

Lunds universitet

Hanna Bolander och Linn Jönsson

Institutionen för kommunikation och medier

JOUK10

Journalistik

Handledare: Jimmy Vulovic

2024-01-11

Klipp och klistra i kommersialiseringens spår

Om förekomsten av rewrites och byråmaterial i den digitala
journalistiken

Abstract

This thesis explores the effects of digitalization and commercialization within the field of journalism. As the media landscape undergoes a transformative phase, driven by rapid technological advancements and increased commercial imperatives, this study aims to unravel the complexities of how these forces shape journalistic practices. More specifically it seeks to provide a nuanced understanding of the intricate relationship between commercial interests, and the incorporation of "shared content" in journalism, such as agency material and rewrites. This is done by examining if the shared content has increased since the entry of online journalism at the beginning of the 21st century. As a complement to the quantitative study, this thesis also presents results showing possible consequences of rewriting, by looking at the framing of the story as it goes from an original article to a rewrite article. The findings not only contribute to an academic comprehension of the subject, but could also offer practical insights for journalists and media organizations as we move forward in the always evolving landscape of digital journalism.

Keywords: Journalism, rewrite articles, digitalization, commercialization, online journalism, news agency, news cannibalism, Aftonbladet, Svenska Dagbladet.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
1.1 Bakgrund.....	4
1.2 Syfte och frågeställning.....	7
2. Tidigare forskning.....	8
2.1 Tävlingen på webben.....	8
2.2 Rewrites och nyhetskannibalism.....	8
2.3 Byråmaterialets dominans.....	9
3. Teori.....	10
3.1 Kommersialisering.....	11
3.2 Kommunikation i flera led och källkritik.....	12
3.3 Gestaltningsteori.....	13
4. Metod och material.....	14
4.1 Material.....	15
4.2 Kvantitativ innehållsanalys.....	17
4.3 Kvalitativ textanalys.....	21
5. Analys.....	22
5.1 Sambandet i siffror.....	22
5.2 Rewritens konsekvenser.....	36
6. Slutsats.....	44
7. Förslag till framtida forskning.....	45
8. Referenser.....	46
9. Bilagor.....	53

Förord

När den sista terminen på journalistprogrammet inleddes i augusti 2023 hade vi båda just avslutat våra sommarvikariat på två olika rikstäckande nyhetsredaktioner. I en diskussion om hur arbetet sett ut under sommaren konstaterades att en övervägande del av tiden tillbringats vid en nyhetsdesk. Arbetet ute på fältet lyste med sin frånvaro. Dessutom var oväntat många av artiklarna vi skrivit helt och hållet, eller i stora drag, baserade på andra mediers rapportering. Erfarenheterna väckte frågor om hur den stora förekomsten av rewrites och byråartiklar påverkar svensk nyhetsförmedling idag. Vi utvecklade en tes om att tidningar i allt större utsträckning delar material med varandra, och bestämde oss för att undersöka frågan närmare i den här uppsatsen.

Vi vill främst rikta ett stort tack till varandra för ett väl genomfört samarbete med givande meningsutbyten. Vi har båda bidragit likvärdigt till uppsatsen och anser att det har varit ett lärorikt och dessutom underhållande arbete.

1. Inledning

I somras kunde finska skvallerintresserade ta del av den saftiga nyheten att kändissonen Filip Lamprecht inlett en relation med den betydligt äldre och nyskilde Mark Levengood (Mattila 2023; Vatka 2023). Problemet? Det var inte sant. Missförståndet bottnade i de bådas medverkan i programmet *Bytt är bytt*, då Levengood i en intervju om programmet konstaterade att det var ”kärlek vid första ögonkastet” (Dahlgren & Ek 2023). De svenska skvallertidningarna *Hänt* och *Svensk Dam* tog tillfället i akt och rapporterade om händelserna med spetsiga rubriker som ”Mark Levengood avslöjar relationen: ’Kärlek vid första ögonkastet’” (ibid.; Mattsson 2023). I artiklarna framkom det dock att det rörde sig om en vänskaplig kärlek, men den informationen tycks ha gått förlorad i det snabba nyhetsflödet över Östersjön till grannen i öst. Två finska kvällstidningar misstolkade händelsen och publicerade rewrites med det felaktiga budskapet om en kärleksrelation (Mattila 2023; Vatka 2023). Rubrikerna i finska medier löd: ”Mark Levengood och Filip Lamprecht är tillsammans” och ”Nyskilda Mark Levengood har en ny kärlek – 30 år yngre ’Let’s dance’-deltagaren” (ibid.; Dahlgren & Ek 2023). Senare samma dag kom de finska rättelserna; ”Mark Levengood och Filip Lamprecht är inte i ett förhållande” (Vatka 2023). I en artikel i *Aftonbladet* försvarar en reporter från den finska kvällstidningen *Ilta-Sanomat* skrivelsen: ”Vi skrev om det som svenska medierna hade skrivit” (Dahlgren & Ek 2023). Händelsen är ett exempel på hur snabb informationsspridning mellan tidningar i flera led skapar ett medielandskap av visklekar, där förstahandskällor lyser med sin frånvaro.

1.1 Bakgrund

Frågan om rewrites och dess konsekvenser har det senaste decenniet skapat splittring mellan aktörer i den svenska mediebranschen. Redan kring millennieskiftet gav nytillskottet av gratistidningar, med *Metro* i spetsen, debatt om i vilken utsträckning de baserade sitt innehåll på andra tidningarnas rapportering (Mattsson 2017; van den Brink 2001). För tio år sedan lanserades gratistjänsten *Omni*, som uteslutande bygger sitt innehåll på andra tidningarnas journalistiska material, och debatten om hur tidningar använder varandras material väcktes återigen till liv (Medierna 2017). I en konflikt om en *Omni*-rewrite år 2017 anklagade *Dagens Nyheter*s redaktionella utvecklingschef Martin Jönsson nyhetssajten för ”textstöld” (Nilsson 2017). Peter Wolodarski (2017) skrev på X, dåvarande Twitter, att det var ”Bra att Omnis tvivelaktiga metoder uppmärksammas”. ”Om alla börjar bete sig som de rycks förutsättningarna för originaljournalistik undan”, fortsatte chefredaktören (Wolodarski 2017).

När *Aftonbladet* för några år sedan startade en lokalredaktion i Malmö dröjde det inte länge innan *Sydsvenskan* protesterade mot hur satsningen utformats (Duberg 2019). Tidningens redaktionella utvecklingschef Mattias Pehrsson (2019) skrev i ett blogginlägg att ungefär hälften av *Aftonbladets* artiklar om Malmö är rewrites och att 40 procent av dessa har *Sydsvenskan* som källa. ”Aftonbladet borde skämmas”, löd utspelet från Pehrsson (2019). ”Vi är stolta över vår satsning”, svarade *Aftonbladets* biträdande redaktör Eric Rosén i en intervju med tidningen *Journalisten* (Nesser 2019).

Samtidigt finns också exempel på när konkurrerande aktörer kommit överens om hur de ska använda varandras material. Under 2017 nådde *Sveriges Radio* överenskommelser med både *Gota Media* och *Mittmedia* om hur de skulle kreditera, eller ”kredda”, den som varit först med en rapportering (Granström 2017; Nesser 2017). I båda fallen blev resultatet en generös hållning till kredning. Enligt den gemensamma praxisen bör en källhänvisning göras redan i ingressen, gärna med en infogad länk som tar läsaren direkt till originalartikeln (ibid.). Dessutom har nyhetsmedier idag ofta interna regler för hur användandet av andra tidningars och kanalers journalistiska material bör se ut. I *SVTs* public service-redovisning från 2021 framkommer exempelvis att de antagit nya regler om hur rewrites ska gå till. ”Citeringar av andra mediers nyheter på de lokala nyhetssajterna får vara högst 600 tecken”, står det exempelvis i redovisningen (Hjelm 2022, s. 32).

Debatten om originaljournalistikens förutsättningar har givetvis inte uppstått i ett vakuum utan kan ses i ljuset av de senaste decenniernas omfattande förändring av medielandskapet, där fler nyheter ska produceras snabbare samtidigt som redaktionerna bantas på reportrar. För att lyfta ett av många exempel försvann det 398 redaktionella tjänster i Sverige endast under 2013 till följd av diverse sparpaket, enligt en undersökning genomförd av tidningen *Journalisten* (Lundqvist 2013). Medieforskaren Jesper Strömbäck kommenterade utvecklingen och sa då till tidningen att det är ett hot mot demokratin, eftersom risken för korruption ökar när det finns färre journalister som granskar makthavare (ibid.). Även Arbetsförmedlingen har noterat hur förutsättningarna för journalisters arbete förändrats. Enligt myndighetens rapport från 2018 om arbetsmarknadsutsikterna inom kultur och media är en effekt av digitaliseringen att fotografer förlorar jobb till reportrar (Nofors 2018, s. 12). Den moderna journalisten på en digitaliserad redaktion utför alltså uppgifter som tidigare tillfallit redigerare eller fotografer (ibid.). Att digitalisera nyhetsredaktionen är därmed att effektivisera. Samma utveckling har fortsatt även de senaste åren. Arbetsförmedlingens rapport ”Långsiktig yrkesområdesanalys Kultur, media och design” från 2023 visar att antalet journalister i Sverige minskade mellan 2016 och 2021

(Arbetsförmedlingen 2023, s. 11). Under hösten 2023 meddelade flera stora mediehus att de tvingas till besparingar. *SVT* gick ut med att 70 till 80 tjänster skulle försvinna när 200 miljoner kronor behövde sparas in, samtidigt som även mediekoncernen *Stampen* samt *Sveriges Radio* och *TV4* annonserade om stora sparpaket (Voss Sundell & Farran-Lee 2023; Nesser 2023; Sääf 2023; TV4 Nyheterna 2023).

Utvecklingen av minskade resurser på redaktionerna har skett samtidigt som webben gått från en liten och outvecklad del av medielandskapet till att fullständigt dominera branschen. Svenska tidningar, med *Aftonbladet* i spetsen, började sin digitala omställning av nyhetsproduktionen under 1990-talet då de första artiklarna publiceras på nätet (Aftonbladet 2019; Nygren & Zuiderveld 2011, s. 27, 104). Vid 2000-talets början skiftade tidningarna fokus från att endast distribuera om artiklar från papperstidning till webben (Nygren & Zuiderveld 2011, s. 27, 104). Istället tog ett mer användaranpassat förhållningssätt vid och de började utveckla nya typer av innehåll exklusivt för sina digitala plattformar (ibid.). Sedan dess har mediehusen satsat stort på att följa med i digitaliseringens tidevarv. Några hållpunkter är relevanta att nämna för undersökningen i denna uppsats, som fokuserar på *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet*.

År 2003 valde *Aftonbladet* att öka sin satsning på webb-tv och sex år senare hade bara själva tv-delen fler besökare än hela *SVT*s nyhetssajt (Nilsson 2003; Rydergren 2009). *SvD* började utveckla mobilappar redan 2009 och blev året därpå bland de första att lansera e-tidning för surfplattor, varpå *Aftonbladet* följde efter med egna Ipad-appar kort därefter (Ekblom 2020; SvD 2010; de Lima Fagerlind 2010). År 2011 gick *Aftonbladet* ut med att de skulle ställa om sitt arbete för att i första hand publicera sig som en nättidning (von Arndt & Wettre 2011). De nästkommande åren duggade satsningarna tätt. När *Aftonbladet* den 5 juni 2013 lanserade en ny app hade tidningen 2,7 miljoner mobil-läsare (Aftonbladet 2013). 2015 kom de ut med en ny tabletsajt för webben och *SvD* skapade enligt egen utsago ”en av världens modernaste nyhetssajter” (Lindberg 2015; Ekblom 2020). Värt att nämna är att vi på senare år sett en ny parallell trend som går i opposition mot det virala klimat som växt fram när de snabba nyhetssajterna utvecklats (Weibull & Wadbring 2020, s. 259). Idag satsas det i större utsträckning på så kallade longreads, alltså mer genomarbetade journalistiska berättelser i längre format. Ett annat exempel på samma utveckling är att satsningar på så kallad slow-tv fått oväntat genomslag (ibid.; Haldert 2019).

1.2 Syfte och frågeställning

Den ovan beskrivna utvecklingen väcker viktiga frågor om förutsättningarna för att ta fram egna nyheter i ett digitaliserat medieklimat där journalistik ska produceras allt snabbare – ofta med mindre resurser till hands. När färre reportrar ska bevaka mer, samtidigt som arbetsfältet ofta utgörs av en nyhetsdesk, riskerar de journalistiska källorna att i större utsträckning bli andra journalister. Om arbetspraktiken förändrats så att tidningar allt mer skriver av varandra blir nästa fråga hur det påverkar journalistiken. Syftet med denna uppsats är således att besvara följande frågeställningar:

Har kommersialiseringen av journalistiken förändrat webbtidningars användande av andra nyhetsmediers innehåll och vad kan det i så fall få för konsekvenser?

Finns det ett samband mellan att tidningar publicerar fler artiklar och att det delade materialet ökar?

Hur kan gestaltningen av en nyhet skilja sig mellan en rewrite och en originalartikel?

Frågeapparaten består alltså av en huvudfrågeställning, som är tänkt att ge en teoretisk inramning till uppsatsens övergripande syfte, samt två underfrågor. Den första underfrågan är medvetet formulerad som en ja/nej-fråga och målet är att besvara huruvida en förändring i det delade materialets förekomst ägt rum. Benämningen ”delat material” används här för att beteckna både artiklar hämtade från nyhetsbyråer och rewrites (se definition i avsnitt 2.2). Den del av undersökningen som svarar mot den första underfrågan utreder också om det finns en samvariation mellan det delade materialets frekvens och hur mycket tidningarna publicerar. Detta eftersom ett stort antal webbpubliceringar kan ses som ett uttryck för kommersialiseringens krafter, vilket är ett återkommande resonemang som utvecklas senare i denna uppsats. Den andra underfrågan, som är av mer beskrivande karaktär, har syftet att komplettera den första genom att belysa hur överföringen av information i flera led rent konkret kan påverka nyhetsförmedlingen. Det innebär alltså att frågeställningarna är ordnade efter en logisk följd där svaret på den sista underfrågan bör ses i ljuset av den tidigare. Redan nu är det värt att betona ordet ”kan” i den sista frågeställningen, då syftet är exemplifiera snarare än att generalisera.

2. Tidigare forskning

Den ovan nämnda utvecklingen av förändrade branschvillkor i termer av ökad ekonomisk konkurrens, digitalisering och minskade resurser för journalistisk bevakning ryms alla inom den övergripande berättelsen om kommersialiseringen av journalistiken. Som framgår av huvudfrågeställningen är begreppet helt centralt för denna uppsats då det utgör en grundpelare för såväl motiveringen till undersökningens relevans som det teoretiska ramverket. I följande avsnitt presenteras därför tidigare forskning gällande kommersialiseringen av medielandskapet och hur rewrites samt användandet av byråmaterial kan förstås i ljuset av nämnda utveckling. De mer teoretiska aspekterna av kommersialiseringen och dess verkande mekanismer framkommer senare i teorikapitlet.

2.1 Tävligen på webben

I Lars Nords rapport ”Mapping Digital Media: Sweden”, görs en kartläggning av medielandskapet i Sverige genom intervjuer samt insamling av data och forskning. Kartläggningen visar att en effekt av det ökade vinstkravet inom journalistik är ökad mängd sensationsjournalistik, som är både kostnadseffektivt att producera och enkelt att sälja (Nord 2011, s. 65). Kravet på snabba artiklar skapar ett klimat där rapporteringen drivs av tävling mellan mediehusen, skriver Nord. En anonym politisk reporter från *Dagens Nyheter* vittnar om att de politiska artiklarna i tidningen ofta återger något som rapporterats om på tv, vilket leder till att rapporteringen lätt kan bli mer spekulativ i ett försök att utveckla storyn och särskilja sig från sändningen (ibid. s. 43).

I artikeln ”The mediatization of journalism” av Aske Kammer (2013) presenteras liknande effekter av kommersialiseringen i danska nyhetsmedier. Kammer intervjuar verksamma journalister i Danmark, som menar att stämningen vid nyhetsdesken är präglad av tävling mellan tidningarna där det handlar om minuter och sekunder. Så fort en av mediehusen har fått ut storyn hakar direkt de andra tidningarna på och publicerar snarlika texter (Kammer 2013, s. 152-156).

