

Södertörns högskola | Institutionen för kommunikation medier och it  
Kandidatuppsats 15 hp | Journalistik C | vårterminen 2012

# Stolpe ut för bredden

– En analys av innehåll, urval och  
nyhetsvärdering i sportjournalistik

Av: Andreas Käck och Gustaf Sahlén  
Handledare: Jan-Olof Gullö  
Examinator: Anne Hedén

## **Abstract**

Syftet med den här uppsatsen har varit att undersöka hur mycket utrymme olika sporter har i Sportbladet, Aftonbladets sportbilaga, och att söka efter förklaringar till hur utrymmet i tidningen fördelas mellan olika sporter. Undersökningen har genomförts i två delstudier, dels en kvantitativ innehållsanalys och dels en kvalitativ intervjuundersökning. Resultatet från den kvantitativa delstudien visar att fotboll är den sport som får absolut störst utrymme i Sportbladet. Ishockey får också mycket plats i tidningen. Övriga sporter får, jämfört med fotboll och ishockey mycket liten plats i Sportbladet. Resultat från den kvalitativa delstudien, där sportjournalister, sportchefer samt representanter från olika idrottsförbund deltog som intervjupersoner, visar att den stora koncentrationen kring fotboll och ishockey inte är unik för Sportbladet, utan att de flesta svenska sportmedier har ett liknande urval. Det insamlade empiriska materialet har analyserats med utgångspunkt från bland annat Håkan Hvitfelts nyhetsvärderingsformel för att identifiera vilka faktorer som gör att vissa sporter får ett högre nyhetsvärde än andra. En viktig förklaring till varför fotboll och ishockey får mest utrymme är att många sportjournalister har dessa två sporter som sina största intressen, och då helst skriver om dem. En annan viktig förklaring är att sporterna lockar mycket publik till arenorna. En tredje förklaring till just fotbollens stora utrymme är att sporten har flest antal utövare av alla idrotter i Sverige. Undersökningens resultat visar samtidigt att vissa idrotter, som gymnastik och ridsport, trots många utövare och potentiellt intresserade mediekonsumenter ändå inte lyckas konkurrera om medieutrymmet.

**Nyckelord:** Breddidrott, fotboll, gymnastik, ishockey, nyhetsvärdering, ridsport, Sportbladet, Sportjournalistik.

# Innehållsförteckning

1. Inledning .....	1
2. Bakgrund.....	2
2.1 Sportjournalistikens historia.....	2
2.2 Idrottsrörelsens framväxt.....	2
2.3 Sporters popularitet .....	3
2.4 Kort om Sportbladet.....	4
2.5 Tidigare forskning .....	5
3. Syfte och frågeställning.....	6
3.1 Syfte.....	6
3.2 Frågeställning.....	6
3.3 Avgränsning.....	6
4. Teoretiska utgångspunkter .....	7
4.1 Hvitfeldts nyhetsvärderingsformel .....	7
4.3 Lewins principer om gate-keeping.....	8
4.4 Strömbäck och Jönssons teori om politik och marknad.....	8
4.5 Dahléns teori om sportjournalistiken som institution .....	10
4.6 Sammanfattning av teoretiska utgångspunkter .....	11
5. Metod .....	12
5.1 Metod av Delstudie ett – kvantitativ undersökning.....	12
5.1.2 Reliabilitet och validitet - Delstudie ett .....	13
5.2 Metod av Delstudie två – samtalsintervjuer.....	13
5.2.1 Reliabilitet, validitet och etiska överväganden - Delstudie två.....	16
5.2.2 Redovisning av transkriberat material – Delstudie två.....	16
6. Resultat och analys - Delstudie ett .....	17
6.1 Resultat – Delstudie ett .....	17
6.2 Sammanfattande analys – Delstudie ett.....	20
7. Resultat och analys - Delstudie två .....	21
7.1 Resultat – Delstudie två.....	21
7.1.1 Sportjournalistikens nyhetskriterier .....	21
7.1.2 Tidningarnas urval .....	23
7.1.3 Centreringen kring fotboll och ishockey .....	25
7.1.4 Möjligheten att påverka.....	26
7.1.5 De ekonomiska aspekterna.....	29
7.1.6 Sportjournalistikens framtid .....	31
7.2 Sammanfattande analys – Delstudie två.....	32
8. Slutsatser och diskussion .....	35
8.1 Slutsatser och diskussion.....	35
8.2 Förslag till vidare forskning .....	38

9. Käll- och litteraturförteckning .....	39
Bilaga 1: Intervjuguide - sportjournalist.....	
Bilaga 2: Intervjuguide - sportchef.....	
Bilaga 3: Intervjuguide – förbundsrepresentant.....	
Bilaga 4: Intervjuguide – riksiddrottsförbund.....	

## 1. Inledning

Under 1990-talet fanns inga separata sportbilagor i vare sig Aftonbladet eller Expressens tidningar. Sportdelen var inbyggd i tidningen och dess utrymme var relativt litet jämfört med hur tidningarna varit utformade under 2000-talet. Numera har både Aftonbladet och Expressen renodlade sportbilagor (Sportbladet och SportExpressen) och utrymmet för sportjournalistik är betydligt större. En relevant frågeställning är därför om det ökade utrymmet för sportjournalistik har inneburit att fler idrotter syns i medierna, eller om de redan mest bevakade idrotterna snarare fått ännu mer utrymme.

Fotboll och ishockey är de populäraste sporterna i Sverige. Nästintill alla svenska seriematcher tevesänds och publiksnitten i Allsvenskan och Elitserien är höga. Det finns ett stort engagemang runtom dessa sporter och därför är det fullt naturligt att det också är de två sporter som får störst utrymme i sportmedierna. Men vilka är egentligen kriterierna som avgör om en idrott ska få ett stort utrymme i medierna? Exempelvis ridsport och gymnastik har höga tittarsiffror under de olympiska spelen.<sup>1</sup> Dessutom har båda sporterna ett väldigt stort antal utövare. Till och med är det så att både ridsport och gymnastik har fler antal utövare än ishockey.<sup>2</sup> Ändå är det två sporter som syns väldigt lite i tidningarna.

Därför är vår avsikt att dels undersöka hur fördelningen ser ut, samt att genom intervjuer med sportjournalister och sportchefer ge en förklaring till hur urvalet går till och varför det skrivs mer om vissa sporter än andra. Dessutom ger representanter för mindre bevakade sporter sin syn på dagens sportjournalistik och det urvalet som görs. Vidare diskuteras vad förbunden själva har för möjligheter till att öka sitt utrymme i sportmedierna.

---

<sup>1</sup> Cronsioe, Conrad & Lindqvist, Johan: *Rekordmånga kollade OS på webben*. GP, 2008-08-21  
<http://www.gp.se/kulturnoje/1.81786-rekordmanga-kollade-os-br-pa-webben> (hämtad 2012-05-18)

<sup>2</sup> Riksidrottsförbundet: *Idrotten i siffror 2010*. 2010,  
[http://www.rf.se/ImageVault/Images/id\\_16508/scope\\_0/ImageVaultHandler.aspx](http://www.rf.se/ImageVault/Images/id_16508/scope_0/ImageVaultHandler.aspx)

## 2. Bakgrund

*Följande kapitel innehåller en tillbakablick av sportjournalistikens historia och hur den förändrades under 1900-talet. Idrottsrörelsens framväxt kartläggs och sporters popularitet i avseendet antal utövare belyses. Dessutom ingår en kort presentation av Sportbladet samt tidigare forskning inom området för denna uppsats.*

### 2.1 Sportjournalistikens historia

Sport har gått från att i princip vara obetydlig för medierna till att i dag spela en mycket framträdande roll.<sup>3</sup> Antalet aktiva idrottare liksom antalet tävlingsgrenar och matcher har samtidigt blivit fler. Detta visar forskaren *Ulf Wallins* studie *Sporten i spalterna*. Perioden som undersökts är år 1895-1995. Fram till år 1965 ökade antal sportartiklar och utrymme i relativt jämn takt. Utrymmet för sport har därefter fortsatt att växa, däremot har antalet artiklar minskat. En av förklaringarna till detta är enligt Wallin att tidningarna gör ett snävare urval där färre sporter väljs ut för att rapportera om. Ser man till varje enskild artikel ges dock ett mycket större utrymme i slutet av mätperioden. Tidigare avgjordes tävlingar och matcher främst under söndagar. Tävlingsidrott är numera något som utövas alla dagar i veckan. Detta har medfört ett jämnare flöde av sportnyheter vilket också gett sport större utrymme i tidningarna.<sup>4</sup>

Wallin menar att sportsidornas urval till viss del speglar idrottsvärldens utveckling. Tydligast syns detta i idrottens steg från amatörism till professionalism. Samma utveckling har sportjournalisterna gjort. Dessa ser inte längre på idrottsrörelsen med samma ögon, utan är mer objektiva och kritiskt granskande.<sup>5</sup>

### 2.2 Idrottsrörelsens framväxt

Det var under 1800-talet som idrottsrörelsen som sådan började uppmärksammas i Sverige. Linggymnastiken var den första grenen som utövades, dock inte på tävlingsnivå. Sverige valde sedan att bilda en Olympisk förening år 1833 där de första stapplande stegen mot tävlingsidrott togs. Själva idrottsrörelsen skapades först år 1870 då olika gymnastikföreningar bildades. År 1891 grundades det Svenska Gymnastikförbundet vilket var det första samarbetsorganet i landet. Fler sammanslutningar följde efter och år 1903 skapades Svenska

---

<sup>3</sup> Wallin, Ulf: *Sporten i spalterna: sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Univ. (JMG), Göteborg. 1998. Sid, 53-56.

<sup>4</sup> Ibid, sid. 62-64

<sup>5</sup> Ibid, sid. 41

Gymnastik & Idrottsföreningarnas Riksförbund (idag RF). Den snabbt ökande populariteten för idrott hade mycket att göra med urbaniseringen i slutet på 1800-talet.<sup>6</sup> I städerna fanns inte som på landet tillgång till naturen. Människor ville ändå kunna röra på sig och motionera vilket idrottandet tillät. Kvalitén på idrottsprestationerna var till en början svag. Utövarna var dåligt tränade och man deltog mest för nöjes skull. Då idrotten började locka publik ändrades detta. Utövarna ville visa sig duktiga inför alla åskådare och deras träning intensifierades. När åskådarna sedan tvingades betala för att titta på idrottsevenemangen ökade kraven på prestationerna än mer.<sup>7</sup>

Idrottsrörelsen har stadigt växt sedan 1920-talet. Något som bidragit till detta är enligt Wallin alla de nya idrottsanläggningar som byggts. De flesta idrotter går nu att utöva året om. Bättre ekonomi och möjligheter till fritid är andra förklaringar. Sverige har också haft stora idrottsliga framgångar inom en rad idrotter. Detta har haft positiv inverkan på idrottsintresset. Wallin påpekar också att stat och kommuner förstått vilken positiv PR-effekt idrottsliga framgångar ger. Med stort ekonomiskt stöd blir det enklare för svenska idrottsutövare att prestera. Slutligen har massmediernas bevakning haft inverkan på idrottsrörelsens tillväxt. Tennisen fick exempelvis ett stort uppsving under Björn Borgs glansdagar.<sup>8</sup>

### 2.3 Sporters popularitet

I Idrottsrörelsens begynnelse var gymnastiken den enskilt största grenen i Sverige.<sup>9</sup> Under 1890-talet fick gymnastiken hård konkurrens av Friidrotten. När så 1900-talet kom hade Friidrotten växt sig så stark att den gått om gymnastiken som den mest utövade sportgrenen. Två andra sporter som passerade gymnastiken var skidsport och fotboll. RF (Riksidrottsförbundet) fick innan år 1915 också specialförbund för simning, fäktning, issegling, rodd, kanot, skridsko, cykel och golf. Anhängarna till dessa idrotter var dock få. Publiken ville istället titta på friidrott och fotboll.<sup>10</sup>

Än idag hamnar gymnastik högt upp på RF:s lista över antalet medlemmar. Även ridsport som ingår i vår Delstudie ett tar sig in på topp tio. Noterbart är att ishockey har förhållandevis få medlemmar. Man ska dock komma ihåg att det numera är lättare att bli medlem i RF.

---

<sup>6</sup> Wallin, 1998:47

<sup>7</sup> Ibid, sid. 48

<sup>8</sup> Ibid, sid. 50

<sup>9</sup> Ibid, sid. 46-47

<sup>10</sup> Ibid, sid 47

Passiva medlemmar räknas också in i statistiken. En och samma medlem kan dessutom vara med i fler än ett specialförbund.

### **Antalet medlemmar för respektive idrott år 2010**

1. Fotboll: 1 050 000 st
2. Friidrott: 596 187 st
3. Golf: 547 977 st
4. Gymnastik: 233 368 st
5. Innebandy: 204 273 st
6. Skidor: 184 231 st
7. Ridsport: 169 469 st
8. Motorcykel och snöskoter: 130 242 st
9. Segling: 128 400 st
10. Simning: 117 964 st

\*\*\*

18. Ishockey: 61 538 st

Källa: Riksidrottsförbundets verksamhetsberättelse.<sup>11</sup>

*Fotnot: I denna lista har vi sorterat bort två kategorier: Skolidrott och Korpen. Detta eftersom begreppen är otydliga och det är inte helt klart vilka idrotter som innefattar dessa delar.*

### **2.4 Kort om Sportbladet**

Till en början hade Aftonbladet sin sportdel inbyggd i den vanliga tidningen. I takt med att intresset för sport hos det svenska folket växte sig starkare ökade behovet för ett större utrymme för sportjournalistik. Fler ville läsa om sport, och de ville läsa mer. Den 8 maj år 2000 lanserade därför Aftonbladet sin första rosa sportbilaga som kom att kallas Sportbladet. Den rosa färgen är inspirerad av den italienska sporttidningen La Gazzetta dello Sport.<sup>12</sup> Sportbladet har flest antal läsare av alla svenska sportbilagor.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Riksidrottsförbundet, *Idrotten i siffror 2010*, ingår i Verksamhetsberättelse 2010 sid 1-10.

