

Uppsala universitet
Statsvetenskapliga institutionen

En chockerande studie om rubriksättning

Rubriksättningsproblematik i svensk media ur demokratisynpunkt

Kandidatuppsats 15hp

HT 2015

Statskunskap C

Viktor Hedman

13 853 ord

37 sidor

2016-01-04

Abstract

Denna uppsats avser besvara huruvida rubriksättningen i media är bra eller dålig på att förmedla artiklarnas innehåll, vilket kan vara ett problem ur demokratisynpunkt, samt om nyheternas inträde på internet kan vara orsaken. Forskning av Daniel Dor visar på att en läsare generellt skannar rubriker snarare än att läsa tillhörande artikel, samtidigt som relevans teorin pekar på att det är en risk att således också bilda sig kunskap utifrån dessa rubriker. Utifrån denna bakgrund analyseras resultaten med utgångspunkt i Robert A. Dahls demokratikriterium upplyst förståelse. Undersökningen använder sig av metoden innehållsanalys och fokuserar på rubriksättningen i Sveriges största dags- respektive kvällstidning, DN och Aftonbladet. De år som undersöks är 1995 och år 2015, vilket är innan de tryckta tidningarna också etablerade sig på internet respektive det år undersökningen genomförs. Kompletterande frågor ställs också till en anställd på DN som förklarar att rubriksättningsprocessen förändrats från 1995 till 2015. Resultatet av innehållsanalysen är att både DN och Aftonbladet har en betydande del, utifrån tillhörande artikel, informationsmässigt begränsade rubriker både år 1995 och 2015. Vidare argumenteras dessa resultat vara ett demokratiskt problem utifrån demokratikriteriet upplyst förståelse, eftersom de då riskerar att bilda sig utifrån artiklarnas felaktiga åsikter.

Nyckelord: rubriker, rubriksättning, demokrati, media, internetnyheter, nyheter, Dahl, upplyst förståelse, DN, Aftonbladet, 1995, 2015, relevans teori, sensationalism, innehållsanalys

Innehållsförteckning

1. Inledning	2
1.1 Syfte och forskningsfrågor	3
1.2 Avgränsning	4
2. Teoretisk bakgrund	5
2.1 Dahls kriterium upplyst förståelse	5
2.2 Tidigare forskning	6
2.2.1 Medieanvändning.....	7
2.2.2 Relevanteori och sensationalism	7
2.2.3 Digitalisering	10
3. Metod.....	13
3.1 Metodbeskrivning	13
3.2 Urval.....	14
3.3 Kodning	16
3.4 Validitet och reliabilitet.....	20
4. Resultat.....	23
4.1 Aftonbladet och DN 1995 och 2015	23
4.2 Frågor till Clas Svahn	25
5. Slutsatser och diskussion.....	27
6. Sammanfattning.....	32
7. Källförteckning	34
8. Analyserat material	35

1. Inledning

Även om vissa medborgare kanske vet mer om en fråga vid en given tidpunkt är vi alla kapabla att lära oss vad vi behöver kunna i frågan.

(Dahl 2000:36)

För att på riktigt kalla Sverige för en demokrati ska landet, enligt Robert A. Dahl (2000:35), uppfylla vissa kriterier. Ett av dessa kriterier är upplyst förståelse, vilket åsyftar att alla i landet på ett jämlikt och enkelt sätt ska kunna ta del av information och nyheter för att ha möjlighet att på ett konstruktivt sätt engagera sig i samhällsdebatten och lägga en upplyst röst i landets demokratiska val. Denna sorts upplysta förståelse kan erhållas på olika sätt, men det vanligaste sättet är via media. Dock är marknaden för media just nu en marknad som genomgår omfattande förändringar.

Den nya informationstekniken och digitaliseringen har sänkt kostnaderna för både producenter och konsumenter att göra inträde på mediemarknaden, vilket syns i en konstant ökande användning av internet för att förmedla nyheter och ta del av nyheter. Samtidigt minskar användandet av gamla medier (tv, tryckta tidningar och radio) och medborgare övergår istället till att ta del av nyheter via smartphones och onlinetidningar. Trots detta minskar nyhetsanvändandet generellt (Weibull 2013:19f). I en demokrati är det viktigt att information och nyheter ska vara tillgängliga för alla för att allmänheten ska kunna bilda sig en korrekt uppfattning av vad som händer i landet och världen. Eftersom nyhetsanvändandet flyttas till internet finns anledning att granska hur väl detta så kallade "nya medium" faktiskt förmedlar information.

Nyhetskällor tävlar konstant i att fånga personers uppmärksamhet för att på så vis försäkra sig om en inkomst genom reklam, och försöker därför få sin information att framstå som relevant, akut, viktig eller annorlunda (Molek-Kozakowa 2013:174). En av de absolut viktigaste frågorna för en journalist som ska publicera en artikel online är: "Vad får våra läsare att klicka sig in på denna artikel?". Om läsaren inte går in på artikeln kommer denne person för det första inte kunna bilda sig en korrekt uppfattning om artikelns innehåll, och för det andra spenderar läsaren mindre tid på tidningens hemsida vilket leder till mindre marknadsföringsintäkter (Nygaard Blom & Reinecke Hansen 2014:87). Journalistens verktyg för att locka in läsaren är således rubriksättningen.

Rubriker ska, utifrån journalistiska textböcker, egentligen fylla två funktioner:

- (a) sammanfatta och
 - (b) attrahera läsarens uppmärksamhet till artikeln i helhet.
- (Infantidou 2008:699)

Även om detta är till synes fundamentalt ifrågasätter tidigare forskning rubrikers förmåga att träffsäkert sammanfatta innehåll i artiklar (Althaus 2001; Andrew 2007; León 1997; Smith 1999). Problematik i rubriksättningen påvisas i samband med politiska nyheter, valbevakningsnyheter, förståelse för läsning samt att rubriker generellt inte inkluderar substantiell information. En av dessa problem är sensationalism, vilket används för att genom rubriksättning locka läsaren att läsa tillhörande artikel. Utifrån sensationalism, och mediers inträde på internet, har också fenomen som "click bait" och "forward-reference" växt fram. Dessa är olika tillvägagångssätt för att skapa rubriker med syfte att väcka läsarens nyfikenhet genom att i rubriken hänvisa till ett specifikt innehåll i artikeln. Man ska enligt dessa tillvägagångssätt utelämna information om artikelns innehåll för att läsaren inte ska kunna stilla nyfikenheten, eller tolka informationen, utan att läsa själva artikeln. När information utelämnas i rubriker försvårar det för läsarens skapande av den upplysta förståelse som Dahl diskuterar, eftersom kriteriet menar att medborgarna på ett enkelt och jämlikt sätt ska få tillgång till information.

1.1 Syfte och forskningsfrågor

Daniel Dor har observerat att läsare generellt skannar rubriker snarare än att läsa tillhörande nyhetsartikel (Dor, 2003:696–697, 718, 720). Att endast fokusera på läsning av rubriker som att de skulle vara egna nyheter i sig själva innebär alltså problem, eftersom en rubrik inte kan sammanfatta en heltext. Rubriken fokuserar istället på att rikta läsarens uppmärksamhet till en liten del av innehållet, på att belysa ämnet på ett subjektivt men attraherande sätt eller att översimplifiera innehållet (Infantidou 2008:700). Detta leder till att läsaren kan få en snedvriden och felaktig tolkning av den beskrivna händelsen eftersom nyheter sällan kan presenteras i enbart en mening, och än mindre i en mening som är tänkt väcka intresse. Därför är syftet med denna uppsats att undersöka hur rubriksättningen kan göra det svårare för människor att uppnå sådan adekvat information som krävs för att demokratikriteriet upplyst förståelse ska kunna uppfyllas, samt att studera om digitaliseringen påverkat förutsättningarna. Att ta del av nyheter på ett korrekt sätt, och således vad som faktiskt händer i världen eller närområdet är ett sätt att söka erhålla upplyst förståelse. Om läsaren inte tar in

hela artikeln kan inte denne påstås med säkerhet ha förstått vad artikeln faktiskt handlade om (Infantidou 2008:702).

Dahl menar med demokratikriteriet upplyst förståelse att information ska vara lättillgänglig för att personer ska kunna skapa sig en uppfattning om den och sedan på ett korrekt sätt kunna försvara sina intressen. Ett av de mest lättillgängliga sätten att erhålla information är således genom att läsa rubriker. Det blir därför relevant att undersöka i vilken utsträckning dessa rubriker gör en informativ approximering av artikelns innehåll. Avsikten är således att ta reda på huruvida ett beteende där läsaren bildar sig sin upplysta förståelse genom att läsa rubrikerna, istället för att läsa tillhörande artiklar, är ett problem. Kan personer som endast skannar rubriker och förstasidor sägas få en adekvat bild av innehållet i nyheterna som faktiskt publiceras? Detta beror på hur pass väl en rubrik sammanfattar artikeln i helhet.

De forskningsfrågor som ställs i denna uppsats ämnar söka svar på hur informationsmässigt tydlig rubriksättning är i media, men också om den ökande användningen av nyhetskanaler på nätet, i dess nuvarande form, ger demokratin försämrade förutsättningar. Frågeställningen lyder:

- 1) Hur informativ var rubriksättningen på förstasidan i Aftonbladet respektive DN år 1995?
- 2) Hur informativ var rubriksättningen på förstasidan i Aftonbladets respektive DN:s internetnyheter år 2015?
- 3) Har rubriksättningen informationsmässigt förändrats i DN och Aftonbladet mellan 1995 och 2015?
- 4) Utifrån Dahls kriterium upplyst förståelse, hur kan resultatet från forskningsfrågorna 1-3 tolkas?

1.2 Avgränsning

Uppsatsen har avgränsat sig till att undersöka två årtal och två medier. De valda medierna är Aftonbladet och DN som är Sveriges (till läsarantal) största kvälls- respektive dagstidning både 1995 och 2015, och således de två tidningar som når störst del av befolkningen. År 1995 valdes eftersom det var det sista året innan någon svensk tidning etablerade sig på internet. Således bör varken Aftonbladet eller DN år 1995 vara påverkade av exempelvis rubriksättningsmetoderna ”click-baits” och ”forward-reference”, vilka uppstod i samband med mediernas inträde på internet. Det andra året som undersöks är år 2015, vilket är samma år som undersökningen genomförs och årtalet valdes för att göra undersökningen så aktuell som möjligt.

2. Teoretisk bakgrund

2.1 Dahls kriterium upplyst förståelse

Robert A. Dahl presenterar i *On Democracy* (2000) fem idealkriterier för hur en demokrati ska se ut ur ett idealtypsperspektiv. Dessa är effektivt deltagande, likhet i röstning, upplyst förståelse, kontroll av agendan samt inkludering av vuxna (medborgare). Dessa fem beskriver vad som, enligt Dahls maximala demokratidefinition, krävs för att en stat ska kunna ses som fullständigt demokratisk. Det kriterium som denna uppsats fokuserar på är upplyst förståelse. Detta kriterium innebär att samtliga medborgare ska kunna, inom ett rimligt tidsspänn, ha likvärdiga och effektiva möjligheter att bilda sig en uppfattning om aktuella frågor. Detta genom att ta del av relevanta för- och motargument samt eventuella konsekvenser av vad frågan kan leda till (Dahl 2000:37). Även om Dahl menar att samtliga medborgare är politiskt jämlika och kvalificerade att delta i beslut så måste de ändå ha tillräckliga möjligheter att diskutera, läsa på och förbereda sig inför beslutet i förhand för att ta ett upplyst ställningstagande (Dahl 2000:39).

