

Kändisstjärnans nakenkupp - sexchock i natt!

Aftonbladets förstasidor under sju decennier

Björn Jonsson & Johan Järup

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
Journalistikvetenskap – kandidatuppsats 30 hp
Vårterminen 2011
Handledare: Mikael Westerlund



Stockholms
universitet

Abstract

Uppsatsen är en kvantitativ och explorativ studie i hur Aftonbladets huvudrubriker på tidningens förstasida sett ut från 1944 till 2004. Sju stycken nedslag med ett decenniums mellanrum gjordes vid insamlandet av materialet. Därefter valdes de nummer ut där rubriker med epitetet ”extra” samt kvällstidningsord fanns med samt de fall där tidningen framhävde sig själv som exklusiv innehavare av reportaget. Författarna har velat se utvecklingen av hur dessa tre begrepp har utvecklats och använts under den undersökta perioden i och med en alltmer förekommande sensationsjournalistik hos tidningen. Det framkommer bland annat att användandet av rubriker med den tillagda titeln ”extra” har ökat markant från och med 1994, något som troligtvis har med sviktande försäljningssiffror att göra.

Nyckelord: *Aftonbladet, kvällstidning, förstasidor, rubriker, extra, sensationsjournalistik, McDonaldisering, explorativ studie, kvantitativ studie, kvällstidningsord*

The paper is a quantitative and explorative study in how Aftonbladets main headlines on their first pages has developed during a period from 1944 to 2004. Seven one year episodes were investigated with one decade's separation. Thereafter those issues where headlines that wore the epithet “extra” and had so called tabloid-words as well as when the newspaper has claimed to sit exclusively on the reported material were picked out. The writers has wanted to view how those three concepts has developed and being used during the investigated period since there has been a more increasingly use of so called sensation journalism by the tabloid. It appears that the use of so called “extra-headlines” has increased significantly as from 1994, something that most likely is connected to failing sales.

Keywords: *Aftonbladet, tabloids, frontpage, headlines, extra, sensation journalism, McDonaldisation, explorative study, quantitative study, tabloid words*

Innehållsförteckning

Abstract	3
Innehållsförteckning	5
Inledning och bakgrund.....	7
Syfte och problemställning.....	10
Teori	11
Mediesjuka- och mobiliseringsteorier.....	11
Priming.....	12
Politisk misstro.....	12
Journalistikens villkor	13
McDonaldisering, McJournalism och Newszak.....	15
Tabloidisering och sensations- och populärjournalistik.....	18
Kriminaljournalistikens utveckling	20
Metod	22
Kvantitativ innehållsanalys	22
Urval.....	22
Variabler.....	23
Analys.....	27
Slutsats och diskussion.....	42
Litteraturlista	46
Bilagor	47

Inledning och bakgrund

Dagspressens otympliga format banade väg för en ny form utav press, det som i Sverige brukar nämnas som kvällspress. Kvällspressen skulle sedan öppna upp för populärare och mer lättsamma tidningar. Denna tidningsform som efter amerikansk förebild började växa fram i Europa och därmed även i Sverige under 1900-talets början (Hadenius et al 2009: 72) gick ofta under namnet tabloidpress vars namn grundar sig i dess format som nu skulle anpassas till läsare på kommunaltrafikens linjer istället för morgontidningarnas fullformat.

Aftonbladet som grundades av Lars Johan Hierta och släppte sitt första nummer i slutet utav 1830-talet skulle i framtiden visa att tidningen var den första stora kvällstabloiden i Sverige (Hadenius et al 2009: 67). Under mellankrigstiden hade dock Aftonbladet stora svårigheter men växte under 30-talet till den upplagemässigt mest framgångsrika tidningen. Upplagan ökade med över 100 000 ex mellan 1932-1939 (Hadenius et al 2009: 67).

Utmärkande för kvällspressen var att de införde ett nytt formspråk där bilder utgjorde grunden och där layouten var mycket läsvänlig, de använde de sig även utav sensationer. Genom att använda dessa grundstenar kunde kvällspressen gå ifrån en äldre ”kvalitetspress” och skapa en ny modern ”populärpress” (Hadenius et al 2009: 73). Den nya kvällspressen byggde även på lösnummerförsäljning.

Under andra världskriget stödde Aftonbladet Hitlerregimen (Leth, 1998) och framförde att det hade varit en bättre och fredligare lösning om man lät Hitler ockupera Europa. Då ägdes tidningen av finansmannen Torsten Kreuger och klassades som liberal. 1956 köptes tidningen av LO och övertagandet väckte stor uppmärksamhet men klarade ut den dåvarande krisen och skulle under 60-talet nå nya framgångar på upplageområdet (Hadenius et al, 2009: 68).

Ytterligare ett ägarbyte skedde 1996 då norska Schibsted gick in och köpte upp merparten av tidningen (Hadenius et al, 2009: 166).

På 1950-talet lyckades de båda stora kvällstidningarna, Aftonbladet och Expressen, nå nationell spridning med hjälp utav flyg och resan fram till 1970 blev en enda stor upplageframgång. Därefter stagnerade marknaden och en nedgång började – som dock brutits under början av 2000-talet (Hadenius et al, 2009: 73).

Mellan 1945 och 1970 ökade Aftonbladet sina kvällstidningsexemplar utanför Stockholm, detta i samband med en ökad konkurrens mot rivalen Expressen. Något som resulterade i att bägge tidningarna kom att bli rikstäckande 1960. Under 80-talet var upplagegapet som störst mellan de två tidningarna, Expressen hade omkring 200 000 exemplar mer, detta förändrades dock under 90-talet och 1996 gick Aftonbladet om Expressen upplagemässigt (Hadenius et al, 2009: 75).

Samtidigt så har kvällstidningarna generellt gått sämre, under 1990-talet så minskade de med över 25 procent och 2007 var den mindre än två tredjedelar av vad den hade varit i början av 1970-talet (Hadenius et al, 2009: 139). Aftonbladet ökade visserligen kraftigt i samband med terroristattacker i New York den 11 september 2001 men har efter 2004 återigen haft en tydlig nedåtgående upplagetrend (Hadenius et al, 2009: 140).

Även tidningarnas organisation har förändrats och man kan under 1980-talet se två utvecklingslinjer. Dels så har makten förskjutits från den redaktionella till den ekonomiska och sedan så finns en återgång till publishermodell istället för det tidigare dubbelkommandot (Hadenius et al, 2009: 161). Detta är även något som går att se hos Aftonbladet förutom att de fortfarande har dubbelkommandomodellen.

I och med den professionalisering av pressen som skedde under mitten av 60-talet och fram till mitten av 80-talet där det framkom att det gick att kombinera professionell partipolitiskt obunden journalistik med ekonomiska vinstintressen kom ett granskningsideal att träda fram (Hadenius et al, 2009: 263, 268). Denna professionalisering där den aktiva journalisten var ett utmärkande drag innebar ett ideal där journalistiken skulle verka som en sorts folktribun. Politiker skulle inte få bestämma dagordningen gällande frågor utan det skulle vara journalisterna som skulle företräda medborgarna och lyfta upp deras intressen. Detta granskningsideal påverkade journalistiken framförallt i valet av viktiga samhällsfrågor och då de som påverkar människor både på kort och på lång sikt. Inom televisionen innebar detta även att program där ”vanliga människor” inbjöds att delta. Inom kvällspressen påverkade professionaliseringen dess kultur i hög grad, konsekvensen blev att den äldre journalistiken inte försvann utan att den, utan några större problem, samverkade parallellt med det nya idealet (Hadenius et al, 2009: 268-269).

Framförallt kunde tre typer av politisk journalistik ses i storstadspresen;

- Experten slår larm
- Politiskt utspel
- Vi här nere – de där uppe

1994 startade Aftonbladet sin internetverksamhet, ett nytt medium som likt många andra utmanar tabloidpressen och det redaktionella grepp tidningen har haft om olika populärområden. Något som de tidigare varit relativt ensamma om dvs. sensationer, kändisar, brott och serviceinriktning (Hadenius et al, 2009: 75) har nu börjat utmanas av främst andra medier som internet och TV.

Syfte och problemställning

Vi vill undersöka hur utvecklingen av Aftonbladets huvudrubriker på förstasidan ser ut. Detta kommer ske genom att se på hur tidningen skandaliserar och sensationaliserar nyheter med hjälp av så kallade kvällstidningsord. Är det en viss typ av människor och händelser som tidningen väljer att skandalisera eller heroisera före andra?

Finns det tecken på att tidningen allt mer använder sig av en förutsägbar löpande-bandjournalistik, en så kallad McDonaldisering. Vi vill också se om det finns tendenser att man fokuserar och lyfter fram sådant som anses vara säljande snarare än samhällsnyttigt.

Undersökningen utförs utifrån ett explorativt synsätt för att kunna se en eventuell utveckling snarare än att utgå från en fastställd idé om att så är fallet.

Teori

Mediesjuka- och mobiliseringsteorier

Jesper Strömbäck tar i sin bok *Gäster hos verkligheten* (2001) upp teorier som går att knyta an till hur medier framställer nyheter och hur den framställningen kan tolkas utav läsarna. Strömbäck tar upp bland annat mediesjuka- och mobiliseringsteorier samt teorier som behandlar mediernas makt över tanken. Strömbäck menar att det ökande och stora medieutbudet gör att människor kan välja en högkvalitativ journalistik och även dess motsats. Sambandet mellan mediekonsumtionen och negativa attityder till politik och politiker behöver inte bero på medieutbudet som sådant utan att människor gör egna val utefter egna värderingar och uppfattningar (Strömbäck, 2001: 208). Teorier som tas upp diskuterar även möjligheten att människors värderingar kan påverkas genom att medierna ger ut en missvisande bild utav verkligheten.

Teorierna som faller under kategorin mediesjuketeorier har gemensamt att de går ut på att medierna framställer verkligheten på ett missvisande sätt och att det försvagar människors politiska intresse och engagemang för samhället. Vissa teorier handlar tydligt om att medierna påverkar människors uppfattning om exempelvis politiker medan andra kan stödja dem som ser medierna som bidragande faktor till det låga förtroende människor får för politiker (Strömbäck 2001:188). Man kan på ett analytiskt sätt urskilja kritiken mot hur medierna i praktiken fungerar i demokratin genom fyra sammanhängande, men separata, teman. De teman som tas upp är bland annat mediernas anpassning till den egna logiken och den marknadsdrivna journalistiken. Den marknadsdrivna journalistiken vänder sin kritik mot att den politiska journalistiken handlar om kommersialisering och marknadsanpassning (Strömbäck 2001: 188-205).

Därav finns det anledning, som senare presenteras, att tala om sensationsjournalistiken och om den kan påverka vad som släpps fram på förstasidorna. Vi kan även se en anledning till att analysera teorier som ser medierna som en plats för skandaler, det vill säga en skandalernas marknadsplats (Allern & Pollack, 2009).

Jämfört med de negativa teorierna och kritiken som fungerar i mediesjuketeorierna ser mobiliseringsteorier att medierna har positiva effekter på samhället och demokratin. Genom

att jämföra dessa två olika teoriläger kan vi förhoppningsvis få en vidare bild utav vår egen studie. Strömbäck nämner att mediesjuketeorierna förlägger skulden på medierna och journalistiken för det sjunkande förtroendet som finns för politikens institutioner.

Mobiliseringsteorier menar det motsatta och lyfter fram positiva aspekter hos journalistiken och människors förmåga att bilda sina åsikter om än på en kollektiv nivå (Strömbäck 2001: 208).

Priming

Om vi ser på mediernas makt över tanken så är det av intresse att se över hur Aftonbladet som kvällspress försöker med sensationsjournalistik påverka våra yttre stimuli, exempelvis medieinnehåll som våra undersökta förstasidor. Priming handlar om sambandet mellan yttre stimuli och de bedömningar människor gör av någonting (Strömbäck 2001: 176). Det finns alltså en tanke att studera denna teori eftersom det är medierna och journalistiken som beslutar vilka frågor som tas upp och hur det ska ske (Strömbäck, 2001: 177). Medier kan uppmärksamma vissa saker men utelämna andra och därmed skjuta fram den information de själva vill skall hamna i läsarens medvetande. Här går det även att göra kopplingar till det begrepp som omnämns som *newszak*, som tas upp senare i kapitlet, där journalistik och underhållning blandas för att fånga läsarens uppmärksamhet.

Politisk misstro

Allt färre medborgare engagerar sig politiskt, det har lett till att medborgarnas bild utav politik blir den som medierna tillhandahåller. Bilden av den politiska verkligheten har blivit verkligare än den politiska verkligheten själv (Hvitfelt et al, 2005: 42). Håkan Hvitfelt menar att medierna styr människors tankar och beteende. Politik och medier har inte, under flera decennier, varit två skilda sfärer, utan den ene agerar och den andre avspeglar (Hvitfelt et al. 2005: 41). Uppsatsens resultat kommer jämföras för att se hur man behandlat politik/er på förstasidorna, en undersökning som ska visa hur mycket politik har varit med och på vilket sätt det förmedlas ut till läsarna med hjälp utav kvällstidningsord. Journalistiken i sig måste skapa uppmärksamhet för sig själv och den gör det med egna texter (Ekecrantz & Olsson, 1998: 27). Journalistiken avslöjar något mer än bara ”yttre” händelser (Ekecrantz & Olsson, 1998: 27), vid användning utav kvällstidningsord kan journalistiken vrida på en nyhet så att läsaren ska uppfatta den på ett visst sätt. Ett sätt som formar en smal nyhet till någonting mer.

Journalistikens villkor

Nyhetsjournalistiken brukar anklagas för att beskriva händelser och skeenden utifrån en negativ synvinkel, ett pessimistiskt perspektiv, ett eländes-elände (Hultén, 1993: 222). Journalistiken tar ofta upp just nyheter med en negativ prägel ex. olyckor, våldshandlingar och konflikter.

Utifrån det Aftonbladet redovisat på sina förstasidor och den teori som finns kring negativa synvinklar utifrån journalistiken finns det ett intresse att kunna se om kopplingar emellan dem är ett faktum. Det kan ha att göra med enkelheten att det möjligen florerar många negativa nyheter i medierna. Negativa nyheter accepteras som läsvärda och har precis som språkforskare påvisat, att språket självt har ett större ordförråd av negativt laddade ord än de som är positiva (Hultén, 1993:222). Att negativa berättelser om till exempel politiker får företräde hos allmänheten till skillnad från de positiva.