<sup>12</sup> Helander, Magnus: *Gazetta dello Sport värvar Aftonbladet-reporter*. Resume, 2006-09-19 <http://www.resume.se/nyheter/2006/09/19/gazzetta-dello-sport-varva/> (hämtad 2012-05-18)

<sup>13</sup> Edwinsson, Lisa: *Sportbladet upp med 20 000 läsare*. Sportbladet, 2010-02-04 <http://www.aftonbladet.se/sportbladet/article6543695.ab> (hämtad 2012-05-18)



## 2.5 Tidigare forskning

Det finns omfattande forskning kring journalistik, däremot är sportjournalistiken en gren inom fältet som inte är lika väl utforskad. I boken *Sport och medier* menar Peter Dahmén att forskning om sport och medier har en låg status i den akademiska världen.<sup>14</sup> Men trots det relativt klena utbudet anser vi oss ha hittat tillräckligt med material, däribland Ulf Wallins *Sporten i spalterna*. Där har han undersökt hur sportjournalistiken växt fram och utvecklats under åren 1895 till 1995. Wallin har gjort en kvantitativ innehållsanalys av sju svenska tidningar där över 26 000 artiklar granskats. Resultaten liksom slutsatserna är mycket omfattande, bland annat visar resultaten att sportsidorna under undersökningsperioden bestått mest av fotboll, friidrott och Ishockey.<sup>15</sup> Vidare skriver Wallin om hur teknologins utveckling har påverkat journalisternas yrkesroll samt att reportrarna i dag ofta är specialiserade på ett fåtal idrotter, men att de ska vara beredda att bevaka flera idrotter än så.<sup>16</sup> Detta är intressant för oss eftersom vi själva har gjort samtalsintervjuer med journalister och då kan se om de håller med om hans påstående.

Ytterligare forskning är *Sjöblom och Söreskogs C-uppsats I huvudet på en sportjournalist*. I den har de forskat om vad som utmärker och kännetecknar svensk sportjournalistik. De har även intervjuat sportjournalister som berättar om hur de upplever sin yrkesroll.<sup>17</sup> Uppsatsen anknyts inte till vår undersökning, utan har snarare använts som ett bakgrundsmaterial för att få en ökad förståelse om ämnet.

Tidigare relevant forskning är *Strömgren och Strandlunds C-uppsats Sportens nyhetsvärdering i kvällspress* från år 2009. Där undersöker de och definierar vilka kriterier som kännetecknar en sportnyhet i Aftonbladet och Expressen. Undersökningen är kvantitativ med empiriskt material hämtat från 380 stycken artiklar i Aftonbladet och Expressen. I uppsatsen kommer de bland annat fram till att kvällspressens båda tidningar liknar varandra i sättet de hanterar nyhetsartiklar på sportsidorna.<sup>18</sup> Störst uppmärksamhet och utrymme får artiklar som till innehållet är personorienterade, handlar om män, elitpersoner eller utövare av en lagidrott på landslagsnivå.

---

<sup>14</sup> Dahmén, Peter: *Sport och medier: en introduktion*. IJ-förlaget. Kristianstad. 2008. Sid, 16.

<sup>15</sup> Wallin, 1998:250

<sup>16</sup> Ibid, sid. 265

<sup>17</sup> Sjöblom, Dan & Söreskog, Martin. *I huvudet på en sportjournalist*. Högskolan i Jönköping. 2009. Sid, 18-26.

<sup>18</sup> Strömgren, Katarina & Strandlund, Sara. *Sportens nyhetsvärdering i kvällspress*. Mittuniversitetet i Sundsvall. 2009. Sid, 42.

### 3. Syfte och frågeställning

*I följande kapitel förklaras syftet med uppsatsen. Kapitlet redogör även för de frågeställningar som uppsatsen utgått ifrån samt de avgränsningar som gjorts.*

#### 3.1 Syfte

Syftet med den här studien har för det första varit att undersöka vilka sporter som får mest utrymme i Sportbladet, Aftonbladets sportbilaga. För det andra har syftet varit att genom samtalsintervjuer med sportjournalister, sportchefer och förbundsrepresentanter för olika sporter undersöka vilka nyhetskriterier som är viktiga för sportjournalistiken samt vad och vem som styr urvalet.

#### 3.2 Frågeställning

##### Övergripande fråga:

1. Vilka sporter dominerar innehållet i Sportbladet och varför?

##### Delfrågor:

2. Vilka uppfattningar finns hos sportjournalisterna kring det urval som görs?
3. Vilka uppfattningar finns hos representanter för mindre bevakade idrotter kring det urval som görs?
4. Vilka möjligheter har förbunden själva att öka sina idrotters utrymme i sportmedierna?
5. Hur tror sportjournalister, sportchefer samt förbundsrepresentanter att sportjournalistiken kommer att utveckla sig i framtiden?

#### 3.3 Avgränsning

Varför vi valt Sportbladet som analysenhet beror på att tidningen i fråga är den som når flest antal läsare och således även den som sätter agendan för hur svensk sportjournalistik ser ut i dag. Det var även viktigt för oss att välja ett medium som inte är styrt av public service och det skulle heller inte vara en lokaltidning. Dessutom var tidsaspekten viktig att ta hänsyn till när vi valde analysenhet. Vi valde att enbart undersöka de senaste stora mästerskapen för respektive sport. Detta på grund av att det var svårt att välja en tidsperiod som gör alla idrotter rättvisa. Till exempel skrivs det nästan uteslutande om fotboll under sommaren och ishockey under vintern. Genom att undersöka det senaste stora mästerskapet får vi en rättvis bild av hur fördelningen faktiskt ser ut. Enligt våra bedömningar är det under dessa mästerskap störst medieexponering för dessa idrotter. I uppsatsen förekommer fraser som ”bredd”, ”bredden” och ”mindre bevakade idrotter”. Med detta avses framförallt idrotter utöver fotboll och

ishockey, men särskilt gymnastik och ridsport i synnerhet. Vidare används ”sport” och ”idrott” som synonyma begrepp i uppsatsen.

## 4. Teoretiska utgångspunkter

*Kapitlet redovisar de teoretiska utgångspunkter som uppsatsen utgått ifrån. I slutet av kapitlet sammanfattas teorierna och de viktigaste aspekterna från respektive teori lyfts fram.*

### 4.1 Hvitfelts nyhetsvärderingsformel

Alla nyhetsartiklar har inte samma möjlighet att nå ut i spalterna. Vad är det som egentligen skapar en nyhet? Enligt medieforskaren *Håkan Hvitfelt* finns tio punkter som i stor utsträckning avgör mediernas urval. Desto fler av dessa punkter som en nyhetsartikel behandlar, desto större är chanserna att den produceras, publiceras och blir placerad på en tidnings förstasida.

De tio punkterna är följande:

1. Politik, ekonomi, samt brott och olyckor och
2. om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd till
3. händelser och förhållanden som
4. är sensationella och överraskande,
5. handlar om enskilda elitpersoner och
6. beskrivs tillräckligt enkelt men
7. är viktiga och relevanta,
8. utspelas under kort tid men som en del av ett tema
9. samt har negativa inslag
10. och har elitpersoner som källor.<sup>19</sup>

Vissa specifika egenskaper hos nyhetshändelser påverkar alltså sannolikheten för att de ska klara sig igenom mediernas olika urvalsprocesser. Nyhetshändelserna bör behandla ämnen som politik, ekonomi eller olyckor och brott. Om händelsen inträffat i närhet till tidningarnas spridningsområde är det också en fördel. Händelserna är ofta avvikande från det normala och handlar om människor i samhällets elit. Viktigt är också att konsumenter av respektive

---

<sup>19</sup> Hadenius, Stig & Weibull, Lennart: *Massmedier: En bok om press, radio & TV*. Albert Bonniers Förlag. Stockholm. 2005. Sid, 345.

nyhetsmedium förstår och kan värdera händelserna. Enskilda nyhetshändelser uppfyller dock väldigt sällan alla dessa egenskaper. Enligt Hvitfelt kan inte medierna förmedla en fullständig bild av verkligheten. De måste begränsa sig och göra ett urval utifrån enorma mängder av nyhetshändelser som inträffar varje dag. Urvalet blir sedan än mer begränsat då vissa aspekter lyfts fram medan andra väljs bort. Fokus hamnar på enskilda personer som anses mer relevanta än andra. Dessa regler gäller nyhetsjournalistik i allmänhet och inte specifikt för sport. Viktigt att påpeka är att sportjournalistik ofta är styrd av schemalagda händelser. Olika idrotters spel- och tävlingsprogram fastställs långt i förväg. Wallin menar även att sportjournalistiken skiljer sig från nyhetsjournalistiken eftersom sportjournalisterna ofta är vittnen till de händelser de skriver om.<sup>20</sup> De ser idrottsevenemangen på plats, medan nyhetsjournalister knappast kan förutspå när exempelvis en bilolycka inträffar. Fokuseringen på eliter är även utmärkande för sportjournalistiken. Kort geografiskt avstånd har betydelse eftersom många läsare har ett favoritlag på sin hemort de vill läsa om. Denna aspekt gäller däremot inte då svenska idrottare är framgångsrika internationellt. Wallin menar att läsarna har en identitet både som exempelvis göteborgare och svensk.<sup>21</sup>

### 4.3 Lewins principer om gate-keeping

Termen ”gate-keeper” utvecklades av den amerikanske psykologen *Kurt Lewin*.<sup>22</sup> Begreppet beskriver tillvägagångsättet i urvalet av det gigantiska nyhetsflödet, där gate-keepers har som uppgift att sortera fram de nyheter som har störst nyhetsvärde. Det allra vanligaste sättet att beskriva begreppet på är att likna gate-keepers vid trattar. Nyhetsströmmen från rapporterade händelser landar hos nyhetsbyråer som TT och Reuters. Där sorteras bara de mest väsentliga nyheterna ut och nyttjandegraden av nyheterna ligger oftast på mindre än tio procent. För medierna är siffran något högre.<sup>23</sup> Enligt Lewins teori måste nyheterna passera ett antal gates (”slussar”) för att i slutändan nå mottagaren.

### 4.4 Strömbäck och Jönssons teori om politik och marknad

*Jesper Strömbäck och Anna Maria Jönsson* har i sitt paper *Nyheter i konkurrens – journalistens kommersialisering?* utvecklat en teori om journalistikens kommersialisering och dess medföljande konsekvenser för yrket i stort. De menar att det finns två olika vägval för

---

<sup>20</sup> Wallin, 1998:40

<sup>21</sup> Ibid, sid. 41

<sup>22</sup> Hadenius & Weibull, 2005:340

<sup>23</sup> Ibid, sid. 340

journalistiken att verka i: demokratin eller marknadens syfte. Denna teori förklarar Jönsson & Strömbäck med hjälp av följande tabell (Figur 1).

	Journalistik i demokratin tjänst	Journalistik i marknadens tjänst
Journalistikens syfte	Informera	Sälja
Journalistikens syn på människor	Medborgare	Konsumenter
Journalistikens moraliska uppdragsgivare	Medborgarna	Ägare och investerare
Journalistikens ansvar	Tillhandahålla sådan information som människor behöver	Tillhandahålla sådan information som människor efterfrågar

**Figur 1.** Skillnader mellan en journalistik i marknadens respektive demokratin tjänst.<sup>24</sup>

Figuren visar de två olika inriktningarna för journalistisk verksamhet. En journalistik i demokratin tjänst ska verka för medborgarna och deras behov av kunskap. De ska bli informerade med sådant som anses vara värdefullt och som de kommer att ha nytta av.<sup>25</sup> En journalistik i marknadens tjänst har andra intentioner. Här är det inte längre medborgarnas informationsbehov som står i centrum utan investerare och ägare är den huvudsakliga målgruppen.<sup>26</sup> Deras krav på ekonomisk vinning prioriteras främst och tidningarna styr sitt urval efter vad som säljer bäst.

Det är viktigt att poängtera att vare sig demokratin eller marknaden är enhetliga begrepp och innebörden är sällan helt självklar.<sup>27</sup> Dessutom är det få tidningar som helt är lagd åt endast en av dessa två sidor, de flesta anser sig ligga någonstans mitt emellan och verka både för sina läsare men också för ägare och investerare.

Att applicera denna modell på just sportjournalistik – som denna uppsats handlar om – kan vara problematiskt. Detta eftersom sportrelaterade händelser som utgången på en match knappast är samhällsviktig information för den vanliga medborgaren. Vad man dessutom måste komma ihåg är att de svenska medier som inte är public service är privata företag som drivs i vinstsyfte. Detta är även något som *Peter Dahlen* pekar på i sin bok *Sport och medier*.<sup>28</sup> Han skriver att de allra flesta tidningar måste generera tillräcklig vinst för att kunna

<sup>24</sup> Strömbäck, Jesper & Jönsson, Anna Maria: *Nyheter i konkurrens: journalistikens kommersialisering*. Nordicom. Göteborg. 2005. Sid, 4.

