

Hur skiljer sig innehållet i tv, webb och papperstidning?

– En undersökning av Norrköpings Tidningars
flerkanalspubliserings

Av: Emma Johansson och Ylva Larsson

Handledare: Gunnar Nygren

ABSTRACT

Vårt syfte med uppsatsen är att undersöka hur väl medieföretaget Norrköpings Tidningar tar till vara flerkanalpubliceringens möjligheter och om innehållet i de olika kanalerna skiljer sig. Under vecka 15, 2008, måndag till lördag gjorde vi en kvantitativ innehållsanalys av innehållet i Norrköpings Tidningars papperstidning, webb och tv-kanalen 24nt. Den kvantitativa innehållsanalysen ligger till grund för vår studie men vi har valt att komplettera vår undersökning med en fallstudie och kvalitativa intervjuer. Vår hypotes när vi inledde vårt arbete var att innehållet i de olika kanalerna inte skiljde sig nämnvärt. Detta visade sig stämma till viss del. I vår fallstudie fann vi att vissa texter finns i både webb och papperstidning utan omskrivningar. På så sätt utnyttjar man inte de olika kanalernas möjligheter. De stora skillnader vi har sett mellan kanalerna ligger i vilken typ av ämne de tar upp. En stor skillnad vi fann var att webben hade mycket mer blåljusnyheter än de andra kanalerna. Webben var även den kanal som var snabbast med publicering. På en aspekt avvek tv-kanalen från de andra kanalerna genom att ett högt antal vanliga medborgare fick uttala sig som källor. I vår undersökning fann vi också att nyhetsvärderingen skiljer sig mellan de olika kanalerna. Tv-kanalen väljer sina nyheter efter möjlighet till bra bilder medan webben väljer händelsenyheter som behöver uppdateras. Vi kom fram till att papperstidningen är den kanal som utnyttjar sina styrkor minst. Anledningen till att papperstidningens möjligheter utnyttjas minst är att den är så djupt rotad bland läsarna och det kommer att ta tid innan läsarna är mogna för en förändring.

Sök- och nyckelord: Flerkanalpublicering, medielogik, journalistisk strategi, affärsmässig strategi, medieföretag

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	5
1.1 Flerkanalspublicering.....	5
1.2 Syfte och frågeställningar.....	6
1.3 Bakgrund.....	6
1.3.1 <i>Norrköping Tidningar</i>	7
2. TEORETISKA RAMAR	9
2.1 Organisationsteorier som behandlar integration.....	9
2.2 Informationstyper och informationsbehov.....	10
2.3 Affärsmässig strategi eller journalistisk strategi.....	12
2.4 Medielogik.....	13
3. TIDIGARE FORSKNING	14
3.1 Utmaningar för framtida flerkanalpublicering.....	14
3.2 Nyhetsvärdering på förstasidan.....	14
4. METOD OCH MATERIAL	16
4.1 Tillvägagångssätt.....	16
4.2 Kvantitativ innehållsanalys.....	17
4.3 Urval och avgränsningar.....	17
4.4 Kod- och variabelschema.....	18
4.5 Kvalitativa intervjuer.....	20
4.6 Metodproblem.....	21
4.7 Reliabilitet och validitet.....	22
5. RESULTAT	23
5.1 Resultat från den kvantitativa innehållsanalysen.....	23
5.1.1 <i>Ämne</i>	23
5.1.2 <i>Sakfråga</i>	26
5.1.3 <i>Genre</i>	27
5.1.4 <i>Källor</i>	28
5.1.5 <i>Tidsaspekt</i>	29
5.1.6 <i>Ursprung, geografisk fördelning och interaktivitet</i>	29
5.1.7 <i>Nyhetsvärdering</i>	30

5.2 Fallstudie - simundervisning.....	32
5.3 Resultat från de kvalitativa intervjuerna	33
5.3.1 Innehåll i de olika kanalerna.....	33
5.3.2 Kanalernas olika egenskaper.....	34
5.3.3 Olika ämnen passar i olika kanaler	35
5.3.4 Webben oftast snabbast.....	36
6. SLUTSATSER OCH DISKUSSION	38
6.1 Hur skiljer sig innehållet i de olika kanalerna?	38
6.2 Skiljer sig nyhetsvärderingen i de olika kanalerna, och i så fall på vilket sätt?	42
6.3 Varför väljer man att anpassa/inte anpassa innehållet efter kanalernas egenskaper?	43
6.4 Sammanfattning	45
7. KÄLLFÖRTECKNING.....	46
7.1 Tryckta källor	46
7.2 Elektroniska artiklar	46
7.3 Intervjuer.....	46

BILAGA, kvantitativ undersökning

1. Inledning

1.1 Flerkanalspublicering

Flerkanalspublicering har blivit allt vanligare och idag satsar många medieföretag på det för att följa med i utvecklingen. Det räcker inte längre att bara ha en dagstidning och de allra flesta medieföretag i Sverige publicerar idag i flera publiceringskanaler.¹ Att finnas på webben är idag praktiskt taget en självklarhet och något som förväntas av läsarna. Tidigare har de stora medieföretagen främst sysslat med publicering av material i en kanal, men efter att Internet slog igenom ville företagen även publicera en digital version av sin produkt. De lärde sig snabbt att det inte bara gick att kopiera innehållet i en kanal och publicera det i en annan, utan att innehållet måste anpassas efter varje kanal.²

Då vi själva läser en journalistutbildning som sätter fokus på produktion i flera olika kanaler tycker vi att flerkanalspublicering är ett intressant ämne. Vi ser redan idag tendenser till att journalister måste kunna arbeta med flera olika medier. Fördelarna med flerkanalspublicering är många och enligt både forskare och praktiker har varje kanal sina speciella styrkor och svagheter. För att utnyttja kanalens specifika egenskaper bör man anpassa innehållet efter kanalen. Till exempel anses tv-mediet passa bra för att förmedla budskap med känslor. Här kan man berätta med bilder och mediet lämpar sig bra för att göra personvinkel. Papperstidningar passar bra för att fördjupa sig i ett ämne eller ge bakgrundsinformation eftersom man har mer tid till research då publicering endast sker en gång om dagen. Webbupplagor av tidningar anses lämpa sig bäst för snabba nyheter som uppdateras efterhand.³ Men anpassar man verkligen innehållet till de olika kanalerna, eller lägger man in samma material i alla kanaler? När redaktioner skär ner på personal och de anställda jobbar under hård tidspress tror vi att det kan vara svårt att hinna med att anpassa innehållet efter varje kanals egenskaper. Vi har valt att titta på Norrköpings Tidningar som gått från ett rent tidningsföretag till ett medieföretag de senaste åren. På grund av att de ligger i framkant när det gäller att satsa på flerkanalspublicering tycker vi att de är intressanta som studieobjekt. Norrköpings Tidningar har en dagstidning och en webbupplaga av tidningen samt en lokal tv-kanal. De är dessa tre publiceringskanaler som vi valt att titta närmare på.

¹ Nygren (2008) s. 143

² Hvitfeldt & Nygren (2002) s. 125

³ Nygren (2008) s. 154

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med undersökningen är att undersöka hur väl ett medieföretag tar tillvara flerkanalspubliceringens möjligheter och om man faktiskt märker en skillnad mellan innehållet i de olika kanalerna. Eller om flerkanalspublicering är något man använder sig av för att det ligger bra i tiden och låter bra. Vår hypotes när vi inledde vårt arbete var att innehållet i de olika kanalerna inte skiljde sig nämnvärt.

- Hur skiljer sig innehållet i de olika kanalerna (tv, tidning, webb)?
- Skiljer sig nyhetsvärderingen i de olika kanalerna och i så fall, på vilket sätt?
- Varför väljer man att anpassa/inte anpassa innehållet efter kanalernas egenskaper?

1.3 Bakgrund

Svenska dagstidningar har funnits på Internet sedan 1994, då Aftonbladet var först med att publicera en nätupplaga.⁴ Tre år senare hade 37 procent av de svenska dagstidningarna webbupplagor och sedan dess har andelen dagstidningar med webbupplagor bara fortsatt att öka. År 2002 beräknades det att 82 procent av alla svenska dagstidningar hade webbupplagor på Internet.⁵ Publiceringen på webben sker på ett mycket mer medvetet sätt idag än tidigare. Det finns inget enkelt svar på frågan vad som ska publiceras i vilken kanal, men medieföretagen har på senare år lärt sig att det inte räcker att bara stoppa in papperstidningens innehåll på webben för att göra konsumenterna nöjda.⁶ Än så länge utgör tidningarnas nätupplagor inte något existentiellt hot mot de traditionella papperstidningarna utan används mest som ett komplement. Nättidningarna fungerar som en tilläggstjänst utöver pappersversionen men också som PR för tidningen. Däremot används nättidningarna på annat sätt än den vanliga tidningen och en stor skillnad för både journalister och läsare är interaktiviteten.⁷ På samma sätt kan en tv-kanal kopplad till tidningen tillföra något nytt och eget. På många webbplatser finns webb-tv att tillgå som ett komplement eller fördjupning till den artikel man just läst.

Flerkanalspublicering betyder att samma material- både redaktionellt material och annonsmaterial används i flera kanaler med olika egenskaper. Materialet omarbetas ofta innan det publiceras i en kanal för att passa just den kanalens specifika egenskaper. Genom flerkanalspublicering hoppas medieföretag att den information som de har samlat in ska kunna användas effektivare. Kanaler

⁴ Ahlström m.fl. (2001) s.34

⁵ Ihlström (2004) s. 14

⁶ Hvitfeldt & Nygren (2002) s. 126

⁷ Ahlström m.fl. (2001) s. 37ff.

som ett medieföretag kan använda sig av är: papperstidning, webb, traditionell tv och radio, men det finns också andra kanaler så som webb-tv, webbradio och information som riktar sig till mobiltelefoner eller handdatorer. Det är tekniska framsteg som har banat vägen för flerkanalspublicering. Nu kan allt material som samlas in av ett medieföretag bearbetas, distribueras och lagras digitalt vilket gör flerkanalspublicering möjligt. Detta kallas också för teknisk konvergens.⁸

1.3.1 Norrköpings Tidningar

Norrköpings Tidningar grundades 1758 och är Sveriges äldsta nu utkommande tidning och en av världens tio äldsta tidningar. Norrköpings Tidningar är en moderat dagstidning med huvudsaklig spridning i östra Östergötland. Nuvarande ägare är *Erik och Asta Sundins stiftelse* och ansvarig utgivare och chefredaktör är Karl-Åke Bredenberg.⁹ Under senare år har tidningen gått från ett tidningsföretag till ett medieföretag som distribuerar såväl redaktionellt som kommersiellt material. I koncernen ingår idag, förutom *Norrköpings Tidningar*, även *Folkbladet*, *Västerviks-Tidningen*, *Norrbottens-Kuriren*, *Norrländska Socialdemokraten*, *Gotlands Allehanda* och *Gotlands Tidningar* och tv-kanalen *24nt television*. NT-koncernen består dessutom av distributionsbolag, radiostationer och utvecklingsbolaget *Teknomedia* för nya medier samt resebyrån *NT-resecenter*. Tillsammans med Östgöta Correspondenten äger Norrköpings Tidningar också rotations- och arktryckerier i bolaget *Pressgrannar* samt gratistidningen *Extra Östergötland*.

Koncernen omsatte 2006 cirka 700 miljoner kronor och har cirka 800 anställda.¹⁰

Tidningen kommer ut sex dagar i veckan och 2007 uppgick upplagan till cirka 46 500 exemplar per vardag och antal läsare (räckvidd) var cirka 109 000. Norrköpings Tidningar har funnits på webben sedan 1995 och hade under den vecka vi undersökte 223 000 besök/73 000 unika besökare/948 000 sidvisningar. Tv-kanalen 24nt kom i oktober 2006 och man var som tidning först i Sverige med att lansera en lokal kanal. Kanalen sänds nu i kabelnätet, men ska efter sommaren även börja sända i det digitala marknätet. 60 procent av de möjliga tittarna (de som har tillgång till 24nt) ser på 24nt i genomsnitt 1,7 gånger per dag. Det är samma siffra som för ett år sedan.

Redaktionen består av cirka 90 anställda och styrs av en superdesk med nyhetschefer för webb, tidning, tv, redigering och bild. Redaktionen är sedan uppdelad i småredaktioner för tv, tidning,

⁸ Hedman (2006) s. 11

⁹ www.wikipedia.org

¹⁰ www.nt.se

webb och sport. På webbredaktionen jobbar 5 personer och på tv-redaktionen 16 personer. Varje morgon har desken möte för att planera dagen i de olika kanalerna. Varje chef har det slutgiltiga beslutet för sin kanal och sin redaktion men man försöker att integrerar de olika redaktionerna mycket.¹¹ Målet är att på sikt bli en enda redaktion. Norrköpings Tidningar har bland annat startat ett utbildningsprogram för tidningsreportrar för att göra dem till multireportrar som arbetar med tv också. Ingen av kanalerna har förtur vad gäller nyheter utan alla kanaler är enligt Norrköpings Tidningar likställda.¹²

¹¹ Engwall, NT

¹² Nilsson, NT

2. Teoretiska ramar

2.1 Organisationsteorier som behandlar integration

Flerkanalspublicering innebär stora förändringar. För att lyckas med flerkanalspublicering krävs omstruktureringar och organisationsstrategier. Enligt forskaren Helena Norman, som skrivit om flerkanalspublicering och journalistisk produktion, finns tre synsätt som visar på hur ett medieföretag förhåller sig till flerkanalspublicering.

1. Se alla produktioner som *symmetriska och likvärdiga* oavsett vilket medium de ska publiceras för. Materialet som har samlats in publiceras sedan i flera kanaler.
2. Se ett medium som det *primära* och det är för detta medium som nyheter skapas. Nyheten kan sedan redigeras för att återpubliceras i ett andra sekundära medium.
3. Se de olika *medierna som att de arbetar parallellt* med att skapa material och publicera nyheter men att det i regel finns en viss interaktion mellan de olika redaktionerna.¹³

Enligt Helena Norman finns det fyra organisationsstrategier som hänvisar hur väl webben intrigerar med papperstidningen. Den första modellen heter *den underordnade webbredaktionen* och utgår från att webbredaktionen är en underavdelning till papperstidningen. Den andra modellen heter *den parallella webbredaktionen* och utgår från att webbredaktionen är en egen och självständig redaktion. Den tredje modellen är en blandning av integration och självständighet och heter *den delvis integrerade webbredaktionen*. I denna modell samarbetar webbredaktionen med papperstidningen men är i övrigt en helt självständig redaktion. I den fjärde modellen är webbredaktionen helt integrerad med papperstidningens redaktion och heter *den helt integrerade webbredaktionen*. I denna modell producerar journalisterna nyheter som ska publiceras både i papperstidningen och på webben.¹⁴

För att flerkanalspubliceringen ska vara ett effektivt alternativ så krävs det att utnyttja varje kanals specifika styrkor. *Webbens styrka* är snabbpublicering, ständig uppdatering och möjligheten till interaktion med läsaren. *Papperstidningens styrka* är möjligheten till fördjupning. Genom att utgå från den tidpunkt då varje mediekanal har mest användare kan varje kanals optimala tidpunkt för uppdatering eller publicering räknas ut¹⁵. Denna teori behandlar inte tv-mediets styrkor.