När man går vidare inom de journalistiska villkoren och det område uppsatsen behandlar så fungerar de journalistiska villkoren olika i förhållande till rådande tid. Om man ser 60 år och längre bak i tiden ville ofta inte journalistiken gå i konflikt utan snarare i ett samförstånd och hade en mer positiv ton (Hultén, 1993: 223). 1960- och 1970-talen innebar en förändring utav journalistiken just inom detta område. Förändringen kan förklaras av journalistikens professionalisering och radikalare samhällsklimat men även att en mediekonkurrens uppkom med TV och radios etablering som i flera avseenden kom att bli medieledande (Hultén, 1993: 223). Hultén talar om en idyllvinkel, en vinkel som presenterar en bild av världen som problemfri. Idyllvinkeln utmärker framförallt underhållningsjournalistiken, där fokus ligger på att förgylla och låta problematiska frågor ge vika (Hultén, 1993: 223).

Hultén fortsätter med att tala om hjältar och heroism. Det finns ett stort behov av hjältar i det journalistiska berättandet, hjältar är ideal, något att drömma sig och se upp till (Hultén, 1993: 224). Uppsatsen behandlar bland annat kvällstidningsord som bygger på hjältar och hjältinnor men även ett flertal andra begrepp som kan räknas in i den kategorin som till exempel kung, drottning och stjärna. Det kan finnas en utveckling hur man använt dessa hjältar, i vilka sammanhang och för vilka personer. Ett intressant perspektiv är att se hur politiska heroer fungerar och hur de behandlats i på förstasidorna under den undersökta tiden. Ena stunden är de hjältar och i den andra stunden är de icke-hjältar, man kan till och med kalla dem skurkar. Hultén talar om att politiker förmodligen vill bli betraktade som hjältar men även som skurkar,

det farliga anses vara att bli bortglömd (Hultén, 1993: 225). Gällande hjältarna så bygger tidningen ofta upp dem för att sedan bruka dem, men när en hjälte som kan vara till exempel en politiker gör någonting fel och klandervärt får folk upp ögonen och populariteten får istället en skurk-status. Tidningen vänder då ryggen till och demonterar ner sin hjälte för att nå till sin publik och inte förlora läsare. Både politiker och idrottsutövare åker berg och dalbana i hjältesammanhangen (Hultén, 1993: 225). När till exempel ishockeyhjältarna hyllades på Sergels torg i Stockholm för sin VM-turneringsinsats 1992 var det till stor del tack vare den journalistiskt pålagda heroismen som fick folket i extas. Om VM-turneringen hade gått åt andra hållet hade journalisten kunnat skandera ”FIASKO” och publiken hade antagligen blivit upprörda över insatsen i VM.

En av uppsatsens variabler, *händelse*, kommer inneha värden som kommer att mäta hur intimiseringen och personifieringen har använts och utvecklats genom tiden. Det är inte på det sättet att personorienterad journalistik har kommit fram över en natt, men den har ökat väsentligt sedan 1960-talet (Hultén, 1993: 226). Det kan ha varit för att det ofta är ett lättsålt material och att 60-talet var starten för det mer intimare och den mer rakare journalistiken. Att människans största intresse är människan själv kan vara någonting som fått intimiseringen och personifieringen att bli en mer populär journalistik. Det ligger något självklart dramatiskt i alla avslöjanden, att få kika på alla detaljer och ta del utav det allra hemligaste. Låta det privata och förbjudna som tillhör familjens innersta krets komma ut i medierna (Hultén, 1993: 226).

Teorierna om journalistikens villkor och utveckling inom personifiering och intimisering bör kopplas till vittnesberättelser och gärningsmannens ord, som båda finns som två olika variabelvärden och kan analyseras i vilken mån de används och hur de sett ut genom decennierna. Även *hemligt* som kvällstidningsord kan analyseras inom detta område, när man tänker kring ”dagboksberättelser”, ingen annan får reda på detta men nu finns det ”äntligen” ute. När begreppet hemligt använts kan läsaren få chans att ta del utav det privata och förbjudna som hänt kring en händelse och hur de drabbade reagerat.

McDonaldisering, McJournalism och Newszak.

McDonaldisering

McDonaldisering myntades av sociologen George Ritzer och begreppet innebär att de verksamheter som omfattas av det kännetecknas av fyra dimensioner. 1. Effektivitet, aktiviteten skall på det mest effektiva sättet ta sig från punkt A till punkt B, likt snabbmatskedjornas löpande band-produktion där det skall gå så snabbt som möjligt att få ut varan. 2. Beräknlighet, kvantitet likställs med kvalitet och att kunna leverera varan snabbt anses vara något gott. 3. Förutsägbarhet, den McDonaldiserade varan erbjuder förutsägbarhet i den bemärkelsen att kunden vet att det den kommer få hela tiden är likadant utan att det erbjuder några överraskningar. 4. Kontroll, de som träder in i den McDonaldiserade världen blir kontrollerade i den bemärkelsen att det finns en begränsad meny och få valmöjligheter. McDonalds obekväma säten får den besökande kunden att snabbt konsumera det den har inhandlat för att därefter ge sig av (Ritzer, 2008:13ff).

Effektiviseringen innebär även att produkten skall förenklas. Kunden behöver inte och skall inte kunna efterfråga en variation i utbudet då detta motsäger det syfte som (snabbmatsrestaurangen) går ut på, nämligen hastighet och effektivitet. Ytterligare en del av effektiviseringen i en McDonaldiserad värld är att låta konsumenten göra arbetet (Ritzer, 2008:73f).

McDonaldisering omfattas även av beräknlighet. Kunder i snabbmatsrestauranger får en stor mängd mat snabbt och chefer och ägare får en stor del utfört av sina anställda i en hög hastighet. Beräknligheten har ett antal konsekvenser, dels så uppstår möjligheten att producera en stor mängd material i en hög hastighet men samtidigt så tenderar tonvikten på denna hastighet att inskränka på kvaliteten i både processen och produkten. För konsumenten innebär detta att man äter på språng samt att man konsumerar en produkt som så gott som alltid kan klassas som medioker (Ritzer, 2008:79).

McDonaldiseringens förutsägbarhet betyder att i ett rationaliserat samhälle så föredrar folk att veta vad de kan förvänta sig i de flesta situationer och tillfällen. Om de beställer en BigMac idag så förväntar de sig att den ser ut och smakar likadant imorgon. Konsumenterna vill varken ha eller räknar med överraskningar. För att nå förutsägbarhet så måste man betona följande områden; disciplin, ordning, systematisering, formalisering, rutin, konsekvens och

metodiskt arbete. Ur konsumentens synvinkel så ger denna förutsägbarhet sinnesro, för de anställda så underlättas arbetet och för arbetsgivarna och ägarna så underlättar det i att handskas med både anställda och kunder. Förutsägbarheten har dock en nackdel, att den tenderar att göra konsumtion, arbete och ledning till sinnesförlamande rutiner (Ritzer, 2008:97f).

Det sista elementet Ritzer tar upp är ökad kontroll av människor genom användningen av ickemänsklig teknologi. Det betyder inte bara användandet av maskiner, men även av material, förmågor, kunskap, regler och regleringar, procedurer och tekniker. Teknologier kan sålunda inte bara täcka det uppenbara men även det inte lika uppenbara så som löpande band, byråkratiska regler, accepterade procedurer och tekniker. Den största källan av osäkerhet, oförutsägbarhet och ineffektivitet i vilket givet system som helst är människor, antingen genom de som arbetar inom det eller det som är mottagare. Därför är de strävanden som genomförs för att öka kontrollen vanligtvis riktad både mot anställda samt deras kunder, även om både processer och produkter även de kan vara målet. Organisationer har historiskt sett fått kontroll över människor gradvis genom ökat effektiva teknologier. Så småningom har de lyckats reducera människors beteende till ett automatiskt, maskinliknande, agerande (Ritzer, 2008:115).

McJournalism

Bob Franklin tar i antologin *Journalism: A critical issue* upp begreppet McDonaldisation och vidareutvecklar det till något han kallar för McJournalism. De fyra begrepp eller element som Ritzer beskriver anser han fungerar på följande sätt inom McDonaldiseringen av journalistiken.

Effektivitet, McDonaldiseringen kräver att tidningarna gör nyheterna raskt tillgängliga för läsarna. I Storbritannien innebär detta exempelvis att lokala tidningar använder sig av redaktionella och typografiska knep för att öka läsarnas tillgänglighet till nyheterna. Man lägger en större tyngd vid stora rubriker, rubriker som är humoristiska, sensationella, tillsammans med kortare och färre ord, kortare berättelser, större bilder samt i färg och mer av dessa (Franklin, 2005: 142).

Beräknelighet, som Ritzer nämnde så mäts detta främst i hur det går att kvantifiera nyheterna snarare än deras kvalitet. Tidningarna fokuserar på upplaga vilken är en av nyckelpunkterna

för framgång. Upplagan är avgörande då det relaterar proportionellt till pris och annonsintäkter. Denna fokus på upplaga gör dock att bedömmandet av kvalitet försvinner. Enligt Franklin så menar redaktörer att om upplagan ökar, eller till och med står stabilt, så bör detta vara en indikation på att något görs rätt (Franklin, 2005: 144f).

Förutsägbarhet, Franklin exemplifierar med det han anser är den dehumaniserade, nästan robotliknande aspekter av den arbetsprocess som existerar inom McDonaldiseringen. Han menar att steka hamburgare på McDonalds närmast blir en metafor för journalistens ökade beroende av pressreleaser hos icke-nyhetsorganisationer, så väl som de avkvalificerande, repetitiva och till och med oreflektiva natur som samtida lokaljournalistik kan ha (Franklin, 2005:146).

Kontroll, introduktionen av ny teknologi, något som har blivit både en orsak och konsekvens av nedskärningar i personalkåren har resulterat i att journalister och produktionsarbetare förlorar kontrollen över deras produktion. Fortsättningsvis så har den nya tryckteknologin medfört två saker. Först så har den tillåtit att en del produktionsuppgifter kan slås samman och därmed eliminera andra. För det andra så har ny teknologi främjat att de anställda måste vara "multiskillade" och istället för att vara specialiserade inom ett visst gebit kunna lite av varje, fotografi, skrivande, layout, och så vidare. Tillgängligheten till har intåget av bärbara datorer, mobiltelefoner och digitalkameror även inneburit att bilder och rapporter från händelser kan och måste skickas in omedelbart (Franklin, 2005:147).

Allt detta menar Franklin skapar en ny form av journalistik som kan kallas för McJournalism som reflekterar drivkraften efter effektivitet, beräknelighet, förutsägbarhet och kontroll via teknologi. McJournalistik levererar förutsägbara och standardiserade tidningar. Medan marknadsteoretiker hävdar att mångfald och kvalitet är nödvändiga delar inom konkurrens så är realiteten att McJournalistik och McTidningar med likriktade berättelser och bilder avspeglar en ökad tillförlit till material från nyhetsbyråer. Två konsekvenser uppstår genom uppdykandet av McJournalistik menar Bob Franklin. Dels finns det bevis för, vad Franklin benämner som "spoon feeding", en skapad bortskämdhet där läsarna matas med nyheter i ett alltmer lättillgängligt och lättsmält format. Men även att det finns tecken på "force feeding", där läsarna tvingas på en likriktad och förutsägbar diet av nyheter (Franklin, 2005:148).

Newszak

Begreppet Newszak beskrivs av Bob Franklin som att nyheter är en produkt utformad och processad för en specifik marknad där det levereras i likriktade fragment som inte ställer större krav på mottagarna. Nyheterna har istället blivit underhållning. Franklin menar också att journalister inte längre är ute efter nyheter som ligger i allmänhetens intresse utan snarare nyheter som intresserar (Franklin, Bob 2008:13). Franklin säger att påståendet att newszak sprider sig ger en känsla av déjà vu. Kritiker av samtida journalistik har alltid romantiserat den typ av journalistik som existerade i tidigare perioder. Men nyhetstidningar har alltid varit drivna av, den ibland konfliktfyllda, uppmaningen att framföra information som är av vikt för medborgarna i en demokrati samtidigt som de vill underhålla allmänheten; något som Franklin menar är de två stora motiven i journalistikens utveckling. Pressens historik är historien om att balansera mellan att informera allmänhetens opinion samtidigt som man trissar upp en så stor betalande kundkrets som möjligt (Franklin, 2008:14f).

Tabloidisering och sensations- och populärjournalistik

Gripsrud säger att när ökat kommersiellt tryck uppkommer på tidningarna leder detta till att de alltmer förlitar sig på det som kallas populärjournalistik. Detta i sin tur påverkar även den allmänna debatten representationen av konst i media och överlag hela samhället. Resultatet blir att de mer djupgående och kritiska granskningar av seriösa ämnen får träda tillbaka (Gripsrud, Jostein 2008:36). David L. Paletz anser att det finns fyra beskrivande kategorier inom nyheter, elit, prestige, populär och tabloid. Han beskriver tre av dessa på följande sätt; Elitpressen är den som fokuserar på rapporteringar om staten och politik, den använder sig av utrikeskorrespondenter och fördjupande, undersökande journalistik. Populärpressen skiljer sig tydligt från den tidigare då den inriktar sig på dramatik, action, underhållning, enkelhet, korthet och omedelbarhet. Tabloidpressen lägger tyngd på "sexig brottslighet", kändisar och skandaler. Den använder sig av ett svulstigt språk. De rekonstruerar händelser som kan, eller inte kan, ha skett. Drar sig inte för att tumma på pressetikern eller betala för exklusiva intervjuer eller information (Paletz, 2008:40).

Ytterligare definitioner av sensationsjournalistiken går att finna hos Marina Gherzetti som beskriver sensationsjournalistik som en form som i allmänhet syftar på den journalistik som innehåller former av överdrift, spekulation eller hårdvinkling och som kan anses vara populistiskt, trivialt och skandalinriktat (Gherzetti, 2004:241f). Sensationsjournalistiken är även beroende av dramaturgiska medel, en berättelse löper efter ett linjärt tidsperspektiv där varje sekvens leder till en ny och verkar som en följd av den tidigare. En annan fundamentalt beståndsdel i det dramaturgiska berättandet är att berättelsen är uppbyggd kring någon form av konflikt. Konflikten är centrum i berättelsen och det är kring denna dynamik och berättelsen formas. Denna konflikt kräver också ett persongalleri, det är vad huvudpersonerna gör som är det viktiga. De besitter även stereotypiska karaktärsdrag som gör att de är lätta att placera funktionsmässigt i berättelsen. Gherzetti menar också att det är främst genom språkbruket som dramaturgin träder fram. Hon pekar på att värdeladdade ord som ”yxmördare”, ”duell” och ”katastrof” är mer tilltalande än ”mördare”, ”debatt” och ”problem”. En del av dessa värdeladdade ord kan även vara metaforer, något som kan vara till hjälp för att förklara sådant som annars kan vara diffust. Nackdelen skulle dock vara att dessa metaforer bidrar till en förenklad bild av händelsen (Gherzetti, 2004:251ff).