<sup>25</sup> Ibid, sid. 4-5

<sup>26</sup> Ibid, sid. 5

<sup>27</sup> Ibid, sid. 3

<sup>28</sup> Dahlén, 2008:92-93

betala ut löner till sina anställda samt se till att de ekonomiska vinsterna är tillräckligt goda för att tillfredsställa kraven från ägare och investerare. Därför är det naturligt att man snarare verkar i marknadens tjänst, särskilt eftersom konkurrensen hårdnar gentemot andra medier. Även Strömbäck och Jönsson skriver att konkurrensen på publikmarknaden har ökat dramatiskt.<sup>29</sup>

#### 4.5 Dahléns teori om sportjournalistiken som institution

I Peter Dahléns bok *Sport och medier* finns delkapitlet ”Sportjournalistiken som institution”, där han redogör för vad som styr innehållet i sportjournalistiken. Dahlén har utifrån *Mark Douglas Lowes* etnografiska fältstudium kommit fram till att sportjournalistik fått ett allt större utrymme i tidningarna och att den, i förhållande till vanlig nyhetsjournalistik, växt kraftigt. Lowes fältstudium visade att andelen sport i förhållande till den samlade andelen nyheter från 1900 till 1975 hade ökat från 14 till drygt 50 procent.<sup>30</sup>

Dahlén menar även att det i dag är de stora proffsidrotterna som får mest utrymme, medan den mindre kommersiella amatöridrotten får stå tillbaka.<sup>31</sup> Därigenom osynliggörs en stor del av idrottsvärlden. Denna förhållandevis ensidiga rapportering från proffsligorna tror Dahlén legitimerar vissa maktintressen på ett sätt som gör att det till slut framstår som helt självklart och naturligt att enbart bevaka de stora ligorna.<sup>32</sup> Det blir således en fasad som tidningarna kan gömma sig bakom där devisen är att det skulle vara otänkbart att bevaka mindre idrotter. Samtidigt ska man inte bortse från att människor helst läser om de prestationsmässigt och prestigemässigt tyngsta idrotterna och klubbarna.<sup>33</sup>

I samma kapitel beskriver Dahlén de stora idrottsligornas beroende av medierna. En stor mediebevakning är nyckeln till kommersiell framgång för de stora ligorna.<sup>34</sup> Samtidigt är elitidrotten väldigt viktig för tidningarna i jakten på läsare, då de vet att den breda massan gärna läser om de största ligorna. Det blir därför en korrelation där båda delarna drar i varandras trådar. I våra samtalsintervjuer med sportjournalister, sportchefer och

---

<sup>29</sup> Strömbäck & Jönsson, 2005:7

<sup>30</sup> Dahlén, 2008:94

<sup>31</sup> Ibid, sid. 96

<sup>32</sup> Ibid, sid. 96

<sup>33</sup> Ibid, sid. 96

<sup>34</sup> Ibid, sid. 96

representanter från olika idrottsförbund kommer vi att söka efter svar som antingen bekräftar eller dementerar denna tes.

#### 4.6 Sammanfattning av teoretiska utgångspunkter

I de teoretiska utgångspunkterna är några aspekter särskilt viktiga för vår undersökning. I Hvitfelts nyhetsvärderingsformel är det framförallt dessa punkter som går att applicera på sportjournalistiken:

- Om det är kort geografiskt eller kulturellt avstånd.
- Händelser och förhållanden som är sensationella och överraskande.
- Handlar om enskilda elitpersoner.
- Beskrivs tillräckligt enkelt
- Har negativa inslag.
- Har elitpersoner som källor.

För framstående sportmedier som Sportbladet och SportExpressen är det enligt vår bedömning i huvudsak sportcheferna som tillämpar gate-keeping. Till viss del har även reportrarna ett inflytande över urvalet, men sportcheferna har det yttersta ansvaret för vad som ska finnas i tidningen.

Strömbäck och Jönssons teori om politik och marknad används i ett senare kapitel i uppsatsen (Delstudie två). Där tillfrågas sportchefer och sportjournalister från Sportbladet, SportExpressen samt SvD Sport om i vilken anda deras tidning verkar i. Intervjupersonerna uttalar sig således enbart om sportavdelningen för respektive tidning, och inte tidningen i stort.

Dahlén menar att en ensidig rapportering från proffsligor legitimerar vissa maktintressen på ett sätt som gör att det till slut framstår som helt självklart och naturligt att enbart bevaka de stora ligorna. Om detta påstående stämmer kan det tolkas som en antydning om att en ökad bredd i sporttidningarna inom den närmaste framtiden inte är aktuell.

## 5. Metod

*Följande kapitel beskriver vilka metoder som använts i undersökningen. Det tar även upp de avgränsningar och urval som gjorts, samt vilka metodproblem som uppstått. I slutet av kapitlet presenteras de personer som ingått i samtalsintervjuerna.*

### 5.1 Metod av Delstudie ett – kvantitativ undersökning

Denna uppsats består av två olika undersökningar, där den första är en kvantitativ innehållsanalys. Metoden används för att ta reda på hur stort utrymme i tid eller rum som olika kategorier får.<sup>35</sup> Detta har möjliggjort att via siffror förklara och analysera hur stort utrymme, mätt i kvadratcentimeter, som olika sporter får i Sportbladet. Mätningarna gjordes i Kungliga Bibliotekets (KB) mikrofilmsarkiv med linjaler som mätinstrument. Varför vi valde att mäta utrymmet i kvadratcentimeter istället för spaltcentimeter beror på att vi anser att även bild och rubrik är viktiga element i en sportartikel och då bör betraktas som utrymme. Exempelvis Wallin använde sig istället av spaltcentimeter i sin mätning, men han nämner även att många forskare föredrar kvadratcentimeter.<sup>36</sup> När annonser förekommit i vår undersökning har dessa räknats bort från den totala arean av uppslaget.

Idrotterna som ingår i Delstudie ett är fotboll, ishockey, ridsport och gymnastik. Utrymmet vi undersökt gäller det senaste stora mästerskapet för respektive idrott. Vi valde fotboll och ishockey eftersom vi på förhand anade att just dessa två sporter skulle ha ett väldigt stort utrymme. Ridsport och gymnastik valde vi på grund av att det är två idrotter med ett stort antal utövare. Anledningen till att Sportbladet är vår enda analysenhet är för att vi, sett ur ett tidsperspektiv, inte hade möjlighet att undersöka fler tidningar.

I undersökningen har vi utgått från första tävlingsdagen på respektive mästerskap, och mätt utrymmet dag för dag i 16 dagar framåt. Varför vi valde just 16 dagar var för att alla sporter skulle få exakt lika många dagar i undersökningen. Detta gör att även de sista finalerna för både ridsport, gymnastik och ishockey finns med i undersökningen. Detta gäller emellertid inte för VM i fotboll, där mästerskapet sträckte sig över 31 dagar.

---

<sup>35</sup> Esiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wägnerud, Lena: *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts Juridik AB. Stockholm. 2010. Sid, 223.

<sup>36</sup> Wallin, 1998:24



Följande tidsperioder har undersökts för respektive sport:

- Gymnastik/ridsport: Olympiska sommarspelen i Peking, 9-24 augusti år 2008.
- Ishockey: Olympiska vinterspelen i Vancouver, 13-28 februari år 2010
- Fotboll: Världsmästerskapet i fotboll i Sydafrika, 11-26 juni år 2010

### 5.1.2 Reliabilitet och validitet - Delstudie ett

Undersökningen har en viss möjlig felmarginal, vilket vi är medvetna om. Mätningarna utfördes med hjälp av vanliga standardlinjaler. Detta kan i vissa fall ha påverkat arean något. Enstaka millimeter åt ett eller annat håll visar sig på resultatet. Detta är dock inget som förändrat de slutgiltiga resultaten i större utsträckning. Vi planerade också att låta någon utomstående göra ett reliabilitetstest på en del av vår studie. Av praktiska skäl har detta inte hunnits med. Däremot åkte vi själv tillbaka till KB och mätte om det utrymme fotboll fick under de fyra första dagarna av mästerskapet. Resultatet stämde överens med den tidigare mätningen.

Vi vill vara tydliga med att alla resultat i den kvantitativa undersökningen endast avser Sportbladet och ingen annan tidning. Det går inte att dra några slutsatser om att resultatet skulle vara talande för alla tidningar i hela landet. Däremot har Strömgren & Strandlund i sin C-uppsats *Sportens nyhetsvärdering i kvällspress* visat att Aftonbladet och Expressen tenderar att följa samma nyhetsvärderingar.<sup>37</sup> Detta var ytterligare en anledning till varför vi inte valde att lägga till exempelvis SportExpressen som en extra analysenhet.

### 5.2 Metod av Delstudie två – samtalsintervjuer

Den andra delen av uppsatsen består av samtalsintervjuer. Metoden handlar om att genom djupgående svar synliggöra hur fenomen gestaltar sig. Metoden lämpar sig väl för denna uppsats då exempelvis en enkätundersökning hade gett indikationer på tendenser, men knappast förklarat fenomenet.<sup>38</sup>

Nio personer har intervjuats i denna delstudie och vi har strävat efter att få samtliga att öppna sig och bjuda på spontana, oväntade och djupa svar.<sup>39</sup> Bland de utvalda ingår sportchefer,

---

<sup>37</sup> Strömgren & Strandlund, 2009:42

<sup>38</sup> Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wänggerud, 2010:223

<sup>39</sup> Ibid, sid. 283

reportrar, förbundsrepresentanter för två av de sporter som ingår i vår kvantitativa undersökning, samt medieansvarige för Svenska Riksidrottsförbundet.

Det var viktigt att ha en bra bredd i valet av intervjupersoner där centralitet varit en viktig urvalsprincip. Med centralitet menas att personerna ska ha en betydande roll och vara kunniga inom det område de representerar.<sup>40</sup>

Personerna vi intervjuat är följande:

### **Håkan Andreasson – Sportchef, Sportbladet**

Håkan Andreasson är sportchef på Sportbladet. Han har jobbat på tidningen sedan 1999 och under sin tid på arbetsplatsen har han figurerat som redigerare på sportavdelningen, nyhetschef samt redaktionschef på nyhetsavdelningen. I maj månad 2011 tillträdde han som sportchef, vilket är hans nuvarande yrkesroll. Håkan har en gedigen utbildning i historia och statsvetenskap som han avslutade med ett år på journalisthögskolan i Göteborg. Sedan han började jobba på Aftonbladet år 1999 har han varit på sportavdelningen i åtta år varpå han har en god uppfattning om vad Sportbladet som tidning står för och representerar.

### **Ola Billger – Sportchef, Svenska Dagbladet**

Ola Billger har varit sportchef på Svenska Dagbladet sedan 2006, men har jobbat på SvD sedan 1999 och har varit både nyhetschef och politikreporter innan han så småningom tog över som sportchef. Dessutom har Ola jobbat på Expressen och TT. Han studerade på JMG i Göteborg och har även läst statsvetenskap i samma stad. Dessutom har han läst orientalistik och arabiska i Uppsala.

### **Kristoffer Bergström – Reporter, Sportbladet**

Kristoffer Bergström jobbar som allmän sportreporter på Sportbladet och har gjort så i snart fem år. Innan han fick jobbet på Sportbladet jobbade han på GT/Expressen i Göteborg. Även Kristoffer Bergström gjorde sin journalistutbildning på JMG i Göteborg, en utbildning som då var två och ett halvt år men som i dag är en treårig utbildning.

---

<sup>40</sup> Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wångerud, 2010:291

### **Ludvig Holmberg – Reporter, SportExpressen**

Ludvig Holmberg började jobba som sportjournalist år 2008. Han har ingen journalistutbildning, utan arbetade sig in i branschen. Han startade sin journalistkarriär på IMG, sedan blev han anställd som webbreporter på FotbollDirekt, innan han förflyttade sig till Viasat. Numera är han anställd på SportExpressen där han skriver om bland annat fotboll, ishockey och friidrott.

### **Anders Lindblad – Sportreporter, Svenska Dagbladet**

Anders Lindblad är sportreporter på Svenska Dagbladet, där han jobbat sedan 1989. Han började som redigerare, sedan var han nattchef innan han år 2000 blev reporter. Hans journalistkarriär tog fart vid ung ålder, som 20-åring började han skriva för en lokaltidning i Småland och under hans långa karriär som journalist har han alltid varit på sportavdelningen.

### **Henrik Leman – Före detta sportjournalist**

Henrik Leman började sin journalistiska karriär som 20-åring på Skara Läns Tidning. Där var han anställd i sju år och jobbade som sportreporter, nattchef och sportchef. Efter det var han på Göteborgs-Posten där han främst jobbade som ishockeyreporter. Leman har även jobbat på GT/Expressen, TT och gratistidningen City. Han har dessutom frilansat en del och år 2009 startade han upp nätsajten sportsday.se, som numera är nedlagd. I dag jobbar han för webbradion på Sveriges Radio, där han är bisittare/expert till allsvensk fotboll och elitseriehockey.

### **Birgitta Rittner – Informationschef, Svenska Gymnastikförbundet**

Birgitta Rittner har jobbat på Svenska Gymnastikförbundet sedan 2001. Hennes yrkestitel är informationschef och hon berättar att hon under sin långa tid på förbundet lagt upp hela den informationsstrategi som gymnastikförbundet numera arbetar utefter.

### **Lotta Amnestål – Informationschef, Svenska Ridsportförbundet**

Lotta Amnestål är informationschef på Svenska Ridsportförbundet, ett uppdrag hon haft sedan 1998. I hennes arbetsuppgifter ingår att leda och fördela arbetet på informationsavdelningen och hon är även ansvarig för extern och intern information. Med extern information menas information till medierna och allmänheten.

## **Helena Björck – Mediesansvarig, Riksidrottsförbundet och SISU Idrottsutbildarna**

Helena Björck är medieansvarig för Riksidrottsförbundet samt SISU Idrottsutbildarna.

Tjänsten har hon haft i snart fem år och innan dess har hon arbetat som sportjournalist, då som chefredaktör för ett magasin som hette 08 Sport. Dessutom har hon arbetat som frilansare. Hennes nuvarande yrkesuppgifter på Riksidrottsförbundet består av tre delar. Hon är en kontaktperson för medierna, hon ska ha en omvärldsbevakning där hon håller koll på vad som skrivs om förbundet samt att hon är ansvarig för den information som de själva går ut med, såsom pressmeddelanden och debattartiklar.

### **5.2.1 Reliabilitet, validitet och etiska överväganden - Delstudie två**

Vid samtliga intervjuer har en intervjuguide använts för att skapa struktur och tydlighet. Intervjuerna skedde enskilt med varje intervjuperson och vi deltog båda två vid samtliga samtalsintervjuer. För att underlätta för våra intervjupersoner strävade vi efter att möta dem i deras egen arbetsmiljö.<sup>41</sup> Av praktiska och geografiska skäl har detta dock inte varit möjligt. Exempelvis skedde intervjun med Ludvig Holmberg i cafémiljö och intervjuerna med Lotta Amnestål och Henrik Leman gjordes via telefon. I genomsnitt varade varje intervju i cirka 45 minuter.

Ur ett etiskt perspektiv tillfrågades alla intervjupersoner i Delstudie två om de godkänner namnpublicering i samband med uppsatsen. Ingen av dem valde att vara anonym. Det har gjort att vi kunnat redovisa resultaten av samtalsintervjuerna på ett sätt där det tydligt framkommer vem som sagt vad.