¹³ Norman (2208) s.144

¹⁴ ibid

¹⁵ Norman (2008) s.143

2.2 Informationstyper och informationsbehov

För att kunna avgöra vilken publiceringskanal som passar för respektive innehåll måste kanalens egenskaper analyseras och innehållet studeras. Genom att dela upp innehållet i mindre bitar får vi fram olika informationstyper. Informationsprodukter är uppbyggda av olika informationstyper för att tillfredsställa olika informationsbehov. Enligt Kristina Sabelström Möller, som har forskat om flerkanalspublicering, kan man dela in våra informationsbehov i tre grupper:

1. *Känslomässiga behov* som ofta beskrivs som information som är rolig eller underhållande att veta men som inte är jätteviktigt att veta. Detta behov drivs ofta av att vi är nyfikna eller att vi har behov av att tillhöra vissa sociala grupper i samhället. För att tillfredsställa detta behov är ofta utseendet på informationsprodukten viktigare än själva innehållet. Exempel på informationsprodukter som tillfredsställer ett känslomässigt behov är livsstilsmagasin.
2. *Funktionella behov* är ett behov som förklaras genom att det bygger på behovet att få nödvändig information. Detta är information som personer aktivt söker då de kan behöva den i olika situationer. Sådan här information vill man ha lättillgänglig och är därför den typ av information som ofta flyttas runt i olika kanaler.
3. *Påverkansbehovet* är ett behov som företag har för att kunna påverka eller informerar sina nuvarande kunder eller framtida kunder. Exempel på informationstyper som tillfredsställer påverkansbehovet är säljande reklam men även objektiva informationsblad.¹⁶

För att veta vilken publiceringskanal som passar bäst för respektive informationstyper kan man enligt Sabelström Möller dela in informationen i två grupper:

1. *Pushorienterad* information är information som måste bli påtvingad. Detta är information som vi inte medvetet söker. Exempel på pushorienterad information är oförutsedda händelsenyheter såsom trafikolyckor.
2. *Pullorienterad* information är sådant som användaren aktivt söker. Exempel på pullorienterad information är fakta som är hämtat från ett uppslagsverk.

Det kan ofta vara svårt att skilja på push-eller pullorienterad information och i många fall är det en blandning av båda.¹⁷

¹⁶ Sabelström Möller (2002) s. 126-127

¹⁷ Sabelström Möller (2002) s. 128-129

Förutom att titta på om information är push-eller pull-orienterad kan man också titta på informationens varaktighet. Aktuell information är en färskvara och behöver ständigt uppdateras men det finns även information som är beständig under en längre period. Exempel på aktuell information är börsen. Börsen förändras ständigt och för att informationen om börsen ska vara korrekt krävs uppdatering ofta. Information som däremot inte förändras särskilt mycket under en tidsperiod är historiska händelser och den typen av information har därför stor varaktighet. Men att särskilja på information som måste vara färsk och sådan som är varaktig är inte alltid lätt utan kan variera beroende på sammanhanget. Börsen idag är en färskvara men statistik från förra veckan är varaktig information som inte behöver uppdateras.¹⁸

Publiceringsrytmen skiljer sig mellan olika kanaler vilket påverkar arbetsprocessen likväl som innehållet. Rytmen är därför en viktig faktor när man väljer publiceringskanal.

1. *Tryckta tidningar* är ofta långsamma med en publiceringsrytm på ungefär 24 timmar. En fördel med tidningen är att det finns mer tid för research då publiceringsrytmen är längre jämfört med de andra kanalerna.
2. *Tv-inslag* har däremot en snabbare publiceringsrytm då dessa kan sändas flera gånger varje dag. Dessa sändningar är ofta schemalagda vilket ger mindre tid för research.
3. *Webben* är snabbast med sin ständiga uppdatering. Webben har inga schemalagda tider utan kan uppdateras när artiklar eller notiser blir klara. Dock är snabbheten en av webbens största styrkor vilket påverkar publiceringsrytmen och tid för research.¹⁹

Tidning, tv och webb grundas på olika berättartekniker. Tidningen har ett statiskt innehåll då den består av text och bild. Tv-inslag har ett dynamiskt innehåll då ett inslag är uppbyggt av ljud och bild. Webben är en blandning av både statiskt och dynamiskt innehåll. Det som skiljer statiskt innehåll från dynamiskt är att statiskt innehåll kan skapas och redigeras oberoende av varandra till ett logiskt innehåll. En skrivande reporter kan därför alltid gå tillbaka till källan i efterhand för att få mer information. Dynamiskt innehåll är sekventiellt uppbyggt vilket gör det svårare i efterhand att bygga på med mer information och ändå få ett sammanhängande inslag. Detta gör att det redan från början är viktigt att ha bestämt hur inslaget ska se ut. De olika berättarteknikerna medför olika djup på det innehåll som berättas i de olika kanalerna. I tidningen och på webben har läsaren större möjlighet att själv välja vad den vill ta del av, vilket gör dessa kanaler bättre lämpade för bakgrundsinformation och fördjupning. Tv-inslag är en mer bunden form där det är svårare för användaren att själv välja vad den vill ta del av. Det gör att tv-inslag tenderar att ge en

¹⁸ Sabelström Möller (2002) s. 130

¹⁹ Sabelström Möller (2002) s. 133-134

mer övergripande bild av en nyhet än tidning och webb. En annan skillnad är att tidning och webb inte är tidsberoende då läsaren själv kan välja när den vill ta del av informationen till skillnad från en tv-sändning. Detta är en faktor som också påverkar vilket innehåll som passar i de olika kanalerna.²⁰

2.3 Affärsmässig strategi och journalistik strategi

Det kan finnas olika anledningar till varför ett medieföretag satsar på flerkanalspublicering enligt forskaren Stephen Quinn. Företaget kan se flerkanalspubliceringen som ett sätt att tjäna pengar eller ett sätt för att förbättra det journalistiska budskapet. Det finns fem olika kategorier som förklarar olika typer av teknisk konvergens.

1. *Ownership convergence*: här ägs medieföretagen av samma koncern och de tillåts att använda cross promotion och att dela på innehållet mellan de olika kanalerna men de behöver inte samarbeta när det kommer till taktik för företaget.
2. *Tactical convergence*: här behöver inte medieföretagen ha samma ägare och inte heller här behöver företagen samarbeta när det kommer till taktik. Denna typ av teknisk konvergens kan kallas ett affärsmässigt samarbete.
3. *Structural convergence*: uppstår när ”nyhetsrum” omorganiserar och nya typer av anställda dyker upp. Exempel på en ny typ av journalist är multimedia journalisten som kan publicera för flera kanaler.
4. *Journalistic convergence*: teknisk konvergens kan också ske på ett journalistiskt plan. Detta sker när ett företag kräver att deras journalister ska ha multikompetens.
5. *Storytelling convergence*: när företag satsar på teknisk konvergens behöver journalisterna ledningens stöd då det leder till radikala förändringar både i arbetsrutiner som i tankesätt. Det kan behövas en gemensam nyhetsdesk där nyckelpersonerna för varje kanal sitter så att de kan samarbeta och ge rätt uppgifter till rätt kanal och fördela journalisternas kompetens till rätt område.²¹

Det finns två olika sätt att se på teknisk konvergens varav dessa två strategier oftast står i kontrast till varandra. Det två strategierna kallas affärsmässig strategi och journalistisk strategi. Att flerkanalspublicering kan ha ekonomiska fördelar beror på att produktiviteten ökar utan att antalet anställda nödvändigtvis behöver göra det. En journalist kan samla information till flera

²⁰ Sabelström Möller (2002) s. 135-136

²¹ Quinn (2005) s. 31-32

kanaler samtidigt vilket gör att kostnaderna hålls nere samtidigt som journalisten producerar mer. Genom att använda fler publiceringskanaler ökar också annonsplatserna vilket kan vara fördelaktigt ekonomiskt. Genom *cross-promotion* kan de olika kanalerna göra reklam för varandra på ett billigt sätt och på så sätt bidra med ny publik. En annan fördel är möjligheten att sälja multimediereklam kampanjer det vill säga en kampanj i olika medieformat.²² I motsats till ekonomiska fördelar kan ett medieföretag satsa på flerkanalpublicering av journalistiska skäl. Genom flerkanalpublicering kan den journalistiska kvalitén höjas genom att journalisterna har möjligheten att välja att publicera i det mediet som passar informationen bäst.²³

2.4 Medielogik

Enligt Ulrika Hedman, som har undersökt flerkanalpubliceringen på Göteborgs - Posten, kan teorin om medielogik svara på om det finns några skillnader på material som lämpar sig för en viss kanal.²⁴ Medielogik består av ett antal komponenter och ska visa att vissa händelser blir nyheter, inte på grund av deras nyhetsvärde, utan att de passar att bli nyheter.

1. Mediedramaturgi: en nyhet ska fånga publiken och behålla dess intresse. Konflikter är ofta ett tacksamt ämne då konflikter har en inbyggd dramaturgi som passar nyheter.
2. Medieformat: hur pass väl nyheten passar arbetsformen för ett visst medium är en viktig del i nyhetsvärderingen. De som jobbar på ett bildmedium tycker att det är viktigt att nyheten har färskta bilder som går att använda medan man på radion inte alls bryr sig om bildmöjligheter. Hur pass mycket utrymme själva mediet kan erbjuda avgör ofta hur pass mycket utrymme en händelse kan få.
3. Mediernas arbetsrutiner: som betyder hur pass väl en nyhet passar in i kanalens arbetsrutiner kan vara avgörande. Ett pressmeddelande från en officiell källa har större chans att bli omvandlad till en nyhet än ett tips som kommit från en privatperson. Detta då en officiell källa har hög trovärdighet medan ett tips från en privatperson måste dubbelkollas.
4. Mediernas arbetsmetoder: en nyhet som kommer in precis innan deadline kan prioriteras då man kan tro att man är ensam om denna nyhet.²⁵

²² Quinn (2005) s. 32

²³ Quinn (2005) s. 29

²⁴ Hedman (2006) s. 10

²⁵ Hedman (2006) s. 29

3. Tidigare forskning

3.1 Nyhetsvärdering på förstasidan

Tidigare forskning som gjorts inom ämnet flerkanalpublicering är Linda Flood och Parisa Khakueis uppsats ”*Nyhetsvärdering på första sidan*”. Genom att göra en kvantitativ innehållsanalys av Dala-Demokraten, Göteborgs-Posten och Östgöta-Correspondentens webb och papperstidning ville de besvara frågan om det finns skillnader mellan webbtidningar och papperstidningar. I deras undersökning kom de fram till att webben bestod av mycket blåljusnyheter, det vill säga nyheter om brott, olyckor och rättsfall. De kom också fram till att webben hade mer utrikesnyheter än papperstidningen. Anledningen till att webbtidningen hade mer utrikes material trodde de berodde på att korta utrikestelegram och notiser passar webbtidningens medieform. Med anledning av resultatet de kom fram till i sin kvantitativa innehållsanalys drog de slutsatsen att det är skillnad på webbtidningar och papperstidningar.²⁶

3.2 Utmaningar för framtida flerkanalpublicering

En dansk studie som är gjord av Nils Kielgast, Brian Weichart, Morten Brink Iwersen och Martina Torpe har undersökt flerkanalpublicering under en vecka på det danska medieföretaget Nordjyske Medier. Man har undersökt innehållet i radio, tv och papperstidning för att se hur man tar tillvara sin flerkanalpublicering samt gjort en observationsstudie på redaktionen. Resultatet visar att flerkanalpublicering inte automatiskt leder till bättre och bredare journalistik. Fördelarna med flerkanalpublicering är många, i alla fall på papperet. Det ger möjlighet att bryta upp historier och anpassa dem till varje kanal. På så sätt får det positiva effekter både för de anställda och för läsarna. Däremot visar undersökningen att de stora visionerna om en bättre produkt till följd av flerkanalpublicering inte helt stämmer överens med verkligheten. Innehållet i kanalerna visade sig i stor utsträckning vara samma i alla kanaler och 86 procent av sakfrågorna utvecklades inte journalistiskt. I 25 procent av fallen var det papperstidningen som kopierade tv-inslagen eller radion och i 61 procent av fallen var det tvärtom. Det innebär att det långsammaste mediet var snabbast med nyheterna. Man utnyttjar alltså inte mediernas styrkor till fullo. En annan observation var att man nästan inte alls använde sig av så kallad ”Cross Promotion” där man hänvisar till andra medier i en kanal. Att organisationsstrukturen är ett viktigt redskap i strävan efter bra flerkanalpublicering är också något som studien pekar på. Slutsatsen av undersökningen

²⁶ Flood och Khakuei (2008) s. 2

är att man bör lägga större vikt vid de dagliga samarbetsrutinerna istället för att sätta fokus på de stora visionerna om flerkanalpublicering.²⁷

²⁷ Kielgast, Weichart, Brink Iwersen, Torpe (2005)

4. Metod och material

4.1 Tillvägagångssätt

Vårt syfte med den här undersökningen var att studera hur väl Norrköpings Tidningar tar tillvara flerkanalpubliceringens möjligheter. Skiljer sig innehållet i de olika kanalerna eller är innehållet likadant i både papperstidning, webb och tv-sändningar? För att ta reda på detta har vi studerat papperstidningen, webben och tv-sändningens nyheter. Då papperstidningen endast kommer ut måndag till lördag bestämde vi oss för att studera innehållet i de olika kanalerna dessa sex dagar under vecka 15 år 2008. Då webben uppdateras löpande bestämde vi att titta på webben tre klockslag varje dag. Vi tyckte det var viktigt att klockslagen var jämnt fördelade under dagen och valde därför att studera webben klockan 9.00, 14.00 och 18.00. Vid dessa klockslag bestämde vi oss också för att studera tv-sändningens nyheter. Då tv-sändningen endast sänder nyheter måndag till fredag kunde vi endast studera dessa i fem dagar. För att kunna urskilja skillnader i innehållet i de olika kanalerna tog vi hjälp av kvantitativ innehållsanalys. Då kvantitativ innehållsanalys inte kan ge svar på alla frågor har vi också gjort en mindre fallstudie av en specifik nyhet samt använt oss av kvalitativa intervjuer och vi har därför åkt till Norrköping och intervjuat de som har ansvar för de olika kanalerna.

Då webben och tv-nyheterna skulle analyseras samtidigt valde vi att göra skärmdumpar, det vill säga kopiera det som visas på webben. Dessa skärmdumpar är endast till för att underlätta för oss när vi ska analysera innehållet och kommer inte att vara med som bilaga. De första två dagarna gjorde vi anteckningar samtidigt som vi tittade på nyheterna och vi använde oss sedan av våra egna anteckningar när vi analyserade innehållet. Detta sätt insåg vi hade brister då man kan missa att anteckna viktiga detaljer och vi tog därför kontakt med Norrköpings Tidningar som bandade nyhetssändningarna de resterande dagarna i veckan. För att lättare kunna mata in vårt resultat i ett kodschema skapade vi ett inmatningsformulär som vi använde när vi tittade på skärmdumparna, tv-inslagen och artiklarna i tidningen. Vi hade på så sätt ett formulär för varje artikel, vilket underlättade inmatningen och gjorde materialet mer lättöverskådligt.