Medborgare ska enligt Dahl själva kunna få tillgång till den information, och genom detta också valmöjligheter, som är nödvändig för att avgöra om en politikers förslag är det bästa i den givna situationen. Kriteriet innebär också att personer ska lära sig att se igenom propaganda eftersom de ska ha tillgång till den information som krävs för att analysera frågan från olika perspektiv. Medborgaren ska således på ett enkelt sätt kunna informera sig för att veta vad som ligger i hans eller hennes intresse i respektive fråga. Dahl förklarar att kriteriet upplyst förståelse gör det svårt att rättfärdiga procedurer som begränsar sådan information som hade bidragit till att medborgaren hade nått ett annat beslut, än vad hen faktiskt gjorde. Vidare menar han att problem uppstår när vissa medborgare får det mycket enklare än andra att erhålla sådan information som kan påverka besluten. För att komma till ett upplyst och informerat beslut, som också ligger i linje med det intresse man har eller representerar, krävs att relevant information finns tillgänglig. En fara är att information kan vinklas eller döljas, vilket direkt eller indirekt påverkar läsarnas åsikter.

En annan problematik är om bevakning av politisk debatt fokuserar mer på politikerns personlighet istället för dennes åsikter och planer. Medborgare kan utifrån ett sådant fokus börja tro att politikerns karaktär är det viktiga. Denne riskerar därför att missa informationen om vilken politik som kommer föras, vilket försvårar för medborgarens fattande av ett upplyst beslut i frågan. Detta kan leda till att mottagaren erhåller en åsikt eller världsbild som inte speglar dennas egentliga intresse (Gordon 2001:31). Risken för att detta sker i rubriksättning är stor, eftersom det i dessa fall alltid finns en andel personer som endast läser rubriken och inte själva artikeln. Rubriksättningen kan bli chockerande eller snedvriden när motivet är att locka läsare. I nutid finns det en hög kvantitet av informationskällor tillgängliga och det blir omöjligt för varje användare att gå igenom all nödvändig

information. Att rubriksättning är korrekt och tillräckligt informativ blir alltså ett extra viktigt verktyg för att kunna hinna gå igenom den informationsmängd som finns disponibel. Väl fungerande media krävs för att medborgare ska kunna ta del av lokal så väl som global information och således skapa sig den upplysta förståelse som Dahl diskuterar.

2.2 Tidigare forskning

Detta avsnitt inleds med en överblick av den svenska medieanvändningen under den period som avses undersökas, och hur en förflyttning skett från 1990-talet till idag från tryckta tidningar till internettidningar. Eftersom uppsatsens frågeställning ämnar belysa rubriksättningen i tryckt tidning 1995 samt internettidning 2015 blir det relevant att se hur många som faktiskt påverkas av rubriksättning som fenomen. Under uppsatsens inledning nämns att en rubriks huvudsyfte är att delvis sammanfatta artikeln och delvis locka personer att läsa artikeln. Relevante teorier av Deidre Wilson och Dan Sperber används för att förklara hur personer tolkar läsning av något där exakt vad som menas ej står skrivet. Flera forskare (Infantidou 2008; Dor 2003) kopplar relevante teorier till hur just läsning av endast rubriker skulle kunna ge en annan bild av händelser än vad artikeln gör, i synnerhet i de fall där rubriken fokuserat mer på att locka in läsaren än på att sammanfatta artikelns innehåll. Avsnittet innehåller även mer information om hur rubriker bör och inte bör se ut, där Katarzyna Molek-Kozakowas resonemang om sensationalism i rubriksättning tas upp. Vidare i detta avsnitt diskuteras digitalisering av media. Där lyfts W. Lance Bennetts argument om att länder är skyldiga sina medborgare en tillräcklig utbildning i källkritik, för att undvika bildandet av informationsmässigt felaktiga åsikter, som i sin tur förenklar för bildandet av upplyst förståelse.

Det finns forskning om betydelse av rubriksättning generellt, men trots sökningar på relevanta ämnen har få studier hittats gällande själva innehållet i rubrikerna. Den mest relevanta om just rubriksättningens innehåll som jag funnit gjordes av Jonas Nygaard Blom och Kenneth Reinecke Hansen som undersökt förekomsten av "click-bait"-rubriker i dansk media, samt motiverat detta utifrån de annonsintäkter de får per klick. Fler studier finns gällande marknadstänk och rubriksättning (Lau & Wydick 2014), men många andra är inriktade på vilket beteende en nyhetsläsare har (Infantidou 2008; Dor 2003; Althaus 2001). Svenska studier gällande rubriksättning, även i generell bemärkelse, har av mig ej hittats trots sökningar på relevanta ämnen. Ett av Gary King, Robert Keohane och Sidney Verbas kriterier (1994:16f) för vetenskaplig relevans är att en undersökning är relevant när den ses av akademiker som viktig samt att det ej har genomförts en systematisk studie om denna specifika fråga. Således, om en slutsats kan dras från undersökningen kan denna uppsats sägas ha gjort ett bidrag till forskningen.

2.2.1 Medieanvändning

Från 1990 visar statistiken att samtliga sätt att i Sverige ta del av nyheter (tv, papperstidning, radio) minskar, utom onlinenyheter som fram till 2010 ökade starkt (Weibull 2013:19). Därefter stagnerade ökningen och låg kvar på ungefär samma nivå till 2015, där 76 % av svenskarna läste sina dagstidningar på internet (Findahl och Davidsson 2015:3). Däremot minskade svenska nyhetsprenumerationer med 20 procentenheter under perioden 1995 till 2015, och de som drabbades hårdast av minskningen var lokala dagstidningar (Findahl & Davidsson 2015:97). De lokala morgontidningarna fick det svårt att etablera sig i- och vara fortsatt etablerade på nyhetsmarknaden under början av 2000-talet. Många tidningar fick förvärvas av förstetidningen på orten och därmed ofta ingå i större tidningsgrupper. Koncernbildningen ökade på tidningsmarknaden och år 2010 kontrollerade Bonnier och Stampen, de två största koncernerna, tillsammans halva tidningsupplagan i Sverige (Weibull 2013:23).

Weibull (2013:21) visar att 75 % av alla svenskar läste dagstidningen 5 dagar per vecka eller mer år 1995. Samma siffra för 2012 hade minskat med 20 procentenheter till 55 %. Denna minskning kan dock ha varit en överflyttning till internet eftersom det 2012 var just 20 % som läste morgontidningen online i stället för i tryckt form. Gällande svenska tryckta kvällstidningar var det år 1995 färre, nämligen 25 %, som läste 3 dagar per vecka eller fler vilket minskade till 14 % år 2012. Däremot hade Aftonbladet.se 2012 ensam 32 % av alla svenskar som läsare, samtidigt som Aftonbladet också växte i tryckt form. 2004 hade Aftonbladet.se fler läsare än Aftonbladet i tryckt form (Weibull 2013:23).

Denna statistik pekar följaktligen på att både onlinetidningar och tryckta tidningar är och har varit ett för medborgaren signifikant sätt att ta del av information för att kunna delta i samhällsdebatt. Genom Dors observation att läsare generellt skannar rubriker snarare än att läsa tillhörande nyhet framhålls att rubriksättningen blir extra viktig (Dor, 2003:696–697, 718, 720).

2.2.2 Relevanteori och sensationalism

Relevanteori handlar om hur någon tolkar information genom synintryck och ljud eller genom tankar, minnen, antaganden och sedan omvandlar det till kunskap (Sperber & Wilson 2012). Denna kunskap kommer i sin tur ligga som grund nästa gång personen tolkar något. Detta kan relateras till rubriksättning. Om en person läser en rubrik och tolkar dess information utifrån hur den är formulerad kombinerat med vilka tidigare kunskaper eller antaganden personen har i det specifika området, skapar personen sin slutliga kunskap som denne i sin tur kommer bilda sin nästa åsikt utifrån. Exempelvis kan nya och befintliga antaganden kombineras för att skapa nya slutsatser eller nya bevis

som antingen bekräftar, motsäger eller eliminerar för personen redan kända fakta. Detta kallar Sperber och Wilson att skapa relevans.

För att förstå relevans teori i sammanhanget med rubriksättning argumenterar Infantidou (2008:705) för att man då vanligtvis kopplar ihop informationen med den kontext i vilken man tillägnar sig denna information. Läsaren skapar då egna samband och sammanhang baserat på intresse, bakgrundsinformation samt antaganden och skapar då en betydelse. När hela artikeln läses kommer personen direkt få tillgång till hela artikelns fakta, men vid läsning av endast rubriken försöker läsaren att skapa relevans endast utifrån denna sammanfattning av artikelns fakta. Den betydelse som läsaren bildar genom rubriken behöver inte nödvändigtvis överensstämma med interpretationen som gjorts om personen läst tillhörande artikel (Dor, 2003:696). När någon läser en rubrik kommer personen att göra en tolkning av informationen. Risken är att läsaren slutar tolka eller ifrågasätta och istället bilda sig en ny – eller bekräfta en befintlig – uppfattning eller åsikt om ämnet direkt när denne tror sig inneha tillräcklig information. Detta trots att personen endast tagit del av fragment från informationen (Infantidou, 2008:704).

Dor (2003:716) beskriver ett antal kriterier utifrån relevans teorin, vilka också ligger till grund för denna undersökning, för att rubriker ska kunna skapa relevans och således utifrån artiklarna korrekt information. Rubriken ska optimera hur väsentligt läsaren tycker något är genom att vara kortfattad, tydlig, undvika användning av metaforer, inte vara tvetydig samt lätt att läsa. Det ska inte krävas särskilt mycket av läsaren för att förstå vad artikeln handlar om, utan kontexten ska framgå genom att skapa ett så tydligt samband som möjligt mellan rubrik och artikel. Rubriken ska inte innehålla antaganden som det förväntas att läsaren redan ska vara insatt i, vilket innebär att rubriksättaren inte ska göra en rubrik baserad på en annan artikel eller tidigare förväntningar. Den ska inte heller innehålla namn som inte är särskilt allmänt kända i den geografiska population som mediet vill nå ut till, utan hellre fokusera på titlar. Om artikeln handlar om "Spaniens kung" är det tydligare att skriva ut titeln snarare än att skriva ut Felipe VI. Rubriken ska göra att läsaren känner ett intresse för innehållet, och ett för personen okänt namn är sällan intresseskapande. Det är inte ofta rubriker kan möta samtliga dessa kriterier, så konsten är att formulera rubriker som uppfyller så många av ovan nämnda kriterier som möjligt och fortfarande är intressanta för läsaren. På så vis skapar man ett optimalt förhållande mellan hur väl rubriken sammanfattas, hur väl man lockar in läsaren samt vilken ansträngning som krävs för att bearbeta rubriken. En rubrik bör således vara tillräckligt sammanfattande att läsaren kan bilda sig en generell uppfattning från den, men ändå indikera att det finns ett syfte i att läsa igenom helheten (Dor, 2003:716).

En ytterligare faktor av vikt vid rubriksättning är att undvika användandet av metaforer. En metafor beskriver något i termer av något annat som det inte är. Exempelvis är uttrycket "att gå in i

väggen” vanligt att använda för att beskriva något annat än att en person fysiskt går in i en existerande vägg. Metaforer är i rubriksättning således ett stilistiskt hjälpmedel som i grunden avser att exempelvis underlätta för läsaren att relatera till vad som hänt. Risken med metaforer i rubriksättning, i enlighet med relevansteorin, är att en person inte tänker igenom själva innebörden av denna information. Eftersom läsaren förmodligen redan har en existerande uppfattning innebär det att denne kanske direkt relaterar till uppfattningen istället för vad rubrikskaparen avser med metaforen. Detta leder till att personen riskerar att tolka rubriken antingen bokstavligt eller baserat på annan information som kanske inte ens är relaterad till det själva artikeln handlar om (Molek-Kozakowska 2014:153f). Dessa ovan nämnda kriterier blir särskilt relevanta de gånger när läsaren ej läser artikeln utan endast rubriken, och genom denna bildar sig en uppfattning.