En del av sensationsjournalistiken är skandaler och för den som vill skapa en skandal bör enligt Anders Todal Jensen och Audun Fladmoe tänka på ett tio saker, tre av dessa är särskilt relevant för tidningsredaktören eller journalisten som vill skapa rubriker (Jensen & Fladmoe, 2009:43):

1. *Välj ämne sett till dess förmåga att väcka omedelbar ilska hos läsarna.*
2. *Undvik sådant som kräver förkunskap hos läsarna.*
3. *Om man inte har något att skriva om så kan man vänta tills det kommer, eller hitta på själv.*

Nyhetsmedier har i dag blivit det som Sigurd Allern och Ester Pollack kallar för skandalernas marknadsplats, journalister som avslöjar skandaler väcker publikens intresse. Medierna är också en arena och marknadsplats där information kan läckas, berättelser kan spridas som för skandaliseringen vidare och information byts mot uppmärksamhet (Allern & Pollack, 2009:193). Enligt författarna så använder sig alla nyhetsmedier, mer eller mindre, av personifikation i sitt sätt att förmedla sina nyheter. De bidrar till att sprida det behov som människor har av att kunna identifiera sig med varandra. Här särpräglas den kommersiella populärjournalistiken av en personorienterad sådan där nyheterna kan anpassas och dramatiseras. En form av journalistik där man kan dra paralleller till klassisk dramaturgi med

en världsbeskrivning styrd av moral, emotionella värderingar och krafter (Allern & Pollack, 2009:194). Därav blir det också lätt att skandalisera när politiker begår fel och man kan på så vis profitera på sådana händelser. Detta är det som Allern och Pollack kallar för trivialiseringshypotesen, att det som i vanliga fall skulle ses som en petitess blir, när det rör sig om politiker eller andra offentliga personer, uppblåst till ibland enorma proportioner (Allern & Pollack, 2009:23).

Kriminaljournalistikens utveckling

50-talet

I mitten av 50-talet oroade sig politiker såväl som journalister över den då ökade brottsligheten bland unga. Den fråga som fick störst fokus var varför man begår brott och varför ungdomar hamnade i kriminalitet. Denna oro var tydlig i tidningarna som bekymrade sig över bristen på institutioner anpassade till unga och de ansåg att behandlingen av dessa måste reformeras. 50-talet var också det decennium med den kraftigaste brottsutvecklingen. Under denna period levde också polis och journalister i ett slags symbios där de senare hjälpte poliserna i det vardagliga. Tidningarna fungerade som en kanal till allmänheten där kriminella kunde efterlysas. Journalisten fick en roll där denne ansågs stå i samhällets tjänst och samarbeta med polis och myndigheter för att på så vis få ned brottsligheten men även informera om det pågående välfärdsbygget. Brottslingar beskrevs som samhällets svarta får men som trots det kunde reformeras in i samhället igen (Pollack, 2008).

70-talet

Under 70-talet hade frågor gällande brott och rättsväsende förändrats jämfört med 50-talet. Bygget av välfärdssystemet var klart men nu kritiserades de istället för att inte klara av att uppfylla de krav som man ansågs kunna ställa på dem. Fängelser och kriminalvård diskuteras av medierna som konservativa och omöjliga att ändra på. Den dominerande frågan under 70-talet var hur man skulle kunna humanisera fängsvården samt förändra det samhälle som ansågs skapa det kriminella beteendet. Under denna period sågs inte brottsligheten som ett problem fastän den hade ökat kraftigt och själva ordet ”brott” försvinner till och med ut ur debatten där man istället talar om ”sociala problem”. Synen på ungas brottslighet, jämfört med 50-talet, är också i betydligt vidare samhällsperspektiv. Sociala orättvisor skapar klyftor och kriminalitet

kunde ses som ett utlopp för social misär, förorternas kalla miljö och en generation övergivna av de vuxna. Tidningarna beskriver dels ungdomarnas råare våld, uppror och sexuell frigörelse men även om samhällets brister, vilken betydelse de sociala sammanhangen har för ungdomars vilshenhet tillsammans med en kritik mot det system som sviker dessa (Pollack, 2008).

90-tal

Under denna period har bilden av kriminalitet återigen förändrats och förhållandet mellan politik och journalistik ser annorlunda ut jämfört med tidigare perioder. Journalistiken har nu blivit en samhällsinstitution som både deltar i och formar samhället. Journalister som skriver om brott uppträder nu i flertalet olika roller, rättsreporter, ledarskribent, expert, med mera samtidigt som det vid 90-talets mitt främst är kulturjournalisten som står för den analyserande och kritiska journalistiken. Synen på brottslingen har nu blivit alltmer individualistisk och man anser återigen att straffet är den bästa lösningen på brottsproblemet. De teman som främst dominerar kriminaljournalistiken är våldets inflytande, offrets lidande samt rasismens hot. Ungdomar har en våldslivsstil oavsett vilken subkulturell grupp de kan anses höra till och storstäderna beskrivs med liknelser vid krig där de unga är ”tickande bomber” och ”gängkrigen” kommer alltefter varandra (Pollack, 2008).

Metod

Kvantitativ innehållsanalys

Kvantitativ betyder att man strävar efter en siffermässig beskrivning av ens utvalda material.

Vi måste utelämna alla kvalitativa egenskaper som finns hos materialet, däremot kan vi ha variabler och kategorier som fångar upp det kvalitativa (Östbye et al, 2008: 214).

Genom att vi gör en innehållsanalys försöker vi tillgodose vissa syften. Vi vill beskriva mönster och utvecklingstendenser hos Aftonbladet utifrån de förstasidor vi har valt att analysera och testa de frågeställningar vi har lagt fram. Tillvägagångssättet kommer efter detta att bli att försöka jämföra materialets innehåll med den övriga världen exempelvis hur medierna framställer vissa grupper och individer i samhället. Beroende på hur våra frågor och teorier besvaras och vi kan se hur mönster växt fram genom tidens gång kan våra reflektioner bidra till en analys kring hur medierna påverkar samhället och det som hör det till (Östbye et al, 2008: 214).

När vi i uppsatsen skall ta oss an ett material som sträcker sig över en lång tidsperiod så måste vi ha klart för oss att begrepp och klassificering av sensationsjournalistik förändras över tiden. Den metod vi valt oss är den vanligaste dvs. att använda samma uppsättning definitioner genom hela kodningen, när vi tagit ut våra kvällstidningsord och övriga variabler (Östbye et al, 2008: 227).

Urval

Valet av Aftonbladet kommer sig av att det är den nyhetstidning som i dagsläget definieras som kvällstidning och har funnits längst tid. Därmed borde det ge ett gott och fylligt arbetsmaterial. Aftonbladets förstasidor och innehållsanalys av dess huvudrubriker tror vi kommer generera resultat som besvarar vår problemställning. De utvalda nedslagen med rubriker från ett år med tioårsintervaller utfördes med början 1944 och slut 2004. Att ha ett större urval artiklar är av betydelse då det annars finns risk att det kan förekomma specifika händelser som snedvrider de framkomna resultaten (Nilsson, Åsa 2010:129f).

Materialet från Aftonbladets förstasidor fotograferades på Kungliga biblioteket i Stockholm. De sju nedslagen vi valde (1944-2004) behandlar en stor del utav 1900-talet och därmed får vi ett stort omfång för att kunna se en utveckling och förhoppningsvis även se hur språkbruk,

huvudnyheter, politik, med mera, distribueras till läsarna via förstasidorna. En anledning till de inledande nedslagen för undersökningen är att de två årtalen, 1944 och 1954, är dels under andra världskriget då Aftonbladet stödde Hitlerregimen samt då tidningen fortfarande ägdes av Kreuger och klassades som liberal. Tio år därefter går tidningen med rekordupplagor men hade även köpts upp av LO och därmed blivit socialdemokratisk. Omvälvningen i världen och inom tidningen gjorde det därför både logiskt och intressant att starta vår undersökning under andra världskriget och avsluta den i nutid, 2004.

Variabler

De tre variabler som kommer att användas för att undersöka förekomsten av olika typer av ord och händelser har utformats att vara så uttömmande som möjligt samtidigt som det har strävats efter att liknande händelser ändå får ett gemensamt samlingsnamn (Nilsson, Åsa:141).

Vi har varit konsekventa vid urvalet av information till kodschemat, variablernas innehåll finns tillgängligt för varje iakttagare och analysen begränsas till det som klart går att läsa ifrån materialet. (Nilsson i Ekström & Larsson, 2009: 114).

Följande översikt kommer beskriva variablernas information och innehåll:

- *ID*
- *År*
- *Månad*
- *Rubrik*
- *Antal ord*
- *Extra*
- *Självframhävande*
- *Händelse*
- *Kvällstidningsordförekomst*
- *KvällstidningsordSpecifik*
- *Sexförekomst*

ID

Materialets ID-nummer gavs respektive rubriks datum då det publicerades. Detta för att underlätta vid kontroll av materialet när det så behövs.

År

För att kunna se frekvensen av de olika variablernas förekomst valde vi att ha med en variabel som visar på vilket år rubriken var publicerad.

Månad

Likt variabeln år så valde vi att ha med även en variabel för månader. Precis som en variabel för år kan en variabel för månader visa utifall förekomsten av vissa händelser, kvällstidningsord och så vidare är knutet till olika perioder under ett år.

Rubrik

Variabeln rubrik som sådan går inte att mäta statistiskt utan är endast med för att se textinnehållet i respektive rubrik.

Antal ord

Denna variabel visar på det antal ord rubriken består av. I kombination med övriga variabler bör detta kunna påvisa utifall antal ord har någon betydelse vid exempelvis de tillfällen där tidningen väljer att sätta *extra* till rubrikerna.

Extra

Variabeln beskriver huruvida tidningen har satt rubriken som extra eller ej. Då begreppet, extra, användes av tidningen på ett annat sätt under perioden 1944 där det då istället benämns som *press-stop* och *extra* används vid de tillfällen då tidningen har en extra tidning eller bilaga. Under denna period så har således *press-stop* av oss rubricerats som *extra*.

Självframhävande

Självframhävande används vid de tillfällen som tidningen framhäver sig själv i rubriken. Exempelvis kan detta vara när tidningen har en exklusiv intervju, undersökning eller liknande.

Händelse

För att kunna se vilken typ av händelser som är främst förekommande på tidningens förstasidor samt hur dessa används i samband med övriga variabler och förekomsten av kvällstidningsord så valde vi att ha med en variabel som beskriver vad för typ av händelse det har rapporterats om. Vi har här försökt att vara så generaliserande som möjligt samtidigt som det har försökts att ta hänsyn till respektive rubriks händelseinnehåll. Genom ett sådant urval kommer det att underlätta vid skapandet av ett statistiskt material.

Kvällstidningsordförekomst

Beskriver huruvida rubriken innehåller kvällstidningsord efter den definition vi har satt upp eller ej.

KvällstidningsordSpecifik

Den definition av kvällstidningsord vi har satt upp är att de främst kännetecknas av att vara expressiva och i många fall sammansatta sådana, där kraftfulla prefix eller suffix används för att förstärka ordet och därmed även rubriken, exempelvis skräcknatt, nakenchock eller skandalfest. Typiskt för kvällstidningsorden är att de konstrueras för att väcka uppseende, känslor och stimulera människor att vilja läsa mer.

Då ordens betydelse och användning kan skifta under årens gång har vi valt att enbart utgå från vad som går att klassificera som kvällstidningsord utifrån vår tolkning sett till en nutida kontext.

I många fall så är kvällstidningsorden sammansatta och därför svåra att homogenisera därav har vi valt att utgå från en modell som vi kan kalla för $x+y/y+x$, där x står för den expressiva delen och y står för det ordet som skall framhävas.

Exempel $y+x$: "Idrottsstjärna köpte sex för 30 miljoner" (2004-05-15) blir därmed *idrottsstjärna* kvällstidningsordet där *idrotts-* står för y och *-stjärna* är det expressiva x som skapar kvällstidningsordet.

Exempel $x+y$: "Lagom till semestern: Mobiltaxan chockhöjs" (2004-05-27), *chock-* står för delen x och *-höjs* för delen y .

Ibland är dock inte kvällstidningsordet sammansatt utan står ensamt som ett enda ord och klassificeras då enbart som x .

Exempel x : "Skräck" (1964-03-25)

Sexförekomst

Sex, våld och skandaler är olika saker som sensationsjournalistiken använder sig av för att sälja lösnummer. Därav valde vi att plocka ut de tillfällen sex användes, dels för att se den historiska utvecklingen i användandet av det, men även för att kunna se huruvida det finns ett samband med begreppet och sensationsjournalistik.

Analys

Fem tyskar är fler än fyra skandaler

Man skulle kunna tro att samtida rubriker hos kvällstidningarna rent generellt skulle ha tämligen få ord i rubriken jämfört med tidigare perioder, detta för att avspegla den snabba journalistik som är tänkt att fånga läsarnas uppmärksamhet på ett ögonblick utan att det skall finnas tid för reflektion. Så är dock inte fallet. Under 1944 låg antalet ord i en rubrik på tre till fem och bara vid ett tillfälle i det insamlade materialet så förekommer det en rubrik med tio ord. 2004 kan man se en betydligt större spridning, även om det fortfarande är vanligt med kortare rubriker om fyra till sex ord så förekommer längre rubriker om upp till tio ord lika ofta. Den tydligaste förklaringen till denna ökning ligger i layouten på tidningen. 1944 så samsades fler rubriker om utrymmet på förstasidan, där de har fått ungefär lika stort utrymme, till skillnad på dagens förstasidor där det fokuseras främst på en rubrik som då även kan få större spelrum i form av fler ord. Samtidigt kan man dock även se en markant ökning av så kallade enordsrubriker, vilket kan bekräfta utvecklingen av McDonaldiseringen av journalistiken där nyheten skall kunna tillgodogöras snabbt och tidningen skall med ett enda, vanligtvis fängslande eller chockerande ord, dra till sig läsarens uppmärksamhet. 1944 användes inte enordsrubriker överhuvudtaget och under perioden 1954 till 1974 enbart sex gånger, en under 1954 och resterande under 1964. Detta kom dock att ändras från 1984 och framåt då den förstnämnda perioden hade sju stycken sådana rubriker och de efterföljande perioderna elva respektive tio stycken vardera (se tabell 1).

