnas och 24 på kvällstidningarnas förstasidor analyserats samt 303 toppnyheter på morgontidningarnas och 213 på kvällstidningarnas hemsidor. Nättidningarnas toppnyheter om valet är sålunda nästan åtta gånger fler än papperstidningarnas förstasidesnyheter under veckan. Den nättidning som skiljer ut sig är gp.se med betydligt färre artiklar än Stockholmsstidningarnas webbutgåvor. I gp.se har fler av de toppnyheter som handlade om valet en tydlig lokal vinkel och faller därför utanför undersökningens urval. Skillnaderna mellan den uppmärksamhet valnyheterna får i de tryckta och elektroniska tidningarnas förstasidor och hemsidor är med andra ord mycket stor.

Förklaringarna ligger i medieformatens skilda egenskaper. Medan de tryckta förstasidorna innehåller ett mycket begränsat och under dygnet fixerat antal artiklar, så förändras toppnyheterna regelbundet (jfr Karlsson & Strömbäck 2010). Därför har mätningarna gjorts vid fyra olika tillfällen per dygn i syfte att fånga nya texter, uppdateringar och omprioriteringar. Det leder självklart till en större mängd artiklar. En annan förklaring är att medan förstasidorna i allmänhet innehåller en, möjligtvis två, artiklar eller puffar kring samma fråga, så presenteras nyheter på webbtidningarnas hemsidor ofta i block (se exempel s 18). Det vill säga att det till en toppnyhet med rubrik, text och bild ofta hör ett antal länkrubriker, alltså länkar som leder till ytterligare material. Oftast samlas alla dessa nyhetsenheter inom en och samma ram. Här är det uppenbart att nättidningarna utnyttjar sitt obegränsade utrymme på ett sätt som papperstidningens förstasida inte kan utan att samtidigt skuffa undan andra nyheter samma dag.

Tabell 2: Nya artiklar och uppdateringar bland nättidningarnas toppnyheter, procent.

	dn.se	gp.se	svd.se	ab.se	exp.se	Totalt
Ny artikel	41	70	36	96	48	53
Samma artikel/uppdatering	59	30	64	4	52	48
Summa	100	100	100	100	100	100
Antal artiklar	155	30	110	81	130	502

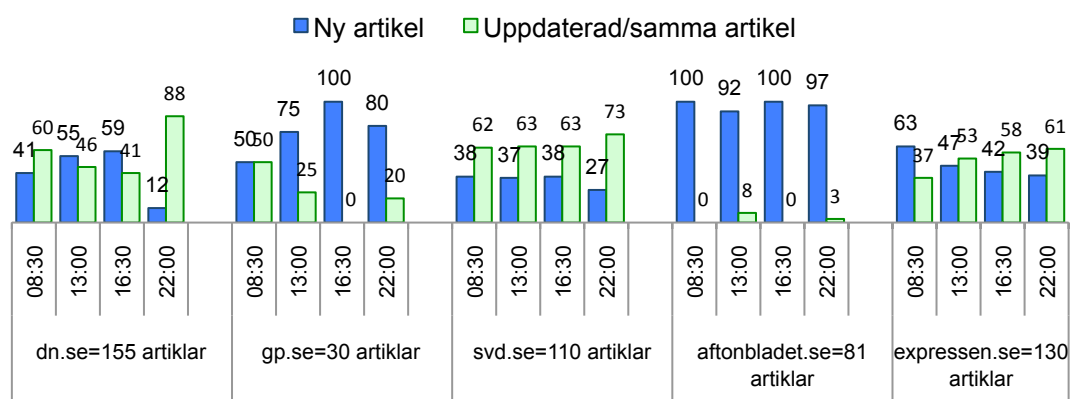
Nästan hälften av alla de analyserade toppnyheterna är identiska med eller uppdateringar av redan publicerat material. Många är med andra ord upprepningar av artiklar som lagts ut tidigare samma dag eller dagen innan. Men det skiljer stort mellan tidningarna. Den högsta andelen nya artiklar har aftonbladet.se där nästan alla (96 procent) är unika, lägst andel har svd.se med en tredjedel (34 procent). För svd.se:s del förklaras den stora andelen identiska eller uppdaterade artiklar i huvudsak av länkrubriker till ständigt återkommande bakgrundsmaterial i form av valguider, tester, bloggar/kommentarer mm (Se tabell A i bilaga 1). Även dn.se och expressen.se har en relativt stor andel sådant material i sin valbe-

vakning. I Aftonbladet.se och gp.se utgör de däremot endast en liten del av materialet.

Man noterar vidare att de nättidningar som har högst andel unika artiklar samtidigt har publicerat minst antal toppnyheter om valet under den analyserade veckan. Men även om alla identiska och uppdaterade artiklar exkluderas så återstår det faktum att antalet artiklar är större i webbtidningarnas toppnyheter än på dagstidningarnas förstasidor.

Toppnyheterna har laddats ner kl 8:30, kl 13:00, kl 16:30 och kl 22:00 varje dag, vid de tidpunkter då webbtidningarna har flest besökare, det vill säga när människor kommer till arbetet, vid lunch, strax innan de går hem och på kvällen.

Figur 1: Fördelning av andel nya och uppdaterade toppnyheter över nyhetsdygnet, procent



Det finns inget enhetligt mönster för när under dygnet som de fem nättidningarna uppdaterar sina valnyheter. Däremot tyder resultaten i figur 1 på att uppdateringarna blir fler mot slutet av nyhetsdagen i de tre tidningar som har högst andel sådana.

Så långt i analysen är skillnaderna mellan förstasidesnyheterna och webbnyheterna påtagligt stora. När det däremot kommer till vad som slogs upp på bästa nyhetsplats och vilka som förekom där så minskar olikheterna. Det är innehållet på webbsidornas första nivå som har analyserats här, inte innehållet bakom länkrubrikerna.

Med förbehåll taget för att skillnaderna i antal artiklar, som redan sagt, är mycket stora så visar analysen ändå att valrörelsen som företeelse är den fråga som får mest uppmärksamhet i samtliga analyserade medier, med undantag av Göteborgs-Posten (se tabell B i bilaga 1). I fem av tidningarna är vidare opinionsundersökningar näst vanligast. Det framgår således tydligt att både pappers- och webbtidningarna gör likartade bedömningar av vilka frågor som har högst nyhetsvärde under den analyserade veckan.

När det gäller vilka huvudaktörer som förekommer är mönstret däremot inte lika entydigt, så tillvida att det är en rad olika aktörer som får mest uppmärksamhet i

tidningarna. Å andra sidan har de det gemensamt, att de inte representerar något parti, organisation eller massmedium. Det är med andra ord övriga aktörer som i åtta av de tio tidningarna är mest framträdande på förstasidorna och i toppnyheterna. Undantagna är Dagens Nyheter och Aftonbladet (se tabell C i bilaga 1).