2.2 Rewrites och nyhetskannibalism

Rewrites är som tidigare nämnts ett omdebatterat fenomen och den som sätter sig in i forskningsfältet om den journalistiska praktiken att skriva av andra tidningars material finner ett virrvarr av olika ställningstaganden. Enligt Björn Häger (2020, s. 547) handlar en rewrite kort om att ”skriva om en text”. Martin Schori (2019, s. 294) delar den definitionen och

lägger till att omskrivningen görs ”med eller utan att bygga på någon annans artikel”. Andra sätter betydligt mer värdeladdade ord på fenomenet och väljer att använda ordet ”nyhetskannibalism” (Phillips 2010, s. 52). Gemensamt för en stor del av forskningen kring delat journalistiskt material är dock att det kopplas till den ovan beskrivna övergripande utvecklingen av digitalisering. Angela Philips (2010, s. 52) menar exempelvis att det under tiden då papperstidningen var det dominerande nyhetsmediet rådde helt andra förutsättningar i konkurrenssituationen om originaljournalistik. Förr kunde tidningar räkna med att vara exklusiva med exempelvis egengjorda grävarbeten i minst en dag, eftersom tidningarna bara går i tryck en gång om dagen (Philips 2010, s. 52-53). Idag är ett nyhetsmedium som presenterar ett stort avslöjande ofta bara ensam om materialet på sin webbplats i några minuter innan konkurrenter skriver om och publicerar samma nyhet (ibid.). I artikeln ”Journalists as Unwilling ‘Sources’: Transparency and the New Ethics of Journalism” har Philips (2010, s. 52-53) intervjuat journalister från tre stora brittiska tidningar om vilka källor de använt till ett axplock av sina egna artiklar. Resultatet visade att arbetssättet på *Telegraph*, den enda brittiska tidningen som vid tillfället gick efter ledorden ”webben först”, skilde sig markant. En tredjedel av nyheterna var hämtade från andra nyhetsmedier. Dessutom visar resultatet att reportrarna på tidningen gjorde färre egna uppföljande samtal till en story än deras kollegor på konkurrerande tidningar (ibid.).

Även i artikeln ”Methods and Ways of News Reports Rewriting: Comparative Analysis” kopplas fenomenet rewrites till digitaliseringen och artikelförfattarna skriver att rewriting som fenomen uppkom först när nyheterna började publiceras online (Kenzhebekulya, Shaitmaganbetovna, Kuandyka & Kamalkyzya 2016, s. 1334-1335). I början av 2000-talet kunde läsaren förlita sig på att nyhetstexter, både på webben och i print, till största del var producerade av reportrar som återgav ett skeende som de själva upplevt på plats, oavsett om det var ett sportevenemang eller en presskonferens. Idag krävs det dock inte att reportern lämnar redaktionen, då denne istället kan hämta in nyheter från nyhetsbyråer och andra nyhetskanaler, skriver författarna (ibid.).

2.3 Byråmaterialets dominans

Nyheter som produceras av en byrå och sedan återpubliceras i andra kanaler är inte lika omdebatterat som rewrites. Detta trots att fenomenet på sätt och vis liknar en rewrite i avseendet att det är material som publiceras på flera ställen och att tidningen som publicerar det inte är originalkällan. Den största svenska nyhetsbyrån är *TT Nyhetsbyrån*, som ägs

gemensamt av de mediekoncerner som brukar tjänsten (Häger 2020, s. 134-135). Det *TT* väljer att rapportera om påverkar till stor del nyhetsagendan i Sverige. Byråns anställda producerar flera hundratals journalistiska texter varje dygn som nyhetsmedierna i sin tur kan publicera i sina kanaler. *TT* använder sig också av andra nyhetsbyråers material när de rapporterar om internationella nyheter, som till exempel *AP*, *Reuters* och *AFP* (ibid.).

Jelle Boumans, Damian Trilling och Rens Vliegthart publicerade år 2018 studien ”The Agency Makes the (Online) News World Go Round: The Impact of News Agency Content on Print and Online News”, som undersöker hur stor del av innehållet i stora Holländska tidningar som består av byråmaterial. Resultatet visar att det framförallt är webbtidningar som är beroende av byråmaterial i sin rapportering (Boumans, Trilling & Vliegthart 2018, s. 1781-1784). Studien visade också att innehållet i en av tidningarna som undersöktes bestod till 75 procent av byråmaterial. (ibid. s. 1777). Författarna menar att byrådominansen i onlinenyheterna är alarmerande eftersom det leder till brist på nyhetsmångfald (ibid. s. 1768).

För att sammanfatta det ovan beskrivna forskningsläget finns alltså en gedigen vetenskapskatalog om kommersialiseringen och digitalisering av journalistiken. Användandet av delat material i olika former utgör i sin tur ofta en naturlig del av forskningen kring denna utveckling. Trots en omfattande diskurs kring hur mediernas förändrade förhållningssätt till att använda andras material kan förstås i ljuset av kommersialiseringen lyser dock de statistiska undersökningarna ofta med sin frånvaro. De studier som presenterar hur mycket material tidningarna faktiskt delar med varandra, och framförallt hur detta har förändrats, är förhållandevis få. När det kommer till det svenska forskningsfältet tycks inga sådana undersökningar ha gjorts. Syftet med denna uppsats är således att undersöka ett fenomen som ofta omnämns i såväl den inom- som utomvetenskapliga debatten, men vars faktiska tillstånd är outforskat i Sverige.

3. Teori

Analysen i denna uppsats styrs som tidigare nämnts till stor del av teoretisering kring kommersialiseringen. Teorin används givetvis för att besvara huvudfrågeställningen, men också den första underfrågan; *Finns det ett samband mellan att tidningar publicerar fler artiklar och att det delade materialet ökar?* Detta eftersom viljan att publicera fler artiklar som sagt kan ses som ett uttryck för, eller effekt av, kommersialiseringen av journalistiken.

För att kunna djupdyka i konsekvenserna av att tidningar delar material har det teoretiska ramverket dock byggts ut till att även inkludera källkritik och gestaltningsteori. Dessa teorier används alltså i första hand för att besvara den andra frågeställningen; *Hur kan gestaltningen av en nyhet skilja sig mellan en rewrite och en originalartikel?* Källkritik har länge utgjort en grundläggande del av journalistisk praktik och handlar just om frågan kring varifrån information kommer och hur den värderas. Det är därför ytterst relevant att inkludera teoribildning om källkritik i en undersökning om hur journalisters källor förändrats. Avsnittet om denna teori inleds med en introduktion till klassiska kommunikationsmodeller för att introducera läsaren till logiken i informationsöverföring i flera led – ett resonemang som senare vidareutvecklas med det källkritiska kriteriet om förstahandskällor. Till sist i detta teorikapitel presenteras gestaltningsteorin med syfte att möjliggöra diskussion kring hur det journalistiska urvalet styr porträtteringen av en nyhetshändelse.

3.1 Kommersialisering

Kommersialisering kan definieras som en process där den journalistiska värdegrunden underordnas den ekonomiska aspekten av arbetet (Kammer 2018, s. 35-36). Utvecklingen beskrivs ofta som nära kopplad till förändringen mot ett digitalt medielandskap, varpå digitaliseringen och kommersialiseringen ses som gemensamt verkande krafter där den förra är en given del av den senare (ibid.). Jesper Strömbäck beskriver det som att de senaste decenniernas digitalisering av journalistiken har gått hand i hand med en stor expansion av medieutbudet, vilket följts av större valfrihet för konsumenter och ökad konkurrens bland nyhetsproducenter (Strömbäck 2014, s. 140). I det allt mer webbaserade medielandskapet har ekonomiska värden därför stigit i betydelse. Enligt Strömbäck (2014, s. 141-143) ser allt fler medier som företag, som erbjuder journalistik som vilken produkt som helst. Målet för företagen på mediemarknaden blir då att producera innehåll till en så stor publik som möjligt, för ett så billigt pris som möjligt (Strömbäck 2014, s. 140-143, 184). Detta eftersom den ökade konkurrensen även ”leder till mindre resurser för den journalistiska bevakningen av politik och samhälle”, skriver Strömbäck (2014, s. 184). Den ökade marknadsorienteringen har i sin tur förändrat förutsättningarna för nyhetsjournalister (Strömbäck 2014, s. 141-143). Enligt ett ställningstagande av James Hamilton (2004) som fått stort genomslag inom medieforskningen har rentav de grundfrågor som journalister traditionellt ska besvara om *vem* som har gjort *vad*, *var*, *när* och *varför* bytts ut mot mer ekonomiskt grundade frågor. Dessa lyder: *Who cares about a particular piece of information?, What are they willing to*

pay to find it, or what are the others willing to pay to reach them?, Where can media outlets or advertisers reach these people?, When is it profitable to provide the information? och Why is it profitable? (Strömbäck 2014, s. 140-141; Hamilton 2004). Det faktum att mediernas ekonomiska villkor förändrats samtidigt som nyhetsproduktion fortsatt är en resurskrävande verksamhet har alltså enligt denna teoribildning lett till att medier blivit allt mer kommersialiserade (Ots 2012, s. 117-118). Effekterna är enligt vissa att journalistiken blir mer likriktad och av sämre kvalitet, medan andra menar att konkurrens är vägen till bättre kvalitet (ibid.).

3.2 Kommunikation i flera led och källkritik

En av de första och mest inflytelserika teorierna om mänsklig kommunikation utvecklades av Claude Shannon och Warren Weavers (1949). Kommunikationsmodellen togs fram med syfte att visualisera optimal signalöverföring genom elektroniska medier och karaktäriseras av ett linjärt synsätt på kommunikation. Fokus ligger på överföring av information från avsändare till mottagare, varför det ofta benämns som ett transmissionssynsättet (Heide, Johansson & Simonsson 2014, s. 29-30). Enligt Shannon och Weaver (1949, s. 6-7) har kommunikationsprocessen sin början i en informationskälla som har valt ut ett särskilt budskap att förmedla. Detta budskap kan exempelvis bestå av text, verbalt uttalade ord eller bilder (Shannon & Weaver 1949, s. 6-7). Budskapet omvandlas sedan av en avsändare till en signal som sänds över via en kommunikationskanal till en tilltänkt mottagare. Mottagaren gör i sin tur om signalerna till ett budskap som överförs till en slutdestination. På så sätt förmedlas alltså information i flera led från en källa till en annan. I Shannon och Weavers teori spelar dock det som kommit att benämnas som ”brus” en central roll. De menar att kommunikation ofta karaktäriseras av att det sker adderingar till signalen som informationskällan inte hade för avsikt att förmedla. Det kan handla om förvrängning av ljudet på en telefonlinje, felaktiga skuggor i en bild eller andra misslyckanden i överföringen av information (ibid.). I en vidareutveckling av teorin har David Berlo (1960) skapat den så kallade SMCR-modellen. Namnet står för Sender – Messenger – Channel – Receiver och syftet med teorin är just att synliggöra dessa fyra grundläggande komponenter i en kommunikationsprocess. Berlo betonar att en avsändare alltid kodar ett budskap för en kommunikationskanal, varpå mottagaren i sin tur avkodar detta budskap (Businessstopia 2018).

Teoribildningen om kommunikation i flera led återfinns i den grundläggande logiken för källkritisk praktik. Att vara källkritisk innebär generellt att kontrollera fakta och det är källkritikens uppgift att värdera information samt göra en bedömning av trovärdigheten (Thurén 2013, s. 7-9). De fyra kriterierna tid, äkthet, tendens och beroende har traditionellt utgjort grunden för teorin, där den sista handlar just om huruvida en källa är beroende av information från en annan (Leth & Thuren 2013, s. 23). Att uppgifter går i flera led kallas för trädning. När uppgifter från den ursprungliga källan, primärkällan, återberättas och citeras av en sekundärkälla har det alltså skett en trädning i ett eller flera led (Thurén 2013, s. 53). Det är inom källkritisk teoribildning vedertaget att en primärkälla är mer pålitlig och högre värderad än en sekundärkälla, då informationsspridning i flera led kan resultera i felaktigheter (ibid. s. 12). Normen är därför att, när det är möjligt, gå till originalkällan (Leth & Thuren 2013, s. 23). Torsten Thurén (2013, s. 53) menar dock att det är vanligt att journalistiken bygger på sekundärkällor. En utmaning i det journalistiska arbetet är att det snabba tempot på en nyhetsredaktion kan leda till bristande källkritik och felaktigheter i den journalistiska produkten, lyfter Thurén. Journalister har inte alltid möjlighet att vänta med en bedömning utan måste arbeta utifrån den information som finns, och dessutom producera text under tidspress. Det snabba tempot kan slutligen också leda till att journalisten rycks med i händelsen som utspelar sig, vilket gör att de inte alltid inser att det kan finnas källkritiska problem (ibid. s. 12).

3.3 Gestaltningsteori

Gestaltningsteorin är en av de mest använda teorierna inom medieforskning och är en tanketradition som i stort kan sägas vila på socialkonstruktivismen (Shehata 2019, s. 337). Grunden är att vår förståelse för världen beror på hur vi kommunicerar om den, då verkligheten får sin mening genom mänsklig interaktion (ibid. s. 342). Enligt upphovsmannen Robert M. Entman själv (1993, s. 51-52) är användandet av gestaltningsteori (framing) därför ett sätt att beskriva makten som en text besitter. Framing innebär medveten gestaltning av den uppfattade verkligheten, vilket i sin tur påverkar läsarens uppfattning av det som gestaltas (Entman 1993, s. 51-52). Adam Shehata (2019, s. 342-343) skriver att forskning kring gestaltning går ut på att analysera hur något framställs av avsändaren och hur det sedan uppfattas av mottagaren. Grundtanken är att avsändaren alltid gör ett urval, omedvetet eller medvetet. Att gestalta något på ett visst sätt innebär att man väljer bort att gestalta det på ett annat sätt, vilket är en oundviklig del av det journalistiska arbetet, menar Shehata (2019, s.

342-343). I praktiken byggs inramningen upp av val som journalistens vinkel, användandet av värdeladdade ord, urval av fakta och vem som ska få komma till tals (Shehata 2019, s. 342-343).

Enligt Entman (1993, s. 52-53) tar sig gestaltningen närmare bestämt uttryck i fyra olika delar av kommunikationsprocessen. *Kommunikatören* tar ett medvetet eller omedvetet beslut om hur något ska förmedlas (Entman 1993, s. 52-53). *Texten* byggs upp med hjälp av frames som tar form genom valet att ta med eller välja bort bland annat information, fraser, stereotypiska bilder, olika källor och ord som kan förstärka och bekräfta faktan som presenteras. *Mottagaren* i sin tur styrs också av gestaltningen, men dennes tolkning kan skilja sig från kommunikatörens intention. Slutligen tar sig gestaltningen uttryck i *kulturen*, i de vanligaste valen av frames. Kulturen inom gestaltningsteori kan definieras som en empirisk samling av gemensamma ramar som uppvisas i diskursen och tänkandet, vilket är framträdande hos majoriteten av befolkningen inom en social gruppering (ibid.).

4. Metod och material

Uppsatsens frågeställningar besvaras genom en forskningsdesign som i första hand består av kvantitativ metod, men som kompletteras med en kvalitativ metod. Genom att kombinera de två angreppssätten är syftet att skapa förutsättningar för både bredd och djup i analysprocessen och på så sätt slutligen ge en mer genomgripande bild av det studerade fenomenet (Brookes 2017, s. 1015-1018). Huvudundersökningen är en kvantitativ innehållsanalys som främst används för att besvara den första underfrågan *Finns det ett samband mellan att tidningar publicerar fler artiklar och att det delade materialet ökar?* Här undersöks hur det totala antalet webbpubliceringar samt andelen rewrites och byråartiklar förändrats över tid i *SvD* och *Aftonbladet*. När denna fråga är besvarad återstår att ge belysande exempel på hur de rewrites som ingår i det delade materialet faktiskt ser ut. Därför följer en kvalitativ inriktad textanalys, så kallad framinganalys, som främst besvarar den andra underfrågan *Hur skiljer sig gestaltningen av en nyhet i en rewrite från originalartikeln?* Här jämförs rewrites med dess originalkälla för att identifiera likheter och skillnader i den journalistiska gestaltningen. Viktigt att understryka är att denna kvalitativa undersökning inte är utformad med ambition om att den skulle kunna utgöra en självständig analytisk ansats, utan endast är avsedd som ett fördjupande komplement till huvudundersökningen. Medan den kvantitativa metoden ger en översikt över hur antalet publicerade artiklar samt andelen delat material förändrats över tid ger den kvalitativa metoden möjlighet att göra nedslag i

materialet och nära studera konsekvenserna av att tidningar delar material. Genom att räkna får vi svar på *vad* som händer, men djupläsningen svarar på *hur* det går till (Teorell & Svensson 2007, s. 270-275). Nedan presenteras valet av analysmaterial och därefter följer en diskussion om vardera metodik.

