

Ett steg vidare

Utvecklingen av presentationen av
Hufvudstadsbladets huvudnyheter 1995–2010

Michaela von Kügelgen
Helsingfors universitet
Statsvetenskapliga fakulteten
Kommunikationslära
Pro gradu-avhandling
Februari 2011

INNEHÅLL:

1 INLEDNING	4
1.1 SYFTE	4
1.2 PROBLEM OCH AVGRÄNSNING	5
1.3 UTGÅNGSPUNKTER OCH TIDIGARE FORSKNING	6
2 DEFINITIONER	7
2.1 NYHETSBEGREPPET	8
2.2 TABLOID OCH TABLOIDISERING	8
2.3 FORM, FRAMSTÄLLNING OCH UTSEENDE	10
2.4 INGÅNGAR	11
2.5 HIERARKI	14
2.6 VAD FÅNGAR VÅR UPPMÄRKSAMHET?	15
3 DAGSTIDNINGENS UTVECKLING UR ETT FINLÄNSKT PERSPEKTIV	17
3.1 BOKTYPOGRAFINS TIDSPERIOD	18
3.2 KORSETTENS TIDSPERIOD	18
3.3 PARADSIDORNAS TIDSPERIOD	19
3.4 BLOCKOMBRYTNINGENS TIDSPERIOD	19
3.5 HUFVUDSTADSBLADET 1864–2010	21
4 DAGSTIDNINGENS FÖRÄNDRINGAR OCH FRAMTID	25
4.1 ORSAKER TILL TIDNINGSFÖRÄNDRING	25
4.2 DAGSTIDNINGENS ROLL I FRAMTIDEN	29
5 MATERIAL OCH METOD	33
5.1 FORSKNINGSFRÅGORNA	33
5.2 MATERIAL	33
5.3 METODER	34
5.4 VALIDITET OCH RELIABILITET	38
6 RESULTAT OCH ANALYS	41
6.1 ANTALET INGÅNGAR 1995–2010 – FORSKNINGSFRÅGA A	41
6.1.1 <i>Paraden</i>	43
6.1.2 <i>Textmaterial</i>	45
6.1.3 <i>Visuellt material</i>	46
6.2 KOPPLINGEN MELLAN BILD OCH RUBRIK – FORSKNINGSFRÅGA B	48
6.3 SAMMANFATTNING OCH EXEMPEL PÅ NYHETSHELHETER	50
6.4 TEMAINTERVJUERNAS RESULTAT – FORSKNINGSFRÅGA C	58
7 DISKUSSION OCH SLUTSATSER	63

KÄLLOR	72
BILAGOR.....	75

FÖRTECKNING PÅ BILDER:

BILD 1. KORSETTEN DELADE IN TIDNINGEN I TRE SPALTER.....	18
BILD 2. HBL 5 FEBRUARI 1995.....	51
BILD 3. HBL 5 FEBRUARI 2000.....	52
BILD 4. HBL 11 FEBRUARI 2001.....	54
BILD 5. HBL 5 FEBRUARI 2005.....	55
BILD 6. HBL 12 FEBRUARI 2010.....	56

FÖRTECKNING PÅ FIGURER:

FIGUR 1. TOTALT ANTAL INGÅNGAR UNDER DE UNDERSÖKTA PERIODERNA.	41
FIGUR 2. PARADEN.....	43
FIGUR 3. TEXTMATERIAL.	45
FIGUR 4. VISUELLT MATERIAL.....	46
FIGUR 5. KOPPLING MELLAN BILD OCH RUBRIK.....	48

FÖRTECKNING PÅ TABELLER:

TABELL 1. ANTALET INGÅNGAR I HBL 1995-2010.....	42
TABELL 2. ANTALET BILDER OCH FÖRÄNDRINGEN 1995-2010.....	47
TABELL 3. KOPPLINGEN MELLAN BILD OCH RUBRIK.....	49

1 Inledning

”Att en dagstidning, som existerat sedan 1864, allt emellanåt måste förändras är klart. Det räcker med en blick på första sidan från 5 december 1864 för att inse det. [...] Allt för att göra tidningen ännu mer läsvärd och läsbar.”

Thure Malmberg, Hbl 27.9.1997

Under de senaste decennierna har Hufvudstadsbladet (Hbl) och dagstidningar i allmänhet genomgått enorma förändringar. Tekniken har tagit stormsteg och möjliggjort fullständig färgtidning, digital produktion och oändliga sätt att förnya och omstrukturera tidningen. Utöver de tekniska förändringarna och den egna viljan från Hbl:s sida att ändra på tidningens utseende tvingar den allt starkare mediekonkurrensen till förändring. Hur länge läser vi ännu en fysisk papperstidning? Webbmedierna växer hela tiden, medan dagstidningarna tappar både annonsintäkter och prenumeranter. Hur påverkar det här dagstidningens roll och var står Hbl i den framtida medieekvationen?

Den här pro gradu-avhandlingen kommer att fokusera på Hbl och granska förändringar i framställningen av huvudnyheten med fem års intervaller under perioden 1995–2010. Hur har huvudnyheten strukturerats och presenterats under den här tidsperioden? Vilka faktorer har bidragit till förändringen och hur syns förändringarna i tidningen? Övergången till tabloid i mars 2004 var ett av de stora stegen för Hbl både innehålls- och utseendemässigt. Vilka andra, kanske mindre synliga, förändringar har skett under den undersökta perioden?

Den här avhandlingen behandlar samma ämnen som min kandidatavhandling *”Informationsmosaik vid morgonkaffet – En kvantitativ analys av hur fyra dagstidningar framställer sina huvudnyheter”*. Där granskade jag hur huvudnyheten presenterades i Hufvudstadsbladet, Vasabladet, Helsingin Sanomat och Dagens Nyheter under en tre veckors period. Vissa avsnitt i texten baserar sig på min kandidatavhandling, men förekommer här i en omarbetad form.

1.1 Syfte

Syftet med den här pro gradu-avhandlingen är att granska hur Hufvudstadsbladet under perioden 1995–2010 har presenterat dagens första huvudnyhet – alltså den nyhet som förekommer på den första hela nyhetssidan (broadsheet) eller på det första hela

nyhetsuppslaget (tabloid) inne i tidningen. Hur har presentationssätten förändrats under den undersökta perioden och vad beror de här förändringarna på? Det är naturligt att Hbl 2010 inte ser likadan ut som Hbl 1995, men för att kunna beskriva vad som har ändrats krävs en omfattande genomgång av materialet. Vilken typ av utveckling har skett och hur syns det i presentationsformerna?

1.2 Problem och avgränsning

I den här pro gradu-avhandlingen fokuserar jag på tre forskningsfrågor:

- A) Hur många ingångar har dagens huvudnyhet?
- B) Hur korrelerar huvudrubriken med huvudbilden?
- C) Hur ser Hbl på utvecklingen 1995–2010 och var ligger siktet nu?

De två första frågorna ska jag besvara med hjälp av kvantitativ innehållsanalys. I fråga A ska jag granska hur antalet ingångar har förändrats under den undersökta perioden 1995–2010. Vilka effekter hade till exempel övergången till tabloid våren 2004 på nyheternas presentationssätt?

I fråga B granskar jag kopplingen mellan huvudrubriken och huvudbilden. Hur väl korrelerar de?

Utöver den kvantitativa analysen ska jag också kvalitativt analysera en huvudnyhet från respektive år för att exemplifiera det typiska för den tidsperioden.

I fråga C ska jag fördjupa materialet med temaintervjuer med Hbl:s visuella chef Marita Granroth samt chefredaktör Hannu Olkinuora. Vad ligger bakom de förändringsprocesser som Hbl gått igenom under de senaste 15 åren och hur ser tidningen på vidare utveckling av det visuella framställandet? Hur hänger framställningen ihop med ledningens uppfattningar om tidningens utseende?

Som enda finlandssvenska rikstidning är Hbl en intressant tidning att studera närmare. I finländska mått har Hbl varit aktiv med att förnya sig och testa på nytt, vilket bidrar till ett antagande om att det skett stora förändringar och omgörningar (remake) under den undersökta perioden. Bland annat övergången till tabloid är en av de stora milstolparna för Hbl. Det blir intressant att se vad som förändrats i

presentationsformerna utöver övergången till tabloid. Som personlig orsak kan jag också ange att Hbl är den tidning som jag vuxit upp med och fortfarande läser dagligen. Jag har med intresse följt med de olika utvecklingsskedena under de senaste åren och ansett att det vore viktigt att kartlägga förändringarna.

Jag har valt att avgränsa forskningsområdet genom att fokusera på tidningens första huvudnyhet, eftersom det är den nyhet som redaktionen ofta lägger mest tid och jobb på. Det är också den första stora nyheten inne i tidningen som läsaren får ta del av. Med en klar och tydlig huvudnyhet signalerar redaktionen åt läsarna att ämnet är viktigt – det är dagens stora grej för Hbl-läsarna. Att granska huvudnyheten är också intressant, eftersom Hbl i och med sin nyaste omstrukturering våren 2009 valde att ge mer synlighet åt huvudnyheten genom att placera den på tidningens första uppslag. Ännu år 2005 placerades det som enligt den här studien definieras som huvudnyhet på det andra uppslaget.

Fastän det är dagens stora nyhet som ligger i fokus, är det i det här skedet viktigt att poängtera att den här pro gradu-avhandlingen *inte* fokuserar på det journalistiska text- och bildinnehållet, utan i stället försöker beskriva Hbl:s visuella och strukturella utveckling. Fokus ligger alltså på utseendemässiga och visuella aspekter, inte på nyheternas budskap. På basis av de metoder som används här kan jag inte säga något om vilken typ av nyheter det handlar om. Jag granskar inte heller det journalistiska arbetet på basis av text- eller bildinnehåll.

Materialet är de tidningar som utgivits under februari månad vart femte år 1995–2010. Fem år är en lång tidsperiod och det vore också intressant att studera ett större material med ett mindre tidsintervall, men med den här studien strävar jag främst efter att hitta övergripande skillnader i sättet att visuellt framställa en dagstidnings huvudnyhet. Då känns fem år som ett lämpligt intervall.

1.3 Utgångspunkter och tidigare forskning

Det har gjorts relativt lite forskning inom det här området och den här avhandlingens litteraturöversikt baserar sig huvudsakligen på några forskares arbete inom tidningsförändring och tabloidisering. Den forskning som ligger närmast min egen är doktorsavhandlingen ”*Utisten arkkitehtuuri – Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto*” av Hannu Pulkkinen vid Jyväskylän universitet år 2008. Pulkkinen

forskar kring de finländska dagstidningarnas ”arkitektur” – alltså hur tidningen byggs upp av olika delar. Han har granskat finländska tidningars utseendereformer under 1990- och 2000-talet. Pulkkinen funderar också över orsaker till utseendeförändringar. Han konstaterar själv i inledningen till sin avhandling att forskningen inom området är liten och eftersom det handlar om ett tvärvetenskapligt ämne finns det inte heller någon övergripande enskild teori man kan använda sig av.

I sin avhandling ”*Kirja, kirjavampi, sanomalehti*” från år 1995 beskriver Pekka Mervola grundligt finländsk tidningshistoria under åren 1771–1994. Han har granskat utseendeutvecklingen och de olika tidsperioderna som varit typiska i dagstidningshistoria.

Josefine Sternvik är en svensk tabloidforskare som har forskat mycket om tabloidisering, framför allt i Sverige. I doktorsavhandlingen ”*I krympt kostym – morgontidningens formatförändring och dess konsekvenser*” från år 2007 undersöker Sternvik övergångarna till tabloid i svensk morgonpress under 2000-talet. Utöver det har hon skrivit ett antal kortare artiklar med samma tema.

Håkan Hvitfelt och Gunnar Nygren (red) har i boken ”*På väg mot medievärlden 2020 – Journalistik, teknik, marknad*” från år 2009 granskat journalistikens framtid. Medievärlden förändras, men vad händer i praktiken?

Kevin G. Barnhurst och John Nerone har i sin bok ”*The form of news – a history*” från år 2001 gått igenom den amerikanska pressens historia ur en visuell synvinkel och diskuterar tidningars form och utseende.

Forskningen kring Hbl är relativt liten och det har till exempel inte gjorts någon historik på tidningen. Det finns naturligtvis spridd information, sammanställd av flera olika författare, men det finns ingen enskild större forskning kring Hbl.

2 Definitioner

I det här kapitlet definieras begrepp som är viktiga och centrala för den här pro gradu-avhandlingen. I slutet av kapitlet diskuterar jag också de olika faktorer som påverkar vårt tidningsläsande. Vad fångar vår uppmärksamhet och får oss att fortsätta läsa vidare?

2.1 Nyhetsbegreppet

Fastän det journalistiska text- eller bildinnehållet inte ligger i fokus i den här avhandlingen är det nyhets helheter, alltså nyheter, som granskas. Men det är inte nyhets kriterierna eller de olika nyhetsgenrerna som förekommer i undersökningens material som är det viktiga här, utan huvudnyhetens visuella struktur. Huvudnyheten är den första stora nyheten i början av tidningen. I den här studien har jag valt att definiera huvudnyheten enligt följande kriterier: Den första/största nyheten på den första nyhetssidan (broadsheet) eller första nyhetsuppslaget (tabloid) i tidningen

Den mest klassiska definition på en nyhet är att det *inte* är en nyhet om en hund har bitit en man, men det *är* en nyhet om en man bitit en hund. Nyheter är alltså något ovanligt eller intressant, men det ska också vara något nytt, något som allmänheten inte hört om förut och framför allt något som allmänheten är intresserad av. En bred definition på en nyhet är att den är färsk och berättar ovanlig information om ett tidigare okänt ämne som intresserar allmänheten. (Randall 1996, 20–21)

Enligt Pulkkinen (2008, 170) byggs en nyhet i dagstidningen upp av två delar. Dels av innehållet som består av opublicerad information om ett aktuellt ämne och dels av den form som nyheten får i layouten.