### **5.2.2 Redovisning av transkriberat material – Delstudie två**

Ljudupptagning har använts vid varje intervjutillfälle och dessa ljudupptagningar har vid ett senare tillfälle transkriberats och sparats hos oss. I de fall intervjupersonerna citerats har vi valt att genomföra en språklig bearbetning av deras utsagor. Långa uttalanden och meningar kan ha koncentrerats för att underlätta för läsningen, dock utan att innebörden förändrats.<sup>42</sup> Bearbetningen av intervjupersonernas utsagor handlar främst om att justera talspråk till skriftspråk. Bakgrunden till varför vi valt att göra på detta sätt är för att vi då slipper redovisa överflödiga ord som ”eller, typ, alltså och liksom”. Onödiga sidospår som inte tillför något till ett resonemang kan därmed sållas bort. Skulle vi istället ha valt att citera ordagrant hade

---

<sup>41</sup> Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2010:302

<sup>42</sup> Kvale, Steinar: *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB. Lund. 1997. Sid, 175-178

svaren kunnat uppfattas som osammanhängande och i vissa fall ointelligenta.<sup>43</sup> Detta eftersom talspråk tenderar att vara slarvigare än skriftspråket. Talspråket kan anses som ett annat språk än det skrivna.<sup>44</sup> För att skapa en ökad förståelse för vem som kommer till tals inleds varje återgiven utsaga med intervjupersonens namn i fet text följt av ett kolon.

För att illustrera den språkliga bearbetning som gjorts redovisas nedan en utsaga från samtalsintervjun med Ludvig Holmberg. På frågan om sportjournalisters inriktning mot säljjournalistik hade hans svar, med en direkt citering, sett ut på följande sätt:

”Det som säljer för oss är ju löpmaterial liksom. Och det kan man ju få så här typ på idrottsgalor, då är det ofta ... då kan chefen sms:a ner att: ”Kan vi få till den här löpformuleringen?”, så man får typ söka löp. Det är ju ... då är det ju verkligen säljjournalistik.”

Mot bakgrund av Trost och Kvaless teorier om kvalitativa intervjuer har vi istället valt att redovisa denna utsaga på följande sätt:

**Ludvig Holmberg:** Är du och bevakar en idrottsgala så är det ganska ofta som chefen sms:ar och undrar: ”Kan vi få till den här löpformuleringen?” Så man söker löp, och då är det ju verkligen säljjournalistik.

## 6. Resultat och analys - Delstudie ett

*I kapitlet redovisas resultaten av den kvantitativa analysen. I den avslutande delen av kapitlet analyseras resultaten utifrån de teoretiska utgångspunkterna.*

### 6.1 Resultat – Delstudie ett

I den kvantitativa undersökningen mätte vi hur stort utrymme olika sporter fick i Sportbladet under respektive idrotts senaste stora mästerskap. Fotboll, ishockey, gymnastik och ridsport var de sporter som valdes ut och utrymmet som mättes var från den första dagen under mästerskapet och 16 dagar framåt. Resultaten redovisas i kvadratcentimeter och i mätningen ingick bild, rubrik och text. Numeriska värden redovisas med upp till två decimaler.

---

<sup>43</sup> Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend: *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB. Lund. 2009. Sid, 204.

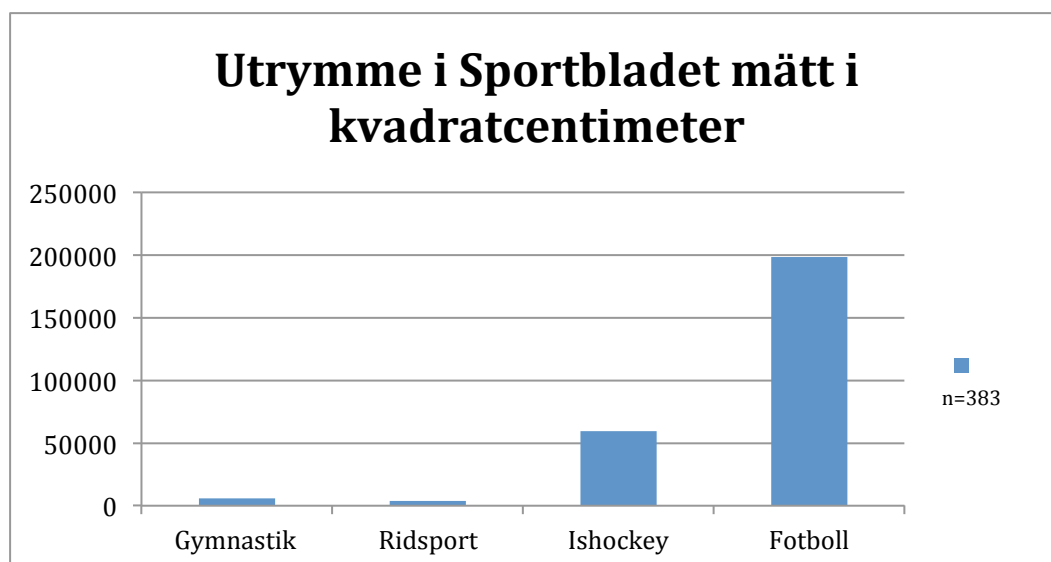
<sup>44</sup> Trost, Jan: *Kvalitativa intervjuer*. Studentlitteratur AB. Lund. 2010. Sid, 157.

Undersökningen visar att fotboll under denna 16-dagarsperiod fick överlägset mest utrymme i Sportbladet. Trots att Sverige inte deltog i fotbolls-VM i Sydafrika skrevs det under tidsperioden totalt 282 artiklar om fotbolls-VM. Mätt i kvadratmeter är detta 19,83 m<sup>2</sup>, vilket ungefär motsvarar en liten lägenhet. Skulle man lägga ihop alla dessa artiklar skulle det totalt fylla 102 stycken uppslag. I undersökningen valde vi att inte räkna med fotbollsartiklar som inte var kopplade till mästerskapet, dessa artiklar kunde till exempel handla om klubbövergångar mellan allsvenska fotbollslag.

När vi undersökte utrymmet för de andra tre sporterna studerades de olympiska spelen, där väldigt många sporter konkurrerar om plats i tidningen. Ishockey fick under de första 16 dagarna under vinter-OS i Vancouver ett utrymme motsvarande 5,94 m<sup>2</sup>. Alltså knappt en tredjedel av vad fotboll fick under VM i Sydafrika. Totalt skrevs 87 artiklar om ishockey under tidsperioden, 69 av dessa hade en svensk vinkel.

Under sommar-OS i Peking år 2008 skrevs det under de 16 första dagarna åtta artiklar om gymnastik. Tre av dessa hade svensk vinkel. De andra fem handlade om kontroversiella kinesiska träningsmetoder. Mätt i kvadratmeter motsvarade dessa åtta artiklar 0,59 m<sup>2</sup>.

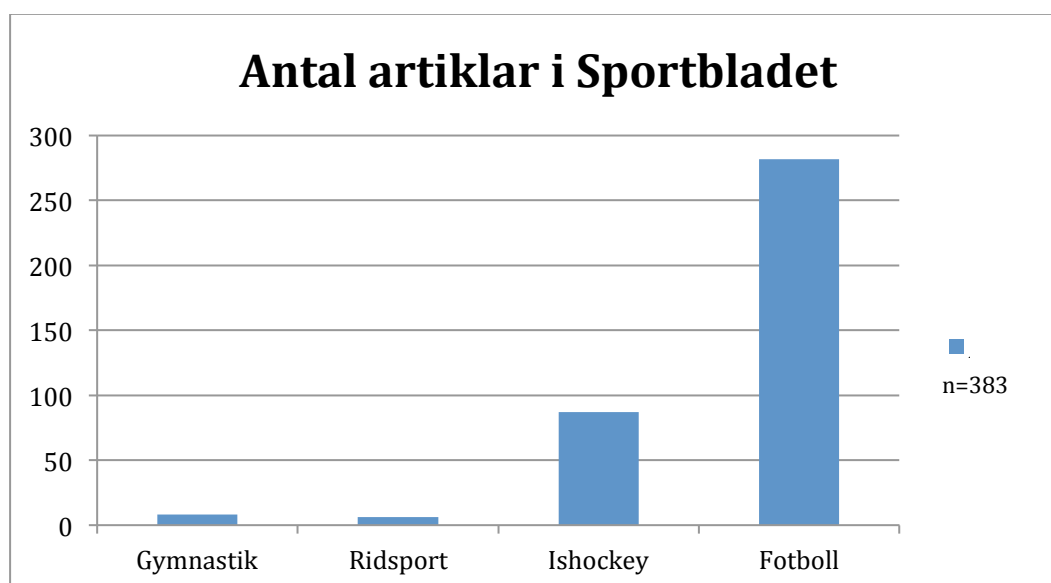
Även ridsport hade sina tävlingar under OS i Peking. Totalt fick sporten sex artiklar under dessa 16 dagar, alltså minst av alla sporter vi undersökte. Mätt i kvadratmeter motsvarade dessa sex artiklar en area på 0,38 m<sup>2</sup>. För att förtydliga skillnaderna i utrymmet under dessa mästerskap har vi tagit fram två diagram. Det första (Figur 2) visar på det totala utrymmet, mätt i kvadratcentimeter.



**Figur 2.** Utrymme i Sportbladet mätt i kvadratcentimeter under de första 16 dagarna för respektive idrotts senaste stora mästerskap.

Figuren visar att fotboll fick mest utrymme av dessa fyra sporter. Dess totala utrymme, mätt i kvadratcentimeter, uppgick till 198 323 cm<sup>2</sup>. Ishockey kommer därefter med 59 380 cm<sup>2</sup>. Gymnastik hade under perioden ett utrymme på 5 934 cm<sup>2</sup> och ridsport hade 3 843 cm<sup>2</sup>.

För att se hur stora artiklarna för respektive sport var, mätte vi även antalet artiklar under samma premisser och samma tidsperiod. Detta redovisas i följande diagram (Figur 3).



**Figur 3.** Antal artiklar i Sportbladet under de första 16 dagarna för respektive idrotts senaste stora mästerskap.

## 6.2 Sammanfattande analys – Delstudie ett

Figur 2 visar att fotboll fick överlägset mest utrymme av dessa fyra sporter. En förklaring till detta är att fotbolls-VM inte konkurrerade nämnvärt med andra sporter under perioden. När VM i Sydafrika spelades hade vintersporterna av förklarliga skäl uppehåll, men även de europeiska fotbollsligorna hade uppehåll på grund av att många spelare deltog i mästerskapet för sina respektive länder. Dessa faktorer gör det enkelt för Sportbladet att legitimera sitt urval.<sup>45</sup> Värt att notera är dock att Sverige inte deltog i mästerskapet då man inte lyckades kvala sig in. Enligt Hvitfelts nyhetsvärderingsformel bör en nyhet ha ett kort geografiskt eller kulturellt avstånd. Med detta menas avstånd både vad gäller livsvillkor och värderingar.<sup>46</sup> Fotbolls-VM i Sydafrika hade varken ett kort geografiskt eller kulturellt avstånd. Detta framförallt med tanke på att det svenska landslaget inte deltog. I detta fall får mästerskapets lyskraft ses som så pass stark att Sportbladet ändå ansåg det vara värt att skriva mycket om det.

Till skillnad från fotbolls-VM rådde en större konkurrens om platsen i tidningen när OS i ishockey utspelade sig i Vancouver 2010. Populära sporter som skidåkning, där många svenska medaljaspiranter fanns, var en av flera sporter som ingick i mästerskapet. Ishockeyns utrymme under 16-dagarsperioden motsvarade 5,94 m<sup>2</sup> vilket är mycket jämfört med ridsport och gymnastik. Dock kan man anta att ishockeyns utrymme hade varit ännu större om konkurrensen med andra sporter varit mindre. Värt att notera är dock att Tre Kronor (smeknamn för det svenska ishockeylandslaget) åkte ur redan i kvartsfinalen mot Slovakien, vilket gjorde att Sportbladets ishockeybevakning avtog avsevärt under de avslutande dagarna av mästerskapet.

Gymnastik och ridsport konkurrerade under OS i Peking år 2008 med andra sporter om utrymmet. Vad som är värt att notera om gymnastiken är att ingen svensk deltog i mästerskapet, till skillnad från ridsporten som hade bland annat Rolf-Göran Bengtsson som tog silvermedalj i den individuella grenen.<sup>47</sup> Ändå fick gymnastik ett större utrymme i Sportbladet än ridsport, 0,59 m<sup>2</sup> jämfört med ridsportens 0,38 m<sup>2</sup>. Varför gymnastik fick mer utrymme än ridsport kan förklaras i att mästerskapet arrangerades i Kina. De flesta av

---

<sup>45</sup> Dahlén, 2008:96

<sup>46</sup> Wallin, 1998:41

<sup>47</sup> Östberg, Tobias, TT: *Han fixade ett skräll-silver*. Aftonbladet, 2008-08-21, <http://www.aftonbladet.se/sportbladet/os2008/article11492730.ab> (hämtad 2012-05-18)



artiklarna om gymnastik handlade om hur kinesiska barn drillas i ung ålder för att bli framgångsrika, en träningsmetod som ses som kontroversiell i Sverige. Detta stämmer väl överens med ett av Hvitfeldts kriterier för nyhetsvärdering. Händelser och förhållanden som är sensationella och överraskande, samt har negativa inslag har högt nyhetsvärde för en tidning.<sup>48</sup>

Figur 3 visar antalet artiklar som de respektive sporterna fick under mätperioden. Fördelningen skiljer sig inte nämnvärt gentemot den figur som visade area-utrymmet. Även här är det fotboll som sticker ut från de andra sporterna. I en jämförelse mellan area (Figur 2) och antal artiklar (Figur 3) visar det sig att fotboll har en ännu större övervikt mot andra sporter i antal artiklar. Detta tyder på att fotboll fick ett stort antal mindre artiklar och notiser, medan exempelvis gymnastik oftast hade större uppslag när det väl skrevs om sporten.

## 7. Resultat och analys - Delstudie två

*I följande kapitel redovisas resultaten från samtalsintervjuerna. Svaren har delats in i olika perspektiv, så kallade teman, för att ge en lättöverskådlig bild av presentationen. I slutet av kapitlet analyseras resultaten och sätts in i ett större perspektiv.*

### 7.1 Resultat – Delstudie två

#### 7.1.1 Sportjournalistikens nyhetskriterier

För att en nyhet ska ta sig in i tidningen krävs att den uppfyller vissa kriterier. Med utgångspunkt från tidigare refererad forskning är vår tolkning att sportjournalistikens viktigaste kriterier är att en nyhet: har en svenskoppling, handlar om stjärnidrottare, en idrottare med en stark personlighet eller att nyheten har en negativt avvikande vinkel, exempelvis en skandal.

