På nyhetsmediernas agendor

AV JESPER STRÖMBÄCK

- en studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV

Studier i Politisk Kommunikation nr 18 · 2008

Demokratiinstitutet och Studier i Politisk Kommunikation

DEMOKRATIINSTITUTET DEMICOM är ett forskningsinstitut vid Mittuniversitetet i Sundsvall, inriktat på medierelaterad demokratiforskning, demokratirelaterad medieforskning och den politiska kommunikationen mellan medborgare, medier och politiker.

Syftet med rapportserien **STUDIER I POLITISK KOMMUNIKATION** är att sprida aktuell teoretisk och empirisk forskning samt bidra till en kvalificerad debatt om den politiska kommunikationen och dess betydelse för demokratin och dess sätt att fungera.

Rapportserien är öppen för såväl forskare och studenter som praktiker med erfarenheter av samspelet mellan medier, politiker och medborgare. Den som har ett bidrag som hon vill få publicerat i rapportserien är välkommen att kontakta dess redaktör.

Demokratiinstitutet
851 70 Sundsvall

Forskningsledare vid Demokratiinstitutet
Redaktör rapportserien
Jesper Strömbäck
Telefon 060-14 86 17
E-post jesper.stromback@mh.se

Webbadress: www.demokratiinstitutet.com

Författare: Jesper Strömbäck
Titel: På nyhetsmediernas agendor. En studie av hot och risker i det svenska nyhetsurvalet i morgonpress, kvällspress och TV
ISRN DMI-FoU-46-SE

Innehållsförteckning

	sidan
Förord	**4**
Inledning	**5**
Falska alarm?	**6**
Nyhetsvärdering och nyhetsurval	**9**
Undersökningsmetod och material	**15**
På nyhetsmediernas agenda	**17**
Betydelsen av närhet	**20**
Nyheterna som eliternas arena	**23**
Personifiering, konkretion, räckvidd och överraskning	**27**
Negativa nyheter?	**32**
Hot och risker på agendan	**36**
Sammanfattning och vidare analys	**40**
Litteraturförteckning	**47**

Förord

Nästan varje dags möts vi i medierna av nyheter som på olika sätt handlar om hot, risker och kriser. Det kan handla om terrorism, global uppvärmning, våld eller cancer – den gemensamma nämnaren är att det handlar om företeelser som är eller kan vara farliga, och att medierna utgör den främsta källan till information och kunskap om dem.

Ändå har betydelsen av hot, risker och kriser intagit en undanskymd position i den forskning som handlar om mediernas nyhetsvärderingar och nyhetsurval. Även om det finns ett flertal studier som handlar om hur medierna bevakar specifika skeenden som präglas av hot och risker eller kriser, finns det en brist på forskning om vad som präglar normaljournalistiken och vilken betydelse hot, risker och kriser har i det sammanhanget.

Mot den bakgrunden är det övergripande syftet med den här rapporten att undersöka vad som utmärker nyhetsurvalet i ledande svenska nyhetsmedier, med särskilt fokus på hur framträdande nyheter om hot och risker är i nyhetsurvalet. De nyhetsmedier som ingår i undersökningen är Rapport, Aktuellt, TV4 Nyheterna, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen och Aftonbladet, och totalt sett omfattar innehållsanalysen mer än 7000 artiklar och inslag.

Rapporten är en av flera delrapporter inom ramen för forskningsprojektet ”Hot på agendan”, som finansieras av Krisberedskapsmyndigheten och som bedrivs av Demokratiinstitutet vid Mittuniversitetet i samarbete med forskare vid JMG, Göteborgs universitet.

För rapportens innehåll och slutsatser svarar författaren själv.

LARS NORD
Föreståndare
Demokratiinstitutet DEMICOM

Om författaren

JESPER STRÖMBÄCK är Lubbe Nordström professor i journalistik samt professor i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning mot politisk kommunikation vid Mittuniversitetet i Sundsvall. Han är även forskningsledare vid Demokratiinstitutet DEMICOM. Han har tidigare skrivit en rad böcker, kapitel och tidskriftsartiklar om politisk kommunikation och journalistik. Mer information finns på www.jesperstromback.com. Författaren nås på e-post jesper.stromback@mh.se

Inledning[1]

Terrorism, global uppvärmning, översvämningar, orkaner, strålning från mobiltelefoner, mat som ökar cancerrisken, gatuvåld… nästan varje dag möts vi i medierna av nyheter som på olika sätt handlar om hot, risker och kriser. I regel handlar det om sådant som vi saknar tillräckliga erfarenheter eller kunskaper av för att kunna göra självständiga bedömningar. Hur kan man som vanlig medborgare på egen hand avgöra om det verkligen är farligt att använda mobiltelefoner på grund av strålning, om den ena eller den andra maten ökar risken för cancer, eller hur stor risken är för en global uppvärmning med fler naturkatastrofer som följd?

Det enkla svaret är att de flesta av oss inte kan avgöra svaret på dessa och liknande frågor. Istället är vi beroende av information från andra, i första hand nyhetsmedierna. Det gäller för övrigt i princip allt som handlar om samhälle och politik i vid mening (Nord & Strömbäck, 2005). Modern informationsförmedling är medierad – den förmedlas via medier av olika slag (Asp, 1986; Bennett & Entman, 2001; Strömbäck, 2004). I den meningen är det missvisande att se nutida samhällen som informationssamhällen. Snarare bör de karaktäriseras som andrahands-, tredjehands- eller fjärdehandsinformationssamhällen (Carlsson, 1998; Strömbäck, 2001).

Samtidigt finns det en pågående diskussion om att den framskridna moderniteten har skapat inte bara ökat välstånd, utan också risker som ”massproduceras av det industriella framstegsmaskineriet och ökar systematiskt med dess vidareutveckling”, för att citera sociologen Ulrich Beck (1998, sid. 33). Enligt honom har det moderna samhället utvecklats till, eller ersatts av, ett ”risksamhälle”.

Objektivt existerande hot risker är en sak; hur hot och risker uppfattas av olika aktörer – deras riskperceptioner – är en annan. Den medierade bilden av hot och risker – hur ofta och på vilka sätt nyhetsjournalistiken uppmärksammar olika former av hot och risker – är en tredje dimension. Det kan dock antas att det finns ett samband mellan hur medierna rapporterar om hot och risker och hur dessa uppfattas av människor, med tanke på den forskning som visar att medierna kan utöva avsevärd makt över såväl vad människor uppfattar som viktiga frågor (McCombs, 2006; Wanta & Ghanem, 2007) som hur människor uppfattar det som nyheterna handlar om (Callaghan & Schnell, 2005; Iyengar, 1991; Reese, Gandy & Grant, 2001).

Möjligen har medierna särskilt stor förmåga att påverka människors uppfattningar när rapporteringen handlar om hot och risker, i och med att människor i regel både uppmärksammar och kommer ihåg negativ information i större utsträckning än positiv information (Reeves & Nass, 1996). Det är dessutom en förklaring till varför medierna fokuserar på hot och risker: det ökar sannolikheten att människor ska läsa artiklarna och ta del av nyhetsinslagen. I en tid när konkurrensen om människors uppmärksamhet är

[1] Jag vill rikta ett stort tack till i första hand två personer för deras hjälp med de undersökningar som ligger till grund för den här rapporten. I första hand vill jag tacka Ulf Wallin, som innehållsanalyserat de tusentals artiklar som ingår i undersökningen och som läst och gett konstruktiva kommentarer till rapporten. Jag vill även rikta ett stort tack till Adam Shehata, som har hjälpt mig med viktiga delar av den statistiska analysen.

hårdare än någonsin förr, och allt mer kommersialiserade medier är beroende av framgång i konkurrensen om människors uppmärksamhet för att vara ekonomiskt framgångsrika, vore det logiskt om hot och risker fick ökat utrymme i medierna.

Olika former av hot och risker kan med andra ord antas vara framträdande i nyhetsurvalet. Av detta märks emellertid inte mycket i den hittillsvarande forskningen kring nyhetsvärdering och nyhetsurval, och vare sig hot eller risker nämns explicit i de mest framträdande formlerna för hur nyheter värderas. Beror det på att nyheter om hot och risker trots allt inte är särskilt framträdande i nyhetsmedierna, eller finns det skäl att revidera de inom forskningen etablerade uppfattningarna om vad som utmärker nyhetsurvalet?

En sådan fråga kan bara besvaras genom ny systematisk forskning kring vad som utmärker de nyheter som publiceras i tidningar och sänds i radio och tv. För att sådan forskning ska kunna fånga den relativa betydelsen av hot och risker i förhållande till andra faktorer som påverkar vad som blir nyheter, är det vidare angeläget att utforma en sådan studie så att den försöker fånga vad som generellt kännetecknar nyhetsurvalet.

Mot den bakgrunden är det övergripande syftet med den här studien att undersöka vad som utmärker nyhetsurvalet i ledande svenska nyhetsmedier, med särskilt fokus på hur framträdande nyheter om hot och risker är i nyhetsurvalet.

Rapporten ingår i forskningsprojektet ”Hot på agendan. En studie av nyhetsprocesser i samband med risker och kriser”, som finansieras av Krisberedskapsmyndigheten och bedrivs av Demokratiinstitutet vid Mittuniversitetet. Den här rapporten är en av sammanlagt sex rapporter som tillsammans utgör slutredovisningen av det forskningsprojektet.

Falska alarm?

Världen är en farlig plats, full av hot och risker, och det finns all anledning för människor att vara på sin vakt. Terrorism, global uppvärmning, cancer, aids, brottslighet, fågelinfluensa – listan över företeelser som kan vara hotfulla och som det kan finnas anledning att vara rädd för – kan göras lång. Det finns också indikationer på att människor idag känner sig mer hotade och utsatta än förr, även om det finns få undersökningar över tid som entydigt kan klarlägga trender. Klart är i alla fall att många känner sig oroade inför olika företeelser i samhället. Hösten 2006 uppgav exempelvis 48 procent att de känner sig mycket oroade för miljöförstöringen, 44 procent för terrorismen, 38 procent för den organiserade brottsligheten, 36 procent för förändringar i jordens klimat, 25 procent för ökade sociala klyftor och 14 procent för globala epidemier (Holmberg & Weibull, 2007, sid. 21). Vid samma tid sade sig 44 procent av kvinnorna och 28 procent av männen vara oroade för strålningsrisken med mobiltelefoner (Bolin, 2007, sid. 406).

Trots att människor i moderna västländer som Sverige generellt sett har det materiellt bättre än någonsin förr är oron med andra ord stor. Detta är, enligt mediesociologen David Altheide (2002, sid 6), en av vår tids största paradoxer:

> *There is a major paradox of our time. The same citizens – older and more affluent – who are living longer, with more secure and comfortable lifestyles than at any other time in history, are also the ones who express the most fear and uncertainty about life.*

Enligt Altheide är en viktig – kanske den viktigaste – förklaringen till den här paradoxen mediernas fokusering på hot, risker och kriser av olika slag. Åtminstone i USA, där hans undersökningar visar att medierna numera fokuserar mer på hot, risker och rädsla än förr. I ABC news, ett av de viktigaste nyhetsprogrammen i USA, ökade exempelvis antalet referenser till ”rädsla” (fear) med 173 procent mellan 1985 och 1994 (Altheide, 2002, sid. 38). På samma sätt skriver Aaron Cohl (1997, sid. 8) att: ”Our society has become so focused on risks and fears that we really are scaring ourselves to death”. Formuleringen må vara tillspetsad, men hans poäng är att våra rädslor och vår oro begränsar oss och hindrar oss från att göra rationella riskbedömningar och leva våra liv fullt ut. Hans poäng är också att skulden för detta till stor del måste läggas på medierna, eftersom det är därifrån människor hämtar information och eftersom de ständigt fokuserar på – och överdriver – olika hot och risker.

Medierna agerar dock aldrig i ett vakuum, och mediernas effekter är alltid ett resultat av ett samspel mellan mediernas innehåll och mediepublikernas kognitiva resurser, predispositioner och perceptioner. Exempelvis visar forskning att mediernas dagordningsmakt hänger samman med vilket behov av orientering människor har: människor med ett stort behov av orientering är mer mottagliga för mediernas dagordningsmakt än vad människor med ett litet behov av orientering är. Behovet av orientering hänger i sin tur samman med graden av osäkerhet och graden av relevans (Weaver, 1980; McCombs, 2006). Forskning kring mediernas effekter och påverkan har också visat att medieinnehållet alltid och på en mängd olika sätt interagerar med och filtreras av människors kognitiva resurser, predispositioner och perceptioner – kanske särskilt när det handlar om hur människors perceptioner av verkligheten formas (Eveland & Glynn, 2008; Graber, 1988; Perse, 2001). Det är inte minst relevant när det handlar om medierapporteringen kring hot och risker, eftersom våra hjärnor är skapade på ett sätt som gör att vi uppmärksammar och kommer ihåg negativ information på ett annat sätt än positiv information:

> *Negative events grab attention. […] Negative information demands more attention because it is consequential. Failures to heed warnings, flee, or prepare a defense are horrible errors, perhaps even fatal ones. Behavioral decisions related to each need consideration, and quickly. A missed opportunity, however, is much less consequential. We´ll live another day, and there will be other opportunities (Reeves & Nass, 1996, sid. 120).*

Att människor tenderar att både uppmärksamma och komma ihåg negativ snarare än positiv information är en viktig förklaring till varför medierna uppmärksammar hot, risker och kriser: det leder till framgång i konkurrensen om människors uppmärksamhet. Det är också en viktig förklaring till varför nyheter om hot, risker och kriser kan leda till att människor blir rädda, oroade eller bara osäkra: om man uppmärksammar och kommer ihåg nyheter om hot, risker och kriser snarare än nyheter som handlar om sådant som går bra eller

som inte är farligt, är det kanske inte så märkligt om människor blir oroade av nyheterna.

För att ta ett mer konkret exempel som kopplar samman diskussionen med forskningen kring nyhetsvärdering och nyhetsurval: Nyheterna speglar aldrig verkligheten som den är. Eftersom mediernas format är begränsade medan verkligheten är obegränsad bör nyheterna alltid ses som sociala konstruktioner av verkligheten (Bennett, 2003; Shoemaker & Reese, 1996; Tuchman, 1978). De sociala konstruktionerna är resultatet av en lång rad redaktionella val: vilka frågor eller ämnen ska uppmärksammas, vilka källor ska intervjuas, hur ska nyheterna vinklas, vilka ord ska användas, vad ska lyftas fram i rubrikerna, och så vidare (Johansson, 2008; Nord & Strömbäck, 2005). I första ledet innebär detta att sannolikheten att något ska lyftas fram och bli journalistiska nyheter är större för vissa händelser än för andra. Att brottsligheten ökar är exempelvis en ”bra” nyhet i den meningen att det handlar om en viktig fråga, det är dramatiskt och ökande brottslighet ställer krav på åtgärder och handling. Sådana nyheter kan dramatiseras på ett sätt som gör dem tacksamma att rapportera om. ”Brottsligheten ökar” är därför en bättre nyhet än ”Brottsligheten minskar”. I det andra ledet är sannolikheten stor att människor uppmärksammar och kommer ihåg nyheter om att ”Brottsligheten ökar” jämfört med nyheter om att ”Brottsligheten minskar”. I det tredje ledet leder det till sannolikt till att människor överskattar hur omfattande brottsligheten är, vilket i det fjärde ledet kan leda till ökad rädsla för brottsligheten.

Resultatet kan bli att människor går omkring och oroar sig utan att det finns fullt ut rationella skäl för det. I det sammanhanget har medierna ett ansvar, antingen därför att medierapporteringen är missvisande – saker och ting är inte så farliga eller så allvarliga som medierna framställer det som – eller därför att nyhetsvärderingarna och nyhetsurvalet gör att den bild av verkligheten som medierna erbjuder inte överensstämmer med verkligheten – även om nyheterna i sig är korrekta, bidrar urvalet av nyheter till att den bild av verkligheten som förmedlas inte stämmer överens med verkligheten. Om man liknar journalister vid kartritare, kan kartan bli fel antingen därför att proportionerna inte stämmer eller därför att vissa delar utelämnas helt.

Ökad rädsla och oro kan i sin tur skapa en efterfrågan på fler nyheter som bekräftar att rädslan och oron är befogad. Enligt läkaren och docenten Marc Siegel (2005, sid. 7-8) kan man till och med likna rädslan och oron vid en smittsam infektion: ”In examining fear […] I have discovered that the disease model for infection and epidemic fits fear the best. Fear is physiological, but today fear has become pathological. It spreads via distorted hype to those who may not have been worried in the first place”. Och han fortsätter (sid. 17):

> *The mass media tend to magnify the latest health concern and broadcast it to millions of people at once. This has the effect of elevating an issue to a grand scale and provoking panic out of proportion to the risk. I call this phenomena the 'bug du jour'.*

Här kan man återkoppla till Cohl's resonemang om ”scaring ourselves to death”: själva rädslan och oron kan göra oss sjuka både fysiskt och mentalt och därmed bli ett hälsoproblem minst lika stort som många av de saker som

människor oroar sig för (se även Eberhard, 2006). Förklaringen till detta är i grunden enkel: Det som är avgörande för hur människor mår, tänker och handlar är aldrig verkligheten i sig själv, utan perceptionerna av verkligheten. De perceptionerna bygger i sin tur till stor del på sådan information vi hämtar från medierna, och den informationen är aldrig fullt ut rättvisande.