Fichtelius (2002, 19–21) definierar nyheten enligt följande nio kriterier: en nyhet ska vara färsk, okänd, nära, ovanlig, det ska finnas kvarstående missförhållanden, nyheten ska vara personlig, spännande, egen och viktig. Trots det här anser han att det inte finns någon bra, teoretiskt heltäckande definition på en nyhet. Då man talar om nyheter kan man också tala om en händelse – något har ändrats eller ska ändras. (Fichtelius 2002, 10)

2.2 Tabloid och tabloidisering

Tabloiden hör tillsammans med broadsheeten till de vanligaste tidningsformaten. En nordisk tabloidtidning är hälften av en broadsheettidnings storlek. Broadsheeten är 400 mm bred och 560 mm hög, en tabloid är 280 mm bred och 400 mm hög. I Finland är broadsheeten det vanligare formatet bland tidningar som utkommer 4–7 gånger i veckan, ungefär 60 procent av de här tidningarna trycks i broadsheetformat. Däremot är endast 10 procent av de mindre tidningarna som utkommer 1–3 gånger veckan broadsheettidningar. Uppgifterna är från år 2006. (Pulkkinen 2008, 84)

Ordet tabloid härstammar från slutet av 1800-talet. Det var ett ”smeknamn” för ett effektivt, litet piller som ett brittiskt läkemedelsföretag hade utvecklat. Snart kom ordet tabloid att betyda kompakt eller tät förpackning – också kompakt eller tät journalistik där innehållet presenteras förenklat och i ett lätt format. (Pulkkinen 2008, 71)

Ur ett journalistiskt perspektiv förknippas tabloiden traditionellt med sensationspressen, speciellt i Storbritannien. Norden, och framför allt Norge och Sverige, har gått i täten för utvecklingen mot en allt mer kompakt morgontidning. Det konstaterar den svenska forskaren Josefine Sternvik. I Finland har tabloidutvecklingen varit annorlunda än i Sverige och Norge. Formatövergången har inletts mycket senare och har nu snarare avstannat än tagit fart. (Sternvik 2007a, 115)

Sternvik påpekar att tabloiden inte är framtidens format utan snarare samtidens. Enligt henne är att tabloidiseringen bara ett steg i en längre utvecklingsprocess som dagspressen kommer att genomgå det närmaste decenniet. (Sternvik 2007a, 120)

Enligt Sternvik (2005, 320–321) finns det nuförtiden mer kunskap om att det faktiskt går att göra morgontidningar i mindre format utan att de automatiskt blir sensationsinriktade eller får kvällstidningens karaktär. Hon citerar en undersökning från år 2004 som undersökte hur människor förhöll sig till den gamla dagstidningen i nytt format. Undersökningen visade att de flesta upplevde att tidningen hade blivit mer lätthanterlig och också lättare och roligare att läsa.

Det lilla formatet passar också ihop med allmänna trender i dag. Dagens konsumenter är vana vid allt mindre produkter. Telefoner, datorer och kameror blir allt mindre i storlek, så varför inte också tidningen? Enligt Pulkkinen talar man om den så kallade iPod-generationen som inte har tid att läsa stora och tjocka morgontidningar – informationen ska presenteras snabbt, enkelt och kompakt. (Pulkkinen 2008, 69)

Per Amnestål som är språkutbildare vid Pressinstitutet i Stockholm anser också att tabloidiseringen inte automatiskt behöver betyda en sämre journalistik, utan att det till och med kan gå tvärtom och kvaliteten kan bli bättre. Det viktigaste är att tidningsledningen inser hur mycket övergången till tabloid påverkar både journalistiken och innehållet. Enligt honom är det omöjligt att göra en formatförändring utan att utbilda journalisterna – när formatet är mindre kan man inte längre skriva på samma sätt som förr. (Hiekkanen 2005)

Ett formatbyte innebär förändringar i produktionen på många sätt (Sternvik 2007b, 281). Det förändrade sidformatet påverkar allt från framställning till presentation

och innehåll. Enligt Sternvik finns det två omständigheter som gör formatutvecklingen unik. Det ena är omfattningen av förändringen och det andra de inbyggda konnotationerna. (ibid, 283–284) Enligt Sternvik kan formatutvecklingen ses både som ett nytt tekniskt genombrott, men också som ren produktutveckling. Sternvik jämför övergången till tabloid med offsetteknikens introduktion och internetpubliceringens lansering – bakgrunden och konsekvenserna har varit av samma betydande karaktär för såväl produkten, tidningsproduktionen, läsarna, annonsörerna och medarbetarna. Enligt henne betyder det att formatförändringen i allra högsta grad kan ses som en branschpassage bland de andra. (ibid, 290–291)

Sternvik (2007b, 293) anser inte att man ska se formatutvecklingen som en unik icke överförbar företeelse, utan som ett sätt att anpassa tidningsprodukten efter tiden och modet – något som tidningarna alltid har gjort. Inom tabloidiseringen har utvecklingen skett mycket snabbare i Sverige än i Finland, här släntrar vi ännu efter och tabloidiseringstrenden har inte kommit igång på allvar.

Hbl gick bland de första stora finländska dagstidningarna över till tabloid våren 2004. Mer om den processen och dess innebörd kan läsas i kapitel 3.5.

2.3 Form, framställning och utseende

Form avser de synliga strukturer som är säregna för en tidning, till exempel de strukturer som gör det möjligt att känna igen the New York Times dag efter dag fastän innehållet varierar. Form innebär det som traditionellt definieras som layout, design och typografi, men det innefattar också illustreringssätt, textgenrer och tidningsavdelningar. Form är alltså allt som en dagstidning gör för att presentera nyheterna. (Barnhurst & Nerone 2001, 3)

Tidningens form inverkar på hur en läsare uppfattar tidningen. Enligt Barnhurst och Nerone (2001, 7) läser inte tidningsläsare delar av texter eller tittar på en del bilder, utan de läser hela *tidningen*. Barnhurst och Nerone går ännu längre och påstår att läsare inte ens läser nyheterna, utan att de *simmar* i dem. Efter att ha börjat läsa en dagstidning gör läsaren vissa val, men de valmöjligheterna baserar sig på tidningens form och således ”tvingar” formen till ett visst läsmönster.

Enligt Pulkkinen (2008, 10) har tidningens uppbyggnad en stor roll, eftersom den reglerar tidningens redigering, hela redaktionens arbete och också läsarens beteende. Hur tidningen eller artikeln ser ut, påverkar sättet som en läsare förhåller sig

till tidningen och hur hon tar emot innehållet (ibid, 25). På tidningens sidor är nyheterna konstruktioner och slutresultat av åtskilliga val gällande både utseende och innehåll (ibid, 26). Om man vill diskutera och analysera en modern dagstidning känns det omöjligt att skilja åt utseendet och det journalistiska textmaterialet – de hänger ihop.

Enligt journalistisk tradition har man brukat skilja åt text och bild. Det syns också tydligt inom yrkesbeskrivningarna – skrivande journalister gör sitt jobb på ett håll och fotografer på ett annat. Texten har fått dominera och växelverkan mellan bild och text har inte varit så viktig. Men om man vill tala om form, framställning eller utseende, måste man sudda ut linjen mellan det visuella och det skrivna. Därför är det intressant att se på de små bitar som blir till en helhet som kan kallas form. (Barnhurst & Nerone 2001, 10–11)

Pulkkinen frågar om det finns någon poäng med att granska dagstidningens texter och bilder som skilda informationsförmedlare, då de på tidningens sidor – och i läsarens huvud – fungerar ihop. Det är däremot svårt att hitta en övergripande teori om man samtidigt vill forska om både text och bild. Att hitta en lämplig teori för det här försvåras också av att informationen i en tidning presenteras på så varierande sätt – text, bilder, grafik, visualiserad text och komposition. (Pulkkinen 2008, 33)

Det går inte längre att endast koncentrera sig på det journalistiska textinnehållet, utan utseendet har fått en viktigare och mer erkänd roll i den journalistiska slutprodukten. Både Pulkkinen och Barnhurst & Nerone konstaterar att det inte går att skilja åt textmaterial och visuellt material, eftersom de tillsammans bildar den form och det paket som kännetecknar en modern dagstidning.

2.4 Ingångar

Dagens tidningsläsare är vana att ta emot nyheter i flera olika format. Enligt den amerikanska tidningsdesignern Tim Harrower vill läsaren ha nyheterna packade som en sorts informationsmosaik som är en blandning av text, nummerdata, fotografier och teckningar. (Pulkkinen 2008, 181)

Med ordet ingång avses en bit i artikelhelheten där läsaren har en chans att ”börja” läsa texten. Det vanligaste tidningsläsandet går ut på att man läser rubrik, ingress och eventuellt mellanrubriker. Dessutom tittar man på bilden och läser bildtexten. Om det däremot finns flera element i artikeln stannar läsaren kanske också upp för grafik, faktarutor eller ett upplyft citat. Ju fler element, desto fler blickfångare.

Det här bekräftas av Poynter EyeTracks första studie från år 1990. Den första blickfångaren är en stor bild, sedan läser största delen av läsarna rubriken och den tredje blickfångaren är bildtexten (Poynter EyeTrack07).

Enligt amerikanska tidningsplaneraren Robert Lockwood ska man redan i planeringsskedet av en nyhetsartikel ta ett strukturellt närmande (structural approach) till ämnet. Det räcker inte att texten berättar vad nyheten handlar om, utan text, bilder och grafik måste integreras till en helhet. Enligt Lockwood är det viktigt att beakta helheten redan i planeringsskedet av artikeln. (Pulkkinen 2008, 196) För en snygg nyhetshelhet i en modern tidning krävs att redaktionen i god tid funderar över varför de specifika elementen kunde vara bra för att presentera nyheten på bästa möjliga sätt.

Pulkkinen (2008, 170) delar in en nyhet i fyra huvudkategorier: brödtext, tilläggstext, bilder och nyhetsgrafik. Brödtexten är i regel nyhetsartikelns längsta ”bastext”. Tilläggstexterna innefattar alla typografiska delar som kompletterar nyheten. Här ingår rubriker, ingresser, tilläggartiklar, upplyfta citat och faktarutor. Olika guidande texter, redaktionens kontaktuppgifter, logotyper och vinjetter kan också räknas som tilläggstexter. Till följande en presentation av de olika ingångarna som också utgör kategorierna i forskningsfråga A.

Paraden. Paraden är tidningens första och viktigaste sida (Pulkkinen 2008, 119). Paraden har fem roller, den ska vara en fasad, kontaktyta, skyltfönster, ingång och annonsredskap (ibid, 138). I den här studien granskas om huvudnyheten presenteras i bild eller text på paraden.

Rubriker. Huvudrubriken är en av de första blickfångarna för läsaren och många läser kanske endast rubriken. Därför kan man anta att rubriken svarar för en stor del av den bild som läsaren får av verkligheten. Rubriken ska väcka intresse och lyfta upp det viktigaste i texten, ha täckning i texten och inte överdriva, undvika onödig dramatik, men vara spännande, bestå av några ord på ett begränsat utrymme och innehålla information som genast hjälper läsaren att förstå vad det handlar om. Rubriken fungerar också som en optisk magnet som drar till sig läsarens intresse. (Andersson Ek, Andréasson & Edwardsson 1995, 45–46) I samma huvudkategori ingår också **mellanrubriker**.

Ingress. Syftet med ingressen är att skapa största möjliga intresse för artikeln hos så många läsare som möjligt. Man ska bjuda på intresseväckande information och stimulera till vidare läsning. (Andersson Ek, Andréasson & Edwardsson 1995, 26)

Bildtext. Bildtexten är en viktig del av tidningen – texten både förklarar bilden och knyter den till nyheten. Bildtexter hör till de mest lästa delarna av dagstidningen, så det är viktigt att läsaren förstår bildtexten utan att läsa resten av artikeln. (Pulkkinen 2008, 184–185)

Byline. Bylines berättar nyhetens källa som vanligtvis är journalistens eller nyhetsbyråns namn. I samband med namnet kan man också ha kontaktuppgifter till journalisten. (Pulkkinen 2008, 184)

Kommentar, analys. Kommentarer skrivs av journalisten för att bidra med åsikter och personliga synpunkter till nyhetssidorna. Med hjälp av en annorlunda layout, till exempel en bredare spalt, skiljer man kommentaren från det övriga nyhetsmaterialet. (Pulkkinen 2008, 184)

Tilläggsartikel. En tilläggsartikel handlar om samma ämne som huvudartikeln och presenteras som en egen del så att huvudartikeln inte blir för lång. Tilläggsartiklar kan till exempel ge djup åt nyheten. (Pulkkinen 2008, 184)

Upplyfta citat. Det har blivit allt vanligare att plocka en mening eller två ur brödtexten för att lyfta upp dem för att fånga läsarens uppmärksamhet. Själva citatet är ofta något intressant eller en överraskande detalj. (Pulkkinen 2008, 191) I den här studien räknas också andra upplyft, som till exempel små faktaupplyft, till den här kategorin.