4.1 Material

Materialet som utgör grunden för undersökningarna består av webbartiklar från kvällstidningen *Aftonbladet* och dagstidningen *Svenska Dagbladet (SvD)*. Tidningar har valts för att kunna ge en bred bild av svensk journalistik, då fokus ligger på två av de största tidningarna i landet. De två editionerna tillhör dock båda Schibstedkoncernen, vilket gör dem mer kompatibla för komparation. Genom att välja två tidningar med samma ägare kan eventuella skiljaktigheter i resultatet lättare härledas till genreskillnaden mellan en dags- och kvällstidning. Dessutom går fokuset på en koncern hand i hand med uppsatsens övergripande tema kring kommersialiseringen av journalistiken, där just stora bolag anses utgöra de viktigaste aktörerna i medielandskapet. Skillnaden i de två tidningarnas genrer innebär i sin tur att de i viss mån har olika förutsättningar på mediemarknaden. Det som tidigare skilde kvalitetsinriktade dagstidningar från de mer sensationslystna kvällstidningarna var att de förra var prenumererade, medan de senare ofta såldes på lösnummer (Weibull & Wadbring 2020, s. 116, 258-259). Idag läses inte minst kvällspressen främst online, men genreskillnaderna finns kvar (ibid.). När medieplattformarna transformerats till digitala format kan denna skillnad översättas till frågan om prenumerationer och betalväggar hos webbtidningarna (ibid. s. 99-102, 116-118). På *SvDs* hemsida är idag en större andel av artiklarna exklusiva för prenumeranter än på *Aftonbladets* nyhetssajt, som även de har en betaltjänst, ”Aftonbladet plus”. Det innebär i sin tur att *SvD* i större utsträckning finansieras av betalande prenumeranter, medan *Aftonbladet* får förlita sig mer på annonsintäkter (ibid. s. 99-102, 116-118; Rimpi 2018; Wedholm 2023). I den här undersökningen görs ingen skillnad på artiklar som publicerats med och utan betalvägg. Valet att studera endast webbartiklar beror på en strävan att fånga in digitaliseringens effekter, men det handlar också om att möjliggöra analys kring hur mängden dagliga publiceringar förändrats över åren. Medan en papperstidning kan förväntas innehålla ungefär lika många artiklar, förutsatt att antalet sidor inte förändras, är webben en betydligt mer dynamisk plattform med oändligt utrymme.

Eftersom förekomsten av delat material undersöks under en längre tid i den kvantitativa undersökningen krävs en stor avgränsning i materialet. För att möjliggöra en

överblick över en tidsmässig utveckling utan att inkludera alltför många analysenheter görs nedslag i materialet var tredje år, med start år 2003 eftersom det är först då det finns en etablerad webbjournalistik hos båda tidningarna. Totalt analyseras sju år; 2003, 2006, 2009, 2012, 2015, 2018 och 2021. Eftersom en manuell kodning tillämpas behöver materialet avgränsas ytterligare, varpå fokus läggs på en enda dag respektive år. Målet är att för generalisbarhetens skull välja en så ”vanlig” dag som möjligt och på så sätt undvika att eventuella särskildheter gör att den valda analysenheten inte är representativ för populationen (Teorell & Svensson 2007, s. 68-69). Det skulle exempelvis kunna handla om högtider, säsongsbetonad nyhetstorka eller semestertider med sämre bemanning på redaktionerna. Med hjälp av en datorgenerator slumpas därför en dag mitt i veckan på våren eller hösten. Resultatet blev den andra tisdagen i april. Databasen Retriever används för att söka fram alla publiceringar från de två tidningarna den dagen respektive år, vilket ger ett material på totalt 2996 publiceringar, varav 1525 är från *SvD* och 1471 från *Aftonbladet*.

Samtliga publiceringar går igenom för att sortera bort sådant som inte är relevant för analysen, vilket är allt som inte är rena nyhetsartiklar. Här försvinner alltså alla typer av åsiktstexter, inklusive ledare, krönikor, analyser, kommentarer, recensioner, men också film- och boktips, reseråd, recept, läsarbilder etc. Även pufftexter för poddar och videos, arkivmaterial där gamla artiklar återpublicerats och rena ”fråga-experten”-texter, där läsare själva skickat in frågor, sorteras bort. Detsamma gäller artiklar där en representant för tidningen, ofta chefredaktören, kommenterar den egna publikationen samt artiklar om pris och utmärkelser som tidningen själva delar ut, exempelvis *SvDs* ”Bragdguld”. Dessutom tas alla notiser med endast siffror över börskurser bort, vilket är vanligt förekommande i *SvD*. En svårighet i urvalsarbetet uppstod i ett skilja kommenterande texter från renodlade nyhetsartiklar, framförallt under de tidigare åren i analysen. Detta eftersom det inte verkade råda lika vattentäta skott mellan genrerna som det gör idag samtidigt som texterna ofta saknade en vinjett. Framförallt texter om utrikesnyheter skrivna av *SvDs* korrespondenter visade sig svårkategoriserade. Där krävdes mycket noggrann och upprepad läsning för att utröna huruvida skribenten i huvudsak beskrev eller kommenterade ett händelseförlopp. Samtliga texter som rörde sig i gränslandet placerades därför i ett särskilt dokument och genomgick så kallade reliabilitetstest, alltså kodades två gånger vid separata tillfällen av respektive uppsatsförfattare för att säkerställa att resultatet blev detsamma (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns & Wängnerud 2017, s. 208-209). När samtliga texter sorterats återstod 2333 artiklar att analysera, 1184 från *SvD* och 1149 från *Aftonbladet*.

När det kommer till urvalet för den kvalitativa analysen görs enstaka stickprov i det mycket omfattande materialet. En rewrite från varje tidning väljs ut och jämförs med den ursprungliga publiceringen, alltså den artikel som tidningen baserat sin rewrite på. Materialet består således av totalt fyra artiklar, två rewrites och två originalartiklar. I urvalsprocessen var strävan att välja artiklar som är representativa för hur *SvD* och *Aftonbladet* tenderar att använda sig av andra nyhetsmediers material. Det handlar alltså om ett strategiskt urval med syfte att välja ”typiska fall” (Teorell & Svensson 2007, s. 152-153). Efter att ha läst igenom samtliga rewrites under den valda tidsperioden skapades en god uppfattning om hur dessa tenderar att se ut i respektive tidning. Samtidigt gör det begränsade urvalet att ambitionen att generalisera resultatet för den kvalitativa textanalysen är begränsad, och syftet är återigen snarare att belysa hur skillnader mellan rewrites och originalartiklar *kan* se ut.

Eftersom den kvalitativa analysen inte innefattar en tidsmässig jämförelse, som i den kvantitativa delen, föll valet istället på att utse analysenheter från någon av dagarna som ligger närmast nutid. På så sätt kan undersökningens resultat säga något om hur praxis för rewrites ser ut idag. Det slutgiltiga valet blev därför *SvDs* artikel ”Kritiken från S: ’De är maktfullkomliga’” från den 10 april 2018. Artikeln består av 1685 tecken och refererar till en intervju gjord av *TT* (Jerdén 2018). Originalartikeln från *TT* med rubriken ”Styrelsen för Karolinska avgår” består av 3396 tecken och publicerades också den 10 april 2018 (*TT* 2018). Texten har sedan dess uppdaterats och vår analys utgår ifrån den uppdaterade versionen som finns att tillhandahålla på *Dagens Medicins* webbplats. Från *Aftonbladet* valdes artikeln ”Kris i Malmö begär konkurs” från den 14 april 2021. Artikeln består av 602 tecken och är en rewrite på en artikel från *Sydsvenskan* (Karlsson 2021). Originalartikeln från *Sydsvenskan* med rubriken ”KRIS i konkurs: ’Kommer slå hårt på samhället’” består av 1833 tecken och publicerades den 13 april 2021 klockan 19.00 (Mikkelsen 2021). Huvudsaklig empiri för den kvalitativa delen av undersökningen är *Aftonbladets* och *SvDs* rewrites, men för att kunna säga något om skillnaden i gestaltning är ursprungsartiklarna från *TT* och *Sydsvenskan* med som stöd för analysen.

4.2 Kvantitativ innehållsanalys

Huvudundersökning i denna uppsats består som sagt av en kvantitativ innehållsanalys, vars syfte är att räkna förekomsten av en viss kategori av text i ett material (Esaiasson et al. 2017, s. 198). I detta fall är det frekvensen av artiklar som kan kategoriseras som rewrites som ska kvantifieras i relation till antalet artiklar som kan kategoriseras som originaljournalistik.

Dessutom undersöks hur stor del av artiklarna som publiceras som är direkt hämtade från nyhetsbyråer. *TT* är det vanligast förekommande exemplet men även nyhetsbyråerna *Finwire*, *Stockholm Direkt* och *Sveriges Nyheter* förekommer i materialet.

Den kvantitativa undersökningen inleds med en kartläggning över det totala antalet publiceringar för alla år under tidsperioden 2003-2021. Syftet är att ta fram ett underlag för hur mängden artiklar som publiceras på webben förändrats över tid och utröna eventuella trender som senare kan användas i en gemensam analys om mängden delat material. En felkälla i denna kartläggning är att samtliga publikationer från båda tidningarna inkluderas, alltså även de av sådan karaktär som sorteras bort i den resterande kvantitativa undersökningen. Detta beror på att det skulle vara ett alldeles för omfattande arbete att göra samma sortering på ett så stort material. Samtidigt är denna felkälla genomgående för samtliga analysenheter, vilket gör att omständigheterna hålls konstanta och att siffrorna för respektive årtal ändå är jämförbara med varandra (Teorell & Svensson 2007, s. 185, 228). På så sätt kan denna undersökning ändå ge en tydlig fingervisning på hur mängden artiklar som publiceras förändrats.

När det kommer till undersökningen av de enskilda dagarna under de sju åren är den första variabeln som studeras det totala antalet artiklar som publicerats respektive dag i de två tidningarna. Efter den första utsällningen, som beskrevs i materialavsnittet, ska artiklarna tillskrivas en av två variabelvärden; rewrites och artiklar från nyhetsbyråer kodas som ”delat material”, medan material som har producerats helt av tidningen själva kodas som ”eget material”. Tillvägagångssättet går i första hand ut på att utröna artikelns källa genom att titta på textens byline, varpå de texter med en byline tillhörande en nyhetsbyrå direkt kodas som delat material. En övervägande majoritet av artiklarna hamnar i denna kategori. När en artikel saknar byline görs en sökning i sökmotorn Google på artikelns första mening, för att få svar på om det rör sig om en artikel från *TT*, eftersom det i så fall blir flera sökträffar från olika tidningar. Anledningen till att sökningen inte görs på rubriken är att tidningar ofta sätter egna rubriker även på artiklar från nyhetsbyråer. I de få fall då det ändå inte går att utröna artikelns härkomst plockas den bort från materialet och analyseras alltså inte.

Nästa steg i undersökningen är att läsa de texter som inte är byråmaterial för att undersöka huruvida det rör sig om en rewrite eller originaljournalistik. Kodningen föranleder ett gediget tolkningsarbete utifrån tydligt formulerade kriterier som säkerställer att kategorierna är ömsesidigt uteslutande (Esaiasson et al. 2017, s. 199-207). Som diskuterats ovan är rewrites ett omdebatterat fenomen och det saknas entydiga definitioner. För att nå enkla och fruktbara operationaliseringar kodas alla artiklar som innehåller

andrahandsinformation, med en hänvisning till en eller flera andra nyhetsmedier, som en rewrite. Det gäller dock inte om det endast är en hänvisning till information i en faktaruta. Hänvisningen kan vara i form av att en annan nyhetskanal nämns vid namn eller att en länk till originalkällan infogats i texten. Även vagare hänvisningar som exempelvis ”enligt amerikanska medier” eller ”säger X till Israelisk TV”, kodas som rewrites. Endast artiklar som helt saknar sådana hänvisningar kodas som eget material.

En uppenbar felkälla är att reportern kan ha använt andras material utan att vara transparent med detta. I några fall innehåller artiklar exempelvis pratminus som det är mycket osannolikt att reportern fått via en exklusiv intervju, men det saknas källhänvisning till i vilket annat sammanhang personen i så fall gjort uttalandet. Samtidigt skulle det vara ett mycket omfattande och nästintill omöjligt arbete att försöka spåra originalkällan till alla artiklar i undersökningen som saknar källhänvisning. En enkel operationalisering grundad på att det finns explicita bevis på att en artikel helt eller delvis baseras på andra nyhetsmediers material är därför nödvändig. En sådan operationalisering kan dessutom förankras i de branschregler som i stort gäller inom svensk journalistik idag, då det som sagt finns överenskommelser mellan mediebolag om att vara generösa med att kreditera den som var först med en viss rapportering (Nesser 2017).

Det går givetvis även att diskutera huruvida en hel artikel där endast ett stycke information eller ett pratminus hämtats från en annan nyhetskanal bör klassificeras som en rewrite. Samtidigt går det att föra argument för det motsatta förhållandet, att en artikel som exempelvis baseras helt och hållet på ett pressmeddelande från ett företag inte bör kategoriseras som eget material. En korrespondent på fältet som intervjuat flera personer men tagit ett pratminus från *TT* kan rimligtvis sägas ägna sig mer åt originaljournalistik än en deskreporter som tagit del av nämnda pressmeddelande. Återigen handlar beslutet dock om att skapa fruktbara operationaliseringar som är praktiskt användbara för att analysera ett så pass omfattande material som denna studie förordnar. Det kan också vara värt att understryka att syftet med att kategorisera något som en rewrite är inte att sätta dit tidningar för att inte producera originaljournalistik, utan snarare att undersöka hur vanligt förekommande det är att journalister använder andra journalister som källor.

När kodningen är färdigställd och den kvantitativa innehållsanalysen fullföljd presenteras resultatet i tabeller med frekvensfördelningarna (Esaiasson et al. 2017, s. 363). De värden som presenteras för respektive dag och tidning är alltså det totala antalet artiklar samt antalet som kodas som eget material, rewrites och byråartiklar. Dessutom visas den totala mängden delat material, alltså både rewrites och byråartiklar, i relation till mängden eget

material. Samtidigt är det viktigt att påpeka att det totala antalet artiklar som publiceras varierar mycket från dag till dag. Stickprovsundersökningar visade exempelvis att det dagen efter en av de undersökta dagarna publicerats nästan dubbelt så många artiklar som dagen innan. Den stora variationen kan exempelvis bero på att en dag är särskilt händelserik, att det under en dag publiceras få långa artiklar istället för många korta, eller tvärtom. För att undvika att sådana fluktuationer relaterade till det slumpmässiga valet av dag påverkar resultatet presenteras även den procentuella andelen delat material för respektive dag (Teorell & Svensson 2007, s. 68-70).

Samtliga värden presenteras sedan i linjediagram för att påvisa hur andelen delat material förändrats över tid och möjliggöra analys om huruvida det minskat, ökat eller hållit stagnerade nivåer. Dessutom görs linjediagram med två y-axlar där både värden kring det totala antalet publicerade artiklar och andelen delat material förs in i samma diagram för att utröna om de två variablerna samvarierar över tid. En samvariation skulle innebära att det under en tid då det publiceras många artiklar tenderar att även publiceras mycket delat material (Esaiasson et al. 2017, s. 68-69; Teorell & Svensson 2007, s. 26-27). Här är viktigt att understryka att undersökningen inte tar nästa steg för att statistiskt utröna om det rör sig om ett orsakssamband, alltså att den ena variabeln påverkar den andra eller hur starkt sambandet är (ibid. s. 69, 76). Syftet med undersökningen, vilket tydliggörs i frågeställningen, är endast att besvara om det finns ett samband. Detta beror på att det inom ramen för denna uppsats inte finns möjlighet att ta fram data över tillräckligt många analysenheter för att göra en statistiskt säker regressionsanalys (Teorell & Svensson 2007, s. 209-210). Istället används datan över en eventuell samvariation för att på ett teoretiskt plan argumentera för hypotesen om att kommersialiseringen av medielandskapet gör att tidningar vill publicera fler artiklar för att öka sina intäkter, vilket gör att det publiceras fler rewrites och byråartiklar. Den kausala mekanismen som i denna uppsats används som förklaringsmodell för sambandet är tidningarnas vinstintresse – ett resonemang som i sin tur baseras på teoribildning om kommersialiseringen. Däremot görs ingen empirisk prövning av denna kausala mekanism eftersom det ursprungliga sambandet inte prövas statistiskt (ibid. s. 67, 80). Den kvantitativa undersökningen svarar alltså endast på huruvida det finns ett samband, samt om det är positivt eller negativt. Detta eftersom riktningen på linjer och trendlinjer i diagrammen visar om variabelvärdena ökar eller minskar. Hypotesen är alltså att det finns ett positivt samband, alltså att många publiceringar hör samman med mycket delat material (ibid. s. 73).

Eftersom antalet publicerade artiklar som sagt varierar stort mellan olika dagar lutar sig sambandsundersökningen istället mot siffrorna som tagits fram över hur många publiceringar tidningarna gjort årsvis. Dessa värden används alltså för att indikera hur mycket tidningarna totalt publicerade på webben under den tid som undersöks, för att sedan sätta detta i relation till hur stor andel som är delat material. Här görs dessutom en uträkning av hur mycket de två tidningarna publicerar per dag i genomsnitt. Det totala antalet publiceringar per år för respektive tidning divideras alltså med 365, och 366 för skottåret 2012. Syftet med denna genomsnittsräkning är att få fram ett värde som är mer användbart i relation till siffrorna över antalet artiklar som är rewrites och byråmaterial. På så sätt innefattar båda y-axlarna värden som avser publiceringar över en dag, istället för att det ena värdet är på årsbasis.