Sammantaget skiljer sig sålunda dagstidningarnas förstasidor markant från webbtidningarnas toppnyheter under den analyserade veckan när det gäller antal publicerade artiklar, aktualitet och typ av valnyheter. Dels uppdaterar nättidningarna valrapporteringen under dygnet med den senaste händelseutvecklingen, dels har läsarna under hela veckan tillgång till bakgrundsmaterial om valet samt möjligheter att själva interagera kring valfrågorna i form av tester, chattar och bloggar. Å andra sidan skiljer inte det huvudsakliga innehållet i valnyheterna särskilt mycket mellan förstasidorna och toppnyheterna.

Valnyheternas innehåll

Politiken och den politiska kampanj som utspelar sig inför riksdagsvalen utgår från två centrala objekt. Det första är valrörelsens politiska innehåll, det vill säga de sakfrågor som politikerna går till val på och de händelser som politiken och valkampanjen utspelar sig kring. Det andra är valrörelsens aktörer, de politiker som är valbara, deras partier, olika grupperingar och koalitioner, samt intresseorganisationer, väljare, experter med flera (Asp 1986). Aktörerna kan i sin tur framträda på två olika sätt. Dels direkt genom att agera, uttala sig, göra politiska utspel, delta i debatter och utfrågningar. Dels indirekt genom att bli omtalade av någon annan. Båda typerna av framträdanden präglar bilden av aktörernas medverkan i valrörelsen och därmed bilden av valrörelsen i sin helhet. Denna jämförande undersökning av hur pappers- och nättidningarna skildrade valrörelsen tar därför sin utgångspunkt i en analys av vilka frågor, aktörer och omtalade aktörer som tidningarna har rapporterat om.

Tabell 3: Antal analyserade artiklar

DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
158	120	140	92	159	106	120	196	118	138

Sammantaget har 1 347 artiklar analyserats. Av dessa publicerades 457 i Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten och Svenska Dagbladet, 318 i dn.se, gp.se och svd.se, 238 i Aftonbladet och Expressen samt 334 i aftonbladet.se och expressen.se. I morgontidningarna var således antalet artiklar om riksdagsvalet under valrörelsens näst sista vecka större i pappersutgåvan än i nätutgåvan, medan förhållandet var det omvända för kvällstidningarna. Möjligtvis kan detta ses som en indikator på var tidningarna har sina största läsargrupper; 2009 var det 61 procent som läste tryckta (betalda) morgontidningar och 18 procent som läste dem (gratis) online, 16 procent läste tryckta (betalda) kvällstidningar och 28 procent läste dem (gratis) online (Bergström & Wadbring 2010).

Det mått som används för att sammanfatta passningen mellan artikelinnehållet i pappers- och nättidningarnas rapportering om riskdagsvalet är överensstämmelsekoefficienten (ÖK). ÖK bygger på att två procentfördelningar jämförs med varandra och den anger graden av likhet eller överensstämmelse mellan dem. En koefficient på 1.0 innebär total överensstämmelse, och en på 0 total brist på överensstämmelse (Asp 1986:136, se även bilaga 2).

Tabell 4: Artikeltyper i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Allmän nyhetsartikel	42	91	25	100	40	76	38	59	36	79
Kommentarer/analyserande artiklar	3	5	2	-	5	9	25	33	8	10
Nyhetspuffar	11	-	13	-	14	-	7	-	13	-
Faktaruta/tabellsammanställning	8	-	4	-	8	-	9	-	8	1
Hänvisning till eget material	0	-	1	-	9	-	2	1	10	7
Nyhetsgrafik av bakgrundskartär	6	-	1	-	8	-	8	1	1	-
Sakfrågeöversikt	5	1	5	-	-	-	3	-	4	1
Radio & tv-recensioner	-	-	2	-	-	11	2	1	4	-
Övrigt	25	4	47	-	17	4	7	5	16	3
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal artiklar	158	112	140	88	159	106	120	112	118	132
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,49		0,25		0,49		0,71		0,56	

Ett första konstaterande är att valnyheterna presenteras på mycket olika sätt i de tryckta och elektroniska tidningarna, och överensstämmelsekoefficienten är därför låg eller mycket låg. Papperstidningarna har mycket större bredd i artikeltyper under den analyserade veckan, vilket också avspeglar den i genomsnitt mindre andelen allmänna nyhetsartiklar. I nättidningarna är de däremot den klart dominerande typen av material, i gp.se tillhör samtliga texter denna kategori. Artiklar som i övrigt förekommer i nättidningarna är kommentarer och analyserade texter, i genomsnitt till och med i större utsträckning än i papperstidningarna. Alla fem nättidningarna har en eller flera egna kommentatorer som regelbundet återkommer under veckan. Den enskilde medarbetarens tolkningar och analyser av politiken och kampanjen får således större utrymme här än i papperstidningarna.

Sakfrågeöversikter eller -tablåer är klart mer ovanliga i nätnyheterna än i pappersnyheterna, liksom faktarutor, tabellsammanställningar och nyhetsgrafik. Denna typ av material finns också i nättidningarna, men som länkar på en eller flera nivåer under nyhetstexterna, och dessutom ursprungligen publicerade före den analyserade veckan. De har därför inte kommit med i det analyserade urvalet. Skillnaderna i överensstämmelse mellan de olika artikeltyperna bör därför tolkas med viss försiktighet, även om sakfrågeöversikterna som mest utgör 20 procent i Aftonbladet och som minst 10 procent i Göteborgs-Posten, och därför knappast är ett dominerande inslag i någon av tidningarna.

Valets frågor

En valrörelse rymmer många olika typer av frågor och händelser. En stor del av dem är politiska sakfrågor, andra handlar om själva kampanjen, opinionsundersökningar, regeringsfrågan och om frågor av ideologisk karaktär, som exempelvis frågor om mänskliga fri- och rättigheter eller om demokratins funktionssätt. Men valrörelsen kan också röra sig om skandaler och affärer kring olika aktörer. Ett sådant fall var till exempel arbetsmarknadsminister Sven Otto Littorins plötsliga och oväntade avgång under Almedalsveckan i juli 2010.

En artikel handlar dessutom oftast om fler än en fråga, och fler än en aktör brukar uttala sig, omtalas eller på annat sätt förekomma. I analysen har upp till tio frågor, tio aktörer och 20 omtalade aktörer analyserats i varje artikel. Antalet frågor och aktörer i tabellerna nedan är därför fler än antalet analyserade artiklar.