Faktarutor, faktatexter. Faktatexten är kompakt, ofta en förteckning och har oftast en annan typografi än brödtexten. Faktatexten är huvudnyhetens ”biprodukt” där fakta från nyheten presenteras skilt, vilket gör själva brödtexten mer lättläst och kortare. Skillnaden mellan grafik och faktarutor är att nyhetsgrafiken kombinerar både text och bild. Redigeraren kan göra en faktaruta i redigeringsprogrammet, medan grafiken görs av en grafiker. (Pulkkinen 2008, 186–187)

Respons. En text som uppmanar och styr läsaren att diskutera ämnet på webben. Man kan också fråga läsarens åsikt om ämnet. (Pulkkinen 2008, 184)

Guidande texter. Innehåller bland annat logotyper, vinjetter, ämnesord, datumuppgifter och guidar till exempel läsarna att läsa mer på webben. Vinjetten och ämnesordet ger en snabb inblick i artikelns genre eller ämne. (Pulkkinen 2008, 192)

Kollage. Ett multimodalt framställningssätt som kombinerar bilder, grafik och text till en integrerad helhet. Det blir en sammanställning eller ett paket som oftast byggs upp kring huvudbilden eller en stor grafik. (Pulkkinen 2008, 193)

Bilder, illustrationer. Fotografiet är det naturligaste och viktigaste sättet att illustrera en tidningsartikel. De flesta (om inte alla) huvudnyheter har en bild eller ett fotografi som illustration för nyheten. (Huovila 1998, 24) Bilden ska vara meningsfull, ha högt informationsvärde och göra det lättare för läsaren att ta del av texten. (Andersson Ek, Andréasson & Edwardsson 1995, 60)

Nyhetsgrafik. En bra grafik förklarar en händelse lätt, enkelt och snabbt och ersätter en förklaring av samma fenomen i brödtexten. Med hjälp av grafik kan man lättare beskriva händelseförlopp, processer och orsak – verkan-förhållanden. Grafiken ersätter i vissa fall fotografiet när fotografen inte har möjlighet att ta en bild. (Huovila 1998, 27)

Gallup. En gallup är en eller flera frågor som ställs till människor om ett visst specifikt ämne. I gallupen ingår ofta foton på personerna som tillfrågas.

Tillsammans bildar alla de ovan nämnda ingångarna en **nyhetshelhet**. I den här studien är en nyhetshelhet en nyhetshändelse som presenteras med hjälp av flera olika ingångar.

2.5 Hierarki

Hierarki baserar sig på viktighetsordning och på att lyfta fram det mest intressanta som tidningen har att erbjuda. I en modern dagstidning ligger hierarki som grund för ombrytningen. Grundprincipen för hierarki är att ordna tidningens innehåll så att det bäst tjänar läsaren. Samtidigt skapar redigerarna en lättläst tidning som tydligt delas in i sektioner. Hierarki kräver planering av en klar huvudnyhet – en artikelhelhet byggs runt en bra huvudbild. Hierarki har både en innehålls- och utseendemässig sida. Hierarki inom innehållet innebär att tidningen kategoriserar de olika nyheterna och informationen i viktighetsordning. Hierarki inom utseendet handlar om hur de olika visuella elementen står i förhållande till varandra. (Pulkkinen 2008, 144)

Enligt Pulkkinen (2008, 145) har tidningarna strävat efter att öka hierarkin på nyhetssidorna och har också lyckats med det. Från tidningarnas sida innebär en ökad hierarki att huvudnyheten och huvudbilden lyfts fram tydligare och att man frångår jämnstarka ämnen och i stället har klara huvudnyheter. Pulkkinen har analyserat hierarkin i de finska tidningarna och har tre kriterier för att en tidning följer en tydlig hierarki.

- A. Huvudnyheten skiljer sig klart från de andra på basis av storlek eller placering på sidan.
- B. Nyheterna är indelade i två eller tre nivåer utgående från längd. Exempel på nivåer är huvudnyheter, basnyheter och korta nyheter eller notiser.
- C. Bildstorleken växlar och det finns en klar huvudbild som är minst en spalt bredare än de andra bilderna på sidan.

I sin forskning har Pulkkinen kommit fram till att 60 procent av tidningarna i Finland år 2001 använde sig av hierarki, samma siffra år 2005 var 90 procent. Bara på några år hade det skett en stor förändring. Det största ”hindret” för hierarki är att nyhetstexterna är lika långa – oberoende av vilken typ av nyhet det handlar om. Ifall det inte finns klara instruktioner för textlängderna byggs sidorna upp på måfå och två lika långa texter kan figurera på samma sida. Då kan båda texterna verka lika viktiga, fastän det egentligen var tänkt att den ena nyheten ska vara huvudnyheten på det uppslaget. (Pulkkinen 2008, 145-146) Med andra ord kräver hierarki en tydlig plan för ombrytningen. Vilka texter är längre och ska få mer synlighet och vilka texter är kortare och ska få mindre synlighet? Om alla texter är lika långa blir det ingen hierarki på sidan, utan alla texter kan placeras på måfå och sidans innehåll blir jämntjockt.

Utöver hierarki på tidningssidan förekommer också genrehierarki i tidningen. N Så kallade hårda nyheter placeras i början, medan kultur- och sportnyheter och andra ”lättare” ämnen placeras längre bak. Enligt Pulkkinen (2008, 115) borde redaktioner som vill tänka på läsarna placera dagens mest intressanta och diskussionsväckande ämnen i början av tidningen, oberoende av vilken typ av nyhet det handlar om. Då överförs hierarkitänkandet från enskilda sidor till hela tidningen.

2.6 Vad fångar vår uppmärksamhet?

Pulkkinen (2008, 195–196) konstaterar att tidningarna nuförtiden presenterar sina nyheter på ett mer varierande sätt än tidigare, till exempel med hjälp av grafik, men att tidningspressen inte använder sig ”tillräckligt” av de olika visuella möjligheterna – de flesta tidningsartiklar följer det traditionella mönstret: rubrik, ingress, brödtext, bild, bildtext och ibland en faktaruta. De förutsättningar som finns utnyttjas alltså inte fullt ut enligt honom.

I stället för att erbjuda texttunga segment, försöker många tidningsredaktioner

med hjälp av olika små delar, så kallade ingångar, skapa en artikelhelhet bestående av flera mindre bitar. Genom att dela upp ett ämne i mindre delar eller i moduler kan läsaren snabbt välja vad som intresserar just honom eller henne. Amerikanska Poynter EyeTrack Institution har i nästan 20 år forskat i människors läsvanor. Med hjälp av en avancerad teknik som går ut på att man med kameror följer ögats rörelser över ett uppslag har man kunnat forska i hur människor läser dagstidningen. Det grundläggande som man har kommit fram till i forskningen är att människor är otåliga. Alla skummar igenom tidningen, men blir systematiska läsare om texten är intressant. Ju bättre och mer lockande texterna är, desto fler läsare väljer att läsa vidare. Utöver det spelar stora bilder en viktig roll i hur ögonen rör sig över ett uppslag. (Poynter EyeTrack07)

Poynter EyeTracks läsvanestudier visar att alternativa artikelformat (alternative story forms) som till exempel innehåller faktarutor eller tidsaxlar hjälper läsare att komma ihåg innehållet bättre. Nyheter som presenterades med hjälp av olika visuella element fick också mer uppmärksamhet av testläsarna än ”vanliga” nyheter som bara bestod av en text. Speciellt mycket synlighet fick de alternativa artiklarna i broadsheetformatet. (Poynter EyeTrack07)

I Poynter EyeTrack07-studien talas också om paketerade nyheter (story packaging). Som ett paket definierades nyheter med rubrik, brödtext, ett dominerande foto, grafik eller en illustration och åtminstone ett berättarknep som en tidsaxel eller faktaruta. Ett paket är alltså en nyhet med flera ingångar som ger läsaren en chans att ”börja” läsa artikeln på flera ställen. Ett paket beskriver händelsen på ett mångsidigare sätt än vad en traditionell nyhetsartikel som består av brödtext och ett foto gör. En mångsidig nyhet lockar läsaren att fördjupa sig i ämnet, men gör det samtidigt lättare och mer åskådligt för läsaren att komma ihåg informationen i ett senare skede. De alternativa sätten att presentera en nyhet lockade 15 procent mer uppmärksamhet av läsarna än en traditionell nyhet. I broadsheettidningar lockade de alternativa nyheterna över 30 procent mer uppmärksamhet än de traditionella nyheterna. (Poynter EyeTrack07)

En annan viktig poäng som framkom i undersökningen är att läsare är otåliga och snabbt vill veta vad nyheten handlar om. Alla läsare skummar igenom texterna, men blir metodologiska eller systematiska läsare om de ser en intressant nyhet eller ett intressant uppslag. Den här informationen bekräftar att människor fortfarande läser artiklar helt och hållet, *om* innehållet intresserar dem. Professor Mario Garcia, som

jobbat med Poynter EyeTrack ända sedan forskningen inletts, jämför det här med 14-åringar som i flera dagar plöjer igenom otroligt tjocka Harry Potter-böcker – om innehållet är tillräckligt intressant fångas läsaren att läsa vidare. Enligt Garcia borde nyheterna presenteras så att de som vanligtvis skummar igenom texterna, verkligen lockas till att läsa en hel artikel. Det här ska enligt Garcia göras med hjälp av alternativa ingångar som tilläggstexter, faktarutor och upplyfta citat. (Poynter EyeTrack07)

Sternvik (2004, 40) funderar på vad som händer om alla artiklar utformas på ett attraktivt och läsvänligt sätt och kommer fram till att det skulle bli för mycket av det goda – det går inte att utnyttja knepen i varje artikel.

”Läsarna skulle inte veta vart de skulle titta. Det är således viktigt att tidningsdesigner bestämmer vilka av elementen i tidningen som är viktigast och sedan använder de olika designfaktorerna för att skapa denna rangordning och på så sätt hjälpa läsarna. [...] Följaktligen måste de också bestämma vilka artiklar som läsarna bör läsa och vilka de kan skippa. För det är en lögn att tro att läsarna kommer att läsa allt på sidan.”

Sternvik 2004, 40

Det är viktigt att tidningarna styr sina läsare och visar vad som är den viktigaste nyheten just i dag, men Sternvik frågar om det är ett självändamål att allt i tidningen läses från början till slut. Enligt henne är det faktum att dagens människor lider av tidsbrist och helt enkelt inte har tid att läsa hela morgontidningen. (Sternvik 2004, 40–41)

3 Dagstidningens utveckling ur ett finländskt perspektiv

Utöver Pekka Mervolas forskning om de finländska dagstidningarnas historia och förändring har Päiviö Tommila och Raimo Salokangas i boken *”Tidningar för alla – Den finländska pressens historia”* från år 2000 granskat de finländska dagstidningarnas historia, men ur ett historiskt, samhälleligt och politiskt perspektiv. Tommila och Salokangas tar upp intressanta aspekter om den politiska pressens födelse och hur mediebolagen förändrats under den finländska pressens historia. Eftersom den här undersökningen fokuserar på utseendemässiga förändringar har jag valt att använda mig av Mervola (1995) som källa.

I sin omfattande forskning om finländsk dagstidningshistoria indelar Mervola (1995, 11) den undersökta tiden i fyra olika perioder: boktypografins period, korsettens

period, paradsidornas period och blockombrytningens period. Till följande presenteras en överblick på de här fyra tidsperioderna samt orsaker till den förändring som skett.

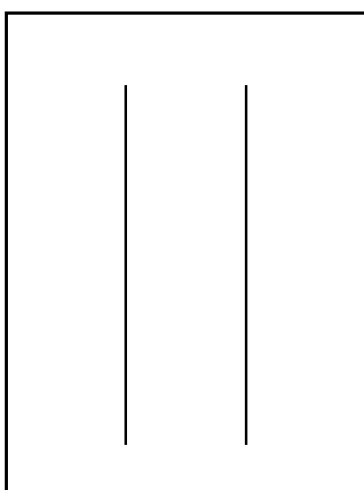
3.1 Boktypografins tidsperiod

Boktypografins tid sträcker sig enligt Mervola (1995, 35–94) från år 1771 då Tidningar Utgifne Af et Sällskap i Åbo (förkortat Åbo tidningar) började distribueras som den första ”dagstidningen” i Finland. Tidningen följde svenska utvecklingslinjer och utgående från utseendet kunde de första tidningarna främst kallas för ”nyhetsböcker” eller ”tidningslitteratur”. Det bokaktiga utseendet förklaras i och med att alla tryckerier som fanns på den tiden var uttryckligen boktryckerier. Enligt Mervola skiljer sig inte Åbo tidningar avsevärt från Mikael Agricolas Nya Testamente från år 1548 eller från hans ABC-bok. Också innehållsmässigt, bland annat i och med långa följetonger, liknade tidningen mest en bok. (ibid, 39–41)

Fram till mitten av 1800-talet påminde dagstidningarna mest om böcker. Det här förklaras med fyra olika samband: ägoförhållanden, redaktionen, trycket och läsarna. Till exempel var tidningen Suometars första utgivare boktryckare och bokförsäljare. Redaktionen bestod av författare och läsarna tillhörde den mer bildade samhällsklassen. (Mervola 1995, 93)

3.2 Korsettens tidsperiod

Korsettens period sträcker sig enligt Mervola (1995, 95–187) från 1850-talet till 1910-talet. Enligt honom försvann boktypografien snabbt från de finländska ”dagstidningarna”



på 1850- och 1860-talen och utseendet började utvecklas enligt tidningens och inte bokens krav. Med korsetten avser Mervola en trespaltig indelning av tidningsmaterialet. Allt material från bilder till text lades in i det trespaltiga systemet. Endast stora nyheter som kejserliga dödsfall kunde rubba systemet. Spaltlinjerna bildade en korsett som begränsade hela tidningens utseende ända fram till slutet av 1910-talet (se bild 1). (ibid, 95) Den ökade mängden nyheter skapade snabbt ett

Bild 1. Korsetten delade in tidningen i tre spalter.

behov att göra tidningarna större och från och med 1870-talet började tidningarna växa och spaltmängden ökade från tre spalter till sex spalter. Andra alternativ för att lösa utrymmesbristen skulle ha varit att ge ut tidningen oftare eller att öka sidantalet. Båda alternativen kändes dåliga och dyra. (ibid, 97–98)