Vi har också gjort en mindre fallstudie där vi tittade närmare på en nyhet under veckan. Vi valde nyheten om att en simskola för ungdomar med funktionsnedsättning skulle läggas ner.

Anledningen till att vi valde nyheten var att det var en relativt stor nyhet för Norrköpings Tidningar och den gick i alla kanaler under flera dagar. Dessutom blev det en uppföljning på nyheten. Vi tittade på allt material vi hade från de tre kanalerna som rörde denna nyhet och jämförde på så sätt rapporteringen av nyheten. De aspekter vi fick med under fallstudien som vi

inte kunde få med under den övergripande kvantitativa undersökningen var till exempel i fall det var exakt samma text som förekom på webben och i papperstidningen samt vilka dagar och tider de olika uppdateringarna skedde. Vi kunde dessutom titta på vilka källor som användes i sakfrågan i respektive kanal och vilka som var först med nyheten.

4.2 Kvantitativ innehållsanalys

Boken *Metod för medievetenskap* skriven av Helge Ostbye med flera beskriver kvantitativ innehållsanalys som en slags dataregistrering och ett hjälpmedel för att kunna analysera innehållet i en text. Genom att göra en kvantitativ analys fick vi fram ett systematiskt och objektivt resultat. Genom att forma generella regler för hur innehållet i materialet ska behandlas blir analysen systematisk och genom att begränsa vårt eget inflytande över analysen blev den också objektiv så att andra som gör samma analys kommer få samma resultat. Vi är fullt medvetna om att total objektivitet är omöjligt att uppnå men att det är något vi har strävat efter. Det finns fem syften som innehållsanalysen försöker tillgodose. Vi kommer använda oss av två av dem.

1. Beskriva mönster och utvecklingstendenser i mediernas innehåll.
2. Testa hypoteser om mål, urvalskriterier och arbetsmetoder i medierna.²⁸

De punkterna stämmer väl överens med det vi undersökte och stärker därför vårt val att använda kvantitativ innehållsanalys till vår undersökning. De resterande tre punkterna är däremot syften som vi inte har behandlat i vår undersökning då vi endast har jämfört innehållet i de olika kanalerna med varandra och inte med verkligheten.

4.3 Urval och avgränsningar

Analysen av Norrköpings Tidningars flerkanalpublicering pågick i sex dagar, från måndag till lördag under vecka 15, 2008. I brist på tid var vi tvungna att begränsa materialet som vi undersökte. Vi har därför valt att undersöka åtta artiklar både i papperstidningen och på webben men alla nyhetsinslag i tv-sändningen. Analysen omfattade 254 artiklar och inslag. Detta på grund av att vi fick ett bortfall på en artikel. Vi är medvetna om att antalet artiklar och inslag per kanal är ojämnt, men vi tyckte att det var viktigt att behandla så många artiklar och inslag som möjligt. Detta för att få ett så säkert resultat som möjligt. På grund av detta har vi redovisat resultat i procent för varje kanal och vi tycker därför att det är jämförbart.

²⁸ Ostbye med flera (2004) s. 213-214

Papperstidningen

För att kunna välja ut de åtta artiklar som vi studerade i papperstidningen har vi i första hand valt de artiklar som finns på första sidan och sedan fyllt på i ordningsföljd med artiklar som finns inne i tidningen under nyheter för att komma upp i åtta artiklar. I papperstidningen valde vi framsidans nyheter i första hand och fyllde sedan på med större artiklar i den ordningen som de kom i tidningen tills det blev åtta artiklar. Totalt har vi tittat på 48 stycken artiklar. Vi har inte tittat på bildtext och bilder i tidningen.

Webben

På webben valde vi att studera de första åtta artiklarna som webben toppade med. För att kunna analysera innehållet i artiklarna läste vi framsidan, puffen och hela artikeln. Vi valde att titta på tidpunkterna 9.00, 14.00 och 18.00. För att ytterligare begränsa vårt material valde vi att inte studera bilder eller bildtexter. Däremot har vi studerat huruvida webb-tv finns som alternativ att titta på eller inte. Vi har vi inte analyserat innehållet som gick i webb-tv på grund av att den webb-tv som finns på webben är inslag från 24nt. Totalt behandlades 143 stycken artiklar på webben.

Tv-kanalen

Då tv-nyheterna inte hade så många inslag valde vi att analysera alla inslag vid tidpunkterna 9.00 och 18.00. Anledningen till att vi har valt att studera hela nyhetssändningen är att antalet nyheter i tv-sändningen varierar och är i överlag både kortare och mindre i antal än artiklarna på webben och i papperstidningen. Då tv-kanalen sände e repriserna på lördagar har vi valt att inte titta på den dagens inslag, utan endast måndag till fredag. Totalt behandlades 64 stycken inslag från tv-nyheterna.

4.4 Kod – och variablerschema

Vi började med att göra ett preliminärt kodschema som vi testade att använda till några artiklar. Efter vidare analys insåg vi att det innehöll för få variabler för att vi skulle kunna få svar på vår frågeställning. Vi valde därför att lägga till några ytterligare variabler. Därefter skrev vi in våra variabler i ett Microsoft Word dokument för att få en tydlig översikt. När det var klart lade vi in de numeriska resultaten i programmet SPSS. Variabler som vi har använt när vi har kodat är:

1. Nummer: Varje artikel får ett nummer.
2. Rubrik: Artikelns rubrik eller tv-sändningens rubrik som finns i högra hörnet under en sändning.
3. Kanal: Mediekanalerna vi undersökte var: tidning, webb och tv.
4. Ämne: Artiklarna och tv-sändningarna delades in i elva kategorier. Kategorierna heter: brott, olycka, ekonomi/näringsliv, sport, kultur/nöje, politik, krig, rättstvist/rättsäkerhet, klimat/naturkatastrofer, vård/skola/omsorg och övrigt.
5. Huvudnyhet: En huvudnyhet är enligt oss artikeln i vänsterkrysset i papperstidningen, artikeln som toppar webben och den första nyheten i tv-sändningen.
6. Genre: Artiklarna och tv-sändningarna delades in i fyra olika genre. De olika kategorierna heter: nyhetsartikel/inslag, reportage, personporträtt och bakgrund/fakta artikel/inslag.
7. Källa: Genom att studera artiklarna/inslagen tog vi reda på vilka personer som fick uttala sig. Här använde vi oss av fyra kategorier: expert/forskare, politiker, medborgare och person som uttalar sig i sin yrkesroll.
8. Tidsaspekt: Vi delade in tidsaspekten i fyra kategorier: senaste veckan, igår, idag och obestämd tid för de artiklar/inslag som var omöjliga att sätta en tidsaspekt på.
9. Interaktivitet: Vi delade in de interaktiva elementen i fyra kategorier: webb-tv, e-mail, bildspel och webbfråga.
10. Ursprung: Under denna variabel ville vi undersöka vem som ursprungligen har skrivit artikeln/inslaget. Här använde vi oss av fyra kategorier: egen produktion, TT, rewrite eller okänt.
11. Geografi: Genom att studera artiklarna/inslagen ville vi ta reda på var, ur ett geografiskt perspektiv, artiklarna/inslagen utspelade sig. Här hade vi fyra kategorier: Norrköping, lokalt utanför Norrköping, inrikes och utrikes.
12. Dag: Dagarna vi undersökte var måndag till och med lördag.
13. Tid: Papperstidningen utkommer en gång om dagen. Webben undersökte vi tre gånger om dagen vid tidpunkterna: 9.00, 14.00 och 18.00 och tv-nyheterna undersökte vi två gånger om dagen, kl 9.00 och 18.00.

4.5 Kvalitativa intervjuer

För besvara vår frågeställning var vi tvungna att komplettera vår kvantitativa innehållsanalys med kvalitativa intervjuer. Vi gjorde därför uppsökande intervjuer eftersom vi tror att vi får ut mer av intervjuerna om vi är på plats och kan observera miljön. Detta beskrivs också i Metodboken som den traditionellt bästa metoden.²⁹

Kvalitativa intervjuer har sex fördelar enligt boken *Metod för medievetenskap* skriven av Ostbye med flera:

1. Vi kan få information som det annars kan vara svårt att få tillgång till.
2. Vi kan kartlägga processer och sociala relationer.
3. Vi kan få kommentarer till och bekräfta/vederläggning av data från andra källor.
4. Vi kan prova egna hypotester och kunskapsmodeller under intervjuens gång.
5. Vi kan få tillgång till aktörernas samtalsätt och begreppsapparat.
6. Vi kan kombinera metoden med andra kvalitativa och kvantitativa ansatser i intervjun och forskningsprojektet.³⁰

Alla sex syften känns relevanta för oss i vår undersökning men kanske framför allt den sjätte punkten då vi ser intervjuerna som ett komplement till den kvantitativa undersökningen. Det som vi inte kan få svar på genom vår kvantitativa undersökning ska intervjuerna ge svar på.

Vi har använt oss av semistrukturerade frågor och vi har utgått ifrån teman som vi har utarbetat ifrån vår frågeställning. Vi har utgått ifrån resultatet i den kvantitativa undersökningen när vi har diskuterat fram de teman vi använt oss av till intervjuerna. Men vi har ändå ställt öppna frågor och på så sätt haft plats för följdfrågor. Något som beskrivs i Metodboken ger flexibilitet men vi kommer ändå att utarbeta en intervjuguide med förslag på frågor så att intervjun inte blir för ostrukturerad.³¹ De teman som vi har diskuterat med våra intervjupersoner är:

- Organisation
- Flerkanalpubliceringens syfte
- Nyhetsvärdering och innehåll
- Vinkel

²⁹ Ostbye med flera (2004) s. 133

³⁰ Ostbye med flera (2004) s. 101

³¹ Ostbye med flera (2004) s. 103

De personer vi valt att intervjua är:

- Fredrik Lagerqvist, redaktör för tv-kanalen 24nt:s nyheter på Norrköpings Tidningar.
- Marianne Odelius, nyhetschef och chef för nyhetsdesken på Norrköpings Tidningar.
- Mikael Sundgren, redaktör på webben på Norrköpings Tidningar.

4.6 Metodproblem

Metodproblem som uppstod när vi gjorde den kvantitativa undersökningen var hur vi skulle dela upp artiklarna/inslagen i olika ämnen. Problemet var att många artiklar/inslag behandlade flera ämnen. För att lösa detta problem hade vi diskussioner om vilket ämne som framför allt dominerade artikeln/inslaget. Om ämnet ändå inte gick att utläsa så valde vi kategorin övrigt.

Samma problem uppstod när vi skulle välja vilken genre artikeln/inslaget tillhörde. Var gränsen går mellan personporträtt och reportage var ibland svår att avgöra, framförallt under tv-inslagen. Eftersom vi inte hade någon övrigt-kategori var vi tvungna att ta den kategori som stämde in bäst med artikeln/inslaget.

Ett annat problem var när vi skulle utläsa vilka källor som fick uttala sig i artiklarna/inslagen. Problemet här var att flera olika personer kunde uttala sig som tillhörde samma källkategori. Exempel på detta är att två vanliga medborgare uttalar sig angående samma fråga i en artikel eller inslag. I fall som detta valde vi att en typ av källa endast kan uttala sig en gång per artikel/inslag.

När vi skulle undersöka vilken tidsaspekt en artikel eller inslag hade var det ofta svårt att bedöma vilken dag nyheten syftade till. Vi skapade därför en kategori som vi kallade obestämd. I denna kategori hamnade många av artiklarna/inslagen och på grund av detta kan det vara svårt att utläsa ett tillförlitligt resultat av den delen av undersökningen.

När vi gjorde de kvalitativa intervjuerna hade vi redan resultatet från den kvantitativa innehållsanalysen. Vi valde detta eftersom vi ville ha svar på frågan, varför resultatet såg ut som det gjorde. Något som hade varit omöjligt annars. Vi har sedan redovisat resultatet av intervjuerna utifrån samma struktur som den kvantitativa undersökningen, för att göra det tydligt och enhetligt. Vi förstår att detta kan ses som ett problem då det kan skapa ledande frågor. Vi tror dock inte att så är fallet då vi under intervjuerna ställde öppna frågor och först mot slutet redovisade resultatet för de intervjuade för att få svar på frågor kring resultatet.

4.7 Reliabilitet och validitet

Genom att använda oss av kvantitativ innehållsanalys i kombination med kvalitativa intervjuer höjer vi reliabiliteten. Vår fallstudie gör också att undersökningen blir mer tillförlitlig eftersom vi har tittat på flera aspekter av ett smalt material för att se tendenser. Vissa variabler som vi har undersökt var enkla att dela in i olika kategorier. Exempel på sådana är vilken sorts interaktivitet som förekom. Andra variabler har varit betydligt svårare att dela in i olika kategorier. Exempel på en variabel som var svår att dela in i olika kategorier var ämnesvalet på de olika artiklarna/inslagen vi undersökte.

Vi har själva valt ut variablerna som vi vill undersöka och även gjort egna kategorier för de olika variablerna. Kategorierna blir då ett sorts mätinstrument som vi själva konstruerat. Detta medför att kategorierna är beroende av oss som skapat dem och de skulle kunna se annorlunda ut om någon annan skapat dem. Kategorierna är relativt breda och kända för allmänheten och vi har utgått från de allmänna föreställningarna om dessa ämnen. Många av variablernas kategorier är lätta att kontrollera och kommer att ge samma resultat vem som än gör undersökningen.

Undantag är variablerna: ämne, genre och källa där vi själva har fått tolka artikeln/inslaget för att kunna dela upp artiklarna/inslagen i de olika kategorierna.

De olika kategorierna under varje variabel har varit nödvändiga för att kunna jämföra de olika kanalernas innehåll. Vi har varit tvungna att göra vissa generaliseringar för att få ett greppbart material att analysera. Men med tanke på vad vi hade för avsikt att mäta har detta mätinstrument varit tillförlitligt.

5. Resultat

5.1 Resultat från den kvantitativa innehållsanalysen

I detta avsnitt redovisas de resultat från den kvantitativa innehållsanalysen som besvarar vår frågeställning.

5.1.1 Ämne

Typ av ämne som förekommer i de olika kanalerna

Figur 1

Ämne	Vård/skola/ omsorg	Sport	Ekonomi/ näringsliv	Brott	Politik	Rättstvist/ rättssäkerhet	Övrigt*	Antal artiklar/ inslag
Tidning	12 st. 25 %	2 st. 4 %	10 st. 21 %	2 st. 4 %	7 st. 15 %	0 st. 0 %	15 st. 31 %	48 st.
Tv-kanal	15 st. 23 %	15 st. 23 %	7 st. 11 %	6 st. 9 %	3 st. 5 %	1 st. 2 %	17 st. 27 %	64 st.
Webb	24 st. 16 %	25 st. 18 %	9 st. 6 %	24 st. 17 %	10 st. 7 %	17 st. 12 %	34 st. 24 %	143 st.
Summa	51 st.	42 st.	26 st.	32 st.	20 st.	18 st.	66 st.	254 st.

* I ”övrigt-kolumnen” ingår kategorierna: *krig, olycka, kultur/nöje, klimat/naturkatastrofer* och *övrigt*.