4.3 Kvalitativ textanalys

När siffrorna presenterats för den kvantitativa analysen återstår alltså att bygga vidare på den analytiska processen genom att ge konkretiserande exempel på hur användningen av delat material ser ut i praktiken. Den kvalitativa textanalysen utgörs av en komparativ fallstudie då innehållet i två av de rewrites som ingår i den kvantitativa innehållsanalysen som sagt jämförs med dess originalkälla. Genom noggrann och intensiv läsning av materialet blir det möjligt att, till skillnad från i den kvantitativa analysen, ta fram det väsentliga innehållet och blottlägga meningsbärande strukturer i texterna (Esaiasson et al. 2017, s. 211). Det rör sig alltså om en systematiserande undersökning med syfte att lyfta fram tematiska kontraster (ibid. s. 211-214). Utövandet av komparation ger högre grad av specifikation till analysen, eftersom en systematisk undersökning av skillnader och likheter i texterna kan ge en bild av rewrites textmässiga konsekvenser (ibid. s. 135-136).

Med hänvisning till såväl uppsatsens problemformulering som dess teoretiska ramverk bör den textanalytiska metoden närmare bestämt liknas vid en så kallad framinganalys. Det innebär att själva inramningen av den nyhetshändelse som artiklarna beskriver står i fokus för analysen (Esaiasson et al. 2017, s. 218). Syftet är att synliggöra de val som journalisten gjort för att forma en nyhetsrapportering och därmed publikens förståelse för en händelse utifrån vissa strukturer (Winslow 2017, s. 584). Analysprocessen är mer konkret baserad på ett antal frågor som ställs till texterna för att blottlägga relevanta teman. Dessa frågor berör framförallt vilken information som framkommer om ett händelseförlopp samt vilka som får komma till tals, i vilken utsträckning och på vilket sätt.

En annan aspekt som kontrolleras är hur långa texterna är och om teckenmängden påverkar innehållet. Även skillnader i nyanser och detaljrikedom mellan en originalartikel och en rewrite analyseras. Det praktiska tillvägagångssättet går närmare bestämt ut på att artiklarna ställs mot varandra i två tabeller för att undersöka vad ursprungsartikeln och rewritten har för likheter och skillnader. Detta markeras ut i tabellerna med hjälp av ett system av färgkoder. Blå markering betecknar information som inhämtats från originalartikeln, men som skrivits om med andra ord i rewritten. Text med färgen gul markerar citat som hämtats rakt av och återgetts ordagrant. På så sätt visualiseras vilken information som väljs ut och förmedlas vidare samt vilken som går förlorad när en artikel skrivs om i en rewrite.

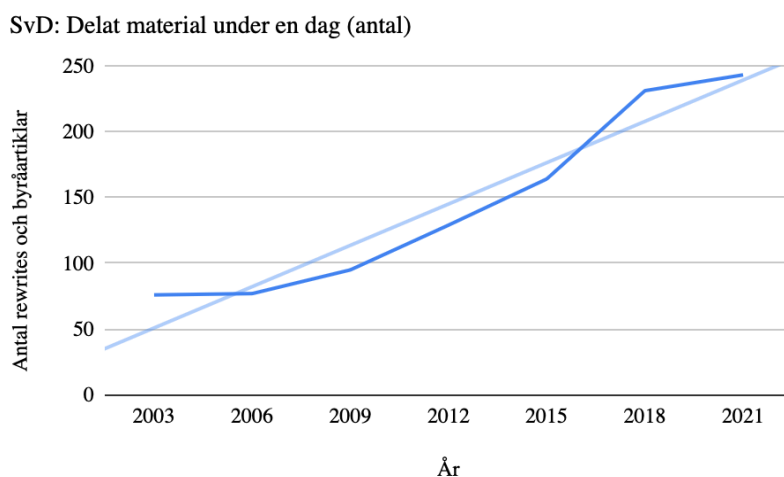
5. Analys

Följande analysavsnitt inleds med en redovisning av resultatet för huvudundersökningen, alltså den kvantitativa innehållsanalysen. Utfallet av datainsamlingen presenteras med hjälp av totalt tretton grafer som visar på utvecklingen av det delade materialets förekomst samt det totala antalet webbpubliceringar i *Aftonbladet* och *SvD* över tid, med syfte att utröna om det finns ett samband mellan de två variablerna. Resultatet diskuteras och kontextualiseras huvudsakligen med hjälp av teoribildning om kommersialiseringen och de senaste decenniernas utveckling av medielandskapet. Därefter följer den kompletterande kvalitativa analysen av en artikel från respektive tidning. Skillnader och likheter mellan rewrites och dess originalkällor visualiseras i två tabeller för att sedan diskuteras med hjälp av gestaltningsteori samt ett källkritiskt perspektiv.

5.1 Sambandet i siffror

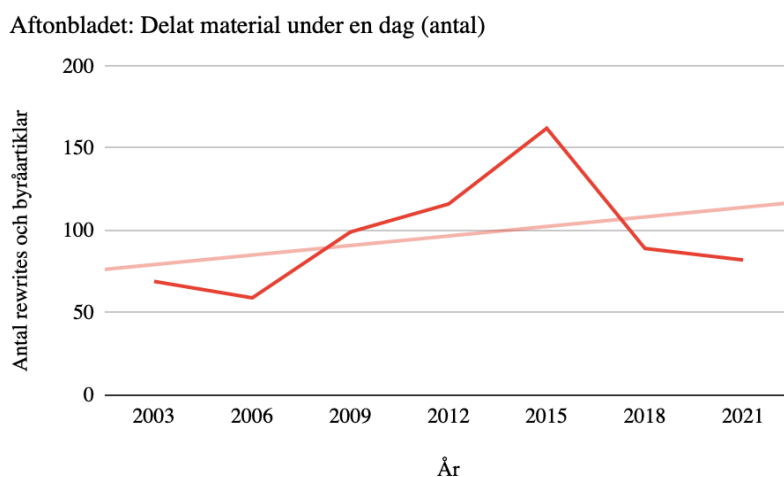
En första trend som kan utrönas ur datan över materialet från de sju datumen i respektive tidning är hur antalet artiklar som kodas som delat material, alltså rewrites och byråartiklar, förändrats (se bilaga 1 och 2 för fullständig förteckning över datan). Den tydligaste ökningen går att finna i *SvD*, där antalet delade artiklar ökar för varje år under den undersökta tidsperioden. Mellan år 2003 och 2006 är ökningen blygsam, men därefter tar den fart för att stiga konstant mellan 2009 och 2015 och sedan ännu starkare mellan 2015 och 2018. Mellan de två sista analysenheterna i undersökningsperioden avtar ökningen något. Överlag har dock en markant ökning ägt rum. 76 artiklar som kodas som delat material publicerades under en dag 2003. 18 år senare är den siffran 243, vilket innebär en ökning på nästan 220 procent.

Figur 1.



För *Aftonbladet* är utvecklingen inte lika linjär. Utvecklingslinjen för undersökningsperioden börjar i en svag minskning för att sedan vända och ge en markant ökning från 2006 till 2015. Efter denna topp (läs mer under figur 8) sker dock en lika brant minskning och under 2018 samt 2021 är antalet delade artiklar tillbaka på en nivå som är lägre än vad den var 2009. Samtidigt är det viktigt att påpeka att trendlinjen, som pekar ut den genomsnittliga förändringen genom samtliga analysenheter, visar på en ökning under undersökningsperioden.

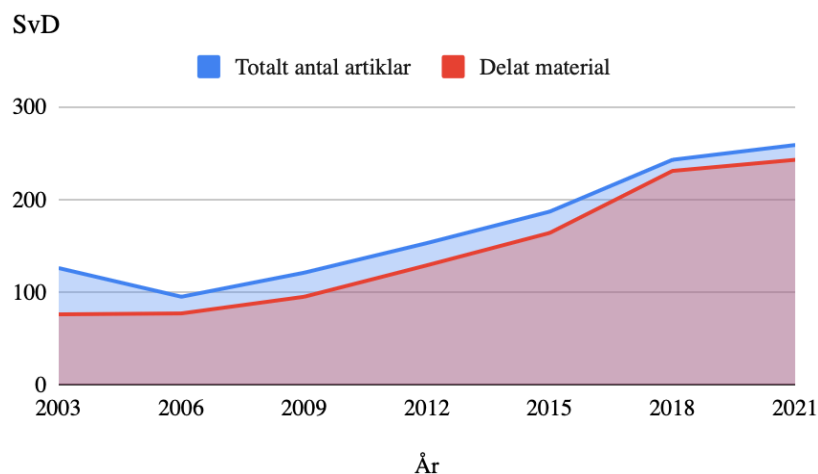
Figur 2.



Ett annat sätt att visualisera datan är att presentera både det totala antalet artiklar under respektive undersökningsdag samt antalet som kodas som delat material. På så sätt framgår fördelningen mellan originaljournalistik och delat material tydligare. Diagrammet nedan visar att det totala antalet artiklar som publicerats i *SvD* stiger över tid, men att det delade

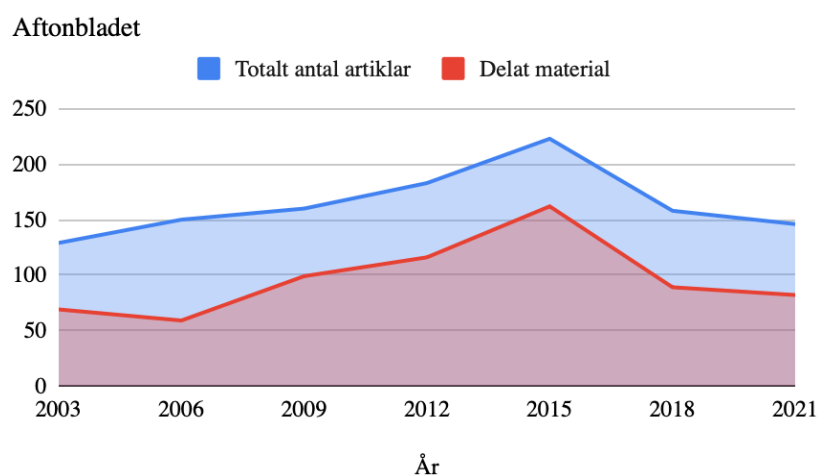
materialet utgör en stor del av denna ökning. Här framgår det även att det delade materialet utgör en allt större del av det totala antalet artiklar.

Figur 3.



Även i diagrammet för *Aftonbladet* blir det tydligt att det delade materialet utgör en stor del av ökningen i det totala antalet artiklar år 2015. Differensen mellan antalet delade artiklar och det totala antalet artiklar är som störst år 2006 och som minst kring nämnda topp nio år senare.

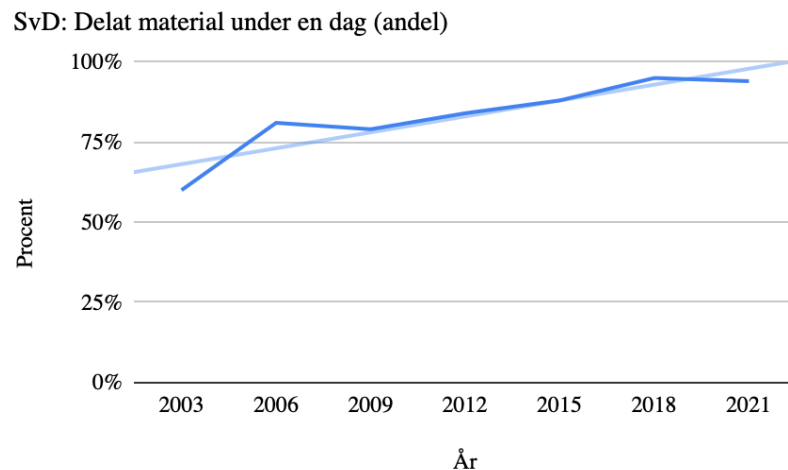
Figur 4.



Värt att understryka är dock att det totala antalet publiceringar som sagt varierar mycket från en dag till en annan, varför det är på sin plats att också presentera andelen delat material respektive dag. Även här visar resultat för *SvD* på den tydligaste ökningen, även om det sker svaga minskningar på max två procentenheter mellan 2006 och 2009 samt mellan 2018 och

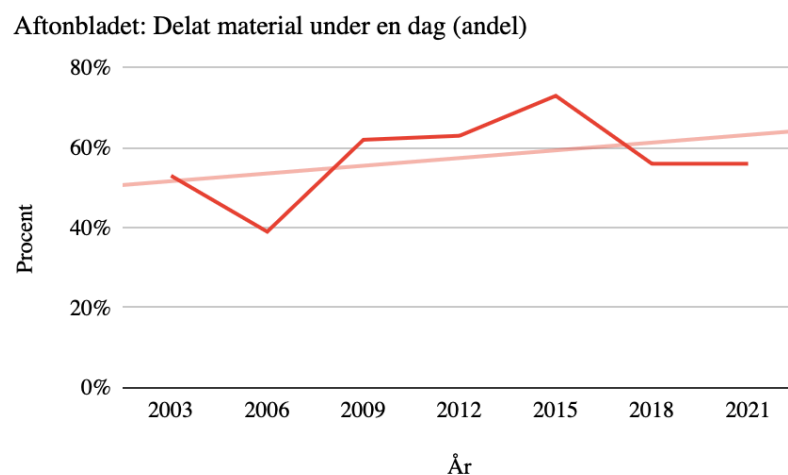
2021. Överlag har andelen delat material per dag ökat från 60 procent 2003 till hela 94 procent 2021.

Figur 5.



Utvecklingslinjen över delat material i *Aftonbladet* rätas ut något när analysen fokuserar på andel istället för antal. Även här syns dock en topp vid 2015. Andelen delat material ligger då på 73 procent, att jämföra med perioden mellan 2018 och 2021 då andelen ligger konstant på 56 procent. Återigen syns dock positiva trendlinjer för båda tidningarna.

Figur 6.



Trenden av att andelen delat material ökar i både *SvD* och *Aftonbladet* kan enkelt förklaras utifrån teoribildningen om kommersialiseringen och dess inneboende logik. Att antalet mediehus och konkurrensen mellan dem ökar samtidigt som antalet journalister blir färre kan ses som inkompatibla strömningar (Ots 2012, s. 117-118). Kraven stiger samtidigt som

resurserna minskar, enligt klassisk kommersialiseringslogik (Strömbäck 2014, s. 140, 184). Det ger ett behov av att bevaka mer, men snabbare och billigare, varpå rewrites och byråartiklar kan ses som lösningen på den till synes omöjliga ekvationen (Weibull & Wadbring 2020, s. 258; Kenzhebekulya et al. 2016 s. 1334-1335). Att skriva av en annan tidnings uppgifter är ett enkelt sätt att producera snabb journalistik, eftersom information redan är inhämtad (Häger 2020, s. 547). Genom att kreditera originalkällan friskriver sig journalisten ansvaret att själv verifiera uppgifterna, vilket med hänsyn till de källkritiska kriterierna kan vara ett resurskrävande arbete (Thurén 2013, s. 7-9). Dessutom är intervjuerna redan genomförda och citaten utskrivna. Det återstår alltså endast för den stressade deskreportern att läsa igenom artikeln, välja ut några pratminus, skriva en ny ingress och fylla på med brödtext som skrivs om från en artikel där en reporter från en konkurrerande plattform redan gjort ett journalistisk urval (Kammer 2013, s. 152-156; Schori 2019, s. 294). För det andra alternativet, att använda en artikel från en nyhetsbyrå, krävs en ännu mindre arbetsinsats på redaktionen. När en reporter eller redaktör tittat igenom det ständiga flödet av artiklar från exempelvis *TT* och bestämt sig för att använda en av dem kan den i princip publiceras direkt. På så sätt är alltså rewrites och användandet av byråartiklar ett arbetssätt som är välanpassat till det kommersialiserade medieklimatet, vilket kan förklara ökningen av andelen delat material i *SvD* och *Aftonbladet*.