Utvecklingen gick snabbt från de små bokaktiga tidningarna till stora ”lakanstidningar” (Mervola 1995, 105). Ombrytningen gjordes spaltvis och läsarna lärde sig att läsa tidningen spalt upp och spalt ner. Redaktionen befattade sig inte med ombrytningen, utan den gjordes på tryckeriet. Korsetten höll sitt stadiga grepp om tidningarna fram till första världskriget. Då började tidningarna tävla om krigsnyheter och började smälla upp större rubriker som gick över spaltlinjerna, men efter världskrigets slut återgick många tidningar till korsetten. (ibid, 186–187)

3.3 Paradsidornas tidsperiod

Paradsidornas tid sträcker sig enligt Mervola (1995, 189–271) från skiftet mellan 1910- och 1920-talen fram till slutet av 1950-talet. Efter en lång period då många tidningar sålt paradsidan till annonsörer var Dagens Tidning den första tidningen som återtog paradsidan från annonsörerna och började igen publicera redaktionellt material på första sidan. Dagens Tidning hade från och med 1880-talet sålt första sidan till annonsörer, men valde nu att göra första sidan till huvudnyhetssida. Att samla de viktigaste nyheterna till paraden avvek från normal ombrytning. I de andra tidningarna baserade sig ombrytningen på vissa stående rubriker och vinjetter som delade in nyheterna enligt ämne. (ibid, 189) Dagens Tidning var en föregångare med paradsidan som blev mer allmän först i slutet av 1910-talet. En fördel med paradsidan var att läsarna nu hade lättare att urskilja dagens stora nyheter från mindre viktiga nyheter. Tidningens insidor såg ut som förr och gick fortfarande i korsettens tecken – all uppmärksamhet lades på första sidan. Inte förrän i skiftet av 1950- och 1960-talen började rubrikerna på insidorna också växa över spaltlinjerna. (ibid, 270–271)

3.4 Blockombrytningens tidsperiod

Blockombrytningens tid sträcker sig enligt Mervola (1995, 273–351) från 1960-talet fram till i dag. 1960-talet var en förändringens tid för Finland och också för dagstidningarna. Ännu i slutet av 1950-talet påminde dagstidningarna ganska mycket om dem på 1930-talet, men i mitten av 1960-talet syntes en klar skillnad. Rubrikerna

var större och bredare och bilder blev vanligare. De bredare rubrikerna fanns nu också inne i tidningen och tidningarna fäste mer uppmärksamhet på insidorna. Samtidigt som rubrikerna blev större förändrades också ombrytningen. Ombrytningen hade varit dynamisk från 1930-talet, men började bli allt mer fartfylld och kallades till och med för ”cirkusombrytning”. Cirkusombrytningens uppgift var att skapa avsiktlig oreda. (ibid, 273–274) Cirkusombrytningen varade endast en kort period och i slutet av 1960-talet och början av 1970-talet övergick tidningarna till en alldeles ny ombrytning – till blockombrytningen. Materialet placerades rektangulärt i små ”moduler”. (ibid, 280)

I samband med blockombrytningen började redaktionerna fästa allt mer uppmärksamhet vid utseendet. Enligt Mervola (1995, 294) förhöll sig redaktörerna under paradsidans period rutinmässigt till utseendet – det var endast något som måste göras. Det här förändrades på 1960-talet då layoutförändringar nästan blev en modegrej i USA. Tidningen sågs inte längre som en samling nyheter och annonser som sattes ihop på kvällarna enligt ett gammalt mönster, utan redaktionerna började *planera* tidningen. Bland annat banade den grafiska designern Peter Palazzo en helt ny väg i den amerikanska tidningspressen då han år 1963 förnyade hela New York Herald Tribune. Samma hände med The Times i London och under de följande åren anställdes många grafiska journalister till den amerikanska och brittiska pressen.

I Finland följde man sakta men säkert efter och också här blev utseendet en del av tidningsprocessen. Bland annat ordnade Suomen Lehdistö år 1962 för första gången en tävling om den bästa paradsidan. Tanken med tävlingen var att lyfta fram tidningens utseende och samtidigt också fungera som en modell för ett bra utseende. Några år tidigare hade Suomen Lehdistö kritiserat pressen för att de endast fokuserade på beställningar och annonser – själva tidningen och dess innehåll blev en bisak. Som orsaker gavs brist på kunskap bland journalisterna och ekonomiska skäl. (Mervola 1995, 294–295)

Mervola (1995, 297–298) summerar med att säga att utseendet i slutet av 1960-talet och i början av 1970-talet blev en viktig del av tidningsprocessen och journalistiken. Utseendet blev till och med en del av den journalistiska forskningen. Utseendet sågs också som ett konkurrensmedel.

Förändringarna i utseendet började komma i allt snabbare takt och på 1980-talet började tidningarna i allt större grad använda nyhetsgrafik. Redan på 1970-talet började användningen av grafik öka i Finland och år 1975 hade Helsingin Sanomat (HS) nästan dubbelt mer grafik än andra finländska dagstidningar. HS försprång berodde dels på att

det sedan 1960-talet funnits flera tecknare på redaktionen som också gjorde grafiska framställningar. Tidningen hade också som målsättning att med hjälp av grafiken göra tidningen mer lättläst. Grafikens verkliga genombrott kom först i slutet av 1980-talet då mängden grafik i finländska dagstidningar fördubblades. Ökningen berodde dels på tekniska orsaker, men framför allt sågs grafiken i slutet av 1980-talet som ett sätt att göra tidningens berättande ännu mer intressant. Man trodde att speciellt unga var intresserade av nyhetsgrafik. Grafiken sågs också som ett sätt att förnya dagstidningarna – en sorts produktutveckling. Förutom grafiken ökade också vinjetterna i HS. Tidningen ville ”guida” läsarna och göra det lättare för dem att läsa tidningen. (Mervola 1995, 311–315)

Under blockombrytningens tidsperiod försvann tudelningen i dagstidningarna och rubrikerna var lika stora på paraden som inne i tidningen. Utseendet blev mer enhetligt eftersom layoutansvaret fördelades på en större del av redaktionen. I samma tider gjorde televisionen en allt starkare frammarsch som ett visuellt kommunikationsmedel och enligt Mervola är det naturligt att tidningarna också började förnya utseendet. (Mervola 1995, 351)

3.5 Hufvudstadsbladet 1864–2010

Hufvudstadsbladet är Finlands största svenskspråkiga dagstidning. År 2009 var Hbl:s upplaga 49 944 (Levikintarkastus 2009). Hbl är en rikstidning med betoning på Storhelsingfors. År 2004 övergick Hbl till tabloidformat. Hannu Olkinuora är Hbl:s chefredaktör sedan hösten 2008. Hbl ägs av koncernen KSF Media och är en obunden tidning.

Hbl grundades år 1848 av August Schauman i Helsingfors. Tidningen grundades som ett opolitiskt kommersiellt företag, vars uppgift framför allt var att locka läsare från Helsingfors. Schaumans satsningar på det lokala, tidningens billiga pris och det att Hbl, som tidningar i de skandinaviska länderna, kom hem med posten var orsaker till att Hbl snabbt blev den största tidningen i Helsingfors. (Tommila & Salokangas 1988, 144)

Hbl var den första finländska dagstidningen som gjorde en systematisk tidningsförändring, det här skedde i samband med ägarskiftet år 1885. I början av oktober dök tidningens namn, datum och sidnummer upp på insidornas övre kant. Samtidigt fick sidorna fler stående rubriker och första sidan blev mindre rörig. Den nya ägaren A.R. Frenckell hade fått utbildning och erfarenhet i Wien, Paris och Stockholm.

Målsättningen med förändringarna var att göra en mer lättläst nyhetstidning. Frenckell lovade bland annat att öka på rubrikerna, vilket innebar mer stående rubriker som ”Notiser från landsorten”, ”Konst och litteratur” och ”Notiser från olika länder”. Han ändrade också tidningens fonter och övergick i rubrikerna till antikva, medan brödtexten fortfarande hölls som fraktura. Ett år senare användes fetare eller större rubriker för att poängtera nyhetsvärdet i vissa texter. Frenckells förnyelse av Hbl var den första och länge den enda av sitt slag, först 30 år senare gjorde andra finländska dagstidningar lika systematiska förnyelser. Den riktiga förnyelseivern började först på 1970-talet. (Mervola 1995, 185–186)

Under Frenckells tid började tidningen också tävla mer på ett nationellt plan än tidigare, vilket krävde en höjning av den journalistiska nivån. Därför blev också redaktionen större än på någon annan tidning i Finland. Under 1890-talet utvidgade Frenckell nätverket för utrikeskorrespondenter och Hbl var den största tidningen i Finland under den här tidsperioden. Enligt Frenckell var de viktigaste målsättningarna för tidningen att snabbt och aktuellt förmedla information. Det var också viktigt att informationen motsvarade publikens smak. (Tommila & Salokangas 1988, 144–145)

Då många andra tidningar övergick till en stark paradsida som huvudnyhetssida följde Hbl inte genast efter. I stället tog tidningen år 1922 i bruk en spalt för de viktigaste utrikesnyheterna som hade en egen vinjett. Utrikesnyheterna (”De världspolitiska händelserna”) placerades på fjärde sidan, alltså första textsidan. Det var naturligt för Hbl att lyfta fram utrikesnyheterna, eftersom Hbl i början av 1920-talet var landets ledande utrikesnyhetstidning. (Mervola 1995, 201)

År 1920 grundades ett nytt bolag för Hbl. Huvudägare för bolaget blev Amos Anderson, en affärsman som blivit förmögen under första världskriget. Anderson följde tidningens traditioner och Hbl förblev en kommersiell tidning, som politiserade bara då det ansågs vara smart. År 1940 grundade Anderson stiftelsen Konstsamfundet som skulle ärva hans egendom. Stiftelsen uppgift var att ta hand om egendomen och att stöda kultur, inte minst Hbl. Senare blev Konstsamfundet också Hbl:s ägare. (Tommila & Salokangas 1988, 145–146)

I januari 1926 skedde stora förändringar då Hbl tog paradsidan i bruk som huvudnyhetssida. På måndagar var paradsidan på första sidan, under andra vardagar på sidan tre och på söndagar på sidan fem. Efter kriget, från och med år 1948, var paradsidan under vardagar oftast på första sidan. Det här berodde på bristen av annonser

och år 1952 slutade Hbl helt och hållet att sälja annonser till första sidan för vardagar, endast söndagsnumrets första sida såldes till annonsörer. (Mervola 1995, 201–202)

År 1971 övergick Hbl till blockombrytning. En exakt dag är svår att säga, eftersom tidningens utseende varierade från dag till dag. (Mervola 1995, 280) Under samma årtionde tog Hbl också i bruk upplivande effekter. Tidningen trycktes under hela 1970-talet med en högtrycksmaskin, så bilder i fyrfärg kom inte i fråga. Hbl fick nöja sig med negarubriker och en röd ”Insidorna”-vinjett. Enligt Mervola fanns det en tydlig vilja att hänga med i den nya ”färgkampen”, men den gamla tekniken tillät inte övergång till färg på samma sätt som bland de tidningar som trycktes med offsettryck. (ibid, 301–302).

År 1974 blev Jan-Magnus Jansson Hbl:s chefredaktör och delade tidningens uppgifter i fyra delar: att vara huvudstadens svenskspråkiga tidning, att känna ett ansvar som den enda rikstäckande svenskspråkiga tidningen, fungera som en informationskälla för finskspråkiga om ämnen som berör finlandssvenskar samt att vara Finlands röst i Skandinavien. (Tommila & Salokangas 1988, 146)

Från början av 1990-talet inleddes en blomstrande tid i tidningsdesign. De tekniska förutsättningarna blev bättre och man började jobba på skärm på Hbl. Senare kom färgen med i bilden och man har talat om 90- och 00-talen som guldåldern för tidningsdesign. Många journalister insåg också att de måste behärska tekniken för att kunna producera en högklassig tidning. (Granroth 20.4.2010) I och med teknisk utveckling började Hbl tryckas i fyrfärg på alla sidor år 2001 (Hbl 29.1.2001).

Följande stora förändring, och kanske den största hittills för Hbl, var övergången till tabloid i mars år 2004. Enligt Pulkkinen (2008, 84) var en av orsakerna till förnyelsen vetskapen om att det krävdes en radikal förändring för att uppfattningarna om tidningen skulle förändras. Dessutom var tidningen tvungen att försöka förbättra sin ställning på tidningsmarknaden. Eftersom tabloiden traditionellt sett är ett kvällstidningsformat, blev det en utmaning att visa att tidningen inte är som den gamla men inte heller en kvällstidning. Den nya ledningen tänkte mycket på hur innehållet kan förbättras. Vad strävar tidningen efter och vad vill läsarna, framför allt de yngre, mer svårflörtade läsarna, ha?

Enligt Pulkkinen (2008, 85) gällde Hbl:s förändring inte bara utseendet och storleken, utan gick mycket djupare. Förändringen påverkade artiklarnas struktur, redigeringen, framställningen och också journalistens arbete. Det fanns en klar

indelning mellan olika texter och det ansågs viktigt att under hela den journalistiska processen fundera över vad man var ute efter då det gällde textstil, textlängd och layout.

Tabloidiseringen förde med sig en mycket mer planerad tidning än vad Hbl tidigare hade varit. Det skulle redan i planeringsskedet av en nyhet vara avgjort vad slutresultatet blir. Också textlängderna blev tydligt definierade – tabloiden klarar inte av jämntjocka och jämnlånga texter, utan det behövs variation för att tidningen ska bli dynamisk. Speciellt längre texter krävde en noggrann planering för att få plats på sidorna. (Pulkkinen 2008, 85–86)

Magnus Londen skrev i Journalisten 19/2006 att tabloiden lyfte Hbl ur krisen. I slutet av år 2003 hade Hbl:s upplaga sjunkit under 50 000 och tidningen hade förlorat mer än var fjärde prenumerant sedan toppåren. Londen tar upp samma som Pulkkinen, det handlade inte bara om en utseendemässig förändring, utan förändringen gällde också texterna. Dåvarande chefredaktör Barbro Teir förklarade för Londen att det för redaktionen är lättare att se på textjobbet på ett nytt sätt i samband med en radikal omställning. Då presentationen av texten förändras är redaktörerna också tvungna att tänka om med själva skrivandet.