Ett problem med mediernas rapportering kring hot, risker och kriser är att medierna *förstärker* människors rädsla och oro på ett – i förhållande till verkligheten – obefogat sätt. Med den amerikanske mediesociologen Michael Schudsons ord (2003, sid. 29): ”When the media offer the public an item of news, they confer on it public legitimacy. […] They not only distribute the report of an event or announcement to a large group, they amplify it”. Denna förstärkningsprocess sker givetvis inte isolerad från den omgivande verkligheten, utan i samverkan med myndigheter, företag, intressegrupper och experter som legitimerar och kan ha något att vinna på att människor är oroade och rädda (Kasperson et al., 2003; Siegel, 2005). Ett minst lika stort problem kan emellertid vara att andra risker och hot *underskattas*, därför att medierna inte rapporterar om dem.

Frågan om hur medierna värderar och väljer ut nyheter som handlar om hot, risker och kriser är därmed central både därför att dessa processer är avgörande för vilken information människor har tillgång till när de formar sina verklighets- och riskperceptioner, och därför att människor påverkas av såväl vad medierna rapporterar om som hur medierna beskriver eller gestaltar verkligheten. Även om mediernas makt inte ska överskattas (Schudson, 2003), ska den heller inte underskattas.

Nyhetsvärdering och nyhetsurval

Frågan om vad som egentligen är en nyhet är i sig ingen ny fråga, utan den har sannolikt ställts så länge det har funnits nyhetsmedier och nyhetsjournalistik. Från journalistiskt håll hävdas det ibland att en sådan fråga inte går att besvara: det finns ingen given definition av vad som är journalistiska nyheter. Snarare är nyheter resultatet av de redaktionella arbetsprocesserna, ”the outcome of a practice we call journalism”, som Michael Oreskes vid New York Times har uttryckt det (2000, sid. 102).

En sådan förklaring väcker dock lika många frågor som den ger svar, eftersom det inte finns någon given eller självklar definition av vad som är journalistik (Kovach & Rosenstiel, 2007; Schudson, 2003). Innebörden av journalistik är dessutom historiskt bestämd och därför föränderlig; samtidigt som det finns mycket som förenar journalister och journalistik i olika länder och över tid, finns det mycket som skiljer (Campbell, 2004; Hallin & Mancini, 2004).

Två begrepp som ändå är mycket centrala i sammanhanget är *nyhetsvärdering* och *nyhetsurval*. Ofta blandas de ihop, men konceptuellt sett handlar begreppen om olika aspekter av nyhetsprocesserna. Nyhetsvärdering handlar ytterst om hur möjliga nyheter värderas i de redaktionella arbetsprocesserna, medan nyhetsurval handlar om vad som i slutändan publiceras som journalistiska nyheter (Nord & Strömbäck, 2005; Shoemaker & Cohen, 2006). Även om det finns ett samband mellan nyhetsvärdering och

nyhetsurval, är det fullt möjligt att nyheter publiceras även om de inte värderas särskilt högt (Johansson, 2008; Nord & Strömbäck, 2005). Omvänt är det fullt möjligt att nyheter som normalt sett värderas högt av nyhetsredaktionerna inte publiceras, kanske beroende på att man redan har rapporterat så mycket om just det ämnet att en mättnad har uppstått.

Nyhetsurvalet styrs med andra ord inte enbart av nyhetsvärderingarna, utan påverkas av en lång rad faktorer där även slumpen kan spela en betydande roll (Johansson, 2008; Nord & Strömbäck, 2005). Vissa dagar finns det exempelvis många nyheter som värderas högt i de redaktionella nyhetsvärderingsprocesserna, medan det under andra dagar råder en brist på ”bra nyheter”. I det förra fallet kan även nyheter som i normala fall skulle värderas som ”bra nyheter” väljas bort eller endast tas med som ett kortare telegram eller en notis; i det senare fallet kan även nyheter som i normala fall skulle värderas som mindre ”bra nyheter” eller till och med ”dåliga nyheter” ges en framträdande plats. I linje med detta konstaterade en större internationell studie under ledning av Pamela Shoemaker och Akiba Cohen (2006, sid. 337) nyligen att:

> *Our assumption that what is covered most prominently by the news media is also the most newsworthy is in question. News is a social artifact: the product, the output of journalistic routines that is made available to the audience, and therefore news is what we studied in our content analyses, not newsworthiness as we had assumed. In contrast, newsworthiness is a cognitive concept, a mental judgment made by individual people, and therefore our focus group data – both quantitative and qualitative – measure newsworthiness. Therefore a major finding of our study is that what people – even journalists – think is newsworthy is not necessarily what becomes news.*

Kombinerar man begreppen nyhetsvärde och nyhetsurval ges fyra möjliga utfall, vilket illustreras av tabell 1 (se Nord & Strömbäck, 2005). Traditionellt har forskningen kring nyhetsvärdering och nyhetsurval med några undantag utgått från fält 1 och fokuserat på gemensamma faktorer av betydelse för de nyheter som valts ut för publicering. Utifrån innehållsanalytiska studier har slutsatser dragits som handlat om de bakomliggande nyhetsvärderingarna. Samtidigt har forskningen i stort sett negligerat fält 4, som handlar om sådant som vare sig publiceras eller anses ha ett högt nyhetsvärde. Även om det i förstone kan förefalla självklart att välja bort studier av sådant som inte har publicerats, är det vid närmare eftertanke och ur ett nyhetsvärderingsperspektiv högst motiverat att även studera händelser som väljs bort i de redaktionella arbetsprocesserna. Det kan ge värdefull kunskap om *varför* dessa händelser har valts bort. Forskningen har i stort även negligerat studier där medierna inte har publicerat nyheter trots att de kan anses ha ett högt nyhetsvärde (fält 3) och där nyhetsmedierna har publicerat nyheter trots att de inte anses ha ett högt nyhetsvärde (fält 2).

Figur 1. Nyhetsvärde och nyhetsurval.

		Nyhetsvärde	
		Ja	Nej
Nyhetsurval	Ja	1	2
	Nej	3	4

Det finns utifrån detta skäl att vara kritisk mot tidigare forskning kring nyhetsvärdering och nyhetsurval, dels eftersom begreppen ofta blandas samman och dels eftersom den varit för ensidigt inriktad mot innehållsanalytiska studier av nyhetsurvalet. Det gäller särskilt för svenska förhållanden, där studier av redaktionella arbetsprocesser hör till undantagen (se dock Ekström & Nohrstedt, 1996; Johansson, 2008; Löfgren-Nilsson, 1999).

I det här föreliggande projektet ingår därför en del som handlar om de redaktionella nyhetsvärderingsprocesserna, vilken redovisas i en separat rapport (Johansson, 2008). Fokus i just den här rapporten ligger dock på nyhetsurvalet, och hur framträdande som nyheter om hot och risker är i det svenska nyhetsutbudet.

Tre styrfält

I det sammanhanget finns det en rad tidigare studier som sökt besvara frågan om vilka karaktärsdrag som utmärker nyheter alternativt vilka kriterier potentiella nyheter ska leva upp till för att bli publicerade. På en övergripande och grundläggande nivå hävdar Gans (1980, sid. 147) att nyheter kan väljas antingen därför att de är *viktiga* eller *intressanta*, även om idealet är att de viktiga nyheterna också är intressanta. Johansson (2004, 2008) beskriver detta som två särskilt viktiga *styrfält* (se även Jönsson & Strömbäck, 2007).

Intresse som styrfält handlar om föreställningar om vad publiken vill ha, det vill säga sådant som medierna tror att deras publiker är intresserade av. Detta kan ses som ett marknadsmässigt styrfält där föreställningar om *efterfrågan* står i centrum. Är publiken intresserad av sportnyheter, brottsnyheter eller lokala nyheter, då bör medierna tillhandahålla sådana nyheter.

Vikt som styrfält handlar om föreställningar om vad publiken bör ta del av, det vill säga sådant som medierna anser att det är viktigt att deras publiker känner till. Detta kan enligt Johansson (2004) ses som ett ideologiskt färgat styrfält, där ideologi ska tolkas som normativa föreställningar gällande nyheter. Det kan också ses som ett marknadsmässigt styrfält där *utbudet* står i centrum. Oavsett vilket bör medierna ur det här perspektivet ”förse medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor” (SOU 1995:37, sid. 159), även om publikerna skulle vara mer intresserade av annat medieinnehåll eller andra former av nyheter.

Föreställningar om såväl vikt som intresse hänger samman med en rad andra faktorer på en lägre nivå, exempelvis geografisk, social och tidsmässig närhet, hur samhällets eliter agerar, graden av överraskning och graden av sensation. Olika forskare har använt olika terminologier för att beskriva dessa faktorer, men de vanligaste benämningarna är nyhetsvärderingskriterier, nyhetsvärden eller nyhetsfaktorer. Olika forskare har också listat olika nyhetsfaktorer, om vi nu väljer att huvudsakligen använda den benämningen, som de menar är särskilt framträdande eller viktiga. I tabell 1 har några av de viktigaste teorimodellerna på området samlats (se även Campbell, 2004, sid. 117-123).

Tabell 1. Urval teorimodeller avseende särskilt viktiga nyhetsvärderingskriterier.

Galtung & Ruge (1973)	Gans (1980)	McManus (1994)
Frequency	Importance	Timeliness
Threshold	Interesting	Proximity
Unambiguity		Consequence
Meaningfulness/relevance	Novelty	Human interest
Consonance	Quality	Prominence
Unexpectedness	Balance	Unusualness
Continuity		Conflict
Composition	Format considerations	Visual quality
Elite nations		Amusement
Elite people		Topicality
Personification		
Negativity		

Även om det finns skillnader mellan de olika teorimodellerna är det mycket som förenar, och ju mer en potentiell nyhet karaktäriseras av dessa nyhetsfaktorer, desto större är sannolikheten att den blir en journalistisk nyhet och får betydande uppmärksamhet i medierna – åtminstone teoretiskt. Det handlar emellertid inte nödvändigtvis om objektiva egenskaper hos de potentiella nyheterna, utan också om hur de kan anpassas eller omformas för att passa medierna och deras olika format. Ett bra exempel på det är TV-mediets behov av bra bilder; huruvida en händelse blir en nyhet kan många gånger vara beroende av om det finns bra bilder eller inte. Det gäller kanske inte de allra viktigaste eller de allra mest intressanta nyheterna, men nyheter som är något lägre prioriterade (Johansson, 2008).

I det sammanhanget är teorin om en specifik form av medielogik central. Enligt den teorin beror ett mediums innehåll ytterst på vilket medieinnehåll som passar ett mediums format, dess organisation, interna arbetsvillkor, normer och behov av uppmärksamhet (Altheide & Snow, 1979, 1991). Medierna själva och deras behov – formade av ett samspel mellan teknologiska villkor och förutsättningar, organisatoriska och institutionella faktorer, mediepublikerna och konkurrensen med andra medier om publikernas uppmärksamhet, samt politiska och ekonomiska aktörer – snarare än verkligheten i sig är det som styr vad medierna rapporterar om och hur

medierna formar rapporteringen. Det är den ena sidan av myntet. Den andra sidan av myntet handlar om att medierna har blivit så centrala i moderna samhällen, att aktörer som behöver medierna för att kommunicera med folket måste anpassa sig till medierna och medielogiken. Därmed uppstår en dubbel omformning av verkligheten: Först anpassar sig politiska och andra sociala aktörer till medierna och medielogiken, och sedan omformar medierna det som nyheterna handlar om för att ytterligare passa medielogiken. Enligt Altheide och Snow, som ursprungligen formulerade teorin om medielogiken, leder detta till att ”den organiserade journalistiken är död”. För det första handlar journalistik enligt dem inte längre om att gå ut i verkligheten, undersöka vad som händer där och rapportera om det som är viktigt och relevant. Istället handlar det om att försöka hitta sådana nyheter som passar det egna medieformatet, den egna tidsrytmen och de egna produktionsvillkoren, och att göra journalistik av det. För det andra är den sociala verklighet som journalistiken handlar om redan anpassad till mediernas logik. Därför kan journalistiken inte längre rapportera om en social verklighet som är oberoende av medierna själva (Altheide & Snow, 1991).

En central del av mediernas behov handlar om att å ena sidan reducera informationsmängden och å andra sidan att fånga människors uppmärksamhet. Det finns, som den norske sociologen Gudmund Hernes noterade för cirka 30 år sedan, ett överskott av information och ett underskott av uppmärksamhet. För att hantera den situationen har medierna utvecklat ett antal berättartekniker, som kan ses som några av de mest centrala och konkreta uttrycken för medielogiken. Till de berättarteknikerna hör tillspetsning, förenkling, polarisering, konkretion, intensifiering, personifiering och stereotypisering (Asp, 1986; Hernes, 1978; Strömbäck, 2000). Ju mer en potentiell nyhet kan formas journalistiskt med hjälp av dessa berättartekniker, desto större är sannolikheten att den ska bli en del av det slutliga nyhetsurvalet.

Även om teorin om medielogiken inte primärt handlar om nyhetsvärdering och nyhetsurval, har den med andra ord många beröringspunkter med andra teorier om hur nyheter värderas och väljs ut. Inte minst viktigt är att den understryker att nyhetsvärdering och nyhetsurval inte i första hand handlar om objektiva egenskaper hos de potentiella nyheterna, utan om hur nyheter kan omformas för att möta mediernas egna behov av att reducera information och fånga människors uppmärksamhet – antingen genom att möta föreställningar om vad publiken vill ha eller bör ta del av. Sett ur det perspektivet kan tre centrala styrfält för journalistikens nyhetsvärderingar och nyhetsurval urskiljas: vikt, intresse och mediernas egna format och behov.

Vad gäller svensk forskning kring nyhetsvärdering och nyhetsurval är Håkan Hvitfelt’s studie ”På första sidan” (1985) troligen den mest omfattade och citerade undersökningen. Undersökningen bygger på en innehållsanalys av sex dagstidningars förstasidesnyheter under perioderna 15 november–14 december 1983 och 16 januari–15 februari 1984. Den totala undersökningsperioden är sålunda två månader, vilket innebär att undersökningen totalt sett omfattar 61 förstasidor från respektive tidning och 2002 artiklar. De sex undersökta tidningarna är Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen, Aftonbladet, Sydsvenska Dagbladet och Göteborgs-

Posten. Utifrån en teoretisk analys och kvantitativ innehållsanalys summerade Hvitfelt (1985, sid. 215-216) resultaten i form av en nyhetsvärderingsformel, enligt vilken:

> Sannolikheten för att en nyhetsartikel ska produceras, publiceras, placeras på första sidan och där bli huvudartikel ökar ju mer den behandlar
> 1. politik, ekonomi samt brott och olyckor
> 2. och om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd
> 3. till händelser och förhållanden
> 4. som är sensationella eller överraskande,
> 5. handlar om enskilda elitpersoner
> 6. och beskrivs tillräckligt enkelt
> 7. men är viktiga och relevanta,
> 8. utspelar sig under kort tid men som del av ett tema,
> 9. har negativa inslag
> 10. och har elitpersoner som källor.

Jämför man resultaten av Hvitfelt's studie med de tidigare diskuterade teorimodellerna för särskilt viktiga nyhetsvärderingskriterier är likheterna slående. Återigen nämns ett antal faktorer som handlar om att nyheterna ska handla om sådant som bedöms vara viktigt och som samtidigt kan väcka intresse hos publiken.

Det är dock värt att notera att inte någon av de diskuterade modellerna för nyhetsvärdering och nyhetsurval explicit nämner hot, risker och kriser som ett viktigt nyhetsvärderingskriterium eller en viktig nyhetsfaktor. Visserligen återkommer det att nyheterna bör ha "negativa inslag", men det är ett vidare begrepp som kan fånga mycket annat än just hot, risker och kriser. Vad gäller Hvitfelt's undersökning ingår nyheter om kriser som en indikator på nyheternas "vikt" (sid 187), samtidigt som nyheter om hot ingår som indikator på "negativa inslag" (sid. 205). Nyheter om hot och risker behandlas med andra ord i undersökningen, men utan att anses vara tillräckligt viktiga eller frekventa för att bli en egen punkt i nyhetsvärderingsformeln.

En förklaring till detta kan vara att andelen förstasidesartiklar med hot uppgick till sju procent, vilket kan anses vara en låg andel. Samtidigt uppgick andelen huvudartiklar på förstasidan med hot till 17 procent (sid. 205).

Oavsett vilket är det tveksamt om samma nyhetsvärderingsformel är lika giltig i början av 2000-talet som den var under 1970- och 1980-talen, när flera av de viktigaste forskningsarbetena om nyhetsvärdering och nyhetsurval genomfördes. Både det globala (van Ginneken, 1998) och det svenska (Djerf-Pierre & Weibull, 2001; Hadenius & Weibull, 2003) medielandskapet har förändrats dramatiskt under de senaste två-tre decennierna, med ökad kommersialisering och konkurrens om publikens uppmärksamhet som följd (Jönsson & Strömbäck, 2007; Palm, 2002; Petersson et al., 2005). Det är ingen särskilt djärv gissning att tro att det har påverkat både nyhetsvärderingarna och nyhetsurvalet. Frågan är därför: hur framträdande är nyheter om hot och risker i det svenska nyhetsutbudet, i sig och i jämförelse med andra nyhetsvärderingskriterier eller nyhetsfaktorer som identifierats av tidigare forskning?

