



Mittuniversitetet

MID SWEDEN UNIVERSITY

Hur Ånge kommun möter den lokala medieutvecklingen
En kvalitativ studie om medieskuggan i Sverige med exemplet Ånge

Gunvor Wärme

Journalistprogrammet

År 3, höstterminen 2017

Abstract

Titel: Hur Ånge kommun möter den lokala medieutvecklingen - en kvalitativ studie om medieskuggan i Sverige med exemplet Ånge

Författare: Gunvor Wärme

Kurs, termin, år: C-uppsats, höstterminen 2017

Antal ord: 12002

Syfte och problemformulering: Syftet med studien är att undersöka hur ett urval av politiker och tjänstemän inom Ånge kommun ser på medieutvecklingen och medieskuggan. Samt hur den lokala medieutvecklingen har förändrat möjligheten för Ånge kommun att komma ut med information.

Metod och material: Studien är byggd på sju samtalsintervjuer inom Ånge kommun. Respondenterna är två politiker, fyra tjänstemän och en som arbetar med service.

Huvudresultat: Resultatet visar att kommunen letar nya vägar genom den medieutveckling som snabbt ändrar förutsättningarna för att nå ut till medborgarna via den traditionella journalistiken. På bara några år har stora förändringar skett i medielandskapet i Ånge kommun. Först togs en lokalredaktion bort och tre år senare fick Dagbladet en hastig nedläggning 2015. Medieskuggan började breda ut sig över kommunen genom detta. Kvar finns en lokalredaktion med en lokalreporter som arbetar mitt i centrala Ånge. Facebook fick en stor plats i studien. Informationsavdelningen på Ånge kommun ser positivt på att utveckla sociala medier för att nå medborgarna via internets nya vägar.

Nyckelord: Medieskugga, Ånge, lokal journalistik, information, medieutveckling, sociala medier.

Tack så mycket

Inledningsvis vill jag rikta ett tack till respondenterna som tog av sin dyrbara tid för att delta i intervjuerna. De är goda ambassadörer som anställda tjänstemän och förtroendevalda politiker inom Ånge kommun.

Ännu ett stort tack till informanterna som gav mig en aktuell uppdatering av lokaljournalistikens villkor och verklighet idag.

Till sist vill jag ge ett varmt tack till Elisabet Stúr för hennes engagemang, uppmuntran och tålamod. Hennes ousinliga källa av nya lösningar gav mig helt nya möjligheter att göra den här studien.

Gunvor Wärme Jour 02

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Syfte	6
1.2 Frågeställningar	6
2. Teori och tidigare forskning	7
2.1 Medieutveckling	7
2.1.1 Sociala medier, tekniken & snabba nyheter	7
2.2 Medieskugga	8
2.3 Medieanvändning och social sammanhållning	9
2.4 Information och det kommunala uppdraget	10
2.4.1 Ge information är medias uppdrag	10
2.4.2 Civila principer och medier	11
3. Metod	12
3.1 Urval	13
3.2 Frågeformuläret	14
3.3 Validitet	14
3.4 Reliabilitet	14
3.5 Intersubjektivitet	14
3.6 Bortfall	14
3.7 Respondenterna	14
4. Bakgrund	15
5. Resultat och analys	17
5.1 Tema 1 Medieutveckling	17
5.2 Tema 2 Medieskugga	20
5.3 Tema 3 Medieanvändning & social sammanhållning	24
5.4 Tema 4 Informationen till medborgarna	29
6. Slutsatser & diskussioner	32
7. Fortsatt forskning	37
8. Referenser	38
9. Bilagor	40

1 Inledning

"Oberoende medier och en mångfald i mediasamhället utgör ett fundament i ett demokratiskt samhälle."

Citerat från Ulla Carlsson ur *"Medieutredningen"* (SOU 2016:30 Medieutredningen, 2016:488).

Sedan en längre tid tillbaka har medieutvecklingen visat att över hela Sveriges avlånga land läggs lokalredaktioner ner och journalistiken centraliseras till städerna. Redaktionerna försöker täcka stora områden med journalistik på distans (Nygren & Althén, 2014:18, P4 21/9 2016).

Av Sveriges 290 kommuner saknas lokalredaktioner i 70-80 stycken av dem och det är en fjärdedel av landets kommuner (Nygren & Althén, 2014:26). Medieskugga är ett begrepp som beskriver det område där medierna inte rapporterar ifrån. Det gäller både i Storstockholm som i landsortskommuner. Medieskugga uppstår inte bara geografiskt utan också socialt. Redan på 1990-talet började läsarna, lyssnarna och tittarna dela upp sig på olika tidningar och kanaler. Det medförde en fragmentisering som splittrade människor i olika grupper och den utvecklingen har fortsatt i samma riktning (Nord & Nygren, 2002:7-8).

Nygren och Althén skriver i *"Landsbygd i Medieskugga"* om hur ekonomin sviktar med fallande annonsintäkter och minskade antal prenumeranter och det gör att lokalredaktioner läggs ner och även tidningar slås samman eller läggs ner helt (Nygren & Althén, 2014:50).

Lokala nyheter lider inte brist på läsare visar en läsarundersökning i Mediebarometern 2013, där 86 procent av alla som läser papperstidningen läser de lokala nyheterna. Det lokala har lika stort intresse som inrikesnyheterna (Nygren & Althén, 2014:15).

Ånge kommun är en kommun i Medelpad som på ytan genomgår samma medieutveckling som övriga landet. Med nedläggning först av en lokalredaktion, följt av nedläggning av Dagbladet, så står Sundsvalls Tidning ensam kvar, med Mittmedia som ägare. Sundsvalls Tidning ska täcka med lokaljournalistik i alla Medelpads tre kommuner och har en lokalredaktion med en lokalreporter kvar i centrala Ånge.

Det här är en studie ur Ånge kommuns perspektiv där respondenterna tillfrågas hur de möter upp medieutvecklingen inom lokaljournalistiken i jämförelse med medieutvecklingen över hela Sverige.

Studien handlar om medieutveckling, medieskugga, medieanvändning och social sammanhållning, samt information och det kommunala uppdraget. Det är intressant att koppla samman det journalistiska uppdraget med det kommunala uppdraget i den här studien. Det kan vara väldigt enkelt för att de hör ihop men det kan också bli friktion mellan de olika uppdragen om inte kommunen får ut sin information genom tidningen längre.

Ett av journalistikens tre huvuduppdrag är att informera medborgarna om vad som händer i det samhället. (SOU 1975:78, Svensk press, 1975:19) Kommunen har civila principer som uppdrag och ett av dem är att förse samhällsinformation till medborgarna via journalister och medier som förväntas att vidarebefordra den vidare till olika grupper av innevånare (Fredriksson & Pallas 2013:18).

Studien är en kvalitativ fallstudie med samtalsintervjuer och urvalet av respondenter är politiker och tjänstemän inom Ånge kommun. Urvalet gjordes med omsorg för att nå just de som är mest beroende av goda relationer med Sundsvalls Tidning för att nå ut med information. De är indelade i fyra kategorier, information, politiker, chefer och service.

1.1 Syfte

Syftet med studien är att undersöka hur ett urval av politiker och tjänstemän inom Ånge kommun ser på medieutvecklingen och medieskuggan. Samt hur den lokala medieutvecklingen har förändrat möjligheten för Ånge kommun att komma ut med information.

1.2 Frågeställningar

- Hur ser de på medieutvecklingen i Ånge?
- Hur ser de på medieskuggan?
- Vilka informationskanaler använder de för att nå ut till innevånarna?
- Hur arbetar de med de kanalerna?

2. Teori och tidigare forskning

Sedan många år tillbaka har medieutvecklingen i Sverige visat att lokalredaktioner läggs ner och lokaljournalistiken minskas ner genom att den centraliseras till städerna och försöker skötas på distans. Nästan hälften av landets lokalredaktioner har tolv stora tidningsbolag lagt ner under tiden 2004 och 2016, på grund av fallande annonsintäkter och minskade antal prenumeranter. Sveriges kommuner lever i ett beroendeförhållande med lokaljournalistiken, medierna har ett uppdrag att granska offentligheten och kommunerna har ett uppdrag att informera sina medborgare. Och när det av 290 kommuner saknas lokalredaktioner i 70-80 stycken av dem, måste kommunerna försöka lösa informationsuppdraget på något annat sätt. Frånvaron av medier som täcker vad som händer på platsen, ger en medieskugga som breder ut över landet både i storstäderna och på landsbygden. En social medieskugga breder även ut sig när medborgarna slutar att läsa en morgontidning och slutar konsumera public service. Mediernas sammanhållande effekt försvinner när medborgarna delas upp i många små grupper beroende av att konsumerar olika medier. (Nygren & Althén, 2014:18, 26 & 50. Nygren, Leckner & Tenor, 2017:7. SOU 1975:79 Svensk press 1975:19-21. Nord & Nygren, 2002:7-8).

2.1 Medieutveckling

2.1.1 Sociala medier, teknik och snabba nyheter

Medieutveckling med fokus på de pågående förändringarna i medielandskapet är ett forskningsområde som det händer mycket på kort tid genom internets utveckling där vi lever i medierna i stället för med medierna. Media är inte längre bara konsumtion utan en lekplats där människor söker efter tillhörighet och mening (Deuze, 2011:5).

Sociala medier ersätter en del av lokaljournalistiken. I Facebookgrupper finns det debatt i olika frågor, användarna samlas där utifrån intressen eller vart de bor. I jämförelse med de traditionella mediernas funktioner har sociala medier svårt att: för det första klara av att samla hela det lokala samhället, och för det andra att granska det offentliga och makthavarna (Nygren & Althén, 2014:52).

Från SOM-institutets "Larmar och gör sig till" skriver Weibull och Andersson om den digitala tekniken och dess förmåga att förmedla många nyheter via olika plattformar. Nyheterna sprids snabbt genom sociala medier och de traditionella nyhetsredaktionerna

får till viss del kritik för att de håller på pressetiska regler när det gäller namnpublicering exempelvis. Nyare nyhets sajter på webben kan vara kritiska till de gamla publiceringsreglerna som lever kvar i traditionella nyhetsredaktioner (Andersson & Weibull, 2017:97-98).