Enligt Granroth (20.4.2010) var tabloiden chefredaktör Teirs projekt. Dessutom var det en trend i övriga Norden. Förutom att formatet förändrades skulle journalisterna börja skriva mer rakt och citera mer. Hbl ville inte längre bara göra rapportering journalistik, utan producera en mer personlig tidning.

Under våren 2009 gjorde Hbl om sitt utseende igen. Den här gången handlade det inte om en formatförändring, utan snarare om en ännu fränare layout. Hbl 2.0 har projektet kallats inom huset. Enligt Granroth hade det gått en för lång tid sedan omgörningen till tabloid och utseendet krävde något nytt. Det hade också uppstått problem i och med att man inte kunde placera det viktigaste i början av i tidningen. Den största målsättningen med omgörningen blev att göra tidningen mer flexibel – händer det något stort i världen ska det kunna finnas på det första nyhetsuppslaget i tidningen. I och med förnyelsen frångick Hbl de horisontala hyllorna och började använda vertikala balkar i stället. Tidningen delades också in i tre klara sektioner: nyheter, mitten och sport. Tanken är att nyhetsdelen ska vara kompakt och mitten ska fungera som en aktuell fördjupning. (Granroth 20.4.2010)

”Vi har gjort om tidningen för att ge er ett tydligt mervärde, en dagstidning som skiljer sig från webbens och etermediernas flöde. Omgörningen till tabloid för nästan fem år

sedan fick bra respons. Nu ska vi ta steget vidare. I den tredelade tidningen är det lättare att hitta och få en snabb överblick över det som har hänt. För er som har tid finns det mer analys och bakgrund än tidigare. [...] De viktigaste nyheterna kommer alltid först.”

Så här skrev Hbl:s chefredaktör Hannu Olkinuora i Hbl den 11 maj 2009. Tidningens målsättningar är klara. Det ska vara lätt att hitta det man söker och Hbl ska erbjuda både nyheter och bakgrund. Och det viktigaste kommer alltid först.

4 Dagstidningens förändringar och framtid

Att tidningar förändras är naturligt, bland annat förbättrad teknik och nya innovationer bidrar till förändringen. Men nuförtiden är det inte endast en förändring som sker inifrån. Trycket på tidningarna ökar i och med att mediemarknaden hela tiden förändras och konkurrensen ökar.

Den allt hårdare konkurrensen tvingar tidningarna att fundera på alternativa lösningar, något som inte alltid är lätt då ekonomin har försämrats inom flera tidningsbolag i och med att annonsintäkterna har sjunkit. Finländare är fortfarande aktiva tidningsläsare, men siffror visar på sjunkande upplagor och färre prenumeranter. Kommer dagstidningen att överleva och i så fall med vilka villkor?

4.1 Orsaker till tidningsförändring

”Faktum är att läsarna i allt större utsträckning räknar med, eller kanske till och med kräver, förändringar. [...] det krävs snabbare förändringar av gamla institutioner som dagspressen, om de ska hänga med sin tid.”

Sternvik 2007b, 294

Sternvik (2005, 317) konstaterar att det inte bara är formatmässigt som tidningarna förändras genom åren. Tidningar har blivit mer läsarvänliga genom att innehållet har strukturerats och kategoriserats. Kvaliteten har förbättrats i och med framsteg både inom pappersindustrin och inom tryckbranschen. Färg har blivit standard och bildjournalistiken har fått större uppmärksamhet.

Pulkkinen som har undersökt tidningsförändring har kommit fram till att till och med 81 procent av de finländska dagstidningarna gjorde en utseendeförändring under

åren 2001–2005 (2008, 51). Pulkkinen (2008, 53) räknar Hbl som en av de mest aktiva tidningarna att förnya sig.

Enligt Pulkkinen har den moderna dagstidningens form som innebär hierarki och blockombrytning i sin grundform varit färdig sedan 1980-talet. Efter det har radikala förändringar inte ansetts nödvändiga och tidningar har föredragit förändringar som inte ändrat på grundformen. Från och med slutet av 1990-talet har tidningarna blivit tvungna att fundera på utveckling. Enligt Pulkkinen förändras tidningens roll oundvikligen i och med en ny läsargeneration och tidningar tvingas till förändringar med jämna mellanrum. Utseendet förändras ofta i samband med en tidningsförnyelse. Pulkkinen delar tidningsförnyelsen i tre olika kategorier: en lindrig förändring, en större förändring och en heltäckande förändring. En lindrig förändring berör främst paradsidan och handlar om små förbättringar ”här och där”. En större förändring berör hela tidningen, men främst utseendet. Processen är snabb och man hinner inte fundera över innehållet och förändringen strävar främst efter att snabbt öka försäljningen. En heltäckande förändring behandlar förutom utseende också innehåll och berör i hög grad personalen. Redaktionens organisation, teknik och arbetsprocesser kan ses över i samband med förändringen. Förnyelsen kan också innebära ett nytt sidformat. Det här är en lång process och berör hela organisationen. (Pulkkinen 2008, 50)

Pulkkinen (2008, 56–57) anser att man på basis av det material som han samlat in för sin forskning kan dela in orsaker till utseendemässiga förändringar i fem olika huvudkategorier. Enligt honom kunde man också dela in orsakerna i fler kategorier. Många kategorier hänger också ihop.

A. Orsaker som berör ekonomin och konkurrensläget

Tidningens ekonomiska läge ligger alltid som grund för förnyelsen. Det kan vara en del av en tillväxtprocess eller en räddning för en tidning i kris. Tävlingen med andra medier och tävlingen om läsarnas tid tvingar tidningarna att modernisera, uppmärksamma strömningar inom branschen och utveckla de sätt som rationaliserar och effektiviserar produktionen. En annan orsak kan vara att tidningar inom en koncern ska förbättra samarbetet.

B. Tekniska orsaker

Till exempel på 1960-talet medförde offsettrycket nya möjligheter för utseendet och på 1990-talet krävde och erbjöd ombrytning på dator nya

utseendemässiga lösningar. En ny tryckmaskin kan också möjliggöra en hel tidning i fyrfärg, vilket innebär att man kan förnya tidningens struktur och utseende.

C. Volymmässiga orsaker

Då sidantalet växer är man tvungen att paketera in tidningen på nytt. Om tidningen byter till ett mindre format är man också tvungen att ändra på framställningen av materialet och ombrytningen.

D. Orsaker som beror på tidningens verksamhetsmiljö, allmän livsstil, konsumtion, medierna och förändringar i kulturen

Tidningen är tvungen att följa utvecklingen inom samhället och ändra på betoningarna och utveckla innehållet så att det motsvarar de förändrade kraven. Den största förändringen är att de nya generationerna inte längre blir konsumenter av tryckta dagstidningar på ett naturligt sätt. En annan stor förändring berör tidsanvändningen – de läsare som har bråttom vill med några ögonkast få en uppfattning om nyhetsdagens innehåll. Då livsstilen och kanske också värderingarna förändras vill läsarna att tidningen erbjuder underhållning och material som berör fritiden – så kallade mjuka nyheter. Den visuella kulturens förändrade stilar och genrer har blivit viktigare och en allt större del av medierna fungerar enligt visuella budskap och bilder. Tidningarna följer också aktivt med vad de tävlande medierna gör och tar också intryck från utlandet. En tidningsförnyelse har ofta som målsättning att förbättra den journalistiska kvaliteten och utseendet är ett sätt att nå det här målet.

E. Orsaker som beror på personer

En ny chefredaktör vill ofta lämna ett spår efter sig och starta en förnyelseprocess. Det här förs sällan fram i officiella motiveringar, men i praktiken är chefredaktörens aktivitet en viktig motor, framför allt då man är i startgroparna av ett nytt projekt. Viljan att förnya kan också komma från ledningen som anser att tidningen alltför länge sett likadan ut. Ombrytningschefer och ombrytare har under de senaste åren fått en starkare position och deras initiativ inverkar på tidningens utveckling. Också olika konsulter och designbyråer har på grund av sin yrkeskunskap en stark position.

I början av 2000-talet började man inse vikten av utseendet som en konkurrenskraft bättre än i början av 1990-talet.

Pulkkinen sammanfattar att utseendeförnyelserna har haft som målsättning att producera en tydlig, intressant och modern tidning. Förnyelser skapar synliga förändringar i tidningen och ger en bild åt både redaktionen och läsarna att tidningen har utvecklats. Under 2000-talet har man insett att förnyelsen inte heller bara kan handla om utseendet, utan måste också gå in på innehåll och skrivsätt. Det har också blivit mer allmänt accepterat att den grafiska planeringen ska överlåtas till proffs inom området. (Pulkkinen 2008, 67)

Tidningens utseendeförnyelse för en bra tidning framåt, men räcker knappast för att rädda en dålig. Ständiga förnyelser är inte heller en lösning för en tidning i ekonomiskt trångmål. Lyckade förnyelser är inte heller tillräckliga för att hämta innovationer som skulle öka på upplagan och locka till sig yngre läsare. Utseendeförnyelsen måste vara en del av en större utvecklingsstrategi. Då påverkar förändringen också tidningens karaktär, innehåll och användbarhet. (Pulkkinen 2008, 68)

Pulkkinen (2008, 239) konstaterar ändå att tidningarna sällan behandlar eller förnyar innehållet, skrivsättet och framställningen på ett djupare plan. Ofta överför tidningarna sina gamla funktionsmodeller till det nya utseendet. Papperstidningen har fortfarande samma grundform som under 1980-talet. Utseendeförnyelserna har moderniserat tidningarna så att de passar dagens värld, men har inte hämtat en lösning till de sjunkande upplagorna.

Enligt Sternvik har det ofta framhållits att tidningarna måste anpassa sig mer efter sin samtid än vad de hittills gjort. Enligt henne har förutsättningarna för dagstidningarna förändras radikalt under de senaste årtiondena. I dag är mediekonkurrensen större och människor har annorlunda livsmönster än tidigare. Tabloiden ses ofta som ett räddande alternativ, men en formatförändring i sig är inte tillräcklig för att vända trenden. (Sternvik 2005, 317–318)

De flesta som valt att låta bli att läsa tidningen kommer knappast att göra det i fortsättningen heller – oberoende av vilket format tidningen väljer. Däremot är det inte heller troligt att formatbytet skulle betyda färre läsare eller mindre annonsintäkter. (Sternvik 2005, 325–326)

4.2 Dagstidningens roll i framtiden

Traditionellt har tidningen fungerat som en informationskälla – den levererar nyheter åt de intresserade. I dag då får vi reda på nyheter via tv, radio och framför allt webben förändras tidningens roll hela tiden. Trots att vi finländare fortfarande aktivt läser vår dagstidning, visar siffror på minskande upplagor, färre läsare och mindre omsättning. Jämfört med år 2008 minskade dagstidningarnas omsättning med 10 procent under år 2009, medan omsättningen för webbmedierna ökade med 5 procent jämfört med fjolåret (Statistikcentralen, Massmediemarknaden 2009). Den här utvecklingen visar att medierna mer och mer finns på webben och att den största tillväxten också finns där.

I och med internet har medierna blivit en del av vår vardag dygnet runt. De flesta av oss är nästan hela tiden uppkopplade och har därmed kontakt med i stort sagt hela världen. Mark Deuze (2007, 13) nämner bland annat mobiltelefonen. Vi kan vara konstant uppkopplade i ett lokalt eller globalt nätverk tack vare trådlöst internet i våra mobiltelefoner. Antalet internetanvändare växer hela tiden och möjligheterna är oändliga. Det här innebär att tidningarna nu, och redan för några år sedan, står inför en hård konkurrens. Finns det utrymme för en papperstidning i vårt digitaliserade samhälle? Enligt Deuze (2007, 141) har den traditionella journalistiken nu kommit till vägens slut. Enligt Deuze håller skillnaden mellan klassisk journalistik och bloggar och annat som kan publiceras av vem som helst på internet på att försvinna. Det finns naturligtvis utrymme för välproducerad tidningsjournalistik, men medielandskapet ändrar hela tiden och hittar nya former.

En dagstidning är inte längre det samma som för hundra, femtio eller ens tjugo år sedan. Det här innebär att ”traditionella nyheter” inte längre fungerar i en dagstidning och enligt professor Mario Garcia från Poynter EyeTrack kan tidningsnyheter inte längre definieras på samma sätt som förr. Turner Catledge som jobbat för New York Times har för tiotal år sedan definierat en nyhet som *”allt du får veta i dag, som du inte visste i går”*. Enligt Garcia borde dagens definition i stället vara *”allt som du fick veta i går som du måste förstå i dag”*. Han jämför print- och webbmedier, på webben får man snabbt reda på informationen, men i tidningsartiklar finns utrymme för fördjupad information. Tidningarna ska erbjuda ”andra dagens rubriker” som inte längre fokuserar på basinformationen – eftersom många redan hört nyheten på radio eller läst om det på webben föregående dag. (Poynter EyeTrack07)

Med andra ord ska tidningarna gå ett steg vidare och fundera på orsaker och sammanhang – ge en förklaring på det som har hänt. Det talas om att tidningarna ska

övergå från "news" – nyheter till "views" – synpunkter. Tidningen ska alltså leverera "gårdagens" nyheter i ett nytt paket. Men ännu för femton år sedan valde Randall (1996, 20) att definiera dagstidningens roll enligt följande:

"A newspaper's role is to find out fresh information on matters of public interest and relay it as quickly and accurately as possible to readers in an honest and balanced way. That's it. [...] But without fresh information it will be merely a commentary on things already known. Interesting, perhaps, stimulating even; but comment is not news. Information is."