Ett annat vanligt tillvägagångssätt i rubriksättning, som riskerar förvränga information i rubriker och även skapa en sorts norm i mer extrema händelser, är sensationalism. Inom journalistik används det för att formulera rubriker som präglas av drama eller andra trivialiteter som förstoras upp, men är i slutändan skadlig för demokratin (Molek-Kozakowa 2013:174). Metoden innebär att genomgående framställa alla nyheter som speciella, enastående, extraordinära, unika och alltså nyhetsvärda. Nyheterna fylls med våld, förödelse, skandaler, olyckor, krig, väderfenomen, framsteg, firanden och andra extraordinära händelser. Personer som kallas in för att ge sin åsikt kan trots amatörstatus framställas nästan som en expert. De foton som följer med artiklar visar på misär eller olycka. Nyheterna blir mer och mer fränkopplade från hur verkligheten egentligen ser ut, vilket gör att det blir mer likt underhållning snarare än en källa för att skapa den upplysta förståelse som krävs för demokrati. Det kan också vara skadligt för nyheter i helhet eftersom sensationalism riskerar att skapa en vana och norm om vad som är nyhetsvärde. Dessa sensationella rubriker innebär ett problem för skapandet av upplyst förståelse.

Detta finns en konflikt mellan att å ena sidan göra informativa och lättlästa rubriker som fyller funktionen att beskriva innehållet i artikeln, och samtidigt locka in läsaren för att faktiskt ta del av den information som artikeln redogör för. Om rubrikerna är för informativa, och inte alls använder sig av sensationalism eller andra knep för att locka in läsaren kanske de inte i tillräckligt hög grad attraherar personer att läsa artikeln i helhet, vilket gör att de ändå missar information. Om rubrikerna istället är för intresseväckande tappar man ofta det informativa i rubriken, vilket också kan innebära problem. Om rubriken inte är informationsmässigt korrekt och läsaren inte tar del av artikelns innehåll kan informationen i rubriken bli utgångspunkten som personen bildar sin uppfattning på. Således skapar sig denne, enligt relevansteorin, en felaktig bild om händelsen. I fallet sensationalism kan det innebära att beskriva något som extremt i rubriken, för att först i artikeln förklara vad som hänt och att det kanske inte var särskilt extremt. Behovet att läsa någon annanstans för att skapa en

referenspunkt beskrivs genom det engelska ordet "phoricity" (Du Bois 1980:226). Med referenspunkt syftas i detta fall på ett specifikt innehåll i en artikel, vilket innebär att det inte räcker att läsa rubriken för att förstå innebörden av artikeln. Denna phoricity återfinns i princip i samtliga sensationella rubriker där rubriken förstorar upp en händelse som sedan tonas ned i själva artikeln. Dock är det inte bara rubriker, utan även artiklar, som kan vara sensationella. I de fall där både rubrik och artikeln förstorar något ur proportion hjälper det inte att bara läsa artikeln, men det är vanligare som rubriksättningsknep (Molek-Kozakowa 2013:174f). Om rubriken då är skriven för att locka in läsaren snarare än att sammanfatta artikelns innehåll riskerar läsaren att bilda sig andra åsikter än vad den gjort om den fått tagit del av innehållet i artikeln. Således försvårar denna phoricity möjligheten till att bilda sig den upplysta förståelse som enligt Dahl behövs för att på ett bättre sätt kunna ta informerade beslut i ett demokratiskt samhälle.

2.2.3 Digitalisering

Redan innan företag började etablera sig på internet diskuterade en stor mängd forskare om något som kan kallas för digitalisering. Mycket var digitalt redan då, men jämfört med dagsläget har det digitala landskapet genomgått omfattande förändringar (Appelgren, Leckner & Mejtoft 2013:29). Nutida sökmotorer antar vad en person ska söka på redan efter ett par bokstäver, och stora mängder data samlas in och analyseras för att sedan individanpassa innehållet. Detta sker exempelvis genom personlig reklam på sociala nätverk. Dessutom kan individen ställa in vilket medieinnehåll denne vill nås av genom samlande nyhetstjänster, vilket gör att personen endast behöver läsa det som verkligen intresserar den. Ungefär hälften av Sveriges befolkning läser inte någon dagstidning och hälften av befolkningen följer inte nyhetssändningar på tv-kanalerna. Samtidigt finns mer möjligheter än någonsin tillgängligt på de digitala kanalerna. Leckner och Mejtoft (2013:29) menar att nyhetsflykten är problematisk och förmodligen beror på att individanpassningen av nyheter riskerar att direkt eller indirekt filtrera bort viktiga nyheter.

Direkt filtrering av nyheter sker exempelvis genom en mobilapplikation som samlar utvalda nyheter från internet på ett och samma ställe. Det kan innebära att personer tar del av nyheter från exempelvis DN eller Aftonbladet men aldrig faktiskt besöker deras förstasida för en överblick om nyhetsutbudet. Risken med detta beteende blir att endast ett urval av nyheter går igenom och personer missar andra viktiga nyheter som skulle vara av intresse för den personen om denne sett rubriken. Det blir en sorts situation där rubriken kanske inte spelar lika stor roll eftersom nyhetsflödet redan är anpassat efter intresse. Ett indirekt sätt att filtrera bort nyheter blir genom aktörer som samlar in så kallad 'Big data'. Det skapas genom de personer som är uppkopplade mot internet både via smarta telefoner eller andra uppkopplade apparater. Den insamlade datan analyseras och innehållet på

internet, tjänster och medier anpassas till användaren personligen. Det riskerar att skapa en cirkel där en användare under en period väljer bort nyheter vilket i slutändan leder till att nyheter kanske helt slutar visas eftersom datan känner av att det inte är av intresse för personen. Detta leder till en svårighet i att fånga upp nyheter även för de som är mindre intresserade, eftersom det då plötsligt blir en begränsad åtkomlighet (Appelgren, Leckner & Mejtoft 2013:30). Däremot kan det underlätta för nyhetsmedierna som kan få ett bättre redaktionellt material eftersom data utgör underlag för potentiella nyheter och innehåll (Appelgren, Leckner & Mejtoft 2013:31). En undersökning av Shehata och Strömbäck (2013) visar att nyhetsmedierna fortfarande har ett stort inflytande över vilka frågor som mediekonsumenter i Sverige anser vara viktiga. Massmediernas viktiga roll är alltså att förenkla genom att välja, förädla och lyfta fram visst innehåll för att försäkra användaren om en viss kvalitet eller ett visst utbud (Appelgren, Leckner & Mejtoft 2013:33).

Dahl menar i sitt kriterium upplyst förståelse att informationstillgänglighet blir viktigt i erhållandet av information för att fatta beslut. Det är något som digitaliseringen underlättat för mycket. Med tillgång till information krävs det kunskap om vilken som är sanningsenlig. För att lösa detta problem menar han att alla medborgare ska lära sig se igenom propaganda. I en situation där medborgaren endast har tillgång till felaktig eller vinklad information ska denne inte riskera att agera på informationen, utan snarare genomskåda denna. En lösning framförd av Bennett (2006:69) är att det stora problemet i digitaliseringen egentligen inte handlar om en förändring av beteende i hur personer tar del av nyheter, och inte heller det ökade utbudet, utan snarare en brist i vilken källkritisk utbildning medborgare får. När det börjar dyka upp fler och mer fragmenterade källor på internet handlar det om att ha en god källkritisk grund för att kunna ifrågasätta det som publiceras och således kunna antas ha upplyst förståelse.

Digitaliseringen ställer högre krav på bildandet av upplyst förståelse. Detta dels när det gäller propaganda, men även för att genomskåda hur medier formulerar sig just för att attrahera läsare, genom exempelvis sensationalism diskuterat i föregående avsnitt. Samhällets yngre skikt (upp till 29 år) letar sig från klassiska medier och istället mot nya medier så som internetmedier, internetforum, bloggar och liknande. Just denna förändring till ett mer aktivt internetanvändande, och till mottagandet av nyheter och information även om individen själv inte är medveten om det, leder till att förändrade och högre krav borde ställas på utbildning med fokus på just källkritik och multimedia (Bennett 2006:71). Att få en förståelse för politiska influenser av nyheter och underhållning i media är ett nästa steg för att hjälpa medborgare, och i synnerhet unga, att tänka på sina politiska ståndpunkter. Ett stort hinder för aktivt medborgarskap är förhållandet som många medborgare etablerar med mass- och kommersiell media (Bennett 2006:70). En god källkritisk utbildning blir

också aktuellt i frågan om rubriksättning, och särskilt viktigt att kunna ifrågasätta när en rubrik är rimlig och går att lita på.

3. Metod

3.1 Metodbeskrivning

Göran Bergström och Kristina Boréus diskuterar i boken *Textens mening och makt* (2012) hur kommunikativa texter med avsikt att förmedla ett budskap, som i dagens samhälle produceras i nästintill oändliga mängder, får konsekvenser för vad människor tänker och vad de gör (Bergström & Boréus 2012:16). För att göra en undersökning om rubriksättning finns några alternativ, där ett alternativ är att göra en innehållsanalys och ett annat att göra experiment. Inom ramen för denna studie blir det rimligt att göra en kvantitativ analys av rubriker, särskilt eftersom studien ämnar generalisera samt jämföra mellan två årtal. För att analysera text finns flera inriktningar, men den enda som är tydligt kvantitativ är innehållsanalysen. Genom denna kan man göra kvantifierad jämförelse av förekomsten av vissa element i texter, vilket är av intresse om man vill se en förändring över tid (Bergström & Boréus 2012:24). Det kan i denna undersökning göras genom att räkna antal rubriker som genom en utarbetad mall ej uppfyller avsedda kriterier (en kodningsmall) och sedan kategorisera och statistikföra dessa. Innehållsanalys är således väl lämpad för denna undersökning i synnerhet för att göra en jämförelse mellan två tidpunkter, men även eftersom detta passar bra för att redogöra för vad rubriken egentligen säger. Analyserna kommer att göras manuellt, vilket gör att mer komplicerade bedömningar och tolkningar kan göras än med en dator, men på bekostnad av att inte samma mängd analyseras som en dator hade kunnat göra på avsett tidsspann.

Undersökningen kommer att fokusera på det som i rubrikerna uttrycks explicit och jämföra detta med innehållet i artikeln, för att se om det som är explicit skrivet i rubriken är tillräckligt informationsgivande för att fånga varje artikels innehåll. Generellt är detta innehållsanalysens styrka, att skapa överblick över ett större material samt kunna ge underlag för att jämföra (Bergström & Boréus 2012:50f). Alternativet som valdes bort, experiment, hade kunnat utformas genom observationer av försökspersoner före och efter att de får ta del av informativt tillräckliga respektive begränsade rubriker för att sedan genom intervjuer ta reda på vilken åsikt de bildat sig. Anledningen till att experiment som metod avfärdades är att ett högre antal observationer och intervjuer än vad som är tidsmässigt rimligt inom ramen för en C-uppsats krävs för att kunna generalisera och jämföra, vilket inte blir ett problem i en innehållsanalys.

För att få ytterligare djup i undersökningen kommer innehållsanalysen att komplementeras genom att Clas Svahn, journalist och reporter, anställd på DN sedan 1990 får besvara några utvalda frågor. Dessa ville Svahn besvara via e-mail. Avsikten var även att en person på Aftonbladet skulle besvara samma frågor men det uppstod problem i att få någon på tidningen att ställa upp. Svahn kommer frågas om hur DN arbetar med rubriksättning samt ges möjlighet att kommentera resultatet från denna undersökning, som beskrivs i kommande avsnitt. Syftet är att få information om hur DN

arbetar, och har arbetat, med rubriksättning för att kunna tolka och analysera resultatet från uppsatsens forskningsfrågor och undersökningens resultat. Tio öppna frågor förbereds i förväg, med utrymme för att ställa följdfrågor för att kunna vara säkra på att frågeställare och respondent har förstått varandra rätt i fråga respektive svar, samt öppna för möjligheten att utveckla svaren mer (Bryman 2011:416). Frågorna till Svahn ställdes och besvarades på begäran från Svahn över e-post, vilket gör att samtliga svar lagrats. De frågor som ställs till Svahn handlar om hans bakgrund på DN, hur han reagerar på resultatet av undersökningen, hur processen (och kraven) för rubriksättning på DN går till 2015 och hur denna process förändrats sedan 1995. Förutom frågorna till Svahn på DN ställdes vissa kompletterande statistiska frågor till Simon Lindberg som också arbetar på DN.