2.2 Medieskugga

Medieskugga är en använd beskrivning av ett fenomen sedan 2002, när Lars Nord och Gunnar Nygren gjorde en studie om Storstockholm och den uteblivna lokaljournalistiken i stadens många kommuner. Medieskugga är ett begrepp som inte bara är geografiskt utan också socialt (läs som social medieskugga under rubrik 2:4). Geografisk medieskugga är områden som inte täcks av mediebevakning (Nord & Nygren, 2002:7).

Sveriges stora land med relativt lilla befolkning ligger till stora delar i geografisk medieskugga. Medier gör prioriteringar och urval och väljer då ofta bort att bevaka där det är glesbefolkat. Nord och Nygren skriver i *"Medieskugga"*:

"De som hävdar att hela Sverige ska leva kan också tycka att hela Sverige ska förekomma i medierna."

"Medier är i grunden inga regionalpolitiska verktyg och har knappast något ansvar för att vända en samhällsekonomisk trend som skapats av helt andra krafter. Halva Sverige är bortglömt av medierna för att det också glömts bort av det svenska samhället i stort."

(Nord & Nygren, 2002:33)

I studien *"Landsbygd i medieskugga"* skriver Gunnar Nygren och Kajsa Althén:

"Det finns en stark koppling mellan lokala medier, lokal identitet och lokal demokrati."

Det är ur ett samhällsvetenskapligt perspektiv viktigt att det finns media där människor bor som informerar och granskar. Politiken är starkt knuten till den lokala journalistiken. De kontinuerliga besöken i kommunens diarium är viktigt för att läsa den post som kommer in. Lokala nyheter är det som har bibehållit intresset för alla medier (Nygren & Althén, 2014:10-15).

Lokaljournalistik har ett beroendeförhållande till både regionala och rikstäckande medier. Lokaljournalistik hämtas upp av de större medierna men det är också tvärtom, att lokaljournalistiken återanvänder nyheter från de större medierna. Den nya

medieekologin innehåller också texter ifrån bloggar, privata medieproducenter och andra som skriver och skapar något eget. Det är ett ständigt utbyte och återanvändning av media från båda håll (Newman et al, 2012:17). På toppen sitter kvällstidningar och några dagstidningar som vill spegla hela landet. De väljer av den strida ström av artiklar som produceras inom lokaljournalistiken runt om i landet. Den lokala journalistiken är viktig utanför det lilla samhället men regionala och rikstäckande medier används också för att göra lokal journalistik. Beroendet mellan de lokala, regionala och rikstäckande medierna blir då ömsesidigt (Nygren & Althén, 2014:7-8, 13).

I forskningsantologin från SOM-institutet, "Larmar och gör sig till" skriver Andersson och Weibull om att de lokala morgontidningarna sjunker i förtroende i jämförelse med äldre studier. Det beror på att det är allt färre som har kunskap om innehållet, många läser helt enkelt inte morgontidningar. Den minskade spridningen av morgontidningar påverkar direkt förtroendesiffrorna i statistiken. De äldre har fortfarande stort förtroende för public service och högutbildade har förtroende för Stockholms morgontidningar (Andersson & Weibull, 2017:110)

Medieföretagen i studien är medvetna om att det lokala är det mest populära i tidningen och på webben. De gör sitt bästa för att behålla så många reportrar som är möjligt och att bevaka det lokala. Men ekonomin med fallande annonsintäkter och minskade antal prenumeranter påverkar hela branschen. Lokalredaktioner läggs ner och bevakning samordnas eller köps in från tidigare konkurrenter. "Mångfalden försvinner när lokalredaktionernas bevakning samordnas." I många kommuner läggs den enda lokalredaktionen ner. Kommuner på landsbygden kan bekräfta att då blir det färre besök i diariet och tips från allmänheten minskar när läsarna inte möter sin lokalreporter ute i samhället på olika evenemang (Nygren & Althén, 2014:50).

2.3 Medieanvändning och social sammanhållning

På 1990-talet börjar läsarna, lyssnarna och tittarna att dela upp sig på olika tidningar och kanaler. Det leder till en fragmentering när publiken splittras på olika kanaler och olika tidningar. Effekten av delningen leder till en försvagning av medierna som håller ihop samhället och där inräknas de traditionella morgontidningarna, SVT och Sveriges Radio. Social medieskugga är begreppet när medborgarna inte prenumererar på

morgontidningar eller tar del av SVT eller Sveriges Radios public service (Nord & Nygren, 2002:7).

I SOM Institutets senaste undersökning skriver Jesper Strömbäck om att det ökade medieutbudet gör att det blir en fragmentering av mediekonsumtionen när det är få i publiken som konsumerar samma medier. Social sammanhållning är en känsla av att höra till samhället. I Sverige finns det en teoretisk tyngd av forskning under många år "litar på människor i allmänhet" (Strömbäck, 2016:235-237).

Tillit mäter inte hela sanningen utan då behövs det studier på subjektiv social sammanhållning. "*Social Cohesion Radar*" är en internationell studie där Dragolov et al. tittat på nio dimensioner. Resultatet i studien visar att de nordiska länderna är starkare i alla dimensioner när det gäller social samhörighet i jämförelse med andra europeiska länder samt USA, Kanada, Israel med flera som var med i studien (Dragolov, 2017:53-54).

Det finns en skillnad mellan medieinnehåll och effekter av innehållet. Den fragmentering som pågår i medierna gör att olika grupper tar till sig olika medier. Det blir en social geografi, där medborgarna tittar, lyssnar och läser på olika medier, och får tillhörighet genom den sociala tillhörigheten (Nord & Nygren, 2002:87).

Nyhetsvärderingen sker på rutin på redaktionen och konstruerar ett medieinnehåll som inte är en spegelbild av världen runt omkring. Ändå är det mediernas produkt som ger den världsbild som medborgarna ser (Nord & Nygren, 2002:125).

Wadbring och Hedman skriver om hur allt färre läser morgontidningen och det beror på att allt färre läser över huvud taget, och allra minst läser de unga. Morgontidningen läses av tradition av en äldre befolkning som är vana att betala för den. De yngre växer upp med vanan att nyheter är gratis på nätet (Wadbring & Hedman, 2011:395-408).

2.4 Information och det kommunala uppdraget

2.4.1 Ge information är ett grundläggande journalistarbete

I SOU 1975:78 "*Svensk press*", beskrevs tre huvuduppgifter som massmedierna har i det politiska livet.

- "*förmedling av information i politiska frågor*"
- "*forum för politisk debatt*"

- *"kommentar och granskning vad som händer i politiken"*

Tidningarna har ett uppdrag att förmedla information av nyheter när det gäller samhällsfrågor. Medierna ger den offentliga informationen om vad som händer inom politiken på olika nivåer, till medborgarna, politikerna och företrädarna för olika organisationer. Att informera ses som den mest grundläggande uppgiften för massmedierna. Den andra två huvuduppgifterna är att vara ett forum för politisk debatt, där åsikter i form av debattartiklar och insändare har sin plats i tidningarna, samt att kommentera och granska från olika utgångspunkter av det händer inom politiken (SOU 1975:78 Svensk press, 1975:19-21).

I Medieutredningen 2016 skriver Ulla Carlsson om mediernas uppdrag:

"Oberoende medier och en mångfald i mediesamhället utför ett fundament i ett demokratiskt samhälle. Medier har länge fungerat som en central informationskälla, som en vakthund (watchdog) och som forum för samhällsdebatt – ett offentligt rum."

(SOU 2016:30 Medieutredningen, 2016:488)

I *"Svenska framtidsutmaningar: Slutrapport från regeringens Framtidskommission"* skriver Strömbäck om att människor är beroende av medier för att få information som "ligger bortom den egna vardagen" som exempelvis vad de politiska partierna står i olika frågor (Strömbäck 2013 s. 179-180). Massmedierna har traditionellt haft en viktig uppgift att kontrollera att offentligheten förmedlar korrekt information. De har varit grindvakter för medborgarnas skydd och när medielandskapet förändras behöver var och en lära sig att vara källkritisk. Med färre tidningar och minskade resurser kommer allt färre mediekonsumenter få "kvalificerad journalistisk information" (Strömbäck 2013:184).

2.4.2 Civila principer och medier

I Fredriksson och Pallas studie om *"principer som styr kommunikationsarbetet i nationella förvaltningsmyndigheter"* skriver de om kommunikation som bedrivs utifrån bl.a. civila principer. Civila principer är en av flera olika rationalitetsprinciper som används för att beskriva vad som är rätt och fel att göra i olika situationer. Rationalitetsprinciperna styr både individer och organisationer och är socialt konstruerade, ofta ställs principerna emot varandra för att det är sällsynt att en organisation styrs av bara en princip. Civila principer är regler och lagar, gemensamma mål, demokrati, mänskliga rättigheter, gemensamma mål med mera, där medborgare samt organisationer med kollektiva

intressen som fack, partier och intresseorganisationer räknas som aktörer (Fredriksson & Pallas 2013:9,11).

Utifrån civila principer kommunicerar myndigheter samhällsinformation till medborgarna via journalister och medier. Myndigheterna förser journalisterna med faktaunderlag som förväntas vidareförmedlas till olika grupper av medborgare (Fredriksson & Pallas 2013:18).