Tabell 5: Valets övergripande frågor i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Sakfrågor	62	64	62	56	55	43	31	29	33	35
Valrörelsen	18	8	24	17	22	18	39	33	46	31
Opinionsundersökningar	13	12	7	14	5	9	12	11	11	12
Regeringsfrågan	6	7	4	9	12	20	6	13	7	13
Idéfrågor	2	9	3	3	5	10	11	14	4	7
Skandaler, affärer	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal frågor	576	639	378	288	330	460	436	647	558	754
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,89		0,87		0,83		0,91		0,85	

Skillnaderna mellan vilken typ av frågor som de fem tidningarnas pappers- och webbutgåvor rapporterar om och hur mycket utrymme de får är små. Som störst är differensen mellan Svenska Dagbladet och svd.se (ÖK 0,83) där det tydligt skiljer på hur mycket utrymme de politiska sakfrågorna, frågor om valrörelsen och regeringsfrågan får på de två plattformerna. Minst differens är det mellan Aftonbladet och aftonbladet.se (ÖK 0,91). Här finns visserligen olikheter i hur frågorna behandlas i pappers- och nättidningen, men det rör sig mestadels om få procentenheters skillnad.

Sammantaget blir de politiska sakfrågorna och frågor om valrörelsen mer uppmärksammade i de tryckta tidningarna än i webbnyheterna. Särkilt tydligt är det i Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten. Två undantag är Dagens Nyheter och Expressen där politiska sakfrågor är vanligare på nätet än på pappret, men det är inte fråga om stora skillnader.

Den typ av frågor som däremot genomgående får större uppmärksamhet i webbtidningarna än i papperstidningarna handlar om regeringsalternativen. Skillnaderna mot papperstidningarna är störst i aftonbladet.se, expressen.se och svd.se.

I övrigt är skillnaderna mellan hur pappers- och nättidningarna rapporterade om resterande typer av frågor relativt ringa.

De enskilt vanligaste frågorna i medierna näst sista veckan före valet är politiska sakfrågor. De utgör tillsammans något över 50 procent i morgontidningarna och drygt 30 procent i kvällstidningarna. Inom denna övergripande kategori ryms ett tiotal specifika frågor som beskriver vilken politik partierna gick till val på och vad politikerna uttalade sig om under valrörelsen.

Tabell 6: Valets politiska sakfrågor i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Skattefrågor	23	19	17	19	10	12	13	12	20	20
Skol- och utbildningsfrågor	7	7	9	13	13	10	20	16	5	13
Sysselsättning/näringspolitik	9	7	12	15	6	19	5	8	17	7
Familjepolitiska frågor	7	8	20	6	6	8	9	11	10	8
Vårdfrågor	9	11	12	10	21	5	3	7	7	4
Miljöfrågor	5	5	6	10	6	13	14	13	4	5
Ekonomi och finanspolitik	10	7	4	4	4	7	2	4	6	10
Rättsfrågor	8	12	3	8	1	2	0	6	4	12
Invandrarfrågor	3	2	6	4	12	1	7	3	5	1
Socialpolitiska frågor	2	5	2	1	4	7	3	5	2	8
Övriga sakfrågor	18	19	10	12	17	17	25	17	19	12
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	345	384	225	144	173	189	107	181	175	241
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,89		0,81		0,70		0,82		0,74	

Även på denna mer detaljerade nivå är överensstämmelsen mellan pappers- och nättidningarna fortfarande hög, om än lägre än i tabell 5. Återigen är det Svenska Dagbladet som har störst varians mellan pappers- och nättidningens innehåll (ÖK 0,70). De tre frågor som ligger i topp i papperstidningen är inte de samma som i nättidningen. Vidare får flera av de mest uppmärksammade frågorna i pappersnyheterna liten eller mycket liten uppmärksamhet i nättidningarna, och tvärt om. Så utgör till exempel vårdfrågor 21 procent och invandrarfrågorna 12 procent i papperstidningen men bara 5 respektive 1 procent på nätet. Sysselsättning/näringspolitik utgör 19 procent på nätet och miljöfrågor 13 procent men 6 procent vardera i papperstidningen. Man kan därför säga att Svenska Dagbladets webb- och pappersutgåvor har olika frågeprofiler i sin nyhetsbevakning av valrörelsen näst sista veckan före valet.

Också Expressens båda utgåvor (ÖK 0,74) har olika profiler, även om skattefrågorna här är störst både på pappret och nätet. Men i nättidningen lyfts också skol- och utbildningsfrågor, rättsfrågor och socialpolitiska frågor fram, vilket papperstidningen inte gör på samma sätt. Omvänt får sysselsättning/näringspolitik mycket uppmärksamhet i den tryckta tidningen, men knappt hälften så mycket på nätet.

Viss varians finns också i hur Göteborgs-Postens (ÖK 0,81) och Aftonbladets (ÖK 0,82) nät- och papperseditioner rapporterar om de politiska sakfrågorna. I Göteborgs-Posten är det framför allt rapporteringen om de familjepolitiska frågorna som skiljer mellan pappret och nätet, medan det i Aftonbladet är en jämnare men i genomsnitt lägre skillnad mellan nästan samtliga frågor. Minst varians har Dagens Nyheter (ÖK 0,89), där det som mest skiljer 4 procentenheter mellan den uppmärksamhet de politiska sakfrågorna fått i pappers- och nättidningen.

Valets aktörer

Under den näst sista veckan i valrörelsen framträdde många olika aktörer i mediernas rapportering. Som aktör räknas enskild person såväl som organisation och institution. I tabell 5 har dessa samlats i elva övergripande kategorier.

Tabell 7: Valets aktörer i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Partiledare	13	26	22	27	10	28	29	27	23	35
Partier	30	19	27	27	35	21	19	10	21	13
Massmedier	14	8	9	6	20	15	32	30	21	18
Experter/forskare	5	3	7	5	10	12	5	10	1	4
Statsråd/regeringen	6	10	7	6	3	3	1	1	3	5
Väljare/allmänhet	10	2	3	2	6	3	5	4	8	1
Riksdagsledamot/kandidat	4	7	3	1	2	1	0	2	6	8
Samhällsorgan	1	6	3	1	5	1	2	1	0	2
Intresseorganisationer	1	3	2	3	6	2	1	1	1	1
Övriga aktörer	16	15	16	23	5	14	8	15	17	14
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal aktörer	625	669	387	309	357	496	532	697	620	852
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,73		0,87		0,71		0,86		0,79	

Huvudaktörer var de politiska partier som kandiderade till riksdagen, och av dessa var partiledarna de som framträdde mest av alla. En första iakttagelse är att partiledarna i fyra av de fem analyserade tidningarna förekommer oftare i nätnyheterna än i pappersnyheterna, medan förhållandet är det omvända för partierna som organisationer. I Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet är partiledarna dubbelt så vanliga på webben som på pappret, i Expressen en tredjedel vanligare, i Göteborgs-Posten endast något vanligare och i Aftonbladet mindre vanliga. Valrapporteringen i nätnyheterna kan i det avseendet sägas ha varit mer personcentrerad än i pappersnyheterna. Detta stöds också av en svag övervikt för enskilda riksdagsledamöter/kandidater i nätnyheterna jämfört pappersnyheterna i tre av tidningarna och för statsråd i fyra av tidningarna.