Det som är intressant är att vid de tillfällen som Aftonbladet har använt sig av benämningen *extra* till en nyhet så har det inte varit rubriker med få ord. Endast 94 rubriker, av de insamlade 929, har tre ord eller färre. Istället är det fyra till fem ord som är det vanligast förekommande då de ligger på 133 vardera. Samtidigt förekommer det fler tillfällen som har sex eller fler ord, ända upp till tio, jämfört med en- och tvåordsrubriker (se tabell 2). Att rubriker med fyra till fem ord är de vanligast förekommande vid extraupplagor är tämligen förklarligt då man med relativt få ord ändå kan ge en utförlig beskrivning av vad som har hänt; ”*person x*” ”*utförd handling*” ”*person y*” som exempelvis i fallet ”*Anders Björck slogs med polis*” (2004-01-05).

Då är det desto mer intressant att se antalet extrarubriker där det finns fler ord. Även om man kan anse att en rubrik med så få ord som möjligt skulle gå snabbare att läsa och få en

överblick av så är de rubriker med fler ord vanligtvis av sådant sensationsmässigt slag att de fortfarande fångar publikens intresse, se exempelvis 2004-12-21 med rubriken "*Mordmisstänkte 26-åringen reste iväg med pastorn på nätterna*".

Längre rubriker med tio ord eller fler är också tämligen ovanligt i de undersökta perioderna ända fram till 2004. Här kan man se en markant ökning av rubriker med tio ord, tjugo stycken, jämfört med tidigare år då enbart en handfull sådana går att återfinna. Även längre rubriker än så återfinns i större utsträckning än tidigare perioder även om de inte är många. Som tidigare nämnt så är sannolikt anledningen till ökningen en ändrad layout men kan även vara att man försöker berätta mer på förstasidan än att enbart locka med en slagkraftig rubrik.

Hur ser då antalet ord i en rubrik ut kontra vilken händelse det har rapporterats om? Det finns en viss spridning på en- och tvåordsrubriker men det som tydligt sticker ut är vid de tillfällen det har skrivits om idrottshändelser där det är tretton stycken rubriker spridda över det undersökta materialet, (se tabell 3). Den typ av uttryck som förekommer är enkla beskrivningar som "*Henkes mardröm*", "*Avgå Svens*" och "*Guldfeber*". Om man istället ser till längre rubriker, tio eller fler, så är de betydligt mer utspritt i vad det har skrivits om (se tabell 3). Dock så sticker några ut ur mängden. Dessa rör sig då om olika typer av brott, inklusive mord, kändisar och politiker men även olyckor och kanske lite förvånande ekonomi. Även om händelsen ekonomi är avvikande från de övriga så visar resultatet på att dessa ämnen kan lyftas fram i och med en längre beskrivande text på förstasidan som i sig kan vara lika sensationsskapande som sådana med färre ord.

1944 – Krig, krig, nästan bara krig

På grund av den då rådande världskonflikten 1944 påverkades nyhetsflödet i Aftonbladets huvudrubriker på förstasidorna markant. De kvällstidningsord som överensstämmer med vår metodmall för kvällstidningsord, *extra-löp* (då kallat *presstopp*) och *självyfrämjande* kommer med i beräkningarna i vår innehållsanalys. Som sagt kommer variabeln *händelse* analyseras med hänsyn till rådande tid.

Ser man till resultaten i tabell fyra så dominerar huvudrubrikernas händelser utav krig. I övrigt är det enda nämnvärda händelsen politik som är förstaelig då Sverige var ett neutralt land och förde en försiktig politik men även att de politiska händelser det har rapporterats om korrelerar direkt till de olika krigshändelserna som skedde.

Språkbruket var annorlunda jämfört med det som vi är vana vid i dagens samhälle. Det är därför svårt att få en rättvis bild över rådande tid jämfört med dagens språkbruk. Eftersom det kan finnas möjliga kvällstidningsord som även kan vara militära begrepp som till exempel *pansarelit*, valdes dessa bort då vi inte med säkerhet kunde fastslå begreppets ursprung och användningsområde. En sådan analys, av liknande begrepp, skulle vi gärna överlåta till forskning kring krigsjournalistik då en bredare kunskap kan nås varför man använde vissa begrepp när man rapporterade från kriget.

Tabell fem redovisar att extra eller presstopp som det kallades år 1944 användes flest gånger under ett år jämför med de andra decenniernas förstasidor. På 171 förstasidor kunde man hitta presstopp. Det enda året som var i närheten var 2004 som innehade 160 stycken.

I teorikapitlet talades det om idyllen och idyllvinkeln som användes för att beskriva tillvaron med en positiv ton, en ton som kunde sätta idylliska färger på konfliktladdade ämnen som bostadsnöd och andra sociala områden (Hultén, 1993: 223). Det var den populära formen inom journalistiken på 30-talet i det unga svenska folkhemmet. Om man ser 60 år och längre bakåt i tiden ville ofta inte journalistiken gå i konflikt utan snarare i ett samförstånd och hade en mer positiv ton (Hultén, 1993: 223). Utifrån den teorin är det svårt att utse var Aftonbladet stod, varför deras förstasidor var utformade som de var. Svårigheterna att ta med 1944, under brinnande krig, med de övriga decenniernas material var främst gällande ovanstående teori, att man behövde behålla en positiv och mycket objektiv journalistik då Sverige var neutralt. Befolkningen behövde en idyllisk tillvaro och Sverige behövde inga fiender. Tjugotre kvällstidningsord förekom under 1944 och merparten handlade om någon form utav kupp (se tabell 6). Övriga var väldigt utspridda och teorin ovan kan bekräftas då man inte såg någon tendens till att överproducera kvällstidningsord för att locka läsare. Aftonbladet använde sig utav raka och oftast korta meningar, tre till fem ord (se tabell 1). Hultén talade även om hur journalistiken skapar hjältar och en sådan skapelse process kan aldrig ses som objektiv. Den subjektiva skapelsen sker ofta tillsammans mellan journalistik och underhållning, de områdena står nära varandra och har mycket att ge varandra (Hultén, 1993:224). Rådande tid hade inte mycket utrymme för underhållning. Hjältar och stjärnor förekom inte alls på förstasidorna under 1944 (se tabell 7 och tabell 6). Det är en stor skillnad mellan årtalet i fråga och 2004 där variabelvärdet *stjärna* användes 12 gånger och därmed överlägset flest gånger under de undersökta decennierna. Nämnt sedan tidigare är att delar utav 1944 års analys borde

bedrivs av annan forskning, främst gällande krigande kontra neutrala länder och deras press. Heroism skulle även kunna få en mer omfattande analys om man såg till länder som låg i konflikt och hur deras presshantering utav ämnet såg ut och användes inom exempelvis krigsjournalistik.

Politik på förstasidan

Jesper Strömbäck talade om det ökande medieutbudet som gav medborgarna en chans att välja en högkvalitativ journalistik. Sambandet mellan mediekonsumtionen och negativa attityder till politik och politiker behöver inte bero på medieutbudet som sådant utan att människor gör egna val utefter egna värderingar och uppfattningar (Strömbäck, 2001: 208). Mediesjuketeorier har gemensamt att medierna framställer verkligheten på ett missvisande sätt och försvagar människors, redan minskande, politiska intresse. När analysen tar sig igenom tabellerna åtta och nio så behandlas politik och politiker tillsammans med de kvällstidningsord de förekommit tillsammans med på förstasidan. Man ser en tydlig trend att använda väldigt negativa, om än inte grova, textkonstruktioner för att formulera politik och politiker. Drama, pamp, skandal, fiasko och katastrof må enbart ha används enstaka gånger men lägger man ihop de enstaka så kan det liknas vid en hög av elände. Man kan inte hävda att journalistiken är ansvarig för medborgarnas misstro, det går heller inte att hävda att journalistiken saknar ansvar och att allt ska ligga på politikerna (Strömbäck, 2001: 388).

En mer positiv syn på verklighetens rapportering är att medierna och dess nu stora utbud bidrar till positiva effekter. Då medborgarnas intresse för politiken sjunker men utbildningsnivån i landet är stor och därmed kan även rationella val ske.

Mobiliseringsteorierna stödjer att människor har en förmåga att bilda sina egna åsikter, om än på en kollektiv nivå, och ser positivt att det finns ett stort medieutbud där olika medier rapportera på olika sätt (Strömbäck, 2001:208). Den som är intresserad utav en hård bedömning och i många fall utövande drev kring politiker kan välja Aftonbladet med sina konstruktioner utav begrepp som exempelvis politik och fiasko. Samtidigt kan den intresserade, som söker efter information om vad olika partier står för och gör, välja varje partis egen läsning alternativt ett nischat utbud där politik är huvudfåran. Faller valet på det specifika partiets texter menar vi inte att de kan vara fyllda av hårddragen subjektiv information mot andra partier eller en väldigt enkelspårig journalistik, läsaren får använda sitt rationella tänkande i val av informationskälla.

Politik som händelse användes, inte konstigt nog, främst under 1944 då kriget påverkade de flesta och självklart även politikerna (se tabell 4). Men som tidigare analys av det specifika årtalet har angett, existerade det inte nämnvärt många kvällstidningsord. Ser man 60 år och längre bak i tiden ville ofta inte journalistiken gå i konflikt utan snarare i ett samförstånd och hade en mer positiv ton (Hultén, 1993: 223). Detta kunde innebära, utifrån tabellerna i fråga, att politik användes flitigt men just med en idyllisk vinkel som gjorde att kvällstidningsord inte användes och kanske inte sågs som allmänt accepterat under brinnande krig. 1960- och 1970-talen innebar däremot en förändring utav journalistiken just på detta område.

Förändringen kan förklaras av journalistikrollens professionalisering, radikalare samhällsklimat men också att en mediekonkurrens uppkom med TV och radios etablering som i flera avseenden blev medieledande (Hultén, 1993: 223). Mediekonkurrens och radikalare samhällsklimat kan ha gjort att Aftonbladet med sina förstasidor försökte stimulera folk att köpa tidningen och efter 1970-talet börjar man med att rikta in sig på politiker istället för enbart politiken i sig. Tabell nio och sex visar på att de kvällstidningsord som använts i händelser kring politiker inte varit positiva och visat sig ta fart främst under 70-talet (i vårt fall 1974).

En annan reflektion kring hur och varför Aftonbladets kvällstidningsord på förstasidorna stimulerar människor att köpa och läsa är ordet *hemligt*. Begreppet används överlägset flest gånger bland kvällstidningsorden i det undersökta materialet, tillsammans med *X-drama* (se tabell 6). Statistiken visar att även *hemligt* som kvällstidningsord tog sin fart under 1970-talet och används flest gånger i samband med politik. Något som kan elda på en misstro hos medborgarna. Det ligger något självklart dramatiskt i alla avslöjanden, men när man får kika på alla detaljer och ta del utav det allra hemligaste så ökar dramatiken avsevärt. Att låta det privata och förbjudna som tillhör den innersta kretsen komma ut i medierna (Hultén, 1993: 22). En teori kring användandet utav *hemligt* som begrepp är att skapa uppmärksamhet för journalistiken, göra en text till någonting mer än vad den egentligen är. Det kan därför vara så att texterna avslöjar något mer än det de säger om ”yttre” händelser, den journalistiska händelsen som gjort att texten blivit till inkluderar ett samspel med källor (Eke Crantz et al. 1998: 27). Källor som kan avslöja och hjälpa till att nå målet som är att skapa uppmärksamhet för texten, få texten att nå en stor skara människor som stimuleras att köpa och läsa.

Politik och politiker florerar på första sidorna i oftast negativ bemärkelse. Även ett ord som *hemligt* kopplas ofta samman med politik (se tabell 8) och kan ses som något negativt då

politik i Sverige handlar om öppenhet. I en demokrati där folket bestämmer kan inte makthavare gömma skelett i garderoben. Journalistiken fungerar i samhället som en institution, en institution som formar och formas av samhället. Det radikalare samhället som växt fram under historiens modernare tid har bidragit till att journalistiken ser ut och verkar som den gör idag. Journalistikens innehåll, exempelvis politik, är resultatet av redaktionella processer i samspel med den omgivande verkligheten, det har inte någon gud eller den objektiva verkligheten givit (Strömbäck, 2001: 187). Det finns en anledning att utvecklingen av kvällstidningsord kring politik och politiker har förändrats och varför den förändrats beror till stora delar på hårdare konkurrens och att negativa begrepp beblandas med en så viktig och känslig institution i samhället som politiken är.

Populära personifieringen

Under 1970-talets förändringar framkom en professionalisering utav journalistiken, mycket tack vare en ökad konkurrens från andra medier till exempel etablerades TV (Hultén, 1993:223). Man talade om idyllvinkel och att den utmärker främst underhållningsjournalistiken med fokus att förgylla istället för att behandla samhällsviktigare, problematiska frågor. När en ny era tog fart bestående utav mycket fokus på underhållning och intresse för underhållning som säljer. Människans största intresse är människan själv (Hultén, 1993: 226) och det kan vara en grund att underhållningsjournalistiken som tog fart ville behandla och framhäva den drabbade människan eller den som gjort ofog. Vi har använt variabler för att kunna utse hur personifiering och intimisering har använts under decennierna som arbetet sträcker sig kring. Variabeln *händelse* har värden i form utav *vittnesberättelse* och *gärningsmannens berättelse*, hur här dessa två genrer förekommit i undersökningsperioden? Materialet visar tydligt på att man kan se att personifiering och intimisering hör till de moderna förstasidorna, med en explosionsartad användning från 1994 och framåt (se tabell 4 & 24-27). Dock finns det inga bevis som visar att 1970-talet var den tid då startskottet avfyrades just för dessa händelser.

Resultaten visar att det finns ett intresse för denna typ av förstasidastoff, men varför är detta populärt och hur kommer det sig att i modern tid verkar som att människor är ute efter läsning om ”dagboksberättelser” och hemligheter? Det verkar som att Hultén har en poäng i sina teorier om att människans intresse är denne själv och att personifiering hör till dagens populärjournalistik (Hultén, 1993: 226). Vi kan även tala om ett beteende hos journalistiken, med en vilja att sälja, där de vill skapa en mer personlig samhörighet med läsaren. De spelar

på läsarens högst privata samtalsituationer där livsproblem och dylikt ventileras och analyseras oredigerat och direkt (Hultén, 1993: 227). I materialet kan man finna olika artikelserier där förstasidan hänvisar till de artiklar där ett mordfall behandlas under en längre tid exempelvis Knutby-dramat och Palme-mordutredningen. Dessa händelser florerade i flera veckor men även så lämnades aldrig Palme-utredningen då den förklarades olöst. Genom att presentera nya vittnen, de häktade och misstänkta berättelser kunde läsaren sätta sig in på ett mer personligt plan och nu när de kunde få ta del utav de mest insatta i dramat kan läsaren stimuleras att vilja veta mer och därmed sukta efter utökad information.