Tabellen visar antal artiklar/inslag och hur stor procent varje ämne tar upp i de olika kanalerna.

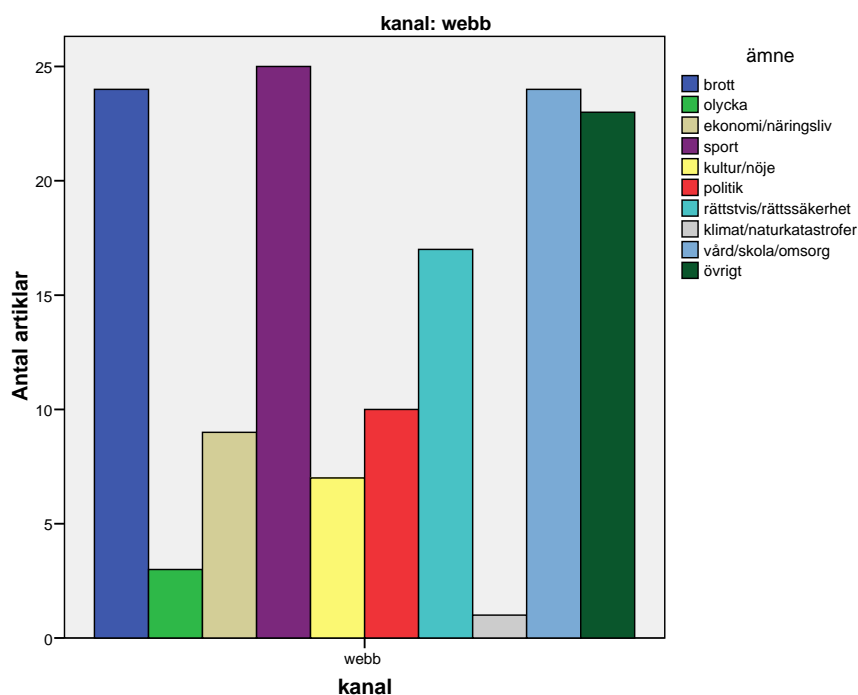
För att kunna analysera vad som publiceras i de olika kanalerna har vi undersökt vilka ämnesområden respektive kanal ofta tar upp. Det ämne som dominerade i papperstidningen var vård/skola/omsorg och det som dominerade på webben var sport tätt följt av vård/skola/omsorg och brott. På tv-kanalen såg vi samma tendenser som på webben. Ämnet vård/skola/omsorg var det ämne som togs upp ofta i alla i kanaler.

De skillnader vi fann var att webben tar upp fler brott och olyckor än papperstidningen och tv-nyheterna. På webben handlade 17 procent, av det material vi behandlade, om brott. Vilket är en hög siffra om vi jämför med papperstidningens 4 procent och tv-nyheternas 9 procent. Ett annat ämne som också dominerade webben var rättstvister. 11 procent av det material som vi undersökte på webben bestod av rättstvister. Detta var i stor kontrast till papperstidningen som inte behandla detta ämne överhuvudtaget och tv-nyheterna som endast hade ett inslag om detta ämne. Ett ämne som togs upp mycket i papperstidningen var ekonomi/näringsliv. I papperstidningen stod ekonomi nyheter för 21 procent av innehållet vilket är betydligt mer än

webbens 6 procent och tv-nyheternas 11 procent. Ett annat ämne som dominerade i papperstidningen var politik. Politiska artiklar tog upp 15 procent av tidningens innehåll vilket är mer än webbens 7 procent och tv-nyheternas 5 procent. Det ämne som dominerade tv-nyheterna var sport. 23 procent av alla nyheter i tv-kanalen var sportnyheter men sport var ett ämne som fick stor plats även på webben där 17 procent av allt material vi undersökte bestod av sport. Dessa kanaler innehåller betydligt mer sport än papperstidningen där endast 4 procent var sportnyheter. Det fanns även ämnen som alla kanalerna tog upp ungefär lika ofta. Exempel på sådana ämnen var kultur/nöje och vård/skola/omsorg. Andra ämnen som vi undersökte men som togs upp alldeles för lite för att vi ska kunna göra någon bedömning av dem var olyckor och klimat/naturkatastrofer.

Ämnesfördelning på webben

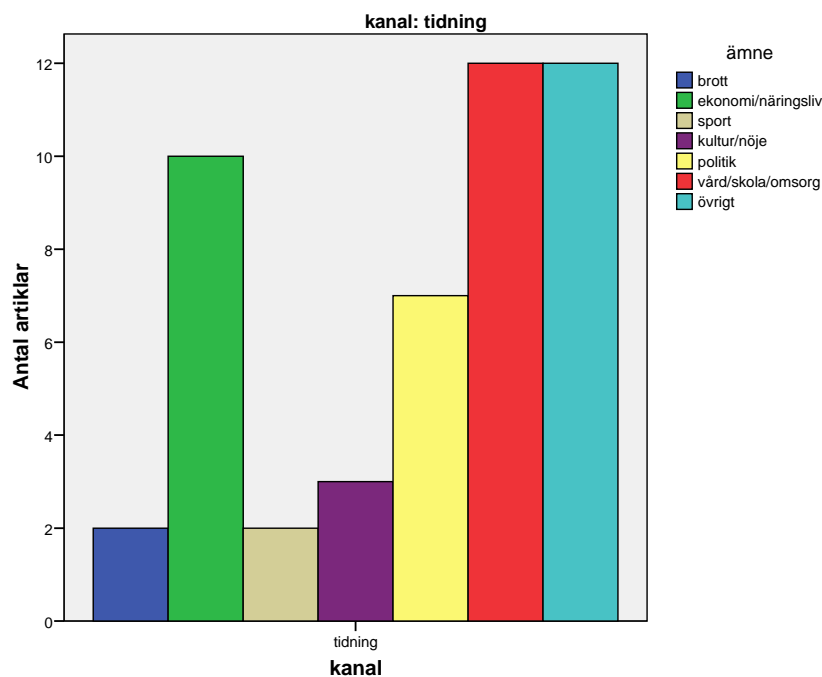
Figur 2



* Ämnet *krig* förekom inte på webben och redovisas därför inte i diagrammet.

Ämnesfördelning i papperstidningen

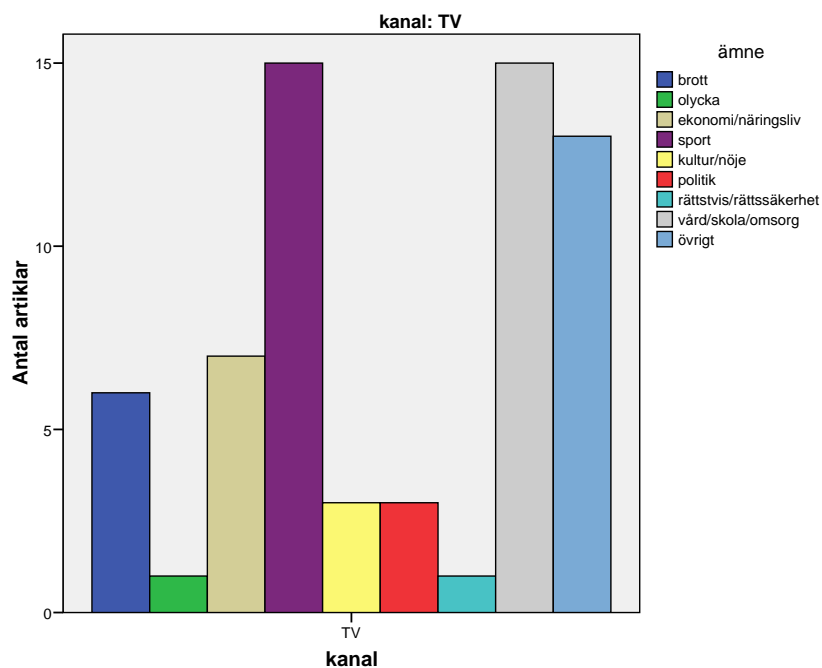
Figur 3



* Ämnena *krig*, *olycka*, *klimat/naturkatastrofer* och *rättstvist/rättsäkerhet* förekom inte i papperstidningen och redovisas därför inte i diagrammet.

Ämnesfördelning i TV-nyheterna

Figur 4



* Ämnena *krig* och *klimat/naturkatastrofer* förekom inte i tv-kanalen och redovisas därför inte i diagrammet.

5.1.2 Sakfråga

I detta kapitel redovisas vilka sakfrågor som behandlades i de olika kanalerna. Ett exempel på en sakfråga är nyheten om simskolan för ungdomar med funktionsnedsättning. Denna nyhet startade med en vinkel men förändrades sedan när den togs upp igen. Trots att nyheten ändras och vinkeln förändras är det samma sakfråga.

Antal sakfrågor som förekommer i de olika kanalerna

Figur 5

Kanal	Tidning	TV-kanal	Webb	Alla kanaler
Tidning	18 st.	2 st.	12 st.	-
	15 %	1 %	10 %	
TV-kanal	-	14 st.	17 st.	-
		14 %	12 %	
Webb	-	-	44 st.	-
			36 %	
Alla kanaler	-	-	-	14 st.
				12 %

* Antal sakfrågor totalt var 121 stycken.

Tabellen visar antal sakfrågor som kanalerna är ensamma om och antal sakfrågor som förekommer i flera kanaler. Genom att titta både lodrätt och vågrätt ser man vilken eller vilka kanaler som tar upp sakfrågan.

När vi undersökte vilka sakfrågor som togs upp av de olika kanalerna kom vi fram till att 14 stycken av de 12 sakfrågor som vi hittade under den veckan vi undersökte fanns i alla tre kanaler. Webben var den kanal som hade mest egna sakfrågor som inte togs upp av någon annan kanal. Webben var ensam om 44 sakfrågor av 121 undersökta. Tidningen och tv-kanalen hade mindre eget material än webben men jämfört med varandra hade de ungefär lika mycket unikt material. Papperstidningen stod ensam för 18 sakfrågor och tv stod ensam för 14 stycken av de sakfrågor som vi behandlade. Förutom att titta på hur mycket som var unikt för varje kanal undersökte vi också vad som gick i samma kanal. Vi kom fram till att webb och tv behandlade mest lika material. Webb och tv tillsammans behandlade 14 stycken av de sakfrågor som vi undersökte. Näst mest lika material hade tidning och webb tillsammans, då de behandlade 12 stycken av de

sakfrågor som vi undersökte. Allra minst lika material hade tidning och tv. Utav de sakfrågor som vi undersökte behandlade tidning och tv endast två stycken sakfrågor.

5.1.3 Genre

Artiklarnas genrefördelning i de olika kanalerna

Figur 6

Genre	Nyhetsartikel/inslag	Reportage	Personporträtt	Bakgrund/fakta	Antal artiklar/inslag
Tidning	35 st. 73 %	12 st. 25 %	1 st. 2 %	0 st. 0 %	48 st.
TV-kanal	55 st. 86 %	9 st. 14 %	0 st. 0 %	0 st. 0 %	64 st.
Webb	127 st. 89 %	8 st. 6 %	2 st. 1 %	6 st. 4 %	143 st.
Summa	217 st.	29 st.	3 st.	6 st.	254 st.

Tabellen visar vilken typ av genre artiklarna och inslagen i de olika kanalerna tillhör.

Om man ser till genre så skiljde det sig inte nämnvärt mellan de olika kanalerna.

Papperstidningen, webben och tv-nyheterna domineras stort av nyhetsartiklar. I papperstidningen står nyhetsartiklarna för 73 procent av innehållet, på webben 89 procent och i tv-kanalen står nyhetsinslagen för 86 procent. En skillnad mellan de olika kanalerna var däremot att papperstidningen även bestod av en del reportage. I de artiklar vi analyserade var 25 procent reportage i papperstidningen, 6 procent var reportage bland webbartiklarna och 14 procent var reportage utav de tv-inslag vi analyserade. Det var väldigt få personporträtt och faktaartiklar i alla tre kanalerna.

5.1.4 Källor

Typ av källor som får uttala sig i de olika kanalerna

Figur

Källor*	Yrkesrollsutövare	Medborgare	Politiker	Expert/forskare	Antal artiklar
Tidning	73 % 35 personer	33 % 16 personer	15 % 7 personer	15 % 7 personer	48 st.
Tv-kanal	48 % 31 personer	36 % 23 personer	16 % 10 personer	13 % 8 personer	64 st.
Webb	58 % 83 personer	11 % 16 personer	13 % 18 personer	6 % 8 personer	143 st.
Summa	149 personer	55 personer	35 personer	23 personer	254 st.

* Fler källor kan uttala sig i samma artikel/inslag vilket gör att den totala procenten överstiger 100. Däremot kan varje typ av källa bara uttala sig en gång per artikel.

Tabellen visar vilken typ av källor som får uttala sig i de olika kanalerna.

I vår undersökning har vi också tittat på vilka olika sorts källor som får uttala sig i de olika kanalerna. Vilka källor som används i de olika kanalerna skiljer sig endast stort på två punkter. Det är väldigt få vanliga medborgare som får uttala sig på webben. På webben är endast 11 procent av dem som uttalar sig vanliga medborgare vilket är lite om man jämför med tv-nyheterna där motsvarande siffra är 36 procent eller med papperstidningen där siffran är 33 procent. En annan tendens som vi har kunnat se är att det är väldigt få forskare/expertter som uttalar sig på webben. Endast 6 procent av de källor som fanns i webbartiklarna var forskare/expertter vilket är väldigt lite om man jämför med papperstidningens 15 procent och tv-nyheternas 13 procent. Vad gäller antal personer som uttalar sig i sin yrkesroll och politiker var skillnaderna så små mellan de olika kanalerna att det är svårt att kunna utläsa några större tendenser. Men de som uttalar sig mest är yrkesrollsutövare.

5.1.5 Tidsaspekt

Tidsaspekt på artiklar/inslag

Figur 8

Kanal	Idag	Igår	Senaste veckan	Obestämd	Antal artiklar
Tidning	1 st.	14 st.	9 st.	24 st.	48 st.
	2 %	29 %	19 %	50 %	
TV-kanal	2 st.	16 st.	19 st.	27 st.	64st.
	3 %	25 %	30 %	42 %	
Webb	35 st.	22 st.	26 st.	60 st.	143 st.
	25 %	15 %	18 %	42 %	
Summa	38 st.	52 st.	54 st.	57 st.	254 st.

Tabellen visar tidsaspekten från nyhetens händelse till publicering av nyhet i de olika kanalerna.

Då vi har tittat på tiden från att nyheterna hände tills de blir publicerade de har vi märkt att webben är överlägset snabbast att publicera nyheter. 25 procent av de artiklar som vi analyserade hade hänt samma dag. Detta är ett högt antal jämfört med tv-nyheternas 3 procent och papperstidningens 2 procent. Att utläsa tidsaspekt på artiklarna och inslagen var svårt och många hamnade under obestämd tid. Vilken kanal som hade flest nyheter från igår eller förra veckan gav små skillnader och det är därför svårt att kunna dra några generella slutsatser ifrån.