En tänkbar orsak är att flera av de tryckta tidningarna under den analyserade veckan publicerade tablåer över partiernas ställningstaganden i olika sakfrågor, något som saknades i nättidningarna. Dessa hade istället, som redan nämnts, länkar till liknande material. En annan tänkbar förklaring är naturligtvis en medve-

ten satsning på ett mer direkt tilltal i nätnyheter, där personifiering kan vara ett bland flera sätt.

Analysen visar vidare att det finns skillnader mellan nätnyheter och pappersnyheter aktörsprofiler. Minst är variansen mellan vilka aktörer som framträder på webben och i tryck i Göteborgs-Posten (ÖK 0,87) och Aftonbladet (ÖK 0,86), störst är den mellan Svenska Dagbladet och svd.se (ÖK 0,71). Merparten av differensen här utgörs just av hur olika partiledarna och partierna framträder, men också av att massmedier är vanligare som aktörer i pappersnyheter än i nätnyheter. Samma orsaker finns till den nästan lika höga variansen i Dagens Nyheter (ÖK 0,73) med skillnaden att väljare/allmänhet förekommer fem gånger oftare i papperstidningen än i nättidningen.

Tabell 8: Valets partiaktörer i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Moderaterna	17	22	24	15	10	21	15	17	26	24
Socialdemokraterna	16	15	14	10	17	14	6	12	14	19
Miljöpartiet	10	9	5	9	9	31	11	14	14	15
Centerpartiet	3	9	13	13	8	8	11	14	5	8
Vänsterpartiet	6	10	10	13	3	4	9	14	8	9
Folkpartiet	4	7	11	14	9	10	9	7	7	4
De röd-gröna	22	8	10	3	10	2	5	2	1	6
Alliansen	14	6	10	7	14	5	3	2	1	1
Kristdemokraterna	6	8	2	3	5	3	11	12	8	6
Sverigedemokraterna	1	3	1	4	2	2	14	7	11	8
Övriga partier/politiker	2	2	1	9	13	2	7	0	5	1
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal partiaktörer	323	394	211	194	166	225	240	251	293	434
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,76		0,77		0,65		0,80		0,86	

En särskild analys har gjorts av hur valrörelsens huvudaktörer – partierna, partiledarna och de olika regeringsalternativen – framträder i pappers- och nättidningarnas rapportering. Återigen är det i Svenska Dagbladet som skillnaden är störst mellan de politiska aktörernas förekomst på nätet och i tryck (ÖK 0,65). Det är framför allt Miljöpartiet som behandlas olika genom att vara mer än tre gånger större i nät- än i pappersnyheter, och Moderaterna som är dubbelt så stora på nätet. Miljöpartiet får större uppmärksamhet på nätet än på pappret i ytterligare tre tidningar, men där är differensen mellan de båda plattformerna mindre. Sannolikt kan den generellt sett stora uppmärksamheten som partiet får delvis förklaras av att språkröret Maria Wetterstrand frågades ut i SVT under veckan.

I Dagens Nyheter (ÖK 0,76) är en viktig förklaring till de politiska aktörernas skilda profiler på webben och i tryck att de två regeringsalternativen får mer än dubbelt så mycket uppmärksamhet i papperstidningen. Detta är också en del av förklaringen till skillnaderna i Göteborgs-Posten (ÖK 0,77), men här är även den

uppmärksamhet Moderaterna får betydligt större i den tryckta tidningen. I Aftonbladet (ÖK 0,80) är det den olika behandlingen av Socialdemokraterna, som är dubbelt så många på nätet, och Sverigedemokraterna, som är dubbelt så stora i papperstidningen, som sticker ut. I övrigt är inte skillnaderna mellan de politiska aktörernas förekomst i tryck och på webben särskilt stora. Det samma gäller för Expressen (ÖK 0,86) med undantag för att de Röd-gröna utgör 6 procent av de politiska aktörerna på nätet men bara 1 procent i papperstidningen.

Utöver de aktörer som låter sig intervjuas och blir utfrågade, deltar i debatter och gör politiska utspel, finns också dem som dessa talar om. I de flesta fallen handlar det om samma personer, organisationer och institutioner. På så sätt är hela mediaelrörelsen en offentlig tilldragelse där politikerna både är aktiva och passiva, offensiva och defensiva. För att få en mer komplett bild av hur aktörerna behandlats i medierna har därför också de som omtalats analyserats.

Tabell 9: Valets omtalade aktörer i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Partier	71	68	62	72	59	64	46	58	47	51
Partiledare	14	20	23	19	28	26	45	35	41	35
Statsråd/regeringar	8	7	7	6	5	5	3	2	3	5
Samhällsorgan	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Organisationer	0	1	1	1	0	1	1	1	2	1
Enskilda aktörer	2	1	2	1	3	1	1	2	3	2
Massmedier	4	1	2	1	4	2	3	2	3	4
Riksdagsledamot/kandidat	0	2	1	1	0	0	0	1	1	3
Övriga aktörer	0	0	2	0	0	1	1	1	0	0
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal omtalade aktörer	461	469	272	269	276	497	437	715	551	743
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,92		0,90		0,94		0,86		0,92	

Partiorganisationerna och partiledarna utgör tillsammans mellan 83 och 96 procent av de omtalade aktörerna i de analyserade pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet. De dominerar med andra ord stort, vilket också förklarar den låga variansen mellan tidningarnas nyheter i tryck och på webben (ÖK 0,86 – 0,94). I samtliga tidningar får partiorganisationerna mer uppmärksamhet än partiledarna. Något förenklat kan man därför dra slutsatsen att partierna oftare är måltavlor för kritik och beröm, eller omnämns i olika sammanhang, än sina ledare.

Vidare blir partiorganisationerna i alla tidningar utom Dagens Nyheter mer omtalade på nätet än i pappret. I Dagens Nyheter förhåller det sig tvärt om. Störst skillnad mellan hur mycket partierna och partiledarna omtalas finns mellan Aftonbladet och aftonbladet.se. Det är också en av förklaringarna till att det är här som variansen mellan vilka som generellt omtalas i pappersnyheterna och nättidningarna är störst (ÖK 0,86). En annan förklaring är att Sverigedemokraterna om-

talas dubbelt så mycket (14 procent) i papperstidningen som i nättidningen (7 procent).