Undersökningsmetod och material

Det övergripande syftet med den här studien är att undersöka vad som utmärker nyhetsurvalet i ledande svenska nyhetsmedier, med särskilt fokus på hur framträdande nyheter om hot och risker är i nyhetsurvalet. För att kunna göra detta är det nödvändigt att undersökningen omfattar en relativt sett längre tidsperiod, och att den tidsperioden präglas av normaljournalistiska förhållanden. Tidsperioder som präglas av speciella hot, risker, kriser, krig eller andra speciella förhållanden bör undvikas, eftersom undersökningen annars riskerar att överskatta hur framträdande nyheter om hot och risker är i det svenska nyhetsutbudet. Nog för att undersökningar av medierapporteringen kring speciella hot, risker och kriser är viktiga och värdefulla, men de är otillräckliga om man är intresserad av generella mönster i nyhetsurvalet. Dessutom finns det redan en rad fallstudier som fokuserar på mediernas bevakning av speciella händelseskeenden som präglas av olika hot, risker och kriser (Andersson Odén et al., 2005; Hvitfelt & Mattsson, 1992; Jarlbro, 2004; Leth & Thurén, 2002; Nord & Strömbäck, 2002).

Det som framförallt saknas är breda studier som täcker en rad medier över en längre tidsperiod som präglas av normaljournalistiska förhållanden. Det är mot den bakgrunden som forskningsdesignen för den här studien har arbetats fram. Studien inkluderar Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Expressen, Aftonbladet, Rapport 19.30, Aktuellt 21.00 samt TV4 Nyheterna 19.00, det vill säga två ledande morgontidningar, de ledande kvällstidningarna samt de ledande nyhetsprogrammen i TV. Tidsperioden omfattar tre sammanhängande månader, från den 1 januari till och med den 31 mars 2007.

Analysenheten utgörs av enskilda nyhetsinslag eller nyhetsartiklar, och studien omfattar i princip *samtliga nyhetsinslag* och *samtliga förstasidesartiklar* i de ovan nämnda TV-nyheterna respektive tidningarna. Vad gäller TV-nyheterna ingår samtliga nyhetsinslag i den *ordinarie* sändningen, medan nyhetsinslag i A-Ekonomi och TV4:s Ekonominyheter endast undersöktes i de fall som de förekom i nyhetsprogrammens löpsedlar. På likartat sätt har sportnyheter endast kodats i de fall som de fanns med i nyhetsprogrammens löpsedlar. Med löpsedlar avses de nyheter som lyfts fram speciellt som en inledning till respektive nyhetssändning. Skälet till att i övrigt välja bort ekonomi- och sportnyheter är att undersökningen primärt intresserar sig för och avser nyhetsjournalistiken, inte olika eller andra journalistiska genrer.

Vad gäller tidningsurvalet ingår samtliga förstasidesartiklar, vilket inkluderar samtliga de artiklar som tidningarna ”puffar” för på förstasidorna. Med förstasidesnyheter avses därmed artiklar som på något sätt förekommer, inleds, puffas för eller publiceras på tidningarnas förstasidor, vilket i praktiken innebär artiklar som det hänvisas till eller puffas för på förstasidorna. Förutsättningen har varit att dessa artiklar var publicerade i huvudtidningen eller i någon av de dagliga bilagorna för exempelvis sport, näringsliv eller kultur. Artiklar publicerade i olika veckobilagor, exempelvis rese-, bostads- eller weekendbilagor, ingår däremot inte i undersökningen. Återigen är skälet att undersökningen primärt intresserar sig för och avser den vardagliga nyhetsjournalistiken, även om också debattartiklar, krönikor och annat ingår i den utsträckning som tidningarna puffar för dem på förstasidan.

Den undersökningsmetod som har valts är kvantitativ innehållsanalys, och inför undersökningen utarbetades ett kodschema med detaljerade kodinstruktioner för hur de 59 variablerna skulle kodas. Själva kodningsarbetet genomfördes av fil. dr. Ulf Wallin. För att säkerställa tillförlitligheten i kodningen av artiklarna och inslagen genomfördes ett intrakodarreliabilitetstest cirka ett halvår efter den ursprungliga kodningen. Kortfattat innebär det testet att totalt 100 artiklar och inslag, hämtade från samtliga undersökta medier, kodades en andra gång. Resultatet visar att den genomsnittliga intrakodarreliabiliteten var 0,92 (Holsti´s formula), vilket är klart godkänt.

Totalt sett omfattar innehållsanalysen 7 074 analysenheter, det vill säga nyhetsartiklar och nyhetsinslag. Fördelningen mellan de olika medierna framgår av tabell 2.

Tabell 2. Antal nyhetsinslag och förstasidesartiklar under perioden 1 januari 2007—31 mars 2007 fördelat per medium.

	Antal nyhetsinslag och förstasidesartiklar
Rapport	1383
Aktuellt	1040
TV4 Nyheterna	1055
Dagens Nyheter	1181
Svenska Dagbladet	1128
Aftonbladet	655
Expressen	632
Summa	7074

Som framgår av tabellen är antalet nyhetsinslag högre i Rapport än i Aktuellt och TV4 Nyheterna. Det beror framförallt på Rapport, till skillnad från Aktuellt och TV4 Nyheterna, vid den tid då undersökningen genomfördes inte hade ekonominyheter i ett särskilt block, avskilt från den övriga sändningen. Av tabellen framgår också att morgontidningarna hade fler förstasidesartiklar än kvällstidningarna, samt att likheterna vad gäller antalet förstasidesnyheter i morgon- respektive kvällstidningarna är slående.

I både TV och tidningar kan nyhetsinslagen respektive artiklarna vara av olika format. Den vanligaste formen i tidningarna är vanliga nyhetsartiklar (68 procent), men också nyhetsanalyser (11 procent) och intervjuer (5 procent) förekommer. I kvällstidningarna är det också vanligt att förstasidorna puffar för bilagor och nyheter som på ett eller annat sätt handlar om TV. Totalt sett uppgick andelen puffar på förstasidorna som inte hänvisar till vanliga nyhetsartiklar, nyhetsanalyser och intervjuer till 16 procent. I det ingår även fall där tidningarna på förstasidorna puffar för debattartiklar, analyser, krönikor eller kommentarer.

Vad gäller TV är den vanligaste formen att ett nyhetsankare eller en nyhetspresentatör i studion introducerar en nyhet, följt av ett förinspelat nyhetsinslag (53 procent). Relativt vanligt (25 procent) är också att nyhetsprogrammen visar en nyhet i rörlig bild, ackompanjerat av en så kallad

”voice-over” där någon reporter berättar om nyheten. Ett annat återkommande format är att nyhetspresentatören berättar om en nyhet utan att någon rörlig bild visas (13 procent). Därutöver förekommer också studiointervjuer (6 procent), live-rapporter där en journalist på plats rapporterar om något som har hänt (2 procent) eller att en journalist kommenterar eller analyserar en aktuell händelse (2 procent).

Efter denna inledande beskrivning av metod och det undersökta materialet är det dags att analysera resultaten. Vad ämnen dominerade förstasidorna under det första kvartalet 2007? Var utspelade sig nyheterna? Vilka aktörsgrupper fick komma till tals och hur ofta? I vilken utsträckning dominerades nyheterna av elitaktörer, hur ofta handlade nyheterna om sådant som var överraskande eller avvikande, och hur ofta handlade de om hot och risker? Det är några av de frågor som ska undersökas. Första frågan handlar om nyheternas ämne, det vill säga vad nyheterna egentligen handlade om.

På nyhetsmediernas agenda

Som tidigare diskuterats visar tidigare forskning att nyhetsjournalistiken i stor utsträckning styrs av två styrfält: föreställningar av vad människor är intresserade av (intresse) och föreställningar av vad människor bör ta del av (vikt). Enligt Hvitfelt (1985) ökar vidare sannolikheten för att något ska bli en nyhet om den handlar om politik, ekonomi samt brott och olyckor. Tidigare forskning kring de svenska TV-nyheterna under perioden 1990-2004 visar även att TV-nyheterna domineras av nyhetskategorierna ”olyckor och brott” (18 procent), ”ekonomi och arbetsmarknad” (16 procent), ”krig och konflikter” (15 procent) samt ”politik och val” (11 procent) (Jönsson & Strömbäck, 2007, sid. 121).[2] Det fanns dock betydande skillnader mellan TV-nyheterna i de olika kanalerna, där de kommersiella kanalerna generellt sett fokuserade mer på nyheter om olyckor och brott, krig och konflikter, sensation, kuriosa och human interest, samt kultur, fritid och vetenskap, än vad nyheterna i public service-kanalerna gjorde (Jönsson & Strömbäck, 2007, sid. 126).

I den här undersökningen har nyheterna kategoriserats på flera nivåer, där den mest övergripande nivån innehåller fem kategorier: Socialt relevanta och kontroversiella ämnen (exempelvis politik och ekonomi), samhälle och värld (exempelvis arbetsliv, utbildning, miljö och natur), human touch (exempelvis nöje, livsstilar, brott och katastrofer), privatlivsfrågor (exempelvis konsumentfrågor, inredning, hälsa), sport samt serviceämnen (exempelvis väder, spel eller tips om olika arrangemang). Vissa av dessa ämneskategorier kan på en generell nivå antas fokusera på sådant som människor bör ta del av (vikt), i första hand socialt relevanta och kontroversiella ämnen samt samhälle och värld. Andra ämneskategorier kan på en generell nivå antas fokusera på sådant som människor är intresserade av (intresse), i första hand human touch, privatlivsfrågor, sport samt serviceämnen.

Även om detta primärt inte är en studie av skillnader mellan medier, kan man utifrån teorier om mediernas kommersialisering och dess påverkan på nyhetsjournalistiken förvänta sig vissa skillnader mellan public service-

2 Andelarna avser procent av antal inslag.

nyheterna och TV4 nyheterna, och mellan morgontidningarna och kvällstidningarna (Jönsson & Strömbäck, 2007; Ghersetti, 2004; Wadbring, 2004). Givet att TV4 Nyheterna är mer kommersialiserade än nyheterna i SVT kan TV4 Nyheterna förväntas fokusera mer på sport, serviceämnen, privatlivsfrågor och human interest än SVT, som kan förväntas fokusera mer på socialt relevanta och kontroversiella frågor samt samhälle och värld. Samma typ av skillnader kan förväntas vid en jämförelse mellan kvällstidningarna och morgontidningarna. Resultatet framgår av tabell 3.

Tabell 3. Ämneskategorier i svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Socialt relevanta och kontroversiella ämnen	40.4	46.3	38.8	24.0	27.4	9.8	8.9	2162
Samhälle och värld	22.1	20.6	18.1	38.5	36.3	19.5	16.0	1804
Human touch	25.1	21.3	24.3	13.0	15.3	39.5	43.7	1686
Privatlivsfrågor	6.5	4.5	6.4	7.4	11.0	14.4	16.5	614
Sport	3.8	2.8	9.0	15.2	8.7	14.5	13.6	636
Serviceämnen	2.0	4.4	3.4	1.9	1.3	2.3	1.4	172
Summa	99.9	99.9	100	100	100	100	100.1	100
N	1383	1040	055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten bekräftar i stora drag förväntningarna. Om socialt relevanta och kontroversiella ämnen samt samhälle och värld räknas som nyheter styrda av förväntningar om vad folk bör ta del av – nyheter som valts ut därför att de är viktiga – är viktiga nyheter vanligare i Aktuellt (66.9%) och Rapport (62.5%) än i TV4 Nyheterna (56.9%), och vanligare i morgontidningarna Dagens Nyheter (62.0%) och Svenska Dagbladet (63.7%) än i kvällstidningarna Aftonbladet (29.3%) och Expressen (24.9%). Omvänt är human touch-nyheter och privatlivsfrågor vanligast i kvällstidningarna, framförallt i Expressen där mer än fyra av tio nyheter på förstasidan fokuserar på human touch-ämnen. Sett till ämneskategorier dominerar det styrfält som handlar om föreställningar om vad folk bör ta del av (vikt) nyhetsurvalet i morgontidningarna och nyhetsprogrammen i public service, medan det styrfält som handlar om föreställningar om vad folk är intresserade av dominerar nyhetsurvalet i kvällstidningarna. TV4 Nyheterna befinner sig i en mellanposition, men har på den här analysnivån mer gemensamt med public service-nyheterna och morgontidningarna än med kvällstidningarna. I övrigt kan det konstateras att skillnaderna mellan morgontidningarna och kvällstidningarna genomgående är större än skillnaderna mellan nyhetsprogrammen i SVT och i TV4. TV4 Nyheterna rapporterar dock mer om sport än vad Rapport och Aktuellt gör, vilket hänger samman med att TV4 inte har några särskilda dagliga sportnyhetssändningar på det sätt som SVT har.

En bättre och mer nyanserad bild av ämnesurvalet i de olika medierna framkommer emellertid om man bryter ned de övergripande kategorierna i

dess olika beståndsdelar, exempelvis politik och administration, ekonomi och konsumentfrågor. Resultatet redovisas i tabell 4.

Tabell 4. Ämnesområden i svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Politik och administration	27.3	35.4	27.1	14.3	15.4	8.1	6.2	1467
Ekonomi	9.5	5.9	6.9	7.5	9.0	0.6	0.5	462
Andra samhällsfrågor	3.5	5.1	4.7	2.2	2.9	1.1	2.2	232
Vardagsfrågor/sociala och kulturella områden	18.6	16.3	15.5	35.4	33.5	19.1	15.3	1609
Natur och miljö	3.6	4.2	2.7	3.3	2.8	0.5	0.6	200
Underhållning och förströelse	2.5	1.2	3.2	5.5	8.0	22.3	24.7	537
Brott och annat som kan skapa rädsla	22.6	20.2	20.9	7.4	7.3	17.3	19.0	1146
Konsumentfrågor	3.1	2.6	4.3	4.6	8.0	7.5	7.6	356
Hälsa och friskvård, medicin	3.4	1.9	2.2	2.7	3.0	6.9	8.9	257
Sport	3.8	2.8	9.0	15.2	8.7	14.5	13.4	635
Serviceämnen	2.0	4.4	3.4	1.9	1.3	2.3	1.6	173
Summa	99.9	100	99.9	100	99.9	100.2	100	100
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Vad gäller TV-nyheterna är Aktuellt det program som framförallt fokuserar på nyheter om politik och administration, följt av Rapport och TV4 Nyheterna som har nästan identiskt lika andelar nyheter om politik och administration. I det ingår även nyheter om krig eller krigsliknande skeenden internationellt. Rapport fokuserar å andra sidan mer på nyheter om ekonomi än vad Aktuellt och TV4 Nyheterna gör, medan TV4 Nyheterna fokuserar mer på sport än vad Rapport och Aktuellt gör. Nyheter om brott, katastrofer och annat som kan framkalla en känsla av hot och rädsla hos publiken (exklusive internationella nyheter med fokus på krig och oroligheter, exempelvis i Mellanöstern, vilka ingår i kategorin politik och administration) utgör de ungefär en femtedel av samtliga inslag i de tre nyhetsprogrammen. I den meningen kan det konstateras att hot står på TV-nyheternas agenda.

Vad gäller tidningarna är det återigen tydligt att morgontidningarna och kvällstidningarna utgör två klart åtskilda tidningskategorier. Särskilt tydligt är det att kvällstidningarna fokuserar betydligt mycket mer på underhållning och förströelse, sport, medicin, hälsa och friskvård samt nyheter som kan framkalla en känsla av hot och rädsla hos publiken, än vad morgontidningarna gör. Morgontidningarna fokuserar å andra sidan mycket mer på nyheter om politik och administration, ekonomi samt nyheter från vardagsliv eller som berör sociala och kulturella områden i samhället, än vad kvällstidningarna gör.

Formulerat annorlunda är så kallade ”soft news” mycket mer framträdande i kvällstidningarna än i morgontidningarna, där så kallade ”hard news” har en mer framskjuten plats. ”Soft news” är också något mer

framträdande i TV4 Nyheterna än i Rapport och Aktuellt, men skillnaderna där är betydligt mindre än mellan morgon- respektive kvällstidningarna.

Hur framträdande är då nyheter som på olika sätt handlar om hot, risker och kriser? För att studera det inkluderade innehållsanalysen ytterligare en variabel med fokus på vad nyheterna handlade om, med sammanlagt cirka 80 olika ämneskategorier. Denna detaljerade ämnesindelning möjliggör en mer finfördelad analys av de olika ämnesområden som redan tidigare har redovisats, och denna möjlighet ska här användas för att studera andelen nyheter vars ämne handlade om hot, risker och kriser. En sådan studie ger inte hela bilden av i vilken utsträckning medierna fokuserar på nyheter om hot, risker och kriser, men det är en början. Resultatet redovisas i tabell 5.