3.2 Urval

Hur urvalet för innehållsanalysen ska gå till baseras på vad man vill kunna generalisera (Bergström & Boréus 2012:54). Undersökningen syftar till att jämföra 2015 med det år som kan sägas vara brytpunkten då dagstidningarna började etablera sig på internet. Anledningen till att just brytpunkten valdes och inte ett årtal tydligt före är att artiklarna som publicerades inledningsvis ej förändrades utan snarare lades upp som kopia av papperstidningen på hemsidan. Således hade inte de nya rubriksättningsmetoderna som exempelvis "click-baits" börjat dyka upp vid denna tidpunkt. I Aftonbladets fall kan man säga att brytpunkten var i mars 1995, trots premiären 25 augusti 1994, eftersom det var då som den "första svenska nästan-dygnet-runt-nyhetstjänsten" på nätet lanserades (Aftonbladet 1999). Dock innebar denna lansering inte att internettidningen började användas, eftersom det fanns en generellt begränsad tillgång till internet och människor var ovana med medier på internet. Det innebar att det dröjde ytterligare några år innan Aftonbladet på riktigt blev en etablerad nyhetsportal på internet. En tid efter detta lanserade även DN sin internettidning.

Eftersom denna undersökning ämnar beskriva och jämföra hur Sveriges största dags- respektive kvällstidning presenterar nyheter 2015 jämfört med 1995 kommer fokus vara på den största dagstidningen då och den största dagstidningen nu, samt den största kvällstidningen då och den största kvällstidningen nu. Dessa är för båda årtal DN (dagstidning) och Aftonbladet (kvällstidning) (Kiaindex 2015; Lindberg 2015; Aftonbladet 2015; Aftonbladet 1999). Enda skillnaden blir att fokus år 1995 ligger på tryckt tidning för både DN och Aftonbladet medan fokus för 2015 kommer vara på den internetbaserade tidningen, eftersom undersökningen syftar till att jämföra papperstidningsrubrikerna 1995 med de digitala 2015. Kvällstidningarna har historiskt sett kommit ut på kvällen och således kunnat publicera om händelser som skett samma dag, medan dagstidningarna oftast kom på morgonen och fokuserade på dagen innan. Idag finns den skillnaden inte kvar på internet eftersom båda kan publicera material oavsett tidpunkt, även om skillnaden

kvarstår i deras respektive tryckta upplaga. Att just den största kvälls- och dagstidningen valdes, och inte de två, oavsett kategori, till antal läsare största tidningarna, beror på att försöka kunna göra en viss generalisering till respektive kategori. Dessutom är det för undersökningen intressant om det går att se en trend som beror på digitaliseringen av nyheter och således jämföra tryckt tidning 1995 med internettidning 2015.

Som tabell 1 visar nedan var DN (382 000 pappersupplagor) och Aftonbladet (370 000 pappersupplagor) år 1995 ganska jämnstora. Skillnaderna har sedan dess ökat. Gällande tryckt upplaga har DN 2014 mer än halverats medan Aftonbladet dubblerats. Aftonbladet är 2014 fortfarande Sveriges största kvällstidning i tryckt upplaga, en statistik som även DN leder gällande dagstidningar. Dock är det sätt som tidningarna verkligen når ut till människor via deras respektive internettidning.

Tabell 1. Tryckta tidningar för DN och Aftonbladet 1995 respektive 2015.¹

Årtal	DN	Aftonbladet
1995	382 000	370 000
2015	226 500	779 000

DN har minskat i tryckt upplaga samtidigt som Aftonbladet mer än dubblerats, men trots detta är de båda fortfarande Sveriges till antal läsare sett störst. Samtidigt har både DN och Aftonbladet etablerat sig även på internet, även där som Sveriges största dags- respektive kvällstidning. Från tabell 2 nedan kan konstateras att förstasidan på DN.se har precis under en miljon unika besökare varje vecka i november månad. Dessa besökare återkommer i snitt 3 gånger under varje vecka denna period och spenderar i snitt 12:51 minuter på varje besök. Aftonbladets nyhetssida har även här mer än dubbelt så många unika besökare som DN, med sina 2,7 miljoner besök per vecka under november månad. Till skillnad mot DN:s internetnyheter spenderar en besökare på Aftonbladet i snitt 04:30 minuter på sitt besök, vilket är ungefär en tredjedel av tiden som en läsare på DN lägger på att läsa nyheter. Däremot verkar det som att många snarare läser rubriker än artiklar eftersom att en besökare endast klickar sig in på 1,8 artiklar för Aftonbladets räkning och 1,7 för DN. Denna veckostatistik från Kiaindex är tidningarnas officiella internetstatistik. För studien vore det intressant att inte endast veta hur länge läsaren besöker sidan men också hur fördelningen är på förstasidan respektive själva artikeln, samt statistik på vilken sorts artiklar som är vanligast att klicka sig in på. Detta är dock konfidentiellt och varken DN eller Aftonbladet ger ut information angående detta.

¹ Siffrorna vid respektive tidpunkt är ett snitt för hur många tryckta tidningar som ges ut per utgivningsdag (Lindberg 2015; Aftonbladet 2015; Aftonbladet 1999).

Tabell 2. Besöksstatistik på Aftonbladets och DN:s förstasida.²

Vecka 45-48 år 2015	Unika besök	Antal besök	Besök/unik läsare	Sidvisningar/besök	Tid per besök
Aftonbladet.se Nyheter	2 725 953	7 139 144	2,6	1,8	04:30
DN.se Förstasidan	994 687	2 931 863	3,0	1,7	12:51

Av den anledning att DN och Aftonbladet båda var Sveriges största tryckta tidningar 1995, innan tidningarna alltså kom ut på internet, är det dessa tidningar som undersöks detta årtal. Att båda behållit sin marknadsledande position 20 år senare, både i tryckt form och på internet gör att det även är DN och Aftonbladet som undersöks 2015. Mer precist undersöks internetartiklarna år 2015, eftersom undersökningen ämnar jämföra just digitalt 2015 med tryckt 1995.

Eftersom denna undersökning avser att kunna generalisera kommer en relativt stor mängd rubriker analyseras. Det totala antalet rubriker som analyseras är 200 stycken fördelat på årtal och tidning, vilket är en summa baserad på den tidsåtgång som analysen beräknas kräva. Således blir det 50 stycken från DN 1995, DN 2015, Aftonbladet 1995 respektive Aftonbladet 2015. Samtliga 50 artiklar i respektive kategori kommer att analyseras från månaden november 2015 respektive november 1995. Urvalet inriktar sig på endast nyhetsartiklar undersöker således inte exempelvis krönikor eller artiklar i kategorin sport. För att inte påverkas av att nyheter presenteras olika under vissa veckodagar, eller under specifika händelser, har analyserade dagar slumpats.

3.3 Kodning

Kodning innebär i en innehållsanalys att konstruera ett analysinstrument som anger vad det är som ska noteras i materialet (Bergström & Boréus 2012:54). Lämpligen börjar man med att undersöka en mindre mängd material för att få en uppfattning om hur kodningsmallen ska anpassas. Ett kodschema, eller kodinstruktion, ska skapas för att förklara hur bedömningar ska göras under själva datainsamlingen. Dessutom bör man i analysen ta ställning till vad som ska räknas och dessa företeelser kan kallas kodningsenheter, vilket kan vara ord, metaforer, teman, argument eller annat som kan urskiljas i texter. När man utarbetat ett fungerande analysinstrument bör en pilotstudie göras av en liten del av materialet. Det innebär att göra en liten provanalys precis på det sätt som hela studiens analys ska ske (Bergström & Boréus 2012:55f). Aftonbladet och DN är två olika tidningar på många sätt. Det viktiga för denna undersökning handlar inte om en artikel är välskriven, relevant eller på något sätt att bedöma själva artikelns kvalitet i dess representation av en aktuell händelse. Det viktiga, således undersökningens fokus, är att kontrollera huruvida rubriken (tillsammans med

² Statistiken är för respektive vecka 45-48 (2-29 november) 2015 utslaget på ett genomsnitt (Kiaindex 2015).

ingressen som i denna undersökning benämns synonymt som pufftext), som visas innan läsaren ger sig in i själva artikeln, på ett adekvat sätt sammanfattar artikelns innehåll. Pufftext är den benämningen som används i mediebranschen för den ingress som visas innan man klickar sig in i en artikel (Svahn 2015). Det vill säga om läsaren bildar sig en annan uppfattning vid läsning av rubrik och pufftext än vad denne hade gjort om den läst själva artikeln. Initialt gjordes en pilotstudie av en liten del av materialet för att undersöka och anpassa kodschemat.

För att koda denna undersökning kommer en graderingsskala på 1-3 användas där 1 motsvarar att rubriken till artikeln uppfyller samtliga av de kriterier nödvändiga för att klassas som en informationstillräcklig rubrik (som presenteras nedan). 2 innebär att artikelns rubrik får hjälp av artikelns pufftext för att tillsammans uppfylla samtliga kriterier för informationstillräcklighet. Betyg 3 innebär att både rubrik och pufftext brister enligt dessa kriterier. Den rubrik och den pufftext som undersöks är i en internettidning det som är synligt före läsaren klickar sig in i artikeln. I en papperstidning är det rubriken och ingress som visas på förstasidan av tidningen. Rubrik och pufftext/ingress är således de analysenheter som denna undersökning inriktar sig på.

Det som undersökningen kommer utgå från för att påstå att en artikel saknar relevant information är de kriterier som presenteras nedan, vilka Carston har utformat (2002:28). Kriterierna avhandlar vad som gör en rubrik informationsmässigt otillräcklig, och mer specifikt utvalda är Carstons kriterier b, c och d. Detta eftersom övriga kriterier (a och e) mer fokuserar på ett rent grammatiskt upplägg och en högre detaljnivå än vad denna undersökning kommer göra. Carstons kriterier b-d lyder:

(b) avsaknad av beståndsdel

(c) ej specificerad räckvidd av ett ord eller mening.

(d) ej specificerade ord eller svaghet i kodat konceptuellt innehåll.

(Carston, 2002:28)

För att förklara dessa kriterier ytterligare används delvis Carstons egna beskrivning, men också den teori som beskrivs under kapitel 2.2.2 Relevante teorin och Sensationalism. Kriterierna innebär således följande:

(b) avsaknad av beståndsdel innebär att det saknas information i rubriken. Detta kriterium innefattar tre punkter:

- b1 Exempelvis om rubriken är "Flyr över staketet 'Här finns inget'", så bör det specificeras vilka som flyr (i detta fall flyktingar), vilka staket man syftar (i detta fall landsgränser) på och vilken sida av detta staket ingenting finns på (i detta fall landet de flyr från).

- b2 Samtliga artiklar som har en "forward-reference", det vill säga exempelvis "Sänk din skatt genom att följa dessa steg" där "dessa steg" syftar på innehåll i artikeln, hamnar också under detta kriterium.

- b3 Samtliga artiklar där hela rubriken är ett citat, utan förklaring. Exempelvis: -"Vi vill ha Winberg". Detta beror på att ett citat i en rubrik aldrig får en kontext och det gör att en person som ej läser själva artikeln, riskerar att tolka citatet i sig självt (Molek-Kozakowa 2013:192).