5.1.6 Ursprung, geografisk fördelning och interaktivitet

Om man ser till ursprungsfördelningen så hade tv-nyheterna endast egenproducerat material. Även papperstidningen hade hög andel egenproducerat material då 94 procent av allt material var producerat av tidningens egna journalister. På webben var det 84 procent som var egenproduktion. Utav de artiklar som vi analyserade så var det endast webben som hade TT material men både papperstidningen och webben hade material som var rewrite.

Den geografiska fördelningen mellan de olika kanalerna var ganska jämn då alla kanaler dominerades stort av artiklar/inslag om lokalt i Norrköping. Den stora skillnaden var att endast

papperstidningen och webben hade inrikes och utrikes nyheter, dock väldigt jämnt i antal. Lokala nyheter utanför Norrköping togs mest upp av tv-nyheterna men skillnaden var marginell mellan de olika kanalerna.

På en aspekt skiljer sig webben från de andra kanalerna och det är dess möjlighet till interaktion och interaktiva element. Detta utnyttjar Norrköpings Tidningar till viss del. Utav det innehåll vi undersökte hade 40 procent interaktiv e-post. 20 procent av innehållet hade förutom den skrivna artikeln även webb-tv som behandlade samma nyhet som det skrivna materialet. 14 procent av det publicerade materialet hade även interaktivt bildspel. Men endast 9 procent av materialet hade en webbfråga i anslutning till den skrivna artikeln. Alla artiklar vi har tittat på har haft en kommentar-funktion där man kan starta en debatt om artikeln.

5.1.7 Nyhetsvärdering

Vård/skola/omsorg är ett ämne som ofta toppar i papperstidningen. Det märks då mer än hälften av de dagar som vi undersökte toppar med just det ämnet. Vad som toppar på tv-nyheterna varierar desto mer. Här blandas blåljusnyheter, vård/skola/omsorg och sport som huvudnyheter. Ett tydligare mönster syns däremot på webben och det är att webben toppar med fler blåljusnyheter än de övriga kanalerna men även här prioriteras ämnen som vård/skola/omsorg och sport på förstaplatsen.

En artikel som toppade flera kanaler var nyheten ”*Skenäsanstalten inför fotboja*”. Denna artikel toppade tv-nyheterna först och sedan dagen efter även papperstidningen. Efter ett par dagar toppade två nya nyheter flera kanaler samtidigt. Nyheterna var ”*Var tredje flicka känner sig stressad*” och ”*Nytt hopp för tullen*”. Nyheten ”*Var tredje flicka känner sig stressad*” toppade både papperstidningen, tv-kanalen och webben samma dag, medan nyheten om tullen först toppade webben för att senare på dagen även toppa tv-nyheterna. Den fjärde nyheten som toppade fler kanaler var ”*Norrköpingsläkare tag ut lönen svar*”. Med denna nyhet var webben först då webben toppade med nyheten på onsdagen. Denna nyhet toppade även papperstidningen dagen efter. ”*Politiker backar om simundervisning*” var den femte nyhet som toppade flera kanaler. Denna nyhet toppade först webben men även tv-nyheterna senare på kvällen. Men det fanns också sportnyheter som toppade flera kanaler. Webben var först med att toppa med nyheten ”*Arvhage kan missa kamratmöte*”, en nyhet som även tv-nyheterna väjer att toppa med senare på dagen. Den sjunde nyhet som toppar flera kanaler var nyheten ”*Självdestruktiva barn i kläm i vården*”. Denna nyhet toppas samtidigt av både papperstidning och webb.

Nyhetsvärdering i de olika kanalerna

Figur 9

Förstanyheter i de olika kanalerna

Datum	Papperstidning	Tv-kanal	Webb
Mån. 7/4 9.00		"Låg ersättning orsakar brist på stödfamiljer"	"Som en enda stor käftsmäll"
Mån. 7/4 14.00			"Flyglinjen Norrköping-Riga senareläggs"
Mån. 7/4 18.00		"Skenäsanstalten inför fotboja"	"Glitter varslar tio man"
Tis. 8/4 9.00	"Fotboja för alla på Skenäs"	"Fredrik Bergkvist oppositionsråd"	"16-årig pojke gripen i natt"
Tis. 8/4 14.00			"Campus lärarutbildning kritiseras"
Tis. 8/4 18.00		"Man häktad rån av 15-åring"	"IFK har gett upp Thoradsson"
Ons. 9/4 9.00	"Var tredje flicka känner sig stressad"	"Tjejer i Norrköping mår sämre än killar"	"Flickorna mår sämre än pojkarna"
Ons. 9/4 14.00			"Ökat hopp för tullen"
Ons. 9/4 18.00		"Nytt hopp för tullen"	"Norrköpingsläkare tog ut lönen svart"
Tors. 10/4 9.00		"Förare smet efter krock i Norrköping"	"IFK ännu utan seger"
Tors. 10/4 14.00	"Norrköpingsläkare tog ut lönen svart"		"Politiker backar om simundervisning"
Tors. 10/4 18.00		"Simskola för barn med funktionsnedsättning blir kvar"	"Politiker backar om simundervisning"
Fre. 11/4 9.00	"Många kommuner bryter mot barnkonventionen"	"En greps för krogmisshandel"	"Objuden gäst sprejade tårgas"
Fre. 11/4 14.00			"Arvhage kan missa kamratmöte"
Fre. 11/4 18.00		"Arvhage missar match"	"Många nya namn i m-styrelse"
Lör. 12/4 9.00	"Svårt vårda utsatta barn"		"Självdestruktiva barn i kläm i vården"
Lör. 12/4 14.00			"Olycka på E4 – kvinna livshotande skador"
Lör. 12/4 18.00			"Olycka på E4 – kvinna livshotande skador"

5.2 Fallstudie – simundervisning

En av de sakfrågor som förekom mest under veckan vi undersökte var nyheten om en simskola för barn och ungdomar med funktionsnedsättning. Nyheten startade med vinkeln att simundervisningen skulle läggas ner och kommunen skulle endast tjäna 20 000 kronor per år på detta. tv-kanalen var enligt Norrköpings Tidningar först med nyheten om simskolan, men eftersom vi bara tittat på nyheterna vid tidpunkterna 9.00 och 18.00 vet vi inte exakt när nyheten publicerades på 24nt. Under onsdagskvällens sändning klockan 18.00 fanns ingen nyhet om simskolan men enligt Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör på 24nt på Norrköpings Tidningar publicerades nyheten om simskolan strax efter 18.00 på onsdagskvällen vilket betyder att den publicerades strax efter vi hade tittat. På torsdagen klockan 9.00 var nyheten om simskolan tredje första nyhet i tv-kanalen, vilket även det tyder på att den publicerats redan under onsdagskvällen. Inslaget visar barnen som har simundervisning och deras simlärare Lisa Ohlsson får uttala sig om nedläggningen. Två av ungdomarna, 22-åriga Jana Bernhard och 14-åriga Ludwig Landmark, som har Downs syndrom, blir intervjuad och sedan blir även Ludwigs mamma Michele Landmark intervjuad. Dessutom uttalar sig vård- och omsorgschefen Lars Carlsson på kommunen.

I papperstidningen kom nyheten också först på torsdagen. I papperstidningen var det en lång artikel med en stor bild till på en pojke som simmar, Ludwig, som har Downs syndrom. Bilden sträcker sig nästan över ett helt uppslag. På andra sidan finns en liten bild på en flicka som leker i vattnet, 9-åriga Claudia Abdulhahad. Artikeln beskriver hur simundervisningen ska läggas ner och de källor som får uttala sig är simläraren, mamman till Ludwig, ett av barnen i simskolan, 9-åriga Claudia, en äldre elev som heter Jana och vård- och omsorgschefen på kommunen. Rubriken lyder: *"Klockan är slagen för Ludwigs simträning."* Man fokuserar på Ludwig både i rubrik, bild och bildtext och i texten får hans mamma uttala sig i ett längre stycke. Ludwig själv blir inte intervjuad i papperstidningen. Till artikeln finns en liten faktaruta om simundervisningen och två reportrar och en fotograf har bildbyline till artikeln. På webben kom nyheten möjligtvis upp under onsdagskvällen men då vi tittade på webben klockan 18.00 på onsdagen fanns ingen nyhet om detta. På torsdagen klockan 9.00 fanns heller ingen nyhet om detta så det är möjligt att den första nyheten om simskolan aldrig kom upp på webben.

På torsdagen klockan 14 topar en ny nyhet om simskolan webben. Den här gången står det att kommunen har ändrat sig och att simskolan blir kvar. Det är endast en notis som visas på webben men det finns ett bildspel och sen kan man se webb-tv som är inslaget från tv-sändningen. Webben har här alltså inget eget material. Intill notisen finns även en knapp där man

kan trycka för att läsa mer och man kommer då till artikeln från föregående dag. Klockan 18.00 är det precis samma sak på webben. Klockan 18 toppar man även nyhetssändningen i 24nt med nyheten om att simskolan blir kvar och att politikerna har ändrat sig. De som intervjuas är kommunalråden Kerstin Hildebrand och Lars Stjernkvist samt Ludwigs mamma. I inslaget fokuserar man på att politikerna nu har ändrat sig angående simskolan, efter att 24nt har uppmärksammat det fallet. Ludwigs mamma intervjuas strax efter att beslutet har kommit och hon är märkbart överraskad och förvånad. 24nt blandar på så sätt politikernas inlägg med de berördas känslor.

På fredag morgon kommer nyheten om att simskolan blir kvar i papperstidningen. Artikeln toppar inte i papperstidningen, men det finns med på framsidan. Det är en fyra spalter lång artikel, utan bilder som beskriver att kommunen nu har ändrat sig angående simskolan efter att ha läst artikeln. De personer som uttalar sig är kommunalrådet Kerstin Hildebrand, kommunalråd Lars Stjernkvist och återigen Ludwigs mamma. I ingressen skriver man att Ludwig och hans kompisar får fortsätta sin simundervisning. Även här fortsätter man att fokusera på Ludwig, som föregående dag i tidningen. Under artikeln står det att man kan se inslaget på 24nt. På webben finns nu samma artikel som finns i tidningen, det är alltså inte bara en notis längre på webben. Bildspelet och webb-tv finns fortfarande att se och det står på webben att nyheten uppdaterades klockan 20.50 på torsdagen. Webben är alltså först med själva nyheten men de har inget eget material förrän sent på kvällen på torsdagen. Nyheten ligger nu på plats tre på webben. Klockan 14.00 är det samma sak på webben, med skillnaden att nyheten har hoppat ner till plats 6. Klockan 18.00 finns nyheten inte alls med på webben. I tv-kanalen har nyheten om att simskolan blir kvar flyttats ner till andra plats klockan 9.00 på fredagen.

5.3 Resultat från de kvalitativa intervjuerna

5.3.1 Innehåll i de olika kanalerna

Att innehållet är ganska lika i de olika kanalerna är ingen överraskning för nyhetschefen Marianne Odelius. Hon menar att det är eftersträvt att nyheterna ska ha olika vinklar i de olika kanalerna men det är inget som de medvetet diskuterar. Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör, säger att papperstidning och tv-nyheterna ändå kan få olika vinklar endast på grund av att kanalerna är så olika. Han menar att tv-nyheterna alltid försöker fokusera på känslor till skillnad från papperstidningen vilket ger olika ingångar till en nyhet. Sjuksköterskornas strejk menar han är en typisk nyhet som ger olika vinklar då tv-nyheterna fokusera på patienterna och hur de känner när sjukvårdsmottagningar stänger medan papperstidningen också kommer att fokusera på sjuksköterskorna och varför de strejkar.

Fredrik Lagerqvist på 24nt berättar att man vid starten av tv-kanalen ville ha en annan målgrupp än papperstidningen. Den målgrupp man valt att rikta in sig på är den stressade småbarnsföräldern runt 30. Meningen är att man ska kunna se nyheter när man vill och när nyheterna går igen var tjugonde minut finns det alltid tid att se nyheterna någon gång. Målgruppen för webben är något yngre, enligt Marianne Odelius. Hon menar att många studenter inte vill betala för papperstidningen men har tillgång till Internet och kan ta del av Norrköpings Tidningars nyheter via webben. Även om tv-nyheterna och papperstidningen skiljer sig i många avseende så är materialet desto mer lika på webben och papperstidningen. Detta förklarar Marianne Odelius, nyhetschefen, beror på att tidningen har redovisningsplikt.

”Många av våra prenumeranter är äldre och de använder inte webben eller tittar på tv-kanalen och om tidningen inte redovisar alla nyheter så missar de information”, säger hon.

Hon förklarar att det är extra viktigt att behålla de trogna prenumeranterna då det är de som är beredda att betala för att få sin tidning. I framtiden hoppas hon att läsarna är mogna för att nyheterna endast tas upp i den kanal som de passar bäst i. Att papperstidningen och webben har lika material förklarar webbredaktören Mikael Sundgren med att tidningen och webben tar nyheter från varandra och att det väldigt sällan sker omskrivningar. De ändringar som i undantagsfall görs är oftast tempusändringar och inget som märks på innehållet. För att nyheterna inte ska kännas omoderna i morgondagens tidning kan man komma överens om att vissa nyheter ska hållas på.

”Vänsterkryssat på papperstidningen och större reportage försöker vi att hålla på”, säger han.

Att mycket material liknar varandra tror inte Marianne Odelius gör så mycket. Hon menar att exempelvis tv-sändningen ger materialet en ny dimension genom att man får se kroppsspråk och personerna som talar.

5.3.2 Kanalernas olika egenskaper

Då webben oftast är snabbast med att publicera en nyhet så finns det möjlighet att snabbt läsa nyheter för dem som vill göra det. Att de olika kanalerna har specifika styrkor som till en viss del används men som också kunde användas bättre är något som de olika redaktörerna vid nyhetsdesken är väl medvetna om.

Fredrik Lagerqvist är tv-redaktör och förklarar att han väljer ut sina nyheter efter bildmöjligheter.

”Det viktigast för oss på tv: n är att nyheterna ger bra bilder. Vi vill gärna ha vanliga människor i våra inslag och gärna mycket känslor. Om det inte är ”human touche” så stänger människor av tv: n ”, förklarar han.

Han berättar att det för några dagar sedan var en nyhet som handlade om en rullstolsbunden kille som inte kunde ta sig till sin praktik då bussen inte var handikappanpassad.

”Det var mycket känslor och gav bra bilder och det är sådana inslag som passar tv-nyheterna”, säger han.

Som motsats till TV-nyheterna tycker Marianne Odelius, nyhetschef, att stora nyheter som ger tråkiga bilder passar i papperstidningen. Hon menar också att det är lättare att läsa tyngre material än att lyssna på tungt material vilket gör att fördjupningar passar bäst i tidningen. Webben däremot har två andra styrkor enligt Mikael Sundgren, webbredaktör, nämligen möjligheten till löpande uppdatering och kort publiceringstid. Dessa egenskaper är också anledningen till att webbens huvudnyheter är händelsenyheter. Att händelsenyheter ska prioriteras av webben är något som har slagits fast av ledningen på Norrköpings Tidningar efter att man har märkt att den typen av nyheter dra till sig läsare på webben.