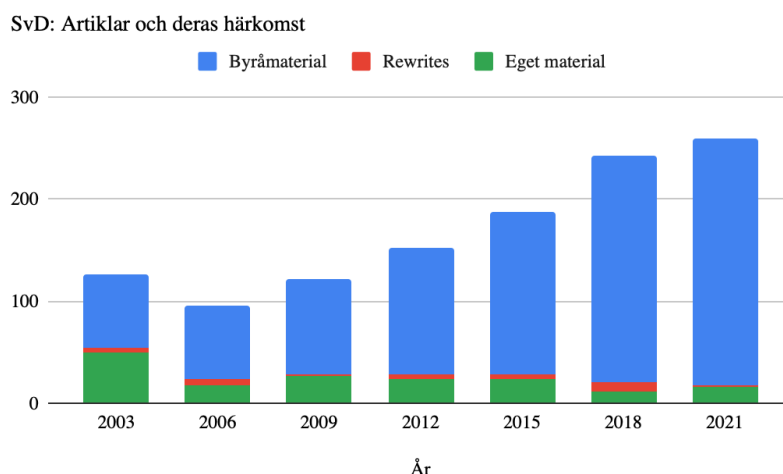
Under den undersökta tidsperioden växer som sagt även webben markant i betydelse för att till slut ta papperstidningens plats som den primära plattformen för nyhetsförmedling (Philips 2010, s. 52). Det ger i sig ytterligare en dimension till det förändrade arbetssättet för journalister, eftersom det i princip blir möjligt att bevaka världen från ett skrivbord (Strömbäck 2014, s. 140; Kenzhebekulya et al. 2016, s. 1334-1335). Att reporterna på *SvD* och *Aftonbladet* i större utsträckning använder andra mediehus som källa i sin nyhetsrapportering skulle alltså kunna vara en följd av att de är mindre ute på fältet. Rewrites är dessutom ett flexibelt sätt att arbeta eftersom utgörningen enkelt kan anpassas efter det rådande nyhetsläget på redaktionen, vilket uppskattas i ett digitalt medieklimat som styrs av rapida förändringar i omvärlden (Kammer 2013, s. 152-156). När det finns några minuter över kan rewritten lätt fyllas på med mer information från samma eller en annan källa. Utöver det finns alltid möjlighet att utveckla storyn genom att själv ringa upp en eller flera intervjupersoner (Schori 2019, s. 294).

Ytterligare en förklaring till att det delade materialet ökar i andel i de två tidningarna under digitaliseringens och kommersialiseringens uppsving är att den ökade konkurrensen gör det omöjligt att välja bort vissa nyheter och fokusera på andra. Allt behöver finnas

tillgängligt så snabbt som möjligt när läsarna för varje nyhetshändelse väljer vilket mediehus som de ska vända sig till den här gången (Kammer 2013, s. 152-156). Att skriva rewrites eller publicera artiklar från nyhetsbyråer kan alltså vara ett sätt att täcka upp för nyheter som tidningen själva inte haft tid eller möjlighet att prioritera, men som på grund av den ökade konkurrensen i den digitala branschen ändå behöver finnas tillgänglig på tidningens hemsida. Kanske är det här som nyhetsbyråerna fyller sin starkaste funktion. Artiklar från i första hand *TT* kan alltid användas som en slags backup för de nyhetshändelser där tidningen inte producerat varken originaljournalistik eller rewrites. Det skulle i sin tur kunna förklara varför det i första hand är just artiklar från nyhetsbyråer som står för ökningen av delat material i både *SvD* och *Aftonbladet*, vilket tydliggörs i stapeldiagrammen nedan.

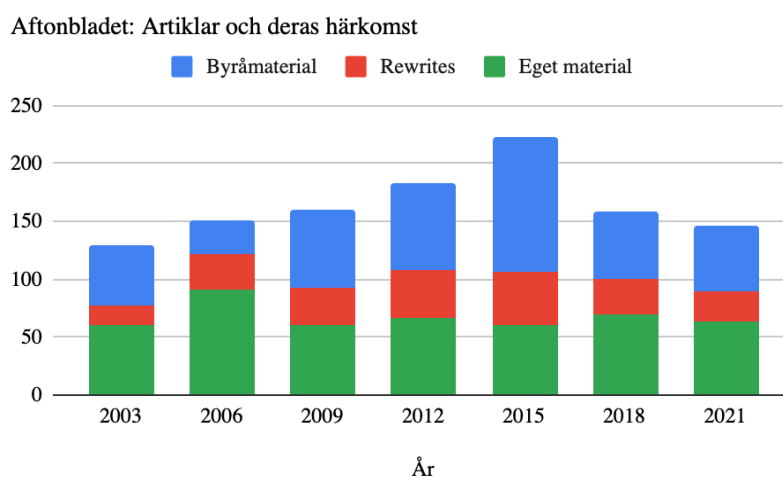
Figur 7 och 8 visar hur mycket av det totala antalet publicerade artiklar under det valda datumet respektive år som utgörs av byråmaterial, rewrites och eget material. Här bryts utvecklingen ned och dess beståndsdelar visualiseras, varpå det framgår tydligt att det framförallt är antalet byråartiklar i *SvD* som ökar samtidigt som originalartiklarna blir färre. I början av undersökningsperioden, under 2003 och 2006, ligger antalet artiklar som hämtats från en nyhetsbyrå under en dag kring 70 stycken i *SvD*, medan det under 2018 och 2021 handlar om mer än 230 stycken. Samtidigt sjunker antalet artiklar som skrivs helt utan hänvisning till andra nyhetsmedier från 50 artiklar år 2003 till 16 stycken år 2021. Det motsvarar en minskning på 68 procent. När det gäller antalet rewrites går det inte att utträna en lika tydlig trend i *SvD*. Siffran ligger under de undersökta dagarna relativt konstant kring 4-5 stycken, för att öka till det dubbla 2018. Här är det dock viktigt att understryka att det är svårare att analysera trender i data som innehåller så pass få analysenheter. Som tidigare nämnts varierar antalet publicerade artiklar mycket från dag till dag, varpå det inte går att dra alltför långtgående slutsatser av att antalet rewrites ökar något från ett av de undersökta åren till ett annat.

Figur 7.



Även när det gäller *Aftonbladet* visar stapeldiagrammet att ökningen av byråmaterial ligger bakom de största förändringarna i andelen delat material. Medan antalet artiklar som kodas som både rewrites och eget material ligger relativt konstant över åren är det i kategorin byråmaterial som de stora variationerna kan urskiljas. Här framgår också att toppen kring år 2015 som syns i figur 2, 4 och 6 främst beror på att användandet av artiklar från nyhetsbyråer ökar. Samtidigt kan den starka ökningen i det delade materialet i *Aftonbladet* också kopplas samman med att de egna artiklarna blir färre. 91 artiklar som kodas som eget material publicerades 2006 och endast 61 stycken 2015, alltså en minskning med ungefär en tredjedel.

Figur 8.



Toppen kring 2015 som syns i samtliga diagram över datan för *Aftonbladet* skulle kunna förklaras med att kommersialiseringens och digitaliseringens krafter var som starkast under denna period. Som nämndes i bakgrundsavsnittet gjorde *Aftonbladet* flera stora satsningar för

att utveckla sin webbjournalistik under 2010-talet. 2013 och 2015 lanserades nya appar för både surfplatta och mobil och redan 2011 hade tidningen antagit ”webben först”-strategin (Aftonbladet 2013; Lindberg 2015; Philips 2010, s. 52-53; von Arndt & Wettre 2011). En så pass stor normförskjutning som det innebär att papperstidningens historiskt etablerade ställning tas över av webben sker givetvis inte över en dag. Sannolikt är att det dröjde innan normen etablerades och översattes till praktik på hela redaktionen, varpå toppen kring 2015 skulle kunna bero på att det var först mellan tidsperioden 2012-2015 som en genomgripande förändring ägde rum. Även de tekniska satsningarna på nyhetssajtens utveckling kring denna period tyder på att det rådde ett optimistiskt, rentav upptrissat, fokus på webbjournalistikens potentialer. En möjlig tolkning av diagrammen är därför att den virala utveckling, där internets betydelse växte, tempot steg och tävlingen om de snabba nyheterna dominerande journalistiken, nådde sin kulm här. Kanske fanns det anledning att därefter ta ett steg tillbaka och åtminstone kombinera den snabba nyhetsproduktionen med den typ av longreads som blivit allt mer populära på senare tid (Weibull & Wadbring 2020, s. 259). Detta är åtminstone en av troligtvis många möjliga förklaringar kring att det delade materialet, men också det totala antalet webbpubliceringar, skjuter i höjden i *Aftonbladet* år 2015.

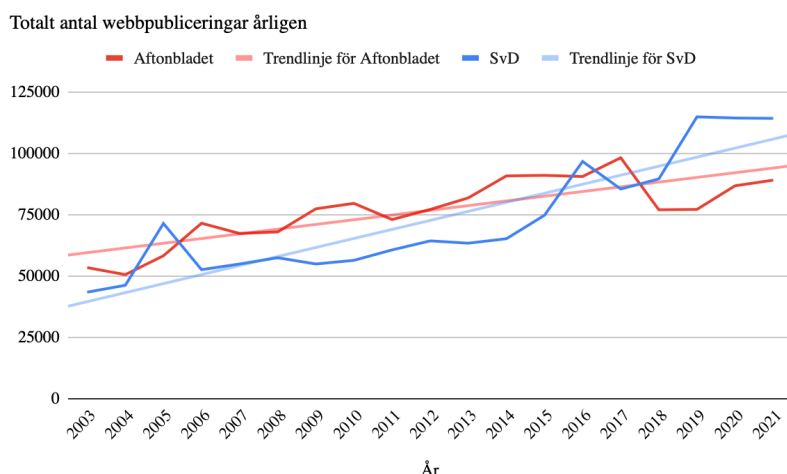
En viktig skillnad mellan tidningarna är att andelen originalartiklar under de undersökta dagarna är betydligt större i *Aftonbladet* än i *SvD*, där byråmaterialet verkligen dominerar. För att söka en förklaring i enlighet med kommersialiseringens logik skulle detta kunna bero på att konkurrenssituationerna skiljer sig för de två tidningarna, då det som sagt delvis agerar på olika marknader. Även om *Aftonbladet* har en del premiuminnehåll är många av artiklarna, liksom hos konkurrerande kvällstidningar, öppna för alla att läsa. Den öppenheten skapar i sin tur en skarpare konkurrenssituation eftersom det inte är givet att tidningarna har lojala läsare på samma sätt som en tidning vars innehåll ofta är låst för prenumeranter. Den som betalar för en tidning har givetvis incitament att vända sig till denna (Weibull & Wadbring 2020, s. 116-118). För de i huvudsak olåsta webbtidningarna blir istället varje ny händelse en tävling om vem som kommer att vara nyhetsledande och därmed locka flest läsare till sin sida (ibid. s. 258-259). Här finns inte tid att vänta in nyhetsbyråerna, som ofta är långsammare när de kommer till de nyheter som sker ”just nu”. Dessutom kan konkurrenssituationen tänkas göra kvällstidningarna mer benägna att producera egna artiklar med unika vinklar som skiljer sig från konkurrenten även i det mer långsamma nyhetsflödet, återigen för att vinna över läsarna till sin egen webbsida. När det gäller *SvD* går det att resonera kring att en dagstidning vars verksamhet till större del finansieras av sina prenumeranter kan känna sig tryggare i relationen till läsarna och därför inte har samma krav

på sig att alltid producera snabb journalistik med egna vinklar (ibid. s. 116-118, 258-259). Även *SvD* upplever rimligtvis konkurrens med andra dagstidningar, men denna konkurrens skulle kunna se något annorlunda ut. Eftersom läsare i regel tecknar prenumerationer för en längre tid kan det här snarare handla om att bygga ett långsiktigt förtroende (ibid.). Sett ur ett perspektiv präglad av kommersialiseringsteorin, där tidningarna är bolag på en marknad med strävan att locka så mycket konsumenter som möjligt, skulle alltså de skilda konkurrenssituationerna för *SvD* och *Aftonbladet* kunna förklara skillnaden i hur stor del av deras innehåll som är delat material (Strömbäck 2014, s. 141-143). Även det faktum att den ovan diskuterade toppen kring 2015 endast syns i *Aftonbladet* skulle kunna bero på dessa skilda förutsättningarna för kvälls- och dagstidningar. Kvällstidningen kan uppleva större krav på att förnya sig och anpassa nyhetsproduktionen efter de nya digitala förutsättningarna, för att inte halka efter konkurrenten. Detta stärks möjligen ytterligare av att *Aftonbladet* i webbjournalistikens begynnelse var den ledande svenska aktören – en ställning de sannolikt gärna ville bibehålla (Weibull & Wadbring 2020, s. 118). Därmed kan ”hypen” helt enkelt ha påverkat *Aftonbladet* mer än *SvD*, som med sin stabilare relation till läsarna kan utvecklas i en jämnare takt.

De ovan presenterade siffrorna ger en god bild kring hur användandet av delat material förändrats över tid i de två tidningarna. För att kunna besvara frågeställningen om det finns ett samband mellan att det delade materialet ökar och att webbtidningar publicerar fler artiklar, återstår dock att presentera statistik över antalet publiceringar. Diagrammet nedan visar det totala antalet webbpubliceringar som *SvD* och *Aftonbladet* gjort årligen för hela undersökningsperioden 2003-2021. Notera att alla publiceringar ingår här, alltså även till exempel åsiktstexter och notiser över börssiffror, till skillnad från i de tidigare redovisade diagrammen.

Diagrammet i figur 9 visar tydligt att webbpubliceringarna har ökat markant över åren i båda tidningarna, även om ökningen är större för *SvD* (se bilaga 3 för fullständig förteckning över datan). 43 334 publiceringar gjordes på *SvD*s webb under hela år 2003. 18 år senare är den siffran 114 212, vilket motsvarar en ökning på mer än 160 procent. I *Aftonbladet* ligger ökningen på ungefär 67 procent. Båda tidningarna visar en relativt stabil uppgång under större delen av perioden med toppar kring 2005-2006 samt 2016-2017. Samtidigt har utvecklingen stagnerat något de senaste åren, särskilt hos *SvD* där det anas en nedgång. Trots det visar båda trendlinjerna på betydande ökning.

Figur 9.

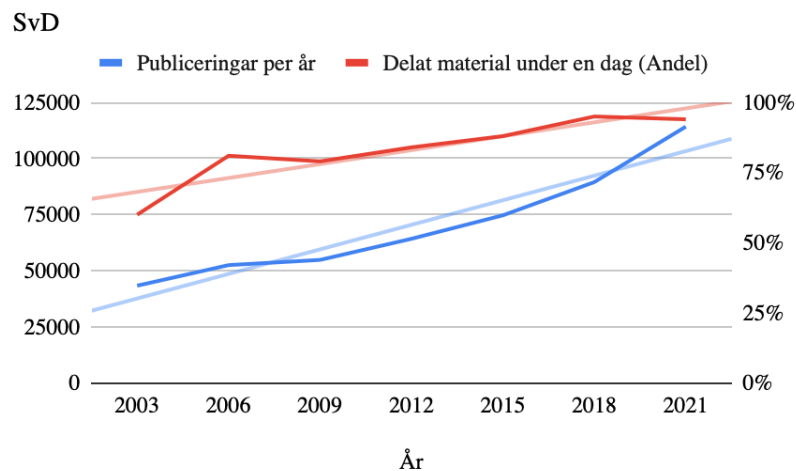


En tänkbar förklaringsmodell till uppgången i antalet publiceringar är digitaliseringens förändring av själva medielandskapets natur. Papperstidningens minskade betydelse parallellt med internets revolutionering av branschen innebär helt andra möjligheter för distributionen av nyheter (Nygren & Zuiderveld 2011, s. 27). Nyhetsförmedlingen har gått från att ett begränsat antal sidor i en papperstidning förmedlas ut sex dagar i veckan till att det finns ett oändligt utrymme att fylla när som helst (Philips 2010, s. 52, 55). I takt med att den journalistiska praktiken anpassar sig till denna dynamiska plattform är det naturligt att tidningar utnyttjar möjligheten att publicera mer och oftare, särskilt eftersom läsare i allt större utsträckning kommer att förvänta sig och efterfråga detta. Dessutom kommer rimligtvis konkurrerande nyhetsmedier öka sitt tempo för att vara nyhetsledande och nå marknadsfördelar under de förändrade branschvillkoren, för att använda kommersialiseringens språk (Strömbäck 2014, s. 140-143). Därmed ger konkurrenssituationen inget annat val för tidningarna än att följa med och anpassa sig efter utvecklingen. Detta exemplifierar hur digitalisering och kommersialisering är gemensamt verkande krafter, som i detta fall kan förklara trenden av att antalet webbpubliceringar ökar mellan 2003 och 2021 i *SvD* och *Aftonbladet* (Weibull & Wadbring 2020, s. 258-259).

Under samma period som andelen delat material blivit större i de två undersökta tidningarna har alltså även det totala antalet webbpubliceringar ökat. Den samtidiga förändringen i samma riktning tyder på att det finns ett samband mellan de två faktorerna, att det delade materialet ökar när tidningar publicerar mer. Frågan återstår dock exakt hur samvariationen ser ut. I figur 10 och 11 nedan har därför datan kring andelen delat material under en dag var tredje år förts samman med det totala antalet webbpubliceringar under samma år. Det visar i stort på en samtida variation för *SvD*. Både antalet publiceringar och

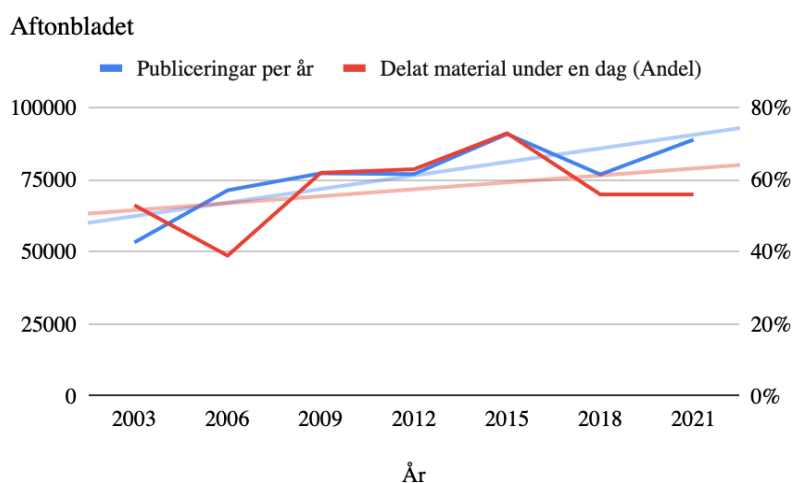
andelen delat material ökar mellan 2003 och 2006 för att sedan avta eller sjunka till 2009. Därefter sker en ny brytning i båda linjerna. Nio år av stabil ökning följer fram till 2018, där linjerna för första gången visar på olika utvecklingar då andelen delat material sjunker samtidigt som antalet publiceringar tar fart. Viktigast är dock att det finns två positiva trendlinjer som följer varandra och påvisar att antalet webbpubliceringar och andelen delat material båda ökar under den undersökta perioden, och dessutom i ungefär samma takt.