Priming-teorin kan ha ett fotfäste inom framhävandet utav det personliga och intima. Känslan av att vara ”med i nyheten” stimulerar inte bara en dramatisk nerv hos publiken utan kan ge en naturlig känsla av samhörighet och känslor kring nyheten och de medverkande (Hultén, 1993: 227). Att få vara med i en spännande historia och kunna bygga upp egna teorier kring rätt och fel, känsla av samhörighet eller fördömande, det kan ge läsaren mersmak och behag av involvering i händelsen. Priming-teorin handlar om sambandet mellan yttre stimuli och de bedömningar människor gör av någonting, det sker ett samspel utav vad människan har för kunskaper och uppfattningar (Strömbäck, 2001: 176). Bedömningar och uppfattningar kring nyheter stimulerar människor och genom att lansera Palme-utredningar med vittnesberättelser och Christer Petterssons ord om att vara misstänkt kan läsaren få utlopp för de åsikter de sitter inne på. Diskussionen och reflektioner tillkommer och genom att Aftonbladet skapat dessa utifrån sina lanserade förstasidostoff leder det till att en fortsatt knapptryckning på läsarens känsliga punkter skapar det som ovanstående reflektion talar om, att uppfattningar bildas och strömmar till övriga läsare. Den personifierade journalistiken har aldrig varit populärare som under 1994 och 2004 om man ser till det insamlade materialet (se tabell 4), därför kan tidningen släppa lös liknande nyheter i en följd. Aftonbladets läsare får dock räkna ett subjektivt utvalt material av nyheter. Då det är tidningen som väljer vilka frågor som ska ställas och hur de ska tas upp (Strömbäck, 2001: 177), detta sätt gör att det finns en tydlig stoppsignal för läsarens egentliga medverkan och inverkan på dramats uppsättning.

Teorierna kring personifiering, intimisering och priming tar upp vad människor kan tänkas vilja läsa om och deras intresse för att sätta sig in i det intima. Det kan utefter teorierna visa på att tidningen vill skapa uppmärksamhet å egna vägnar och hur de på detta sätt försökt få läsare. De har inte bara använt sig av intresseväckande berättelser från nyhetens huvudpersoner utan redigerat förstasidor på ett sätt som förhoppningsvis är säljande.

Siffrorna visar på att *kvällstidningsord* och *självframhävande* i tidningen inte förekommer särskilt ofta tillsammans med gärningsmannens berättelse och vittnesberättelser (se tabell 10 och 11). Den typen av genrer på förstasidan borde därmed göra sig populära och säljande av sig självt. Vi skulle kunna påstå att den ekonomiska avdelningen har fått mer att säga till om och gapar efter ökad vinst men vi kan även se att det verkar finnas en vilja att sätta Aftonbladet i fokus, skapa uppmärksamhet. Journalistiken måste skapa uppmärksamhet för sig själv och det gör den ofta med egna texter (Ekecrantz & Olsson, 1998: 27). När man finner vittnesberättelser på förstasidan så finns det ofta ett självframhävande utav tidningen med i anslutning till den stora nyheten (se tabell 11). Oftast används inte några positiva kvällstidningsord tillsammans med händelserna i fråga, det är även utspritt vad för ord de använt förutom begreppet *hemligt* som använts ett flertal gånger tillsammans med gärningsmannens berättelse (se tabell 24-27). Att självframhävande och kvällstidningsord inte använts i en större utsträckning kan bero mycket på det flitiga användandet utav *extra-löp*. *Extra-löpen* florerar mycket i händelserna kring berättelserna från vittne och gärningsman, ca 80 % utav *gärningsmannens berättelse* innehåller ett *extra-löp* och *vittnesberättelse* har en knapp majoritet (se tabell 10).

Tidningen vill skapa uppmärksamhet och konstruera intressanta förstasidor. Med hjälp utav analys av statistik och hur tidningen kan stimulera läsare, resulterar det i reflektioner kring att texten, oavsett om texten är en huvudrubrik eller ett *extra-löp*, är skapad för att dramatisera det tidningen vill få fram. Här följer två exempel av personifiering och intimisering från 1994 års förstasidor: ”*EXTRA: 42-åringen berättar om Palmemordet*” (Aftonbladet: 1994-03-12), ”*Kristian, 25: Jag våldtogs av fem kvinnor när jag gick från festen*” (Aftonbladet: 2004-08-15). Detta visar på hur Aftonbladet använt sig utav personifiering på förstasidorna, den första nyhetsrubriken innehåller ett *extra-löp* och den andra använder sig enbart utav ett utdrag från en vittnesberättelse. Formuleringsredskapen är olika för dessa förstasidors huvudrubriker och det kan vara för att i vissa fall kan det räcka med personifieringen i sig (det är redan en exklusiv händelse). Vi talade innan om uppmärksamhet och hur tidningen skapar denna genom en händelse som är brutal och ovanlig. Vi ser även en huvudrubrik som stora delar av Sverige, nio år efter händelsen, fortfarande står på tå inför Palme-mordet. Rubriken handlar om vår mördade statsminister och allt kring detta kan antas vara stora nyheter. Reflektionen kring att ett *extra-löp* används för våra tankar till idén att aldrig låta statsministermordet gå ur tiden, bli ointressant och absolut inte låta läsarna tro att Aftonbladet inte gör allt för att ”lösa”

mordet. Ricoeur (1988) säger: ”*En text är nämligen inte sluten i sig själv. Den har inte bara en formell struktur, utan syftar mot en möjlig värld bortom sig själv...*” (Ekecrantz & Olsson, 1998: 67).

Det finns det som tyder på att redaktionen som står för förstasidornas formgivning har en stor kunskap kring vad som ska uppmärksammas och vad som ska redovisas för bästa möjliga resultat. De skulle kunna använda självframhävande redskap till varje artikel, men det skulle bli uttjat. Urvattnade begrepp och gammalmodig struktur tror vi inte tilltalar läsare i det långa loppet, samhället moderniseras och redaktionerna - oavsett tidning - måste hålla tempot och kreativiteten uppe annars tappar man läsare. Resultatet och teorierna tillsammans med de reflektioner som uppstått i det här kapitlet kan sammanfattas att tidningen inte bara vill ha uppmärksamhet, de måste vara uppmärksamma. Vi ser vad som är modernt nu men självklart inte i framtiden. Självframhävande och uppseendeväckande begrepp går tillsammans med det personliga och intima väldigt bra ihop i dagens samhälle. De två exemplen visar en liten men väldigt överseende redovisning hur förstasidor kan se ut. Statistiken och analysen redogör för att Aftonbladets förstasidor verkar handla efter tre punkter: att sätta sig själv på kartan med det största just nu (*extra*), intima berättelser som berör, skapa uppmärksamhet för sig själv (Aftonbladet avslöjar etc.). Det sistnämnda har tagits upp men kan utvecklas eftersom Aftonbladet inte bara redovisar nyheter där självframhävandet handlar om att vara först och snabbast, men även vill visa arbetaren, barnfamiljen et cetera att tidningen bryr sig och gör ett arbete för samhället: ”*Snälla, hjälp oss! Försvunna Sofias mamma vädjar till Aftonbladets läsare*” (1994-04-21), är ett exempel på självframhävande av annat slag, riktad mot de egna läsarna. Aftonbladet bedriver härmed en omtänksam skullgång för ”den lilla människan”. Förstasidan visar på en personifiering med en vädjan från en ”vanlig” människa, en taktik som tidningen väljer att använda för att bevisa sin hängivenhet för samhället och sina läsare.

Sex och inte ett dugg samlevnad

Förstasidorna under de undersökta decennierna visar att sex är ett modernt begrepp och ämne (se tabell 12). Sex inom journalistiken kan ha växt fram, precis som tidigare nämnt, allteftersom samhället blivit mer radikalt och på det sättet dramatiserat fram det förut tabubelagda sexet inför läsarna på ett helt nytt sätt. Sex som händelse används vid endast tre tillfällen och då i modern tid 1994 och 2004 (se tabell 4). Sex i övrigt förekommer även det främst under 1994 och 2004 (se tabell 12) jämfört med övriga decennier då högsta antalet förstasidor där sex i allmänhet figurerade var fyra (1964) och nere på noll vissa år (1944 och

1974). Sex som kvällstidningsord (*sex-X*) används inte särskilt flitigt under de år där sex förekommer mest (se tabell 13) utan ett öppnare samhälle kan tagit bort tabun att tala om sex och samlevnad för att informera läsare och sälja tidningar via ett begrepp som man vet är intressant och populärt.

Sensationsjournalistikens inverkan på hanteringen utav sex och samlevnad kan mynna ut i dammar utav dramatiskt skvaller. När vi sett över kvällstidningsordet *sex-X* har det skett en ökning under 1994 och 2004 då det använts flest gånger (se tabell 13). Händelserna som ägt rum då kvällstidningsordet använts är främst *brott, skvaller och kändis* (se tabell 14). Materialet väger inte över med någon stor majoritet men visar att sex använts fler gånger inom skvaller och kändissektorn än i utbildningssyfte. Som sagt så skiljer sig inte de statistiska resultaten från varandra på något stort sätt men om man ser trenden att använda sex på förstasidorna kan framtidens generationer få en bredare läsning kring ämnet och då kanske helt utan utbildningssyfte.

Ytterligare definitioner av sensationsjournalistiken går att finna i teoridelen och hur Marina Gherzetti beskriver sensationsjournalistiken som en form som i allmänhet syftar på den journalistik som innehåller former av överdrift, spekulation eller hårdvinkling och som kan anses vara populistiskt, trivialt och skandal inriktat (Gherzetti, 2004:241f). *Sex-kontrakt* (2009-12-09) och *sex-trakasserar* (2009-09-07) är exempel som vi anser är det ovanstående teori beskriver, hårdvinkling och spekulationer. Det skulle kunna uppfattas som tråkiga nyheter men att det är Aftonbladets egen sportredaktion och inte polisen som granskar hur kvinnorna i landslaget blivit sex-trakasserade gör att sanningen om händelsen försvinner. Istället kommer ett intresse för intrigerna inom de som arbetar och verkar runt landslaget, vem och vilka är de utsatta, vem har gjort vad? Sportbladet blir snabbare än polisen med tjejnans anmälningar.

Frågorna är många och leder till att läsaren vill veta svaren. Man kan även se sensationsjournalistiska tendenser genom användandet av ord som *sex-kontrakt*. Utifrån ett flertal exempel går reflektionerna vidare till Jenssen och Fladmoe (2009) och deras tre viktiga punkter relevanta för journalisten. De nämner att valet av ämne ska väljas utefter ämnets förmåga att omedelbart skapa ilska hos läsarna. Rubriker som innehåller begreppet *sex-slav* tillsammans med *14-åring* (2004-11-12) och *sex-trakasserier* väcker troligtvis ilska hos många och det finns anledning att tro att Aftonbladets förstasidor använder sex som sensation och i säljande syfte. Sex i folkmun och inom den svenska pressen har inte varit i omlopp en

längre tid (se tabell 12). I modern tid verkar rollerna ombytta. Sex och samlevnad var någonting vackert och personligt som i framtiden kanske kommer att vara tabubelagt och nollställt som huvudnyhet i utbildningssyfte.

Vad är huvudnyheten – stjärnan i skyn eller nere i dyn?

Astronomi används en gång som händelse på förstasidan och det kan vara förståeligt att sådana nyheter inte får en stor uppmärksamhet. Likaså är rasism och turism, som är två helt skilda världar men båda en stor del utav vårt samhälle på olika vis, använda lika sparsamt. De båda används genom decennierna lika många gånger som astronomi. Det har tagits till akt att dessa ämnen kan dyka upp inuti tidningen men på förstasidorna har de uteblivit.

X-banta och *X-dröm* har inte förekommit häpnadsväckande ofta men när de påträffats har de gjort det under 1994 och 2004 (se tabell 6). Tidningen kan anspela på drömmar hos arbetande människor i form av hus och hem, resa etc. samtidigt som bantningen inte behandlas som ett hälsoproblem utan som ett mode, att vår-banta (Aftonbladet: 1994-03 27) är säljande inför sommaren.

Ett utav de mest använda kvällstidningsorden är *X-stjärna* och har den största kvantitativa utvecklingen genom decennierna, under 1964 och 1974 så förekom det inte alls medan under 2004 så finns det tolv sådana tillfällen (se tabell 6). De funderingar vi hade kring kvällstidningsordet när resultaten hämtades in var att stjärna stod för någonting positivt inom främst idrott, film och musik. *X-stjärna* används dock enbart en gång i förhållande till händelsen idrott, istället finner man begreppet i dess huvudsakliga användningsområde som är *kändis* (se tabell 15).

Användningen utav kändisar som huvudnyheter är en mycket modern metod och bidrar till stora delar hur våra resultat visar på att det finns en utveckling kring användandet utav både kvällstidningsord och händelser på förstasidorna under de undersökta decennierna. Det går att tyda hur kändisar använts och varför det blivit populärt att använda sig utav dem. De kvällstidningsord, förutom *X-stjärna* (se ovan), som använts tillsammans med kändisar är både positiva och negativa (se tabell 16). Positiva kombinationer är till exempel när man beskriver dem som heroer, hjältar, kungar och med ”guld-status”, det kan vara en väl utvald huvudnyhet på förstasidan då läsarna är intresserade utav detta som samtalsämne under till

exempel kafferasten. Hultén menar att det finns ett behov utav heroer och heroism i samhället, hjältar är ideal, något som folk kan drömma sig och se upp till (Hultén, 1993: 224). Medierna bygger ofta själva upp hjältar, precis som de kan skandera att en idrottsutövare är en idrottsstjärna utefter dennes prestationer. Som exemplet tidigare (Aftonbladet: 2004-05-15) kan medierna även demontera hjältarna när de gjort något fel, som att använda narkotika.

Oavsett om det skulle handla om kändisar inom politik eller idrott så åker alla berg och dalbana inom hjältesammanhangen (Hultén, 1993:225). Frånsett om man använder sig utav hjältar för att sälja tidningar och försöka intressera läsare finns det anledning att se över om förstasidorna domineras utav negativa eller positiva nyheter. Att se om resultaten kan utgöra vad som är populärast och i vilken ton Aftonbladet vill förmedla huvudnyheter.