3 Metod

Den här studien gjordes som en samtalsintervju med kvalitativ metod. Kvantitativ metod hade kunna gett statistik över hur många som prenumererade på morgontidningen, hur många som bytt ut den mot sociala medier och hur bra innehållet står sig idag mot för tio år sedan, men det valde jag inte. Min tanke var att få prata med politiker och tjänstemän inom Ånge kommun som har ständiga behov av att få ut information till medborgarna. För att få möjlighet att ställa frågor och följdfrågor valdes kvalitativ samtalsintervju till en beskrivande fallstudie. Vid valet mellan frågeundersökning och samtalsintervju föll valet på den senare för att ha möjlighet till en dialog med respondenterna. Frågeundersökning valdes bort för att slippa ha alltför specifika frågor och då föll även slumpmässigt urval ur populationen bort. Olika uppfattningar och tanke kategorier som respondenterna hade var det viktigaste i samtalsintervjuundersökningen. En teoretisk mättnad uppträdde efter ett visst antal intervjuer. (Esaiasson et al 2017:235-237)

Jag har använt informanter för att bidra till en bakgrund av medieutvecklingen 15 år bakåt i tiden och fram till nu. Informanterna har bidragit med underlag till frågemanualen genom att berätta om hur medieutvecklingen har påverkat tidningsredaktionerna inom Mittmedia. Informanterna har även fått verka som vittnen och gett sin syn på verkligheten utanför redaktionerna, där de har vittnat om hur mediekonsumenterna upplever förändringen och konsekvenserna i samhället när besparingar görs inom media. (Esaiasson et al 2017:235)

Avgränsningen blev Ånge därför att Ånge är en stor inlandskommun med relativt få invånare. De har drabbats av nedläggning av Dagbladet och medielandskapet har ritats om flera gånger under de senaste åren. En lokalredaktion finns kvar för Medelpads enda kvarvarande morgontidning Sundsvalls Tidning. I Ånge kommun är det ingen stor distans

mellan politiker, tjänstemän och medborgarna. Det är lätt för reportrarna att få kontakt med den tjänsteman eller politiker som de vill ha tag i.

3.1 Urval

Valet på den kvalitativa studien var att undersöka hur politiker och tjänstemän i Ånge ansåg sig påverkade av den medieutveckling som är ständigt pågående och hur de får ut information till medborgarna idag.

Vid samtalsintervjuundersökningen gjordes ett strategiskt urval med några olika krav för att få det urval som skulle passa för studien. Två politiker och fem tjänstemän var målet. Ett urval var att intervjua de som ofta i sitt arbete blev kontaktad av medierna. De skulle i sin roll behöva komma ut med information till kommuninnevånarna på olika sätt. De skulle också ha lång erfarenhet av att arbeta i samröre med Ånge kommun och de skulle ha varit med när medielandskapet hade förändrats och medierna utvecklats. På Ånge kommuns hemsida fanns kontaktuppgifter till politiker och tjänstemän på chefsnivå. I växeln gick det att komma i kontakt med de som arbetade på informationsidan. En av dem tipsade sedan vidare om vilka som var lämpliga att göra intervjuer med. Jag kontaktade dem via telefon och bokade personliga möten på en halvtimme var och spelade sedan in samtalen för att kunna transkribera dem efteråt. (Esaiasson et al 2017:127).

Jag valde att behålla deras titel men inte deras namn, ålder eller kön eftersom det är relevant vilken profession de har, men inte de andra kriterierna. De intervjuade var medelålders eller lite äldre och balansen mellan kvinnor och män var så jämnt som det går med sju stycken respondenter.

De olika respondenterna var:

1. Politiker: kommunalråd
2. Politiker: oppositionsråd
3. Tjänsteman: strategisk kommunikatör
4. Tjänsteman: informatör
5. Tjänsteman: kommunchef
6. Tjänsteman: teknisk chef
7. Service: bibliotekarie

Urvalet av dessa sju respondenter presenteras närmare i 3.7 som är sist i kapitlet.

3.2 Frågeformuläret

Frågeformuläret var konstruerat med tematiska frågor som utgick från frågeställningarna i inledningen. Under varje tematisk fråga fanns underfrågor inom samma område. Respondenterna fick även frågan om de hade något att tillägga i slutet av varje tema. Frågorna var ställda som "öppna frågor" för att respondenterna skulle kunna prata fritt och svara utförligt och inte bara ja och nej. Frågorna var även fria från akademiska termer för att möta respondenten med det språk som den var van. Inför varje intervju förbereddes respondenten på vad som skulle ske, att intervjun spelades in, att de alltid kunde ändra sig och formulera sig annorlunda. (Esaiasson 2017, s.274)

3.3 Validitet

Jag kopplade frågeställningarna med syftet som hör ihop med teorin och tidigare forskning, och utgick därifrån när jag skapade frågemallen som användes på operationell nivå i undersökningen. (Esaiasson 2017, s.58)

3.4 Reliabilitet

För att få en god reliabilitet spelades alla intervjuer in. Efter inspelning av intervjuerna transkriberades de med hjälp hörlurar för att höra så bra som möjligt och två datorer där en användes till att skriva på och den andra som hjälpmedel att lyssna på respondenterna.

3.5 Intersubjektivitet

I studien strävade jag efter forskningsoberoende genom att det inte skulle spela någon roll att det var jag som höll i samtalen. När frågorna var nerskrivna var det lätt att ställa frågorna enligt frågemallen och då kunde jag hålla mig neutral och värderingsfri under intervjuerna. Under bearbetningen av studien har jag strävat efter att göra den transparent för att kunna granskas och ifrågasättas.

3.6 Bortfall

Alla respondenterna som var tillfrågade tackade ja och samtliga samtalsintervjuer genomfördes. Det medförde att det inte blev något bortfall i den här studien.

3.7 Respondenterna

De sju respondenter som intervjuades valdes enligt följande kriterier:

1. De två politikerna blev utvalda för att de behöver få utrymme i media att berätta vad de vill med sin politik. Kommunalrådet har lång erfarenhet efter 18 år på

samma position medan oppositionsrådet arbetar sin första period som politiker och har varit egen företagare i hela sitt yrkesliv.

2. Den strategiska kommunikátören och informatören blev utvalda för att de har ett behov av ett ständigt utbyte med olika medier för att få ut information till medborgarna. Strategiska kommunikátören blev anställd i augusti och har arbetat fler år som journalist på Dagbladet och Sundsvalls Tidning. Informatören har bytt till andra arbetsuppgifter efter att ha arbetat i många år som informatör/kommunikátör på Ånge kommun. De bådars erfarenhet från sina tidigare yrken var anledningen till att de passade väl till den här studien. De har levt mitt i medieutvecklingen fast på olika mediepositioner.
3. Kommunchefen och tekniska chefen blev utvalda för att de båda har en nära kontakt till medier. De är de första som kontaktas om det någon kris uppkommer i kommunen. Tekniska chefen är säkerhetschef och är ständigt nåbar ifall någonting allvarligt händer. Han behöver ofta få ut information till olika grupper beroende på vad det är som är problemet.
4. Bibliotekarien blev utvald för att få med en röst från en som arbetar nära medborgarna. Biblioteken har också behov av att kontakta medierna för att berätta om vad som är på gång där. Det kan exempelvis gälla en utställning eller någon annan aktivitet för skolbarnen.

4 Bakgrund

Ånge Kommun är en stor kommun med liten befolkning i västra Medelpad som ligger mitt i Sverige. De hamnar på plats 27 av alla Sveriges 290 kommuner i areal räknat, avrundat till 3300 kvadratkilometer och med 9500 invånare. Befolkningstätheten är 3,12 invånare per kvadratkilometer och det är på plats 262 av landets alla kommuner. Ånge tätort har cirka 2900 innevånare. (Wikipedia, Ånge Kommun, 28/9 2017)

Mittmedia har minskat med 161 journalister under åren 2004-2014. Det är den koncern som är den andra efter Stampen som har sagt upp flest journalister i landet. Mittmedia har även nästan halverat sina lokalredaktioner från 44 till 23 under samma tid. (Nygren & Althén, 2014:27)

Tre tydliga händelser redovisar den bantning som Mittmedia har gjort och som påverkar mediernas närvaro i Ånge: Den första skedde i mars 2012. Då kom beslutet att Sundsvalls Tidning skulle lägga ner sin lokalredaktion i Ånge när lokalreportern där skulle gå i

pension. I stället var det Dagbladet som skulle förse Sundsvalls Tidning med lokalnyheter och det blev i stort sett samma sida som publicerades i båda tidningarna. Tidigare fanns det två lokalredaktioner i Ånge. (ST 27/3 2012)

"Det är en del av ett bantningsprogram och ett sätt att läsarna fortfarande ska få nyheter från Ånge, säger Mats Åmvall, chefredaktör för Sundsvalls Tidning."

(ST 27/6 2012)

Den andra händelsen var i februari 2015, då kom beslutet att Dagbladet Nya Samhället skulle läggas ner och 6400 prenumeranter och ännu flera läsare blev utan tidning. Nedläggningen gick på några dagar, den första mars samma år, var den 115-åriga tidningen borta. (Dagbladet 19/2 2015)

"ST kommer att bli ännu bättre nu när vi får in delar av Dagbladet i vår tidning. Vi kommer dessutom att utöka vår bevakning i Timrå och Ånge, säger Anders Ingvarsson, chefredaktör på Sundsvalls Tidning."

(Dagbladet 19/2 2015)

Den tredje händelsen var att två och ett halvt år senare valde Sundsvalls Tidning att lägga ner Ånge Kommuns och Timrå Kommuns egna sidor i tidningen. Chefredaktören Karin Näslund skrev och förklarade i en krönika:

"Vår rapportering och granskning fortsätter, skillnaden handlar om presentation. I och med att vi frångår de ortsvinjetterade sidorna så möjliggör vi istället för en jämnare nyhetsvärdering i papperstidningen."

(Sundsvalls Tidning, 25/9 2017)

Artiklarna skulle enligt nyhetsvärderingsprincipen sättas in på den plats som den var värd. Högre värde gav en mer framskjuten placering i tidningen. Redaktionen skulle fortfarande vara kvar och Sundsvalls Tidning skrev att skulle bli en fördel att vara slippa producera nyheter för att fylla en hel sida varje dag. (Sundsvalls Tidning, 25/9 2017)

5 Resultat och analys

Resultatet presenteras i fyra teman utifrån svaren som de har gett till frågorna i frågeformuläret. Respondenterna har fått tala ganska fritt men en viss ledning tillbaka till spåret och sedan har de fått följdfrågor utifrån de svar som de gett.