I dagens värld är det praktiskt taget omöjligt för tidningen att komma med ny och färsk information – den uppgiften har nästan explicit lämnats över till webben och andra snabbare medier. I dag kan tidningar endast med egna scoop vara först ute med något nytt. Det är självklart att dagstidningar fortfarande rapporterar om nyhetshändelser, men på ett annat sätt än förr. Rapporteringen har allt mer gått över till att ta ett steg vidare. Tidningarna måste fundera på orsaker och ge en bakgrund – något som de snabba medierna som tv, radio och webb inte alltid "hinner" göra.

Enligt Pulkkinen (2008, 115) håller webben på att utvecklas till huvudkanalen för nyheter och papperstidningens roll blir att komplettera och fördjupa de elektroniska nyhetsmedierna. Han anser också att en del av papperstidningens material kan flyttas över till webben och den fysiska tidningen kan i stället erbjuda nytt innehåll och nya presentationsformer.

Men hur ser framtiden ut för papperstidningen? Har den en chans att överleva? Håkan Hvitfelt skriver om tidningarnas falnande magi. Enligt honom är inte tiden för papperslösa tidningar avlägsen, utan den är redan här. Annonsberoendet är tidningarnas största problem. Tidningarna kämpar inte bara om läsarnas tid, utan också om annonsörernas pengar. Hvitfelt skriver också att "*det är helt klart att papperstidningar haft sin storhetstid som informationsförmedlare och annonsorgan till en bred allmänhet*". Han tror att tidningarna fortfarande kommer att finnas i fortsättningen, men i mindre upplaga och med färre annonser. Därmed stiger också prenumerationsavgifterna och prenumerantgruppen består främst av en köpstark och utbildad medelklass, en tendens som enligt Hvitfelt är tydlig redan nu. (Hvitfelt i Hvitfelt & Nygren 2009, 41-43)

Pulkkinen anser däremot att en tidning som görs digitalt i fyra färger och använder mångsidiga sätt att framställa nyheter är en färdig produkt. Enligt honom kommer det inte att ske några avgörande förändringar i tidningarnas utseende – allt det nödvändiga har redan uppfunnits enligt honom. De finländska tidningarnas problem är snarare att de inte kan eller vill använda sig av de varierande formerna att framställa nyheter, fastän formerna har funnits till hands redan länge. Pulkkinen anser att dagstidningen ofta är grå och tråkig och inte bjuder på några överraskningar. Den tryckta tidningen har varit och är fortfarande ett bra sätt att förmedla nyheter, men på 2000-talet är tidningen redan ett vikande medium. Internet och andra elektroniska medier går i täten för nyhetsförmedlingen. Pulkkinen tror, precis som Hvitfelt, att tidningarnas roll kommer att förändras, men att dagstidningen inte kommer att försvinna på många år. Han är övertygad om att det också i fortsättningen finns människor som vill betala för en väl gjord dagstidning. (Pulkkinen 2008, 250)

Det här bevisas också bland annat av en nationell medieundersökning beställd av Kansallinen Mediatutkimus KMT och gjord av TNS Gallup Oy som publicerades i september 2009. Undersökningen visar att finländarna fortfarande är ett läsande folk och att tidningsläsandet (siffran inkluderar dagstidningar och tidskrifter) till och med gått upp med en halv procent sedan den föregående undersökningen i mars 2009. Siffrorna för läsandet av dagstidningar har hållits på samma nivå. Sirpa Kirjonen från Tidningarnas förbund säger att dagstidningen har visat att det fortfarande finns ett behov för den. Enligt henne nöjer sig inte läsarna bara med snabba nyhetsrubriker, utan bakgrundsinformation som dagstidningarna kan erbjuda anses vara viktig. (TNS Gallup 9/2009)

Nyare undersökningar visar ändå att läsarsiffrorna sjunkit för en stor del av dagstidningarna, så också för Hbl. År 2008 hade Hbl 114 000 läsare och enligt siffrorna från undersökningen som ser på hösten 2009 och våren 2010 hade Hbl 110 000 läsare. Våren 2010 var Hbl ännu på 10:e plats av de mest lästa dagstidningarna i Finland, men föll ner på 11:e plats i undersökningen som publicerades i september 2010. (TNS Gallup 3/2009, 9/2009, 3/2010, 9/2010)

Samtidigt som läsarantalet har sjunkit har också upplagan minskat – en trend som syns inom hela dagstidningsbranschen i Finland. Under hela 2000-talet har Hbl:s upplaga varit över 50 000, men sjönk till 49 944 år 2009. Åren 1995–1999 var upplagan cirka 60 000, men sjönk år 2000 till knappt 54 000. (Levikintarkastus 2009) Det är tydligt att Hbl, liksom många andra dagstidningar, har tappat läsare och prenumeranter.

De senaste minskningarna i antalet läsare och prenumeranter är inte lika drastiska som vid sekelskiftet, men det finns en klar neråtgående trend.

Under hösten 2009 gjorde Finlands största dagstidning Helsingin Sanomat (HS) en utseendeförändring. I ledaren i det första förnyade numret av HS (16.11.2009) skrev chefredaktör Janne Virkkunen att samhället behöver starka dagstidningar. Enligt honom tvingar förändringar i mediavärlden och förändringar i konsumentbeteende medierna till förnyelse. Medierna måste hitta en lösning för att anpassa sig till ”internettidsperioden”. Virkkunen påpekar att det också tidigare funnits medieomvälvningar. Bland annat radio och TV förändrade under sina tidsperioder mediavärlden till en helt ny form. Enligt Virkkunen blir de tidningar som kan koppla ihop den egna traditionen med allt det som internet erbjuder framgångsrika.

Enligt Barnhurst & Nerone (2001, 296) är webbens popularitet bara den senaste av många pseudokriser som har hotat att göra tidningen till ett dammigt minne. Hvitfelt & Nygren (2009, 27) är inne på samma linje och skriver att ”*tidningarna försvann inte när radion kom, och inte heller radion dog för att tv byggdes ut*”. Däremot medger de att de gamla medieformerna påverkas av de nya konvergerade medierna och att de gamla medierna måste förändras för att inte dö ut.

Jaakko Rauramo, dåvarande ordförande för mediekoncernen Sanoma WSOY, anser att dagstidningarna inte behöver vara rädda för framtiden, om de kan koncentrera sig på rätt saker. Enligt honom är det viktigaste att producera bra innehåll – det är innehållet som hjälper eller stjälper tidningen. Det är också viktigt att tidningen förstår sin roll rätt. Enligt Rauramo ska man komma ihåg tidsspännet på 48 timmar. Dagstidningen kan inte tävla i snabbhet, men kan leverera föregående dygns händelser och bakgrunder och informera om den aktuella dagens händelser. (Pasanen 2005)

Hur man än vänder och vrider på saken är det klart att dagstidningarna står inför stora utmaningar. Läsarantalet sjunker och prenumeranter sviker. Tidningarna är tvungna att hitta på nya lösningar och nya former för att upprätthålla intresset hos kunderna. Då blir olika typer av omgörningar och förändringar väldigt viktiga. I dag räcker inte endast ett fontbyte, utan en omgörning måste gå djupare in. Tidningshusen är tvungna att tänka i nya banor och fundera på hur framtidens tidning ser ut.

5 Material och metod

I det här kapitlet presenterar jag avhandlingens centrala frågeställningar, materialet och metoderna. Jag diskuterar också validiteten och reliabiliteten av undersökningen.

5.1 Forskningsfrågorna

Med hjälp av följande forskningsfrågor ska jag studera utvecklingen av presentationen av Hbl:s huvudnyheter under den undersökta perioden 1995–2010.

- A) Hur många ingångar har dagens huvudnyhet?
- B) Hur korrelerar huvudrubriken med huvudbilden?
- C) Hur ser Hbl på utvecklingen 1995–2010 och var ligger siktet nu?

Utöver de här frågorna analyserar jag närmare ett uppslag från varje undersökt år för att exemplifiera det typiska för den tidsperioden. Metodbeskrivningen finns i kapitel 5.3.

5.2 Material

Den här pro gradu-avhandlingen fokuserar explicit på huvudnyheterna i Hufvudstadsbladet under tidsperioden 1995–2010 med fem års intervaller. Från varje år (1995, 2000, 2005, 2010) undersöks samma månad (februari) för att kunna jämföra utvecklingen. År 2000 var skottår, vilket innebär att materialet är en dag större. För att få ett jämnt material räknar jag inte med den 29 februari från år 2000. Jag granskar således huvudnyheten i 28 tidningar från respektive år.

De två första åren som undersöks (1995 och 2000) har Hbl getts ut i broadsheetformat och de två följande åren (2005 och 2010) som tabloid. I undersökningen ser jag på dagens första huvudnyhet inne i tidningen, vilket innebär att det endast är en nyhetshelhet som undersöks från varje tidning. Som huvudnyhet räknas den första/största nyheten på den första nyhetssidan (broadsheet) eller första nyhetsuppslaget (tabloid) inne i tidningen. Utöver det här granskar jag om huvudnyheten också förekommer på paraden i text- och eller bildformat. Paradens ingångar räknas in i summan av ingångar för en nyhetshelhet.

5.3 Metoder

I den här pro gradu-avhandlingen besvarar jag forskningsfrågorna A och B med hjälp av kvantitativ innehållsanalys och fråga C med hjälp av temaintervjuer. Kvantitativ analys innebär att man analyserar material som kan hanteras i form av siffror eller som kan räknas (Østbye 2008, 157). Kvantitativ innehållsanalys innebär dataregistrering och analystekniker som inriktar sig på systematisk, objektiv och kvantitativ beskrivning av innehållet som budskap (ibid, 213). Genom innehållsanalys försöker man bland annat beskriva mönster och utvecklingstrender i mediernas innehåll (ibid, 214).

Eftersom det inte är en enskild fråga som granskas har jag valt olika metoder för de olika områdena. De här för att belysa utvecklingen av Hbl:s huvudnyheter ur flera olika synvinklar. Att använda sig av flera olika metoder inom en studie kallas för metodologisk triangulering. Med hjälp av triangulering kan man försöka kompensera för svagheter i en metod genom att också använda övriga metoder (Østbye 2008, 122). I den här studien handlar det inte om direkt triangulering eftersom olika metoder inte tillämpas på samma fråga, utan olika frågor besvaras med hjälp av olika metoder. Däremot kan Hbl-chefernas synpunkter som framkommer i intervjun delvis bekräfta eller förkasta de resultat som jag kommer fram till i forskningsfrågorna A och B.

Fråga A besvarar jag med hjälp av en kvantitativ metod, genom att räkna hur många ingångar varje huvudnyhetshelhet har. Utöver ingångarna inne i tidningen räknar jag också text eller bilder som förekommer på paraden som puffar för huvudnyheten. För att se utvecklingen jämför jag de undersökta åren med varandra. Med hjälp av jämförelsen kan jag dra slutsatser om hur framställningssättet ändrats under den undersökta perioden.

Jag har inte hittat någon färdig forskningsmetod som skulle lämpa sig för den här analysen. Därför har jag använt mig av en egen kategorisering. Indelningen baserar sig på kategoriseringen som jag använde i min kandidatavhandling (von Kügelgen 2009). För den här avhandlingen har jag lagt till några kategorier och lämnat bort dåliga eller omotiverade kategorier. I kandidatavhandlingen hade jag variablerna stor och liten för paratext och paradbild. Det var svårt att avgöra vad som skulle definieras som stort eller litet, därför valde jag endast kategorierna paratext och paradbild utan storleksdefinitioner. Nya kategorier i den här analysen är ingresser, rubriker,

mellanrubriker, kollage och byline för att i större utsträckning kunna påvisa skillnader mellan de undersökta åren. De nya kategorierna ska också göra granskningen av materialet så heltäckande som möjligt.

I kvantitativ innehållsanalys ska en variabel ha ömsesidigt uteslutande kategorier (Østbye 2008, 221). Det här är viktigt för att kategorierna inte ska kunna förväxlas sinsemellan. Indelningen är gjord så att man inte kan tolka att någon variabel skulle kunna finnas i flera kategorier. En variabel kan också förekomma fler än en gång per undersökt nyhetshelhet. Om variabeln inte alls förekommer i nyhetshelheten kodas den med 0, förekommer den en gång kodas den med 1, två gånger med 2 och så vidare. Förklaringen till de olika kategorierna (ingångarna) finns i kapitel 2.4.

Kategorier (enheter) för analys A

1. Parattext
2. Paradbild
3. Huvudtext
4. Huvudbild eller illustration (minst 3 spalter)
5. Rubrik
6. Ingress
7. Mellanrubrik (varje mellanrubrik räknas skilt för sig)
8. Bildtext
9. Tilläggsartikel
10. Tilläggsbilder, illustrationer
11. Kommentar, analys
12. Upplyft citat
13. Faktaruta, faktatext
14. Kollage
15. Grafik
16. Gallup
17. Respons
18. Guidande texter
19. Byline

Indelningen baserar sig på iakttagelser av Hbl:s huvudnyheter. Jag har bläddrat igenom tidningar för att studera vilka ingångar som brukar förekomma och vilka som kunde förekomma. Utöver det här har jag baserat indelningen på Pulkkinens (2008, 170)

indelning av en nyhet i fyra huvudkategorier: brödtext, tilläggstext, bilder och nyhetsgrafik.