Nyhetsjournalistiken brukar anklagas för att beskriva händelser utifrån en negativ synvinkel (Hultén, 1993: 222), *X-drama*, *X-döds* och *X-kupp* är populära kvällstidningsord (se tabell 6). Tabloidpressens rubrikskapande kan handla om enkelheten, att negativa nyheter accepteras som läsvärda och som språkforskare visat på att språket självt har ett större ordförråd av negativt laddade ord än de positiva (Hultén, 1993: 222). Kvällstidningsorden ovan har dock florerat relativt jämnt i materialet med en liten övervägning för 1950-talet (se tabell 6). Under modern tid (1994 -2004) började det växa fram andra negativa kvällstidningsord som till exempel *terror* efter 11:e septemberhändelserna och *stjärna*. Som vi tidigare diskuterat kan *stjärna* och *hjalte* växa ihop och bilda positiva nyheter men kan lika gärna utveckla ett försök till att beskriva någon högt rankad inom en genre och dennes misstag.

Exklusivitetens behag

Sälja lösnummer genom att lyfta fram att man står som ensam förmedlare om en uppgift och att det inte går att läsa det någon annanstans är inte så förvånande att kvällstidningarna gör. Däremot är det inget som har gjorts i större bemärkelse förens på senare tid hos Aftonbladet. Under 1944 skedde det enbart vid ett tillfälle och under 1954 och 1964 hände det tretton respektive sju gånger. Följande decennium var det ett markant tapp då självframhävande rubriker enbart användes vid sju tillfällen, 1984 såg man en återgång till 1954 och 64 då det skedde arton gånger. 1994 ser man dock en avsevärd ökning då man 63 gånger lyfter fram det rapporterade som något exklusivt för tidningen (se tabell 17). Detta kan sannolikt förklaras med den ekonomiska kris som uppstod i Sverige under detta år. Tidningen tappade i försäljning och upplaga och blev tvungen att ta till flera olika knep för att locka läsare. Att detta knep hade en stark koppling till den ekonomiska krisen blir särskilt tydligt då man kan

se att det enbart användes 30 gånger under 2004. Visserligen ett högre antal än vid de tidigare decennierna men ändå lägre än 1994. Man kan fråga sig varför inte tidningen oftare använder sig av denna typ av rubriker där man hävdar att det enbart går att läsa om detta i just Aftonbladet.

Dels skulle detta kunna förklaras med att ett sådant påstående i längden kan bli urvattnat och kontraproduktivt, det går inte att ropa varg och lura läsarna gång på gång, man måste även ha ett material som verkligen är exklusivt för tidningen. Det ämne som lyfts fram som sådant där Aftonbladet framhäver sig själv är *ekonomi* som förekommer vid åtta tillfällen under 1994. Det är främst rubriker som berör läsarens privata ekonomi och som säger sig ge tips om hur dennes framtida ekonomi kommer att se ut utifrån tagna politiska beslut men även om hur man bäst tjänar pengar genom att välja rätt försäkringar eller bank (se tabell 18). Förutom att man med väldigt enkla knep kan locka läsaren till att köpa tidningen för att få del av dessa tips så kan man samtidigt se att tidningen nu tydligt har utvecklat det Bob Franklin kallar för McJournalism och Newszak. Tipsen medför att läsaren inte längre själv behöver utföra arbetet med att jämföra banker och försäkringar för att se vilka som passar denne bäst, det är istället tidningen som utför tänkandet åt denne. Samtidigt är det dock en form av samhällsinformation som mycket väl kan ses som nyttig sådan men där det i slutändan inte så mycket rör sig om att faktiskt informera som det gör åt att sälja lösnummer.

Det skulle även gå att se 1994 års självframhävande rubriker som en tyngre version av användandet av ordet extra som i jämförelse användes tämligen sparsamt under detta år. Återigen blir då förklaringen den djupa ekonomiska kris som sköljde över Sverige, det räckte därmed inte att bara sätta ”extra” ovanför rubriken, man var även tvungen att framhäva tidningens exklusivitet i den publicerade artikeln eller nyheten.

Om man ser på hela den undersökta perioden, 1944 till 2004, är det *vittnesberättelse* samt *Aftonbladet* som är de mest frekvent använda händelserna inom de självframhävande rubrikerna förutom tidigare genomgångna *ekonomi*. Vittnesberättelser där de hävdas att vara exklusiva för Aftonbladet uppkommer först 1954 och då vid fyra tillfällen. Därefter så dröjer det tills 1994 och 2004 då det används vid fem respektive tre tillfällen. Det visar tämligen klart på det som Ester Pollack pekar på i att det under denna period läggs allt mer emfas på brottsoffer och vittnen.

Extra, extra! Read all about it!

Om man bortser från 1944, som har avhandlats tidigare, så är de tillfällena där rubriker har fått tillägget ”extra” konsekvent med i snitt 30 stycken varje decennium. Dock sker en kraftig ökning 1994 och 2004 med 120 respektive 160 rubriker (se tabell 5). Ökningen som sker 1994 kan förklaras, precis som ökningen av självframhävande rubriker, sannolikast med den svenska ekonomiska krisen. Intressant att notera är att till skillnad från de självframhävande rubrikerna, som 2004 har sjunkit ner till en nivå nära tidigare decennier, så går rubriker med stämpeln extra en motsatt väg och ökar istället. Möjligtvis kan detta förklaras med den nedåtgående trend som tidningen återigen drabbats av under detta årtal när det kommer till försäljning.

De händelser som lyfts fram med ”extra” under 1994 är mord med sexton tillfällen följt av *gärningsmannens berättelse* med tretton. Därefter kommer *vittnesberättelse* och *brott* på delad tredjeplats med nio rubriker vardera (se tabell 19). Under 2004 har fördelningen ändrats, *polisinsats* och *brott* leder med sju rubriker vardera följt av *mord* med sexton. Därefter kommer *kändis*, *brottsutredning* och *terrorism* med femton, tretton och tolv rubriker vardera (se tabell 20). Även om användandet av epitetet extra har ökat avsevärt i jämförelse med tidigare decennier så bör man vara medveten om att de väldigt uppmärksammade Knutbymorden och efterdyningarna av terroristattacker i New York tillsammans med de nya attentaten i Madrid kan ha haft betydelse för användandet av ”extra” detta år. Samtidigt visar det på att både McDonaldiseringen av Aftonbladets journalistik har ökat och så även newszak. Exemplet Knutby handlar visserligen om att rapportera om ett uppmärksammat mord där man mycket väl kan dra paralleller till deckarromaner men där tidningen samtidigt spelar ut dessa karaktärsdrag i sensationsjournalistiken och får det att istället för nyhetsrapportering bli just en fiktiv kriminalhistoria med alla dess tillhörande element.

Under 1954 har extrarubrikerna gällande krig av naturliga skäl försvunnit. Här ser man istället att de, precis som på senare decennier, fokuserar på brott, mord, olyckor och politiker. En intressant avvikelse här jämfört med övriga decennier är den procentuellt höga andelen extrarubriker gällande idrott, fem stycken av trettionio (se tabell 21). 1994 och 2004 har fem respektive sju, men då av över hundra stycken extrarubriker (se tabell 19 & 20). Att händelsen idrott lyfts fram på så sätt under 1954 har ingen tydlig förklaring, de två första extrarubrikerna handlar om VM i Falun där ryssar tar guld, nästkommande om Finlands seger över Sverige i

ishockey-VM. Därefter om finsk seger i Vasaloppet samt att Stockholm enbart har fått 3 poäng i fotbollsallsvenskan. Att den sistnämnda har blivit framhävd genom en extrarubrik kan tolkas med att Aftonbladet vid denna period fortfarande var en tidning som var starkt förankrad i huvudstaden. Däremot är det lite förvånande att man väljer att framhäva de andra, i synnerhet då det inte rör sig om svenska framgångar inom idrotten. Man kan jämföra med 1974 då flertalet guld togs av svenskar i vinter-OS men där dessa rapporteringar ändå inte ackompanjeras med extrarubriker. Möjligtvis anser tidningen att de rubriker där svenska idrottare har rönt stora framgångar i sig är tillräckligt säljande att extrarubriker inte behövs för att locka fler läsare.

Vill du veta en hemlis?

Ett av de kvällstidningsord som är mest frekvent förekommande är ordet *hemligt* i olika varianter. Det är dock inte jämt utspritt under den undersökta perioden utan har en topp under 1974 och 1984 med sju respektive fem tillfällen. Övriga år så ligger de på omkring ett till tre tillfällen per år (se tabell 22). Ordet lockar läsare genom sin laddning och tidningen kan förse läsarna med vad de uppfattar som något exklusivt och inblick i något som annars ligger dolt. Av de tjugotvå tillfällen det förekommit under periodens insamlade material så är det främst *politik* som det används i samband med och då sex tillfällen. Därefter kommer *vittnesberättelse* på andra plats med tre tillfällen och *arbete, spioneri och brottsutredning* på delad tredjeplats. Kvarvarande händelser med ett tillfälle vardera är *krig, kungahus, kändis, rättsväsende, politiker, skvaller och ekonomi* (se tabell 23).

Att just politik är så förekommande med ordet i jämförelse med andra skulle kunna tyda på att det uppfattas som en dold och främmande värld, i vanliga fall stängd för gemene man. Genom användandet av ordet *hemlig* förstärker man denna mystik samtidigt som man lyfter fram tidningen som den avslöjande maktgranskaren som står på folkets och läsarens sida. Något som även anknyter också till den skandaliseringsprocess som Allern och Pollack skriver om där man blåser upp småsaker till något större än vad de kanske egentligen är. Likaså blir det då en del av den sensationsjournalistik som kännetecknar kvällspressen.

Slutsats och diskussion

De övergripande resultaten som har framkommit i undersökningen bekräftar till stor del det som redan har fastslagits i tidigare rapporter och material kring ämnet. Exempelvis att tidningen har gått alltmer från en tydlig samhällsgranskande och seriös tidning till en sådan där sensationsjournalistik alltmer präglar innehållet. Det är dock intressant att, genom vår uppsats, se hur detta har gjorts med bland annat användandet av rubriker som får epitetet extra för att påvisa en exceptionell händelse som kanske inte alltid är så exceptionell.

Det finns också ett problem med ett överflödigt användande av rubriker med extra och liknande kraftfulla ord, ett användande som många gånger även kan tyckas inkonsekvent. Något som mycket väl skulle kunna bidra till att tidningen skriker varg alltför många gånger och att läsarna inte bryr sig nämnvärt om den tillagda titeln. Detta skulle även kunna vara ett förslag till framtida forskning i om hur läsare, både regelbundna men även potentiella sådana, uppfattar Aftonbladets rubriker och förstasidor samt hur utformandet av dessa påverkar i valet att läsa tidningen eller ej. Beroende på vad man anser att tidningars, som Aftonbladet, syfte är kan man se på utvecklingen på olika sätt. Om man anser att det enbart är en konsumtionsvara och att tidningen är ett företag som vilket annat som säljer produkter är det inte något större fel i att man använder sig av alla knep tillgängliga för att få ut sin vara till konsumenterna. Men om man istället anser att nyhetsjournalistik och tidningar som bedriver den är till för att främst granska samhället, då finns det en problematik i att popularisera allvarliga frågor där seriositeten i rapporteringen i viss mån kan försvinna på grund av sensationaliseringen av denna. Samtidigt verkar det vara tveksamt att sättet att framhäva sina nyheter, med kvällstidningsord och extrarubriker, verkar hjälpa. Aftonbladet och flera andra tidningar kämpar fortfarande med sviktande försäljning och frågan är då om man skall fortsätta på samma väg med än fler framhävande rubriker där ena rapporteringen framställs som än mer makalös än den andra. I sådana fall skulle det nästan räcka med en utvigningsflicka på sidan tre för att få en svensk motsvarighet till brittiska The Sun.

Det är också intressant att se hur man har gått från flertalet rubriker på förstasidan till att mer eller mindre enbart satsa på en enda. Detta har medfört i att rubrikerna i snitt har blivit längre och i vissa fall mer eller mindre är en sammanfattning av artikeln snarare än en rubrik. Denna fokusering kan tolkas som att man vill skriva läsarna på näsan och säga att det här är det som

är viktigt i dag, det är det här ni skall tycka för tillfället, ända tills vi säger något annat. Att man på detta vis har utvecklat en tydlig McDonaldisering i framställandet av tidningen. Är då denna McDonaldisering nödvändig? Även om den är förståelig i och med en allt mer industrialiserad verksamhet av journalistiken där Aftonbladet drivs alltmer som en fabrik som inte bara producerar nyheter men även andra produkter och tjänster så finns det exempel på att man kan driva undersökande och vinstinbringande journalistik. Magasinet Filter är ett exempel på det, där längre och fördjupande reportage som inbjuder till eftertanke har visat sig vara ett framgångsrikt koncept. Man bör visserligen vara medveten om att det inte går att utläsa innehållet eller omfånget i Aftonbladets artiklar enbart utifrån dess rubriker, men det går ändå att anta att dessa är tämligen likartade. Vad skulle då en potentiell nackdel vara med en tillbakagång till en mer seriös nyhetsprofilering? En risk skulle vara att man tappar en del av den nuvarande kundkretsen som har vant sig vid sensationsjournalistiken och köper tidningen främst på grund av denna. Samtidigt skulle det mycket väl kunna innebära att man faktiskt vinner en ny publik som föredrar en mer seriös nyhetsrapportering.

Vi har genom analys av materialet fått fram hur huvudrubrikernas utveckling sett ut och hypotetiskt kan se ut i framtiden. Det verkar peka mot en framtid fylld av kändisar, skvaller och fortsatt negativitet kring nyheterna på förstasidan. De negativt inriktade rubrikerna på förstasidorna är ingenting som förvånar eller upprör då medierna i allt större grad beskriver samhällsnyheter utav negativ bemärkelse, exempelvis brott. Det är inte heller förvånande att det i modern tid publiceras huvudnyheter av negativ klang som riktar in sig på kändisar och medieuppbyggda hjältar. Tolkningen är att det är en mer skvallerinriktad press som växer fram och ser man ökningen av händelsen skvaller så kommer den troligtvis att fortsatt öka sin kvantitet på framtida förstasidor. En form av ord förekommande i genren skvaller är stjärna där det inte alltid används i den positiva bemärkelse vi trodde. Snarare används den i olika former av skandalisering där huvudpersonen och dennes titel angrips, exempelvis: *"idrottsstjärna tog kokain"*.