(c) ej specificerad räckvidd av ett ord eller mening. Detta kriterium syftar på att olika ord kan betyda olika för olika personer. Om en rubrik benämnt att "Det är svårt" ska det också definieras relativt till vems förmåga. Exempelvis bör rubriken "De flesta ledare är ineffektiva" (DN 2015-11-13) också förklara vad som menas med ineffektivitet, alternativt specificera vad dessa ledare är ineffektiva på att göra. Är de ineffektiva på att sälja? På att leda och fördela arbetet? Eller på att arbeta i allmänhet? Beroende på vilket mått som används kan antagligen de flesta ledare eller ingen ledare påstås vara ineffektiva. I detta exempel framgår inget mått alls, vilket leder till en intetsägande rubrik. Just detta exempel har också en svaghet i b, eftersom det ej beskrivs vad som är svårt eller vilka ledare som åsyftas, därav saknas beståndsdelar.

(d) ej specificerade ord, exempelvis homonymer eller metaforer.

- d1 Homonymer, ord som stavas likadant men som betyder olika saker, är en vanlig sak att använda och ej sätta i tillräckligt tydlig kontext. Detta kan exempelvis vara "Den nya flugan är populär". Menar man då fluga som i trend eller fluga som i insekt?

- d2 Metaforer, något som Bergström och Boréus (2012:265) beskriver som "en mening som beskriver något i termer av något som det inte är, den överför betydelse från ett område till ett annat" som att 'arbeta i motvind'. Exempel: Flyktingar tar ny väg (DN 2015-11-13) kan betyda flera saker. Promenerar de på en väg de inte provat förut? Är rubriken en metafor, vilken innebär att flyktingarna provar en ny väg som i innebörden annan metod? Eller är det ordet ny som syftar på att det är precis nylagd asfalt som flyktingarna får tillträde till?

Utifrån dessa kriterier följs följande undersökningsordning:

Steg 1:

- Både för internettidning och papperstidning gäller läsning av förstasidan. Välj en artikel. Läs först rubrik och kontrollera om denna har något av kriterierna b-d.

- Läs igenom pufftext och kontrollera om denna har något av kriterierna b-d.

Den rubrik och den pufftext som syftas på i denna undersökning:

Papperstidning: Förstasidans rubrik och pufftext (ingress), innan man bläddrar till artikeln.

Internettidning: Förstasidans rubrik och pufftext, innan man klickar sig in i artikeln.

- Läs sedan själva artikeln och vid detta stadiet räcker det att läsa första tredjedelen för att kontrollera att rätt tolkning gällande rubrik/ingress och Carstons kriterier är gjord.

Steg 2. Är rubriken korrekt enligt kriterierna för informationstillräcklighet b-d?

Om ja: ge artikeln betyg 1

Om nej, betygsätt utifrån ingress i steg 3 nedan.

Steg 3. Trots brist i rubriken: Om man läser rubrik och ingress tillsammans, är enheten nu informationsmässigt tillräcklig kriterierna b-d?

Om ja: ge artikeln betyg 2

Om nej: ge artikeln betyg 3

Exempel på betyg 1:

Rubrik: "Resistenta bakterier ökar i flera EU-länder". Rubriken är korrekt enligt kriterierna för att vara informationsmässigt tillräcklig. Den kan kritiseras för att det inte redovisas vilka EU-länder som rubriken syftar på, men vid brist av utrymme får det ses som en tillräckligt god sammanfattning att säga "flera EU-länder". Rubriken hade eventuellt kunnat tolkas som bristfällig angående vilka resistenta bakterier som åsyftas, men att gå in på bakterienamn riskerar att bli för fackspråkligt inriktat för innehållet i en rubrik.

Ingress: "Ny rapport om EU-länder. 'Jag skulle inte vilja ligga på sjukhus i intensivvård i de länderna'". Eftersom rubriken redan lyfter fram innehållet korrekt så behöver inte ingressen kontrolleras.

Artikels innehåll: Det går igenom vilka EU-länder som syftas på i rubriken samt vad det är för resistenta bakterier som åsyftas.

Exempel på betyg 2:

Rubrik: ”Regeringen avgår efter klubbrand”. Rubriken påvisar brister i kriterium B, specifikt b2 där en ”forward-reference” används, vilken regering syftar rubriken på? Varför avgår regeringen efter en klubbrand?

Ingress: ”32 dog i klubbrand. Över 1000 personer har protesterat i Rumänien”. Förtydligar kriterium B eftersom det leder läsaren in på att det var Rumäniens regering och att det var protesterna snarare än klubbranden som fick regeringen att avgå.

Artikels innehåll: Att det var Rumäniens regering som avgick efter långa påtryckningar, där just klubbranden blev "sista droppen" som ledde till stora protester, framgår överhuvudtaget inte i rubriken. Dock förtydligades detta i ingressen.

Exempel på betyg 3:

Rubrik: ”Svenskarna bäst på engelska”. Brister i kriterium B och specifikt b2, eftersom rubriken utelämnar om det menas att vi till och med är bättre än de länder som har engelska som förstaspråk. Eller handlar det endast om engelska som andraspråk?

Ingress: ”Åter bäst i världen. Kvinnor är generellt bättre än män visar ny rapport”. Brister fortfarande i kriterium B (b2) för informationstillräcklighet eftersom ingressen ej förtydligar om det gäller att svenskar är bättre än alla i världen eller om det endast gäller de som talar engelska som andraspråk.

Artikels innehåll: Svenskar är enligt en mätning bäst i världen på engelska som andraspråk. Alltså inte bättre på engelska än vad man är i USA/Storbritannien/Australien etcetera, vilket innebär att svenskar inte är bäst i världen på engelska.

3.4 Validitet och reliabilitet

Att en undersökning har god validitet innebär att undersökningen verkligen mäter det den avser mäta, men också att en undersökning man genomför för att besvara en specifik fråga verkligen kan besvara frågan (Bergström & Boréus 2012:41). Denna undersökning är inte mekaniskt gjord där datorn räknar på ett förinställt sätt, utan manuellt gjord vilket avser stärka validiteten. Eftersom det blir svårt att göra en mekanisk bedömning gällande själva frågan, om rubriken är informativ eller inte. Dock, enligt hermeneutiken, närmar man sig alltid texter med en viss förförståelse och detta kan man behöva reflektera av just för att på ett bättre sätt kunna förhålla sig till denna förkunskap (Bergström & Boréus 2012:40). Begreppet ”informativ” kan vara ett vagt begrepp och blir svårt att avgöra utan att en viss värdering måste göras. Svårigheten blir att skapa god intersubjektivitet, att undersökningen får samma resultat om den görs en gång till eller av en annan person. Detta är en möjlig brist i denna undersökning eftersom det, trots en utarbetad kodningsmall, finns ett litet mått av subjektivitet i

mallen. Alltså, att en person själv måste bedöma om ett fall stämmer in på kriterierna eller ej, vilket kan påverkas av den hermeneutiska bakgrund man besitter. För att kontrollera huruvida mallen är subjektiv, att resultatet kan skilja sig mellan vem som utför undersökningen, har flera åtgärder tagits för att kontrollera intersubjektiviteten. Till att börja med gjordes en pilotstudie som parallellt anpassade kodschemat. Eftersom schemat omarbetades så pass mycket fick dessa artiklar inte komma med i huvudstudien.

Flera åtgärder togs för att öka intersubjektiviteten och inledningsvis gjordes en dubbelkodning. Denna genererade i princip samma resultat som tidigare, vid omkodningen av 20 artiklar. Två undantag uppstod och dessa flyttades från betyg 2 till 3. Omkodning innebär att koda om samma material vid två olika tillfällen för att kontrollera huruvida de båda kodningarna överensstämmer, vilket är bedömer undersökningens intrasubjektivitet. För att man inte ska minnas hur de enskilda bedömningarna gjordes bör tillräckligt lång tid förflyta mellan kodningarna. I denna dubbelkodning förflöt en månad mellan kodningarna, just för att inte minnas vilken bedömning som gjordes vid första tillfället (Bergström & Boréus 2012:56). En andra åtgärd är att inte koda varje del av materialet i en omgång utan att växla mellan att koda DN 1995, Aftonbladet 2015, DN 2015 och Aftonbladet 1995. Detta för att undvika systematiska glidningar som annars kan ske, vilket gör att texterna kan bedömas olika (Bergström & Boréus 2012:58). Detta kan ske om man gör klart exempelvis DN 1995 och sen går på Aftonbladet 1995 men under den andra kodningen byter kodningsbeteende eller blir färgad av hur just Aftonbladet skriver, och kanske bli mer förlåtande eller tvärtom. Därför ska allt kodas omlott. Ett ytterligare steg för att prova reliabiliteten, och även intersubjektiviteten, är att en annan student fått ta del av kodningsmallen och sen fått koda 20 av de artiklar som denna uppsats undersökt, för att sedan jämföra eventuell avvikelse. Avvikelsen fanns men var liten. 17 av 20 gånger gjordes samma bedömning och de som väl skiljde sig var de artiklar som denna undersökning bedömt vara betyg 2 eller betyg 3 som byttes till betyg 3 eller 2.

Vad som är en acceptabel avvikelse i kodningen har att göra med huruvida avvikelser påverkar resultatet av intresse för undersökningen, i synnerhet om intresset är att få fram relativt exakta siffror (Bergström & Boréus 2012:57). Denna avvikelse påverkade inte resultatet på något nämnvärt sätt och undersökningen syftar inte till att ta reda på exakta siffror, utan snarare en generell trend i rubriksättningen. Varken dubbelkodningen eller kodningen av en medstudent genererade någon förflyttning från eller till betyg 1 samt en knapp förändring av 2-3. Detta innebär rent statistiskt ingen förändring eftersom de artiklarna som ändrades endast bytte plats med varandra.

De frågor som ställdes till Svahn syftar ge förståelse för hur rubriksättningsprocessen gick till, vilket kan ligga till grund för att kunna resonera angående en eventuell förändring av rubrikernas informationsinnehåll. Dessutom syftar den till att låta DN själva ge perspektiv på vad resultatet kan

bero på, för att bättre kunna jämföra årtalen med varandra. Således hjälper möjligheten att ställa frågor till Svahn främst med den forskningsfrågan som berör att jämföra resultaten.

4. Resultat

4.1 Aftonbladet och DN 1995 och 2015

Tabell 3 nedan sammanfattar resultatet från undersökningen. Eftersom det i varje kolumn är 50 artiklar representerar också varje rubrik 2 % i sin kolumn. Det innebär att endast ett fåtal analysenheter kan påverka procentsatsen markant och det kan därför underlätta att se själva siffrorna också, vilka visas inom parentes i tabellen. Betyg 1 innebär att rubriken är informativt tillräcklig enligt kriterierna presenterade i föregående avsnitt 3.3. Betyg 2 innebär att rubriken i sig självt ej är informationsmässigt tillräcklig, men blir det när den läses tillsammans med pufftext eller ingress innan man bläddrar eller klickar sig in till artikeln. Betyg 3 innebär att rubriken är informationsmässigt otillräcklig, även när den läses tillsammans med ingress eller pufftext.

Tabell 3. Samtliga betyg i procent, fördelat på tidning och årtal. Absoluta tal inom parentes.