5.3.3 Olika ämnen passar olika kanaler

I vår kvantitativa innehållsanalys kom vi fram till att de olika kanalerna dominerades av olika ämnen. Enligt Mikael Sundgren är blåljusnyheter typiska nyheter som passar för webben. Detta eftersom man vill kunna informera snabbt om till exempel en olycka. Blåljusnyheter kräver också löpande uppdatering. Att blåljusnyheter prioriteras av webben är något som märks då webbredaktionen har en polisreporter. Alla lokala nyheterna producerar Norrköpings Tidningar själva medan inrikes och utrikes nyheter kommer från TT. Nyhetsvärderingen på webben går oftast ut på att toppa webben med egenproducerade materialet.

”Våra egna nyheter kommer oftast först med undantag för stora riksenyheter så som när Engla försvann”, säger Mikael Sundgren.

Papperstidningen har fler antal artiklar som behandlar politik och ekonomi/näringsliv om man jämför med webben och tv-nyheterna och detta tror Marianne Odelius, nyhetschef, beror på att ämnena är tunga men viktiga och ofta ger tråkiga bilder.

”Politik och näringsliv är ämnen som kräver eftertanke av läsaren och passar därför i tidningen”, säger hon.

Att papperstidningen behandlar tyngre ämnen tror hon också är anledningen till att tidningen använder sig av mer forskare och experter som källor, men hon poängterar också att hur man tänker på papperstidningen har förändrats sedan 24nt startade. Marianne Odelius menar att tv-nyheterna ofta fokusera på känslor och vanliga medborgare vilket även har inspirerat papperstidningen.

”Papperstidningen försöker också att fokusera mer på vanliga människor då vi vet att läsarna uppskattar det”, säger hon.

Ett ämne som dominerade tv-nyheterna var sport. Att tv-nyheterna har mycket sportnyheter säger Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör, beror på att sport ger bra bilder. Han menar också att tv-nyheterna vill vara där det händer och sportevenemang så som matcher är ett typiskt evenemang som dra mycket folk och uppmärksamhet. Att satsa på sport ger också 24nt möjlighet att sticka ut gentemot andra lokala kanaler.

”Många andra lokala tv-kanaler visar endast matchresultat men vi visar även intervjuer och reportage som är sportrelaterade”, säger han.

Förutom att tv-nyheterna visar mer sport än de andra kanalerna så skiljer sig tv-nyheterna från de andra kanalerna genom att en väldigt stor andel vanliga medborgare får uttala sig i tv-nyheterna. Detta säger Fredrik Lagerqvist beror på att tv-nyheterna alltid måste ge sig ut på fältet för att filma till sina inslag vilket medför att de också träffar mycket vanliga människor. Att webben har lågt antal vanliga medborgare som uttalar sig tror Mikael Sundgren beror på att man sällan lämnar redaktionen utan istället använder telefonen när man letar källor.

5.3.4 Webben oftast snabbast

Webben är oftast snabbast med att publicera Norrköpings Tidningars nyheter och det är något som både webbredaktören, tv-redaktören och nyhetschefen är överens om. Men ibland väljer man i samförstånd att någon annan kanal ska få vara först och enligt Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör, sker detta ungefär en gång om dagen. Att diskutera vad som ska tas upp i vilken kanal och när sker på ett morgonmöte. Ibland kan vissa nyheter vara så roliga att göra att alla kanalerna vill göra något om dem. Exempel på en sådan nyhet är ”mjukare” reportage som inte har något

direkt uppseendeväckande nyhetsvärde. Den typ av nyheterna kallas då ”rundisar” förklarar Marianne Odelius som är nyhetschef och som har ansvaret för morgonmötet. Ett exempel på en ”rundis” var nyheten om den indragna simskolan vars beslut också ändrades. Anledningen till varför tv-nyheterna fick vara först vet man inte riktigt men att reportaget var väldigt tacksamt bildmässigt kan ha varit anledningen. Efter att tv-nyheterna sände reportaget om simskolan så skrev webben en kort artikel om samma händelse som hänvisade till tv-nyheterna och dagen efter var det en stor artikel i tidningen. När papperstidningen var publicerad lades samma långa artikel ut på webben. Varför webben inte var snabbare med den långa artikeln tror Marianne Odelius beror på att det ibland tar lång tid för tidningsjournalisterna att skriva en artikel varav webben var tvungen att göra något eget på nyheten innan artikeln var klar.

Webben skiljer sig från de andra kanalerna genom att man kan använda interaktiva element. Mikael Sundgren, webbredaktör, säger att alla som jobbar med webben kan skriva en webbfråga i samband med att de publicerar en artikel. Finns det inslag från 24nt så blir det webb-tv.

6. Slutsatser och diskussion

6.1 Hur skiljer sig innehållet i de olika kanalerna?

Det vi har kommit fram till efter vår undersökning är att den stora skillnaden mellan de olika kanalerna ligger i ämnena de tar upp. Det finns dock en slående likhet mellan vilka ämnen som tas upp i de olika kanalerna. Vård/skola/omsorg är ett ämne som dominerar i papperstidningen och som tas upp mycket i de andra två kanalerna. Vi tror det beror på att Norrköpings Tidningar satsar på lokal journalistik och vård/skola/omsorg är ett typiskt journalistiskt ämne som berör alla.

Vi har valt att fokusera på de skillnader som vi har sett. I papperstidningen fanns många fler nyheter om politik och ekonomi och näringsliv än i de andra kanalerna. Vi tror att detta beror på att det i tidningen är lättare att läsa tyngre texter och att ämnen som politik och ekonomi/näringsliv inte passar för tv på grund av att de inte bildmässiga. Här märker man att innehållet anpassas efter formen, något som bekräftar teorin om medielogik som Ulrika Hedman behandlar i fallstudien *Har ni nåt webbigt?* Ulrika Hedman menar att möjligheten till bra bilder är avgörande i nyhetsvärderingen för ett bildmedium. Den teorin stärks av tv-redaktören Fredrik Lagerqvist som säger att han väljer nyheter efter bildtänk. Att dessa ämnen inte togs upp på webben i lika stor utsträckning kan bero på att webben fokuserar på snabba händelsenyheter och nyheter om politik och ekonomi kan behöva bakgrundsinformation och fördjupning.

Papperstidningens styrka kunde utnyttjas bättre

Att använda varje kanals specifika styrkor är en viktig aspekt för flerkanalpublicering, skriver Helena Norman när hon undersöker olika integrationsteorier för webben och papperstidningen. Enligt hennes teori ligger papperstidningens styrka i möjlighet till fördjupning. Detta resonemang bekräftas av Marianne Odelius, nyhetschef på Norrköpings Tidningar. Hon tycker att papperstidningens styrka ligger i att det är lättare att läsa tyngre nyheter än att lyssna till dem. Kristina Sabelström Möller skriver att man kan dela upp information i olika mindre delar för att förstå vilket medium som är det mest passande. Enligt henne har de olika kanalerna olika berättartekniker. I tidningen och på webben har läsaren själv möjlighet att välja vad den vill ta del av, vilket gör att dessa medium passar bättre för bakgrundsinformation och fördjupning än tv-mediet. Tidningen och webben är inte tidsberoende vilket gör att läsaren kan leta efter bakgrundsinformation och fördjupning av en nyhet när han eller hon vill. Dock tycker vi att papperstidningens styrkor kunde utnyttjas på ett bättre sätt på Norrköpings Tidningar, då

webbens och papperstidningens nyheter har samma innehåll. Man utvecklar och fördjupar inte innehållet utan publicerar samma texter.

Webben hade fler blåljusnyheter än de andra kanalerna, något som känns logiskt eftersom blåljusnyheter är händelsenyheter som kräver ständig uppdatering. För att veta vilken publiceringskanal innehållet passar i kan man, enligt Kristina Sabelström Möller dela in information i två typer - pushorienterad information och pullorienterad information. Vi anser att blåljusnyheter är en blandning av dessa två typer, då till exempel olyckor är information som vi inte medvetet söker till en början då vi inte vet om dem. På så sätt är det pushorienterad information. När vi väl är medvetna om en olycka vill vi aktivt söka information och uppdatering av olyckan. Då förvandlas informationen till pullorienterad information. Vi tycker därför, med hänvisning till Sabelström Möllers teori att blåljusnyheter bör publiceras i en kanal som snabbt kan uppdateras. På så sätt har man på Norrköpings Tidningar utnyttjat webbens speciella egenskaper på ett bra sätt. Enligt Mikael Sundgren, webbredaktör, har man på Norrköpings Tidningar riktlinjer från ledningen att händelsenyheter så som blåljusnyheter ska prioriteras på webben. Detta eftersom det visat sig att de har många läsare. Webben har även en egen polisreporter, vilket vi tror kan vara en anledning till att blåljusnyheterna dominerar webben. Tv-nyheterna hade procentuellt hög andel sportnyheter jämfört med de andra kanalerna, något Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör, tror kan bero på att sport är tacksamt bildmässigt. På 24nt har man medvetet satsat på lokal sport för att erbjuda tittarna något de inte kan få i någon annan lokal kanal. 24nt vill få plats med fördjupning inom sport till skillnad mot andra lokala kanaler som oftast redovisar matchresultat. Vi vill poängtera att även tidningen innehåller mycket sport då det finns en egen sportdel, men eftersom vi har valt att titta på de första åtta nyheterna i tidningen så har vi bara räknat med de sportnyheter som finns på förstasidan.

Vad gäller genre finns det inte så stora skillnader mellan de olika kanalerna, då alla kanaler domineras av nyhetsartiklar/inslag. Den största skillnaden var att papperstidningen innehöll fler reportage än de övriga kanalerna. Det stämmer överens med principen att papperstidningen passar bra för fördjupning. För att veta i vilken kanal en viss typ av information passar i menar Kristina Sabelström Möller att man kan dela upp informationen i olika informationstyper som tillfredsställer olika informationsbehov. Vi tycker att genren reportage är ett exempel på information som tillfredsställer ett känslomässigt behov. Informationen är underhållande men inte så viktig att veta. Här kan formen vara lika viktigt som själva innehållet. I ett reportage lägger man ofta mer tid på layout och bilder är ett viktigt inslag. Detta tycker vi stärker Sabelström Möllers

teori. Ett reportage är inte i lika stort behov av snabb publicering som nyheter och det krävs mer research och tid. Enligt Sabelström Möller är papperstidningen det långsammaste mediet och på grund av det tror vi att reportage passar bäst i den kanalen. Vi tror att anledningen till att webben inte har särskilt mycket reportage är att man på webbredaktionen inte har möjlighet och tid att åka ut på reportage utan mest sitter på redaktionen och ringer sina källor. Dessutom är redaktionen för papperstidningen större än webbredaktionen. En anledning till att tv-kanalen inte har så mycket reportage tror vi är att de inte har tid till att sända längre reportage.

Många vanliga medborgare får uttala sig i tv

En annan aspekt av skillnader vi jämförde mellan de olika kanalerna var källorna. Vi kom fram till att man på webben har väldigt få vanliga medborgare som källor. Vi tror att det beror på att man sällan lämnar redaktionen utan endast ringer de källor man behöver. Detta fick vi bekräftat av Mikael Sundgren, webbredaktör på Norrköpings Tidningar. På webben var det också få experter/forskare som uttalade sig, något vi tror kan förklaras av att man på webben försöker hålla nyheterna korta och man har då inte plats för vidare fördjupning. Vi har tittat på de första åtta nyheterna på webben och de nyheter som toppar på webben är ofta korta, färska händelsenyheter som ofta saknar källor överhuvudtaget. Både tv och papperstidningen hade stor andel vanliga medborgare som källor. Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör, tycker att det är naturligt då tv-nyheterna försöker fokusera på känslor. Att prata med vanliga medborgare är ett medvetet val från redaktionens sida. Marianne Odelius tror att tv-redaktionen har påverkat redaktionen för papperstidningen på så sätt att man också har börjat tänka på att fler vanliga medborgare ska få uttal sig.

När vi har tittat på tidsaspekten av publicerade artiklar/inslag har vi kommit fram till webben är snabbast då många nyheter hade hänt samma dag som de publicerades. Det här är inte något som förvånar varken oss eller nyhetsdesken på Norrköpings Tidningar. Webben ska vara först med händelsenyheter men papperstidningens huvudnyhet som kommer i vänsterkrysset nästa dag håller man på och publicerar inte förrän efter att tidningen har gjort det. Det samma gäller för tv-nyheterna ibland. Nyhetsdesken kan komma överens om att en nyhet passar bäst i en viss kanal och då väntar de andra två med att publicera den tills den första kanalen gjort det. Något som förvånar oss är att tv-nyheterna har få nyheter som hänt samma dag. En förklaring till det kan vara att väldigt många artiklar/inslag var svåra att sätta en tidsangivelse på och de föll då under kategorin obestämt. Nästan hälften av inslagen, 42 procent hamnade i den kategorin och det kan därför vara svårt att dra några större slutsatser av detta. Däremot är andelen artiklar som hamnar i

den kategorin i de andra kanalerna nästan lika stor med 42 procent på webben och 50 procent i papperstidningen. På grund av detta tror vi att man ändå kan se vissa tendenser. För att flerkanalpublicering ska bli effektiv krävs det enligt Helena Norman att man utnyttjar varje kanals specifika styrkor. 25 procent av de artiklar som publiceras på webben har hänt samma dag. Det är en stor andel om man jämför med övriga kanaler som bara har 2 respektive 3 procent nyheter från samma dag. Enligt Helena Norman är webbens styrka just snabb publicering och på så sätt har Norrköpings Tidningar utnyttjat dess möjligheter.

Mycket egenproducerat material i Norrköpings Tidningar

Nästan allt material som vi har tittat på har varit egenproducerat. Detta tror vi beror på att Norrköpings Tidningar satsar på lokal journalistik och inrikes och utrikes nyheter är sekundärt och det är också anledningen till att man köper den typen av material från TT. På grund av det dominerar alla kanaler av nyheter med lokal anknytning. En skillnad som vi fann var att tv-nyheterna hade mer nyheter från lokalt utanför Norrköping. Eftersom tv-nyheterna endast sänder lokallyheter var allting egenproducerat. Vi har endast analyserat de åtta första nyheterna på webben och i tidningen vilket kan vara anledningen till att så mycket är egenproducerat eftersom man ofta inte toppar med inrikes och utrikes nyheterna. Detta fick vi bekräftat av Mikael Sundgren, webbredaktör, då han sa att webben prioriterar egenproducerat material.

Att Norrköpings Tidningar har mycket egenproducerat material är positivt, men mycket av det materialet är rewrite av redaktionens eget material. Samma material går ut i flera kanaler. Norman beskriver olika organisationsteorier som behandlar integration mellan papperstidning och webb. Vi anser att Norrköpings Tidningar är en blandning av delvis integrerad webbredaktion och integrerad webbredaktion då man samarbetar men i övrigt arbetar självständigt och är en egen redaktion. Däremot följer redaktionerna modellen för den integrerade webbredaktionen när det gäller att journalisterna producerar nyheter som ska publiceras både på webben och i papperstidningen. En förklaring till detta kan vara att Norrköpings Tidningar arbetar för att bli en integrerad redaktion. Fördelen med att vara en delvis/integrerad redaktion är att alla kanaler är likställda, det vill säga att ingen kanal har förtur vad gäller publicering. Vi vill dock påpeka att Norrköpings Tidningar ibland går ifrån denna regel då man väljer att prioritera en kanal. Som vi tidigare nämnt är mycket material på webben och tidningen samma, något som kan vara en negativ följd av en integrerad webbredaktion. Norrköpings Tidningar förklarar detta med att alla deras läsare/tittare inte har tillgång till webben eller tv-kanalen och menar därför att papperstidningen har stor redovisningsplikt. På grund av detta kan papperstidningens specifika

egenskap inte utnyttjas till fullo. Vi tror att Norrköpings Tidningars flerkanalspublicering kan utnyttjas på ett bättre sätt i framtiden när publiken är mer mogen för den och alla har tillgång till webben och den lokala kanalen.