Varje tema redovisas för sig enligt frågemallen i bilaga 1.

5.1 Tema 1: Medieutveckling

Kommunalrådet pratar om att det är en demokratifråga att ha en lokalredaktion och är glad för att det finns en reporter på plats i kommunen.

"Tack och lov så har vi i alla fall en lokalredaktör, och ibland är det andra reportrar. Vi har en lokalredaktion som bevakar det som sker i Ånge kommun och det tycker jag att vi ska vara glada för. Det är en demokratifråga."

Kommunalrådet

Den strategiska kommunikátören som själv arbetat som reporter, bland annat i Ånge, ser själv ingen skillnad mellan två eller en tidning utan ser däremot en betydande förändring genom digitaliseringen och snabbheten med att publicera på nätet för Sundsvalls Tidning.

"Ingen skillnad mer än då fanns det två tidningar. Det var samma bevakning då fastän det var i två olika produkter. Det som är idag i medierna är att det har blivit mera rörligt, mycket nyheter som kommer ut snabbt som kanske inte kommer i papperstidningen, utan kommer ut digitalt, även de små sakerna lyfts upp som man kanske har lagt åt sidan förut. Det är mera pang bom så kommer nyheten ut. Det är väl skillnaden att det går väldigt fort när det väl görs liksom, innan det ligger ute. Förut när det var papperstidning fanns det en möjlighet att kanske korrigerar om det skulle behövas, men nu går det så snabbt, det gäller att det blir rätt från början."

Strategiska kommunikátören

Tidigare fanns det två lokalredaktioner bredvid varandra invid torget med fristående reportrar som konkurrerade om att leta upp de bästa nyheterna.

"Vi har haft en utveckling från att ha haft två lokalredaktioner i Ånge till att det är en lokalredaktion. Och det är klart att det är bättre med två för att, vi är beroende av dagsformen av den journalist som finns där, det är så."

Kommunalrådet

Det var lättare att få en tidningsreporter att komma och skriva när det var flera redaktioner att ringa och fråga, säger bibliotekarien.

"För tio år sedan fanns det lokalredaktioner både på Sundsvalls Tidning och Dagbladet och E14-tidningen. Det var mycket bättre, då du fick se lite mer vad som hände i Ånge. Om det hände något hos oss kunde du ringa redaktionen och fråga: "vad tror ni, kan ni komma och skriva om det här?" "Ja, jättebra, det gör vi, svarade de."

Bibliotekarien

Sociala medier och speciellt Facebook kommer upp flera gånger under alla intervjuerna. Facebook används som plattform för snabba nyheter där en omedelbar publicering är möjlig, pratar oppositionsrådet om.

"Vad definieras som nyheter? Många saker är släppta på Facebook i samma sekund som det händer och då måste tidningen, eller media, vara framme och skriva om dem ganska omedelbart om de ska bli nyheter, och det har gjort att pressen har blivit väldigt stor på att det ska gå snabbt. Det blir stress i alla led."

Oppositionsrådet

Nyhetsflödet går att hitta på Facebook och att det räcker med att titta på Facebook för att få se de senaste nyheterna pratar bibliotekarien om.

"Nyhetsbevakningen är på sociala medier nu. Den ligger inte på Sundsvalls Tidning och Dagbladet finns inte längre. Nyheterna som du tittar på i Sundsvalls Tidning är gamla. Det är inte så mycket innehåll från Ånge kommun utan det är från Sundsvall."

Kommunalrådet och bibliotekarien är de två av de här sju respondenterna som tycker att det var bättre med två lokalredaktioner och med det två tidningar. Resultatet säger att det var större medieutrymme för tio år sedan och lättare att få en reporter att skriva. Å andra sidan säger sig kommunalrådet att han är tacksam att det finns en lokalredaktion kvar, för att det är en demokratifråga. Strategiska kommunikátören säger att det inte är någon skillnad idag med bara en tidning.

Anledningen att Dagbladet lades ner var att ekonomin sviktade på grund av minskade annonsintäkter samt minskat antal av prenumeranter. Nygren och Althéns skriver om det i "Landsbygd i medieskugga" (Nygren & Althén, 2014:50). Det är bara tre år sedan Dagbladet lades ner och med den medieutveckling som skyndsamt förändrar medielandskapet, ersätts Dagbladet och den nedlagda lokalredaktionen av sociala medier, som har blivit en plattform för någon form av lokaljournalistik.

När flera respondenter tillfrågas om medieutvecklingen pratade de om Facebook. Jag tolkar det som om Facebook har blivit en stark offentlig röst och inte bara en mötesplats för vänner och släktingar. Respondenterna pratar om att nyheterna släpps på Facebook. Det bekräftar tidigare forskning från "Landsbygd i medieskugga" där Nygren och Althén skriver om att sociala medier, som Facebook, ersätter en del av lokaljournalistiken. På Facebook bildas det även grupper som blir forum för debatter (Nygren & Althén, 2014:52).

Oppositionsrådet och strategiska kommunikátören pratar om att det blir stressigt när nyheterna behöver publiceras så snabbt på nätet. Resultatet blir att tiden för eftertanke blir minimal. En morgontidning produceras den ena dagen och trycks sedan på natten, för att levereras morgonen efter. Då finns det en tid precis som strategiska kommunikátören säger, att ändra något om det behövs, det går även att stoppa pressarna där och då. Den digitala utvecklingen med sociala medier och olika forum gör att publiceringen kan ske på minuten något händer och då finns det heller inga regler som begränsar namnpublicering. På traditionella nyhetsredaktioner följs pressetiska regler som begränsar namnpublicering men det finns det inte i den privata sfären. Forskningen bekräftar detta skriver Andersson och Weibull om, i forskningsantologin från SOM-institutet "Larmar och gör sig till", att den digitala tekniken möjliggör ett mycket större flöde av nyheter via olika plattformar. Namnpublicering är en icke-fråga på sociala medier där det inte finns regler,

medan de traditionella nyhetsredaktionerna har pressetiska regler att följa. Nya alternativa nyhetssajter kritiserar ofta de gamla publiceringsprinciperna (Andersson & Weibull, 2017:97-98).

Strategiska kommunikátören pratar hur mycket enklare det är att arbeta som journalist idag när diariet ligger digitalt ute på Ånge kommuns hemsida.

"Det som är enklare idag, om man backar 10 år, som journalist är det enklare att hämta ut material från diariet eftersom allting ligger digitalt här så i stället för att det ska gå brevlades genom att någonting ska skickas och så kan de hämta mycket via våra digitala kanaler. På webben har vi diariet på allt som inte är sekretess eller PUL- person- och uppgiftslagen. Vem som helst kan hämta ut, bara skriva ut på sin egen skrivare."

Strategiska kommunikátören

Strategiska kommunikátören pratar om enkelheten att få del av diariet eftersom det ligger på webben. I Ånge finns en lokalredaktion kvar och det stärker möjligheten att fortsätta att granska inte bara på webben, utan även att fånga upp tips på granskningar ute i samhället för en reporter som rör på sig ute bland innevånarna. Diarierna på internet skapar ännu mer journalistik på distans och underlättar nedläggningar av lokalredaktioner.

Det teoretiska perspektivet skriver Nygren och Althén om i "Landbygd i medieskugga", av behovet av att besöka kommunens diarium för att läsa inkommande posten. För att i ett samhällsvetenskapligt perspektiv behövs medier både för att granska och för att informera (Nygren & Althén, 2014:10-15).

5.2 Tema 2: Medieskugga

Ånge kommun har drabbats av nedläggningar först av en lokalredaktion, 2012, när Sundsvalls Tidning stängde sin, och sedan, 2015, lades hela tidningen Dagbladet ner.

Under hösten 2017 tar Sundsvalls Tidning bort Ånge-sidan och nyheterna i tidningen ska placeras enligt vilket värde de anses ha.

Kritiska röster har höjts mot att Ånge-sidan har försvunnit. Bibliotekarien som har ett yrke mitt ibland medborgarna refererar till att det är många som saknar Ånge-sidan.

"Jag har hört många som inte tycker om att Ånge-sidan har försvunnit. Och det är ett antal som jag pratat med som sa upp papperstidningen."

Bibliotekarien

Kommunalrådet håller med bibliotekarien på att många saknar Ånge-sidan men framhåller att det skrivs väldigt mycket om kommunen i Sundsvalls Tidning. Och då menar han om själva Ånge kommun, att det skrivs mycket om politiker, kommunhuset och alla beslut som tas där.

"Ånge-sidan har försvunnit och det är rätt mycket som skrivs ändå. Men jag vet att det är många som tyckte om Ånge-sidan."

Kommunalrådet

Bibliotekarien berättar om svårigheten att hitta nyheterna för den medieovana läsaren.

"Nu är det en liten blänkare här och en liten blänkare där, men det får inte samma genomslagskraft. Vi som läser tidningen från början till slut hittar dem. Men jag tror inte att de som skummar lite snabbt hittar artiklarna, förut stod det Ånge på en sida och då bläddrade de dit."

Bibliotekarien

Resultatet med att Ånge-sidan är borta blir att det är svårare att hitta nyheterna men att de fortsättningsvis är längre bak i tidningen. Med en befolkning som är en tiondel av Sundsvalls befolkning värderas inte nyheterna i Ånge som stora hur stora de än är i relation till hela Medelpad. De placeras alltså längre bak i tidningen på grund av sitt låga värde och tidigare var också Ångesidan långt bak. Och det bekräftar forskningen i Nord & Nygrens bok *"Medieskugga"* där de skriver att nyhetsvärdering sker på rutin på redaktionerna och att redaktionerna konstruerar ett medieinnehåll som inte speglar hur samhället ser ut runt omkring. Medierna här ändå ett stort ansvar för medierna ger medborgarna den världsbild som de ser (Nord & Nygren, 2002:87).