Tabell 10: Valets omtalade partiaktörer i pappers- och nättidningarna näst sista veckan före valet, procent och överensstämmelsekoefficient (ÖK).

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Alliansen	24	18	20	19	14	21	5	16	14	13
Sverigedemokraterna	13	13	5	11	16	14	17	17	19	15
De röd-gröna	17	19	28	17	9	12	4	9	9	14
Moderaterna	9	13	16	13	14	12	16	12	14	16
Miljöpartiet	7	7	2	6	12	9	13	10	10	8
Vänsterpartiet	5	5	8	5	5	6	16	11	13	7
Socialdemokraterna	8	10	7	8	6	7	6	7	10	13
Centerpartiet	3	3	6	7	4	8	7	8	4	5
Folkpartiet	5	3	3	6	6	4	4	2	3	3
Kristdemokraterna	3	3	0	1	4	1	6	4	3	2
Övriga partier/politiker	8	5	6	7	12	8	5	5	2	4
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal omtalade partiaktörer	400	427	235	245	235	445	388	638	429	602
Överensstämmelsekoefficient (ÖK)	0,90		0,84		0,83		0,88		0,87	

Av de omtalade politiska aktörerna får Alliansen mest uppmärksamhet, följt av Sverigedemokraterna. Men det är de Röd-gröna som sammantaget omtalas mest olika i pappers- och nättidningarna. Tydligast är skillnaderna i Göteborgs-Posten (ÖK 0,84) där oppositionens regeringsalternativ utgör 28 procent i den tryckta tidningen mot 17 procent i webbnyheterna. Också i Aftonbladet (ÖK 0,88) och Expressen (ÖK 0,87) blir de Röd-gröna olika mycket omtalade, men här är uppmärksamheten större på webben än i de tryckta tidningarna.

Störst skillnad mellan hur aktörerna omtals finns mellan Svenska Dagbladets och svd.se:s rapportering (ÖK 0,83). Bortsett från Alliansen, som blir klart oftare omtalad i den tryckta tidningen än på nätet, handlar det här om relativt små men jämnt fördelade skillnader på samtliga omtalade aktörer. Minst är skillnaderna mellan de omtalade politiska aktörerna i Dagens Nyheter och dn.se (ÖK 0,90).

Sammanfattning

En av undersökningens huvudresultat är, att innehållet på bästa nyhetsplats i pappers- och webbtidningarna var relativt likartat, både vad gäller vilka frågor som lyftes fram och aktörer som framträdde. Nyhetsvärderingen skilde med andra ord inte i någon större omfattning. Den person som följde rapporteringen av riksdagsvalet i webbens toppnyheter fick i stort sett samma bild av vilka som var de största nyheterna som den som läste de fem dagstidningarnas förstasidor, om än tidigare och med fler uppdateringar.

Men analysen visar också, föga förvånande, att det fanns stora skillnader i hur mycket som publicerades om valet på dagstidningarnas förstasidor och webbtidningarnas toppnyheter. I de senare fick läsaren dessutom tillgång till ständiga uppdateringar, ett hela tiden åtkomligt bakgrundsmaterial och möjlighet att själv interagera. Ur det perspektivet hade webbtidningarna uppenbara fördelar när det kommer till aktualitet, snabbhet och att kommunicera med användarna under valrörelsen.

Ett annat av undersökningens huvudresultat är att den sammantagna rapporteringen om valrörelsens näst sista vecka i de fem analyserade tidningarnas pappers- och webbutgåvor heller inte uppvisade några stora skillnader. Också här var det i stora drag samma information om vilka som var valets viktigaste frågor och händelser, och samma aktörer som figurerade i tidningarnas rapportering.

I fyra av tidningarna var skillnaderna mellan pappers- och nätnyhetererna störst i samband med vilka aktörer som kom till tals och på olika sätt agerade i artiklarna. Skillnaderna mellan vilka frågor som togs upp var något mindre och minst var de när det kom till vilka aktörer blev omtalade. Expressen utgjorde ett undantag genom att ha större skillnader i vilka frågor som nyheterna handlade om.

För merparten av de analyserade tidningarna gäller vidare att variansen var större mellan pappers- och nätnyhetererna för de politiska sakfrågorna och partiaktörerna, såväl enskilda personer som partiorganisationer och regeringsalternativen, än frågor och aktörer allmänt. Men mönstret var inte entydigt.

Undersökningens resultat ger också stöd för slutsatsen att journalistiken om valet var mer personifierad i webb- än i papperstidningarna. Dels genom att andelen enskilda aktörer var högre i de förra än i de senare, men också genom en högre andel krönikor och kommentarer från de egna medarbetarna.

Svenska Dagbladet är den tidning där variansen var störst mellan vilka frågor, aktörer och omtalade aktörer som pappers- och webbtidningen rapporterade om. Man kan därför säga att tidningens båda utgåvor gav delvis olika bilder av valrörelsens näst sista vecka, och på så sätt kompletterade varandra. För de övriga analyserade tidningarna handlade det snarare om att pappersnyheterna ersatte nätnyhetererna, eller tvärt om. Mest lik var rapporteringen om valrörelsen i Dagens Nyheter och Aftonbladets båda utgåvor.

Slutdiskussion

All nyhetsjournalistik utgår från någon form av allmänintresse. Det vill säga att det är de nyheter som bedöms vara viktiga, relevanta och intressanta för publiken som värderas högst. I viss mån påverkas nyhetsvärderingen av teknik och medieformat, sålunda har till exempel händelser med bra bildmaterial företräd i televisionen, medan stockningar i morgontrafiken lämpar sig mer för lokalradion. Men i grund och botten är det vem publiken är, och vad den vill och behöver veta, som styr vilka frågor och händelser som blir nyheter (Galtung & Ruge 1965, Gans

1979, Tuchman 1978, Hvitfelt 1985, Harcup & O'Neill 2009). För nyhetsmedier som konkurrerar på samma publikmarknad blir därför med stor sannolikhet nyhetsvärderingen också i huvudsak den samma.

Å ena sidan är det därför både förväntat och rimligt att de fem stora dagstidningarnas rapportering om riksdagsvalet var likartad, åtminstone mellan tidningarna. De två kvällstidningarna och de Stockholmsbaserade morgontidningarna har konkurrerat om samma publik i decennier, och även Göteborgs-Posten har som landets näst största morgontidning en omfattande bevakning av rikspolitiken. Den senare utmärkte sig riktigt nog i undersökningen genom ett något lägre antal artiklar om riksdagsvalet, men skillnaden var marginell, inte minst i den tryckta utgåvan.