Bortser man från de positiva eller negativa inriktningarna i rubrikerna kan man se hur Aftonbladet försöker att dramatisera och göra sin huvudnyhet hörd oavsett nyhetens storlek. De använder sig, efter 1974, utav begreppet lyx. Ett ord som tillsammans med politiker kan sticka i de flesta arbetarögon och därmed är ett perfekt sensationsuttryck i kvällstidningssammanhang, det provocerar och säljer. I förekomsten av politiker och politik man kan ana att en misstro finns hos befolkningen och att tabloidpressen snarare kastar bensen

på elden genom en dramatisering av händelser och drev mot politiker som betett sig på ett opassande sätt. Journalistikens roll är som vi tidigare påstått viktig för samhället men ett stort ansvar vilar på journalistikens axlar då det verkar tydligt, som olika teorier menar, att journalistiken bestämmer vilka frågor som ska ställas och hur de ska ställas till bland annat politiker och andra makthavare. Den subjektiva metoden gör att båda parter, journalisten och politikern, bägge har ett minst lika stort ansvar för samhället. Det vore för medborgarnas skull en vettig lösning om de kunde dela på ansvaret så att samhällets invånare får en rättvis rapportering och framförallt en politik vars utövare har en hög grad av pålitlighet.

Tidningens användande av kvällstidningsord har förekommit under hela den undersökta perioden, även om det har skett en viss ökning 2004. Problemet med användandet av ordet är att de får banala nyheter att verka viktiga och att de mer seriösa nyheterna därmed riskerar att hamna i skymundan för dessa. När Aftonbladet första dagen på året 2004 rapporterar om den sedvanliga problematiken med våld och bränder under nyårsfirandet lyfts detta fram med att Big Brother-Linda har slagits blodig på en fest istället för en mer seriös rubricering av det allvarliga med nyårsvåldet. Här syns också sensationsjournalistikens mekanismer där man genom att använda ett namn och ett TV-koncept skapar och lyfter fram en kvasikändis för att sälja ett allvarligt reportage. Användandet av kändisar av olika slag kan som sagt användas för att framhäva tidningen och en mängd olika typer av nyheter, däribland sex.

Begreppet sex anses vara säljande och stundtals verkar det även vara fallet för Aftonbladet då de av och till använder det främst i kvällstidningsordsformat. Det är därmed inte sex och samlevnad i en form av utbildning för samhället som dominerar begreppets användning utan mer en inriktning mot kändisar och skvaller. Syftet verkar vara att leverera nyheter med sex som skall vara säljande och skandaliserande istället för att rikta in sig på de mer samhällsnyttigt inriktade reportagen om sex.

Materialet har tagit oss på en resa genom tiden där nedslagen vi gjort under de undersökta decennierna visat att en utveckling av kvällstidningsord på framsidorna ägt rum. Det mer radikala samhällsklimatets framväxt har gjort att Aftonbladet verkar rikta mer av sin journalistiska verksamhet på det lilla extra, det personifierade, fler hemligheter och banala nyheter som med en guldkant blir huvudnyhet. Sex, kändisar, uppbyggda och demonterade heroer kan bilda framtidens framsidor med en större kvantitet om man ska lita till den utveckling vi har sett över. Självklart bedriver tidningen även en journalistik som tar upp stora och viktiga nyheter från Sverige och runt om i världen. Men läsaren får inta en försiktighet

och inneha en rationell förmåga att välja nyheter och information då det finns en tendens att Aftonbladets huvudrubriker skanderar exklusivitet, hårdgranskning och egocentriska självframhävanden, även om så inte nödvändigtvis är fallet. Oavsett om ämnet är gällande politiker, kändisar, mord eller hur du får din drömkropp så existerar rubrikerna på förstasidan utav en anledning, att kringgå läsarens rationella tänkande och stimulera denne att ta upp de skramlande mynten och inhandla ett exemplar av ”*Extra - Så blir du smal på 24 dagar*”.

Litteraturlista

- Allern, Sigurd & Pollack, Ester (red.) (2009) *Skandalenes markedsplats. Politikk, moral og mediedrev*. Fagboksforlaget Vigmostad & Bjørke AS
- Ekecrantz, Jan & Olsson, Tom (1998) *Det redigerade samhället – om journalistikens, beskrivningsmaktens och det informerade förnuftets historia*. Elanders Gotab: Stockholm
- Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (2009) *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (red.) Studentlitteratur AB: Lund
- Franklin, Bob (2009), "McJournalism: the local press and the McDonaldization thesis" i *Journalism: Critical issues*, Stuart Allan (red.), Open University Press
- Franklin, Bob (2008) "Newszak: entertainment versus news and information" i *The Tabloid Culture Reader*, Anita Biressi & Heather Nunn (red.), Open University Press
- Ghersetti, Marina (2004) "Sensationsjournalistikens mekanismer" i *Medierna och demokratin*, Lars Nord & Jesper Strömbäck (red.), Studentlitteratur AB
- Gripsrud, Jostein (2008) "Tabloidization, popular journalism, and democracy" i *The Tabloid Culture Reader*, Anita Biressi & Heather Nunn (red.), Open University Press
- Hadenius, Stig, Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela (2009) *Massmedier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern, 9:e upplagan, reviderad 2008*, Ekerlids förlag
- Hultén, Lars J. (1993) *Journalistikens villkor*. Centraltryckeriet AB: Borås
- Hvitfelt, Håkan & Nygren, Gunnar (2005) *På väg mot medievärlden 2020 – Journalistik, teknik och marknad*. (red.) Studentlitteratur AB: Lund
- Jenssen, Anders Todal & Fladmoe, Audun (2009) "Ti bud for den som vil skandalisere" i *Skandalenes markedsplats. Politikk, moral og mediedrev*, Sigurd Allern & Ester Pollack (red.) (2009), Fagboksforlaget Vigmostad & Bjørke AS
- Leth, Göran *Presshistorisk årsbok 1998*, "Svensk journalistik: perioder och problem" från kompendium *Journalistik och samhälle Maj 2010*
- Paletz, David L (1998) *The Media in American Politics*, Longman Publishing Group
- Pollack, Ester (2008) "Medier och brott" i *Handbok för Rättspsykologi*, P A Granhag & S Christiansson (red.), Liber från kompendium *Journalistiska genrer*
- Ritzer, George (2008) *The McDonaldization of Society 5*, Pine Forge Press
- Strömbäck, Jesper (2001) *Gäster hos verkligheten – en studie av journalistik, demokrati och politisk misstro*. Brutus Östlings Bokförlag Symposion: Stockholm
- Østbye, Helge. Knapskog, Karl. Helland, Knut. Larsen & Leif Ove (2008) *Metodbok för medievetenskap*. Liber AB: Malmö

Bilagor

<i>Tabell 1</i>		År						Total	
		1944	1954	1964	1974	1984	1994		2004
Antal ord	1	0	1	6	0	7	10	10	34
	2	1	7	4	3	6	12	3	36
	3	27	17	15	4	19	25	11	118
	4	76	16	7	4	26	32	27	188
	5	68	11	6	13	15	45	26	184
	6	9	11	3	6	8	29	31	97
	7	1	11	7	4	0	27	32	82
	8	1	12	6	6	3	11	29	68
	9	0	8	3	8	0	7	17	43
	10	1	6	2	5	2	4	20	40
	11	0	2	0	3	1	1	8	15
	12	0	1	0	2	0	2	6	11
	13	0	0	0	1	0	1	3	5
	14	0	0	0	0	0	0	1	1
	15	0	0	0	2	0	0	1	3
	16	0	0	0	1	1	0	0	2
	17	0	0	0	1	0	0	0	1
	23	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		184	103	59	64	88	206	225	929

<i>Tabell 2</i>		Extra		Total
		Ja	Nej	
Antal ord	1	15	19	34
	2	15	21	36
	3	64	54	118
	4	133	55	188
	5	133	51	184
	6	63	34	97
	7	48	34	82
	8	39	29	68
	9	26	17	43
	10	21	19	40
	11	7	8	15

12	4	7	11
13	4	1	5
14	0	1	1
15	1	2	3
16	0	2	2
17	0	1	1
23	0	1	1
Total	573	356	929

<i>Tabell 3</i>		Antal ord								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
Händelse	Krig	1	0	23	57	47	8	0	2	0
	Olycka	3	2	8	10	3	7	7	7	0
	Flykt	0	0	0	5	2	1	0	0	1
	Polisinsats	2	3	2	10	6	6	6	0	6
	Näringsliv	1	1	3	2	1	1	0	1	0
	Politik	2	4	6	18	19	7	3	6	0
	Brott	2	2	7	9	7	5	11	5	1
	Räddningsaktion	0	0	0	1	1	1	0	0	1
	Mord	1	0	3	9	16	6	1	6	4
	Folkprotest	0	0	1	0	1	0	0	0	0
	Motor	0	1	4	2	0	0	0	0	1
	Idrott	7	6	8	7	4	1	2	5	2
	Spel och dobbel	3	1	0	2	1	0	0	0	0
	Hälsa	0	0	2	3	3	2	3	0	1
	Medicin	0	0	1	3	0	4	2	0	1
	Kungahus	1	0	2	3	3	1	0	0	1
	Gärningsmannens berättelse	0	1	2	2	2	5	6	2	2
	Trafik	0	0	0	1	0	1	0	0	0
	Militär	0	0	1	2	3	0	0	1	0
	Kändis	0	0	4	4	7	8	5	4	5
	Väder	0	0	1	0	1	0	0	0	0
	Rättsväsende	0	0	2	2	2	0	1	3	0
	Radio/TV	0	1	4	2	2	1	1	1	1
	Religion	0	0	2	1	0	1	0	0	0
	Vittnesberättelse	0	0	4	4	7	6	4	4	1
	Bostad	0	1	3	0	0	0	0	1	1

Familj	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Utbildning	0	0	0	0	1	0	0	1	0
Domstolsbeslut	1	1	2	0	7	1	1	0	0
Kriminalvård	0	1	2	1	1	1	1	0	1
Arbete	0	1	1	1	1	3	0	0	0
Rättegång	0	1	1	1	0	0	2	0	0
Upplopp	2	0	0	1	0	0	0	0	0
Spioneri	0	1	0	0	2	1	3	1	0
Aftonbladet	0	1	3	1	2	1	2	0	1
Politiker	2	1	2	6	6	3	2	3	1
Brottsutredning	0	1	0	3	3	4	5	6	2
Terrorism	1	0	1	2	4	3	2	1	1
Skvaller	0	0	0	0	3	1	4	2	1
Ekonomi	2	3	3	3	6	3	2	2	2
Dödsfall	0	0	1	4	1	3	1	0	0
Strejk	0	0	1	1	2	0	0	0	2
Vädjan	1	0	1	0	0	0	1	0	0
Djur	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Bantning	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Sex	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Folket tycker	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Livsstil	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Svenskar utomlands	0	0	1	1	3	0	0	0	1
Underhållning	0	1	0	1	0	0	1	0	0
Astronomi	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Vetenskap	0	0	1	1	0	0	0	1	0
Försvinnande	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Skatt	0	0	0	1	2	0	1	2	0
Turism	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Rasism	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Total	34	36	118	187	184	97	82	67	43

<i>Tabell 4</i>		År						Total	
		1944	1954	1964	1974	1984	1994		2004
Händelse	Krig	134	0	1	1	0	1	1	138
	Olycka	4	21	4	4	4	7	10	54
	Flykt	4	0	1	0	0	2	2	9
	Polisinsats	2	5	2	3	6	9	17	44
	Näringsliv	2	0	0	0	3	4	1	10
	Politik	29	5	4	10	6	10	4	68
	Brott	0	12	2	10	1	15	18	58
	Räddningsaktion	0	2	0	0	0	1	2	5
	Mord	1	4	3	2	5	16	19	50
	Folkprotest	1	1	0	0	1	0	0	3
	Motor	0	2	0	1	4	0	3	10
	Idrott	0	6	3	2	10	12	10	43
	Spel och dobbel	0	2	2	0	3	1	0	8
	Hälsa	0	4	0	0	1	9	2	16
	Medicin	0	3	1	0	1	4	2	11
	Kungahus	0	3	2	2	0	0	5	12
	Gärningsmannens berättelse	0	2	0	2	1	14	6	25
	Trafik	0	1	0	0	1	0	0	2
	Militär	0	3	0	0	3	0	1	7
	Kändis	0	1	1	1	3	11	26	43
	Väder	0	1	1	0	1	0	0	3
	Rättsväsende	0	2	1	1	2	2	4	12
	Radio/TV	1	1	2	1	4	3	3	15
	Religion	0	1	0	0	0	1	2	4
	Vittnesberättelse	0	4	0	1	1	14	13	33
	Bostad	0	1	1	0	0	4	1	7
	Familj	0	1	1	0	0	0	0	2
	Utbildning	0	1	1	0	0	0	0	2
	Domstolsbeslut	2	2	0	1	0	3	6	14
	Kriminalvård	0	1	0	0	2	3	2	8
	Arbete	0	2	0	2	1	3	0	8
	Rättegång	0	0	4	0	0	0	1	5
	Upplopp	0	0	1	0	1	1	0	3
	Spioneri	0	0	3	1	1	3	0	8

Aftonbladet	0	1	5	0	1	5	1	13
Politiker	3	0	4	4	5	5	9	30
Brottsutredning	0	1	3	3	1	5	14	27
Terrorism	0	0	1	0	2	2	12	17
Skvaller	0	0	0	1	1	3	8	13
Ekonomi	0	0	1	2	7	11	9	30
Dödsfall	0	0	1	0	2	3	5	11
Strejk	0	2	0	3	1	0	0	6
Vädjan	0	0	0	1	0	3	1	5
Djur	0	0	0	0	0	2	0	2
Bantning	0	0	0	0	0	2	0	2
Sex	0	0	0	0	0	2	1	3
Folket tycker	0	0	1	1	0	1	1	4
Livsstil	0	0	0	0	0	0	1	1
Svenskar utomlands	1	1	0	1	0	3	0	6
Underhållning	0	1	0	0	1	1	0	3
Astronomi	0	1	0	0	0	0	0	1
Vetenskap	0	0	2	1	0	0	0	3
Försvinnande	0	0	0	1	0	0	0	1
Skatt	0	1	0	1	1	3	1	7
Turism	0	0	0	0	0	1	0	1
Rasism	0	0	0	0	0	1	0	1
Total	184	102	59	64	88	206	224	927

<i>Tabell 5</i>		Extra		Total
		Ja	Nej	
År	1944	171	13	184
	1954	39	64	103
	1964	20	39	59
	1974	30	34	64
	1984	33	55	88
	1994	120	86	206
	2004	160	65	225
Total		573	356	929