Betyg	Aftonbladet 1995	Aftonbladet 2015	DN 1995	DN 2015	Totalsumma
1	10 % (5)	6 % (3)	12 % (6)	16 % (8)	11,0 % (22)
2	20 % (10)	44 % (22)	74 % (37)	56 % (28)	48,5 % (97)
3	70 % (35)	50 % (25)	14 % (7)	28 % (14)	40,5 % (81)
Totalsumma	100 % (50)	100 % (50)	100 % (50)	100 % (50)	100 % (200)

För att kontrollera om skillnaderna som undersökningen finner även är signifikanta samt för att kontrollera fördelningen mellan observerade frekvenser och förväntade frekvenser, görs fyra chi²-test. Det som prövas är om det är verkliga skillnader i hela material som undersökningen generaliserar till, eller om det kan bero på de enheter som av slumpen kommit med i urvalet. Samtliga kontrolleras på 95 % signifikansnivå. Först kontrolleras Aftonbladet³ för sig och DN⁴ för sig vilket i båda fall konstaterade att resultatet var signifikant. Vidare görs ett chi²-test mellan tidningarna, oavsett årtal, vilket visar sig vara signifikant.⁵ Det finns alltså en statistisk skillnad mellan tidningarna. När slutligen chi²-test på den totala skillnaden mellan årtalen genomförs blev just detta inte signifikant.⁶ Det som tydligt synliggörs i tabell 3 är hur relativt få rubriker som faktiskt har betyg 1, endast 11 % (22 stycken). Således är det ungefär i var tionde rubrik som en person läser, som utifrån undersökningens kriterier kan påstås bilda en korrekt uppfattning av artikelns innehåll. När också den ingress eller pufftext som sammankopplas med rubriken läses ökas förståelsen av vad artikeln handlar om med 48,5 procentenheter. Således är det, efter att ha summerat betyg 1 och 2, 59,5 % (119 av 200

³ Chi²-värde 62, vilket är högre än 5,99 på frihetsgrad 2.

⁴ Chi²-värde 33,5, vilket är högre än 5,99 på frihetsgrad 2.

⁵ Chi²-värde 31,64, vilket är högre än 5,99 på frihetsgrad 2.

⁶ Chi²-värde 0,2, vilket är lägre än 5,99 på frihetsgrad 2.

stycken) av alla analysenheter som kan spegla en korrekt bild om artikelns innehåll, utan att behöva läsa artikeln. Det innebär att 40,5 % (81 stycken) av rubrikerna, tillsammans med respektive ingress, inte kan sägas ge en korrekt uppfattning eller bidra med det fakta som är nödvändigt för att artikelns innehåll ska framgå utan att den läses i sin helhet.

Utifrån tabell 3 kan utläsas att Aftonbladet år 1995 hade en låg grad rubriker med betyg 1, endast 10 %. När hänsyn även tas till ingressen, och adderar ihop betyg 1 och betyg 2, når Aftonbladet 1995 upp till 30 %. Således var 70 % av alla analyserade rubriker tillsammans ingresser år 1995 under november månad informationsmässigt otillräckliga utifrån angivna kriterier i avsnitt 3.3. DN:s statistik från 1995 visar på en liknande, om än lite högre, siffra med 12 % som fick betyg 1. När DN:s betyg 1 och 2 summeras uppnår tidningen 86 %. Således fick läsaren i 86 % av rubrikerna analyserade en utifrån kodningsschemat kriterier informativ bild om denne läste rubrik tillsammans med ingress. 14 % av rubrikerna tillsammans med ingresserna tilldelades betyg 3 och gav således en informationsmässigt otillräcklig bild av artikelns innehåll.

Tabell 3 visar även att Aftonbladet år 2015 har backat i kategorin bästa betyg, där 6 % (3 stycken) av de undersökta rubrikerna har betyg 1 och är således utifrån artikeln informativ. När betyg 1 och 2 summeras, vilket blir helhetsbilden av den text läsaren har tillgång till innan denne klickar sig in i artikeln, uppnår Aftonbladet 2015 alltså 50 %. Således är resterande 50 %, varannan av de analyserade rubrikerna tillsammans med pufftext, ej informativa. För DN år 2015 har man ökat i antal artiklar med betyg 1, och ligger nu på 16 %. I 72 % av de analyserade rubrikerna, kan läsaren läsa antingen rubrik eller rubrik och ingress och få tillräcklig information för att förstå artikelns innehåll. Det är 28 % av undersökta enheter som hamnar under betyg 3 där ingen kombination av rubrik och ingress ger tillräckligt med information.

Förändringen gällande betyg 1 i Aftonbladet visar på en minskning med 4 procentenheter (2 stycken) från år 1995 till 2015. Detta är en relativt liten skillnad och det som blir mer intressant är att andelen med betyg 1 nästan är oförändrad samtidigt som det skett en jämförelsevis stor förändring på enheter med betyg 3. Det innebär att i princip hela minskningen i enheter med betyg 3 flyttas till betyg 2. Kvaliteten på rubriker har alltså inte i Aftonbladets fall förändrats, utan snarare har de blivit bättre på att göra informativa ingresser.

Gällande DN har endast en liten förändring skett i enheter som tillskrivits betyg 1, nämligen 4 %, men i det fallet bättre snarare än sämre. Att DN 2015 har dubbelt så många enheter med betyg 3, nämligen 28 % (14 stycken) jämfört med 14 % (7 stycken) i DN 1995, innebär att rubrik tillsammans med ingress ger en otydligare bild idag jämfört med för 20 år sedan. Att det ändå kan konstateras en ökning för DN från 1995 till 2015 gällande enheter med betyg 3, samtidigt som förändringen är så pass liten i betyg 1, innebär att nästan hela förändringen tagits från kategorin betyg

2. DN har alltså under perioden 1995 till 2015, likt Aftonbladet, inte blivit sämre på att sätta informativa rubriker utan snarare sämre på att skriva ingresser.

Det finns relativt stora skillnader mellan tidningarna. I fallet Aftonbladet har tidningen 2015 nästan dubbelt så många analysenheter med betyg 3, 25 stycken (50 % av totalt analyserade rubriker på Aftonbladet 2015), än DN år 2015 (28 % av totalt analyserade enheter för DN 2015). Däremot om en jämförelse görs mellan Aftonbladet 1995 och Aftonbladet 2015 så är trenden motsatt DN:s, och visar istället på en minskning av antal enheter med betyg 3 med 20 procentenheter, från 70 % till 50 %. Detta innebär att till skillnad från DN som 2015 gör informationsmässigt sämre rubriker och ingresser har Aftonbladet förbättrat sig. Trots detta kvarstår en påfallande skillnad. Från att DN 1995 hade 56 procentenheter färre enheter med betyg 3 än Aftonbladet (DN 14 % mot Aftonbladet med 70 %) är det idag en skillnad på 22 procentenheter till fördel för DN (DN 28 % mot Aftonbladet 50 %). Skillnaden är betydligt lägre när det gäller högsta betyg (betyg 1), och där är skillnaden endast 4 procentenheter (2 stycken) till fördel för DN 2015. Både DN och Aftonbladet är år 1995 ungefär jämbra gällande just rubriksättningen, där det skiljer två procentenheter. Däremot år 2015 har DN förbättrat sig samtidigt som Aftonbladet backat, och skillnaden är nu tio procentenheter mer för DN:s räkning (6 % Aftonbladet mot 16 % DN). Om däremot betyg 1 och 2 summeras och jämförs mellan tidningarna, uppnår Aftonbladet 1995 30 %, jämfört med DN samma år som hade 86 %. När de betygen igen summeras för 2015 har Aftonbladet blivit bättre med 25 procentenheter och uppnår 50 %. DN, som backat med 14 procentenheter, är dock fortfarande bättre än Aftonbladet vid samma tidpunkt med 72 %.

4.2 Frågor till Clas Svahn

Frågorna som ställdes till Clas Svahn sökte kommentera ovan presenterat resultat och Svahn uppgav att DN jobbar aktivt med att inte lura läsare att klicka sig vidare. Det som står i rubriken ska ha täckning i texten och den ska inte vinklas för att dölja viktiga uppgifter bara för att skapa intresse att klicka sig vidare (Svahn 2015). Svahn beskriver vidare att en rubriksättningsprocess på DN, både i papperstidningen och internettidningen, går till på följande sätt: reportern skriver rubrik till sin egen artikel. Sedan har redaktören synpunkter på den. Redaktören skriver rubrik till förstasidan, som ska vara informativ och intresseväckande, en rubrik som oftast blir annorlunda än den som står över själva artikeln. Redaktören skriver även den ingress, kallad pufftext, som står under rubriken innan man klickar sig vidare in i artikeln. Alltså ansvarar reportern för innehållet när man väl klickat sig in i artikeln medan redaktören ansvarar för utseendet på förstasidan med rubrik, pufftext och bild. Anledningen till denna process är att man, enligt Svahn, på DN vill vara korrekta och seriösa. Efter att Svahn berättade om denna process kollades undersökningens rubriker igenom och det visade sig

att endast 17 % av alla enheter undersökta har samma rubrik i artikeln som de har på förstasidan. Således har 83 % av enheterna undersökta förändrat sin rubrik på något sätt från förstasida till artikel.

När Svahn kommenterar resultatet från uppsatsens undersökning, specifikt att DN hade 14 % artiklar med betyg 3 år 1995 i papperstidningen jämfört med 28 % idag på DN.se skriver Svahn:

Jag kan tänka mig att vi på den tiden var väldigt mycket mera rubrikfokuserade än i dag. En rubrik skulle verkligen ha täckning i texten och att det var betydligt fler som tittade på rubrikerna innan de gick i tryck. I dag är det färre ögon. Jag tror att vi i dag räknar med att läsarna vet betydligt mer om det som händer genom alla de nyhetskällor som finns förutom DN och att vi av det skälet inte behöver berätta allt. Vi säljer ju knappt några lösnummer så det finns ingen tanke på att vi ska vara braskande i rubrikerna för att locka folk att köpa tidningen.

(Svahn 2015)

Vidare menar Svahn att nästan ingen tidning på nätet har specifika personer som jobbar som rubriksättare, men att det däremot är ett vanligt arbetssätt att som redigerare också arbeta med rubriksättning på papperstidningen. Svahn berättar att rubriksättningsprocessen dock har förändrats de senaste 20 åren, processen har gått i vågor. Svahn ger exempel på att DN i några år (cirka år 2013-2014) provade att skriva rubrikerna mer "kvällstidningsmässiga" och just locka läsare med spännande och mer sensationella rubriker, vilket DN inte längre gör.

5. Slutsatser och diskussion

Rubrikernas syfte är att sammanfatta samt att attrahera läsarens uppmärksamhet till artikeln i helhet, och blir en del i skapandet av den upplysta förståelse Dahl diskuterar. Rubrikerna har i denna undersökning visat sig högt inriktade på att attrahera läsarens uppmärksamhet, många gånger på bekostnad av rubrikens förmåga att sammanfatta artikelns innehåll. För att återknyta till den första forskningsfrågan, hur informativ rubriksättningen var på förstasidan i Aftonbladet respektive DN år 1995 kan konstateras att DN var relativt bra på att hålla rubrikerna informativa år 1995 med endast 7 stycken (14 %) rubriker med sämsta betyget. Att det var relativt få rubriker, 6 stycken (12 %) som också fick bästa betyget är lite oroväckande ur ett demokratiperspektiv. Samtidigt är resultatet inte helt oväntat eftersom det finns en enorm svårighet i att förklara ett komplext innehåll i ett format så pass kort som en rubrik. Ingressen blir extra viktig i detta sammanhang. Att DN, genom rubrik och ingress, uppnådde betyg 1 och 2 i 86 % av alla analysenheter år 1995 får ändå ses som ett förhållandevis starkt resultat. DN och Aftonbladet hade år 1995 ett nästintill motsatt resultat. Aftonbladets siffra för 1995 är endast 10 % betyg 1, varav sammanlagt 30 % av analysenheterna representerar betyg 1 och 2 summerat. Nästan tre fjärdedelar, hela 70 %, fick alltså informationsmässigt sämsta betyget 3.