Webben utnyttjar sin möjlighet till interaktion till viss del. Nästan hälften av artiklarna avslutas med mailadress till skribenten men utöver det så använder man sig inte av interaktivitet nämnvärt. Webben använder sig av webb-tv och bildspel ungefär lika mycket. Mikael Sundgren, webbredaktör, förklarar att webben lägger in inslag från 24nt om det finns och att de ibland efterfrågar bildspel från fotograferna. Men även fotograferna kan ge förslag på bildspel till webben.

Tv först med nyheten om simskolan

Vi har gjort en mindre fallstudie av en nyhet som uppmärksammades under vecka 15 av Norrköpings Tidningar. Nyheten handlade om att den simskola för ungdomar med funktionsnedsättning skulle läggas ner och kommunen skulle tjäna 20 000 kronor. Tv-kanalen var först med att publicera nyheten och detta var på grund av att Norrköping Tidningar hade bestämt att den kanalen skulle få vara först. Vi tror att det beslutet grundades på att inslaget om simskolan var tacksamt bildmässigt och att det dessutom handlade om vanliga medborgare. Det var den lilla människan mot dem som bestämmer. Att man dessutom kunde filma under simundervisningen och på så sätt se ungdomarna i den miljön förstärkte känslorna tv ville frambringa. Dagen efter nyheten om simskolan kom en ny nyhet som berättade att kommunen hade ändrat sig angående nedläggningen. Den nyheten var webben först med och här tycker vi att man anpassat innehållet efter kanalens styrkor. Webben vill vara först med nyheterna och i det här fallet lyckades man med det. Däremot hade man inget eget material utan väntade in tidningens publicering dagen efter innan man publicerade en hel artikel på webben. Här tycker vi att man skulle ha kunnat göra annorlunda på Norrköpings Tidningar och istället fördjupa ytterligare i tidningen. Nyheten om simskolan ser vi som ett exempel på hur det kan gå till på Norrköpings tidningar när man får in en relativt stor nyhet.

6.2 Skiljer sig nyhetsvärderingen i de olika kanalerna och i så fall, på vilket sätt?

När vi har undersökt vilka nyheter man väljer att ha som första nyhet, att toppa med har vi sett vissa skillnader mellan kanalerna. I papperstidningen toppar man ofta med nyheter inom ämnet vård/skola/omsorg. På webben dominerar blåljusnyheter medan tv-kanalen hade större variation

vad gäller typ av ämne som man toppar med. I tv-kanalen varierade man mellan att toppa med nyheter inom ämnena vård/skola/omsorg, blåljusnyheter och sport. Att blåljusnyheter oftast toppar webben var ingen överraskning för oss eftersom den typen av nyheter dominerar i stort på webben. Som vi tidigare nämnt har man en polisreporter på webbredaktionen, något som självklart måste bidra till fler blåljusnyheter.

Vi har även tittat på de sakfrågor som förekom under vår undersökningsvecka. Vi kom fram till att 12 procent av sakfrågorna publicerades i alla kanaler. Vi tror att en anledning till den relativt låga siffran kan vara att webben, med sin polisreporter har mycket unikt material. Detta har vi fått bekräftat när vi har tittat på sakfrågorna då webben har är ensam om många sakfrågor. Skillnaden mellan webbens unika sakfrågor jämfört med tv-kanalen och papperstidningen är stor. Att nyhetsvärderingen skiljer sig mellan de olika kanalerna tycker vi att vi har fått bekräftat i vår undersökning. Ledningen på Norrköpings Tidningar har bestämt att blåljusnyheter ska prioriteras på webben och på grund av detta måste man naturligtvis anpassa sin nyhetsvärdering till detta. Det märks i praktiken då man på webben har en polisreporter och att man både toppar och låter detta ämne dominera webben.

En annan tendens vi såg var att tv-kanalen och papperstidningen inte behandlade samma sakfrågor särskilt mycket. Här var siffran endast en procent. En anledning till detta tror vi kan vara att det är så pass olika medier med olika berättartekniker. Sabelström Möller beskriver detta i sin teori om informationstyper och informationsbehov. Hon menar att tidningen har ett statiskt innehåll som innebär att artiklar består av text och bild medan tv består av ett dynamiskt innehåll som innebär att ett inslag består av ljud och bild. På grund av dessa skillnader tror vi att samma sakfråga kan vara svår att anpassa till båda kanalerna. Fredrik Lagerqvist, tv-redaktör framhäver också att en nyhet måste vara bildmässig för att passa för tv-nyheterna. Det är något som papperstidningen inte behöver tänka på i lika stor utsträckning. Det tycker vi visar på att dessa två medier är mest olika och att man måste tänka olika när det kommer till nyhetsvärdering

6.3 Varför väljer man att anpassa/inte anpassa innehållet efter kanalernas egenskaper?

Vi tycker att Norrköpings Tidningar till viss del anpassar innehållet efter kanalernas egenskaper. Vad gäller ämne tycker vi att de anpassar dem till de olika kanalernas styrkor. Exempel på detta är att man på webben har mycket korta, snabba händelsenyheter som behöver uppdateras och att man i tv-nyheterna fokuserar på att föra fram känslomässiga budskap. Den kanal som vi tycker

anpassar sitt innehåll minst är papperstidningen. De texter som publiceras i tidningen är samma som de som publiceras på webben. Det medför att det räcker att titta på en kanal för att få informationen. På så sätt tycker vi inte att Norrköpings Tidningar använder papperstidningens styrka, som är möjlighet till fördjupning. En anledning till detta tror vi är att tidningen har funnits i så många år och att man måste värna om sina prenumeranter. På grund av detta tror vi att förändringar i tidningen är svårare att genomföra. Detta tycker vi bekräftas av Marianne Odelius, nyhetschef.

”Många av våra prenumeranter är äldre och de använder inte webben eller tittar på tv-kanalen och om tidningen inte redovisar alla nyheter så missar de information”, säger hon.

Enligt Stephen Quinn som har skrivit om konvergensens grundfrågor kan man dela in ett medieföretag i olika kategorier. Vi anser att Norrköpings Tidningar passar in i kategorin ”ownership convergence” Detta då kanalerna har samma ägare och delar på innehållet. Vi tycker också att Norrköping Tidningar till viss del passar in i kategorierna ”journalistic convergence” och ”storytelling convergence”. Med ”journalistic convergence” menar Quinn att ett medieföretag kräver av sina journalister att de ska ha multikompetens. Det tycker vi stämmer in på Norrköpings Tidningar eftersom de har startat ett utbildningsprogram för sina anställda för att bli multireportrar. ”Storytelling convergence” beskriver hur ett företag behöver ledningens stöd när man satsar på flerkanalpublicering. Det kan behövas en nyhetsdesk där de ansvariga för de olika kanalerna samlas. Det har man på Norrköpings Tidningar för att på ett effektivt sätt välja ut vilken information som ska hamna i vilken kanal. Däremot har man flera redaktioner under samma nyhetsdesk men i framtiden vill man gå mot en redaktion. Det finns enligt Quinn två anledningar för att ett medieföretag satsar på flerkanalpublicering. Antingen gör man det för att tjäna pengar och sprida ut de finansiella riskerna eller för att förbättra det journalistiska budskapet. Vi tycker att Norrköpings Tidningar har en blandning av affärsmässig strategi och journalistisk strategi. När man på Norrköpings Tidningar gick över till att satsa på flerkanalpublicering tror vi att en stor anledning var att man ville öka annonsintäkterna. Två nya målgrupper tillkom när man startade webben och TV-kanalen, den stressade småbarnsföräldern och unga studenter utan papperstidning. Med två nya målgruppen tror vi att annonsmarknaden breddades vilket är fördelaktigt ekonomiskt. Dessutom vet vi att man på Norrköpings Tidningar använder sig av ”cross-promotion” för att marknadsföra sina egna kanaler. Detta är enligt Quinn ett billigt sätt att bidra med ny publik.

En tendens som vi har sett under vår undersökning är viljan att gå mer mot journalistisk strategi. Quinn förklarar journalistiks strategi som ett sätt att förbättra journalistiken då man kan välja att förmedla information i den kanal den passar bäst. Som vi nämnt ovan tycker vi att man på Norrköpings Tidningar redan nu anpassar sitt innehåll till viss del och vi tror att man i framtiden vill gå ännu mer mot journalistisk strategi genom att använda kanalernas styrkor ännu mer. Marianne Odellius, nyhetschef tror inte att läsarna är mogna för att varje kanal ska vara anpassad och för att materialet i varje kanal ska vara unikt. Detta är något vi till viss del håller med om då det finns de som inte har tillgång till webben eller tv-kanalen vilket ger papperstidningen redovisningsplikt. Efter sommaren kommer 24nt att börja sändas i det digitala nätet, vilket kommer att medföra en större spridning och att fler får tillgång till kanalen. Detta tillsammans med att användandet av webben ökar tror vi kan bana väg för en mer effektiv flerkanalspublicering i framtiden.

6.4 Sammanfattning

I vår undersökning fann vi att innehållet i Norrköpings Tidningars olika publiceringskanaler skiljde sig till viss del. Det som skilde sig var vilken typ av ämnen man valde att ta upp. Tendenserna vi såg var att webben hade mycket blåljusnyheter. Papperstidningen hade mycket nyheter inom ämnet vård, skola och omsorg och hade mer politik, ekonomi och näringsliv än de andra kanalerna. Tv-kanalen hade mycket nyheter inom ämnet sport och vård, skola och omsorg. På Norrköpings Tidningar tänker man olika när det kommer till publicering i papperstidning, tv och webb. I tv prioriteras nyheter som gör sig bra i bild medan man på webben vill vara först med nyheter vilket medför många snabba händelsenyheter. Papperstidningen var den kanal som vi tyckte anpassades minst efter kanalens egenskaper då samma texter som finns både i papperstidningen och på webben. När det gäller vad som blir första nyhet i kanalerna ser vi samma tendenser som vilken typ av ämnen som kanalerna prioriterar. Det vi har sett är att Norrköpings Tidningar anpassar innehållet till en viss del men vi tycker att det skulle kunna göras på ett bättre sätt genom att inte ha samma artiklar i tidningen och på webben samt att fokusera mer på fördjupning i papperstidningen. Vi tror att Norrköpings Tidningar kommer utnyttja sin flerkanalspublicering på ett bättre sätt i framtiden då de inte tror att dess publik är mogen för en effektiv flerkanalspublicering. När 24nt når fler tittare och webben har större antal besöker hoppas vi att papperstidningens är mogen för en förändring. Att Norrköpings Tidningar lyckas med denna förändring och på så sätt utnyttjar tidningens styrkor på ett bättre än nu tror vi är avgörande för Norrköpings Tidningar framtida flerkanalspublicering.

7. Källförteckning

7.1 Tryckta källor

- Hedman, Ulrika (2006) ” *Har ni nåt webbigt?*” En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanalspublicering: redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärdering samt medielogik. Institutionen för journalistik och masskommunikation: Göteborgs Universitet.
- Hvitfelt, Håkan och Nygren, Gunnar (2005) *På väg mot mediavärlden 2020* (journalistik, teknik, marknad). Lund: Studentlitteratur.
- Flood, Linda och Khakuei, Parisa (2008) *Nyhetsvärdering på förstasidan*”– en kvantitativ innehållsanalys av Dala-Demokraten, Göteborgs-Posten och Östgöta-Correspondentens webb- och papperstidningar. Institutionen för journalistik och multimedia: Södertörns högskola.
- Ihlström, Carina (2004) *The evolution of a new(s) genre*, Avhandling vid Göteborg och – Halmstads universitet.
- Norman, Helena (2008) kapitel 6 i *Nyhetsfabriken – journalistiskt arbete och yrkesroll i en förändrad mediavärld*, Lund: Studentlitteratur
- Nygren, Gunnar (2008) *Nyhetsfabriken – journalistiskt arbete och yrkesroll i en förändrad mediavärld*, Lund: Studentlitteratur
- Sabelström Möller, Kristina (2005) kapitel 6 i *På väg mot mediavärlden 2020* (journalistik, teknik, marknad). Lund: Studentlitteratur.
- Ostbye, Helge med flera (2004) *Metodbok för medievetskap*, Malmö: Liber AB.

7.2 Elektroniska artiklar

- Ahlström, Börje m.fl. (2001) *En föränderlig mediavärld* (Teldok Rapport 141) Stockholm. Tillgänglig [online]:<
<http://www.teldok.org/pdf/141.pdf>>
- Kielgast, Nils; Weichart, Brian; Brink Iwersen, Morten; Torpe, Martina (2005). *Udfordringer for den flermediale fremtid*, www.cjfe.dk/cjfe/vidbase.
- Quinn, Stephen (2005) *Convergence's Fundamental Questions*, Journalism studies Volume 6 (1) pp 29-38.