Jag har försökt göra en så uttömmande kategorisering som möjligt, så att alla element som förekommer i en nyhetshelhet kan definieras under någon av de ovanstående kategorierna. Förutom ingångarna inne i tidningen har jag också valt paratext och paradbild som variabler för att få en uppfattning om hur huvudnyheten har framställts på paraden under den undersökta perioden.

För att materialet ska anses reliabelt måste det kodas och analyseras systematiskt. Enligt Stempel (1989, 125) innebär en systematisk analys att hela materialet analyseras på samma sätt – man kan inte ändra kodningssättet mitt i undersökningen, ifall man då inte kodar om början av materialet enligt det nya systemet. Här överlappar kategorierna inte varandra, vilket innebär att det går att göra en systematisk analys. Enligt Pulkkinen (2008, 17) underlättas granskningen av ett sådant här material tack vare att fokus ligger på utseendemässiga strukturer, som är lättare att definiera och koda än till exempel olika bildtyper och deras betydelse.

Metoden i fråga B baserar sig på Hannu Pulkkinens (2008, 179) forskning kring sambandet mellan huvudbild och rubrik. För att analysera samspelet och växelverkan mellan bild och rubrik delar Pulkkinen in materialet i tre grupper:

Kategorier (enheter) i analys B

1. Rubrikens och bildens relevanskoppling är **direkt** då:
 - Rubriken är en replik av personen på bilden eller så förmedlar bilden ett centralt uttalande av personen.
 - Rubriken syftar direkt på bilden ("*Här...*" eller "*Hon...*") eller att rubriken i övrigt förklarar bildens innehåll.
 - Rubriken beskriver samma sak som bilden, till exempel om rubriken är "*Ett hus brann...*" föreställer bilden ett nedbrunnet hus.
2. Rubrikens och bildens relevanskoppling är **svag** då rubriken och bilden handlar om samma ämne, men kopplingen inte är direkt. Rubriken innehåller ord, som på ett eller annat sätt presenteras i bilden, men rubriken och bilden är inte i samspel. Till exempel om rubriken "*Trädgårdsfebern har fått ett grepp också om unga familjer*" bildsätts med äldre personer som gör trädgårdssysslor.
3. Det finns **ingen koppling** mellan bild och rubrik. Kopplingen mellan bilden och ämnet kan göras först då man läst bildtexten eller själva artikeln.

Pulkkinen konstaterar att metoden inte är entydig, eftersom det inte är möjligt att exakt definiera de olika klasserna och det ofta kan förekomma gränsfall. Då kan kodarens subjektiva åsikt påverka resultatet och med flera kodare kunde resultatet variera. Det är speciellt svårt att särskilja direkt och svag koppling. Trots bristerna kan metoden belysa dagstidningens framställningssätt av en bildsatt nyhet. I sin forskning om de finländska dagstidningarna kom Pulkkinen fram till att en fjärdedel (25 procent) av huvudrubrikerna och huvudbilderna hade en direkt koppling, en knapp tredjedel (29 procent) hade en svag koppling och nästan hälften (46 procent) inte hade någon koppling alls. Han anser att det är anmärkningsvärt att nästan hälften av huvudrubrikerna och bilderna inte "talar" om samma sak. (Pulkkinen 2008, 179–180) Avsikten med den här metoden är att granska hur rubriken och huvudbilden korrelerar i Hbl under den undersökta perioden. Har det skett någon förändring?

Förutom den kvantitativa analysen ska jag också kvalitativt analysera ett uppslag från varje årgång för att exemplifiera det typiska för den tidsperioden. Med hjälp av en bild på en nyhetshelhet från varje undersökt år vill jag påvisa visuella skillnader som är svåra att beskriva i ord. Samtidigt vill jag ännu djupare granska hur en nyhetshelhet har byggts upp respektive år. Exemplet väljer jag inte enligt några särskilda kriterier, utan försöker hitta nyhetshelheter som är intressanta att granska närmare. Analysen av nyhetshelheterna får stöd av resultaten i forskningsfråga A och B.

Metoden för fråga C baserar sig på kvalitativa temaintervjuer. Med intervjuerna med Hbl:s visuella chef Marita Granroth och chefredaktör Hannu Olkinuora vill jag fördjupa resultatet som kommer fram i fråga A och B. Temaintervjuerna gör det möjligt att komma närmare in på det undersökta området och också få en synvinkel "inifrån". Hur förklarar och kommenterar Granroth och Olkinuora de resultat som jag kommit fram till i fråga A och B?

Fördelar med kvalitativa intervjuer är bland annat att man kan kartlägga processer och få information som annars vore svårtillgänglig. Det är vanligt att benämna den intervjuade *informant*, eftersom informanten kan förmedla insikter, värderingar och reflektioner som annars vore svåra att komma åt. (Østbye 2008, 101–103)

Hirsjärvi & Hurme (2006, 11) anser att intervjuer är ett naturligt sätt att få reda på åsikter och förstå varför människor handlar på ett visst sätt.

I den här studien ska intervjun vara semistrukturerad. Den modellen tillåter att man har en del på förhand definierade temaområden, men att det är naturligt att ställa

följdfrågor vid behov (Østbye 2008, 101–103). En temaintervju binder inte intervjun till kvalitativt eller kvantitativt tillvägagångssätt, begränsar inte antalet intervjuer eller bestämmer inte hur djupt in på ämnet man kan gå. Däremot säger namnet temaintervju det mest väsentliga – att i stället för att fokusera på detaljer är det större teman som intervjun vill komma åt. Det här tillåter att man kommer bort från intervjuarens åsikter och låter den intervjuade, informanten, tala med egen röst. Den semistrukturerade temaintervjun innebär att ämnesområdena är förhandsbestämda, men att frågorna inte behöver vara exakta och förhandsbestämda. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 48)

Inför intervjuerna med Marita Granroth och Hannu Olkinuora hade jag en stomme som jag följde under intervjun, men ställde mycket följdfrågor och fria frågor som jag inte hade skrivit ner på förhand. Informationerna kunde också styra intervjun genom att tala om ämnen de ansåg vara viktiga.

Det finns flera olika sätt att börja analysera intervjuer och ett vanligt sätt är att transkribera intervjun. I det här fallet anser jag inte att transkribering är nödvändigt. Tanken med intervjuerna är att komma närmare det undersökta området och förstå hur Hbl har resonerat tidigare och hur de ser på tidningens framtid. Då är det viktiga inte *hur* informanterna sagt något, utan fokus ligger på *vad* de säger. Jag är mer intresserad av deras åsikt än hur de exakt uttrycker sig om den. Då man inte transkriberar kan man till exempel dela in intervjun enligt mindre temaområden som man sedan kopplar ihop med varandra (Hirsjärvi & Hurme 2006, 142). Jag tänker använda mig av den här modellen och dela upp resultatet och analysen av intervjuerna enligt de olika temaområdena som behandlas.

5.4 Validitet och reliabilitet

Vid bedömningen av kvaliteten i en undersökning kan man tala om generalisering, validitet och reliabilitet. Generalisering handlar om till vilken grad resultaten kan göras allmängiltiga, validiteten behandlar i vilken grad operationaliseringen ger relevanta insikter gällande frågeställningen och reliabiliteten behandlar databehandlingens pålitlighet. För att kunna generalisera resultaten, krävs en hög grad av validitet och reliabilitet. (Østbye 2008, 120)

I den här undersökningen har materialet för forskningsfrågorna A och B kodats bara en gång, och det kan säkert förekomma fel, men eftersom kategoriseringen är så

uteslutande var det lätt att koda materialet. De fel som eventuellt förekommer är troligen få och beror antagligen på fel tangentslag. De här felen kallas för registreringsfel eller bearbetningsfel. De här felen bidrar minst till det totala felet (Dahmström 2005, 339). Registreringsfelen kan påverka reliabiliteten något, men det är så lite, att det inte borde finnas ett validitetsproblem som beror på kodningsfel.

Till reliabiliteten bidrar också att materialet har varit jämnt – det finns lika många undersökta objekt från de undersökta åren. Dessutom är det samma månad, februari, som undersökts. Inga större händelser, som till exempel naturkatastrofer som kunde ha bidragit till en extra stor rapportering, har snedvridigt resultatet. Det enda som kan ha påverkat resultatet som berör mängden ingångar är det stora antalet artiklar inför riksdagsvalet år 1995. Texter skrivna av politiker definierades som tilläggstexter. Texterna är inte en del av det redaktionella materialet, men har i ombrytningen fått synlighet i samband med artiklar som behandlar valet. Därför valde jag att koda dem som tilläggstexter.

Det största ”problemet” i kodningen har varit den stora materialspridningen, vilket syns i stora skillnader från år till år. Skillnaderna gör det svårt att jämföra åren sinsemellan. Skillnaderna har också medfört en del problem i kodningen, bland annat med att avgöra vilken som är huvudnyheten. I materialet från år 1995 kan den första nyhetssidan ibland förekomma på sida 3, men ibland till och med på sida 7, beroende på dag och antalet annonser. Till exempel på söndagar fanns det en hel del familjeannonser och andra annonser på de första sidorna. Både år 1995 och år 2000 har formatet varit broadsheet och huvudnyheten har valts från den första nyhetssidan eller det första nyhetsuppslaget på basis av rubrikstorlek. Den största rubriken har avgjort vad som anses vara dagens huvudnyhet. År 2005 kategoriserades huvudnyheten från det första hela nyhetsuppslaget, alltså sidorna 4-5, fastän det fanns en nyhet redan på sida 3. Jag valde det första uppslaget på grund av att jag ville studera en större helhet än vad det är möjligt att framställa på endast en tabloidsida. År 2010 var det här inte längre ett problem, eftersom Hbl valt att placera huvudnyheten på det första uppslaget inne i tidningen. De här variationerna från år till år kan innebära att det finns ett validitetsproblem. Det är inte entydigt från år till år vad som definieras som huvudnyhet, men jag har följt en tydlig modell för varje enskilt år. Det kan förekomma variationer i kodningssättet från ett år till ett annat, men respektive år har kodats enligt samma premisser.

Forskningsfråga C besvarades med hjälp av temaintervjuer. Validiteten och reliabiliteten av temaintervjuer ökar av att man gör en bra intervjugrund och av att man färdigt funderar över tilläggsfrågor eller vissa teman som man vill fördjupa mer. En temaintervju ska inte endast behandla vissa huvudteman, utan också gå djupare in på ämnet. Kvaliteten på intervjun blir också bättre av att bandningstekniken är i skick och man skriver intervjudagbok. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 184)

Intervjuerna med Marita Granroth och Hannu Olkinuora spelade jag in på min bärbara dator MacBook Pro med hjälp av programmet GarageBand. Under intervjun gjorde jag också anteckningar för att genast efter intervjun få en bättre uppfattning om materialet. Jag valde att inte transkribera intervjuerna, men skrev snabbt efter intervjuerna en grund av materialet genom att lyssna igenom det några gånger. Som stöd använde jag också mina anteckningar.

Enligt Hirsjärvi & Hurme (2006, 186) ökar reliabiliteten av intervjun om resultatet av intervjuerna är det samma om man intervjuar samma person vid två skilda tillfällen om samma ämne. Antagligen skulle inte Granroth och Olkinuora använda helt samma ord eller uttryck för att svara på mina frågor, men resultatet skulle knappast skilja sig mycket. Frågorna i intervjun handlar om större temahelheter och en större tidsperiod och det kändes som om svaren kom ganska automatiskt från de båda informanterna.

En god kvalitativ studie måste alltid eftersträva att exponera informanternas uppfattningar så bra som möjligt, men man måste komma ihåg att forskaren alltid påverkar materialet redan i intervjustedet. Redan i intervjustedet har forskaren ofta en uppfattning som hon försöker bekräfta med hjälp av informanterna och få deras svar att passa en viss färdig modell. (Hirsjärvi & Hurme 2006, 189)

Reliabiliteten av intervjun beror mer på forskarens tillvägagångssätt än på informanternas svar. Med andra ord påverkas reliabiliteten av hur pålitlig analysen av intervjumaterialet är. Har allt material tagits i beaktande och har materialet transkriberats rätt? Det är också viktigt att resultaten i så stor utsträckning som möjligt avspeglar informanternas tankevärld. Samtidigt måste man komma ihåg att intervjuernas resultat alltid är beroende av växelverkan mellan informanten och intervjuaren. (Hirsjärvi & Hurme, 2006, 189)

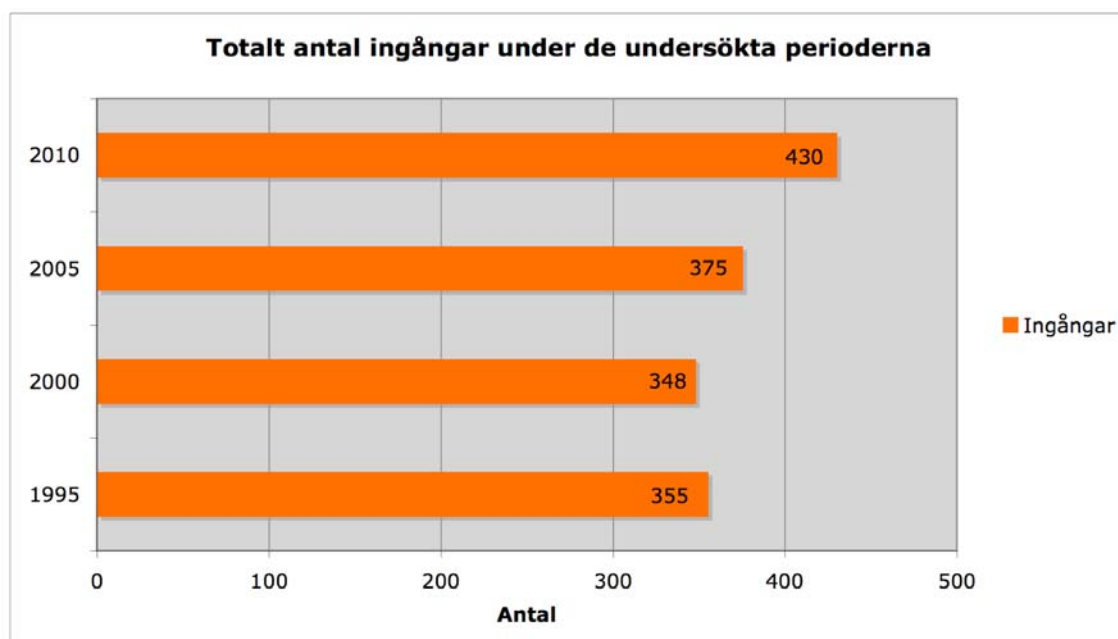
Det är självklart att intervjumaterialet i det här fallet avspeglar mina synpunkter på Hbl som jag kommit fram till i undersökningen. Samtidigt lät jag Granroth och

Olkinuora fritt tala om utvecklingen av Hbl, men visst har jag styrt diskussionsämnen. I den här undersökningen var poängen med intervjuerna att få Hbl:s synpunkt på de resultat som jag kommit fram till i den kvantitativa delen och för det syftet var intervjuerna bra. På grund av att jag har gått igenom materialet en kort tid efter intervjuerna och också gjort anteckningar under intervjuerna, kan validiteten och reliabiliteten för intervjuerna ses som höga.