Den andra forskningsfrågan, hur informativ rubriksättningen var på förstasidan i Aftonbladets respektive DN:s internetnyheter år 2015, visar att DN år 2015 har tidningen rent informativt alltså backat i kvalitet sedan 1995. Detta är signifikant på 95 % signifikansnivå i ett chi²-test. År 2015 var 28 % av DN:s rubriker (tillsammans med ingress) alltså inte informativa och tilldelades betyg 3. Det är alltså strax över var fjärde rubrik som inte på ett, utifrån undersökningens kriterier, ej tillfredsställande sätt ger tillräcklig information om artikelns innehåll. Aftonbladet bättrat sig genom Aftonbladet.se, dock utan att egentligen blivit särskilt informativa, där antalet artiklar med betyg 3 sjönk från 1995 med 20 procentenheter till 50 % år 2015. Detta innebär alltså att varannan undersökt rubrik tillsammans med ingress, alltså hälften, som visas när man bläddrar igenom Aftonbladets onlinenyheter inte är informativa.

Forskningsfråga tre avsåg besvara huruvida rubriksättningen informationsmässigt har förändrats under denna period och ganska snabbt kan en förändring konstateras, även om den till viss del är lite oväntad. Undersökningen visar att Aftonbladet fått färre rubriker med betyg 3 medan DN fått fler, vilket i båda fallen bekräftas av ett chi²-test på 95 % signifikansnivå en förändring för deras respektive rubriksättning. Det blir av intresse att fråga sig varför DN:s rubriker som tilldelats undersökningens betyg 3 sedan 1995 har ökat med 14 procentenheter, samtidigt som Aftonbladets betyg 3 blivit 20 procentenheter färre. Detta kan kanske bero på vad Svahn beskriver, att DN år 2013 till 2014 provade att använda sig av mer click-baits och sensationella rubriker just för att se hur det

fungerade. Kanske skapade DN, hos sig själva, en sorts acceptans för rubriker som i denna undersökning klassas som betyg 3. En annan anledning skulle kunna vara att något särskilt hände just i november månad, som både 1995 och 2015 var den månad som undersöktes. I så fall skulle undersökningen behöva kompletteras genom att en större tidsperiod analyseras. Oavsett anledning är rubriksättningen ett problem eftersom sammanlagt nästan en tredjedel av alla rubriker och ingresser ej är informativa.

Aftonbladets förbättring från 70 % med betyg 3 till 50 % kanske kan bero på just den tillväxt som Aftonbladet haft till Sveriges största onlinetidning, där duktiga journalister lockas till företaget där de kanske inte till lika hög utsträckning skriver informationsmässigt bristfälliga rubriker. Ett annat alternativ är att helt enkelt blivit bättre på att göra tydligare pufftext, eftersom det är där ökningen skett. Att varannan rubrik ändå tilldelats betyg 3 innebär såklart att problematiken kvarstår trots en förbättring. Skapandet av upplyst förståelse blir svårt genom ett beteende där man skannar rubriker snarare än artiklar, särskilt i Aftonbladets fall där 50 % av rubrikerna inte ens ger tillräcklig information om tillhörande artikels innehåll. Det skulle vara intressant att kontrollera fler årtal mellan 1995 och 2015 för att se om förbättringen är stadig eller om det var en slump. Genom chi² har kontrollerats att det finns en faktisk, och signifikant, skillnad mellan tidningarna i deras rubriksättning.

Eftersom DNs läsare enligt statistiken i november 2015 lägger ungefär 12 minuter på hemsidan per besök skapas en möjlighet för att läsaren ska hinna gå igenom flertalet av artiklarna. Troligtvis hinner inte läsaren med samtliga eftersom det inte är ovanligt att man via förstasidan har samtidig tillgång till många artiklar. Exempelvis om 40 artiklar finns tillgängliga och man läser en tredjedel av dessa, läser man ungefär 13 artiklar. Så även om man då väljer ut dessa 13 artiklar vars rubriker och ingresser ej är informativa och läser endast dem i sin helhet, plus rubrikerna på övriga informativa artiklar, så skulle man antagligen inte hinna göra detta på 13 minuter. Det innebär att snittanvändaren av DN drabbas av otillräcklig information vid varje användningstillfälle och beroende på förkunskaper inom området riskerar att drabbas av detta. Statistiken visar också att varje unik läsare inte spenderar mer än fyra och en halv minut på Aftonbladet kan personen således nästintill omöjligt hinna läsa igenom samtliga artiklar som finns uppe, och statistiken från tabell 2 i kapitel 3.2 visar att läsaren klickar sig in i färre än två artiklar per besök. Vid ett exempel där det finns 20 olika artiklar tillgängliga samtidigt och de två som läses är två av de minst informativa finns det ändå åtta artiklar kvar som inte är informativa genom rubrik och ingress. Dessa är rubriker som personen förmodligen har läst och således åtta tillfällen att bilda sig en uppfattning. Vilken åsikt som skapats i dessa fall är helt beroende på vilka tidigare kunskaper i frågan personen har, enligt relevansteorin. Om tidigare kunskaper i sin tur är skapade utifrån rubriker som inte är informativa,

blir detta som en lång variant av ”visk-leken” som visar på hur ett budskap förändras från första källan till sista.

Undersökningens chi2 visar en signifikans på nivån 95 % när tidningarnas värde kontrolleras separat men även tillsammans, men dock finns ej signifikans när chi2 endast kontrolleras på årtal. Trots starka chi2-värden bör viss försiktighet ändå vidtas gällande generalisering av resultatet. Detta eftersom undersökningen analyserade 200 artiklar fördelat på fyra olika punkter, DN 1995, DN 2015, Aftonbladet 1995 och Aftonbladet 2015. Däremot kan det, trots ett relativt litet urval, konstateras att rubriksättningen ett problem. Samtliga kategorier och årtal har över 10 % i betygskategori 3, alltså att de inte är informativa och riskerar att vara missvisande. De som endast läser förstasidan blir i minst en av tio artiklar inte informerad av vad artikeln kommer handla om, och en förutsättning för att lösa detta problem är att läsa artikeln. Detta resultat går också i linje med tidigare forskning (Lau & Wydick 2014; Nygaard Blom & Reinecke Hansen 2014; Molek-Kozakowa 2013; Infantidou 2008; Dor 2003; Althaus 2001) där egentligen samtliga pekar på faran i rubriksättning som brister i förmågan att korrekt sammanfatta, men samtidigt också poängterar vikten i att locka läsaren att faktiskt läsa artikeln och ta till sig allt som står i den, vilket blir den stora utmaningen.

Det finns givetvis personer som, tillsammans med befintlig kunskap eller genom att också läsa andra tidningar, kanske ändå får en helhetsbild och således förstår vad artikeln handlar om utan att läsa den. Detta konstaterade Clas Svahn var DNs inställning, att de förutsätter vissa förkunskaper hos läsarna och att deras läsare följer nyheterna med hjälp av andra medier också. Men borde det verkligen tas för givet? Som tidigare nämnt konstaterade Dor (2003) i sin forskning att ett generellt beteende är att läsaren skannar rubriker snarare än att läsa artiklarna. Detta stärks av den officiella statistiken som visar på att snittläsaren 2015 lägger strax över fyra minuter på Aftonbladet och tolv minuter på DN, eftersom det inte är rimligt att påstå att dessa minuter kan påstås vara tillräckliga för att läsa alla artiklar. Detta är ett snitt och det hade varit intressant att se hur spridningen ser ut gällande denna tid spenderad. Är det så att samtliga läsare spenderar den tid likt de som placerar sig i medelvärdet? Eller är det större spridning så att hälften endast spenderar en minut och läser rubriker endast medan den andra hälften spenderar den tid som krävs för att läsa samtliga artiklar? Ett tillägg som hade kunnat göras är att också analysera de rubriker som sammankopplas med ett foto eller en bild och se huruvida detta förändrar resultatet.

Forskningsfråga fyra ställer frågan hur resultatet från forskningsfrågorna 1-3 kan tolkas utifrån Dahls kriterium upplyst förståelse. Sveriges största dags- respektive kvällstidning har båda, i denna undersökning, observerbara brister i rubriksättningen. Har således medborgarna likvärdiga och effektiva möjligheter att bilda sig en uppfattning om aktuella frågor genom relevanta för- och motargument? Medelvärdet av tid spenderad visar på att snittanvändaren omöjligt kan läsa samtliga

artiklar under sina besök. Detta i kombination med Dors konstaterande om att en läsare generellt skannar rubriker snarare än att läsa artiklarna, visar på att det finns problem i den grad man kan säga att läsarna skapar sig en tillräcklig kunskap om nutiden. Molek-Kozakowska menar att sensationalism, framställandet av rubriker som exceptionella, unika och dramatiska, mer och mer präglar rubriksättning. Vidare argumenterar hon att det är ett problem för demokratin eftersom det skapas en sorts förväntning och norm om vad som faktiskt är av nyhetsvärde och vad som ej är det. Enligt relevansteorin är detta ett problem eftersom medborgarnas åsikter bildas på de fragment av information som är en rubrik, snarare än att faktiskt läsa artiklarna, samtidigt som dessa fragment använder formuleringar som hela tiden försöker ge läsaren en wow-känsla. Således skapas också en grund för vilken åsikt personen kommer bilda sig i framtida sammanhang, eftersom personen utgår från den kunskap denne har i sitt bagage. Detta kan leda till en lång kedja av informationsmässigt felaktiga åsiktsbildningar, tills personen tar informationen som fakta. En risk med en sådan kedja är att kunskapen man kan bilda sig genom denna rubriksättning är otillräcklig för att uppfylla Dahls kriterium upplyst förståelse. Dahl menar att samtliga medborgare är kvalificerade och politiskt jämlika men måste ha likvärdiga möjligheter att läsa på och förbereda sig för att kunna ta ett upplyst ställningstagande. Resultaten som framkommer i denna undersökning visar att ett beteende där fokus ligger endast på läsning av rubriker inte är önskvärt eftersom minst 28 % av alla rubriker tillsammans med pufftext/ingress på förstasidan ej ger tillräcklig grund utifrån artikelns innehåll.

Ett medel för att undvika skapandet av informationsmässigt felaktiga åsikter är att lyfta fram vad Bennett argumenterar för, just att medborgarna måste ha en tillräcklig källkritisk utbildning. Att bilda sig upplyst förståelse handlar, som Dahl argumenterar för, att kunna se igenom propaganda eller vinklad information. Det blir viktigt även i sammanhanget rubriker, för att till mindre grad riskera att bilda sig åsikter på dessa informationsfragment, och inse hur rubriker bör ifrågasättas. Det blir också av betydelse att framställa media som viktigt och således skapa en vana att ta sig tid att faktiskt läsa artiklar och även sätta sig in i områden man har mindre intresse av. Eftersom fullständig information inte får plats varken i en rubrik eller ingress räcker det alltså inte att läsa rubriker i de områden man har mindre intresse av. Läsarbasen för DN respektive Aftonbladet kan möjligen ha andra dags-, kvälls-, lokal-, och internet-tidningar, bloggar, poddar, tv-nyheter eller liknande källor som dessa tar del av information från. Digitaliseringen inte nödvändigtvis vara anledningen till just problemen i rubriksättningen vid undersökt period för DN och Aftonbladet, eftersom de delvis har gått åt olika håll men också tiden inte är en faktor som är signifikant enligt föreliggande chi²-test. Däremot har digitaliseringen skapat tillgänglighet för enorma mängder information och läsaren bör, genom källkritisk bakgrund lära sig att ställa sig kritisk även när denne endast har tid att läsa rubriker snarare än fullständiga artiklar. Trots detta kan det, i enlighet med relevansteorin, räcka med att bilda sig

felaktig information en gång för att personen ska riskera att fatta kommande beslut utifrån denna. För varje del information en person erhåller riskerar den att bilda framtida uppfattningar med den informationen som grund. Vissa är mer mottagliga än andra för detta vilket kan bero på, vilket Bennett tar upp, vilken källkritisk bakgrund en person har. Det blir således extra viktigt för skapandet av den upplysta förståelsen att fokus på källkritik blir än större i svensk skola.