7.3 Intervjuer

- Engwall, Bengt, utvecklingsansvarig på Norrköpings Tidningar.
- Lagerqvist, Fredrik, redaktör för tv-kanalen 24nt:s nyheter på Norrköpings Tidningar.
- Nilsson, Charli, redaktionschef på Norrköpings Tidningar.
- Odellius, Marianne, nyhetschef och chef för nyhetsdesken på Norrköpings Tidningar.
- Sundgren, Mikael, redaktör på webben på Norrköpings Tidningar.
- Wetterström, Petra, redaktör för tv:s program och tidningens feature

Bilaga

Ämne

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	brott	2	4,2	4,2	4,2
		ekonomi/näringsliv	10	20,8	20,8	25,0
		sport	2	4,2	4,2	29,2
		kultur/nöje	3	6,3	6,3	35,4
		politik	7	14,6	14,6	50,0
		vård/skola/omsorg	12	25,0	25,0	75,0
		övrigt	12	25,0	25,0	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	brott	24	16,8	16,8	16,8
		olycka	3	2,1	2,1	18,9
		ekonomi/näringsliv	9	6,3	6,3	25,2
		sport	25	17,5	17,5	42,7
		kultur/nöje	7	4,9	4,9	47,6
		politik	10	7,0	7,0	54,5
		rättstvis/rättssäkerhet	17	11,9	11,9	66,4
		klimat/naturkatastrofer	1	,7	,7	67,1
		vård/skola/omsorg	24	16,8	16,8	83,9
		övrigt	23	16,1	16,1	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
		TV	Valid	brott	6	9,4
olycka	1			1,6	1,6	10,9
ekonomi/näringsliv	7			10,9	10,9	21,9
sport	15			23,4	23,4	45,3
kultur/nöje	3			4,7	4,7	50,0
politik	3			4,7	4,7	54,7
rättstvis/rättssäkerhet	1			1,6	1,6	56,3

vård/skola/omsorg	15	23,4	23,4	79,7
övrigt	13	20,3	20,3	100,0
Total	64	100,0	100,0	

Huvudnyhet

kanal	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid ja	6	12,5	12,5
	nej	42	87,5	100,0
	Total	48	100,0	100,0
webb	Valid ja	18	12,6	12,6
	nej	125	87,4	100,0
	Total	143	100,0	100,0
TV	Valid ja	9	14,1	14,1
	nej	55	85,9	100,0
	Total	64	100,0	100,0

Genre

kanal	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid nyhetsartikel/inslag	35	72,9	72,9
	reportage	12	25,0	97,9
	personporträtt	1	2,1	100,0
	Total	48	100,0	100,0
webb	Valid nyhetsartikel/inslag	127	88,8	88,8
	reportage	8	5,6	94,4
	personporträtt	2	1,4	95,8
	bakgrund/faktaartikel/inslag	6	4,2	100,0

		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	nyhetsartikel/inslag	55	85,9	85,9	85,9
		reportage	9	14,1	14,1	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Källa: expert/forskare

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	ja	7	14,6	14,6	14,6
		nej	41	85,4	85,4	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	ja	8	5,6	5,6	5,6
		nej	135	94,4	94,4	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	ja	8	12,5	12,5	12,5
		nej	56	87,5	87,5	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Källa: politiker

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	ja	7	14,6	14,6	14,6
		nej	41	85,4	85,4	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	ja	18	12,6	12,6	12,6
		nej	125	87,4	87,4	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	ja	10	15,6	15,6	15,6
		nej	54	84,4	84,4	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Källa: medborgare

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	ja	16	33,3	33,3	33,3
		nej	32	66,7	66,7	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	ja	16	11,2	11,2	11,2
		nej	127	88,8	88,8	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	ja	23	35,9	35,9	35,9
		nej	41	64,1	64,1	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Källa: yrkesrollsutövare

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	ja	35	72,9	72,9	72,9
		nej	13	27,1	27,1	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	ja	83	58,0	58,0	58,0
		nej	60	42,0	42,0	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	ja	31	48,4	48,4	48,4
		nej	33	51,6	51,6	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Tidsaspekt

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	senaste veckan	9	18,8	18,8	18,8
		igår	14	29,2	29,2	47,9
		idag	1	2,1	2,1	50,0
		obestämd	24	50,0	50,0	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	senaste veckan	26	18,2	18,2	18,2
		igår	22	15,4	15,4	33,6
		idag	35	24,5	24,5	58,0
		obestämd	60	42,0	42,0	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	senaste veckan	19	29,7	29,7	29,7
		igår	16	25,0	25,0	54,7
		idag	2	3,1	3,1	57,8
		obestämd	27	42,2	42,2	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Ursprung

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	egen produktion	45	93,8	93,8	93,8
		rewrite	3	6,3	6,3	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	egen produktion	120	83,9	83,9	83,9
		TT	11	7,7	7,7	91,6
		rewrite	6	4,2	4,2	95,8
		övrigt/osäkert	6	4,2	4,2	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	egen produktion	64	100,0	100,0	100,0

Geografi

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	lokalt Norrköping	35	72,9	72,9	72,9
		lokalt utanför Norrköping	8	16,7	16,7	89,6
		inrikes	4	8,3	8,3	97,9
		utrikes	1	2,1	2,1	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	lokalt Norrköping	104	72,7	72,7	72,7
		lokalt utanför Norrköping	23	16,1	16,1	88,8
		inrikes	14	9,8	9,8	98,6
		utrikes	2	1,4	1,4	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	lokalt Norrköping	51	79,7	79,7	79,7
		lokalt utanför Norrköping	13	20,3	20,3	100,0
		Total	64	100,0	100,0	

Interaktivitet: web-tv

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	nej	48	100,0	100,0	100,0
webb	Valid	ja	29	20,3	20,3	20,3
		nej	114	79,7	79,7	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	nej	64	100,0	100,0	100,0

Interaktivitet: mail

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	ja	45	93,8	93,8	93,8
		nej	3	6,3	6,3	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	ja	60	42,0	42,0	42,0
		nej	83	58,0	58,0	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	nej	64	100,0	100,0	100,0

Interaktivitet: bildspel

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	ja	1	2,1	2,1	2,1
		nej	47	97,9	97,9	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	ja	20	14,0	14,0	14,0
		nej	123	86,0	86,0	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	nej	64	100,0	100,0	100,0

Interaktivitet: webfråga

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	nej	48	100,0	100,0	100,0
webb	Valid	ja	13	9,1	9,1	9,1
		nej	130	90,9	90,9	100,0
		Total	143	100,0	100,0	
TV	Valid	nej	64	100,0	100,0	100,0

Sakfråga

kanal			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidning	Valid	vårdstrejk	2	4,2	4,2	4,2
		ungas drogvanor	1	2,1	2,1	6,3
		fotboja på Skenäs	1	2,1	2,1	8,3
		Glitter varslar	1	2,1	2,1	10,4
		Matteusskolan vann schack-dm	1	2,1	2,1	12,5
		oppositionsrådsförslag-F.B	1	2,1	2,1	14,6
		anställningsstopp inom vård	1	2,1	2,1	16,7
		felaktigt fast för rattfylla	1	2,1	2,1	18,8
		tjejer mår dåligt	1	2,1	2,1	20,8
		simskola läggs ner	2	4,2	4,2	25,0
		läkare-skattebrott	1	2,1	2,1	27,1
		IFK-Trelleborg	1	2,1	2,1	29,2
		SVT Norrköping läggs ner	1	2,1	2,1	31,3
		skrot	1	2,1	2,1	33,3
		Finland satsar på kärnkraft	1	2,1	2,1	35,4
		hovslagarträff	1	2,1	2,1	37,5
		bidrag till mcgäng granskas	1	2,1	2,1	39,6
		Gjuteriets lokaler	1	2,1	2,1	41,7
		Tågcharter	1	2,1	2,1	43,8
		privatisering Motala lasarett	1	2,1	2,1	45,8
		sagostund på biblioteket	1	2,1	2,1	47,9
		tullen	1	2,1	2,1	50,0
		yrkesförartävling	1	2,1	2,1	52,1
		återbäring	1	2,1	2,1	54,2

		lärarutbildning underkänns	1	2,1	2,1	56,3
		glesbygdssmåföretagare	1	2,1	2,1	58,3
		exotiska matbutiker	1	2,1	2,1	60,4
		oro över pension	1	2,1	2,1	62,5
		Ericssons börsvärde	1	2,1	2,1	64,6
		planändringar-bygglov	1	2,1	2,1	66,7
		Kolmårdsskogarna	1	2,1	2,1	68,8
		Klamydia ökar	1	2,1	2,1	70,8
		rykte om politiker	1	2,1	2,1	72,9
		brister i socialens jobb	1	2,1	2,1	75,0
		miljoner i back fr skolreovering	1	2,1	2,1	77,1
		träna ihjäl sig	1	2,1	2,1	79,2
		självd destruktiva barn i kläm	1	2,1	2,1	81,3
		svartbygge av kommunen	1	2,1	2,1	83,3
		Herrborums vagnar	1	2,1	2,1	85,4
		kontakt med näringslivet hjälp	1	2,1	2,1	87,5
		trädgårdsmässa-älvsjö	1	2,1	2,1	89,6
		AV-nämnden sparar 20 miljoner	1	2,1	2,1	91,7
		sena sociala ger böter	1	2,1	2,1	93,8
		stulna cyklar	1	2,1	2,1	95,8
		irakflykting får ny chans	1	2,1	2,1	97,9
		Mack-SM	1	2,1	2,1	100,0
		Total	48	100,0	100,0	
webb	Valid	vårdstrejk	2	1,4	1,4	1,4
		flyglinje senareläggs	2	1,4	1,4	2,8
		ungas drogvänor	2	1,4	1,4	4,2
		hyreshöjning	1	,7	,7	4,9

förlust Dolphins	2	1,4	1,4	6,3
fotboja på Skenäs	2	1,4	1,4	7,7
Glitter varslar	2	1,4	1,4	9,2
Matteusskolan vann schack-dm	2	1,4	1,4	10,6
oppositionsrådsförslag-F.B	1	,7	,7	11,3
pizzaparkering	1	,7	,7	12,0
anställningsstopp inom vård	1	,7	,7	12,7
LHC vann finalmatch	2	1,4	1,4	14,1
häktad för rån	1	,7	,7	14,8
felaktigt fast för rattfylla	1	,7	,7	15,5
FautDeniz-mordet	1	,7	,7	16,2
Thordarson	2	1,4	1,4	17,6
Barnkonsert	1	,7	,7	18,3
tjejer mår dåligt	3	2,1	2,1	20,4
förare smet från krock	3	2,1	2,1	22,5
simskola läggs ner	4	2,8	2,8	25,4
läkare-skattebrott	3	2,1	2,1	27,5
SVT Norrköping läggs ner	1	,7	,7	28,2
skrot	2	1,4	1,4	29,6
hovslagarträff	1	,7	,7	30,3
tullen	3	2,1	2,1	32,4
yrkesförartävling	1	,7	,7	33,1
båtlyft	2	1,4	1,4	34,5
lärarutbildning underkänns	2	1,4	1,4	35,9
rykte om politiker	1	,7	,7	36,6
Orupturné	1	,7	,7	37,3
misshandel i butik	2	1,4	1,4	38,7
Margo ersätter Khalili	3	2,1	2,1	40,8

mobilförbud	1	,7	,7	41,5
Arvhage missar match	2	1,4	1,4	43,0
säkrare skolskjuts	1	,7	,7	43,7
prisfest på villor över	2	1,4	1,4	45,1
Ogligt beslut av landstinget	2	1,4	1,4	46,5
biltvätt	3	2,1	2,1	48,6
annonsskojare	1	,7	,7	49,3
fotograf mot SVT	2	1,4	1,4	50,7
tårgas-objuden gäst	2	1,4	1,4	52,1
försäkringskassan-fel	2	1,4	1,4	53,5
julklappsjakt	2	1,4	1,4	54,9
EU-projekt	1	,7	,7	55,6
Bodström-majtal	1	,7	,7	56,3
dejtingblogg	2	1,4	1,4	57,7
fönsterfärg	1	,7	,7	58,5
bygge i Gubben	1	,7	,7	59,2
rikast i Sverige	1	,7	,7	59,9
m-styrelse	2	1,4	1,4	61,3
gärningsmannen in på stationen	1	,7	,7	62,0
våldsam man	1	,7	,7	62,7
käftsmäll-fotboll	2	1,4	1,4	64,1
Engla borta	5	3,5	3,5	67,6
komikerklubb	1	,7	,7	68,3
poliskontroller	1	,7	,7	69,0
16-åring gripen	3	2,1	2,1	71,1
Zackrisson	2	1,4	1,4	72,5
trädgårdsrutan	1	,7	,7	73,2
Saab-stororder	1	,7	,7	73,9
musikvideo	1	,7	,7	74,6

		pojke överfölls	1	,7	,7	75,4
		IFK utan seger	3	2,1	2,1	77,5
		Kronofogde mordhotas av krögare	2	1,4	1,4	78,9
		John Bauergymnasiet	2	1,4	1,4	80,3
		brister i socialens jobb	2	1,4	1,4	81,7
		miljoner i back fr skolrenovering	1	,7	,7	82,4
		lamm o killingar	1	,7	,7	83,1
		olycka på E4	2	1,4	1,4	84,5
		träna ihjäl sig	2	1,4	1,4	85,9
		självd destruktiva barn i kläm	2	1,4	1,4	87,3
		svartbygge av kommunen	2	1,4	1,4	88,7
		Reinfeldt i Kina	2	1,4	1,4	90,1
		18-åring slog kroggäst	2	1,4	1,4	91,5
		Herrborums vagnar	3	2,1	2,1	93,7
		IFK möter Göteborg	2	1,4	1,4	95,1
		soptjuvar	1	,7	,7	95,8
		väj inte för råddjur	1	,7	,7	96,5
		HV71 reducerade	1	,7	,7	97,2
		kontakt med näringslivet hjälper	1	,7	,7	97,9
		trädgårdsmässa-älvsjö	1	,7	,7	98,6
		bedragare lurade församling	1	,7	,7	99,3
		taket rasade	1	,7	,7	100,0
		Total	142	99,3	100,0	
	Missing	SEB rånare	1	,7		
	Total		143	100,0		
TV	Valid	vårdstrejk	1	1,6	1,6	1,6
		flyglinje senareläggs	1	1,6	1,6	3,1
		stödfamiljsbrist	2	3,1	3,1	6,3

ungas drogvanor	1	1,6	1,6	7,8
hyreshöjning	1	1,6	1,6	9,4
förlust IFK	1	1,6	1,6	10,9
förlust Dolphins	1	1,6	1,6	12,5
fotboja på Skenäs	2	3,1	3,1	15,6
Glitter varslar	1	1,6	1,6	17,2
affishkamp om hockymatch	1	1,6	1,6	18,8
Matteusskolan vann schack-dm	2	3,1	3,1	21,9
oppositionsrådsförslag-F.B	2	3,1	3,1	25,0
pizzaparkering	2	3,1	3,1	28,1
anställningsstopp inom vård	1	1,6	1,6	29,7
LHC vann finalmatch	1	1,6	1,6	31,3
häktad för rån	1	1,6	1,6	32,8
felaktigt fast för rattfylla	2	3,1	3,1	35,9
FautDeniz-mordet	1	1,6	1,6	37,5
Thordarson	1	1,6	1,6	39,1
Barnkonsert	2	3,1	3,1	42,2
tjejer mår dåligt	1	1,6	1,6	43,8
ingen privatisering av närsjukvård	1	1,6	1,6	45,3
brottning inför allsvenskan	2	3,1	3,1	48,4
pollensäsongen	2	3,1	3,1	51,6
förare smet från krock	1	1,6	1,6	53,1
gripna för knarkförsäljning	1	1,6	1,6	54,7
simskola läggs ner	3	4,7	4,7	59,4
läkare-skattebrott	1	1,6	1,6	60,9
IFK-Trelleborg	1	1,6	1,6	62,5
Lillen lyfter Smedby	2	3,1	3,1	65,6
SVT Norrköping läggs ner	2	3,1	3,1	68,8

medieteknikdagar	2	3,1	3,1	71,9
tullen	1	1,6	1,6	73,4
rånades vid bankomat	1	1,6	1,6	75,0
spela om tränare	1	1,6	1,6	76,6
hygienslarv i vården	2	3,1	3,1	79,7
lugnutbildning	1	1,6	1,6	81,3
yrkesförartävling	1	1,6	1,6	82,8
krogmisshandel	1	1,6	1,6	84,4
återbäring	2	3,1	3,1	87,5
rekordförsök	1	1,6	1,6	89,1
båtlyft	1	1,6	1,6	90,6
Sleipner	2	3,1	3,1	93,8
Arvhage missar match	1	1,6	1,6	95,3
säkrare skolskjuts	1	1,6	1,6	96,9
"när föräldrar sover"	1	1,6	1,6	98,4
prisfest på villor över	1	1,6	1,6	100,0
Total	64	100,0	100,0	