Flera journalister vi intervjuat menar att en bra ”story” alltid får plats i tidningen, oavsett vilken sport det handlar om. Det finns dock en klar tendens i nyhetsvärderingen som görs, och det är att mindre bevakade idrotter behöver uppfylla fler av Hvitfeldts nyhetskriterier för att komma med i tidningen. För exempelvis bordtennis, gymnastik eller speedway krävs mer än ett fräckt uttalande eller en bra sportslig prestation för att en reporter ska skriva om det.

---

<sup>48</sup> Hadenius & Weibull, 2005:346

Henrik Leman, före detta journalist med stor erfarenhet inom branschen, beskriver fenomenet på följande sätt:

**Henrik Leman:** Om Zlatan gör mål i en match krävs det närmast att någon tagit av sig kläderna i speedway för att det ska få samma uppmärksamhet i tidningen. Och hade jag jobbat med en liten idrott hade jag tyckt det var jättetråkigt.<sup>49</sup>

Att det råder en viss ”Zlatan-hysteri” på tidningsredaktionerna runtom i landet är de sportjournalister vi intervjuat överens om. Vissa vill hävda att publiken i slutändan kommer att tröttna på alla skrivelser om Zlatan Ibrahimovic, medan andra slår fast att mätningar visar att det är vad läsarna vill ha. Ludvig Holmberg, reporter på SportExpressen, berättar att hans förra arbetsgivare hade krav på att alltid ha med ”Zlatan” i rubriken när AC Milan spelade match, oavsett vad som hände i matchen. Zlatan behövde inte ens spela, hans namn skulle ändå finnas med i rubriken.

Håkan Andreasson, sportchef på Sportbladet, menar att de stora idrottsstjärnorna i många avseenden är viktigare än sporten i sig. Tidningarna vill ha starka personligheter med hög stjärnstatus, då de vet att läsarna engageras av detta. Både ridsport och gymnastik anser sig ha stora stjärnor inom respektive sport. Ridsporten har Rolf-Göran Bengtsson som vunnit både EM-guld, OS-silver och Jerring-priset. Gymnastiken har Veronica Wagner som enligt Birgitta Rittner, informationschef på Svenska Gymnastikförbundet, är en gymnast med en stark personlighet. Trots det visar Delstudie ett att dessa två idrotter får ett litet utrymme i Sportbladet, jämfört med fotboll och ishockey. Ola Billger, sportchef på Svenska Dagbladet, förklarar tidningarnas prioritering med att exempelvis ridsport har ett komplicerat regelverk:

**Ola Billger:** De gör ju det svårt för sig i och med att man hoppar flera dagar i rad, man har olika klasser, olika hästar och de har ett rankingsystem som inte går att förstå. Jag minns att i januari satt ridexperterna och sa att: ”På måndag kanske Rolf-Göran Bengtsson blir världsetta”. I Alpin skidåkning vet du ju alltid vem som leder världscupen, vem som är bäst.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Samtalsintervju med Henrik Leman, före detta sportjournalist. 2012-04-24, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

<sup>50</sup> Samtalsintervju med Ola Billger, sportchef, Svenska Dagbladet. 2012-04-27, Svenska Dagbladets redaktion, Stockholm.

Birgitta Rittner, informationschef på Svenska Gymnastikförbundet, håller med om att ett komplicerat regelverk kan ligga mindre sporter i fatet.

**Birgitta Rittner:** I biltävlingar kör de tre varv runt och runt och så ser man vem som kommer först i mål, den personen vinner. Det är enkelt att förstå jämfört med gymnastiken som är en bedömningssport.<sup>51</sup>

### 7.1.2 Tidningarnas urval

Tidningarna står varje dag inför ett val. De måste bestämma sig för vilka idrotter och händelser som ska fylla tidningsutrymmet. Sedan Sportbladet startades år 2000 har detta utrymme ökat. Enligt Ola Billger, sportchef på SvD, har det ökade utrymmet i ett avseende inneburit att urvalet har breddats. I en sporttidning på 24 sidor kan de rena antalet artiklar om gymnastik vara fler än i en tidning bestående av sex sidor. Men sett till de relativa förhållandena mellan gymnastik och fotboll har snarare gymnastiken fått ett mindre utrymme.

Håkan Andreasson, sportchef på Sportbladet, anser att det handlar om att avskilja sig. Sportbladet har en uttalad målsättning och ett löfte gentemot läsarna om att alltid vara bäst på tre block. Dessa är Allsvenskan i fotboll, ishockey och internationell fotboll. Bredden får utrymme när det finns saker värda att skriva om, till exempel när en ny svensk talang dyker upp som i framtiden kan vara med och slåss om medaljer i stora mästerskap.

Målgruppstänket är väldigt framträdande. Att bevaka bredden på daglig basis har Sportbladet varken resurser eller ambition till, menar Andreasson. Det handlar hela tiden om att göra ett urval för vad som ska få plats i tidningen. En väldigt liten del av den totala floran av sportrelaterade nyhetshändelser får plats i tidningen. Å andra sidan berättar Kristoffer Bergström, reporter på Sportbladet, att man på redaktionen sätter en prestige i att skriva om de mindre bevakade sporterna. En text om bordtennis i botten av ett uppslag genererar i en klapp på axeln av kollegor. Bergström förklarar även ett samband där reportrarnas egna intressen i mångt och mycket kan styra innehållet i tidningarna.

---

<sup>51</sup> Samtalsintervju med Birgitta Rittner, informationschef, Svenska Gymnastikförbundet. 2012-04-24, Idrottens hus, Stockholm.

**Kristoffer Bergström:** En förklaring till varför det är så sjukt snedfördelat – för det är det – är att reporterna gillar några sporter mer än andra. Då blir det att man hellre skriver om dem, att man letar där. Man gräver där man står.<sup>52</sup>

SportExpressen skiljer sig mot Sportbladet. År 2009 började man en ny satsning som kom att kallas ”Supersport”. Den går ut på att den så kallade bakvagnen av tidningen alltid ska innehålla en stor variation av sporter. Med ”bakvagn” avses en tidnings sista sidor. Satsningen är uppskattad av många men Ludvig Holmberg, reporter på SportExpressen, menar att kvalitén på dessa sidor inte alltid är den bästa. Förklaringen till det är att reporterna har sämre kunskaper inom dessa, mindre bevakade sporter. Helena Björck, medieansvarig på Riksidrottsförbundet, riktar även en viss kritik mot att denna mer breddade del av SportExpressen ligger så pass långt bak i tidningen att den ändå inte läses av så många.

Vidare motiveras valet av innehåll med att tidningarna strävar efter att ge läsarna vad de vill ha. Kristoffer Bergström, reporter på Sportbladet, tror att även om vissa mindre bevakade sporter har många utövare, så finns det ett väldigt litet intresse av att läsa om deras världsstjärnor. Flera journalister anser dock att det är lättare att göra underhållande sportjournalistik på idrotter som inte syns lika mycket i medierna. Attityden hos idrottsutövarna skiljer sig avsevärt från sport till sport. Detta är även något som Henrik Leman, före detta sportjournalist, upplevde under sin tid som reporter.

**Henrik Leman:** Medan du kan ha problem med att komma in i ett omklädningsrum för ett allsvenskt fotbollslag för att de tycker det är så jobbigt med media, kan speedwayförare stå med ett brutet nyckelben och vinka in dig tacksamt för att få lite publicitet.<sup>53</sup>

Även Ola Billger, sportchef på SvD, menar att individuella lagidrottare i regel har en mer öppen attityd mot medierna än lagidrottare. Trots det finns en förståelse hos de mindre bevakade idrotterna till varför tidningarna väljer att skriva mest om fotboll och ishockey. Lotta Amnestål, informationschef på Svenska Ridsportförbundet, menar att det är en balansgång mellan sportredaktionernas egna intressen och vad läsarna faktiskt vill ha. Hon tror dock att tidningarna skulle tjäna på att skriva mer om ridsport.

---

<sup>52</sup> Samtalsintervju med Kristoffer Bergström, reporter, Sportbladet. 2012-04-25, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

<sup>53</sup> Samtalsintervju med Henrik Leman, före detta sportjournalist. 2012-04-24, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

**Lotta Amnestål:** För tidningarna är det ju viktigt att sälja annonser. Om du tittar på ridsportmarknaden och de som håller på med ridsport så är det runt en halv miljon människor som är intresserade av sporten. Det borde vara en väldigt intressant målgrupp för en tidning.<sup>54</sup>

Just ridsport är en sport som Håkan Andreasson, sportchef på Sportbladet, anser fått för lite bevakning i deras tidning. Exemplet som tas upp är när Rolf-Göran Bengtsson - som första svensk någonsin - vann EM-guld i hästhoppning år 2011. Aftonbladet bevakade händelsen i form av en (1) sida långt bak i tidningen.

**Håkan Andreasson:** Det är det som är problemet när man som vi inriktar sig på tre stora block, att förstå när någonting stort händer utanför detta. Rolf-Göran Bengtssons EM-guld borde ha varit tre feta sidor långt fram i tidningen, det var ett rejält självmål av oss att inte ge det ett större utrymme.<sup>55</sup>

### 7.1.3 Centrerings kring fotboll och ishockey

Av våra samtalsintervjuer framgår att det finns en centrerings kring vilka sporter som dominerar medieutbudet. Det handlar om traditioner men också en rädsla för att göra det oväntade. Helena Björck, medieansvarig på Riksidrottsförbundet, ser det som en spiral uppåt där alla mediehus vill leverera den bästa produkten. Eftersom alla prioriterar fotbollen först är det också den man vill vara bäst på. Fotboll och ishockey räknas som norm. Enligt Björck är det inte ens en diskussion inför en elitserieomgång i ishockey att kvällstidningarna ska fylla ett uppslag. Det är när man kommer ned till vad tidningen ska innehålla utöver denna norm som fler av Hvitfelts nyhetskriterier måste uppfyllas. På liknande sätt resonerar Kristoffer Bergström, reporter på Sportbladet. När det blir slutspel i ishockey vill tidningarna verkligen visa att man är bra på ishockey och för detta krävs mycket utrymme. Han tycker också att den ökade konkurrensen bidrar till att smalna av sportjournalistiken.

---

<sup>54</sup> Samtalsintervju med Lotta Amnestål, informationschef, Svenska Ridsportförbundet. 2012-04-26, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

<sup>55</sup> Samtalsintervju med Håkan Andreasson, sportchef, Sportbladet. 2012-05-03, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

**Kristoffer Bergström:** Jag minns att när Henke Larsson gjorde ett mål i FA-cupen för Manchester United mot Aston Villa så tror jag att vi gjorde 17 sidor på det. Det där var också tider när Aftonbladet och Expressen konkurrerade som mest.<sup>56</sup>

Enligt Kristoffer Bergström påverkas bredden negativt ju mer Sportbladet kollar på vad SportExpressen gör. Han menar att man inte ska försöka bräcka varandra med att skriva flest sidor. Istället är det bättre att röra sig bort från sina konkurrenter och fokusera på sin egen produkt. Ludvig Holmberg, reporter på SportExpressen, tycker att tittarsiffror har en viktig betydelse. Får de veta från Svt att ett evenemang har höga tittarsiffror så är det i sin tur ett argument för SportExpressen att skriva om det. Även Ola Billger, sportchef på SvD anser att mycket kretsar kring vad tv väljer att sända. Tidigare sändes få fotbollsmatcher. Med tiden har fler matcher börjat tv-sändas vilket lett till ett större intresse för all slags fotboll. Detta leder i sin tur till att det skrivs mer om matcherna, likt en spiral. Detta visar sig enligt Ola Billger kanske främst i fascinationen för annan fotboll än den inhemska.

**Ola Billger:** Jag bor i Solna. Och det är klart att folk bryr sig om AIK i sjukligt hög grad men barnen som jag tränar i fotboll som är kanske 11-12, de pratar ju inte om AIK, det skiter ju dem i. De pratar om Xavi och Barcelona och Ronaldo och så där. Då är det lite grand så att den internationella fotbollen finns i vår vardag hela tiden. Den är lokal på riktigt.<sup>57</sup>

#### 7.1.4 Möjligheten att påverka

Har då förbunden för de olika idrotterna någon möjlighet att påverka innehållet i tidningarna? En generell åsikt bland de sportchefer och sportjournalister vi intervjuat är att förbunden i allra högsta grad har en möjlighet att påverka men aldrig styra innehållet. Ludvig Holmberg, reporter på SportExpressen, tror att påtryckningar utifrån till slut kan leda till att mindre bevakade sporter får mer utrymme. Exemplet som ges är när ridsportens just nu största profil Rolf-Göran Bengtsson vann Jerring-priset. Efter det blossade en stor debatt upp i medierna där de engagerade inom ridsporten riktade öppen kritik mot sportjournalisternas okunnighet

---

<sup>56</sup> Samtalsintervju med Kristoffer Bergström, reporter, Sportbladet. 2012-04-25, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

<sup>57</sup> Samtalsintervju med Ola Billger, sportchef, Svenska Dagbladet. 2012-04-27, Svenska Dagbladets redaktion, Stockholm.

om ridsport.<sup>58</sup> I samband med detta skrev Ludvig Holmberg ett blogginlägg på SportExpressen.se om att han hellre hade sett att längdskidåkaren Marcus Hellner hade vunnit priset.<sup>59</sup>

**Ludvig Holmberg:** Herregud, jag har aldrig fått så mycket kommentarer och mejl någonsin. Jag blev totalt slaktad av de här ridsportfantasterna.<sup>60</sup>

Trots att många journalister menar att man från förbundens håll har en chans att påverka innehållet i tidningarna beskriver Birgitta Rittner, informationschef på Svenska Gymnastikförbundet, en tillvaro där frustrationen är stor över att gymnastiken syns så lite i tidningarna. Enligt henne har man dock frigjort sig mer och mer från tidningarnas gate-keeping och numera når man ut till de intresserade utan de stora mediernas hjälp. Detta har möjliggjorts tack vare den stora satsning man från gymnastikförbundets håll gjort på att synas på Google samt ha en väl uppdaterad hemsida. Hon talar också varmt om den nya teknologin som gjort det möjligt för dem att livesända gymnastiktävlingar även med små ekonomiska medel.