Tabell 5. Andelen TV-nyheter och förstasidesartiklar om hot, risker och kriser (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Kriser och krishantering	6.1	7.1	6.0	0.7	1.1	0.2	0.2	244
Krig och fredsförhandlingar	5.9	7.2	6.5	1.4	1.0	1.2	0.8	265
Kriminalitet och brott	12.0	10.8	10.9	3.2	4.3	10.7	10.4	615
Missöden, olyckor	8.7	6.7	8.4	3.2	2.0	5.6	7.4	423
Katastrofer	2.0	2.3	1.5	0.7	0.8	1.1	1.3	95
Summa	34.7	34.1	33.3	9.2	9.2	18.8	20.1	100
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar ett tydligt mönster där tre grupper av medier kan urskiljas: TV-nyheter, morgontidningar respektive kvällstidningar. I TV-nyheterna handlar ungefär en tredjedel av nyheterna om någon form av hot, risk eller kris, inklusive brott och kriminalitet, medan motsvarande andel för kvällstidningarnas förstasidesnyheter är cirka en femtedel och för morgontidningarnas förstasidesnyheter cirka en tiondel. Utgår man från ämnesval är det med andra ord uppenbart att nyheter om hot, risk och kriser spelar en framträdande roll i TV-nyheterna och på kvällstidningarnas förstasidor, medan de spelar en relativt sett mindre roll på morgontidningarnas förstasidor. Till en betydande del följer detta av att nyheter om brott och kriminalitet har en framskjuten plats både i TV-nyheterna och på kvällstidningarnas förstasidor. Även om de nyheterna räknades bort skulle emellertid nyheter om hot, risker och kriser vara framträdande i nyhetsurvalet.

Ämnesurval ger dock inte hela bilden av hur framträdande hot, risker och kriser är i nyhetsurvalet, och detta finns det goda skäl att återkomma till. Först ska dock några andra aspekter av nyheternas kännetecken, identifierade i tidigare forskning, undersökas.

Betydelsen av närhet

Ett av de återkommande nyhetsvärderingskriterierna eller nyhetsvärdena enligt tidigare forskning är betydelsen av närhet – geografisk, kulturell eller

social. Ju närmare ett mediums publik en händelse, person eller process befinner sig, desto större antas nyhetsvärdet, allt annat lika, vara (Hvitfelt, 1985; Johansson, 2004; McManus, 1994).

Utifrån detta kan det antas att huvuddelen av TV-nyheterna och tidningarnas förstasidesnyheter handlar om nyheter som utspelar sig i Sverige. Vid sidan av detta spelar ett lands status – dess ekonomiska, politiska, kulturella eller sociala status – en avgörande roll (Galtung & Ruge, 1973; van Ginneken, 1998). Utifrån detta kan det antas att den främsta supermakten, USA, tillhör ett av de länder utanför Sverige som det rapporteras mest om och från. Detsamma kan sägas gälla Storbritannien, på grund av dess betydelse som EU-medlem men också på grund av den sociala, kulturella och språkliga närheten. Även nyheter från EU-länder såsom Tyskland, Frankrike och Belgien bör rimligen spela en förhållandevis framträdande roll, på grund av den geografiska närheten, deras politiska betydelse inom EU, och på grund av att dessa länder intar en central i det globala nyhetsnätet (jfr. Tuchman, 1978; van Ginneken, 1998) och att flera svenska medier har korrespondenter i dessa länder.

Frågan är dock om dessa antaganden är riktiga eller inte. Till att börja med kan det konstateras att flertalet nyhetsinslag och förstasidesartiklar handlar om nyheter som utspelar sig i och involverar ett land. I cirka 11 procent av nyhetsinslagen och artiklarna var två länder eller fler inblandade; i endast cirka två procent av inslagen och artiklarna var tre länder eller fler inblandade. Fokus i den här analysen kommer därför att riktas mot vilket land som de olika nyheterna huvudsakligen utspelade sig i eller involverade. I tabell 6 redovisas de fem länder som var mest framträdande i respektive mediums nyhetsinslag eller förstasidesartiklar.

Tabell 6. De mest framträdande länderna i TV-inslagen och förstasidesartiklarna (%).

Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen
Sverige (69.0)	Sverige (62.1)	Sverige (65.8)	Sverige (79.3)	Sverige (78.6)	Sverige (81.0)	Sverige (81.3)
USA (3.8)	USA (3.9)	USA (4.1)	USA (4.1)	USA (4.9)	USA (6.7)	USA (6.0)
Irak (3.0)	Irak (3.7)	Irak (3.2)	Storbritannien (3.0)	Storbritannien (2.9)	Storbritannien (4.4)	Storbritannien (4.1)
Belgien (1.7)	Belgien (2.0)	Storbritannien (2.9)	Tyskland (2.3)	Tyskland (1.7)	Irak (1.4)	Italien (1.4)
Storbritannien (1.3)	Italien (1.7)	Italien (1.5)	Japan (0.9)	Belgien/Frankrike (1.3)	Italien (0.9)	Thailand (0.9)
78.8	73.4	77.5	89.6	90.7	94.4	93.7

Resultaten visar tydligt att nyhetsurvalet i svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar fokuserar på ett mycket litet antal länder, där Sverige föga förvånande ligger i topp. Det är särskilt påfallande vad gäller tidningarna, där runt fyra av fem förstasidesartiklar handlar om händelser i Sverige, och där fem

länder står för cirka nittio procent av samtliga förstasidesartiklar. I den meningen är TV-nyheterna mer balanserade; andelen TV-nyheter som huvudsakligen handlar om händelser som utspelar sig i Sverige varierar mellan 62 och 69 procent, och de fem mest dominerande länderna står för runt 75 procent av samtliga nyheter som det rapporteras om i Rapport, Aktuellt och TV4 Nyheterna. Fortfarande är dock stora delar av världen i det närmaste helt osynliga i svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar.

Det land som efter Sverige är mest synligt i TV-nyheterna och förstasidesartiklarna är USA i samtliga medier, följt av Irak i TV-nyheterna och Storbritannien på tidningarnas förstasidor. Belgien är också relativt synligt i TV-nyheterna, framförallt därför att många nyheter som rör EU rapporteras från Belgien och Bryssel. Likaså är Irak relativt synligt, framförallt på grund av de pågående oroligheterna och våldsamheterna där. Samtidigt bör tilläggas att nyhetsintresset för Irak åtminstone delvis kan antas hänga samman med USAs roll i och för Irak; hade USA inte varit inblandat är det mindre sannolikt att svenska TV-nyheter gett samma uppmärksamhet till de pågående händelseförloppen där. USAs betydelse i det svenska nyhetsurvalet kan därmed utläsas både direkt och indirekt. Italien och Tyskland kvalar också in på topplistan över synliga länder, men andelen nyheter som utspelar sig i de länderna är ändå försvinnande liten.

I ljuset av tidigare forskning indikerar resultaten en möjligen förvånande slutsats: Bortsett från att Sverige är det land som dominerar det svenska nyhetsurvalet tycks den geografiska närheten inte vara särskilt betydelsefull. Den geografiska närhetens betydelse är stor endast i den meningen att det svenska nyhetsurvalet präglas av fokus på Sverige, men bortom detta är den geografiska närheten av underordnad betydelse jämfört med den sociolingvistiska och politiska närheten.

Frågan är om detta också gäller nyheter som utspelar sig inom Sverige? Samtliga de nyhetsmedier som ingår i den här undersökningen har sina huvudredaktioner i Stockholm, och även om de betraktar sig som rikstäckande medier finns det en kritik mot nyheternas Stockholmscentrering. Geografisk närhet skulle därmed avspeglas i att nyhetsurvalet i stor utsträckning handlar om sådant som sker i Stockholm.

Om nyhetsurvalet i stor utsträckning fokuserar på Stockholm behöver det emellertid inte betyda att den geografiska närheten är förklaringen. Stockholm är inte bara Sveriges huvudstad; på gott eller ont är Stockholm också Sveriges politiska, ekonomiska, kulturella och mediala centrum där respektive sfärers eliter finns samlade.

Oavsett bakomliggande förklaringar finns det skäl att undersöka var i Sverige som nyheterna huvudsakligen utspelar sig. I den delen av undersökningen delades samtliga Sveriges städer in fem kategorier med befolkningsstorlek som den viktigaste variabeln. Resultatet framgår av tabell 7.

Tabell 7. Nyheternas inrikes arenor i TV-inslagen och förstasidesartiklarna (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Stockholm	49.2	62.8	56.2	66.0	74.2	45.9	47.5	2318
Storstäder	18.3	14.7	18.5	13.9	9.1	24.9	20.8	655
Medelstora städer	11.2	6.5	6.6	5.2	6.4	11.2	7.7	309
Mindre städer	8.6	6.5	6.5	4.1	3.8	9.6	10.1	267
Småstäder	12.7	9.4	12.2	10.7	6.4	8.4	13.9	418
Summa	100	99.9	100	99.9	99.9	100	100	
N	778	489	557	689	656	394	404	3967

Som framgår domineras det svenska nyhetsutbudet kraftigt av Stockholm i samtliga medier, om än framförallt i Svenska Dagbladet där endast en fjärdedel av förstasidesartiklarna utspelar sig i någon annan stad än Stockholm. Även i Dagens Nyheter, Aktuellt och TV4 Nyheterna handlar mer än hälften av TV-inslagen respektive förstasidesartiklarna om sådant som huvudsakligen utspelar sig i Stockholm. Rapport är det nyhetsprogram där Stockholmsdominansen är minst uttalad, medan kvällstidningarna är de medier vars förstasidesartiklar fokuserar minst på Stockholmsnyheter. Det är samtidigt uppenbart att det är en mycket liten del av TV-inslagen och förstasidesartiklarna som handlar om sådant som utspelar sig i medelstora städer som Sundsvall, Luleå, Kristianstad och Eskilstuna, eller i mindre städer som Härnösand, Enköping, Falkenberg eller Trelleborg. Tröskeln för nyheter som utspelar sig i ännu mindre städer är ännu högre; endast runt var tionde förstasidesartikel eller nyhetsinslag utspelar sig huvudsakligen i någon av Sveriges alla småstäder. Samtidigt *underskattar* de här resultaten troligen graden av Stockholms- eller storstadsdominans, eftersom VM i alpint pågick i Åre under perioden vilket höjer andelen nyheter från småstäder. Samma effekt fick den svåra bussolycka som inträffade i Östhammar under perioden.

Nyheterna som eliternas arena

Den dominans som råder i nyhetsurvalet för händelser som utspelar sig i Stockholm kan ses som ett uttryck för den journalistiska tendensen att fokusera på samhällets eliter – de som har makt, inflytande och kändisskap. Tidigare forskning visar tydligt att officiella källor dominerar i nyhetsjournalistiken, och det gäller såväl vardagsjournalistiken (Gans, 1980; Hvitfelt, 1985; Sahlstrand, 2000; Manning, 2000) som den politiska och samhällsorienterade nyhetsjournalistiken (Bennett, 2003; Lawrence, 2000; Palm, 2002; Shehata, 2007; Strömbäck & Nord, 2006). Det finns många mer eller mindre komplexa förklaringar till detta, bland annat att de inflytelserikas åsikter och handlingar har ett större genomslag i samhället än vad de flesta andras åsikter och handlingar har. Därför är det viktigt att både informera om och granska de inflytelserikas åsikter och handlingar. Dessa grupper ägnar också betydande resurser, i såväl tid som i pengar, på att utveckla strategier och taktiker för att få

genomslag i och påverka medierapporteringen (Falkheimer, 2004; Nord & Strömbäck, 2003; Petersson et al., 2006). Att fokusera på de inflytelserika bidrar också till att ge nyhetsjournalistiken legitimitet.

Här och nu är dock inte huvudfrågan varför de inflytelserika i samhället dominerar journalistiken, utan i vilken utsträckning som nyhetsurvalet präglas av en fokus på dem som har respektive inte har inflytande i samhället, samt om det finns några skillnader mellan medierna.

För att undersöka detta kodades upp till fyra aktörer i varje nyhetsinslag eller förstasidesartikel utifrån vilket inflytande i samhället de har. Aktörerna kunde vara enskilda individer, grupper, institutioner eller organisationer. Störst inflytande ansågs exempelvis regeringsledamöter, partiledare, internationella organisationer eller institutioner ha. Nyhetsaktörer med lägst inflytande utgörs exempelvis av vanligt folk, enskilda individer eller grupper på lokal nivå, men också – vilket inte är oviktigt – idrottsmän och artister av allehanda slag.

Med tanke på de skillnader som finns mellan medierna vad gäller ämnesval, är det troligt att de medier vars nyhetsurval framförallt präglas av ”viktiga nyheter” har en högre andel inflytelserika aktörer än de medier vars nyhetsurval framförallt präglas av ”intressanta nyheter”. Mot bakgrund av det bör TV-nyheterna och morgontidningarna rimligen fokusera mer på inflytelserika aktörer än kvällstidningarna, särskilt vad gäller de aktörer som är mest framträdande i respektive artiklar och inslag. Resultaten vad gäller de tre mest framträdande aktörerna redovisas i tabell 8a-8c.

Tabell 8a. Nyhetsaktörernas grad av inflytande – mest framträdande aktören (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Lägst inflytande	16.8	12.2	20.6	29.7	26.4	58.7	61.0	1944
Lågt inflytande	17.9	14.3	17.3	20.1	17.6	15.7	17.2	1184
Stort inflytande	28.4	27.4	26.9	25.8	27.9	15.1	10.6	1679
Störst inflytande	37.0	46.1	35.2	24.4	28.1	10.6	11.2	2012
Summa	100.1	100	100	100	100	100.1	100	
N	1299	944	1017	1179	1113	644	623	6918

Tabell 8b. Nyhetsaktörernas grad av inflytande – näst mest framträdande aktören (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Lägst inflytande	30.7	19.7	33.5	41.3	35.3	70.7	74.0	2297
Lågt inflytande	21.5	18.7	21.0	22.2	22.6	13.5	14.2	1132
Stort inflytande	23.3	31.1	24.8	22.2	26.1	8.8	6.4	1237
Störst inflytande	24.6	30.4	20.7	14.4	16.0	6.9	5.5	1008
Summa	100.1	99.9	100	100.1	100	99.9	100.1	
N	969	700	827	1083	1018	547	530	5674

Tabell 8c. Nyhetsaktörernas grad av inflytande – tredje framträdande aktören (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Lägst inflytande	38.6	27.7	44.4	50.6	42.7	76.6	81.5	2163
Lågt inflytande	24.1	24.4	24.3	20.6	25.5	10.5	8.7	935
Stort inflytande	23.3	28.7	21.4	19.9	23.3	8.3	6.4	888
Störst inflytande	13.9	19.2	10.0	9.0	8.5	4.6	3.3	446
Summa	99.9	100	100.1	100.1	100	100	99.9	
N	704	499	602	937	890	411	389	4432

Resultaten visar intressanta skillnader mellan medierna. Vad gäller TV tillhör den mest framträdande aktören i nyhetsinslagen den kategori som har störst inflytande i samhället i mellan 35 och 46 procent av fallen, medan motsvarande andel för morgontidningarna ligger runt 25 procent och för kvällstidningarna runt endast cirka 10 procent. Detta avspeglar att TV-nyheterna och morgontidningarna fokuserar mer på ”viktiga nyheter” än kvällstidningarna, där runt 60 procent av den mest framträdande aktören tillhör kategorin som har minst inflytande i samhället. Det kan exempelvis handla om idrottsmän och kändisar, olycksoffer eller vanligt folk. Med tanke på kvällstidningarnas allmänna fokus på sportnyheter och brott, är det resultatet kanske inte så förvånande. Samtidigt indikerar resultaten att det är missvisande att generellt hävda att journalistiken är elitfokuserad, om man med elit syftar på grupper som har inflytande. Det må stämma för TV-nyheterna och morgontidningarna, men inte för kvällstidningarna.

Också vad gäller de näst mest framträdande nyhetsaktören intar kategorin med störst inflytande en mer central position i TV-nyheterna och morgontidningarna än i kvällstidningarna, även om andelen här har sjunkit. Samma mönster återkommer vad gäller den tredje mest framträdande nyhetsaktören; andelen nyhetsaktörer med störst inflytande är lägre för samtliga medier än vad gäller den näst mest eller mest framträdande nyhetsaktören, men högre i TV-nyheterna och morgontidningarna än i kvällstidningarna.

Å andra sidan fokuserar kvällstidningarna mer på personer som är kända, antingen nationellt eller internationellt, och mindre på för allmänheten okända personer. Det gäller för såväl den mest som den näst mest och tredje mest framträdande personen i artiklarna och inslagen. Omvänt är andelen för allmänheten okända individer i artiklarna och inslagen lägre vad gäller kvällstidningarna än vad gäller TV-nyheterna och morgontidningarna. För att ta ett exempel: Av den mest framträdande individen i Rapports inslag har 18.4 procent kategoriserats som internationellt känd och 22.7 procent som nationellt känd, medan 58.9 procent har kategoriserats som för allmänheten okänd individ. I Expressen är motsvarande andelar 26.2, 32.5 respektive 41.3 procent (se tabell 9a-9c).