Informatören pratar om att relationen är nära mellan media och tjänstemän och politiker på kommunen.

"De sköter sig väldigt bra. Vi har ett kommunalråd som också är väldigt lättillgänglig och det har varit och är fortfarande väldigt mycket direktkontakt, både mellan förvaltningschefer, högre tjänstemän och media, och politiker och media."

Informatören

Tekniska chefen är samstämmig med informatören att det är lätt med kontakten med media. De ringer bara och frågar om det är något.

"Mittmedia täcker vårt område i Ånge och det finns en reporter som bor här och bevakar Ånge kommun. Det fungerar bra, han ringer och frågar om det är någonting och det är det enkelt att bara svara."

Tekniska chefen

Strategiska kommunikatören beskriver hur väl fungerande den lokala reportern är genom sin mångåriga erfarenhet.

"Här i Ånge är vi kraftigt under lupp av ST. Det är bara ST som har en reporter på plats här och han bevakar kommunen stenhårt. Så vi vet att vi är under ständig bevakning, om man då jämför med Timrå och Sundsvall som också bevakar kommunen så är det långt ifrån den nivå det är här. Dels har reportern på Sundsvalls Tidning jobbat så många år här i Ånge, så han har stenkoll på alla rutiner och allting när det gäller alla möten och alla nämnder så han följer ju de flödena med protokoll och kallelser och så har det alltid varit här. Kommunen har alltid varit under lupp i Ånge. Vilket är bra, för kommunen ska vara granskad, så jag tycker att det är jättebra att det verkligen finns någon som bevakar vad vi gör, så att vi gör rätt."

Strategiska kommunikatören

Kommunalrådet säger att det står väldigt mycket om kommunen i Sundsvalls Tidning.

"Sedan är det också så i media, att det är väldigt mycket kommunalt, väldigt, väldigt mycket. Han ringer mig mycket och frågar vad som har hänt. Det är ändå positivt att man får förklara sig i tidningen, man blir känd, och det hade han säkert gjort om jag hade tillhört ett annat parti också. Det är en jättefördel att vi har en lokalredaktion som skriver även om det är negativt. Det är deras uppgift om det finns fog för det. Jag tycker att vi når ut mycket."

Kommunalrådet

Även kommunchefen håller med kommunalrådet om att det står väldigt mycket om kommunen i tidningen.

"Jag tycker att de sköter det bra, det är väl på en så här liten ort att det som händer kring kommunen blir så dominerande, och det är förståeligt också, det kan vara svårt att hitta, vi blir så dominerande, intresset blir så stort i kring oss. Det blir väl ganska naturligt att det blir så."

Kommunchefen

Kvar idag är det en lokalreporter i Ånge som gör allt jobbet själv med att granska kommunen och informera medborgarna vad för viktiga beslut som ska tas och bevaka händelser i den till ytan stora kommunen. Den reportern uttryckte i tidningen i höstas att det skulle bli skönt att slippa producera en hel nyhetssida varje dag. Och med minskade antalet reportrar inom hela Mittmedia-koncernen, så är det självklart svårt att producera en sida varje dag, sju dagar i veckan om ingen annan journalist hjälper till och gör det.

Samtliga respondenter pratar om att den lokala reportern gör ett väldigt bra jobb med att granska kommunen och informera från kommunen om vad som händer där. De tycker inte att det finns några brister i bevakningen från Sundsvalls Tidnings lokalredaktion. Respondenterna upplever att det är mycket kommunjournalistik i tidningen, nästan för mycket tolkar jag det som. Det här resultatet säger att Ånge kommun inte är i geografisk medieskugga eftersom de täcks av mediebevakning. Och tidigare forskning säger att

geografisk medieskugga uppstår i områden som inte täcks av mediebevakning (Nord & Nygren, 2002:7).

Resurserna har blivit mindre och en tidning har lagts ner, ändå hålls nivån uppe av att det finns en erfaren lokalreporter som har arbetat i många år och kan alla rutiner om hur kommunen fungerar, precis som den strategiska kommunikatören säger. Det är viktigt att ha en aktiv reporter på plats, som besöker kommunens diaries för att läsa den post som kommer in, skriver Nygren och Althén om i studien "Landsbygd i medieskugga". Det är de lokala nyheterna som är mest lästa, lyssnade eller tittade på, av alla nyheter (Nygren och Althen, 2014, s.10-15).

5.3 Tema 3: Medieanvändning & sociala sammanhållning

Oppositionsrådet säger att det är lätt att få ut information genom Sundsvalls Tidning men han pekar på problemet med att det blir allt färre som läser tidningen.

"Jag har personligen väldigt bra kontakt med redaktionen här i Ånge, om jag vill ha ut något så kan jag alltid försöka att tipsa, och jag tycker att de är lyhörda så att säga. Reportern är bra på det. Men sedan är det stora problemet, vem läser vad de skriver i Sundsvalls Tidning?"

Oppositionsrådet

Flera av respondenterna har uppmärksammat att de yngre inte läser morgontidningen eller tittar på nyheterna via de traditionella public service-kanalerna.

"Det är ganska utbrett att man inte delar samma nyheter. För 30 år sedan hade vi sett samma sak. Vi hade läst samma tidning. Vi hade en mycket mer gemensam referensram då på något vis."

Informatören

Båda politikerna pratar om "Fake news" och att alltfler medborgare inte tror på att medierna talar sanning.

”Medieskuggan skapar vi delvis själv, vi har ju vissa som isolerar sig ifrån den här typen av media som du sa (SVT, SR, morgontidningarna) det har varit mycket prat om ”Fake news” att de inte talar sanning och så där. Och det är en oroande utveckling att folk inte tror på det som borde vara det mest seriösa.”

Oppositionsrådet

Oppositionsrådet säger att om vi isolerar oss från medierna så skapar vi själva den sociala medieskuggan. Yngre medborgare mest men även äldre väljer bort morgontidningen, Sveriges Radio och SVT och det är något som kommer att visa sig längre fram effekterna av det. Jag tror inte att vi har sett frukten av det som händer i den sociala medieskuggan ännu. Vi väljer själva som oppositionsrådet säger, men vi är inte medvetna om konsekvenserna av det valet. Den sociala medieskuggan växer när medborgarna inte längre deltar i samma medievärld, skriver Nord och Nygren. Den gör att det blir en social geografi, där medborgarna skiljs åt genom att de tittar, lyssnar och läser på olika medier. Den sociala tillhörigheten bildas kring olika medier i den sociala geografin (Nord & Nygren, 2002, s.87).

Samma resultat stämmer med en nyare undersökning som SOM Institutets har gjort. Där bekräftar Jesper Strömbäck att det ökade medieutbudet medför en fragmentisering av mediekonsumtionen beroende på att få människor i publiken konsumerar samma medier (Strömbäck, 2016:53-54).

I priset för Sundsvalls Tidnings papperstidning ingår e-tidningen och allt digitalt innehåll för 375 kronor i månaden. E-tidningen och allt digitalt innehåll kostar 165 kronor i månaden. Plusalternativet som är det digitala innehållet kostar 99 kronor i månaden. För högt pris och jobbigt att gå ut och hämta tidningen på morgonen, är två nackdelar som talar emot att prenumerera på papperstidningen, uttrycker en respondent. Flexibiliteten med att få tidningen tidigare på morgonen och att kunna läsa den när man är på resa är två fördelar till att ha e-tidningen är två andra argument från två respondenter.

”Vi har bara e-tidningen och det har vi haft i sex år och det är för att det är mer än dubbelt så dyrt med papperstidningen. Det är en prisfråga och en ”lathetsfråga”. Du ska gå ut till brevlådan och hämta tidningen. Vi läste aldrig tidningen på morgonen förr. Nu har vi

tidningen på paddan på morgonen och om vi är utomlands då läser vi tidningen där. Och då det ju kanon med e-tidningen, för att få du genast se vad som har hänt hemma.”

Bibliotekarien

Alla utom en har redan lämnat papperstidningen och säger att det inte skulle göra något om den försvann.

”Rent personligt så läser jag mindre och mindre tidningar, bladdertidningar. Sedan läser man på plattan, men det är olika, men just tidning som tidning känns ju som man når färre och färre folk med den.”

Informatören

Att kunna publicera vidare nyheter mitt i natten ser kommunalrådet som en fördel eftersom e-tidningen kommer flera timmar före morgontidningen i brevlådan.

”Jag har nätupplagan av Sundsvalls Tidning. Jag har en platta, en Ipad, så jag bläddrar i e-tidningen.” *”Jag får tidningen klockan ett på natten och läser den klockan två och då händer det att jag lägger ut någonting på Facebook: I morgon kan ni läsa det här...”*

Kommunalrådet

Kommunchefen följer med public service nyhetsbevakningar.

”Jag tittar stadigt på riksnyheter i form av Rapport och Aktuellt, Mittnytt relativt ofta, går in på nätet ibland, tittar på kvällstidningarna och så vidare. ”

Kommunchefen

Strategiska kommunikatören följer public service men håller även koll på resten av världens nyheter.

”Genom jobbet som kommunikatör så har jag ständig omvärldsbevakning, så jag följer flöden överallt, kanske lite väl mycket ibland, jag vill vara uppdaterad på vad som händer överallt, i allt, både här i Sverige och ute i världen. Så jag har konstanta pushar på stora

nyheter, både Expressen och Aftonbladet, SVT, radion, omvärldsbevakningen ingår i min tjänst som kommunikatör så man måste ju vara med. Vi går in i ett valår och det gäller ju att hänga med på det som händer, det är jättemycket säkerhet som man ska hålla koll på där också.”