<i>Tabell 6</i>		År							Total
		1944	1954	1964	1974	1984	1994	2004	
Kvällstidningsord	Guld-X	0	0	0	1	3	2	1	7
	Jätte-X	3	2	0	1	3	2	0	11
	Rekord-X	0	4	1	0	2	2	0	9
	Sex-X	0	2	2	0	1	5	3	13
	X-affär	1	1	1	0	0	0	0	3
	X-attack	0	0	0	0	1	0	2	3
	X-drama	0	9	6	2	2	2	1	22
	X-guld	0	2	0	0	0	0	0	2
	X-kung/ar	0	0	0	2	1	3	2	8
	X-kupp	7	5	1	3	2	0	3	21
	X-profil	0	0	0	0	0	0	1	1
	X-man/kvinna	0	3	3	2	5	2	3	18
	X-namn	0	0	0	0	0	0	2	2
	X-skandal	0	2	0	1	2	1	0	6
	X-stjärna	0	1	0	0	2	5	12	20
	X-mur	1	0	0	0	0	0	0	1
	X-storm	3	1	0	0	2	0	0	6
	X-katastrof	2	8	0	1	0	1	1	13
	Panik-X	1	0	0	0	0	0	0	1
	Stor-X	1	0	0	0	1	0	0	2
	X-fara	1	0	0	0	0	0	0	1
	Döds-X	1	6	1	0	0	1	3	12
	X-kaos	1	1	0	1	0	0	0	3
	Chock	0	1	0	2	0	2	4	9
	Under-X	0	1	0	0	0	0	0	1
	Sanslös	0	1	0	0	0	0	0	1
	X-mord	0	2	0	0	0	1	1	4
	X-tjuv	0	1	0	0	0	0	0	1
	X-kris	0	1	0	0	0	0	1	2
	X-desperado	0	3	0	0	0	0	0	3
	X-pamp	0	1	1	0	0	0	2	4
	Hemlig	1	3	1	7	5	2	3	22
	X-natt	0	1	0	0	0	0	0	1
	Skräck-X	0	0	2	1	0	0	0	3
	X-baby	0	0	1	0	0	0	1	2

X-mördare	0	0	2	1	0	0	0	3
X-hjälte/hjältinna	0	0	1	0	1	1	2	5
Terror	0	0	1	0	0	0	5	6
X-gåtan	0	0	1	0	0	0	0	1
Kärleks-X	0	0	0	1	0	0	0	1
X-dödade	0	0	0	1	0	0	0	1
X-flykt	0	0	0	1	0	0	0	1
Folk-X	0	0	0	0	1	0	0	1
Knark-X	0	0	0	0	1	1	0	2
X-gangster	0	0	0	0	1	0	0	1
Blixt-X	0	0	0	0	1	0	0	1
Lyx-X	0	0	0	0	1	0	2	3
X-fest	0	0	0	0	2	2	0	4
Rasar	0	0	0	0	1	0	0	1
Kändis-X	0	0	0	0	1	0	0	1
Skakande	0	0	0	0	0	1	0	1
Mördar-X	0	0	0	0	0	2	0	2
X-banta	0	0	0	0	0	2	0	2
Dröm-X	0	0	0	0	0	1	1	2
X-drottning/ar	0	0	0	0	0	1	0	1
Triumf	0	0	0	0	0	1	0	1
Super-X	0	0	0	0	0	2	0	2
Hånad	0	0	0	0	0	0	3	3
Folkkär	0	0	0	0	0	0	1	1
Kamp	0	0	0	0	0	0	1	1
X-offer	0	0	0	0	0	0	1	1
X-liga	0	0	0	0	0	1	1	2
X-tragedi	0	0	0	0	0	0	2	2
Fiasko	0	0	0	0	0	0	2	2
Psyk-X	0	0	0	0	0	0	1	1
Mirakel-X	0	0	0	0	0	0	1	1
X-raset	0	0	0	0	0	0	1	1
X-krig	0	0	0	0	0	0	1	1
Svensk-X	0	0	0	0	0	0	1	1
Total	23	62	25	28	42	46	72	298

<i>Tabell 7</i>		År				Total
		1954	1984	1994	2004	
	X-Stjärna	1	2	5	12	20
Total		1	2	5	12	20

<i>Tabell 8</i>		Politiker	Total
Kvällstidningsord	Jätte-X	1	1
	X-attack	1	1
	X-drama	1	1
	X-kupp	2	2
	X-skandal	1	1
	X-katastrof	1	1
	X-kaos	1	1
	Chock	1	1
	X-kris	1	1
	Hemlig	6	6
	X-flykt	1	1
	Fiasko	1	1
Total		18	18

<i>Tabell 9</i>		Politiker	Total
Kvällstidningsord	X-attack	1	1
	X-drama	1	1
	X-skandal	1	1
	Döds-X	1	1
	X-pamp	3	3
	Hemlig	1	1
	Lyx-X	2	2
	Rasar	1	1
Total		11	11

<i>Tabell 10</i>		Kvällstidningsordförekomst		Total
		Ja	Nej	
Händelse	Krig	15	122	137
	Olycka	33	21	54
	Flykt	4	5	9
	Polisinsats	12	32	44
	Näringsliv	3	7	10
	Politik	18	50	68
	Brott	33	25	58
	Räddningsaktion	3	2	5
	Mord	4	46	50
	Folkprotest	2	1	3
	Motor	3	7	10
	Idrott	22	21	43
	Spel och dobbel	6	2	8
	Hälsa	6	10	16
	Medicin	4	7	11
	Kungahus	4	8	12
	Gärningsmannens berättelse	4	21	25
	Trafik	1	1	2
	Militär	2	5	7
	Kändis	26	17	43
	Väder	2	1	3
	Rättsväsende	5	7	12
	Radio/TV	11	4	15
	Religion	3	1	4
	Vittnesberättelse	7	26	33
	Bostad	3	4	7
	Familj	2	0	2
	Utbildning	1	1	2
	Domstolsbeslut	1	13	14
	Kriminalvård	3	5	8
	Arbete	3	5	8
	Rättegång	1	4	5
	Upplopp	1	2	3
	Spioneri	3	5	8
	Aftonbladet	1	12	13

Politiker	11	19	30
Brottsutredning	8	19	27
Terrorism	6	11	17
Skvaller	6	7	13
Ekonomi	10	20	30
Dödsfall	2	9	11
Strejk	1	5	6
Vädjan	1	4	5
Djur	1	1	2
Bantning	2	0	2
Sex	0	3	3
Folket tycker	1	3	4
Livsstil	0	1	1
Svenskar utomlands	0	6	6
Underhållning	0	3	3
Astronomi	0	1	1
Vetenskap	1	2	3
Försvinnande	0	1	1
Skatt	0	7	7
Turism	0	1	1
Rasism	0	1	1
Total	302	624	926

<i>Tabell 11</i>		Kvällstidningsordförekomst		Total
		Ja	Nej	
Händelse	Krig	15	122	137
	Olycka	33	21	54
	Flykt	4	5	9
	Polisinsats	12	32	44
	Näringsliv	3	7	10
	Politik	18	50	68
	Brott	33	25	58
	Räddningsaktion	3	2	5
	Mord	4	46	50
	Folkprotest	2	1	3
	Motor	3	7	10
	Idrott	22	21	43

Spel och dobbel	6	2	8
Hälsa	6	10	16
Medicin	4	7	11
Kungahus	4	8	12
Gärningsmannens berättelse	4	21	25
Trafik	1	1	2
Militär	2	5	7
Kändis	26	17	43
Väder	2	1	3
Rättsväsende	5	7	12
Radio/TV	11	4	15
Religion	3	1	4
Vittnesberättelse	7	26	33
Bostad	3	4	7
Familj	2	0	2
Utbildning	1	1	2
Domstolsbeslut	1	13	14
Kriminalvård	3	5	8
Arbete	3	5	8
Rättegång	1	4	5
Upplopp	1	2	3
Spioneri	3	5	8
Aftonbladet	1	12	13
Politiker	11	19	30
Brottsutredning	8	19	27
Terrorism	6	11	17
Skvaller	6	7	13
Ekonomi	10	20	30
Dödsfall	2	9	11
Strejk	1	5	6
Vädjan	1	4	5
Djur	1	1	2
Bantning	2	0	2
Sex	0	3	3
Folket tycker	1	3	4
Livsstil	0	1	1
Svenskar utomlands	0	6	6
Underhållning	0	3	3

Astronomi	0	1	1
Vetenskap	1	2	3
Försvinnande	0	1	1
Skatt	0	7	7
Turism	0	1	1
Rasism	0	1	1
Total	302	624	926

Tabell 12		Sexförekomst		Total
		Ja	Nej	
År	1944	0	183	183
	1954	3	100	103
	1964	4	55	59
	1974	0	64	64
	1984	1	87	88
	1994	13	193	206
	2004	15	209	224
Total		36	891	927

Tabell 13		Sex som	Total
		kvällstidningsord	
År	1954	2	2
	1964	2	2
	1984	1	1
	1994	5	5
	2004	3	3
Total		13	13

Tabell 14		Sex som kvällstidningsord	Total
Händelse	Olycka	1	1
	Brott	3	3
	Kändis	1	1
	Rättsväsende	1	1
	Religion	2	2
	Vittnesberättelse	1	1
	Utbildning	1	1
	Arbete	1	1
	Skvaller	2	2
Total		13	13

Tabell 15		Stjärna	Total
Händelse	Olycka	1	1
	Polisinsats	2	2
	Brott	3	3
	Idrott	1	1
	Militär	1	1
	Kändis	10	10
	Radio/TV	1	1
	Skvaller	1	1
Total		20	20

<i>Tabell 16</i>		Kändis	Total
Kvällstidningsord	Guld-X	1	1
	Sex-X	1	1
	X-kung/ar	3	3
	X-profil	1	1
	X-man/kvinna	1	1
	X-namn	2	2
	X-stjärna	10	10
	Chock	1	1
	Hemlig	1	1
	X-Hjälte/hjältinna	2	2
	Hånad	1	1
	Folkkär	1	1
	Mirakel-X	1	1
	Total	26	26

<i>Tabell 17</i>		Självframhävande		Total
		Ja	Nej	
År	1944	1	183	184
	1954	13	90	103
	1964	17	42	59
	1974	7	57	64
	1984	18	70	88
	1994	63	143	206
	2004	30	195	225
Total		149	780	929

<i>Tabell 18</i>		Självframhävande rubriker	Total
		år 1994	
Händelse	Olycka	1	1
	Näringsliv	4	4
	Politik	4	4
	Brott	4	4
	Mord	1	1
	Idrott	2	2

Hälsa	5	5
Medicin	3	3
Gärningsmannens berättelse	2	2
Kändis	2	2
Vittnesberättelse	5	5
Bostad	4	4
Kriminalvård	2	2
Arbete	2	2
Aftonbladet	5	5
Politiker	1	1
Terrorism	1	1
Ekonomi	8	8
Dödsfall	1	1
Vädjan	1	1
Svenskar utomlands	1	1
Underhållning	1	1
Skatt	2	2
Rasism	1	1
Total	63	63

<i>Tabell 19</i>		Antal rubriker som extra under 1994	Total
Händelse	Krig	1	1
	Olycka	6	6
	Flykt	2	2
	Polisinsats	8	8
	Politik	6	6
	Brott	9	9
	Räddningsaktion	1	1
	Mord	16	16
	Idrott	5	5
	Hälsa	2	2
	Medicin	1	1
	Gärningsmannens berättelse	13	13
	Kändis	7	7
	Rättsväsende	2	2
	Radio/TV	1	1

Vittnesberättelse	9	9
Domstolsbeslut	2	2
Kriminalvård	1	1
Arbete	1	1
Upplopp	1	1
Spioneri	3	3
Politiker	2	2
Brottsutredning	5	5
Terrorism	1	1
Skvaller	2	2
Ekonomi	2	2
Dödsfall	2	2
Vädjan	1	1
Djur	1	1
Folket tycker	1	1
Svenskar utomlands	3	3
Skatt	2	2
Turism	1	1
Total	120	120

<i>Tabell 20</i>		Antal rubriker som extra under 2004	Total
Händelse	Krig	1	1
	Olycka	8	8
	Flykt	2	2
	Polisinsats	17	17
	Politik	1	1
	Brott	17	17
	Räddningsaktion	1	1
	Mord	16	16
	Motor	1	1
	Idrott	7	7
	Hälsa	1	1
	Kungahus	3	3
	Gärningsmannens berättelse	6	6
	Militär	1	1
	Kändis	15	15

Rättsväsende	2	2
Radio/TV	1	1
Religion	1	1
Vittnesberättelse	8	8
Domstolsbeslut	5	5
Kriminalvård	2	2
Rättegång	1	1
Aftonbladet	1	1
Politiker	4	4
Brottsutredning	13	13
Terrorism	12	12
Skvaller	6	6
Ekonomi	2	2
Dödsfall	4	4
Total	159	159

Tabell 21		1954 års extrarubriker
Händelse	Olycka	5
	Polisinsats	2
	Politik	4
	Brott	4
	Mord	1
	Motor	1
	Idrott	5
	Spel och dobbel	1
	Hälsa	2
	Kungahus	3
	Militär	2
	Familj	1
	Domstolsbeslut	1
	Arbete	1
	Brottsutredning	1
	Strejk	2
	Svenskar utomlands	1
	Underhållning	1
	Astronomi	1
Total		39

Tabell 22		Hemlig	Total
År	1944	1	1
	1954	3	3
	1964	1	1
	1974	7	7
	1984	5	5
	1994	2	2
	2004	3	3
Total		22	22

Tabell 23		Hemlig	Total
Händelse	Krig	1	1
	Politik	6	6
	Kungahus	1	1
	Kändis	1	1
	Rättsväsende	1	1
	Vittnesberättelse	3	3
	Arbete	2	2
	Spioneri	2	2
	Politiker	1	1
	Brottsutredning	2	2
	Skvaller	1	1
	Ekonomi	1	1
Total		22	22

Tabell 24			Gärningsmannens berättelse	Total
Kvällstidningsord	År	1954		
X-kupp			1	1
	Total		1	1
X-man/kvinna	År	1984		
			1	1
	Total		1	1
X-mord	År	1994		
			1	1
	Total		1	1
X-liga	År	1994		
			1	1
	Total		1	1

Tabell 25		Gärningsmannens berättelse	Total
År	1954	2	2
	1974	2	2
	1984	1	1
	1994	14	14
	2004	6	6
	Total	25	25

Tabell 26				
Kvällstidningsord			Vittnesberättelse	Total
Sex-X	År	1994	1	1
	Total		1	1
X-man/kvinna	År	2004	1	1
	Total		1	1
X-desperado	År	1954	1	1
	Total		1	1
Hemlig	År	1954	1	1
		1984	1	1
		2004	1	1
	Total		3	3
X-offer	År	2004	1	1
	Total		1	1

Tabell 27		Vittnesberättelse	Total
År	1954	4	4
	1974	1	1
	1984	1	1
	1994	14	14
	2004	13	13
	Total	33	33