Andra undersökningar som hade kunnat bygga vidare på denna uppsats är frågan om rubriksättningens (eller artikeln i helhet) brister också kan sätta agendan i de åsikter som representerat invandrarfientliga partiers framgång, exempelvis resultatet av Sverigedemokraternas stora framgångar. De gjorde framsteg senast i SCB:s (2015) stora partisympatiundersökning som presenterades under november månad, där Sverigedemokraterna har 19,9 procent av rösterna om undersökningsresultatet överförts till ett valresultat. För att göra detta kanske intervjuer eller enkäter som kombineras med ett experiment eller observationer skulle vara lämpliga. Inledningsvis kan man undersöka väljares mediavanor. Utifrån det resultatet skulle man exempelvis kunna övervaka en grupp människor som delas in i två, där ena gruppen läser informativa rubriker och den andra läser rubriker som ej stämmer överens med detta informativa kriterium och analysera vilka skillnader och likheter som dessa uppvisar efteråt i utvalda frågor. Resultatet skulle kunna ge en fingervisning till vilken grad de erhållit upplyst förståelse utifrån de rubriker de tagit del av samt vilket sätt de oftast tar till sig nyheter. En annan fråga är om bristfällig rubriksättning, eller bristfällig upplyst förståelse, också bidragit till en eventuell förstorad oro gällande Rysslands militära upprustning och hotbild? Eller en skevhet till hur mycket kunskap som går förlorad om resten av omvärlden när närområdet och Europa oftare får större och mer sensationella rubriker?

En annan fråga gällande internettidningarnas framtid handlar om även de kommer börja använda sig av 'Big Data' som diskuteras i avsnitt 2.2.3. Redan idag finns stora mängder användare i olika mobilapplikationer som samlar nyheter från olika aktörer men inom specifika ämnen på en och samma plats, vilket gör att någon kan vara läsare av exempelvis Aftonbladet men utan att ta del av Aftonbladets egen förstasida. Dessa gör att användarna inte ens, i de fall dessa applikationer är deras enda nyhetskälla, får möjlighet att ta del av artiklar som verkar för dem ointressanta. Detta beteende kan medföra nya problem i termer av att erhålla upplyst förståelse, eftersom medborgaren ändå behöver en viss kunskap i de frågor denne inte intresseras av för att kunna ta ett slutligt och informerat beslut. Dessutom kanske ett intresse kan utvecklas när personen blir exponerad även för de "ointressanta" artiklarna. Samtidigt finns också fördelar om samtliga för en individ intressanta nyheter samlas på ett och samma ställe. Detta om det visar sig att användaren i dessa fall blir kunnigare i de frågor som personen brinner för och också sprider den kunskapen vidare till personer med mindre intresse.

Denna uppsats har ett mer deskriptivt fokus gällande hur rubriksättningen har sett ut och förändrats samt just på hur man kan tolka det utifrån Dahls demokratiteori, digitalisering och relevans. En annan fråga är egentligen vad resultatet, att det finns en stor andel rubriker som är informativt bristande, faktiskt beror på. Är det för att, likt Clas Svahn på DN påstår, det är färre personer 2015 jämfört med 1995 som granskar varje rubrik och varje artikel innan de publiceras? Eller är det just på grund av ett marknadstänk som Man-Lui Lau och Bruce Wydick (2014) argumenterar för, att eftersom varje klick ger reklamintäkter och således är fler klick mer värt än att en rubrik som på ett korrekt sätt sammanfattar innehållet i artikeln? Eller är det rent av, likt hur Smith (1999) argumenterar, bra med ledande och ej informativa rubriker just för att man då lockar läsare att till högre grad läsa innehållet? Detta för att undvika problemet att det inte på ett tillräckligt bra sätt går att sammanfatta en artikels innehåll och information i en rubrik? En annan fråga är om Dahls demokratikriterium upplyst förståelse, som är ett av Dahls fem demokratikriterier och också är en så kallad maximal demokratidefinition, snarare bör ses som något man vill sträva efter snarare än något som måste uppfyllas.

6. Sammanfattning

Undersökningen i denna uppsats har visat på en svaghet i Sveriges största dags- respektive kvällstidning både år 1995 och 2015. Utifrån journalistiska textböcker ska en bra rubrik sammanfatta en artikels innehåll samtidigt som den också ska väcka intresse. Denna undersökning kan konstatera att de till högre grad försöker väcka intresse snarare än att sammanfatta innehållet. Rubrikerna innehåller många metaforer, värdeord, ”click baits”, ”forward-reference”, sensationalism och annat som gör rubriksättningen informativt svaga. Det i sig är inget problem såvida medborgarna inte bara läser rubriker utan också läser tillhörande artiklar. Eftersom endast läsning av rubriker är ett beteende som i enlighet med relevansteorin skapar en risk att bilda åsikter, även om artikeln ej är läst. Dock visar statistiken från 2015 på tiden den genomsnittliga läsaren spenderar på DN respektive Aftonbladets internettidningar och den tiden är antagligen inte tillräcklig för att läsaren skulle hinna med att läsa samtliga artiklar utan i många fall läses förmodligen endast rubrikerna. När åsikter bildas utifrån något som till lägre grad sammanfattar en helhet än vad den försöker, ofta sensationella, väcka intresse riskerar detta leda till att medborgarna även i framtiden tar beslut baserat på dessa upplevda fakta de erhållit från alla rubriker de läst. Detta problem var omfattande i kvällstidningar redan för 20 år sedan men ökar nu även i dagspressen sedan denna också finns tillgänglig på internet. Två anledningar till detta är möjligtvis ett marknadstänk där varje klick genererar marknadsföringsinkomst eller att det helt enkelt är färre personer involverade i processen som godkänner en artikel (och en rubrik) innan publicering nu än för 20 år sedan.

Detta går i motsats med Dahls demokratikriterium upplyst förståelse, för enligt det ska medborgare inte behöva riskera att ta beslut utifrån felaktig fakta. Bennett trycker på att detta är utbildningssystemets ansvar, att se till att alla medborgare har en utbildning i källkritik med sig för att minimera risken för denna åsiktsbildning. För att uppnå upplyst förståelse på riktigt har skolan också ett stort generellt ansvar för att medborgare ska lära sig att ta del av information på ett hållbart sätt. Dock är det svårt att lägga allt ansvar på skolan som kan ha svårt att hänga med i de snabba förändringar som hela mediemarknaden just nu genomgår. Således borde även aktörerna inom dessa medier kunna ställas till svars inför hur träffsäker deras rubriksättning är. För att i detta nya medielandskap kunna hålla med Dahls påstående om att vi är ”alla kapabla att lära oss vad vi behöver kunna i frågan”, krävs också att vi får rätt information presenterad som vi således lär oss utifrån.

7. Källförteckning

- Aftonbladet, 2015. Siffror, september 2015 samt augusti 2014. <http://www.aftonbladet.se/siffror/>, citerad 2015-11-20.
- Aftonbladet, 1999. Milstolpar. http://www.aftonbladet.se/nyheter/special/ab_5_ar/milstolpar.html, citerad 2015-11-20.
- Althaus, S.L., Edy, J.A., Phalen, P.F., 2001. Using substitutes for full-text news stories in content analysis: which text is best? *American Journal of Political Science*. 45. 707-723.
- Andrew, B.C., 2007. Media-generated Shortcuts: Do Newspaper Headlines Present Another Roadblock for Low-information Rationality? *The Harvard International Journal of Press/Politics*. 12. 24-43.
- Appelgren, E., Leckner, S., & Mejtoft, T., 2013. Mediekonsumenternas medvetna och omedvetna val. En nyckel till morgondagens mediekonsumtion i Carlsson, U., & Facht, U., *Media-Sverige 2014: Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom. 29-38.
- Bennett, W. L., 2006. Civic learning in changing democracies i Dahlgren, P., *Young citizens and New Media. Learning for Democratic Participation*. New York: Routledge. 59-78.
- Bergström, G., & Boréus, K. 2012. *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur.
- Bryman, A., 2011. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber.
- Carston, R., 2002. *Thoughts and Utterances. The Pragmatics of Explicit Communication*. Oxford Blackwell.
- Dahl, R. A., 2000. *On Democracy*. London: Yale University Press.
- Dor, D., 2003. On newspaper headlines as relevance optimizers. *Journal of Pragmatics*. 35. 695–721.
- Du Bois, J.W., 1980. Beyond definiteness: the trace of identity in discourse. *Chafe, W.L. (Ed.), The Pear Stories. Cognitive, Cultural, and Linguistic Aspects of Narrative Production*. Norwood: Ablex Publishing Corporation. 203-274.
- Gordon, N., 2001. Dahl's Procedural Democracy: A Foucauldian Critique. *Democratization*. 8:4. 23-40.
- Findahl, O., & Davidsson, P., 2015. *Svenskarna och internet*. https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015.pdf, citerad 2015-12-18.
- Infantidou, E., 2008. Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*. 41. 699-720.
- Kiaindex. Statistik för DN och Aftonbladet Vecka 46 2015. http://www.kiaindex.se/?site_name=&sites_compare=Aftonbladet+nyheter%7CDN.se&comp_from_year=2015&comp_from_week=45&comp_to_year=2015&comp_to_week=48&compare_col=uniquebrowsers, citerad 2015-11-20.
- King, G., Keohane, R., & Verba, S., 1994. "Improving Research Questions." ur *Designing Social Inquiry*. Princeton: Princeton University Press. 14-19.
- Lau, M. & Wydick, B., 2014. Does New Information Technology Lower Media Quality? The Paradox of Commercial Public Goods. *J Ind Compet Trade*. 14. 145–157.

- León, J.A., 1997. The effects of headlines and summaries on news comprehension and recall. *Reading and Writing: An Interdisciplinary Journal*. 9. 85-106.
- Lindberg, S. 2015. Simon Lindberg, chef för kundtjänsthantering på DN, besvarade statistiska frågor via e-post (17 november 2015).
- Molek-Kozakowa, K., 2014. Coercive Metaphors in News Headlines: A Cognitive-Pragmatic Approach. *Brno Studies in English*. 40:1. 149-173.
- Molek-Kozakowa, K., 2013. Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication*. 7:2. 173–197.
- Nygaard Blom, J., & Reinecke Hansen, K., 2014. Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*. 76. 87-100.
- Shehata, A. & Strömbäck, J. 2013. Not (Yet) a New Era of Minimal Effects: A Study of Agenda Setting at the Aggregate and Individual Levels. *The international Journal of Press/Politics*. 18:2. 234-255.
- Smith, E.J., 1999. Leadlines may be better than traditional headlines. *Newspapers Research Journal*. 20, 55-64.
- Sperber, D., & Wilson, D. 2012. *Meaning and Relevance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Statistiska Centralbyrån, 2015. Partisynpatiuundersökningen november 2015.
http://www.scb.se/sv/_Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Demokrati/Partisynpatier/Partisynpatiuundersokningen-PSU/12436/12443/Behallare-for-Press/396464/, citerad 2015-12-03.
- Strömblad, Gunnar. 1995. Aftonbladet Hierta AB (publ). Delårsrapport för januari-augusti 1995
http://reports.huginonline.com/mvd/1004/delar2_95.html, citerad 2015-11-20.
- Svahn, C. 2015. Clas Svahn, journalist och redaktör på DN, besvarar frågor via e-post (26 november 2015).
- Weibull, L., 2013. ”Fyra decennier i mediesverige”, i Carlsson, U., & Facht, U., *Media-Sverige 2014: Statistik och analys*. Göteborg: Nordicom. 9-28.

8. Analyserat material

Aftonbladet 2015

2015-11-02 - 1995-11-30

Aftonbladet 1995

1995-11-02 - 1995-11-30

DN 2015

2015-11-02 - 1995-11-30

DN 1995

1995-11-02 - 1995-11-30