Strategiska kommunikatören

Respondenterna på kommunen följer med i public service nyheter. Sex av sju respondenter prenumererar på Sundsvalls Tidning i olika former av abonnemang. Den sjunde har gjort ett uppehåll och prenumererar på DN i stället. Det gör att de inte kommer i den sociala medieskuggan som det ökade medieutbudet medför genom en fragmentering av mediekonsumtionen. En anledning är att åldern på respondenterna är relativt hög och med stigande ålder ett högre intresse av de traditionella medierna. Tidigare forskning bekräftar det i ”Larmar och gör sig till”. Där Andersson och Weibull skriver om de äldres förtroende för public service och de högutbildades förtroende för Stockholms morgontidningar som är Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet (Andersson & Weibull, 2017:101). Respondenten i denna studie som har Dagens Nyheter får också räknas till de högutbildade.

Det är viktigt att vara med på Facebook säger kommunalrådet som vill att alla politiker ska vara drivande där och berätta vad de gör som är bra för kommunen.

”Det är jätteviktigt att vi finns med där. Man skulle vara totalkörd om man inte skulle finnas med på Facebook. Det är jätteviktigt, framför allt som politiker, att vara med där. Vi har ju halvtidspolitiker hos oss som har hand om skola, barnomsorg och äldreomsorg. Jag säger till dem: ”Ni skriver om att ni har varit ute och ridit eller seglat, berätta, ni har massor att berätta, invigning av Hallsta, vi har satsat 20 miljoner på demensboende i Hallsta”, skriv: ”Vad bra det blev, vad bra att vi tar hand om våra äldre”.”

Kommunalrådet

Medan kommunalrådet är väldigt aktiv på Facebook, ja, han ser det som jätteviktigt att vara med där och berätta vad de gör i kommunen, så säger kommunchefen tvärtom. Han har valt att inte vara aktiv och diskutera på Facebook för det kan misstolkas utifrån den roll han har som kommunchef.

"Politikerna kan vara ute i debatt, det är politik och det får de stå för. Och där är det ett dilemma om du ser att när man är tjänsteman och i de forumen, vad ska man säga och inte säga, och hur blandas det ihop med den roll som man har, framför allt i en liten kommun? Jag har gjort ett val att jag inte är ute och kommenterar över huvud taget."

Kommunchefen

Informatören sammanfattar med att det är mycket mer dialog nu för tiden på kommunens olika kanaler. Politiker med stora följargrupper pratar främst på Facebook.

"Det är väldigt, väldigt mycket mer dialog nu, kan man ju säga. Jag tänker nu på våra officiella kanaler, webb och officiell Facebooksida och det. Där är det inte så mycket verksamhet men det finns bra många politiker som är har stora följargrupper som pratar med mycket folk via Facebook i första hand. Både kommunalråd och flera andra politiker som har många följare och som använder den här kanalen väldigt mycket."

Informatören

Strategiska kommunikatören är aktiv i sitt arbete att föra in mer sociala medier på sin arbetsplats för att visa vad kommunen gör och kan.

"Och jag är väldigt för sociala medier, eftersom sociala medier har väldigt snabb spridning, där får vi ut våra budskap väldigt fort. Och vi får hjälp med att få ut budskap i och med alla delningar, det är nyligen gjorts en undersökning att vi spenderar i genomsnitt en timme per dag på Facebook, alla människor en timme". "Vi ska in mer på sociala medier, det är mitt mål att vi ska vara väldigt aktiva där. För att visa vilka Ånge kommun är och faktiskt gör, visa upp oss, det här är en bra arbetsplats."

Strategisk kommunikatören

Resultatet om användningen av Facebook kopplar starkt till nästa tema som handlar om information och att journalisterna har i sitt uppdrag att föra ut samhällsinformation till folket. Facebook är idag ett centralt hjälpmedel när Ånge kommun vill nå ut till sina medborgare med information. Sociala medier kommer att införas och användas mycket

mer säger strategiska kommunikátören när det gäller framtiden. Informatören och lyfter fram att det handlar om en dialog, om kommunikation och därför inte längre så mycket ren information. Kommunchefen vill inte debattera på Facebook och överlåter det till politikerna som är förtroendevalda.

Genomslaget av Facebook som ett sätt att nå folket går emot civila principer. Myndigheterna ska förse journalisterna med faktaunderlag som ska förmedlas vidare till medborgarna. Samhällsinformation ska kommuniceras via journalister och medier (Fredriksson och Pallas 2013:18).

5.4 Tema 4: Informationen till medborgarna

Tekniska chefen använder dagstidningen för att annonsera och för att informera, och de finns på Facebook där de inte bara informerar utan också kommunicerar.

"I dagstidningen annonserar vi och de informerar också. På Facebook är det inte information, utan kommunikation, där kan vi kommunicera med medborgarna. Många skriver på Facebook och frågar om det är något problem med vägbelysning, sophämtning eller något annat, och då kan vi snabbt svara när vi ser frågan om hur lång tid det ska ta att få vattnet tillbaka. Och ibland så blir det felanmälan på det viset, när vi inte är medvetna om problemet och det är ju jättebra."

Tekniska chefen

"Jag har ju varit med väldigt länge från att det var tidningar och annonsblad som de enda kanalerna till att de nästan är lite betydelselösa idag. Det är ju liksom andra kanaler. Vi har riktlinjer i kommunen att kommunfullmäktige ska annonseras i dagstidning och i Ljunganbladet och sådant plus webben."

Informatören

Det är svårare att få ut en reporter för att komma och skriva en artikel idag säger bibliotekarien.

"Det är inte på samma sätt som det var förr. Ringer du nu så kan de säga skicka in ett foto eller skriv något själv. Vi har inte tid att komma. Förut kom journalisten ut och ibland kom

det två, en fotograferade och en skrev. Men det blev bättre nu när ordinarie reportern kom tillbaka i och för sig, men det är ju för att han bor här, det är det som behövs, att man bor på det här stället. ”

Bibliotekarien

Bibliotekarien når bäst sina kunder genom gamla traditionella lappsystemet men har även moderniserat filialerna med egna Facebook-sidor som är lyckade för att många läser dem.

”Det är lappar på Konsum exempelvis eller direkt på dörren. Jag startade en Facebook-sida för tre till fyra år sedan och det är många som ser informationen där när det är stängt, när det är tävling på biblioteket eller nu har tvåorna utställning.”

Bibliotekarien

Informationsavdelningen pratar om webbsidan som en plats där de publicerar sina nyheter på medan sociala medier får funktionen att sprida nyheterna.

”Rent så där säger våra riktlinjer att vår webbsida är vår officiella kanal där finns det som ska finnas och där publicerar vi nyheter sedan sociala medierna är ett sätt att sprida det.”

Informatören

Det finns en svårighet med att nå människor med information och det är en verklighet som informationsavdelningen lever i. Speciellt de yngre är en grupp som inte går att nå så enkelt.

”Inte hänger en 20-åring på Ånge kommuns webbsida eller Facebooksida utan vi måste se vad vi har mer för ställen där de hänger.”

Informatören

Ånge kommun ger ut en egen tidning som tidigare kom fyra gånger per år men nu har bantats till två gånger per år.

”Det är ju den viktigaste kanalen faktiskt. Den är så självklar så den pratar vi inte ens om. Den är både marknadsföring och information, absolut. Det är ju bara två gånger per år.”

Informatören

Strategiska informatören berättar om ett tillgänglighetsdirektiv som påverkar offentliga hemsidor. Alla hemsidor ska vara anpassade till att användas oavsett vilket funktionshinder du har.

”Vi står inför det här i årsskiftet eller är det i februari, det är ett tillgänglighetsdirektiv som har trätt i kraft, en ny lag om tillgänglighet i offentlig sektor, det är det att alla offentliga hemsidor ska vara tillgänglighetsanpassade, det är ett direktiv från EU. Du ska kunna läsa en webb-sida inte bara om du är blind och döv utan har multifunktionshinder, att du bara kan styra hemsidan genom att blåsa eller blinka.”

Strategiska kommunikatören

Samtliga respondenterna pratar om olika informationskanaler som Ånge kommun har. När det gäller informationen som tidningen ska ge, säger kommunchefen och tekniska chefen att de kan ringa lokalreportern om det är något och även de båda politikerna säger samma sak. Informatören säger att tjänstemännen och politikerna har direktkontakt så passerar inte så mycket genom informationsavdelningen. Tolkningen är att lokalreportern sköter sitt arbete med att både granska och informera, två av de huvuduppdrag som medierna har. I SOU 1975:78 "Svensk press" beskrivs tre huvuduppgifter som medierna har. Tidningen har ett uppdrag att förmedla information till medborgarna när det gäller samhällsfrågor, granska och kommentera det som händer samt vara ett forum för debatt (SOU 1975:78 Svensk press, 1975:19-21).

I tidigare forskning av Fredriksson och Palace så skriver de om civila principer där regler och lagar, gemensamma mål, demokrati, mänskliga rättigheter med flera är *”principer som styr kommunikationsarbetet i nationella förvaltningsmyndigheter”*. Myndigheterna förser medierna med faktaunderlag som förväntas förmedlas vidare till medborgarna (Fredriksson & Pallas 2013:18).

De sex som finns nämnda här ovan säger att det är lätt att komma ut med information. Bibliotekarien däremot, som ligger längre ner i hierarkin än de övriga respondenterna inom Ånge kommun känner mer av minskningen av reportrar och frånvaron av Dagbladet. Det är inte lika lätt att få ta del av medieutrymmet numer på biblioteken. Jag tolkar det som att reportern har fått direktiv enligt nyhetsvärderingen, att skriva om sådant som har ett högre värde. De små artiklarna om vad barn gör i skolan, som ger ett bidrag till den lokala identiteten, har inte längre samma utrymme i Sundsvalls Tidning. Det gör att läsarantalet minskar för att läsarna inte hittar det de vill ha i tidningen. I förlängningen kan det innebära den lokala identiteten minskar för att Nygren och Althén skriver om den starka kopplingen *"mellan lokala medier, lokal identitet och lokal demokrati"* i *"Landsbygd i medieskugga"*. Det finns ett starkt samband mellan att ta del av de lokala medierna och att ha en lokal identitet. (Nygren & Althén, 2014:10)

6 Slutsatser och diskussion

Medieutvecklingen i Ånge kommun har tagit respondenterna ut på nya vägar, det är sociala medier som Facebook som ersätter en del av nyhetsbevakningen, och det stämmer med tidigare forskning att grupper samlas exempelvis utifrån olika intressen eller efter vart de bor. Sociala medier kan inte jämföras med traditionella medier när det gäller att informera och granska det offentliga. Sociala medier kan inte heller samla folket på samma sätt som traditionella medier (Nygren & Althén, 2014:52).