Att ha en väl uppdaterad hemsida ökar sannolikheten för en sport att synas i tidningarna, enligt Kristoffer Bergström, reporter på Sportbladet. Som reporter är det numera lätt att hitta information och även citat från sporternas egna hemsidor, vilket sedermera kan användas i en artikel. Däremot anser många journalister att förbunden är dåliga på att höra av sig till tidningar och exempelvis bjuda in till presskonferens eller mediedagar. Anders Lindblad, sportreporter på Svenska Dagbladet, tror att mindre bevakade sporter hade fått ett större utrymme i tidningarna om man från förbundens sida engagerat sig mer i att marknadsföra sig själva. Visserligen menar han att det varje dag väller in pressreleaser från olika idrotter, men han understryker att dessa borde vara mer personliga.

---

<sup>58</sup> Lundgren, Henrik: *Hästfolket rasar mot Anrell: "okunnighet"*. Aftonbladet, 2012-01-18, <http://www.aftonbladet.se/sportbladet/ridsport/article14231020.ab> (hämtad 2012-05-18)

<sup>59</sup> Holmberg, Ludvig: *Hellner borde ha vunnit*. Expressen, 2012-01-16, <http://bloggar.expressen.se/vinterbloggen/2012/01/hellner-borde-ha-vunnit/> (hämtad 2012-05-18)

<sup>60</sup> Samtalsintervju med Ludvig Holmberg, reporter, SportExpressen. 2012-04-23, Restaurang Il Piatto, Stockholm.

**Anders Lindblad:** Jag tror inte att de förstår riktigt hur det går till på redaktionerna. Det är lätt att sitta och gnälla: ”Varför skrev ni inte om det och det”, men det är ett sådant otroligt informationsflöde hela tiden.<sup>61</sup>

Vidare menar Lindblad att det är en kombination av bristande kvalité på förbunden samt en uppgivenhet som gör att det ser ut som det gör. Med uppgivenhet menar han att man har en attityd om att det inte spelar någon roll hur mycket man från förbunden engagerar sig, tidningarna skriver ändå bara om fotboll och ishockey.

Lotta Amnestål, informationschef på Svenska Ridsportförbundet, förklarar att deras attityd mot medierna ser annorlunda ut jämfört med gymnastikförbundet. Medan gymnastikförbundet ser den nya teknologin som den närmaste vägen ut till publiken, ser ridsportförbundet fortfarande på Sportbladet och SportExpressen som slussarna ut mot den ridsportintresserade allmänheten. Hon berättar även att man varje vecka skickar ut ett nyhetsbrev till i stort sett alla tidningar, där information om vad som händer inom ridsporten finns. Denna metod ser inte Håkan Andreasson, sportchef på Sportbladet, som rätt väg att gå. Han menar istället att de nya medierna är den enklaste vägen ut för mindre bevakade sporter.

**Håkan Andreasson:** Det där med nyhetsbrev är en väldigt gammaldags kommunikation. Det verkar inte som att alla förbund förstått vikten av sociala medier. Att skicka ut nyhetsbrev, det gjorde man år 1995.<sup>62</sup>

Även Helena Björck, medicansvarig på Riksidrottsförbundet, menar att man i många förbund är dåliga på att använda sig av hemsidor och nya medier likt Facebook och Twitter. Dessa menar hon kan användas som ett skyltfönster för att marknadsföra sin idrott gentemot allmänheten men även stora medier som Sportbladet och SportExpressen.

**Helena Björck:** Om jag ringer en journalist och säger att: ”Nu har vi ett stort mästerskap i boule här”, och så finns det ingen som helst information på hemsidan, då är det inte trovärdigt. Helheten måste fungera, man måste höja lägstanivån tycker jag.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Samtalsintervju med Anders Lindblad, reporter, Svenska Dagbladet. 2012-04-27, Svenska Dagbladets redaktion, Stockholm.

<sup>62</sup> Samtalsintervju med Håkan Andreasson, sportchef, Sportbladet. 2012-05-03, Aftonbladets redaktion, Stockholm.



Samtidigt påpekar hon vikten av att bevara och förvalta det man redan har. Ridsporten lever mycket på stjärnstatusen hos Rolf-Göran Bengtsson. Han är ett stort medaljhopp i framtida olympiska spel, något som värderas högt när tidningarna gör sitt urval. Ridsporten har, enligt Björck, ett bättre läge än någonsin tidigare att bli en populärare sport i tidningarna.

**Helena Björck:** Och då gäller det att inte sitta nöjd och skratta och tycka att: ”Det här var ju bra”. Utan att fortsätta jobba på.<sup>64</sup>

### 7.1.5 De ekonomiska aspekterna

I takt med att webbjournalistiken växer sig större och större vilar en tyngre arbetsbörda på journalisternas axlar. Mer arbete ska utföras av färre reportrar, vilket leder till att snabbheten blir viktigare. *Gunnar Nygren* skriver i *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*, att svenska journalister anser att deras arbete är mycket stressigt.<sup>65</sup> Nygren menar även att det stora informationsflödet på internet gör att mer och mer arbete utförs på redaktionen.<sup>66</sup> För sportjournalisterna innebär detta att telefonintervjuer blir allt vanligare, samt att så kallade rewrites ökar. En ”rewrite” innebär att man översätter en artikel från exempelvis en engelsk fotbollssajt, till svenska. Detta menar Henrik Leman, före detta sportjournalist, är en stor anledning till att fotboll och ishockey fortsätter att dominera så pass kraftigt i tidningarna.

**Henrik Leman:** Det är enklare att fortsätta pumpa på med fotboll och ishockey. Du kan alltid göra en snabb sida om fotboll, medan om du ska ge dig på ett område där du inte är lika kunnig så tar det längre tid.<sup>67</sup>

Birgitta Rittner, informationschef på Svenska Gymnastikförbundet, menar även att det för medierna hela tiden handlar om att bevisa för ägare och investerare att de drar läsare och tittare. En förutsättning för att kunna sälja mer annonser, få in mer pengar till redaktionen och

---

<sup>63</sup> Samtalsintervju med Helena Björck, informationsansvarig, Riksidrottsförbundet. 2012-04-24, Idrottens hus, Stockholm.

<sup>64</sup> Samtalsintervju med Helena Björck, informationsansvarig, Riksidrottsförbundet. 2012-04-24, Idrottens hus, Stockholm.

<sup>65</sup> Nygren, 2008:72

<sup>66</sup> Ibid, sid. 131

<sup>67</sup> Samtalsintervju med Henrik Leman, före detta sportjournalist. 2012-04-24, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

då kunna anställa fler medarbetare. Det är dock väldigt få reportrar som har ett ekonomiskt tänk i bakhuvudet under en vanlig arbetsdag. Det är snarare inrutade, slentrianmässiga arbetsrutiner som styr. Istället för att tänka att en nyhet ska sälja fokuserar man på att få fram en bra story. Det hör däremot till vanligheterna att direktiv uppifrån kan handla mer om den ekonomiska delen, vilket Ludvig Holmberg, reporter på SportExpressen, har ett tydligt exempel på.

**Ludvig Holmberg:** Är du och bevakar en idrottsgala så är det ganska ofta som chefen sms:ar och undrar: ”Kan vi få till den här löpformuleringen?” Så man söker löp, och då är det ju verkligen säljjournalistik.<sup>68</sup>

Cheferna å sin sida anser att med god journalistik kommer också sund ekonomi. Håkan Andreasson, sportchef på Sportbladet, menar att man utgår från att ge läsarna en bra upplevelse och att det ska leda till att de kommer tillbaka och fortsätter köpa tidningen. Sportbladet lägger en stor vikt vid att ha vad man kallar för ”bra pennor” på redaktionen. Med det menas att man har initierade, kunniga specialreportrar som kan skriva om sporterna på ett sätt som engagerar läsarna.

Morgontidningarna har emellertid andra förutsättningar än kvällstidningarna, eftersom de försörjer sig på prenumerationer. Sportbladet och SportExpressen å andra sidan är beroende av att folk ska köpa deras tidning varje dag. Ola Billger, sportchef på SvD, tror därför att kvällstidningarna måste se sina läsare som konsumenter i högre utsträckning än morgontidningarna. Håkan Andreasson, sportchef på Sportbladet, menar dock att man inte ser läsarna som konsumenter utan att man hela tiden strävar efter att göra en så bra produkt som möjligt.

**Håkan Andreasson:** Det skulle aldrig gå att börja i den änden. Då genomsådas du efter två dagar och sen är ordet ute. Du har ingen trovärdighet kvar, varumärket spricker.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Samtalsintervju med Ludvig Holmberg, reporter, SportExpressen. 2012-04-23, Restaurang Il Piatto, Stockholm.

<sup>69</sup> Samtalsintervju med Håkan Andreasson, sportchef, Sportbladet. 2012-05-03, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

För att göra en bra tidning handlar det, menar Andreasson, hela tiden om att sortera i urvalet och plocka ut det som man tror att folk vill läsa om. Att bredda tidningen hade inte nödvändigtvis inneburit att man nått ut till fler läsare. Andreasson tror snarare att man hade tappat de läsare man redan har.

**Håkan Andreasson:** Om vi, rent hypotetiskt, skulle börja skriva om 25 sporter och ge de exakt lika mycket plats varje dag hade jag nog fått väldigt många samtal som undrade vad fan vi höll på med.<sup>70</sup>

### 7.1.6 Sportjournalistikens framtid

Intervjupersonerna har delvis en liknande syn på vart sportjournalistiken är på väg. Man ser inte några förändringar inom den närmaste framtiden. Fotboll och ishockey kommer vara de idrotter som medierna prioriterar även fortsättningsvis. Helena Björck, medieansvarig på Riksidrottsförbundet, ser inte heller att mångfalden i spalterna kommer att bli större. Det krävs att det dyker upp något eller någon som bryter mönstret, får ett stort genomslag eller en snabbt växande publik tillströmning. För att nå en förändring behöver mindre förbund också inse sina begränsningar enligt Björck.

**Helena Björck:** Man kanske inte kan stirra sig blind på att tro att man ska få hela kakan eller komma upp på fotbollsnivå utan det handlar om att tänka smart, nytt och nisch sig och ändå försöka få ut sin egen historia.<sup>71</sup>

Kristoffer Bergström, reporter på Sportbladet, tror inte att fotboll och ishockey kommer att få ett ökat utrymme framöver. Han ser redan nu en minskning från då Sportbladet skrev 17 sidor om ett Henrik Larsson-mål fram till idag. Bergström tror att bredden kommer öka samtidigt som fokuseringen på enskilda matcher kommer att minska. Främsta skälet till detta är internet där möjligheterna att söka och finna information blir större för varje dag. När den rena konkurrensen tidningarna emellan avtar, kommer också hetsen kring att skriva mest och bäst om de stora sporterna att minska. Lotta Amnestål, informationschef på ridsportförbundet ser också en framtid där sporttidningarna får ett bredare innehåll.

---

<sup>70</sup> Samtalsintervju med Håkan Andreasson, sportchef, Sportbladet. 2012-05-03, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

<sup>71</sup> Samtalsintervju med Helena Björck, informationsansvarig, Riksidrottsförbundet. 2012-04-24, Idrottens hus, Stockholm.

**Lotta Amnestål:** Jag tror att det kommer att breddas, därför det blir fler och fler som blir så att säga allmänt sportintresserade. Alla är inte hyperintresserade av fotboll och ishockey. För att tidningarna ska överleva måste de söka sig till nya läsargrupper och skaffa läsare på annat håll än de traditionella ställena.<sup>72</sup>

Amnestål tror inte det blir sportjournalisterna själva som upptäcker detta utan redaktionernas annonsavdelningar.

## 7.2 Sammanfattande analys – Delstudie två

Sportjournalistiken har under det senaste decenniet fått ett ökat utrymme i form av renodlade sportbilagor. Papperstidningarna jobbar dock fortfarande med ett begränsat utrymme. Att täcka alla sporter är en praktisk omöjlighet. Fotboll och ishockey är de sporter som bevakas mest. Mindre bevakade idrotter som gymnastik och ridsport behöver enligt de intervjupersoner som deltagit i studien, uppfylla fler av Hvitfelts nyhetskriterier för att få utrymme i tidningarna. För dessa idrotter krävs ofta mer än en sportslig framgång eller prestation. Exempelvis ökar deras chanser till medial bevakning om något spektakulärt inträffar, medan en allsvensk fotbollsmatch blir omskriven även om den slutar 0-0. En annan förklaring till varför just gymnastik och ridsport får ett mindre utrymme i tidningarna förklaras i att dess regelverk är för komplicerat. När reglerna är svårtolkade och otydliga krävs det att journalisterna anstränger sig extra noga för att kunna formulera en text på ett korrekt sätt. I tider där journalistik allt mer handlar om snabbhet<sup>73</sup> försämras därmed gymnastikens och ridsportens chanser till ökad exponering.

Att många idrotter konkurrerar om utrymmet i tidningarna gör att sportchefer och sportjournalister varje dag måste ta ett beslut om vilka sporter som ska få plats (och inte få plats) i tidningen. En anledning till varför det skrivs mycket om fotboll och ishockey förklaras med att många sportreportrar har dessa idrotter som sina största intressen. Det råder en slags ”gräva-där-man-står-mentalitet” vilket innebär att man gör det som är bekvämt. Oftast är det enklare att göra ett uppslag på fotboll än exempelvis gymnastik, därför att kunskapen redan finns hos reportern. Det krävs mindre research och det tar mindre tid. Att reportrarna

---

<sup>72</sup> Samtalsintervju med Lotta Amnestål, informationschef, Svenska Ridsportförbundet. 2012-04-26, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

<sup>73</sup> Nygren, 2008:72

intresserar sig mest för fotboll och ishockey tror Dahlén i sin bok Sport och medier kan legitimera ett maktintresse som gör att det till slut framstår som helt självklart och naturligt att enbart bevakade de stora sporterna och ligorna.<sup>74</sup> Om fler och fler reportrar blir intresserade av fotboll och ishockey är det inte konstigt att man skriver mest om dessa sporter. I förlängningen skulle det kunna innebära att de redan mindre bevakade idrotterna som gymnastik och ridsport blir ännu mindre uppmärksammade.