Å den andra sidan var resultatet oväntat. Dels därför att nät- och papperstidningarnas publikprofiler utvecklats olika. Det är framför allt unga, högutbildade och personer med annan etnisk bakgrund flyttar över sin nyhetskonsumtion från den tryckta tidningen till webben, medan papperstidningarnas trogna läsare blir allt äldre (Färdigh & Westlund 2011, Bergström & Wadbring 2010). Alltså finns en differentiering i publiksegment mellan de två plattformerna som skulle kunna motivera olika nyhetsvärdering. Dels därför att flera stora tidningshus, som exempelvis Svenska Dagbladet och Göteborgs-Posten, själva explicit uttryckt strategier för att skilja på det journalistiska innehållet på pappret och på webben genom att se de båda plattformerna som komplement till varandra.

Den mest troliga förklaringen till resultatet är att tidningshusen har stakat ut den nya kursen och de nya målen, men i de flesta fall bara påbörjat vandringen dit. Satsningarna började olika tidigt och har varit olika offensiva för de analyserade tidningarna. Ibland har också strategierna varierat. I denna undersökning var Svenska Dagbladet den tidning som kommit längst i sin profilering av nätet i förhållande till den tryckta tidningen. Aftonbladet däremot, som uttryckligen satsat på att göra allt innehåll på pappret också tillgängligt på nätet (Nygren och Roxberg 2011), hade knappast några skillnader alls mellan valrapporteringen på de två plattformerna.

Det finns forskning som visat att varje ny medieform till en början applicerar tidigare invanda format, arbetssätt och rutiner. Först senare utvecklar och förädlar mediet sin egen unika särart (Fiedler 1997). Det bekräftas i en ny studie av flerkanalpublicering på fem svenska mediehus (Nygren och Roxberg 2011). Från att tidigare använda webben för återpublicering av det material som tagits fram för papperstidningen är det idag allt oftare den enskilda nyhetens specifika attribut som avgör var den ska publiceras. Utmaningen är att hitta och utnyttja de olika plattformarnas styrkor, vilket dessutom nu också inkluderar tv, mobiltelefon och surfplatta. För detta krävs dock inte bara tekniska förutsättningar, utan minst lika viktigt är förändrade arbetsrutiner och i förlängningen kanske också en omdefiniering av vad som är journalistik och vilka som är journalistens arbetsuppgifter.

Undersökningen har vidare visat att kvantitativ och jämförande innehållsanalys av hur pappers- och webbtidningar rapporterar om samma händelse är en an-

vändbar metod i studier av nyhetsvärdering på de båda plattformerna. Detta förutsätter dock tekniska hjälpmedel för insamling av publicerade nätnyheter i form av elektroniska tidningsarkiv och program för tidstyrd nedladdning av webbtidningarnas toppnyheter.

Den visar också att minst två typer av datamängder är nödvändiga för slutsatser om nyhetsvärderingen, dels data som fångar förändringarna och uppdateringarna på nätet, dels data som beskriver det faktiska innehållet i nyhetsberättelserna, det vill säga data om både hur och vad. I fortsatta studier bör ytterligare en tredje typ av data tillfogas, nämligen en analys även av hyperlänkarnas innehåll. Att de finns, att de är många och att de utgör ett av webbjournalistikens unika attribut har både tidigare och denna undersökning visat. Men vad de exakt innehåller, och hur ofta de uppdateras i samband med utdragna händelser som till exempel en valrörelse saknas det kunskaper om.

För att ännu bättre kartlägga och förstå journalistik på webben, och dess skillnader mot nyheter i traditionella medier, är en uppgift för kommande forskning också att jämföra flera olika typer av händelser under en sammanhängande period. Först på det sättet kan en mer fullständig bild av likheterna och skillnaderna mellan den tryckta tidningen och webbjournalistiken uppnås, och kunskap om i vilken utsträckning nyhetskonsumenten erbjuds bredare och annorlunda information eller endast upprepningar av sådant som redan publicerats på en annan plattform.

Referenser:

- Asp, Kent (1986): *Mäktiga massmedier*. Studier i politisk opinionsbildning. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, Kent (2011): *Mediernas prestationer och betydelse*. Valet 2010. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Avilés, José A.S., León, Benvenido, Sanders, Karen & Harryson, Jackie (2004): Journalists at digital television newsrooms in Britain and Spain: workflow and multi-skilling in a competitive environment. *Journalism Studies*, Vol. 5(1), pp.87-100.
- Bergström, Annika & Wadbring, Ingela (2010): Nya tidningsformer – konkurrenter eller komplement? I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (Red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bruns, A. (2005): *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.
- Boczowski, Pablo J. (2004): *Digitizing the News*. Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press.
- Boczowski, Pablo J. & Dos Santos, Martin (2007): When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers. *Political Communication*, Vol. 24, pp. 167-180.
- Boczowski, Pablo J. (2009): Materiality and Mimicry in the Journalism Field. In Zelizer, Barbie (Ed): *The Changing Faces of Journalism. Tabloidization, Technology and Truthiness*. London, New York: Routledge.
- Boczowski, Pablo J. (2010): *News at Work – Imitation in an Age of Information Abundance*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Dailey, L., Demo, L. & Spillman, M. (2005): The convergence continuum: A model for studying collaboration between media newsrooms. *Atlantic Journal of Communication*, Vol. 13 (3), pp. 150-168.
- Deuze, Mark (2003): "The Web and its Journalism: considering the consequences of different types of news media online", *New Media & Society*, Vol. 5(2), pp. 203-230.
- Deuze, Mark (2004): What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, Vol. 5, No. 2, PP. 139-152.
- Deuze, Mark (2005): What is Journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered, *Journalism*, Vol. 6(4), pp. 442-64.
- Deuze, Mark (2006): Liquid Journalism, *Political Communication Report*, Vol. 16(1).
- Deuze, Mark (2008): The Changing Context of News Work: liquid journalism and monitorial citizenship, *International Journal of Communication*, Vol. 2, pp. 848-65.
- Dimitrova, Daniele V. & Neznanski, Matt (2006): Online Journalism and the War in Cyberspace: A Comparison Between U.S. and International Newspapers. *Journal of computer-mediated communication*, Vol. 12(1), article 13.

- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J.B. & Vujnovic, M. (2008): Participatory Journalism Practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, Vol. 2 (3), pp. 326-342.
- Fiedler, Roger (1997): *Mediamorphosis – understanding new media*. Thousand Oaks: California Pine Forge Press.
- Findahl, Olle (2010): *Svenskarna och internet 2010*. .SE (Stiftelsen för internetinfrastruktur).
- Färdigh, Mathias & Westlund, Oscar (2011): Kvällspress i gamla och nya tidningar. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (Red): *Lycksalighetens ö*. SOM-institutet, Göteborgs universitet. (Kommande publicering)
- Galtung, Johan & Ruge, Marie H (1965): The Structure of Foreign News. *Journal of Peace research*, No. 2.
- Gans, Herbert (1979): *Deciding what's news*. London: Constable.
- Goland, Jon (2011): *Annonstrender februari 2011*.
<http://www.tu.se/medielabbet/trend-a-omvaerld/3228-annonstrender-februari>, 2011-03-02
- Greer, Jennifer D. & Mensing, Donica (2006) The Evolution of Online Newspapers: A Longitudinal Content Analysis, 1997-2003. In Xiengin, Li (Ed.): *Internet Newspapers. The Making of a Mainstream Medium*. London, Mahwah, New Jersey: LEA.
- Groshek, Jacob (2008): Homogenous Agendas, Disparate Frames: CNN and CNN International Coverage online. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 52(1), pp. 52-68.
- Gunter, Barry (2003): *News and the Net*. London, Mahwah, New Jersey: LEA.
- Hartley, John (1996): *Popular reality: journalism, modernity and popular culture*. London: Arnold.
- Hedman, Lowe (2002): Nättidningen – ett komplement till papperstidningen? I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (Red): *Det våras för politiken*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hedman, Ulrika (2009): *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete*. Arbetsrapport nr 56, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborg universitet.
- Hermida, Alfred & Thurman, Neil (2008): A Clash of Cultures. *Journalism Practice*, Vol. 2:3, pp. 343-356.
- Hoffman, Lindsay H. (2006): Is Internet Content Different after All? A Content Analysis of Mobilizing Information in Online and Print Newspapers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 83, Vol. 1, pp. 58-76.
- Hvitfelt, Håkan (1985): *På första sidan*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Jönsson, Martin (2008): *Recept för dagspressens överlevnad*. Svd.se, 2008-10-12.
- Jönsson, Anna Maria & Örnebring, Henrik (2011): User-generated content and the news. *Journalism Practice*, Vol. 5(2), pp. 127-144.

- Karlsson, Michael (2010a): *Nätnyheter. Från sluten produkt till öppen process*. Stockholm: Sim(o).
- Karlsson, Michael (2010b): Rituals of Transparency. *Journalism Studies*, Vol. 11(4), pp. 535-545.
- Karlsson, Michael (2010c): Participatory journalism and Crisis communication: A Swedish case study of swine flue coverage. *Observatorio*, Vol 4(1), pp. 201-220.
- Karlsson, Michael (2011): Flourishing but restrained. The evolution of participatory journalism in Swedish online news, 2005-2009. *Journalism Practice*, Vol. 5(1), pp. 68-84.
- Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (2010): Freezing the flow of online news. Exploring approaches to the study of the liquidity of online news. *Journalism Studies*, Vol. 11(1), pp.2-19.
- Kielgast, Nils; Weichart, Brian; Brink Iwersen, Morten & Torpe, Martin (2005): *Udfordringer for den flermediale fremtid*. www.cfje.dk/cfje/vidbase.nsf/ (nedladad 2011-03-13).
- Kiousis, Spiro (2002): Interactivity: a concept of explication. *New Media & Society*, Vol. 4(3), pp. 355-383.
- Kopper, Gerd G., Kolthoff, Albrecht & Czepek, Andrea (2001): Research Review: Online journalism – a report on current and continuing research and major questions in the international discussion. *Journalism Studies*, Vol. 1(3), pp 499-512.
- Lauberts, Ella & Björn, Claes (2010): *Svensk dagspress – dressed for success?* Kandidatuppsats, Medie- och kommunikationsvetenskap, Linnéuniversitetet.
- Massey, Brian L. & Levy, Mark R. (1999): 'Interactive' Online Journalism at English-language Web Newspapers in Asia. A dependency theory analysis, *The International Communication Gazette*, Vol. 7(4), pp. 359-371.
- McMillan, Sally J. (2001): Moving target: The challenges of applying content analysis to the World Wide Web. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 77(1), pp. 80-98.
- McMillan, Sally J. (2002): A Four-Part Model of Cyber-Interactivity. *New Media & Society*, Vol. 4(2), pp. 271-291.
- Meyer, Philip (2004): *The Vanishing Newspaper. Saving Journalism in the Information Age*. Columbia, Missouri: University of Missouri Press.
- Neuberger, C, Tonnenmacher, J., Biebl, M. & Duck, A. (1989): Online – the future of newspapers? German dailies on the World Wide Web. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 4 (1).
- Nygren, Gunnar & Roxberg, Maria Z (2011): *En himla massa kanaler. Flerkanal-publicering I svenska mediehus 2010*. (Kommande publicering).
- Oblak, Tanja (2005): The lack of interactivity and hypertextuality in online media. *Gazette*, Vol. 67(1), pp. 87-106.
- O'Neill, Deidre & Harcup, Tony (2009): News values and selectivity. In Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (Eds): *The Handbook of Journalism Studies*. New York, Oxon: Routledge

- Orvesto (2011): *Orvesto Konsument Helår 2010*. Stockholm. <http://www.tns-sifo.se>
- Pavlik, John V. (2000): The Impact of Technology on Journalism, *Journalism Studies*, Vol. 1(2), pp. 229-237.
- Pavlik, John V. (2004): A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources. *Convergence*, Vol.10, pp 21-29.
- PEJ (2010): *How News Happens: A Study of the News Ecosystem of One American City*. http://www.journalism.org/analysis_report/how_news_happens (nedladdat 2011-03-30).
- Peng, F.Y., Tham, N.I. & Xiaoming, H (1999): Trends in online newspapers: A look at the US webb. *Newspaper Research Journal*, Vol 20(2), pp 52-63.
- Quandt, Torsten (2005): (No) News on the World Wide Web. A comparative content analysis of online news in Europe and the United States. *Journalism Studies*, Vol. 9(5), pp. 717-738.
- Quandt, Torsten & Singer, Jane B (2009): Convergence and Cross-Platform Content Production. In Wahl-Jorgensen, Karin & Hanitzsch, Thomas (Eds.): *The Handbook of Journalism Studies*. New York, London: Routledge.
- Rafaeli, Sheizaf (1988): Interactivity: From new media to communication. I Hawkins, R (Ed): *Advancing communication Science: Merging Mass and Interpersonal Process*. Newbury Park, CA: Sage.
- Rafaeli, Sheizaf & Sudweeks, Fay (1997): Networked Interactivity. *Journal of Computermediated Communication*, Vol. 2(4).
- Rennie, Ellie (2007): Community Media in the Prosumer Era. *3C Media Journal of Community, Citizen's and Third Sector Media and Communication*, Issue 3.
- Resumé (2002): *Kullenberg raderad från Aftonbladet. Bråk med ledningen*, 2002-09-19.
- Schultz, Tanjev (1999): Interactive options in online journalism: A content analysis of 100 U.S. newspapers. *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 5 (1).
- Singer, Jane B. (2001): The Metro Wide Webb: Changes in newspapers; gate keeping role online. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 78(1), pp. 65-80.
- Singer, Jane B. (2003): Who are these guys? The online challenge of the notion of journalistic profession. *Journalism*, Vol. 4(2), pp. 139-163.
- Singer, Jane B. (2008): Five Ws and an H: Digital Challenges in Newspaper Newsrooms and Boardrooms. *International Journal on Media Management*, No. 10(3), pp. 133-129.
- Singer, Jane B. (2010): Quality control. Perceived effects of user-generated content on newsrooms norms, values and routines. *Journalism Practice*, Vol. 4(2), pp. 127-142.
- Steuer, Jonathan (1992): Defining Virtual Reality: dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*, Vol. 42(4), pp. 73-93.