Tabell 9a. Nyhetsaktörernas grad av kändisskap – mest framträdande aktör (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
För allmänheten okända individer	58.9	50.0	53.9	50.1	51.4	43.3	41.3	3003
Nationellt kända individer	22.7	31.0	26.1	28.2	29.2	34.5	32.5	1692
Internationellt kända individer	18.4	19.0	19.9	21.6	19.4	22.2	26.2	1222
Summa	100	100	99.9	99.9	100	100	100	
N	990	696	838	1137	1048	608	600	5917

Tabell 9b. Nyhetsaktörernas grad av kändisskap – näst mest framträdande aktör (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
För allmänheten okända individer	69.9	62.2	67.4	56.3	60.3	46.2	52.6	2706
Nationellt kända individer	20.8	26.1	20.9	26.1	22.7	34.0	31.9	1151
Internationellt kända individer	9.2	11.7	11.7	17.6	17.0	19.8	15.5	675
Summa	99.9	100	100	100	100	100	100	
N	682	460	579	959	895	474	483	4532

Tabell 9c. Nyhetsaktörernas grad av kändisskap – tredje mest framträdande aktör (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
För allmänheten okända individer	77.2	77.3	70.8	59.6	65.1	42.8	51.7	2006
Nationellt kända individer	16.7	15.7	17.4	22.1	19.9	40.4	30.8	714
Internationellt kända individer	6.1	7.0	11.8	18.3	15.0	16.9	17.5	441
Summa	100	100	100	100	100	100.1	100	
N	408	300	356	733	707	332	325	3161

För att sammanfatta visar de här resultaten att det finns betydande skillnader mellan TV-nyheterna, morgontidningarna och kvällstidningarna vad gäller det inflytande och kändisskap som de mest framträdande nyhetsaktörerna har. Medan TV-nyheterna och morgontidningarna fokuserar mer på inflytelserika aktörer i sitt nyhetsurval, fokuserar kvällstidningarna mer på kända aktörer – politiska, ekonomiska, kulturella, idrottsliga och sociala kändisar – i sitt nyhetsurval. Vanliga medborgare förekommer visserligen i nyhetsrapporteringen, men inte lika ofta som mer inflytelserika eller kända nyhetsaktörer. Minst vanligt förekommande är vanliga medborgare i morgontidningarna, där de förekommer i cirka 12 procent av artiklarna, och mest vanligt förekommande i TV4 Nyheterna och Rapport (cirka 21 procent).

Möjligen kan man utifrån detta instämma i den slutsats som dragits av tidigare forskning, att elitpersoner är mycket framträdande i nyhetsrapporteringen, men det är samtidigt en avgörande skillnad mellan nyhetsaktörer som tillhör makteliten och nyhetsaktörer som tillhör

kändiseliten. Medan TV-nyheternas och morgontidningarnas nyhetsurval tenderar att präglas av samhällets makteliter, tenderar kvällstidningarnas nyhetsurval att präglas av samhällets kändiseliter. Möjligen får detta genomslag i skillnader mellan medierna vad gäller graden av personifiering.

Personifiering, konkretion, räckvidd och överraskning

En av de berättartekniker som är framträdande i nyhetsjournalistiken enligt teorin om en särskild form av medielogik är personifiering. Med det avses den journalistiska tendensen att fokusera på individer snarare än institutioner och organisationer, och att fokusera på människor just som individer snarare än som representanter för olika institutioner och organisationer. Enligt tidigare forskning är detta särskilt framträdande i kvällstidningarna. Redan 1985 konstaterade Hvitfelt (sid. 163) att: "Tabloidernas förstasidesartiklar är personifierade i mycket stor utsträckning. Omkring tre fjärdedelar av samtliga förstasidesartiklar i Aftonbladet och Expressen är artiklar där personer är orsak, medelpunkt eller står i förgrunden". Närmare 20 år senare kom Strömbäck (2004, sid. 210) fram till att andelen artiklar och inslag under valrörelsen 2002 som i mycket eller ganska hög grad var personifierade varierade mellan 59 procent i Dagens Nyheter och 92 procent i TV4 Nyheterna. I Aftonbladet och Expressen var andelen mycket eller ganska personifierade artiklar 71 respektive 78 procent.

Att undersöka graden av personifiering är dock svårt, vilket kan göra det vanskligt att jämföra mellan olika undersökningar av olika forskare. Samtidigt är det en viktig aspekt om man är intresserad av journalistikens karaktärsdrag och utveckling.

I den här undersökningen mäts graden av personifiering på en fyragradig skala. Ingen personifiering föreligger om ingen individ är nämnd vid namn. Låg grad av personifiering föreligger om individer förekommer men som företrädare för någon organisation eller institution. Medelhög grad av personifiering föreligger om individer står i förgrunden, medan hög grad av personifiering föreligger om individer står i centrum, oberoende av den roll de möjligen spelar inom någon organisation eller institution. Utifrån tidigare forskning är det rimligt att förvänta sig en relativt hög grad av personifiering i samtliga medier, men högst i kvällstidningarna. Resultatet redovisas i tabell 10, där de fyra kategorierna har slagits samman till två kategorier: artiklar och inslag med låg eller ingen grad av personifiering, samt artiklar och inslag med en mycket eller ganska hög grad av personifiering.

Tabell 10. Graden av personifiering i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Ingen eller låg grad av personifiering	53.4	56.6	45.9	30.4	32.9	24.7	20.4	2833
Mycket eller ganska hög grad av personifiering	46.6	43.4	54.1	69.6	67.1	75.3	79.6	4310

Resultaten både stämmer överens med och strider mot förväntningarna. Jämfört med den tidigare refererade undersökningen av valjournalistiken 2002 är andelen TV-inslag med mycket eller ganska hög grad av personifiering betydligt lägre i den här undersökningen. Omvänt är andelen förstasidesartiklar i morgontidningarna som i den här undersökningen har klassificerats som mycket eller ganska personifierade högre än i undersökningen av valjournalistiken. Endast vad gäller kvällstidningarna ligger resultaten i linje med varandra.

Samtidigt avser undersökningarna olika tidsperioder och olika typer av artiklar och inslag, och kodinstruktionerna är inte identiska. Det kan förklara varför resultaten pekar åt något olika håll. Även den här undersökningen visar att graden av personifiering är högre i förstasidesartiklar och TV-inslag som handlar om politik och administration, än sett till samtliga artiklar och inslag.

Helt i linje med det förväntade är det emellertid att graden av personifiering är högre i kvällstidningarna än i de övriga medierna, och även att den är högre i kommersiella TV4 Nyheterna än i public service-nyheterna. Klart är också att journalistiken i samtliga medier i relativt hög grad är personifierad, även om nivåerna skiljer sig åt mellan medierna.

Ytterligare en framträdande berättarteknik, enligt teorin om en särskild form av medielogik, är konkretion. Konkreta nyheter är inte bara enklare att rapportera journalistiskt, utan de är också lättare att förstå för mediepublikerna. Det abstrakta är i regel mer komplicerat och komplext än det konkreta, och komplicerade och komplexa händelser eller processer kräver mer av såväl journalisterna som medierna och deras format som av publikerna. Dessutom ligger det i journalistikens fokus på händelser att intressera sig särskilt för det som är konkret, jämfört med det som är abstrakt.

Samtidigt finns det inte särskilt många undersökningar av graden av konkretisering i journalistiken, även om det är etablerat att journalistiken har en förkärlek för konkreta händelser (Schudson, 2003). Det är mot den bakgrunden den här undersökningen innehåller en variabel, där graden av konkretisering och händelseorientering mäts på en fyragradig skala. På den lägsta nivån av konkretion och händelseorientering ligger nyheter som handlar om statiska situationer, följt av nyheter som handlar om dynamiska situationer eller processer och nyheter som fokuserar på specifika uttalanden, språkhandlingar och åsikter som uttrycks. På den högsta nivån av konkretion och händelseorientering ligger nyheter som fokuserar på konkreta händelser.

Eftersom det finns en brist på tidigare forskning kring just den här aspekten är det inte helt självklart vilka resultat och mönster som kan förväntas. Samtidigt är processer särskilt svåra att rapportera om i TV-nyheter, med deras beroende av bra bilder och deras tidsmässigt begränsade format. Det är därför rimligt att förvänta sig att graden av konkretion och händelseorientering är högre i TV-inslagen än i morgontidningarnas förstasidesartiklar. Vad gäller kvällstidningarna kan graden av konkretion och händelseorientering förväntas vara högre än i morgontidningarna, på grund av deras behov av att varje dag fånga människors uppmärksamhet och deras allmänna fokus på nyheter som är intressanta och sensationella i någon mening. Frågan är om

graden av konkretion och händelseorientering är högre i kvällstidningarna än i TV-nyheterna? Svaret framgår av tabell 11.

Tabell 11. Konkretion och händelseorientering i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Statiska situationer	3.9	3.0	3.6	11.1	13.8	10.2	9.0	534
Dynamiska situationer/processer	14.0	11.1	9.4	14.9	14.0	8.4	6.6	838
Uttalanden/språkhandlingar	8.4	14.6	9.0	24.3	23.0	21.2	16.9	1155
Konkreta situationer och händelser	73.8	71.3	78.0	49.7	49.2	60.2	67.4	4547
Summa	100.1	100	100	100	100	100	99.9	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar ett mycket tydligt mönster och att de undersökta medierna återigen faller ut i tre skilda grupper. Graden av konkretion och händelseorientering är högst i TV-nyheterna medan den är lägst i morgontidningarna. Kvällstidningarnas grad av konkretion och händelseorientering ligger mellan TV-nyheternas och morgontidningarnas. I topp ligger TV4 Nyheterna, där närmare fyra av fem inslag fokuserar på konkreta situationer och händelser, följt av Rapport och Aktuellt. Andelen nyheter som fokuserar på konkreta situationer och händelser är nästan exakt lika hög i Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. Morgontidningarna utmärker sig därutöver genom en större fokus på uttalanden och språkhandlingar än i TV-nyheterna och en större fokus på dynamiska situationer och processer än i kvällstidningarna.

På en övergripande nivå visar resultaten att det finns ett starkt stöd för tanken att nyhetsurvalet präglas av en hög grad av konkretisering och händelseorientering, och att endast mellan cirka sex och femton procent av artiklarna och inslagen huvudsakligen handlar om dynamiska situationer och processer illustrerar nyhetsjournalistikens svårigheter att hantera det som inte är konkret och lätt att illustrera eller fånga i ord.

En annan aspekt av nyhetsurvalet – som anknyter till tidigare forskning och resonemangen om styrfälten vikt och intresse – handlar om hur många som är berörda av de nyheter som sänds i TV-nyheterna eller publiceras som förstasidesartiklar. ”Berörd” handlar i det här sammanhanget om hur många som direkt eller direkt är påverkade av det nyheterna handlar om, inte om huruvida människor känner sig berörda. Ju mer nyhetsurvalet handlar om sådant som många är direkt berörda av, desto mer kan nyheterna sägas handla om sådant som har hög relevans och, åtminstone tentativt, är viktigt snarare än intressant.

I den här undersökningen studeras i vilken utsträckning nyheterna handlar om sådant som direkt berör många genom en skala med fem kategorier. I samtliga fall har en bedömning gjorts av hur många som är direkt berörda, det vill säga påverkas av den händelse som nyheterna handlar om. I den första kategorin ingår nyheter där det inte går att bedöma hur många som

är direkt berörda; det kan exempelvis handla om sporthändelser, nöjen eller kulturella händelser. I den andra kategorin ingår nyheter som direkt berör mindre grupper av människor, exempelvis familjer eller grannskap. Som tumregel rör det sig om nyheter som direkt berör färre än 100 personer. I den tredje kategorin ingår nyheter som direkt påverkar medelstora grupper av människor, exempelvis föreningar eller skolor. Som tumregel handlar det om nyheter som direkt berör mellan 100 och 1000 personer. I den fjärde kategorin ingår nyheter som berör stora grupper i samhället, exempelvis större föreningar och företag. Tumregeln i det här fallet är att det ska handla om nyheter som direkt bedöms påverka mellan 1000 och 10 000 personer. I den femte och sista kategorin ingår nyheter som berör riktigt stora grupper i samhället, exempelvis studenter, lärare, eller alla medborgare i landet eller delar av landet. Det handlar alltid om nyheter som direkt berör mer än 10 000 personer.

I och med att de tidigare resultaten indikerar att TV-nyheterna och morgontidningarna fokuserar mer på ”viktiga” nyheter medan kvällstidningarna fokuserar mer på ”intressanta” nyheter, kan det förväntas att TV-nyheterna och morgontidningarna publicerar fler nyheter som direkt berör många människor än vad kvällstidningarna gör. Möjligen kan det även förväntas att TV-nyheterna är de som i störst utsträckning rapporterar om sådant som rör stora eller riktigt stora grupper i samhället, eftersom de riktar sig till hela svenska folket och, på grund av det begränsade formatet, tvingas till ett hårdare nyhetsurval än tidningarna. Frågan är om de förväntningarna stämmer?

Tabell 12. Nyheternas räckvidd och relevans i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Räckvidd kan ej bedömas	8.5	8.3	10.0	10.9	12.6	16.9	16.5	795
Små grupper berörda	25.8	24.5	31.5	36.3	31.5	55.7	58.9	2465
Medelstora grupper berörda	12.9	11.6	10.6	8.6	7.8	5.5	4.0	662
Stora grupper berörda	14.4	12.9	11.0	14.0	13.7	3.5	4.1	817
Riktigt stora grupper berörda	38.4	42.7	36.9	30.2	34.5	18.3	16.6	2335
Summa	100	100	100	100	100.1	99.9	100.1	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar några tydliga mönster. För det första är andelen nyheter där antalet berörda inte går att bedöma högre i kvällstidningarna än i de övriga medierna; vilket beror på att kvällstidningarna fokuserar mer på sport- och nöjesnyheter än övriga medier. För det andra handlar nyheterna i kvällstidningarna i mycket liten utsträckning om sådant som direkt berör riktigt stora grupper i samhället; istället handlar majoriteten av nyheterna i kvällstidningarna om sådant som direkt berör endast små grupper i samhället.

De medier som i huvudsak fokuserar på nyheter som berör riktigt stora grupper i samhället är TV-nyheterna, i första hand Aktuellt där andelen sådana nyheter överstiger 40 procent. Slår man ihop andelarna nyheter som

direkt berör antingen stora eller riktigt stora grupper i samhället blir skillnaden mellan medierna ännu tydligare. Aktuellt är då det nyhetsprogram vars nyheter i störst utsträckning berör många eller riktigt många (55.6%), följt av Rapport (52.8%). Efter Aktuellt och Rapport följer kommersiella TV4 Nyheterna, där 47.9 procent av nyheterna handlar om sådant som direkt berör många eller riktigt många. Vad gäller tidningarna toppar Svenska Dagbladet listan som den tidning vars nyheter i störst utsträckning handlar om sådant som berör många eller riktigt många (48.2%), följt av Dagens Nyheter (44.2%). I botten ligger kvällstidningarna, där endast runt var femte artikel (21.8 och 20.7% i Aftonbladet respektive Expressen) handlar om sådant som har en direkt relevans för många eller riktigt många.

Att på en generell nivå hävda att svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar handlar om sådant som har direkt relevans och som direkt påverkar många är mot den här bakgrunden missvisande. Det stämmer i viss mån vad gäller TV-nyheterna, men inte kvällstidningarna. Återigen illustrerar resultaten därmed hur svårt det är att generalisera; TV-nyheter, morgontidningar och kvällstidningar utgör tre olika typer av medier, och det speglas i deras nyhetsurval.

Ska man utgå från tidigare forskning kring nyhetsvärdering och nyhetsurval är det emellertid inte bara viktigt att nyheterna berör många. Centralt är också att nyheterna på något sätt handlar om det avvikande och sådant som överraskar. Enligt Galtung och Ruge (1973) är ”unexpectedness” sålunda ett viktigt nyhetsvärderingskriterium, medan McManus (1994) skriver om ”unusualness”, Gans (1980) om ”novelty” och Hvitfelt (1985) om att nyheterna bör handla om händelser ”som är sensationella eller överraskande”. Detta tänkande avspeglar sig också i det gamla talesättet att ”hund biter man” inte är någon nyhet, medan ”man biter hund” är en nyhet. Möjligen gäller detta särskilt för kvällstidningarna, beroende som de är av att varje dag sälja lösnummer, medan det är mindre viktigt för morgontidningarna.

För att undersöka vilken betydelse som ”överraskning” har sett utifrån nyhetsurvalet har varje nyhetsinslag och förstasidesartikel kategoriserats utifrån i vilken utsträckning de handlar om sådant som är överraskande. Tre kategorier har tillämpats, där den första kategorin inkluderar nyheter om sådant som är planerat, som kan annonseras i förväg och som inte innehåller något element av överraskning. Den andra kategorin inkluderar nyheter där graden av överraskning är låg. Det handlar om spontana händelser som inte kan annonseras i förväg, samtidigt som de inte avviker från några särskilda förväntningar. Den exakta händelse som ligger till grund för nyheten må vara ny och okänd för publiken, men att händelser av samma typ sker med mer eller mindre jämna eller ojämna mellanrum är väl känt. Den tredje kategorin inkluderar nyheter där graden av överraskning är hög, det vill säga när det handlar om sådant som är nytt och okänt för publiken och som dessutom strider mot rimliga förväntningar kring sådant som kan komma att ske. Resultaten – i vilken grad som nyheterna i de olika medierna handlar om sådant där graden av överraskning är obefintlig, låg eller hög – redovisas i tabell 13.