Figur 10.



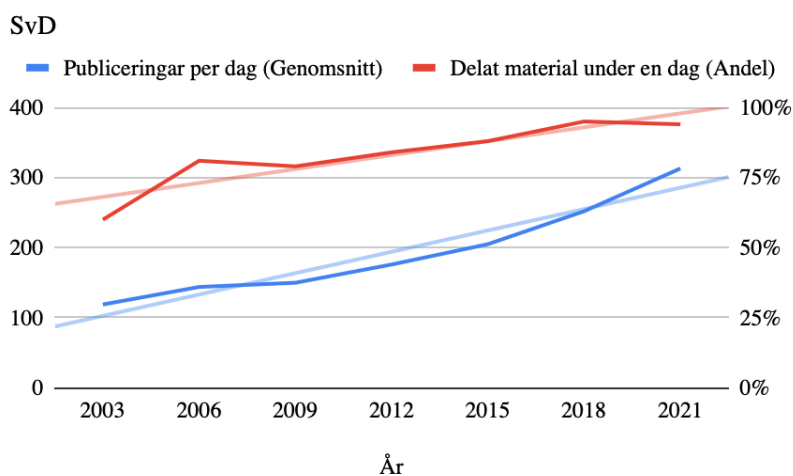
Även linjerna för de två variablerna i *Aftonbladet* visar på samvariation med undantag för de två första åren i undersökningsperioden. Mellan 2003 och 2006 sjunker andelen delat material från 53 till 39 procent. Samtidigt ökar antalet webbpubliceringar med 34 procent. Här sker alltså två motsatta förändringar, men under de resterande 15 åren är samvariationen tydlig. De årsvisa publiceringarna samt andelen delat material ökar mellan 2006 och 2009. Därifrån fram till 2018 följer variablernas utvecklingslinjer varandra nästan perfekt, för att sedan åter gå i olika riktningar mellan 2018 och 2021. Samtidigt visar trendlinjerna att det för båda variablerna finns en genomsnittlig ökning som dessutom sker i någorlunda samma takt eftersom lutningarna är lika.

Figur 11.



I figur 10 och 11 är alltså värdena på den vänstra y-axeln baserade på årlig statistik, medan den högra y-axeln bygger på dagliga beräkningar. För att istället skapa likvärdiga värden på de två y-axlarna som är baserade på samma analysnivå visas nedan det genomsnittliga antalet publiceringar per dag respektive år. Även om resultatet för *SvD* i figur 12 är snarlikt det i figur 10 går det här att uttröna en något starkare samvariation eftersom de två trendlinjerna löper ännu mer parallellt. I figur 10, med det årliga variabelvärdena på vänstra y-axeln, är skillnader i riktningskoefficienterna större eftersom trendlinjen för antalet publiceringar har en brantare lutning. I figur 12 har skillnaderna jämnats ut och trenderna för antal publiceringar och andelen delat material visar att ökningen är ungefär lika stor över tid.

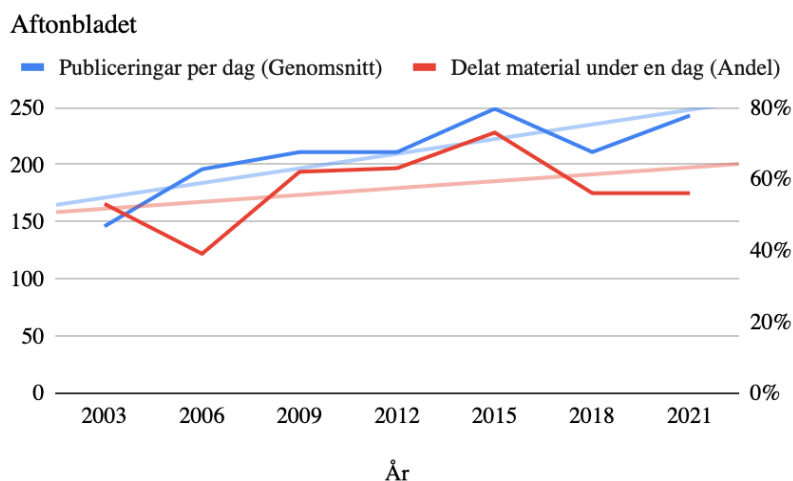
Figur 12.



Även i diagrammet för *Aftonbladet* blir samvariationen mellan de två variablerna tydligare när värdena på den vänstra y-axeln byts ut mot det dagliga genomsnittet webbpubliceringar.

Tidigare, i figur 11, tangerar trendlinjerna varandra kring år 2006. I detta diagram löper de istället parallellt genom hela tidsserien.

Figur 13.



Att trendlinjerna för antalet webbpubliceringar och andelen delat material löper parallellt för både *SvD* och *Aftonbladet* innebär alltså att det finns en tidsmässig samvariation, att de båda ökar samtidigt i ungefär samma takt. En förklaring går återigen att finna i kommersialiseringens logik. I en bransch där konkurrensen mellan mediebolagen blivit allt starkare råder som sagt en konstant tävling i att vara nyhetsledande, för att se till att läsarna vänder sig till just den egna tidningen (Strömbäck 2014, s. 140; Nord 2011, s. 43). I de fall där en tidning inte är först finns sällan utrymme att bara låta stornyn passera och istället fokusera på något annat, utan allt det senaste behöver finnas tillgängligt för den potentiella läsaren. En lösning blir då, som tidigare nämnts, att snabbt skriva av och kreditera ett konkurrerande nyhetsmedium eller att publicera en artikel från en nyhetsbyrå. En logisk följd av denna kapplöpning blir därför att det totala antalet publiceringar på webben ökar, samtidigt som det blir vanligare med både rewrites och byråartiklar. Sambandet skulle alltså kunna förklaras i termer av den brist på exklusivitet som råder i kommersialiseringens, men också digitaliseringens tidevarv (Philips 2010, s. 52-53).

Som tidigare nämnts kan digitaliseringen av journalistiken förklara hur antalet webbpubliceringar i *SvD* och *Aftonbladet* ökat under den undersökta perioden. Det beror inte bara på att förutsättningarna för nyhetsförmedling förändrats när papperstidningens exklusiva ställning ersattes av normen om ”webben först”, utan att också på förändringen av det journalistiska arbetssättet som följt därefter (Philips 2010, s. 52-53). I den nya möjligheten att bevaka världen från nyhetsdesken ligger även potential till effektivisering (Kenzhebekulya et

al. 2016 s. 1334-1335). Att ringa ett telefonsamtal går snabbare än att åka ut och träffa någon, för att inte prata om möjligheten att bara skriva av en artikel från konkurrerande medier eller publicera en helt färdig version direkt från en nyhetsbyrå. På så sätt ger den nya digitala arbetsmiljön förutsättningar för snabbare journalistik. Det gör i sin tur att fler artiklar kan publiceras under en dag, men också att andelen delat material kan öka. Samtidigt är det viktigt att understryka att utvecklingen kring att färre reportrar rör sig ute på fältet även kan förklaras med att tidningarna idag har mindre resurser att röra sig med (Strömbäck 2014, s. 184). Sammantaget ger alltså digitaliseringen möjligheter till förändrade arbetssätt som på grund av kommersialiseringen bland annat utnyttjas till att använda andras material, för att möta ökad konkurrens i den snabba webbjournalistiken (Strömbäck 2014, s. 140-143). Digitalisering driver på kommersialisering, som gör att aktörer utnyttjar de digitala verktygen för att driva på konkurrenssituationen ytterligare. De två utvecklingsfaktorerna går hand i hand och blir i sin påverkanskraft på journalistiken omöjliga att separera. Bara gemensamt kan de förklara sambandet i att antalet webbpubliceringar ökar samtidigt som andelen delat material blir större i *SvD* och *Aftonbladet*.

Slutligen är det värt att lyfta en intressant konsekvens av resultatet att tidningar publicerar fler artiklar, men att andelen delat material ökar. Som Strömbäck (2014, s. 140) lyfter är en grundpelare inom berättelsen om journalistikens kommersialisering att medieutbudet expanderat kraftigt på senare år. Detta går i linje med resultatet kring att det totala antalet publiceringar som *SvD* och *Aftonbladet* gör på sina webbsidor ökat kraftigt under undersökningsperioden. Samtidigt talar ju trenden kring att andelen delat material i form av rewrites och främst byråartiklar ökat i tidningarna emot samma resonemang. Ett sätt att uttrycka det är att ökat medieutbud inte behöver betyda mer mångfald. Tvärtom kan det, i enlighet med resultatet från denna undersökning, vara så att en ökning i antalet publiceringar hänger ihop med en större överlappning i nyhetsrapporteringen mellan olika medier. Snarare än att driva aktörerna på mediemarknaden ifrån varandra i strävan efter egna unika vinklar, får konkurrensen dem istället att dela material med varandra. Utvecklingen kan också beskrivas som att minskade resurser på redaktionerna och ökad konkurrens mellan tidningarna gör att reportrar arbetar snabbare, men med mindre kontakt med förstahandskällor utanför redaktionens fyra väggar. Därmed blir beroendet av andra medier större. Detta kan i sin tur ses som ett uttryck för att den journalistiska kvaliteten underordnas ekonomiska värden, vilket ju utgör en av de grundläggande logikerna inom kommersialiseringen (Strömbäck 2014, s. 140; Kammer 2018, s. 35-36). Ett annat sätt att uttrycka det är att kvantitet överordnas kvalitet. Resonemanget kan kopplas till diskussionen

kring att vissa menar att konkurrensen mellan medier bidrar till högre kvalitet, medan andra hävdar att journalistiken riskerar att bli mer likriktad (Ots 2012, s. 117-118). Resultatet för denna undersökning talar alltså mer för den sistnämnda ståndpunkten.

5.2 Rewritens konsekvenser

När analysen av det omfattande kvantitativa materialet presenterats återstår frågan om rewritens textmässiga konsekvenser, varpå det är på sin plats att närstudera två av artiklarna. Som tidigare nämnts har ett medvetet urval gjorts för att efter genomläsning av samtliga artiklar analysera exempel som är representativa för hur en rewrite tenderar att se ut i respektive tidning. Utfallet blev att en typisk rewrite som producerats av *Aftonbladet* har få tecken och saknar eget material. Ofta har reportern plockat ut ett eller två citat från originalartikeln som antingen är sensationsartade eller innehåller absolut nödvändig information. Vinkeln skiljer sig sällan nämnvärt mellan ursprungsartikeln och rewritten. Samtidigt består en typisk rewrite för *SvD* av en större teckenmängd, vilket ofta beror på att de adderar eget material till artikeln. Informationen eller citaten som plockas ut från originalartikeln fungerar i regel mer som ett komplement till *SvDs* eget material. Eftersom rewritten inte är lika beroende av originalartikeln kan vinkeln skilja sig mer.

Aftonbladet publicerade rewritten "Kris i Malmö begär konkurs" den 14 april 2021 klockan 19.32 (Karlsson 2021). Artikeln är som sagt en rewrite på *Sydsvenskans* text "KRIS i konkurs: 'Kommer slå hårt på samhället'" som publicerades den 13 april 2021 klockan 19.00 (Mikkelsen 2021). Nyheten handlar om att föreningen KRIS, Kriminellas revansch i samhället, i Malmö har begärt ut konkurs. Föreningen har enligt artiklarna haft det svårt ekonomiskt till följd av minskade intäkter under och efter pandemin, samt att Malmö stad de senaste två åren erbjudit andra boendelösningar för klienter än de som förmedlas genom KRIS (Karlsson 2021; Mikkelsen 2021). Markeringarna i figur 14, som ställer *Aftonbladets* och *Sydsvenskans* text mot varandra, visar att reportern som skrivit rewritten främst hämtat information från de tidiga styckena i originalartikeln. Rewritten består av 1231 färre tecken än den ursprungliga artikeln från *Sydsvenskan*. Journalisten som skrivit rewritten har valt att förmedla att föreningen gått i konkurs, anledningarna till konkursen och ett citat från intervjupersonen Magnus Tilly, som är verksamhetsansvarig för KRIS. Pratminuset innehåller information om varför föreningen ansökt om konkursen. *Sydsvenskans* artikel består däremot av åtta citat från intervjun med Magnus Tilly, där han delar med sig av vad föreningen betytt

för honom i hans egen rehabilitering och sorgen över att inte längre kunna hjälpa andra som hamnat snett. I båda tidningarna får alltså Magnus Tilly komma till tals.

Sydsvenskans artikel innehåller information om vad KRIS är för förening och vad de har för funktion. Senare i texten får läsaren veta att de försökt få hjälp av Malmö stad samt kommunstyrelsen i Malmö för att undvika en konkurs. Originalartikeln berättar också historien om vad konkursen kan få för konsekvenser för KRIS medlemmar. I rewritten där sju citat valts bort presenteras läsaren däremot med en mindre nyanserad historia. Vilka som berörs och på vilket sätt har skalats bort i *Aftonbladets* artikel. Information om försök till olika åtgärder för att rädda föreningen har också valts bort, vilket sammantaget påverkar gestaltningen. *Aftonbladets* rewrite besvarar alltså *vad* som har hänt och *varför* och urvalet består således enbart av den absolut nödvändigaste informationen, medan *Sydsvenskans* artikel även besvarar frågan om hur nyheten påverkar de berörda.

Figur 14.

Sydsvenskans originalartikel	Aftonbladets rewrite
Rubrik: KRIS i konkurs: ”Kommer slå hårt på samhället”	Rubrik: Kris i Malmö begär konkurs
Ingress: Kriminellas revansch i samhället, KRIS, i Malmö har begärt sig själva i konkurs. Politik och pandemi, anges som orsaker.	Ingress: –
Brödtext: De hjälper missbrukare och kriminella att hitta tillbaka till samhället. Och hittills har de stått på egna ben, med intäkter främst från sina tre boenden med stödinsatser. Men de senaste två åren har Malmö stad slutat att placera klienter hos KRIS, och istället erbjudit andra boendelösningar. Det är det främsta skälet till att föreningen går i graven, enligt verksamhetsansvarige Magnus Tilly. – Vi stod med kostnader för boenden som ingen använde. Vi försökte få in nya boenden, och hyrde ett tag ut till egna medlemmar som var bostadslösa. Men till slut insåg vi att det inte gick längre, säger han.	Brödtext: Kris, Kriminellas revansch i samhället, i Malmö begär sig själv i konkurs, rapporterar Sydsvenskan. Främsta skälet uppges vara att Malmö stad de senaste två åren börjar erbjuda klienter andra boendelösningar i stället för att placera dem hos Kris. – Vi stod med kostnader för boenden som ingen använde. Vi försökte få in nya boenden, och hyrde ett tag ut till egna medlemmar som var bostadslösa. Men till slut insåg vi att det inte gick längre, säger verksamhetsansvarige Magnus Tilly, till tidningen. Dessutom har föreningen förlorat intäkter under pandemin då föreläsningar och

Föreningen ansökte om organisationsbidrag hos Malmö stad, och beviljades hundratusen kronor. Det täckte inte ens hyran, berättar Magnus Tilly.

– Vi försökte förklara att vi inte finns länge till om vi inte får mer hjälp.

KRIS i Malmö hade runt 200 medlemmar innan pandemin slog till och intäkter från föreläsningar och fängelsebesök gick upp i rök.

– Det har drabbat oss hårt, säger Magnus Tilly.

Under våren gjorde ett sista försök att rädda verksamheten genom att äska 300 000 kronor av kommunstyrelsen i Malmö.

– De avslag redan fem minuter in i mötet, säger Magnus Tilly.

– Då kände vi att nu kan vi inte göra mer.

Vad tror du att konkursen får för konsekvenser?

– Vi har sagt till politikerna att de måste se upp med vilken sorts politik de bedriver, för detta kommer slå hårt på samhället.

– Det är så klart ledsamt för alla de här människorna som vill få bättre liv. Vi kan inte hjälpa dem längre, säger Magnus Tilly som själv fick en ny chans genom KRIS.