Swedish Media Election Survey, SND, Swedish National Data Service, Göteborgs universitet, www.snd.gu.se, 2011-04-16.

Thurman, Neil & Herbert, Jack (2007): Paid content strategies for news websites: An empirical study of British newspapers' online business models. *Journalism Practice*, Vol. 1(2), pp. 208-226.

Tremayne, Mark, Schmitz, A., & Calman Alves, R (2007): From Product to Service: The Diffusion of Dynamic Content in Online Newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 84(4), pp. 825-839.

TS (2011): *Dagspress: antal titlar samt jämförelse mot föregående år*. TS-tidningen 1/2011. <http://www.ts.se/mediefakta/upplaga-och-rackvidd.aspx?type=DAGSPR>

Weare, Christopher & Lin, Wan-Ying (2000): Content Analysis of the World Wide Webb. Opportunities and Challenges. *Social Science Computer review*, Vol. 18(3), pp. 272-292.

Örnebring, Henrik (2008): The Consumer as Producer – of what? *Journalism Studies*, Vol. 9(5), pp. 771-785.

Bilaga 1: Tabeller

Tabell A: Artikeltyper i nättidningarnas toppnyheter, procent

	dn.se	gp.se	svd.se	ab.se	exp.se
Samma/uppdatering artikel	35	30	25	2	23
Ny artikel	31	53	29	80	33
Samma tv-inslag	1	0	0	0	2
Nytt tv-inslag	1	0	0	4	5
Samma läsarenkät/-debatt/-kommentarer/-blogg	3	0	2	0	1
Ny läsarenkät/-debatt/-kommentarer/-blogg	2	10	3	10	3
Samma/uppdatering valguide	15	-	17	-	26
Ny valguide	6	0	0	1	3
Samma politikerroll (AB)	0	0	0	1	0
Ny politikerroll	0	0	0	1	0
Samma/uppdatering test	5	-	10	-	2
Nytt test	1	3	0	0	1
Samma/uppdatering valkvitter/opinionsblogg	1	-	-	-	2
Ny valkvitter/opinionsblogg	0	3	0	0	2
Samma snackometer (SVD)	0	0	9	0	0
Ny snackometer	0	0	1	0	0
Tidlinje	0	0	3	0	0
Opinionssiffror	0	0	1	0	0
Övrigt	0	0	3	0	0
Summa	100	100	100	100	100
Antal artiklar	157	30	116	81	132

Tabell B: Huvudfråga i förstasidesnyheter och toppnyheter, procent

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Valrörelsen som företeelse	33	21	17	46	31	35	86	56	47	54
Opinionsundersökningar	25	12	17	14	15	9	0	15	20	9
Idéfrågor	0	4	0	9	0	26	0	5	7	8
Skattefrågor	8	18	17	14	0	9	0	0	0	6
Familjepolitiska frågor	8	10	17	5	0	4	0	1	13	1
Rättsfrågor	0	12	0	0	0	0	0	1	0	1
Regeringsfrågan	8	4	0	0	23	0	0	8	7	1
Skol- och utbildningsfrågor	0	2	0	14	8	3	0	1	0	7
Miljöfrågor	0	1	0	0	8	1	14	5	0	4
Sysselsättning och näringspolitik	8	2	33	0	0	4	0	1	0	1
Vårdfrågor	0	1	0	0	0	1	0	0	7	5
Socialpolitiska frågor	0	4	0	0	0	0	0	3	0	0
Invandrarfrågor	0	0	0	0	8	4	0	0	0	0
Ekonomi och finanspolitik	8	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Energifrågan	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Utrikes- och internationella frågor	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Övrigt sakområde	0	9	0	0	8	4	0	1	0	1
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal huvudfrågor	12	122	6	22	13	81	7	75	15	85

Tabell C: Huvudaktör i förstasidesnyheter och toppnyheter, procent

	DN	dn.se	GP	gp.se	SVD	svd.se	AB	ab.se	EXP	exp.se
Partiledare	42	26	14	29	7	11	43	21	12	24
Massmedier	8	11	29	29	21	11	0	25	35	8
Partier	0	10	14	0	29	9	14	3	12	3
Enskilda aktörer	8	5	0	0	0	12	14	18	0	2
Riksdagsledamot/kandidat	0	0	14	0	0	3	0	4	0	8
Statsråd/regeringar	0	1	0	0	7	0	0	0	0	4
Organisationer	0	1	0	0	0	3	0	1	0	0
Övriga aktörer	42	47	29	42	36	53	29	29	41	53
Summa	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal huvudaktörer	12	157	7	24	14	113	7	80	17	131

Bilaga 2: Överensstämmelsekoefficient (ÖK)

$$\text{ÖK} = 1 - \frac{\sum_{i=1}^c |f_{ui} - f_{vi}|}{2}$$

Överensstämmelsekoefficienten används för att visa likheten mellan två procentfördelningar och bygger på att de två procentfördelningarna jämförs med varandra. ÖK anger graden av likhet eller överensstämmelse mellan de båda fördelningarna. En koefficient på 1.0 innebär en total överensstämmelse och en koefficient på 0 innebär total brist på överensstämmelse.

Exempel: Om en fördelning 25% - 25% - 50% jämförs med en fördelning 20% - 25% - 55% blir den summerade procentdifferensen

$$\sum_{i=1}^c |f_{ui} - f_{vi}| = 0.10.$$

Källa: Asp, 1986:136.