Fotboll och ishockey räknas som norm. Detta har lett till att sportmedierna lägger större vikt vid att ha profilerade och initierade skribenter inom just dessa sporter. De vill visa både för sina läsare men även för sina konkurrenter att de är duktiga på just dessa två sporter. En ökad konkurrens leder enligt en av intervjupersonerna till ett smalare innehåll där centrerings kring just fotboll och ishockey blir ännu större. Intervjuerna pekar samtidigt på att konkurrensen i tidningarna emellan nu avtar och att det i dag är viktigare att fokusera mer på sin egen produkt. En sådan trend skulle kunna innebära ett lyft för mindre bevakade idrotter, men så länge tidningarnas urvalsprinciper kvarstår lär fokuseringen kring fotboll och ishockey heller inte minska.

Några av de journalister vi intervjuat tror att mindre idrotters förbund har en chans att påverka tidningarnas innehåll. Att tillhandahålla information om vilka tävlingar som pågår samt tipsa om specifika händelser inom idrotten kan leda till en ökad bevakning. Flera av de som deltagit i studien menar dock att förbundens helhetstänk gällande kommunikation måste bli bättre. Ett förbund kan exempelvis tipsa en journalist om ett kommande mästerskap. Ska tipset få något som helst genomslag räcker det inte om förbundets hemsida har sporadisk eller ingen information alls kring mästerskapet. Trots att man inte kan förvänta sig att komma upp till fotbollsnivå vad gäller utrymme i sportmedierna, skulle en förbättrad mediekompetens i förlängningen kunna leda till en ökad exponering. Samtidigt kan en förbättrad mediekompetens omsättas i nya mediestrategier likt de gymnastikförbundet använder sig av. Deras användande av exempelvis Facebook och Twitter har lett till att man frigjort sig från de stora sportmediernas gate-keeping-principer och istället försöker nå ut till sin målgrupp på egen hand. En sådan mediestrategi kan bli allt vanligare hos de mindre bevakade idrotterna eftersom det är svårt att konkurrera med fotboll och ishockey om utrymme i tidningarna.

---

<sup>74</sup> Dahlén, 2008:96

Ytterligare en anledning till att fotboll och ishockey dominerar sportmediernas urval förklaras med den ökade stressen i sportjournalisternas arbete. En större fokusering på snabbhet gör att man väljer att skriva om de ämnena som är enklast. Ofta faller då valet på just fotboll och ishockey. Breddidrotternas möjligheter att synas mer eller mindre kan också ha att göra med i vilken anda journalistiken verkar i. Enligt Strömbäck och Jönssons teori om politik och marknad finns två olika inriktningar för journalistiken att välja, demokratin eller marknadens tjänst.<sup>75</sup> Även om tidningarna anser sig verka för läsarnas intressen är ekonomiska intäkter oundvikligen en förutsättning för att ha en produkt med hög kvalitet. Detta blir särskilt viktigt med den allt tuffare ekonomiska situation som råder bland mediehusen.<sup>76</sup>

Intervjupersonerna som ingått i Delstudie två har olika uppfattningar om i vilken riktning sportjournalistiken är på väg. De flesta tror inte att mångfalden kommer att öka. Samtidigt menar vissa att det finns tecken på att fotboll och ishockeyns dominans kan komma att avta i framtiden. Orsaker till detta är dels att den minskade konkurrensen tidningarna emellan skulle kunna leda till en större bredd. En annan orsak är att människor inte längre enbart är intresserade av fotboll och ishockey, utan att de är mer ”allmänt sportintresserade”. För att mindre bevakade idrotter ska få ett större utrymme krävs dock att något medium gör ett aktivt val om att bryta den existerande trenden. Ett exempel på ett sådant val är SportExpressens satsning ”Supersport”, där tidningens avslutande del ska innehålla en stor variation av sporter.

---

<sup>75</sup> Strömbäck & Jönsson, 2005:7

<sup>76</sup> Nygren, 2008:61

## 8. Slutsatser och diskussion

*Följande kapitel sammanfattar resultaten från Delstudie ett och Delstudie två. Resultaten sätts i kontrast till varandra och slutsatser dras. I slutet av kapitlet ges förslag till vidare forskning.*

### 8.1 Slutsatser och diskussion

Sammanfattningsvis visar denna undersökning att två sporter, fotboll och ishockey, har företräde i Sportbladet men också i andra medier vad gäller utrymme. Dessa sporter räknas som norm. Alla andra idrotter måste förhålla sig till vad som händer i hockey- och fotbollsvärlden, inte tvärtom. Är det slutspel i Elitseriehockeyn eller om Allsvenskan i fotboll är igång, så skriver tidningarna om det.

Delstudie ett visar att varken gymnastik eller ridsport var i närheten av det utrymme fotboll fick under VM i Sydafrika 2010. Trots att Sverige inte deltog i fotbolls-VM skrevs nästan 20 m<sup>2</sup> i Sportbladet de första 16 dagarna. Detta kan tolkas som att Hvitfelts nyhetskriterium om vikten av kort geografiskt och kulturellt avstånd stämmer bättre in på de mindre bevakade idrotterna än fotboll och i viss mån ishockey. Vissa idrottsevenemang, som till exempel fotbolls-VM, har växt sig så stora att ett svenskt deltagande har liten eller ingen som helst betydelse. Den internationella fotbollen har blivit ”lokal på riktigt” som en av intervjupersonerna säger. Att bygga en sådan stark tradition runt en idrott tar tid. I dag skulle ett mästerskap för gymnastik eller ridsport utan ett svenskt deltagande knappast bevakas av tidningarna. Istället ser det snarare ut som att dessa idrotter får finna sig i att endast bli omskrivna när svenska tävlare lyckas eller när något sensationellt inträffar.

I vår undersökning (se Delstudie ett) fick gymnastik ett större medieutrymme än ridsport. Det resultatet kan ses som anmärkningsvärt eftersom ridsporten under OS i Peking hade större sportsliga framgångar än gymnastiken. Medan Rolf-Göran Bengtsson tog ett silver i individuell hästhoppning, deltog inte ens gymnastikens främsta utövare, Veronica Wagner, i mästerskapet. Varför gymnastik ändå fick ett större utrymme än ridsport kan förklaras i att artiklarna om gymnastik ofta handlade om hur kinesiska barn drillas i ung ålder för att bli framgångsrika. Sådana artiklar innehåller ingredienser som kan ses som sensationella och negativt avvikande, vilket resulterar i ett högt nyhetsvärde enligt Hvitfelts

nyhetsvärderingsformel.<sup>77</sup> Slutsatserna är således att sensationella och negativt avvikande händelser, för mindre bevakade sporter i synnerhet, kan väga lika tungt som sportsliga framgångar.

I Delstudie två syns en tydlig trend där sportchefer och sportjournalisters personliga intressen präglar tidningarnas urval. Om de främst är intresserade av fotboll och ishockey faller det sig naturligt att dessa två sporter får mest utrymme i tidningarna. Detta skulle i förlängningen kunna innebära att tidningarna hellre anställer reportrar som är särskilt kunniga inom just fotboll och ishockey. Enligt Lewins teori om gate-keeping måste nyheter passera ett antal gates ("slussar") för att i slutändan nå mottagaren.<sup>78</sup> Mot bakgrund av denna teori skulle sportchefer och sportjournalisters intresse för fotboll och ishockey avspeglas extra tydligt i tidningarnas innehåll. Om tidningarnas gate-keepers är fotbolls- och ishockeyintresserade är det självklart att de två sporterna kommer att dominera. Om cheferna sedan anställer reportrar utifrån att de ska vara kunniga inom fotboll och ishockey blir det en rundgång kring centreringen av dessa två sporter. För att bryta rundgången skulle det då behövas personer med andra sportintressen på de ledande positionerna. Dock upplever vi att vägen till en chefsposition ofta går via ett flertal år som anställd reporter. Att förändra sammansättningarna på redaktionerna skulle vara en lång process och något som får genomföras stegvis.

En annan viktig aspekt gällande tidningarnas urval är att sportjournalistiken är styrd av schemalagda sporthändelser. Om det exempelvis under samma dag spelas viktiga matcher i elitserieslutspelet i ishockey, samtidigt som det är full omgång i Champions Leagues gruppspel i fotboll är det självklart att just dessa två händelser kommer att dominera tidningen dagen efter. Det skulle i sådana fall innebära att även tv-sändningar är något som styr innehållet i tidningarna. En sådan utveckling kan ligga ridsport och gymnastik i fatet, eftersom dessa idrotter, vad vi upplever, inte får i närheten av samma tv-exponering som fotboll och ishockey. Skulle tv istället börja ge mer sändningstid åt mindre bevakade idrotter kanske maktbalansen börjar svikta något. Man bör dock tänka på att de stora europeiska fotbollsligorna sänds på betalkanaler, ett faktum som gör att papperstidningar som exempelvis Sportbladet ser den målgruppen som intressant. Är de villiga att betala för att se produkten, bör de även vilja läsa om den. En minskad exponering för fotboll eller ishockey både vad gäller tidningarnas urval samt tv-kanalernas utbud skulle därför vara ett kontroversiellt beslut

---

<sup>77</sup> Hadenius & Weibull, 2005:346

<sup>78</sup> Hadenius & Weibull, 2005:340



att fatta. Det krävs att någon mediekanal medvetet bryter normen och drar sig mot ett bredare innehåll av sporter. SportExpressen har gjort ett försök att bredda sitt innehåll i och med satsningen ”Supersport” som bygger på att ge utrymme åt fler sporter. Detta går att se som ett första steg mot en jämnare fördelning av idrotter i medierna. Dock är dessa sporter endast synliga i bakvagnen av tidningen, ett faktum som kan uppfattas som att de inte är lika viktiga som fotboll och ishockey.

I samtalsintervjuerna i Delstudie två diskuteras idrottsförbundens olika mediestrategier. Medan gymnastikförbundet ser Google och sociala medier som de viktigaste kanalerna har ridsportförbundet, enligt de journalister och sportchefer som deltagit i Delstudie två, en mer förlegad mediestrategi. I samtalsintervjuerna råder en enhällig uppfattning om att synlighet i rätt kanaler är en effektiv väg för mindre bevakade idrotter att öka sin publicitet i sportmedierna. Vi tror att just synlighet i rätt kanaler kommer att vara en självklarhet inom en snar framtid. Utmaningen för dessa idrotter lär istället ligga i att marknadsföra sina aktiviteter mer tydligt. Om exempelvis en stor tävling i gymnastik pågår blir det viktigt att ha information, tävlingsresultat och eventuellt livesändningar tillgängliga på de aktuella hemsidorna. Det behöver bli en vana för läsare och tittare att omfattande information kring tävlingsarrangemang alltid finns att tillgå. Har man väl kommit så långt finns goda grunder för att få fler människor att intressera sig för sporten. En annan anledning till att vilja synas mer i medierna är det sponsorintresse som publicitet skapar. Om en idrott syns frekvent i tidningar och tv kommer också företag att se investeringsmöjligheter i denna idrott. Dock har medier likt Sportbladet och SportExpressen inget intresse av att låta deras tidningar verka som en slags reklampelare för mindre idrotter. Detta kan förklara varför en del medier väljer att blunda för exempelvis nyhetsbrev som vissa specialförbund sänder ut. Denna uppsats har inte haft för avsikt att undersöka just dessa förhållanden, däremot anser vi att det är en omständighet värd att belysa.

Även konkurrensen mellan tidningarna avspeglar sig i dess innehåll. Om Sportbladet och SportExpressen konkurrerar kraftigt med varandra kommer breddidrotterna få än svårare att nå ut. Exempelvis Sportbladet har fokuserat på tre block de ska vara bäst på. Man vill inte tappa den befintliga läsekretsen, något man tror sig göra genom ett bredare innehåll. Samtidigt är det en balansgång mellan att behålla de läsare man redan har och skaffa sig nya. Som en intervjuperson påpekar finns omkring en halv miljon ridsportintresserade människor i

Sverige som skulle uppskatta att läsa mer om ridsport. Kan tidningarna göra rätt avvägningar finns kanske också möjligheten att både behålla och utöka sin läsekrets.

## 8.2 Förslag till vidare forskning

Ett förslag till vidare forskning är att utöka den kvantitativa undersökningen med fler analysenheter än just Sportbladet. I metodkapitlet motiveras valet av just Sportbladet som analysenhet med att tidningen är den ledande sportbilagan och att den sätter agendan för svensk sportjournalistik. Genom att utöka antalet analysenheter kan resultatet visa om denna teori stämmer. Dessutom skulle man med fördel göra den kvantitativa undersökningen under en längre tidsperiod. Då skulle man kunna dra tydligare kopplingar mellan exempelvis specialförbundens mediestrategier och idrotternas utrymme i sportmedierna. Vi tror även att det hade varit givande att jämföra en kvällstidning med en morgontidning. Utrymmet för sport är mindre i morgontidningarna vilket kan medföra en annan typ av nyhetsvärdering och sammansättning av journalister på redaktionerna. Då skulle man även kunna lägga till fler idrotter i undersökningen än de fyra som vi studerade, för att på så vis ge en mer heltäckande bild.

Vår undersökning öppnar också för vidare forskning kring dessa frågor ur ett genusperspektiv. Ett förslag är att utifrån Hvitfelts nyhetsvärderingsformel undersöka om kvinnliga idrottsevenemang behöver uppfylla fler nyhetskriterier än manliga, för att få utrymme i sportmedierna. Det skulle i sådana fall innebära att man undersöker om manliga idrottsprestationer värderas högre än kvinnliga. Det vore även intressant att undersöka om redaktionernas sammansättning påverkar mediernas innehåll. Speglar könsfördelningen på redaktionerna urvalet? Många sportredaktioner domineras av män. Studien kan då undersöka om denna könsfördelning gör att intresset för herridrott dominerar och urvalet görs därefter. Hade urvalet sett annorlunda ut om könsfördelningen på sportredaktionerna varit jämnare?