Tabell 13. Nyheternas grad av överraskning i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Ingen överraskning	48.7	51.0	45.9	45.7	47.2	34.7	34.5	3205
Låg grad av överraskning	16.4	18.0	19.6	20.2	20.4	22.9	22.8	1384
Hög grad av överraskning	34.9	31.0	34.5	34.0	32.4	42.4	42.7	2485
Summa	100	100	100	99.9	100	100	100	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten är möjligen överraskande för dem som tror att svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar handlar om sådant som är överraskande och strider mot förväntningarna. I samtliga medier handlar en minoritet av nyheterna om sådant som präglas av en hög grad av överraskning; Andelen nyheter som handlar om sådant där graden av överraskning är obefintlig är högre än andelen nyheter om sådant där graden av överraskning är hög i samtliga medier utom kvällstidningarna, som än en gång avviker från de övriga medierna. I Aktuellt handlar till och med mer än hälften av nyheterna om händelser där ingen överraskning föreligger. Rapport, TV4 Nyheterna, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet ligger dock inte långt efter; nyhetsurvalet i samtliga dessa medier präglas av händelser där graden av överraskning är låg eller obefintlig.

Detta är ännu en indikation på att de olika medierna skiljer sig så pass mycket åt att det är svårt att generalisera, och att det finns skäl att modifiera och nyansera de etablerade nyhetsvärderingsteorierna.

Negativa nyheter?

Ytterligare en aspekt som brukar lyftas fram både i kritiken mot medierna och i teorier kring nyhetsvärdering och nyhetsurval är att medierna i (allt för) stor utsträckning fokuserar på negativa snarare än positiva nyheter (se även Nord & Nygren, 2002). Problemet med den allmänna kritiken mot mediernas påstådda fokusering på negativa händelser är emellertid dels att människor tenderar att komma ihåg negativ snarare än positiv information, dels att negativitet är relativ. Det som är negativt för en person behöver, som Hvitfelt (1985, sid. 202) konstaterar, ”inte vara negativt för samma människa i en annan situation eller för en annan människa. Negativitet är inte en absolut egenskap hos människor och förhållanden utan bestäms av exempelvis individuella, sociala, kulturella och samhälleliga faktorer”. Negativa händelser bör dessutom kontrasteras mot positiva händelser för att få en heltäckande bild av i vilken utsträckning som medierna fokuserar på negativa händelser.

Mot den här bakgrunden är nästa steg i analysen att undersöka i vilken utsträckning som TV-nyheterna och förstasidesartiklarna handlar om händelser som innebär framgångar respektive skada eller misslyckanden. I båda fallen har tre kategorier tillämpats vid kodningen av nyheterna. Med framgång avses nyheter som av medierna beskrivs som händelser som är positiva eller har positiva konsekvenser. Det kan röra materiella likväl som

immateriella framgångar, exempelvis idrottsframgångar. I den första kategorin ingår nyheter där ingen framgång föreligger eller beskrivs av medierna. I den andra kategorin ingår nyheter där framgångsfaktorn är låg och endast berör ett begränsat antal människor. I den tredje kategorin ingår nyheter där framgångsfaktorn är hög och berör ett större antal människor.

Med misslyckande eller skada avses nyheter som handlar om händelser som av medierna beskrivs som misslyckanden, bakslag eller negativa. Det kan återigen handla om såväl materiella som immateriella aspekter. I den första kategorin ingår nyheter där ingen skada eller inget misslyckande beskrivs av medierna. I den andra kategorin ingår nyheter där någon form av skada eller misslyckande beskrivs av medierna, men där omfattningen av skadan eller misslyckandet är begränsad. I den tredje kategorin ingår nyheter där omfattande skador, misslyckanden eller negativa konsekvenser beskrivs.

Teoretiskt bör det finnas ett negativt samband mellan i vilken utsträckning nyheterna handlar om framgång respektive misslyckanden, skada eller bakslag. Det negativa sambandet behöver dock inte vara perfekt, eftersom en och samma artikel eller inslag kan beskriva såväl framgångar som bakslag, alternativt varken framgång eller bakslag.

Tabell 14. Positiva nyheter i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Ingen framgång	70.4	70.5	68.5	52.5	54.9	60.2	61.9	4454
Låg framgångsfaktor	13.7	14.2	18.5	30.8	26.8	28.7	29.6	1573
Hög framgångsfaktor	15.9	15.3	13.0	16.7	18.4	11.1	8.5	1047
Summa	100	100	100	100	100.1	100	100	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Som framgår av tabell 14 handlar majoriteten av nyheterna i samtliga medier om händelser där ingen framgång föreligger. I TV-nyheterna handlar närmare tre fjärdedelar av nyheterna om händelser där framgångsfaktorn är obefintlig, medan andelen i kvällstidningarna ligger runt 60 procent och i morgontidningarna runt femtio procent. De medier som i störst utsträckning uppmärksammar positiva nyheter – nyheter som åtminstone har en låg framgångsfaktor – är därmed morgontidningarna. Kvällstidningarna är samtidigt de medier som i minst utsträckning uppmärksammar nyheter där framgångsfaktorn är hög.

Utifrån detta är det rimligt att förvänta sig att TV-nyheterna och kvällstidningarna i större utsträckning än morgontidningarna uppmärksammar negativa nyheter, det vill säga nyheter som beskriver bakslag, motgångar eller skador.

Tabell 15. Negativa nyheter i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Ingen skada/misslyckande	57.5	61.6	59.6	68.1	68.6	59.4	57.6	4396
Begränsad skada/misslyckande	18.9	16.3	18.9	16.1	14.3	29.5	33.2	1384
Omfattande skada/misslyckande	23.6	22.0	21.5	15.8	17.1	11.1	9.2	1294
Summa	100	99.9	100	100	100	100	100	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar att majoriteten av nyheterna i samtliga medier inte är negativa, det vill säga att de inte beskriver skador, misslyckanden eller bakslag. Andelen nyheter där ingen skada eller inget misslyckande beskrivs skiljer sig inte särskilt dramatiskt mellan medierna, även om andelen är något högre i morgontidningarna än i TV-nyheterna och kvällstidningarna. De medier som i störst utsträckning fokuserar på nyheter med omfattande skador, misslyckanden eller bakslag är TV-nyheterna, där drygt var femte nyhet beskriver omfattande skador eller misslyckanden. Det resultatet ligger in linje med förväntningarna, och beror bland annat på rapporteringen kring Irak och andra krigs- och oroshärdar. Däremot är andelen nyheter där omfattande skador eller misslyckanden beskrivs lägst i kvällstidningarna, vilket strider mot förväntningarna. Jämfört med de övriga medierna fokuserar kvällstidningarna framförallt på nyheter där begränsade skador, bakslag eller misslyckanden beskrivs. Troligen är det en konsekvens av att kvällstidningarna i så pass stor utsträckning fokuserar på nyheter där de direkt berörda i regel är få till antalet (se tabell 12).

Vid ett första ögonkast kan det framstå som om resultaten i tabell 14 och 15 strider mot varandra, men som redan har diskuterats är det fullt möjligt att en och samma nyhet både beskriver positiva och negativa aspekter, eller att en och samma nyhet varken beskriver framgångar eller bakslag, misslyckanden och skador. Statistiskt finns det samtidigt ett signifikant och negativt samband (Spearman correlation = –.411) mellan positiva respektive negativa nyheter, så som de har kategoriserats och undersökts här. En slutsats som kan dras av detta är att negativa nyheter har en framträdande plats i det svenska nyhetsurvalet – men det har också positiva nyheter. Det är inte så att nyheterna bara uppmärksammar det som är negativt, utan de uppmärksammar också sådant som är positivt och förknippat med framgång av olika slag. Det finns samtidigt skillnader mellan nyhetsurvalet i de olika medierna, där TV-nyheterna framförallt uppmärksammar nyheter där omfattande skador eller misslyckanden beskrivs. Det kan ses som en naturlig konsekvens av att TV-nyheterna mer än förstasidesartiklarna i kvällstidningar och morgontidningar handlar om sådant som berör riktigt stora grupper i samhället. Därmed finns det en drivkraft att också fokusera på större snarare än mindre bakslag, skador och misslyckanden.

Uppfattningen att nyheterna ”bara” fokuserar på negativa nyheter får i vilket fall inget stöd av den här undersökningen; i verkligheten är

nyhetsurvalet mycket mer mångfacetterat än så, och det gäller både enskilda medier och i jämförelser mellan medier.

Detsamma gäller graden av konfliktorientering i nyhetsurvalet, ett annat nyhetsvärde som ofta lyfts fram av forskning kring nyhetsvärdering och nyhetsurval. Det finns också en lång rad studier som på olika sätt har undersökt i vilken utsträckning konflikter förekommer i artiklar och inslag (Hvitfelt, 1985; Johansson, 1998; Nygren, 2003, 2005; Strömbäck, 2001), och polarisering är en av de berättartekniker som lyfts fram av teorin om en särskild medielogik. Problemet är att konflikt, precis som negativitet, inte är ett absolut begrepp, vilket avspeglar sig i att olika undersökningar mäter konfliktnivån på olika sätt. Det gör det svårt att jämföra resultaten från olika undersökningar. Oavsett detta råder det dock i princip konsensus om att konflikt är ett viktigt nyhetsvärde och att sannolikheten för att en händelse ska uppmärksammas ökar om den inbegriper en konflikt.

I den här undersökningen har tre kategorier använts för att studera konfliktnivån. Viktigt att notera är att i samtliga fall undersöks den explicita konfliktnivån – det vill säga i vilken utsträckning två eller fler parter ger uttryck för olika åsikter, attackerar eller kritiserar varandra – men inte om eller när journalister pekar ut att det någonstans finns en konflikt. Konflikten ska vara synlig genom de uttalanden eller handlingar olika aktörer gör i artiklarna och inslagen, vilket förutsätter att minst två parter kommer till tals i artikeln eller inslaget. Om så inte är fallet kodas de artiklarna och inslagen som om ingen konflikt föreligger.

I den första kategorin ingår nyheter där ingen konflikt eller kontrovers föreligger. I den andra kategorin ingår nyheter där olika åsikter i en fråga lyfts fram eller förekommer, men utan att det slår över i hård kritik eller attacker. I den tredje kategorin ingår nyheter där konfliktnivån är hög, och där en hög grad av intensitet i kritiken eller åsiktsskillnaderna framkommer av artiklarna och inslagen, exempelvis genom ordval, tonläge eller genom att någon part ifrågasätter det legitima i någon annan parts åsikter eller beteenden. I den kategorin ingår även nyheter som handlar om krigshandlingar av olika slag. Hur nyheterna fördelar sig mellan dessa tre kategorier framkommer av tabell 16.

Tabell 16. Konfliktnivån i svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Ingen konflikt	66.4	61.6	64.9	71.1	67.5	82.3	77.5	4875
Låg konfliktnivå	15.6	17.4	17.1	16.1	16.6	10.2	13.0	1103
Hög konfliktnivå	17.9	21.0	18.0	12.8	16.0	7.5	9.5	1096
Summa	99.9	100	100	100	100.1	100	100	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar att en klar majoritet av TV-nyheterna och förstasidesartiklarna präglas av att ingen explicit konflikt redovisas och beskrivs. I endast ett fall – Aktuellt – överstiger andelen inslag som präglas av en hög konfliktnivå 20

procent; i övriga fall varierar andelen artiklar och inslag med en hög konfliktnivå mellan som lägst 7.5% (Aftonbladet) och 18.0% (TV4 Nyheterna). Konfliktnivån är generellt sett lägre i kvällstidningarna än i övriga medier, och ligger på ungefär samma nivå i de tre nyhetsprogrammen i TV.

Möjligen är dessa resultat förvånande, givet den framträdande roll som konflikt och polarisering tillskrivs i olika modeller för nyhetsvärdering, nyhetsurval och medielogiken. Samtidigt täcker den här undersökningen normaljournalistiken snarare än någon specifik journalistisk genre som exempelvis den politiska nyhetsjournalistiken; den inkluderar dessutom journalistiska genrer där konfliktnivån kan antas vara låg, exempelvis sportjournalistiken. Det är därför troligt att konfliktnivån är högre i den politiska nyhetsjournalistiken än i normaljournalistiken. För att undersöka om så faktiskt är fallet har en vidare analys av konfliktnivån i nyheterna gjorts, baserad enbart på de artiklar och inslag som handlar om politik (se tabell 4). Resultatet är slående.

Tabell 17. Konfliktnivån i den politiska nyhetsjournalistiken (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Ingen konflikt	45.8	45.7	47.9	48.5	38.5	49.1	53.8	674
Låg konfliktnivå	19.0	22.3	19.6	25.4	24.7	22.6	28.2	319
Hög konfliktnivå	35.2	32.1	32.5	26.0	36.8	28.3	17.9	474
Summa	99.9	100.1	100	99.9	100	100	99.9	
N	378	368	286	169	174	53	39	1467

Konfliktnivån i de nyheter som handlar om politik är betydligt högre än i det totala nyhetsurvalet i TV-nyheterna och på tidningarnas förstasidesnyheter. Sett enbart till den politiska nyhetsjournalistiken sjunker andelen nyheter där ingen konflikt redovisas och beskrivs från mellan cirka 61 och 82 procent till mellan cirka 38 och 53 procent. Andelen nyheter som präglas av en hög konfliktnivå ökar samtidigt med som minst cirka 8 procent (Expressen) och som mest cirka 20 procent (Svenska Dagbladet och Aftonbladet). Detta är en tydlig indikation på att graden av konflikt har en större betydelse vid urvalet av politiska nyheter jämfört med urvalet av nyheter generellt sett. Det illustrerar att det ibland kan finnas betydande skillnader mellan olika genrer och ämnen i nyheterna, och svårigheterna att generalisera bortom den journalistiska genre eller det journalistiska ämnesområde som en given undersökning bygger på.

Hot och risker på agendan

Resultaten så här långt har visat hur framträdande ett antal nyhetsfaktorer, som har lyfts fram inom tidigare forskning kring nyhetsvärdering och nyhetsurval, de facto är i svenska TV-nyheter och förstasidesartiklar under en normaljournalistisk period. Frågor som har behandlats är nyheternas ämnen och arenor, graden av fokusering på makt- och kändiseliter, samt hur

framträdande personifiering, konkretion, räckvidd, överraskning, framgång, misslyckande eller skada, samt konflikt är i nyhetsurvalet.

Frågan om vilken betydelse som nyheter om hot, risker och kriser har i det svenska nyhetsurvalet har också behandlats utifrån nyheternas ämnen. Det kunde då (se tabell 5) konstateras att nyheter vars ämne på olika sätt handlar om kriser, krig och fredsförhandlingar, kriminalitet och brott, missöden och olyckor samt katastrofer utgjorde cirka en tredjedel av nyhetsinslagen i TV, cirka en tiondel av förstasidesartiklarna i morgontidningarna samt cirka en femtedel av förstasidesartiklarna i kvällstidningarna. Utifrån detta kunde det konstateras att nyheter om hot, risker och kriser spelar en framträdande roll i TV-nyheterna och på kvällstidningarnas förstasidor.

Att enbart undersöka vad nyheterna handlar om – deras ämnesmässiga fokus – ger dock inte hela bilden av hur framträdande som hot och risker är i det svenska nyhetsurvalet. Lika viktigt är att undersöka i vilken utsträckning som nyhetsjournalistiken, oavsett ämne, beskriver något som om det utgör ett hot eller en risk för mindre eller större grupper i samhället. Dessa hot och risker kan vara ekonomiska, ekologiska, fysiska, medicinska eller psykologiska, och således återkomma i artiklar och inslag vars ämnen handlar om allt från internationella frågor till svensk inrikespolitik och medicin.

Det väsentliga här är med andra ord inte om hoten och riskerna är objektivt existerande eller inte, eller hur stora hoten och riskerna är rent objektivt eller statiskt. Det väsentliga är den journalistiska framställningen, det vill säga i vilken utsträckning som journalisterna beskriver företeelser som om de utgör hot eller risker.

För att undersöka hur framträdande den journalistiska framställningen av hot och risker är i det svenska nyhetsurvalet har därför samtliga nyhetsinslag och förstasidesartiklar analyserats med hjälp av fyra kategorier. I den första kategorin ingår nyheter där inget hot eller ingen risk beskrivs journalistiskt. I den andra kategorin ingår artiklar och inslag där någon form av hot eller risk nämns, om än bara i all korthet. I den tredje kategorin ingår artiklar och inslag som journalistiskt fokuserar på någon form av hot eller risk – ekonomisk, ekologisk, fysisk, medicinskt eller psykologisk – om än i ett relativt neutralt tonläge och där hoten och riskerna i huvudsak beskrivs som relevanta enbart för särskilda grupper i samhället. I den fjärde och sista kategorin ingår nyheter där den journalistiska framställningen fokuserar på någon form av hot eller risk – återigen ekonomisk, ekologisk, fysisk, medicinskt eller psykologisk – som framställs som om den berör mer än halva befolkningen eller där hoten och riskerna framställs som särskilt omfattande eller alarmerande.