Intervjuerna visar sammantaget ingen märkbar oro av den pågående medieutvecklingen i Ånge. Det blev ingen stor skillnad när tidningen Dagbladet lades ner men respondenterna är inte helt eniga om det. På informationssidan finns det nya vägar att söka sig för att få ut sin information i och med tekniken med internet. Det gör att de på informationssidan ser ingen oro i utvecklingen, de ser mer möjligheterna. Medan kommunalrådet och bibliotekarien såg nackdelarna, och den senare att medieutrymmet har krympt för artiklar om biblioteken på skolorna. Konsekvenserna av det gör att medborgarna i kommunen på sikt tappar sin lokala identitet när de inte känner igen sig i sin egen kommun. Det finns ett band mellan medier, identitet och demokrati. Gunnar Nygren och Kajsa Althén (2014:10-15) skriver om det i *"Landsbygd i medieskugga"*:

"Det finns en stark koppling mellan lokala medier, lokal identitet och lokal demokrati."

Medieutvecklingen i hela Sverige följer samma mönster, den geografiska medieskuggan breder ut sig när lokalredaktioner läggs ner, trots lokala nyheters popularitet, och tidningar slås ihop eller avvecklas helt. Lokalredaktionen för Sundsvalls Tidning togs bort 2012 och tre år senare läggs Dagbladet ner. Hösten 2017 togs Ånge-sidan bort och det ledde till ett minskat utrymme för lokalnyheterna från Ånge.

När Ånge-sidan försvann så tog den med sig läsare bort från tidningen säger bibliotekarien. Det blir svårare att hitta nyheterna för den ovane läsaren som inte brukar läsa alla artiklar i tidningen. När Sundsvalls Tidning säger att de ska värdera nyheterna så hamnar Ånges nyheter långt bak eftersom att nyhetsvärderingen sker på rutin på en nyhetsredaktion, det stämmer väl överens med Nord och Nygrens tidigare forskning om medieskugga (Nord & Nygren, 2002:87). Eftersom nyheterna aldrig har varit längre fram i tidningen tidigare så kommer de troligtvis inte flyttas fram senare heller. Ånges befolkning är ungefär tio procent av Sundsvalls befolkning, och det påverkar också nyhetsvärderingen.

De som arbetar inne på kommunhuset, säger att de är lätt att få kontakt med lokalreportern. Informatören säger att under många år har kommunalråd, förvaltningschefer, högre tjänstemän och politiker skött relationen utan informatörens inblandning.

Diariet ligger ute på Ånge kommuns hemsida och det ökar tillgängligheten både för journalisterna och medborgarna att ta del av offentliga handlingar direkt via internet. Studien visar en stor samstämmighet bland respondenterna när det gäller att kommunen är granskad. Strategiska kommunikátören säger:

"Det är bara ST som har en reporter på plats och han bevakar kommunen stenhårt. Så vi vet att vi är under ständig bevakning".

Kommunikátören fortsätter att berätta om lokalreportern som har arbetat i Ånge i många år:

"Han har stenkoll på alla rutiner och allting när det gäller alla möten och alla nämnder så han följer ju de flödena med protokoll och kallelser och så har det alltid varit här. Kommunen har alltid varit under lupp i Ånge."

Ingen av de andra uttrycker några brister i bevakningen av kommunen heller. Jag drar slutsatsen att A och O för en god kommunjournalistik är att finns en reporter som bor i

kommunen, har lång erfarenhet av kommunens arbetssätt med protokoll, nämnder, diarier och att journalisten har direktkontakt med politiker och tjänstemän. Det bekräftar det Nygren och Althén skriver i sin studie att det är viktigt att ha en aktiv reporter på plats, som besöker kommunens diarier för att läsa den post som kommer in (Nygren & Althén, 2014:10-15).

En annan slutsats är att Ånge kommun inte är i geografisk medieskugga eftersom kommunen täcks av mediebevakning. Och tidigare forskning säger att geografisk medieskugga uppstår i områden som inte täcks av mediebevakning (Nord & Nygren, 2002:7). Det är motsägelsefullt men jag har däremot inte undersökt andra mediers närvaro i Ånge kommun. Troligtvis används Sundsvalls Tidning i det medieekologiska systemet, där Radio Västernorrland och Mittnytt återanvänder Sundsvalls Tidnings gamla nyheter och skapar något nytt av dem. Newman et al skriver om att större medier återanvänder nyheter från lokaljournalistiken. Det finns ett beroendeförhållande mellan regionala och rikstäckande medier. (Newman et al, 2012:17).

Unga läser inte tidningen, varken på papper eller på nätet. De konsumerar inte public service-kanalerna heller, säger informatören.

"För 30 år sedan hade vi sett samma sak. Vi hade läst samma tidning. Vi hade en mycket mer gemensam referensram då på något vis."

Informatören

Fragmenteringen mellan olika grupper av människor när det gäller mediekonsumtion bara ökar. Deuze skriver att människor lever i olika världar, inte av medierna, utan i medierna. Medierna är en plats där vi söker efter tillhörighet och mening (Deuze, 2011:5).

På sätt och vis är det som oppositionsrådet säger, att vi skapar den sociala medieskuggan själva, genom att sluta intressera oss för morgontidningar och public service. Det är troligtvis ett omedvetet val där vi inte förstår konsekvenserna på sikt.

Min slutsats är att det är den sociala medieskuggan som breder ut sig genom att unga inte läser morgontidningen eller konsumerar public service och det stämmer med tidigare forskning där Strömbäck skriver om att det ökade medieutbudet medför en fragmentering av mediekonsumtionen beroende på att få människor i publiken konsumerar samma medier (Strömbäck, 2016:53-54).

Endast en av de sju respondenterna har kvar papperstidningen och det var med orden "än". Sex stycken prenumererar på Sundsvalls Tidning, de flesta på e-tidningen och läser den på surfplattan, utom en som bara har det digitala utbudet. Jag tolkar det som om papperstidningens livslängd verkar gå mot sitt slut i digitaliseringens tidevarv. Förvånande är att det har gått så långt i utvecklingen. Respondenterna är över medelåldern men har redan vant sig av vid att läsa papperstidningen. Andersson och Weibull berättar om de äldres förtroende för public service och de högutbildades förtroende för morgontidningarna i Stockholm, skriver att (Andersson & Weibull, 2017:101).

När respondenterna svarat på vissa frågor som, vilka informationskanaler som Ånge kommun har idag, så nämner endast en respondent tidningar över huvud taget. Det är väldigt lite prat om tidningar. Flera av respondenterna använder Facebook som informationskanal i sina olika yrken. Respondenterna pratar om att de når ut med information via hemsidan på, den officiella Facebooksidan, andra sociala medier, och även deras egen tidning "Framtid Ånge". Informatören säger så här:

"Det är den viktigaste kanalen faktiskt. Den är så självklar så den pratar vi inte ens om. Det är både marknadsföring och information, absolut."

Diskussioner

Studien har lett mig fram till en ny syn på lokaljournalistik i Sverige men i Ånge kommun speciellt. Alla tecken fanns på geografisk medieskugga i och med alla nedskärningar och jag förväntade mig att respondenterna skulle uttrycka oro inför framtiden. Men jag tror att i och med att det var politiker och tjänstemän som använder mycket teknik som jag intervjuade, har de hittat ett nytt sätt att tänka och förhålla sig till de nya medierna. Saknaden efter den gamla papperstidningen är helt enkelt över. Det finns oändligt mycket media att konsumera via olika plattformar på internet. Utvecklingen går snabbt och det kan vara svårt att hänga med.

På sociala medier suddas gränserna ut för vad som är rätt och fel och den digitala möjligheten gör att det går att publicera utan att tänka efter skapar skador som är

omöjliga att reparera när det gäller namnpubliceringar. Det är ett nytt problem som har dykt upp där namn kan spridas och oskyldiga kan dömas för öppen ridå på olika medier.

Någonting som inte studien handlade om är hur Sundsvalls Tidning, eller andra tidningar för den delen, utvecklar sina sidor på webben. Oppositionsrådet tog upp den frågan och jag redovisa den här eftersom den inte riktigt hör till studien men ändå är en intressant reflektion. Oppositionsrådet pratar om att e-tidningen är en dålig kopia av papperstidningen och att den inte kommer att överleva på internet på grund av sin oflexibla design.

”Det där med e-tidningen är ett försök att efterlikna någonting som har varit, men vi kanske inte ska bläddra i tidningar på det viset framöver. Det har bara varit kvar för att göra en smidig övergång för människor som fortfarande vill bläddra i en tidning. Och ha alla artiklar och reklam framför sig, det är inte intressant, utan jag gå in och tar det jag behöver. Jag ser rubriken och därifrån går jag, jag vill inte skumma igenom sida efter sida. Det kommer att bli det stora framöver, folk vill inte läsa för mycket utan man vill ta rubrikerna, man vill kunna välja själv vad man vill läsa. E-tidningen blir ju mer, ”vi ska tala om för dig vad du ska läsa”. Då måste du vara beredd att gå från pärm till pärm för att kunna hitta allting. Det finns ju ingen innehållsförteckning där.”