– Det har betytt jättemycket, jag gjorde min rehabiliteringspraktik här efter ett återfall. Här fanns människor att prata med som förstod mig och mina problem.

fängelsebesök ställts in.

Blå = Information som formulerats om med andra ord

Gul = Information som återges ordagrant

SvD publicerade sin rewrite "Kritiken från S: 'De är maktfullkomliga'" den 10 april 2018 klockan 22.39 (Jerdén 2018). Originalartikeln "Styrelsen för Karolinska avgår" publicerades av *TT* den 10 april 2018 och ett gäng tidningar publicerade i sin tur texten, bland annat *Dagens Medicin* klockan 20.50 (TT 2018). Det framgår inte exakt tid för publicering hos *TT*, men andra tidningars publicering av *TT*s text talar för att det gick omkring en och en halv timme från att *TT* publicerade sin artikel till det att *SvD* plockade ett av citaten till en rewrite. Till skillnad från i rewritten från *Aftonbladet* använder *SvD*s reporter endast citatet från originalartikeln för att komplettera sin egen artikel. Färgmarkeringarna i figur 15, som ställer *SvD*s och *TT*s text mot varandra, visar att majoriteten av *SvD*s text består av eget material. Trots adderingen av eget material består rewritten av 1711 färre tecken än originalartikeln.

Eftersom *SvD* till stor del gjort en självständig rapportering skiljer sig innehållet i rewritten från ursprungsartikeln. *TT* rapporterar om att Karolinskas styrelse har avgått. Deras källor är ett pressmeddelande, *Dagens Nyheter*s debattsida, Stockholms läns landstings hemsida och en intervju med oppositionslandstingsråd Erika Ullberg (S) där hon ställer sig kritisk till styrelseformen (TT 2018). Erika Ullberg intervjuas även i *SvD*s artikel, där hon är den huvudsakliga källan utöver information som inhämtats från *TT*. I *SvD*s artikel utvecklas kritiken mot styrelseformen. Ullberg riktar också kritik mot bristen på transparens om beslutet. Enligt henne har oppositionen inte fått delta i diskussionen eller fått information om förändringen (Jerdén 2018). Rewritten i *SvD* har alltså en annan vinkel än ursprungsartikeln. Den fokuserar mer på Erika Ullbergs kritik mot ledningen, till skillnad från *TT*s artikel som även rapporterar om nyheten att styrelsen avgått. Eftersom *SvD* gör en egen intervju med Ullberg, och också väljer att vinkla artikeln till att handla om hennes kritik, får intervjupersonen mer utrymme i *SvD*s artikel än i *TT*. På så vis får läsaren en mer fördjupad bild av intervjupersonens uppfattning. Samtidigt har annan information skalats bort i rewritten, vilket ger en mindre nyanserad bild vad som hänt och vilka som eventuellt kan påverkas. Att reportern valt att inte ta med den informationen i rewritten kan dock bero på att det tagits ett beslut om att publicera en liknande nyhet som *TT*, men i en annan artikel, då *SvD* likt *TT* också har tillgång till pressmeddelandet, *Dagens Nyheter*s debattsida och Stockholms läns landstings hemsida.

Figur 15.

TTs originalartikel	Svenska Dagbladets rewrite
<p>Rubrik: Styrelsen för Karolinska avgår</p>	<p>Rubrik: Kritiken från S: ”De är maktfullkomliga”</p>
<p>Ingress: Styrelsen för Karolinska universitetssjukhuset "ställer sina platser till omedelbart förfogande". Beskedet kommer samtidigt som allianspolitikerna i landstinget slår fast att en omstart krävs och att styrelsen ska bytas ut.</p>	<p>Ingress: Stockholmslandstingets styrelse träffades under tisdagen. Men det var först på kvällen efter mötet som oppositionslandstingsrådet Erika Ullberg (S) fick veta att Alliansen ska byta ut styrelsen på Karolinska Universitetssjukhuset.</p>
<p>Brödtext: Styrelsemedlemmarna förklarar inte närmare varför de avgår i det pressmeddelande de skickade ut på tisdagskvällen.</p> <p>"Det viktigaste för oss är Karolinska universitetssjukhusets verksamhet och framgång. Vi vill undvika att en debatt kring styrelsen och dess arbete blir en distraktion och ett hinder för det fortsatta arbetet med Karolinska universitetssjukhuset", skriver de kort.</p> <p>På Dagens Nyheters debattsida utvecklar Alliansens gruppledare i Stockholms läns landsting samtidigt varför de anser att det ska utses en ny styrelse på landstingsfullmäktige i maj. Bakgrunden är alla problem och ekonomiska skandaler som Nya Karolinska lidit av. Det handlar om tekniska problem, dålig ekonomistyrning, överanvändning av konsulter och för hög totalkostnad.</p> <p>Dagens Nyheter har dessutom på senare tid rapporterat om flera fall av misstänkt jäv i beslut rörande Karolinska universitetssjukhuset. Bland annat har den nu avgående styrelseordföranden Anders Ekblom kritiserats för att sitta på dubbla stolar då han också är styrelseordförande i ett bolag som betalar Karolinska för att läkemedelsbolag ska få göra kliniska tester på sjukhusets patienter.</p> <p>Nu anser Alliansen att en "ordentlig</p>	<p>Brödtext: Under tisdagskvällen gick Alliansen i Stockholmslandstinget ut med att de ska byta ut styrelsen för Karolinska Universitetssjukhuset. Erika Ullberg säger att hon träffade bland annat finanslandstingsrådet Irene Svenonius (M) under landstingsstyrelsens sammanträde under dagen – men då sa de ingenting om bytet enligt Ullberg.</p> <p>– Allt det här har jag fått veta via medier i kväll. Så vi har varken fått information eller fått vara med i någon dialog, säger hon till SvD.</p> <p>Hon säger att det bekräftar att Alliansen inte är intresserad av att föra en politisk dialog med oppositionen för att nå en samsyn kring Karolinska.</p> <p>– De är ganska maktfullkomliga och de fortsätter på den inslagna vägen, säger hon.</p> <p>Erika Ullberg är kritisk mot den typ av styrelse – en så kallad professionell styrelse med flera externt rekryterade ledamöter – som sjukhuset haft och enligt alliansförslaget kommer att fortsätta med.</p> <p>– Min analys är att situationen är långt allvarligare än vad Alliansen verkar inse om de tror att det räcker att byta några namn i styrelsen. Vi skulle inte bara bytt ut personerna, vi skulle se till att Karolinska fick ett annat uppdrag, säger hon.</p>

omstart" är nödvändig.

I den nya styrelsen för Karolinska universitetssjukhuset föreslås Håkan Sörman, tidigare vd på Sveriges Kommuner och Landsting, bli ordförande och Eva Fernvall, tidigare ordförande för Vårdförbundet, bli vice ordförande.

TT har sökt Alliansens gruppleddare Irene Svenonius (M), Anna Starbrink (L), Ella Bohlin (KD) och Gustav Hemming (C). Alla hänvisar till en pressträff på onsdagen.

Oppositionslandstingsråd Erika Ullberg (S) är kritisk mot den typ av styrelse – en så kallad professionell styrelse med flera externt rekryterade ledamöter – som sjukhuset haft och enligt alliansförslaget kommer att fortsätta med.

– Får vi styra efter höstens val kommer vi att ta bort den här styrelsen och byta den mot en annan typ av styrning. Det är otillräckligt att byta namn, men Alliansen verkar tro att det räcker med att byta några personer mot andra personer.

– Vi skulle vilja ha en blocköverskridande dialog med andra partier, säger hon till TT och pekar till exempel på det nödvändiga i att åtgärda problemen med samverkan mellan länets akutsjukhus.

– Man måste få en ordning så att vårdens pengar går till vård och så att kapaciteten i länet säkras.

TT har sökt landstingsdirektör Malin Frenning. Hon ville på tisdagskvällen inte kommentera beskedet att styrelsen ställt sina platser till förfogande med omedelbar verkan.

Stockholms läns landsting skriver på sin hemsida att arbetet med att ta fram en ny styrelse påbörjas och att ett förslag ska läggas fram till ägarutskottets nästa sammanträde som hålls den 17 april. Nya

Ullberg säger också att hon vill ha en blocköverskridande dialog med andra partier och pekar till exempel på det nödvändiga i att åtgärda problemen med samverkan mellan länets akutsjukhus.

– Man måste få en ordning så att vårdens pengar går till vård och så att kapaciteten i länet säkras, säger hon till TT.

styrelseledamöter kommer därefter att väljas av landstingsfullmäktige som har sitt nästa sammanträde den 8 maj.

Alliansen flaggar också på DN debatt för att landstinget förhandlar om att ta över en del av lånesumman från Skanska, för att kunna ta upp nya lån med lägre ränta. Alliansen konstaterar att OPS-avtalet gjorde upphandlingen dyrare än nödvändigt – landstinget självt borde ha stått för upplåningen och låtit upphandlingen handla om själva bygget.

Blå = Information som formulerats om med andra ord

Gul = Information som återges ordagrant

Gestaltningen i de båda tidningarnas rewrites präglas av den låga teckenmängden i förhållande till ursprungsartikeln. *Aftonbladet* och *SvD* är båda selektiva med vilken information som förmedlas vidare från originalartikeln till rewritten. Samtliga reportrar har gjort ett val av gestaltning, vare sig de utgått från en förstahandskälla eller enbart använt sig av andrahandskällor för att skriva sin artikel. Enligt gestaltningsteori går det inte att göra en objektiv gestaltning av en händelse. Texten präglas av journalistens urval, som beror på hur denne har värderat informationen (Shehata 2019, s. 342-343). Detta urval påverkar i sin tur publikens uppfattning av nyheten (ibid.). I *Aftonbladets* rewrite återfinns enbart information som är inhämtad från en annan journalistisk källa och hela nyhetsartikeln är alltså återbruk av originalartikeln.

Att journalisten inte behöver lämna redaktionen för att inhämta information till en artikel är ett fenomen som uppstod först efter att journalistiken blev webbaserad (Kenzhebekulya et al. 2016, s. 1334-1335). Reportern kan istället använda informationen från en annan nyhetskanal som underlag för artikeln, och på så vis hoppa över steget där hen uppsöker ursprungskällan, vilket *Aftonbladets* artikel som sagt är ett exempel på (ibid.). *SvDs* rewrite är däremot en kombination av information inhämtad från en annan journalistisk källa och en egengjord intervju med originalkällan Erika Ullberg. Bilden i artikeln är inte hämtad från en byrå utan verkar vara tagen av *SvD* själva, vilket kan tyda på att också reportern lämnat redaktionen för att genomföra intervjun. I och med att rewritten publicerats cirka en och en halv timme efter originalet kan det kompletterande citatet från *TT* bero på att reportern har genomfört intervjun med Ullberg innan *TT* publicerat sin artikel, och därefter insett att

TTs citat tillför något till artikeln. Det kan vara en förklaring till att reportern på *SvD* inte ställt en liknande fråga som *TT* under sin intervju. Han hade på så vis kunnat få ett eget liknande citat och sett till att hela artikeln bestod av eget material, vilket hade varit att föredra utifrån ett källkritiskt perspektiv eftersom en primärkälla värderas högre och ses som mer pålitlig än en sekundärkälla (Thurén 2013, s. 12).

Både *Aftonbladets* och *SvDs* rewrite består helt och hållet eller till viss del av information som förmedlats i flera led. Informationen i *Aftonbladets* text har genomgått två urvalsprocesser. Det första urvalet gjordes när *Sydsvenskans* reporter valde ut pratminus och information till brödtexten samt, med största sannolikhet, valde bort saker som inte passade den tilltänkta vinkeln. En andra urvalsprocess inleddes då *Aftonbladets* reporter gallrade ut information från det första urvalet i originalartikeln. På så vis styr *Sydsvenskans* reporter till viss del gestaltningen även i *Aftonbladets* artikel. Nyanser i historien skalas bort redan vid det första urvalet för ursprungsartikeln, för att sedan skalas bort ytterligare i rewritten. Även informationen i *SvDs* rewrite har genomgått två urvalsprocesser, men deras artikel är inte lika beroende av ursprungsartikeln eftersom reportern adderat eget material. Enligt SMCR-modellen kodar avsändaren ett budskap, som sedan förmedlas via en kommunikationskanal för att slutligen avkodas av mottagaren (Businessstopia 2018). Avsändaren för en rewrite agerar utifrån denna teori både som mottagare och avsändare. Informationen i en rewrite har genomgått hela processen av kodning, förmedling och sedan avkodning i två omgångar. När information inhämtas, tolkas och kommuniceras från en sekundärkälla kan det uppstå källkritiska problem (Thurén 2013, s. 12). Kommunikation karaktäriseras av att det kan tillkomma adderingar till signalen som inte var avsändarens intention att sända ut, så kallat ”brus” (Shannon & Weaver 1949, s. 6-7). Information som förmedlas genom en rewrite har genomgått trädning, vilket gör informationen mindre pålitlig eftersom det kan uppstå felaktigheter på vägen (Thurén 2013, s. 12). Viktigt att understryka är att undersökningen av materialet från *SvD* och *Aftonbladet* inte visar några uppenbara felaktigheter i rapporteringen. Däremot påverkas gestaltningen av trädningen. I *Aftonbladets* fall har journalisten gjort ett urval från urvalet. Mottagaren av rewritten blir därför presenterad med en förkortad version där viss information sållats bort, vilket i sin tur påverkar läsarens uppfattning av händelsen. Likaså har det skett ett urval till *SvDs* rewrite där en stor del av informationen i *TTs* text valts bort. Uppgifterna och citatet i *SvDs* text är återgett näst intill ordagrant, men eftersom informationen och citatet placeras i en annan kontext och en vinkel så påverkas ändå gestaltningen och i sin tur mottagarens avkodning av budskapet.

6. Slutsats

Resultatet för denna undersökning ger en genomgripande bild av att kommersialiseringen förändrat hur webbtidningar, närmare bestämt *Aftonbladet* och *Svenska Dagbladet*, förhåller sig till att använda sig av andra mediers material i sin nyhetsrapportering. Ett av de mest uppseendeväckande fynden i denna uppsats är att andelen delat material i *SvD* ökat från 60 till 94 procent mellan 2003 och 2021. Av alla nyhetsartiklar som publiceras på tidningens webbsida under en dag 2021 utgörs alltså endast sex procent av helt egenproducerat material, enligt denna undersökning. Resten är rewrites och, framförallt, byråmaterial.

Uppsatsens huvudundersökning, bestående av en kvantitativ innehållsanalys, visar i stort en trend av att det delade materialet ökat över tid i *SvD* och *Aftonbladet*. Värt att understryka är att det främst är byråartiklarna som blivit vanligare i båda tidningarna. Trenden sker samtidigt som den totala mängden artiklar som publiceras på tidningarnas webbsidor ökat markant. Undersökningar över det dagliga genomsnittet webbpubliceringar och andelen delat material under en dag visar på trender av samvariation över tid, då båda variablerna stiger samtidigt i ungefär samma takt. Därmed ger den kvantitativa innehållsanalysen stöd för hypotesen att det finns ett samband mellan att tidningar publicerar fler artiklar och att det delade materialet ökar. Det kan i sin tur förstås som en effekt av viljan att producera mer och snabbare journalistik för att möta den hårdnande konkurrensen i kommersialiseringens spår, eftersom användandet av delat material är mindre resurskrävande än att producera originaljournalistik. Samtidigt är rewrites och publicering av byråartiklar ett välanpassat arbetssätt till ett digitaliserat medielandskap där reportern kan spendera hela arbetsdagen vid nyhetsdesken. På så sätt kan de nya krav som kommersialiseringen och digitaliseringen innebär för journalistiken förklara varför tidningar väljer att i större utsträckning använda sig av delat material.

Vad gäller konsekvenserna av att tidningar delar material visar utbyggnaden av den analytiska processen, bestående av en kvalitativ textanalys, att trädning av information från ett nyhetsmedium till ett annat får stor påverkan på gestaltningen av en nyhet. När en rewrite från respektive tidning jämförs med originalartikeln har textmängden i båda fallen blivit betydligt mindre och färre uppgifter förmedlas. Det innebär även att nyheten sätts i en annan kontext i rewritten då detaljrikedom och nyanser skalats bort. Dessutom förblir frågor om varför en händelse utspelar sig samt vad det får för konsekvenser i större utsträckning obesvarade. Fokus ligger främst, eller endast, på vad som hänt. Undersökningen ställer därmed gestaltningsteorins grundsyn om det journalistiska urvalet på sin spets och blottlägger

hur reporterns selektion är direkt avgörande för läsarens uppfattning av en nyhet. En viktig skillnad mellan *Aftonbladet* och *SvD* är dock att rewrites hos den senare tenderar att oftare utgöras av längre texter kompletterade med mycket egen information. Även om inga uppenbara felaktigheter kan identifieras i någon av texterna som analyserats finns en potentiell problematik i fenomenet att journalister i större utsträckning använder varandra som källor. Utifrån klassiska linjära kommunikationsmodeller innebär informationsöverföring i flera led att ett budskap behöver kodas och avkodas i omgångar, vilket i sin tur går i direkt polemik med det källkritiska kriteriet kring vikten av primärkällor.