Om man ska utgå från andelen nyheter i de olika medierna som på ämnesnivå handlade om olika former av hot, risker och kriser, bör hotnivån vara högst i TV-nyheterna följt av kvällstidningarna och morgontidningarna. Samtidigt är det som nämnts en stor skillnad mellan vilka ämnen nyheterna fokuserar på och graden av hot och risker, så som den beskrivs av journalisterna, i olika artiklar och inslag. En artikel om ett begånget brott behöver exempelvis inte vara utformad på ett sätt som gör att den typen av brott beskrivs som ett hot eller en risk för andra än de som fallit offer den första gången. Omvänt kan en artikel om ekonomi ha en tydlig fokus på ekonomiska risker av någonting. Det är därför inte självklart att det finns ett samband

mellan andelen nyheter som på ämnesnivå handlar om hot och risker, och hot- eller risknivån i artiklar och inslag över ämnesgränser. Frågan är mot den bakgrunden: hur hög är hot- och risknivån i TV-nyheterna och tidningarnas förstasidesartiklar?

Tabell 18. Hot och risker i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Inga hot eller risker	81.6	79.7	82.7	84.9	83.1	90.5	86.9	5913
Låg hot- och risknivå	5.7	6.4	5.2	4.9	7.0	4.7	6.6	411
Medium hot- och risknivå	9.9	10.2	9.1	8.0	7.4	3.4	4.9	570
Hög hot- och risknivå	2.7	3.7	2.9	2.2	2.5	1.4	1.6	180
Summa	99.9	100	99.9	100	100	100	100	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar att det absoluta flertalet av förstasidesartiklarna och TV-inslagen inte framställer någonting som ett hot eller en risk. Det gäller samtliga medier, även om det finns skillnader mellan dem. I Aftonbladet nämner cirka nio av tio förstasidesartiklar inte något hot eller någon risk, medan motsvarande andel i de övriga medierna varierar mellan cirka 80–87 procent. Omvänt är andelen artiklar och inslag där hot- och risknivån är hög eller medium högst i Aktuellt (13.9%), följt av Rapport (12.6%), TV4 Nyheterna (12.0%), Dagens Nyheter (10.2%), Svenska Dagbladet (9.9%), Expressen (6.5%) och Aftonbladet (4.8%). Det är med andra ord framförallt TV-nyheterna som framställer det som om olika händelser eller företeelser utgör hot eller risk för stora eller relativt stora grupper i samhället, medan kvällstidningarna är de som på förstasidorna i lägst utsträckning beskriver händelser och företeelser som om de utgör hot eller risker. Morgontidningarna faller mellan TV-nyheterna och kvällstidningarna, men har mer gemensamt med TV-nyheterna.

Samtidigt finns det betydande skillnader beroende av nyheternas ämnen (se tabell 4), där inte minst nyheter om natur och miljö, så som de framställs journalistiskt, präglas av en hög grad av risk och hot.

Tabell 19. Hot- och risknivå fördelat per ämnesområden (%).

	Låg eller obefintlig hot- och risknivå	Medium eller hög hot- och risknivå	Summa	N
Politik och administration	86.0	14.0	100	1467
Ekonomi	88.5	11.5	100	462
Andra samhällsfrågor	80.2	19.8	100	232
Vardagsfrågor/sociala och kulturella områden	94.7	5.3	100	1609
Natur och miljö	57.5	42.5	100	200
Underhållning och förströelse	99.1	0.9	100	537
Brott och annat som kan skapa rädsla	87.1	12.9	100	1146
Konsumentfrågor	91.6	8.4	100	356
Hälsa och friskvård, medicin	75.8	24.2	100	256

Det ämnesområde där TV-inslagen och förstasidesartiklarna framförallt präglas av tydliga och explicita hot- och riskbeskrivningar är nyheter om natur och miljö. I hela 42.5 procent av de artiklarna och inslagen är hot- och risknivån hög eller ganska hög. Även när det handlar om nyheter om hälsa, friskvård och medicin är hot- och risknivån hög eller ganska hög, liksom när nyheterna handlar om andra samhällsfrågor. Däremot är hot- och risknivån mycket låg i artiklar och inslag om underhållning och förströelse, vardagsfrågor och konsumentfrågor. Nyheter om politik och administration, ekonomi och om brott och annat som kan skapa rädsla befinner sig i en mellankategori, där mellan tio och femton procent av artiklarna och inslagen präglas av en relativt hög hot- och risknivå.

Hot, risker och kriser finns med andra ord med på agendan – mer eller mindre beroende av medium och vad nyheterna i övrigt handlar om. Hot, risker och kriser är samtidigt mer framträdande på ämnesnivå, särskilt i TV-nyheterna och kvällstidningarna, än sett till hot- och risknivån så som den journalistiskt framställs i TV-inslagen och förstasidesartiklarna.

Vad som är viktigt är med andra ord att skilja mellan i vilken utsträckning som journalister explicit beskriver händelser och företeelser som om de utgör hot och risker, och i vilken utsträckning som nyheterna handlar om händelser och företeelser som antingen objektivt eller subjektivt kan uppfattas som hot- eller riskfyllda. För att återvända till det tidigare exemplet om brottsjournalistiken: En artikel som beskriver ett mord och framställer det som om fler löper risk att drabbas är en sak; en artikel som beskriver ett mord ”rakt upp och ned” är en annan. Om det publiceras en mängd artiklar och inslag om mord, eller andra brott, kan det emellertid få som konsekvens att människor känner sig hotade och osäkra, även om den journalistiska framställningen inte explicit framställer det som om människor har anledning att känna sig hotade eller osäkra. Som nämndes i inledningen är objektivt existerande hot och risker en sak, hur medierna beskriver hot och risker en annan, och hur människor uppfattar hot och risker är en tredje.

Mot den bakgrunden är det också värt att undersöka i vilken utsträckning som TV-nyheterna och förstasidesartiklarna handlar om våld eller hot om våld, eftersom en hög förekomst av sådana nyheter kan få som indirekt effekt att människor upplever världen som hotfull och farlig. Vad som ska räknas som en hög eller låg förekomst är visserligen inte självklart eller frikopplat från hur verkligheten ser ut, men här har samtliga nyhetsinslag och förstasidesartiklar analyserats utifrån om någon form av fysiskt våld mot personer eller objekt förekommer. Det kan exempelvis handla om vandalism, misshandel, mord, våldsamma demonstrationer eller krig. Resultaten redovisas i tabell 20.

Tabell 20. Fysisk aggression och våld i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen	N
Inget fysiskt våld eller aggression förekommer	85.5	85.2	84.9	95.3	94.9	88.2	91.0	6313
Fysiskt våld eller aggression förekommer	14.5	14.8	15.1	4.7	5.1	11.8	9.0	761
Summa	100	100	100	100	100	100	100	
N	1383	1040	1055	1181	1128	655	632	7074

Resultaten visar att runt 15 procent av TV-inslagen handlar om fysiskt våld eller aggression i någon form, medan motsvarande andel för kvällstidningarnas förstasidesartiklar ligger runt tio procent och för morgontidningarnas förstasidesartiklar runt fem procent. Sett ur det perspektivet är TV-nyheterna mer våldsamma än kvällstidningarnas förstasidesartiklar, som i sin tur är mer våldsamma än morgontidningarnas förstasidesartiklar. Jämfört med andelarna artiklar och inslag i de olika medierna som handlar om hot, risker och kriser i någon form (se tabell 5) är mönstret mycket likartat. Återigen visar resultaten dessutom att det finns betydande skillnader mellan de olika medietyperna.

Sammanfattning och vidare analys

Det övergripande syftet med den här studien har varit att undersöka vad som utmärker nyhetsurvalet i svenska nyhetsmedier, med särskilt fokus på hur framträdande nyheter om hot och risker är i nyhetsurvalet. För att kunna göra detta har ett brett angreppssätt tillämpats, där normaljournalistiken under tre sammanhängande månader har innehållsanalyserats för att undersöka betydelsen av en rad nyhetsfaktorer eller nyhetsvärderingskriterier som har lyfts fram i tidigare forskning. En bakomliggande tanke har varit att undersöka i vilken utsträckning som traditionella och etablerade teorimodeller för faktorer som utmärker nyheterna fortfarande är giltiga.

I den här sammanfattningen är det framförallt två frågor som ska diskuteras. Den första frågan handlar om vilken betydelse som nyheter om hot, risker och kriser har i nyhetsurvalet, medan den andra frågan handlar om de traditionella och etablerade teorimodellerna och deras giltighet.

Vilken betydelse har då hot och risker i nyhetsurvalet? Även om frågan är enkel visar den här undersökningen att svaret är komplext och beroende av hur nyheter om hot och risker definieras. Utgår man från andelen nyheter som handlar om brott och annat som kan skapa rädsla handlar framförallt TV-nyheterna och kvällstidningarnas förstasidesartiklar i relativt hög grad om hot och risker (se tabell 4). I både TV-nyheterna och kvällstidningarna utgör sådana nyheter det näst vanligaste ämnesområdet, efter nyheter om politik och administration (TV-nyheterna) och om underhållning och förströelse (kvällstidningarna). Det är framförallt en följd av TV-nyheternas och

kvällstidningarnas fokus på brott och kriminalitet, vilket skiljer dessa från morgontidningarna.

Utgår man från andelen nyheter som handlar om olika mer precist definierade ämnesområden och som handlar om olika former av hot, risker och kriser handlar återigen framförallt TV-nyheterna i relativt hög grad om hot och risker (se tabell 5). Vanligast är nyheter och brott och kriminalitet, men även nyheter om missöden och olyckor är relativt framträdande i TV-nyheterna och kvällstidningarna, medan TV-nyheterna därutöver också ägnar relativt stor uppmärksamhet åt nyheter kring kriser och krishantering. Även nyheter som fokuserar på fysiskt våld och aggressioner är förhållandevis framträdande i TV-nyheterna och kvällstidningarna. (se tabell 20) I samtliga dessa fall är morgontidningarna de som i minst utsträckning fokuserar på nyheter om hot, risker och kriser.

Bilden förändras dock om man istället utgår från andelen nyheter i de olika medierna där den journalistiska framställningen explicit går ut på att det förekommer hot och risker riktade mot stora eller förhållandevis stora grupper i samhället, eller där journalister explicit dramatiserar händelser och företeelser på ett sätt som framställer något som ett hot eller en risk (se tabell 18). Det medium som framförallt framställer det som om hot- och risknivån är hög är Aktuellt, följt av Rapport och TV4 Nyheterna. Därefter kommer morgontidningarna, medan kvällstidningarna är de som i minst utsträckning explicit framställer det som om hot- och risknivån är hög.

För att skapa en bättre överblick över de resultat som är direkt relevanta i det här sammanhanget, har de samlats i tabell 21.

Tabell 21. Hot och risker i TV-nyheter och förstasidesartiklar (%).

	Rapport	Aktuellt	TV4 Nyheterna	Dagens Nyheter	Svenska Dagbladet	Aftonbladet	Expressen
Ämnesområde: Brott och annat som kan skapa rädsla	22.6	20.2	20.9	7.4	7.3	17.3	19.0
Ämne: Total andel nyheter om hot, risker och kriser inklusive brott	34.7	34.1	33.1	9.2	9.2	18.8	20.1
Ämne: Total andel nyheter om hot, risker och kriser exklusive brott	22.7	23.3	22.4	6.0	4.9	8.1	9.7
Fysiskt våld eller aggression förekommer	14.5	14.8	15.1	4.7	5.1	11.8	9.0
Medium eller hög hot- och risknivå	12.6	13.9	12.0	10.2	9.9	4.8	6.5

Tabellen illustrerar tydligt att svaret på frågan om hur framträdande hot och risker är i nyhetsurvalet hänger mycket nära samman med hur nyheter om hot och risker definieras. Som exempel går det för Rapports del att hävda att 34.7 procent av nyheterna handlar om hot, risker och kriser, men också att endast 12.6 procent av nyheterna gör det. På samma sätt kan man för Dagens Nyheters

del hävda att 10.2 procent av nyheterna handlar om hot, risker och kriser, men också att endast 4.7 procent gör det. Motsvarande andelar för Expressen är 20.1 respektive 6.5 procent.

Till bilden hör också att det inte finns någon definition som självklart är mer korrekt eller giltig än de andra. Vilken definition som är mest korrekt eller giltig hänger i stor utsträckning samman med hur man ser på den medierade bilden av hot och risker i förhållande till objektivt existerande hot och risker eller människors perceptioner av hot och risker. Om man vill förstå hur människors känsla av att vara hotad eller utsatt för någon risk påverkas av nyheterna kanske den totala andelen nyheter om hot, risker och kriser är mest relevant. Om man är intresserad av hot och risker som dramaturgiskt grepp för journalister kanske den journalistiska framställningen är mest relevant. Och om man är intresserad av relationen mellan de medierade bilderna och verkligheten skulle möjligen nyheterna behöva brytas ned i ännu mer finfördelade kategorier för att möjliggöra jämförelser med fakta om hur vanliga olika hot och risker är i verkligheten.

Det man ändå kan konstatera är att nyheter om hot, risker och kriser har en given plats i det svenska nyhetsutbudet, inte bara i samband med specifika hot, risker och kriser i verkligheten bortom mediernas innehåll utan också under normaljournalistiska perioder.

Detta leder oss vidare till frågan om vad som generellt sett kännetecknar det svenska nyhetsutbudet och de etablerade teorimodellerna för faktorer som utmärker nyheterna. Ett av de återkommande resultaten av den här undersökningen är att det tycks finnas betydande skillnader mellan TV-nyheterna och förstasidesartiklarna i morgontidningarna respektive kvällstidningarna. De skillnader som har identifierats har i första hand löpt mellan medietyperna (TV, morgontidningar, kvällstidningar) snarare än mellan de enskilda medierna.

Om det stämmer är det ett uttryck för att de traditionella och etablerade teorimodellerna för faktorer som utmärker nyheterna inte (längre) är generellt giltiga. Skenet kan dock bedra och de skillnader som resultaten visat vara skenbara. För att få en säkrare uppfattning om vilken betydelse som medietypen har för vilka nyhetsfaktorer som kommer till uttryck i nyheterna är det därför viktigt att pröva sambandet statistiskt. Är skillnaderna mellan i vilken utsträckning som nyheterna i TV respektive på kvällstidningarnas och morgontidningarnas förstasidor är personifierade, konkretiserade, fokuserade på makt- eller kändiseliterna och så vidare, statistiskt signifikanta?

För att undersöka detta har multivariat regressionteknik används (multinomial logit), med medietyp som beroende variabel och de olika nyhetsfaktorerna som oberoende variabler Resultaten presenteras i tabell 22. Siffrorna kan tolkas som effekten av olika nyhetsfaktorer på om sannolikheten att en artikel eller ett inslag publicerats i TV, morgontidningar eller kvällstidningar ökar eller minskar (i strikt mening är det inte effekter på sannolikheter vi ser utan effekter i logaritmerade odds, men de avslöjar också om sannolikheten ökar eller minskar. Däremot går det inte att säga hur mycket sannolikheterna förändras enbart genom att studera tabellen. Förändringarnas storlek beror nämligen på variabelns ursprungliga värde samt värdet på samtliga övriga variabler i modellen). I de två första kolumnerna utgör TV den

beroende variabelns referenskategori, vilket innebär att den första kolumnen redovisar hur olika nyhetsfaktorer påverkar sannolikheten för att en artikel/inslag är publicerat i en morgontidning *jämfört* med en TV-sändning. I den andra kolumnen ser får vi samma typ av information, men där uttrycks hur nyhetsfaktorerna påverkar sannolikheten att en artikel/inslag publicerats i en kvällstidning jämfört med en TV-sändning. I sista kolumnen jämförs kvällstidningar med morgontidningar.

Tabell 22. Effekter av olika nyhetsfaktorer på sannolikheten att en nyhet publicerats i TV, morgontidningar eller kvällstidningar (ostandardiserade logitkoefficienter).

Medietyp/ referenskategori	Morgontidning/ TV	Kvällstidning/ TV	Kvällstidning/ Morgontidning
Ämneskategori			
Referenskategori: Serviceämnen			
Socialt relevanta	-1.042**	-2.870***	-1.828***
Samhälle och värld	-0.222	-2.051***	-1.830***
Human touch	-0.975**	-1.311***	-0.337
Privatliv	-0.155	0.016	0.171
Sport	-0.230	-2.168***	-1.959***
Inflytande hos mest framträdande aktör			
Referenskategori: Minst inflytande			
Litet inflytande	-0.191	-0.914***	-0.723***
Stort inflytande	-0.061	-1.155***	-1.094***
Störst inflytande	-0.532***	-1.883***	-1.351***
Kändisskap hos mest framträdande aktör			
Referenskategori: För allmänheten okända individer			
För allmänheten okända individer	0.598*	0.811*	0.213
Nationellt kända individer	0.953**	1.870***	0.917*
Internationellt kända individer	0.908**	1.711***	0.804
Graden av personifiering			
Referenskategori: Ingen personifiering			
Låg grad av personifiering	0.885**	0.734	-0.150
Medelhög grad av personifiering	0.914**	0.965*	0.051
Hög grad av personifiering	2.053***	1.391**	-0.662
Konkretetion och händelseorientering			
Referenskategori: Statiska situationer			
Dynamiska situationer/processer	-0.757***	-0.833***	-0.076
Uttalanden/språkhandlingar	-0.018	0.470*	0.488**
Konkreta situationer och händelser	-1.233***	-0.862***	0.371*

Nyheternas räckvidd			
Referenskategori: Små grupper berörda			
Medelstora grupper berörda	-0.158	-0.792***	-0.635***
Stora grupper berörda	0.095	-1.242***	-1.337***
Riktigt stora grupper berörda	-0.026	-0.919***	-0.893***
Överraskning			
Referenskategori: Ingen överraskning			
Låg grad av överraskning	0.135	0.380**	0.245*
Hög grad av överraskning	0.136	0.684***	0.547***
Negativa nyheter			
Referenskategori: Ingen skada/misslyckande			
Begränsad skada/misslyckade	-0.160	0.327**	0.486***
Omfattande skada/misslyckande	-0.132	-0.124	0.008
Konfliktnivå			
Referenskategori: Ingen konflikt			
Låg konfliktnivå	-0.335***	-0.450**	-0.115
Hög konfliktnivå	-0.347***	-0.198	0.148
Pseudo R2	0.205		
N	5976		

Skattningarna är ostandardiserade logitkoefficienter. *p < .05.**p < .01. ***p < .001.