Oppositionsrådet

När papperstidningen dör ut finns det många alternativ till att ersätta den. Oppositionsrådet har reagerat på att e-tidningen är statisk, och jag håller med om att det är en dålig idé att behålla den i det skicket som den är designad idag. Det finns många enklare sätt att presentera nyheterna, där de delas in efter intresseområden. Samtidigt fortsätter då fragmenteringen genom att folket splittras även inom samma app. En kanske bara läser sporten medan en annan bara läser nöje, och ingen av dem får ta del av viktig information exempelvis inför valet 2018. Mediekonsumenterna blir allt kräsnare i en medievärld som har oändliga val att erbjuda. Jag är själv uppväxt med Sveriges Radio och SVT 1 och 2, i en tid när alla såg samma serier, samma nyheter och samma underhållningsprogram. Den sociala tillhörigheten var stor eftersom vi konsumerade samma medier men idag är det mer som namnet till det gamla barnprogrammet, *”Vilse i pannkakan”*, vi är separerade från varandra i små grupper på grund av den stora spridningen i medieanvändningen.

7 Fortsatt forskning

Medieutvecklingen fortsätter att skörda offer i Sverige och det leder till en morgontidningsfattigare värld. Att fortsätta att fördjupa sig i vad som händer när tidningar och lokalredaktioner försvinner vore intressant.

Studien är upprepningsbar eftersom det går att ta med frågorna och åka till en annan kommun och leta upp motsvarande professioner och ställa samma frågor. I Ånge eller i någon annan kommun skulle det gå att rikta studien till andra respondenter och se hur medieskuggan påverkar dem. Det skulle vara intressant att höra hur olika organisationer, idrottsföreningar, affärsföreningar och andra företagarföreningar upplever medieutvecklingen och om de som organisation eller var och en för sig får något utrymme i tidningen.

Ett sätt att fortsätta på den här studien skulle vara att undersöka mediernas närvaro i Ånge kommun av Radio Västernorrland och Mittnytt. Ett annat sätt skulle vara att göra en innehållsanalys av lokalsidorna i Sundsvalls Tidning och Dagbladet för tio år sedan och se om det är mer eller mindre, eller bättre eller sämre innehåll mot idag när Ånge-sidan är borta och Dagbladet har lagts ner.

Om jag skulle ha gjort någonting annorlunda hade det varit att efter första två intervjuerna, stannat upp och gått igenom materialet, gjort en första analys och letat efter det mest intressanta. Då hade jag skulle ha kunnat fokusera på det i de andra intervjuerna och det hade medfört ett mindre material att bearbeta. (Ahrne & Svensson, 2016:53)

8 Referenser

Litteratur:

Andersson, Ulrika & Weibull, Lennart, (2017), *Litar vi på medierna?* I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarsson (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

Deuze Mark, (2011), *Media Life*, Sage.

Dragolov, Gergi, Ignác Zsófia, Lorenz Jan, Delhey Jan & Boehnke Klaus ,(2013). *Social Cohesion Raddar. Measuring Common Ground. An International Comparison of Social Cohesion*. Gütersloh: Berterlsmann Stiftung.

Esaiasson Peter, Gilljam Mikael, Oscarsson Henrik. Towns Ann, Wängnerud Lena,(2017), *Metodpraktikan – Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer Sverige AB.

Fredriksson, Magnus, Pallas Josef, (2013), *Med synlighet som ledstjärna, en analys av vilka principer som styr kommunikationsarbetet i nationella förvaltningsmyndigheter*. Division of media and communication science research report 2013:1, Uppsala Universitet, Uppsala.

Leckner, Sara, Tenor Carina & Nygren Gunnar, (2017), *What about the hyperlocals? The drivers, organization and economy of independent news media in Sweden*. Journalism Practice.

Newman Nic, Dutton William H, Blank Grant, (2012), *“Social media in the changing ecology of news: The fourth and fifth estates in Britain.”* International journal of internet science 7(1) s. 6-22.

Nord Lars & Gunnar Nygren, (2002), *Medieskugga*, Atlas, Bjärnums Tryckeri.

Nygren Gunnar & Kajsa Althén, (2014), *Landsbygd i medieskugga – nedmontering av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*, Södertörns högskola Journalistik, E-print Stockholm.

Nygren Gunnar, Leckner Sara & Tenor Carina, (2017), *Hyperlocals and legacy media - media ecologies in transition*, Nordicom review.

SOU 1975:79 *Svensk Press. Pressens funktioner i samhället*. En forskningsrapport från 1972 års pressutredning. Stockholm 1975.

SOU 2016:30 *Människorna, medierna & marknaden*, Medieutredningens forskningsantologi om en demokrati i förändring. Stockholm 2016.

Strömbäck Jesper ,(2013), *Svenska framtidsutmaningar: Slutrapport från regeringens Framtidskommission*, Departementsserie 2013:19

Strömbäck Jesper, (2016), *Stabilitet i en föränderlig värld – medieanvändning och social sammanhållning*. I Andersson Ulrika, Ohlsson Jonas, Ekengren, Oscarsson Henrik, Oscarson Maria, (red) *Larmar och gör sig till*, SOM-insitutet, Göteborgs Universitet.

Strömbäck Jesper ,(2013), *Svenska framtidsutmaningar: Slutrapport från regeringens Framtidskommission*, Departementsserie 2013:19

Strömbäck Jesper & Nord Lars (red), (2013), *Kampen om opinionen*, SNS-förlag, Stockholm.

Svensson Peter & Ahrne Göran, (2015), Att designa ett kvalitativt forskningsprojekt. I Ahrne Göran & Svensson Peter (red), *Handbok i kvalitativa metoder*, Liber AB, Stockholm.

Wadbring Ingela & Hedman Ulrika, (2011), Ökad polarisering i morgontidningsläsningen, I Holmberg Sören, Weibull Lennart & Oscarsson Henrik (red), *Lycksalighetens ö*, SOM-institutet, Göteborgs Universitet.

Länkar:

27/3 2012 <http://www.st.nu/medelpad/ange/st-lagger-ner-sin-angeredaktion>

19/2 2015 <http://www.st.nu/medelpad/sundsvall/beskedet-dagbladet-laggs-ner>

21/9 2016 <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=110&artikel=6521059>

28/9 2017 hämtad information https://sv.wikipedia.org/wiki/%C3%85nge_kommun

25/9 2017 Urklipp från Sundsvalls Tidning, intervju med chefredaktör Karin Näslund.

9 Frågemall till respondenterna

Bilaga 1

Tema 1: Medieutveckling

Gav en introduktion om den här studien om medieutvecklingen innan frågorna ställdes.

1. Hur ser du på medieutvecklingen i Ånge idag?
2. Hur har den påverkat ditt arbete?
3. Hur var den för tio år sedan?
4. Hur har den förändrats?

Tema 2: Medieskugga

Berättade om vad en geografisk medieskugga är, innan frågorna om det begreppet ställdes.

1. Hur ser du på Ånges situation, har kommunen kommit i en geografisk medieskugga?
2. Hur tycker du att sköter tidningen bevakningen av kommunen?

Tema 3: Medieanvändning och social sammanhållning

Berättade om den sociala medieskuggan och hur människor splittrades när de inte konsumerade samma medier, innan frågorna om det begreppet ställdes.

1. Hur tror du att medieanvändningen påverkar den sociala sammanhållningen?
2. Hur ser du på den sociala medieskuggan?
3. Prenumererar du på en morgontidning? Vilken och i vilken form i så fall?
4. Vilka andra nyheter konsumerar du?
5. Hur är din relation till sociala medier? Använder du dem och i så fall vilka?

Tema 4: Information till medborgarna

Berättade om mediernas uppdrag att informera innan frågorna ställdes.

1. Hur ser informationskanalerna ut idag från Ånge kommun till invånarna? Hur får du som politiker/tjänsteman ut informationen till medborgarna?
2. Har de förändrats under de sista 10 åren?
3. Hur sköter tidningen sitt uppdrag att informera medborgarna?
4. Har du någonting att tillägga?

Tema 1: Medieutveckling**Hur ser du på medieutvecklingen i Ånge idag?**

Jag ville veta hur respondenterna hade för egen syn på medieutvecklingen, om de över huvud taget tänkte i de banorna i sina professioner. De flesta av de tillfrågade förväntade jag mig vara medietränade.

Hur har den påverkat ditt arbete?

Jag ville veta hur medieutvecklingen hade påverkat deras arbete.

Hur var den för tio år sedan?

Jag ville veta vilken medieutveckling som var för tio år sedan innan de här nedläggningarna.

Hur har den förändrats?

Jag ville veta vad som har hänt under tiden.

Tema 2: Medieskugga**Hur ser du på Ånges situation, har kommunen kommit i en geografisk medieskugga?**

Jag ville ha svaret om medieskugga direkt från dem själva. Det var viktigt att få ringa in problemet och ställa frågor kring medieskugga.

Hur tycker du att tidningen sköter bevakningen av kommunen?

Jag ville veta ur tjänstemännens och politikernas syn, hur de ser på Sundsvalls tidnings bevakning. Jag ville veta hur de sköter sitt uppdrag.

Tema 3: Medieanvändning och social sammanhållning**Hur tror du att medieanvändningen påverkar den sociala sammanhållningen?**

Jag ville veta enligt Strömbäck hur medieanvändningen och sociala sammanhållningen höll samman.

Hur ser du på den sociala medieskuggan?

Jag ville veta om de trodde att kommunen var i en social medieskugga.

Prenumererar du på en morgontidning? Vilken och i vilken form i så fall?

Jag ville veta hur deras egna mediavanor såg ut.

Vilka andra nyheter konsumerar du?

Jag ville höra om de satte sig själva i en social medieskugga samt höra vilka nyheter som har fått fäste i var och en.

Hur är din relation till sociala medier? Använder du dem och i så fall vilka?

Jag ville veta hur deras medievanor såg ut på sociala medier.

Tema 4: Information till medborgarna**Hur ser informationskanalerna ut idag från Ånge kommun till invånarna? Hur får du som politiker/tjänsteman ut informationen till medborgarna?**

Jag ville veta hur de arbetar för att få ut sin information.

Har de förändrats under de sista 10 åren?

Jag ville veta hur informationskanalerna var för 10 år sedan.

Hur sköter tidningen sitt uppdrag att informera medborgarna?

Jag ville se hur tidningen sköter sitt uppdrag med att informera.