Sammantaget ger undersökningarna på de två olika analysnivåerna alltså vid handen att kommersialiseringen, med dess inneboende faktorer av ökad konkurrens i en digital bransch, gör att webbtidningar tenderar att skriva av varandra och använda byråmaterial i större utsträckning. Konsekvenserna blir att läsare av information som förmedlats i flera led nås av färre uppgifter i en mindre nyanserad kontext, samtidigt som den källkritiska praktiken att prioritera förstahandskällor undergrävs.

7. Förslag till framtida forskning

Det resultat som presenterats ovan väcker viktiga frågor om journalistikens framtida plats och funktion i ett medielandskap som knappast sett slutet på digitaliseringens omvälvande krafter. Tvärtom visar den senaste tidens utveckling av inte minst artificiell intelligens att nya utmaningar och möjligheter redan är här. En aspekt som inte undersöktes närmare i denna uppsats är förekomsten av texter genererade av så kallade textrobotar – ett inslag som i vårt material var vanligt förekommande i framförallt *Aftonbladet*. Sannolikt är att dessa verktyg kommer att växa i betydelse. Framtida forskning bör därför ta vid i denna nya fas av teknikens transformation av journalistiken och undersöka såväl den redan etablerade förekomsten av AI-verktyg som branschens förhållningssätt till deras utveckling.

8. Referenser

Aftonbladet (2013). PREMIÄR! Nu lanseras Aftonbladets nya mobilapp. 6 maj.

<https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/OnWKEq/premiar-nu-lanseras-aftonbladets-nya-mobilapp> [2023-11-24]

Aftonbladet (2019). Så föddes Aftonbladet.se. 25 augusti.

<https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/y3KGgR/sa-foddes-aftonbladetse#> [2023-11-24]

Arbetsförmedlingen (2023). *Långsiktig yrkesområdesanalys: Kultur, media och design* (Diarienummer: Af-2022/0077 7362).

<https://arbetsformedlingen.se/download/18.6546760718a1c207b932126/1694589510840/langsiktig-yrkesomradesanalys-kultur-media-och-design.pdf>

Boumans, J., Trilling, D & Vliegenthart, R. (2018). The Agency Makes the (Online) News World Go Round: The Impact of News Agency Content on Print and Online News.

International Journal of Communication, 12, s. 1768-1789.

<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7109/2330>

Brookes, M. (2017). The Road Less Traveled: An Agenda for Mixed Methods Research.

PS-Political science & politics, 50(4), s. 1015-1018.

doi:10.1017/S1049096517001196

Businessstopia (2018). Berlo's SMCR Model of Communication. 6 januari.

<https://www.businessstopia.net/communication/berlo-model-communication> [2023-10-17]

Dahlgren, S. & Ek, T. (2023). Mark Levengood och Filip Lamprecht pekats ut som par i finska medier. *Aftonbladet*, 14 juni.

<https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/69dGmW/mark-levengood-filip-lamprecht-pekats-ut-som-par-finska-medier> [2023-10-17]

de Lima Fagerlind, A. (2010). Aftonbladet snart på Ipad. *Journalisten*, 24 november.

<https://www.journalisten.se/nyheter/aftonbladet-snart-pa-ipad> [2024-11-24]

Duberg, A. (2019). HD-Sydsvenskan till angrepp mot Aftonbladet Malmö. *Dagens Media*, 20 november.

<https://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/hd-sydsvenskan-till-angrepp-mot-aftonbladet-malmo/> [2023-10-17]

Ekblom, J. (2020). Grattis SvD.se – sajten fyller 25 år. *Svenska Dagbladet*, 23 juni.

<https://www.svd.se/a/JokJM6/grattis-svd-se-sajten-fyller-25-ar> [2023-11-24]

Entman, R. M. (1993). Framing. Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), s. 51-58.

doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A. & Wängnerud, L. (2017).

Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad. 5 uppl., Wolters Kluwer.

Granström, K. (2017). Gota och SR är överens om kredningspolicy. *Journalisten*, 1 november.

<https://www.journalisten.se/nyheter/gota-och-sr-ar-overens-om-kredningspolicy>
[2023-11-23]

Haldert, S. (2019). Miljoner visningar för långsamma älgar. *Svenska Dagbladet*, 7 maj.

<https://www.svd.se/a/K3WoLE/miljoner-visningar-for-langsamma-algar> [2023-11-24]

Hamilton, J. T. (2004). *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. Princeton University Press.

doi:10.2307/j.ctt7smgs

Heide, M., Johansson, C. & Simonsson C. (2012). *Kommunikation i organisationer*. 2 uppl., Liber.

Hjelm, A. (red.) (2022). *Sveriges Televisions public service-redovisning 2021*. Sveriges Television AB.

https://omoss.svt.se/download/18.7e0bf94d17f44ad5cf335f2/1646138435936/PSR_uppslag_1r.pdf

Häger, B. (2020). *Reporter. En grundbok i journalistik*. 3 uppl., Studentlitteratur.

Jerdén, E. (2018). Kritiken från S: ”De är maktfullkomliga”. *Svenska Dagbladet*, 10 april.
<https://www.svd.se/a/OnqaVA/kritiken-fran-s-de-ar-maktfullkomliga> [2023-11-14]

Kammer, A. (2013). The mediatization of journalism. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 29(54), s. 141-158.
doi:10.7146/mediekultur.v29i54.17385.

Kammer, A. (2018). *Digital journalistik*. Samfundslitteratur.

Karlsson, J. (2021). Kris i Malmö begär konkurs. *Aftonbladet*, 14 april.
<https://www.aftonbladet.se/senastenytt/a/EprpdP/kris-i-malmo-begar-konkurs> [2023-11-14]

Kenzhebekuly, S. B., Shaitmaganbetovna, A. G., Kuandyk, O. & Kamalkyzy, Z. (2016). Methods and Ways of News Reports Rewriting: Comparative Analysis. *International Electronic Journal of Mathematics Education*, 11(5), s. 1331-1341.

Leth, G. & Thurén, T. (2000). *Källkritik för Internet* (Rapport 177). Styrelsen för psykologiskt försvar.
<https://rib.msb.se/filer/pdf/27968.pdf>

Lindberg, A. (2015). Här är Aftonbladets nya satsning. *Aftonbladet*, 2 februari.
<https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/ddGK9j/har-ar-aftonbladets-nya-satsning?fbclid=IwAR3DVZBuD1D9CcHFfwhVEPYq3ep2XfQeiBtOBBRG6Ro3Mbeqz25AM5d4TaQ>
[2023-11-24]

Lundqvist, H. (2013). 398 jobb borta i år - minst. *Journalisten*, 20 december.
<https://www.journalisten.se/nyheter/398-jobb-borta-i-ar-minst> [2023-11-08]

Mattila, M. (2023). Alkuvuodesta eronnut Mark Levensgood löysi uuden rakkauden – 30 vuotta nuorempi kumppani tuttu TTK:sta. *Ilta-Sanomat*, 14 juni.

<https://www.is.fi/viihde/art-2000009654250.html?fbclid=IwAR3P2qNoQoEMfA820C4FIPo3kzIH9O5Nqh29M8ObIS4q5hE83Qq0rfbytc0> [2023-10-17]

Mattsson, S. (2023). Mark Levengood avslöjar speciella relationen med Filip Lamprecht: ”Kärlek vid första ögonkastet”. *Svensk Dam*, 13 juni.

<https://www.svenskdam.se/noje/mark-levengood-avslojar-relationen-med-filip-lamprecht-karlek-vid-forsta-ogonkastet/9752330> [2023-10-17]

Mattsson, T. (2017). Tidningarna får acceptera Omni, men rewrites ska göras korrekt. *Bloggen om Expressen* [blogg], 17 september.

<https://www.expressen.se/blogg/thomasmattsson/2017/09/17/tidningarna-far-acceptera-omni-men-rewrites-ska-goras-korrekt/> [2023-10-17]

Medierna (2017). Senfärdig Eko-rättelse om kyrkotrend, omtvistad Omni-cred och inkonsekvent visning av varumärken i TV-rutan [radioprogram]. Sveriges Radio, P1, 16 september.

<https://sverigesradio.se/avsnitt/963072> [2023-12-05]

Mikkelsen, J. (2021). KRIS i konkurs: ”Kommer slå hårt på samhället”. *Sydsvenskan*, 13 april 2021.

<https://www.sydsvenskan.se/2021-04-13/kris-i-konkurs-kommer-sla-hart-pa-samhallet> [2024-11-14]

Nesser, J. (2017). Mittmedia och SR överens om kreddning. *Journalisten*, 26 juni.

<https://www.journalisten.se/nyheter/mittmedia-och-sr-overens-om-kreddning> [2023-11-09]

Nesser, J. (2019). Eric Rosén: ”Aftonbladet Malmö är ingen rewrite-sajt”. *Journalisten*, 19 november.

<https://www.journalisten.se/nyheter/eric-rosen-aftonbladet-malmo-ar-ingen-rewrite-sajt> [2023-10-17]

Nesser, J. (2023). Stort sparpaket på Stampen – ”Folk är mycket oroliga”. *Journalisten*, 1 september.

<https://www.journalisten.se/nyheter/stort-sparpaket-pa-stampen-folk-ar-mycket-oroliga>
[2023-11-24]

Nilsson, J. (2003). Aftonbladet och City projektanställer. *Journalisten*, 16 september.
<https://www.journalisten.se/nyheter/aftonbladet-och-city-projektanstaller> [2023-11-24]

Nilsson, T. (2017). DN:s Martin Jönsson riktar kritik mot Omni: ”Textstöld”. *Resumé*, 11 september.
<https://www.resume.se/kommunikation/media/dns-martin-jonsson-riktar-kritik-mot-omni-textstold/> [2023-10-17]

Nofors, P. (2018). *Arbetsmarknadsutsikterna 2018 kultur och media: Prognos för arbetsmarknaden 2018-2019*. Arbetsförmedlingen.
<http://mb.cision.com/Public/1326/2620746/9a1e0746901e8ab0.pdf>

Nord, L. (2011). *Mapping digital media: Sweden*. Open society Foundations.
<https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/4890271e-e070-4f5f-83dd-d311ef0d80c7/mapping-digital-media-sweden-20110920.pdf>

Nygren, G. & Zuiderveld, M. (2011). *En himla många kanaler: Flerkanalspublicering i svenska mediehus*. Nordicom.
<https://www.nordicom.gu.se/sv/publications/en-himla-manga-kanaler>

Ots, M. (2012). Mediernas ekonomiska villkor. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) *Medierna och demokratin*. 2 uppl., Studentlitteratur, s. 117-147.

Pehrsson, M. (2019). När Aftonbladet kom till Malmö. *Medium*, 13 november.
<https://medium.com/inside-hd-sydsvenskan/n%C3%A4r-aftonbladet-kom-till-malm%C3%B6-ff12355a27ae> [2023-10-17]

Phillips, A. (2010). Journalists as Unwilling 'Sources': Transparency and the New Ethics of Journalism. I Franklin, B. & Carlson, M. (red). *Journalists, Sources, and Credibility: New Perspectives*. Routledge, s. 49-60.

<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203835708-10/journalists-unwillin-g-sources-transparency-new-ethics-journalism-angela-phillips>

Rimpi, M. (2018). Presenteras av – så funkar det. *Svenska Dagbladet*, 25 juni.

<https://www.svd.se/a/71G3q4/presenteras-av-sa-funkar-det> [2023-11-23]

Rydergren, T. (2009). Aftonbladets webb-tv större än hela SVT.se. *Resumé*, 7 augusti.

<https://www.resume.se/marknadsforing/webb/aftonbladets-webb-tv-storre-an-hela-svtse/>
[2023-11-23]

Schori, M. (2019). *Online only: Allt du behöver veta för att bli morgondagens journalist*. Carlssons.

Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

Shehata, A. (2019). Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.) *Handbok i journalistikforskning*. 2 uppl., Studentlitteratur. s. 337-350.

Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle: en introduktion till politisk kommunikation*. 2 uppl., Studentlitteratur.

Svenska Dagbladet (2010). Nu släpps SvD för Ipad. 24 november.

<https://www.svd.se/a/9404f10e-7cc9-35d2-90b5-e2bc388823c4/nu-slapps-svd-for-ipad>
[2023-11-24]

Säaf, A. (2023). Sveriges Radio behöver spara – personal ska sägas upp. *Sveriges Radio*, 12 september.

<https://sverigesradio.se/artikel/sveriges-radio-behover-spara-programverksamheten-berors>
[2023-11-24]

Teorell, J. & Svensson, T. (2007). *Att fråga och att svara: samhällsvetenskaplig metod*. Liber.

Thurén, T. (2005). *Källkritik*. 2 uppl., Liber.

TT (2018). Styrelsen för Karolinska avgår. *Dagens Medicin*, 10 april.

<https://www.dagensmedicin.se/alla-nyheter/nyheter/styrelsen-for-karolinska-avgar/>

[2024-11-14]

TV4 Nyheterna. (2023). Nytt spar på TV4: ”Påverkas av en tuff lågkonjunktur”. 25 oktober.

<https://www.tv4.se/artikel/o2jkJH8NB8UwhHd0tBNLe/tv4-sparar-ett-tjugotal-tjaenster-pa-nyhetsverksamheten> [2023-11-24]

van den Brink, R. (2001). Expressen värvar tungt hos nedlagda Stockholm News. *Dagens Media*, 6 februari.

<https://www.dagensmedia.se/alla-nyheter/nyheter/expressen-varvar-tungt-hos-nedlagda-stockholm-news/> [2023-10-17]

Vatka, M. (2023). Mark Levensgood katkoo huhuilla siivet: Ei seurustelevkaan 30 vuotta nuoremman Filipin kanssa. *Iltalehti*, 14 juni.

<https://www.iltalehti.fi/viihdeuutiset/a/e61fd9c0-c317-4a94-8a3f-60584eae5f9e?fbclid=IwAR0CrCiVKBIcK2uC9vMs5mAmO8kqs0bhsa4N3JQDBN8cgUdg-ulju-2E8So> [2023-10-17]

von Arndt, K. & Wettre, K. (2011). Aftonbladet ställer om och satsar på nätet. *Sveriges Radio*, 30 september. <https://sverigesradio.se/artikel/4724158> [2023-11-24]

Voss Sundell, J. & Farran-Lee, L. (2023). Nedskärningar på SVT utökas – måste spara 200 miljoner. *SVT Nyheter*, 4 oktober.

<https://www.svt.se/kultur/nedskarningar-pa-svt-utokas-maste-spara-200-miljoner--dmoedk> [2023-11-23]

Wedholm, J. (2023). Schibsteds vinst över förväntan – men Aftonbladet minskar intäkterna. *Dagens Media*, 10 februari.

<https://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/schibsteds-vinst-over-forvantan-men-aftonbladet-minskar-intakterna/> [2023-11-23]

Weibull, L. & Wadbring, I. (2020). *Det svenska medielandskapet: Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. 2 uppl., Liber.

Winslow, L. (2017). Frame Analysis. I *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*. SAGE Publications, Inc. 4, s. 584-586.

doi:10.4135/9781483381411

Wolodarski, P. (@pwolodarski) (2017). *Bra att Omnis tvivelaktiga metoder uppmärksammas. Om alla börjar bete sig som de rycks förutsättningarna för originaljournalistik undan.*

[x-inlägg], 16 september.

<https://x.com/pwolodarski/status/909021783256453122?s=20> [2023-10-17]

9. Bilagor

Bilaga 1.

SvD						
Datum	Artiklar	Eget material	Rewrites	Byråmaterial	Delat material	Delat material (%)
2003-04-08	126	50	4	72	76	60%
2006-04-11	95	18	6	71	77	81%
2009-04-14	121	26	3	92	95	79%
2012-04-10	153	24	4	125	129	84%
2015-04-14	187	23	5	159	164	88%
2018-04-10	243	12	9	222	231	95%
2021-04-13	259	16	2	241	243	94%

Bilaga 2.

Aftonbladet						
Datum	Artiklar	Eget material	Rewrites	Byråmaterial	Delat material	Delat material (%)
2003-04-08	129	60	17	52	69	53%
2006-04-11	150	91	31	28	59	39%
2009-04-14	160	61	31	68	99	62%
2012-04-10	183	67	40	76	116	63%
2015-04-14	223	61	45	117	162	73%
2018-04-10	158	69	31	58	89	56%
2021-04-13	146	64	25	57	82	56%

Bilaga 3.

År	Aftonbladet	SvD
2003	53350	43334
2004	50482	46142
2005	58176	71347
2006	71445	52506
2007	67266	54824
2008	67905	57370
2009	77328	54826
2010	79546	56312
2011	72947	60564
2012	77064	64247
2013	81780	63305
2014	90754	65117
2015	90969	74704
2016	90501	96638
2017	98144	85399
2018	76935	89512
2019	77076	114829
2020	86719	114347
2021	89012	114212