Ett exempel kan underlätta tolkningen av tabellen. I den första kolumnen presenteras betydelsen av olika nyhetsfaktorer för sannolikheten att en artikel/inslag publicerats i morgontidningarna i förhållande till TV-nyheterna. Vad gäller personifiering är samtliga värden positiva och statistiskt signifikanta, vilket betyder att när graden av personifiering stiger så ökar också sannolikheten för att detta är en artikel publicerad i en morgontidning snarare än ett inslag i TV, under kontroll för samtliga övriga nyhetsfaktorer. Av den andra kolumnen framgår att personifiering också innebär en större sannolikhet att en artikel blir publicerad på kvällstidningarnas förstasidor än i TV. Ett av de sambanden är dock inte signifikant, vilket indikerar att en förändring från ”ingen personifiering” till ”låg grad av personifiering” inte verkar spela någon roll för sannolikheten att en nyhet publiceras på kvällstidningarnas förstasidor jämfört med i TV-nyheterna. Av den tredje kolumnen framgår att inget av sambanden är signifikanta, vilket betyder att graden av personifiering inte påverkar sannolikheten för om en nyhet publiceras på morgontidningarnas eller kvällstidningarnas förstasidor.

Positiva värden visar med andra ord att nyhetsfaktorn i fråga bidrar till att öka sannolikheten för att en nyhet publiceras i medier tillhörande en viss medietyp jämfört med medier tillhörande referenskategorin, medan negativa värden innebär att denna sannolikhet minskar i förhållande till

referenskategorin. Störst vikt ska fästas vid de resultat som är statistiskt signifikanta, vilket markeras med asterisker.

På en övergripande nivå visar resultaten att det finns såväl likheter som skillnader relaterade till nyhetsfaktorernas betydelse i de olika medietyperna. Den första kolumnen visar exempelvis att fokuseringen på nyhetsaktörer med inflytande är mindre i morgontidningarna än i TV-nyheterna, medan fokuseringen på kända personer är mer uttalad i morgontidningarna än i TV-nyheterna. Vidare visar den att graden av personifiering har större betydelse för sannolikheten att något blir en nyhet på morgontidningarnas förstasidor än i TV. Omvänt har graden av konkretisering, konflikt och fysisk aggression mindre betydelse för sannolikheten att något blir en nyhet i morgontidningarna jämfört med TV-nyheterna.

I den andra kolumnen jämförs nyhetsfaktorernas betydelse för att något ska publiceras som en nyhet i kvällstidningarna jämfört med i TV. De resultaten visar att fokuseringen på nyhetsaktörer med stort inflytande är mindre i kvällstidningarnas förstasidesnyheter än i TV, medan fokuseringen på kända personer är mer uttalad i kvällstidningarna än i TV-nyheterna. Graden av personifiering, överraskning, skada/misslyckande och fysisk aggression har också en större betydelse för om något blir en nyhet på kvällstidningarnas förstasidor än i TV-nyheterna, medan graden av konkretisering, nyheternas räckvidd och konflikt har större betydelse för sannolikheten att något blir en nyhet i TV-nyheterna än på kvällstidningarnas förstasidor.

I den tredje kolumnen, till sist, jämförs nyhetsfaktorernas betydelse för att något ska publiceras på kvällstidningarnas jämfört med morgontidningarnas förstasidor. De nyhetsfaktorer som ökar sannolikheten för att något ska bli en nyhet på kvällstidningarnas förstasidor jämfört med morgontidningarna är graden av kändisskap hos nyhetsaktörerna, graden av överraskning och graden av fysisk aggression. De nyhetsfaktorer som i första hand ökar sannolikheten för att något ska bli en nyhet på morgontidningarnas förstasidor jämfört med kvällstidningarna är graden av inflytande hos den mest framträdande nyhetsaktören och nyheternas räckvidd.

Flertalet av de undersökta nyhetsfaktorerna har med andra ord olika stor betydelse för sannolikheten att något blir en nyhet i TV respektive på morgontidningarnas och kvällstidningarnas förstasidor. Det visar att det inte är giltigt att på en generell nivå hävda att nyheterna, *oberoende av medietyp*, präglas av olika nyhetsfaktorer. Någon övergripande nyhetsvärderingsformel, giltig för samtliga medietyper, går helt enkelt inte att formulera, och de etablerade teorimodellerna behöver därför revideras.

Resultaten visar dock att det finns en nyhetsfaktor där det inte går att urskilja några statistiskt signifikanta skillnader mellan medietyperna. Intressant nog handlar detta undantag om graden av hot och risknivå i artiklarna och inslagen. I den mån som den journalistiska framställningen bidrar till att framställa något som ett hot eller en risk som berör många eller riktigt många, sker det i ungefär lika stor utsträckning i TV och på morgontidningarnas och kvällstidningarnas förstasidor.

Samtidigt är andelen nyheter där den journalistiska framställningen bidrar till att framställa något som ett hot eller en risk som berör många eller riktigt många lägre än andelen nyheter som på ämnesnivå handlar om olika

former av hot, risker och kriser. Det är inte heller säkert att det är det mest relevanta måttet på hur framträdande som nyheter om hot, risker och kriser är i det svenska nyhetsurvalet. Vilken definition som är mest hänger, som tidigare diskuterades, i stor utsträckning samman med hur man ser på den medierade bilden av hot och risker i förhållande till objektivt existerande hot och risker eller människors perceptioner av hot och risker.

Det man ändå kan konstatera är att för de allra flesta utgör medierna den viktigaste källan till information om alla de hot, risker och kriser som ligger bortom deras egen vardag, och att nyheter om olika typer och former av hot, risker och kriser har en självklar plats i det svenska nyhetsurvalet. Det gäller särskilt när nyheterna handlar om natur och miljö, ett område som fått allt större uppmärksamhet av och i medierna under de senaste åren. Det är ingen särskilt djärv gissning att anta att de hot och risker som är förknippade med inte minst klimatförändringarna är en starkt bidragande orsak till det nymornade mediala intresset för natur- och miljöfrågor – och att det i sin tur påverkar mediepublikerna och deras riskperceptioner.

I kombination med mediernas starka intresse för ämnen, områden, aktörer, gestaltningar och framställningar som kan fånga människors intresse i det överskott av information och underskott av uppmärksamhet som råder, talar det starkt för att hot, risker och kriser komma att fortsätta inta en framträdande plats på nyhetsagendan och i nyhetsurvalet. Det kommer självfallet att ske i samspel med hur förhållanden i verkligheten utvecklas, vilken efterfrågan det finns på sådana nyheter, och mediernas egna behov, produktionsförhållanden och målgrupper. Och det kommer att vara på både gott och ont, beroende av i vilken utsträckning olika hot och risker underskattas eller överskattas.

Betydelsen av medierna och nyhetsjournalistiken som kartritare kommer emellertid inte att förändras så länge människor fortsätter att vara beroende av medierna för information om allt sådant som ligger bortom deras egen vardag och erfarenheter. Därmed kommer behovet av medier, redaktionella ledare och journalister som tar sin roll och sitt ansvar som kartritare vara fortsatt stort.

Om nu mediernas viktigaste uppgift är att tillhandahålla sådan information som människor behöver för att fritt och självständigt kunna ta ställning, gäller det nyheter om hot och risker i minst lika stor utsträckning som andra nyheter. Annars finns risken att medierna driver på en obefogad rädsla och känsla av utsatthet, eller att verkliga hot och risker underskattas. I båda fallen kan det få en rad långtgående och negativa effekter för såväl individer som organisationer och samhällen.

Frågan om nyhetsvärdering och nyhetsurval berör därmed inte bara medierna själva eller deras publiker som mediekonsumenter. Den berör hela samhället, eftersom den av medierna insamlade, bearbetade och spridda informationen påverkar människors verklighetsperceptioner och åsikter och därmed, i förlängningen om än indirekt, även deras handlingar.

Litteraturförteckning

Altheide, David L. (2002). Creating Fear. News and the Construction of Crisis. New York: Aldine de Gruyter.

Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1979): *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.

Altheide, David L. & Snow, Robert P. (1991): *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.

Andersson Odén, Tomas, Ghersetti, Marina & Wallin, Ulf (2005). *Tsunamins genomslag. En studie av svenska mediers bevakning*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Asp, Kent (1986). *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.

Beck, Ulrich (1998). *Risksamhället. På väg mot en annan modernitet*. Göteborg: Daidalos.

Bennett, W. Lance (2003). *News. The Politics of Illusion*. Femte upplagan. New York: Longman.

Bennett, W. Lance (2004). Gatekeeping and Press-Government Relations: A Multigated Model of News Construction. I Kaid, Lynda Lee (red): *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Bennett, W. Lance & Entman, Robert M. (red) (2001). *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*. New York: Cambridge University Press.

Bolin, Göran (2007). Mobiltelefonen som interpersonellt medium och multimedialt sökverktyg. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet.

Callaghan, Karen & Schnell, Frauke (red) (2005). *Framing American Politics*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

Campbell, Vincent (2004). *Information Age Journalism. Journalism in an International Context*. London: Arnold.

Carlsson, Michael (1998). Vem ska man tro på? I Alström, Börje (red): *Vem ska man tro på?* Sundsvall: Demokratiinstitutet.

Cohl, H. Aaron (1997). *Are We Scaring Ourselves to Death? How Pessimism, Paranoia, and a Misguided Mdia are Leading Us Toward Disaster*. New York: St. Martin's Griffin.

Djerf-Pierre, Monika & Weibull, Lennart (2001): *Spegla, granska, tolka. Aktualitetsjournalistik i svensk radio och TV under 1900-talet*. Stockholm: Prisma.

Eberhard, David (2006). *I trygghetsnarkomanernas land. Sverige och det nationella paniksyndromet*. Stockholm: Prisma.

Ekström, Mats & Norstedt, Stig Arne (1996). *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Prisma.

Eveland, William P. & Glynn, Carroll J. (2008). Theories on the Perception of Social Reality. I Donsbach, Wolfgang & Traugott, Michael W. (red): *The Sage Handbook of Public Opinion Research*. London: Sage.

Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of International Peace Research*, 1, 64–90.

Gans, Herbert J. (1980). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Vintage.

Graber, Doris A. (1988). *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. New York: University Press of America.

Ghersetti, Marina (2004): Sensationsjournalistikens mekanismer. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (2003): *Massmedier*. 8:e upplagan. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.

Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.

Hernes, Gudmund (1978): Det mediavridde samfunn. I Hernes, Gudmund (red): *Forhandlingsøkonomi og blandningsadministrasjon*. Oslo: Universitetsförlaget.

Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2007). Det nya Sverige. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Det nya Sverige*. Göteborg: SOM-institutet.

Hvitfelt, Håkan (1985). *På första sidan. En studie i nyhetsvärdering*. Stockholm: Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar.

Hvitfelt, Håkan & Mattsson, Karin (1992). *Gulfkriget – ett mediedrama i två akter*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.

Iyengar, Shanto (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.

Jarlbro, Gunilla (2004). *Krisjournalistik eller journalistik i kris. En forskningsöversikt om medier, risker och kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Johansson, Bengt (1998): *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.

Johansson, Bengt (2004). Journalistikens nyhetsvärderingar. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red.), *Medierna och demokratin*. Lund: Studentlitteratur.

Johansson, Bengt (2008). *Vid nyhetsdesken. En studie av nyhetsproduktion vid svenska nyhetsredaktioner*. Sundsvall: Demokratiinstitutet.

Jönsson, Anna Maria & Strömbäck, Jesper (2007). *TV-journalistik i konkurrensens tid. Nyhets- och samhällsprogram i svensk TV 1990-2004*. Stockholm: Ekerlids.

Kasperson, Jeanne X., Kasperson, Roger E., Pidgeon, Nick & Slovic, Paul (2003). The Social Amplification of Risk: Assessing Fifteen Years of Research and Theory. In Pidgeon, Nick, Kasperson, Roger E., & Slovic, Paul (red.), *The Social Amplification of Risk* (pp. 13–46). Cambridge: Cambridge University Press.

Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (2007). *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Andra upplagan. New York: Three Rivers Press.

Leth, Göran & Thurén, Torsten (2002). *11 September. Mediernas bevakning av terrorattackerna*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestudier.

Löfgren Nilsson, Monica (1999). *På Bladet, Kuriren & Allehanda. Om journalistiska ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.

Manning, Paul (2001): *News and News Sources. A Critical Introduction*. London: Sage.

McCombs, Maxwell (2006). *Makten över dagordningen. Om medierna, politiken och den politiska opinionsbildningen*. Stockholm: SNS Förlag.

McManus, John H. (1994). *Market-Driven Journalism. Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks: Sage.

Nord, Lars & Nygren, Gunnar (2002). *Medieskugga*. Stockholm: Atlas.

Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (2002): *Tio dagar som skakade världen. En studie av mediernas beskrivningar av terrorattackerna i USA och kriget i Afghanistan hösten 2001*. Stockholm: Styrelsen för Psykologiskt Försvar.

Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (2005). *Hot på agendan. En analys av nyhetsförmedling om risker och kriser*. Stockholm: Krisberedskapsmyndigheten.

Nygren, Gunnar (2005). *Skilda medievärldar. Lokal offentlighet och lokala medier i Stockholm*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion.

Oreskes, Michael (2000). News: A Bit Hard to Define. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 5(3), 102–104.

Palm, Göran (2002): *I nationens och marknadens intresse. Journalister, nyhetskällor och EU-journalistik*. Göteborg: JMG/Göteborgs universitet.

Perse, Elizabeth M. (2001). *Media Effects and Society*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Petersson, Olof, Djerf-Pierre, Monika, Strömbäck, Jesper & Weibull, Lennart (2005). *Mediernas integritet*. Stockholm: SNS Förlag.

Reese, Stephen D., Gandy Jr., Oscar H., & Grant, August E. (red) (2001). *Framing Public Life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Reeves, Byron & Nass, Clifford (1996). *The Media Equation. How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. New York: Cambridge University Press.

Sahlstrand, Anders (2000): *De synliga. Nyhetskällor i svensk storstadsmorgonpress*. Stockholm: JMK/Stockholms universitet.

Schudson, Michael (2003). *The Sociology of News*. New York: W. W. Norton.

Shoemaker, Pamela J., & Cohen, Akiba A. (2006). *News Around the World. Content, Practitioners, and the Public*. New York: Routledge.

Shoemaker, Pamela J., & Reese, Stephen D. (1996). *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.

Siegel, Marc (2005). *False Alarm. The Truth About the Epidemic of Fear*. Hoboken: John Wiley & Sons.

SOU 1995:37. *Vårt dagliga blad. Stöd till svensk dagspress*. Stockholm: Fritzes.

Strömbäck, Jesper (2004). *Den medialiserade demokratin. Om journalistikens ideal, verklighet och makt*. Stockholm: SNS Förlag.

Strömbäck, Jesper (2001). *Gäster hos verkligheten. En studie av journalistik, demokrati och politisk misstro*. Stockholm: Stehag: Symposion.

Strömbäck, Jesper (2000): *Makt och medier. Om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur.

Strömbäck, Jesper & Nord, Lars (2006). Do Politicians Lead the Tango? A Study of the Relationship between Swedish Journalists and their Political Sources in the Context of Election Campaigns. *European Journal of Communication*, vol. 21(2), 147-164.

Tuchman, Gaye (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.

Van Ginneken, Jaap (1998). *Understanding Global News. A Critical Introduction*. London: Sage.

Wadbring, Ingela (2004). *Nyhetsjournalistikens ekonomiska villkor*. I Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (red): Medierna och demokratin. Lund: Studentlitteratur.

Wanta, Wayne & Ghanem, Salma (2007). Effects of Agenda Setting. I Preiss, Raymond W., Gayle, Barbara Mae, Burrell, Nancy, Allen, Mike & Bryant, Jennings (red): *Mass Media Effects Research. Advances Through Meta-Analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Weaver, David H. (1980). Audience Need for Orientation and Media Effects. *Communication Research*, vol. 7(3), 361–376.