En annan intressant forskning är att göra en komparativ analys. Rikstäckande medier som Sportbladet och SportExpressen kan då jämföras med lokala tidningars sportinnehåll. Vi upplever att många mindre bevakade idrotter får ett större utrymme i lokala medier eftersom föreningarna har en stark lokal förankring. Man kan även jämföra utländsk dagspress med den svenska. Gör man i Norge eller Danmark samma typ av urval som i Sverige?

## 9. Käll- och litteraturförteckning

### Källor

Sportbladet, perioden 2008-08-09 – 2008-08-24

Sportbladet, perioden 2010-02-13 – 2010-02-28

Sportbladet, perioden 2010-07-11 – 2010-07-26

### Intervjuer

Samtalsintervju med Lotta Amnestål, informationschef, Svenska Ridsportförbundet. 2012-04-26, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

Samtalsintervju med Håkan Andreasson, sportchef, Sportbladet. 2012-05-03, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

Samtalsintervju med Kristoffer Bergström, reporter, Sportbladet. 2012-04-25, Aftonbladets redaktion, Stockholm.

Samtalsintervju med Ola Billger, sportchef, Svenska Dagbladet. 2012-04-27, Svenska Dagbladets redaktion, Stockholm.

Samtalsintervju med Helena Björck, medieansvarig, Riksidrottsförbundet och SISU Idrottsutbildarna. 2012-04-25, Idrottens hus, Stockholm.

Samtalsintervju med Ludvig Holmberg, reporter, SportExpressen. 2012-04-23, Restaurang Il Piatto, Stockholm.

Samtalsintervju med Henrik Leman, före detta sportjournalist. 2012-04-24, Södertörns högskola, Stockholm (telefonintervju).

Samtalsintervju med Anders Lindblad, sportreporter, Svenska Dagbladet. 2012-04-27, Svenska Dagbladets redaktion, Stockholm.

Samtalsintervju med Birgitta Rittner, informationschef, Svenska Gymnastikförbundet. 2012-04-24, Idrottens hus, Stockholm.

### **Elektroniska källor**

Cronsjoe, Conrad & Lindqvist, Johan: *Rekordmånga kollade OS på webben*. GP, 2008-08-21 <http://www.gp.se/kulturnoje/1.81786-rekordmanga-kollade-os-br-pa-webben> (hämtad 2012-05-18).

Edwinsson, Lisa: *Sportbladet upp med 20 000 läsare*. Sportbladet, 2010-02-04 <http://www.aftonbladet.se/sportbladet/article6543695.ab> (hämtad 2012-05-18)

Helander, Magnus: *Gazetta dello Sport värvar Aftonbladet-reporter*. Resume, 2006-09-19 <http://www.resume.se/nyheter/2006/09/19/gazetta-dello-sport-varva/> (hämtad 2012-05-18)

Holmberg, Ludvig: *Hellner borde ha vunnit*. Expressen, 2012-01-16, <http://bloggar.expressen.se/vinterbloggen/2012/01/hellner-borde-ha-vunnit/> (hämtad 2012-05-18)

Lundgren, Henrik: *Hästfolket rasar mot Anrell: "okunnighet"*. Aftonbladet, 2012-01-18, <http://www.aftonbladet.se/sportbladet/ridsport/article14231020.ab> (hämtad 2012-05-18)

Östberg, Tobias, TT: *Han fixade ett skräll-silver*. Aftonbladet, 2008-08-21, <http://www.aftonbladet.se/sportbladet/os2008/article11492730.ab> (hämtad 2012-05-18)

Riksidrottsförbundet, *Idrotten i siffror 2010*, ingår i Verksamhetsberättelse 2010 sid 1-10. [http://www.rf.se/ImageVault/Images/id\\_16508/scope\\_0/ImageVaultHandler.aspx](http://www.rf.se/ImageVault/Images/id_16508/scope_0/ImageVaultHandler.aspx)

### **Litteratur**

Dahlén, Peter: *Sport och medier: en introduktion*. IJ-förlaget. Kristianstad. 2008.

Esiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik & Wägnerud, Lena: *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts Juridik AB. Stockholm. 2010.

Hadenius, Stig & Weibull, Lennart: *Massmedier: En bok om press, radio & TV*. Albert Bonniers Förlag. Stockholm. 2005.

Kvale, Steinar: *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB. Lund. 1997

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend: *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur AB. Lund. 2009.

Nygren, Gunnar: *Nyhetsfabriken: journalistiska yrkesroller i en förändrad medievärld*. Studentlitteratur AB. Lund. 2008.

Nygren, Gunnar: *Yrke på glid: om journalistikens de-professionalisering*. Sim(o). Stockholm. 2008.

Strömbäck, Jesper & Jönsson, Anna Maria: *Nyheter i konkurrens: journalistikens kommersialisering*. Nordicom. Göteborg. 2005.

Trost, Jan: *Kvalitativa intervjuer*. Studentlitteratur AB. Lund. 2009.

Wallin, Ulf: *Sporten i spalterna: sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Univ. (JMG), Göteborg. 1998.

### **Uppsatser**

Strömgren, Katarina & Strandlund, Sara. *Sportens nyhetsvärdering i kvällspress*. Mittuniversitetet i Sundsvall. 2009.

Sjöblom, Dan & Söreskog, Martin. *I huvudet på en sportjournalist*. Högskolan i Jönköping. 2009.

## **Bilaga 1: Intervjuguide - sportjournalist**

### **Bakgrundsfrågor:**

Hur länge har du jobbat som sportjournalist?

Har du någon journalistutbildning?

Hur ser du på din yrkesroll?

### **Frågor om sportjournalistik:**

Vad är det framförallt som skiljer sportjournalistik från övrig journalistik?

Vad anser du om kvalitén på sportjournalistik jämfört med övrig journalistik i Sverige?

Vad anser du om kvalitén på svensk sportjournalistik jämfört med internationell sportjournalistik?

Sport har historiskt sett gått från väldigt lite till väldigt mycket utrymme i medierna, anser du att kvalitén upprätthålls eller har den fått ge vika för kvantiteten?

Tror du att ett ökat utrymme för sportjournalistik innebär en bredare bevakning av sporterna, eller får de dominerande sporterna ännu mer utrymme?

Behöver sporter som är mindre bevakade uppfylla fler av Hvitfeldts nyhetskriterier för att plats i tidningen, än de sporter som får stort utrymme?

Beskriv din personliga nyhetsvärdering, vad är viktigt för dig?

Anser du att du i din yrkesroll tillämpar gate-keeping, eller är det tidningens ledning som ansvarar för detta?

Hur ser du på specialreportrar?

Vad upplever du styr ert urval av nyheter?

Hur mycket kan du själv påverka urvalet? Är det dina egna intressen eller direktiv från ledningen som styr?

Om du själv fick bestämma, vilka sporter skulle dominera i din tidning?

Hur ser du på att fotboll och ishockey är så pass dominerande?

Anser du att din tidning har en demokratisk eller marknadsstyrd agenda?

Tycker du att det är viktigt med en bred bevakning?

**Frågor om förändringar i arbetssätt/arbetsförhållanden:**

Kan du beskriva en vanlig arbetsdag?

Hur upplever du att internet och ny teknologi såsom surfplattor påverkar din arbetsroll?

Upplever du att tidningens ekonomi påverkar vad du som reporter tillåts skriva om?

Hur ser de på era konkurrenter?

Upplever du att ni ”tävlar” med dem? Hur tycker du isåfall att det påverkar ert urval?

Hur är det med tillgängligheten, får man tag på idrottsfolket?

Hur ser du på idrottsutövarnas attityd gentemot medierna? Är den annorlunda beroende på vilken idrott som utövas?

Hur pass viktigt är det med en svensk vinkel på texterna?

Hur ser du på att jobba efter deadlines?

Hur ser du på att jobba mot flera kanaler samtidigt?

**Frågor om framtiden för sportjournalistiken:**

I vilken riktning tror du att sportjournalistiken är på väg?

Kommer vi i framtiden att få se en större bredd i bevakningen eller kommer sportjournalistiken rent av bli ännu mer specialiserad?

Kommer fotboll och ishockey att fortsätta dominera?

## **Bilaga 2: Intervjuguide - sportchef**

### **Bakgrundsfrågor:**

Hur länge har du jobbat som sportchef?

Har du någon journalistutbildning?

Hur ser du på din yrkesroll?

### **Frågor om sportjournalistik:**

Vad är det framförallt som skiljer sportjournalistik från övrig journalistik?

Vad anser du om kvalitén på sportjournalistik jämfört med övrig journalistik i Sverige?

Vad anser du om kvalitén på svensk sportjournalistik jämfört med internationell sportjournalistik?

Sport har historiskt sett gått från väldigt lite till väldigt mycket utrymme i medierna, anser du att kvalitén upprätthålls eller har den fått ge vika för kvantiteten?

Tror du att ett ökat utrymme för sportjournalistik innebär en bredare bevakning av sporterna, eller får de dominerande sporterna ännu mer utrymme?

Behöver sporter som är mindre bevakade uppfylla fler av Hvitfelts nyhetskriterier för att plats i tidningen, än de sporter som får stort utrymme?

Vad är din syn på gate-keeping och vilken möjlighet har du som sportchef att sortera bland nyheterna?

Beskriv din personliga nyhetsvärdering, vad är viktigt för dig?

Hur ser du på specialreportrar?

Finns det, rent ekonomiskt, plats för specialreportrar för andra idrotter än fotboll och ishockey?

Hur mycket bestämmer ni om vad era reportrar ska skriva om och hur mycket är egna initiativ från dem?

Om du själv fick bestämma, vilka sporter skulle dominera i din tidning?

Hur ser du på att fotboll och ishockey är så pass dominerande?



### **Frågor om förändringar i arbetssätt/arbetsförhållanden:**

Kan du beskriva en vanlig arbetsdag?

Hur upplever du att internet och ny teknologi såsom surfplattor påverkar era möjligheter som ett sportjournalistiskt medium?

Upplever du att tidningens ekonomi påverkar vad som reportrarna tillåts skriva om?

Hur ser ni på era konkurrenter?

Upplever du att ni "tävlar" med era konkurrenter? Hur tycker du isåfall att det påverkar ert urval?

Hur pass viktigt är det med en svensk vinkel på texterna?

Prioriteras det svenska före sporter som globalt sett är stora, men som kanske saknar svenska stjärnor?

Vad anser du är ert syfte, att informera eller sälja?

Ser du på era läsare som konsumenter eller medborgare ni ska informera?

Är det läsarna eller ägare och investerare som styr innehållet?

Vem eller vilka bestämmer hur fördelningen i en upplaga ser ut innan den går till tryck?

### **Frågor om framtiden för sportjournalistiken:**

I vilken riktning tror du att sportjournalistiken är på väg?

Kommer vi i framtiden att få se en större bredd i bevakningen eller kommer sportjournalistiken rent av bli ännu mer specialiserad?

Kommer fotboll och ishockey att fortsätta dominera?

## **Bilaga 3: Intervjuguide – förbundsrepresentant**

### **Bakgrundsfrågor:**

Hur länge har du jobbat inom detta förbund?

Hur ser du på din yrkesroll?

### **Frågor om sportjournalistik:**

Hur ser du på dagens sportjournalistik?

Vad anser du om kvalitén på svensk sportjournalistik jämför med övrig journalistik?

Sport har historiskt sett gått från väldigt lite till väldigt mycket utrymme i medierna, anser du att kvalitén upprätthålls eller har den fått ge vika för kvantiteten?

Är det viktigt för er idrott att synas i medierna?

Skulle du vilja att er idrott syntes mer i medierna?

Upplever du att era utövare vill synas mer i medierna än vad de gör?

Hur viktigt upplever du att det är att ha stora svenska stjärnor för att få synas i medierna?

Vilken betydelse har medierna för er idrott?

Om du själv fick bestämma, vilka sporter skulle dominera om du ägde en tidning?

Hur ser du på att fotboll och ishockey är så pass dominerande?

Vad tycker du borde styra tidningarnas urval?

Vad anser du är mediernas uppgift?

### **Frågor om framtiden:**

I vilken riktning tror du att sportjournalistiken är på väg?

Tror du att vi i framtiden kommer få se en större bredd i bevakningen eller kommer sportjournalistiken rent av bli ännu mer specialiserad på fotboll och hockey?

Vilka konsekvenser får litet medieutrymme för er sport?

Görs det något, rent konkret, från förbundets sida för att synas mer i medierna?

Upplever du att ni själva har någon möjlighet att påverka hur mycket som skrivs om er sport i tidningarna?

Vilka är isåfall dessa möjligheter och arbetar ni mycket med detta?

## **Bilaga 4: Intervjuguide – riksidrottsförbund**

### **Bakgrundsfrågor:**

Hur länge har du jobbat inom detta förbund?

Hur ser du på din yrkesroll?

### **Frågor om sportjournalistik:**

Hur ser du på dagens sportjournalistik?

Vad anser du om kvalitén på svensk sportjournalistik jämför med övrig journalistik?

Sport har historiskt sett gått från väldigt lite till väldigt mycket utrymme i medierna, anser du att kvalitén upprätthålls eller har den fått ge vika för kvantiteten?

Skulle du vilja att fler idrotter syntes mer i medierna?

Vilken betydelse tror du medierna har för de olika idrotterna?

Hur viktigt är det att ha stora svenska stjärnor? Hur mycket tror du att det styr vilka sporter som syns i medierna?

Om du själv fick bestämma, vilka sporter skulle dominera om du ägde en tidning?

Hur ser du på att fotboll och ishockey är så pass dominerande?

Vad tycker du borde styra tidningarnas urval?

Sporter som gymnastik och ridsport har väldigt många utövare, varför tror du att dessa sporter ändå syns så lite i medierna?

Vad anser du är mediernas uppgift?

### **Frågor om framtiden:**

I vilken riktning tror du att sportjournalistiken är på väg?

Tror du att vi i framtiden kommer få se en större bredd i bevakningen eller kommer sportjournalistiken rent av bli ännu mer specialiserad på fotboll och hockey?

Vilka konsekvenser får litet medieutrymme för mindre sporter?

Upplever du att RF har någon möjlighet att påverka tidningarnas bevakning? Vilka är isåfall dessa möjligheter och arbetar ni mycket med detta?