6 Resultat och analys

I forskningsfrågorna delade jag forskningsområdet in i tre delar. För att göra redovisningen av resultaten och analysen klarare fokuserar jag på de olika områdena i tur och ordning.

6.1 Antalet ingångar 1995–2010 – forskningsfråga A



Figur 1. Totalt antal ingångar under de undersökta perioderna.

I forskningsfråga A granskades antalet ingångar i dagens huvudnyhet i Hufvudstadsbladet åren 1995–2010. I figur 1 kan man se att antalet ökat för varje år, förutom till år 2000 då antalet ingångar minskat lite. Det större antalet ingångar år 1995 kan delvis förklaras med att det var riksdagsval på kommande och många av nyhetstexterna var kryddade med bland annat vinjetter (kategorin guidande texter),

något som i övrigt inte varit så vanligt. Det var också flera gånger som politiker fick komma till tals i kortare självskrivna åsiktstexter. I det här fallet handlade det inte om redaktionellt material, men texterna räknades ändå under kategorin tilläggstexter, eftersom de var en del av nyhetshelheten.

Det finns en del variabler som förekommer väldigt sällan oberoende av undersökt år. Det är kommentar, kollage, gallup, respons och guidande texter. Variablerna kollage och respons förekommer inte en enda gång under de undersökta åren. Jag hade förväntat mig att kommentarerna skulle ha ökat, eftersom dagens journalistik har fått en mer kommenterande karaktär och subjektivitet har blivit tillåtet – så länge man markerar att det är en subjektiv åsikt. I stället för personliga kommentarer har Hbl tydligen valt att satsa på att presentera nyheten från flera olika vinklar med hjälp av tilläggstexter, grafik och faktarutor.

Det har skett en tydlig ökning av ingångar under den undersökta perioden. Om man ser till medeltalet ingångar (tabell 1) per huvudnyhet blir skillnaden ännu tydligare.

År	Antalet ingångar	Medeltal av ingångar	Procentuell ökning från föregående år	Helhetsökning från 1995
1995	355	12,7	–	–
2000	348	12,4	-2 %	-2 %
2005	375	13,4	8 %	6 %
2010	430	15,4	15 %	21 %

Tabell 1. Antalet ingångar i Hbl 1995-2010.

Speciellt om man jämför år 1995 med år 2010 är skillnaden stor, procentuellt sett har det skett en ökning på cirka 21 procent i antalet ingångar över hela den undersökta tidsperioden. Förutom skillnaden mellan 1995 och 2000, då det var en liten nedgång i antalet ingångar, har ökningen varit stadig. Från år 2005 till år 2010 har antalet ingångar ökat med 15 procent, vilket är väldigt mycket om man jämför med ökningen på 8 procent från år 2000 till år 2005. Den stora ökningen visar på att det fanns mycket som ännu kunde utvecklas i Hbl som tabloid. Åren 2004-2009 såg Hbl ganska lika ut, men omgörningen våren 2009 visade att tabloiden ger många möjligheter till en mer dynamisk ombrytning som tillåter fler element på samma yta.

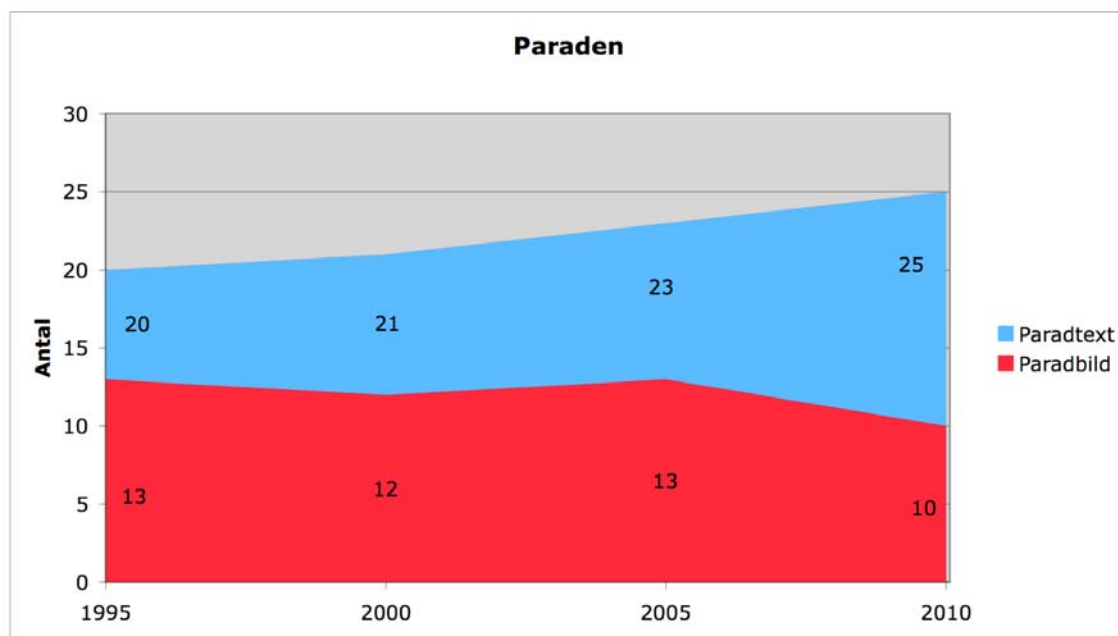
I den här studien räknas utveckling i ökat antal ingångar, något som inte självfallet behöver innebära en bättre tidning eller bättre journalistik. Jag baserar det på att flera forskningar, bland annat Poynter EyeTrack07-studien, visar att flera ingångar lockar till läsning. Eftersom jag i den här pro gradu-avhandlingen koncentrerat mig på

kvantitativ analys är det omöjligt att dra slutsatser om huruvida journalistiken förbättrats eller försämrats, men det är tydligt att Hbl aktivt valt att gå in för fler ingångar. Som tidigare nämnt (kapitel 4.2) har det blivit vanligare att tidningarna framställer sitt material för läsare som har bråttom, vilket innebär att nyheterna delas upp, eftersom en nyhet med fler ingångar anses tjäna läsarna bäst (Pulkkinen 2008, 197–198). Det indelade materialet anses vara lättare att ta till sig än en lång text. Ju fler ”bitar” en artikel består av, desto fler blickfångare finns det.

Det ökade antalet ingångar kan ses som en naturlig utveckling. En del av ökningen kan förklaras med att tekniken blivit bättre, men till exempel tekniken för att göra grafer har redan funnits år 1995. Därför kan ökningen i stället förklaras med att journalistiken och presentationsformerna har ändrats. Flera undersökningar (bland annat Poynter EyeTrack07) har också visat att ett ökat antal ingångar lockar fler läsare. Hierarki har blivit vanligare och tidningarna vill tydligare signalera vad som är dagens stora nyhet.

Till näst en närmare presentation på hur de olika ingångarna fördelas enligt paraden, textmaterial, bildmaterial och visuellt material.

6.1.1 Paraden



Figur 2. Paraden.

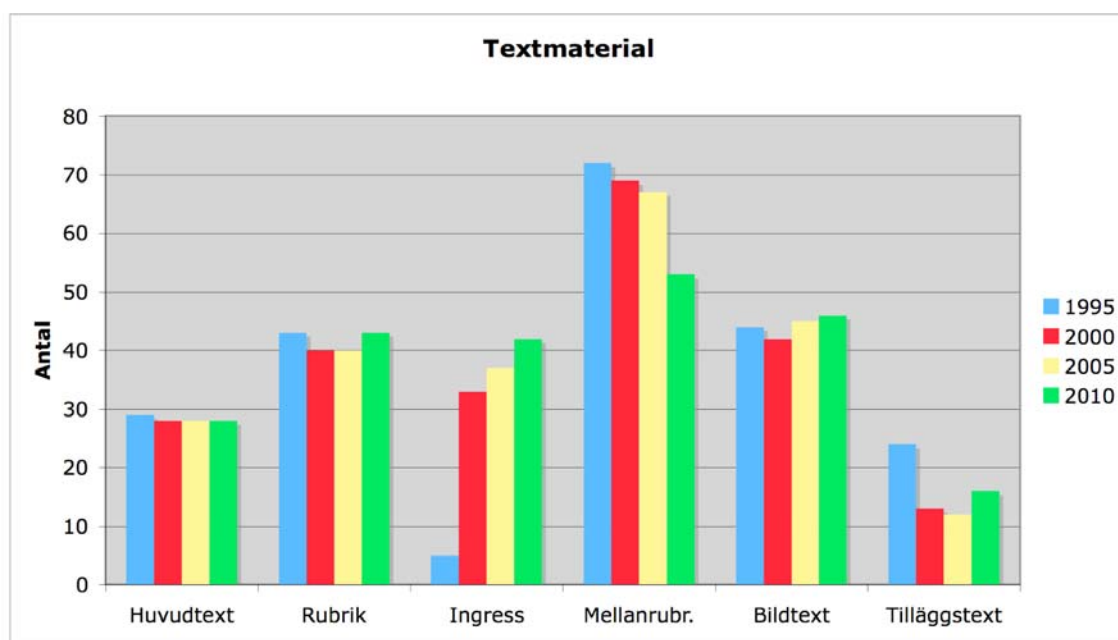
Med paratext avses en text som finns på paraden och som puffar för nyhetshelheten inne i tidningen. Det finns inga särskilda kriterier på parattextens längd. Den kan vara några meningar eller några stycken lång. För parattextens del räknas inte eventuella ingresser eller rubriker. Paradbilden kan också vara hur stor eller hur liten som helst, det är inte storleken som spelar någon roll, utan jag har endast räknat antalet bilder som finns på paraden och som är kopplade till huvudnyheten. För paradbildens del räknas inte heller eventuella bildtexter.

Det mest intressanta man kan notera gällande paradens utveckling är att antalet paratexter har ökat stadigt, medan antalet paradbilder minskat alla år förutom 2005 (se figur 2). Det här kan bero på att dagens viktigaste nyhet inte alltid bildmässigt är den mest intressanta och att Hbl därför satsar på att lyfta upp andra nyheter bildmässigt på paraden. Att antalet paratexter ökat visar också på att Hbl allt mer vill lyfta fram dagens stora nyhet på paraden – åtminstone i textformat.

Minskningen från 13 paradbilder år 2005 till 10 paradbilder år 2010 är inte markant, men kan säkert delvis förklaras med att Hbl år 2009 gick över till att ha dagens största nyhet på det första uppslaget inne i tidningen. Ännu år 2005 placerades dagens största nyhet "först" på sidorna 4-5. Eftersom den stora nyheten placeras genast efter paraden, anses det inte lika nödvändigt att ha dagens stora nyhet också som bild på paraden. Annars skulle tidningens tre första sidor se bildmässigt väldigt lika ut.

Under den undersökta perioden har paratexterna blivit synligare i och med den stadiga ökningen av antalet paratexter. Åren 1995 och 2000 trycktes Hbl ännu i broadsheet, vilket betyder att paratexterna lättare kan ha "försvunnit" i massan. I tabloiden får en paratext större synlighet, eftersom sidstorleken är hälften mindre. Det kan också ge en till förklaring på det minskade antalet paradbilder – det finns inte lika mycket utrymme på en tabloidsida som på en broadsheetsida och då känns det naturligt att de bästa och mest intressanta bilderna får synlighet på paraden. Dagens stora nyheter brukar ofta vara "hårda" nyheter som för det mesta är svårare att bildsätta än till exempel kultur- eller sportnyheter.

6.1.2 Textmaterial



Figur 3. Textmaterial.

I många avseenden har textmaterialet hållits ganska oförändrat (se figur 3). Den tydligaste skillnaden syns i ökningen av ingresser och minskningen av mellanrubriker. År 1995 var ingresser ännu ovanliga, men sedan år 2000 har de blivit en del av nyhetstexten i Hbl. Här kan ännu påpekas att antalet ingresser baserar sig på den sammanlagda mängden ingresser i varje nyhetshelhet. Om det funnits tilläggstexter har de ofta också haft ingress, varvid de här ingresserna också räknats in under kategorin ingress.

Mellanrubrikerna har kodats var för sig – varje mellanrubrik ökar variabelvärdet med 1. Minskningen av mellanrubriker kan eventuellt förklaras med att texterna kan ha blivit kortare i och med övergången till tabloid. En kortare text behöver inte lika många mellanrubriker som en längre. Min spontana reaktion är ändå att skribenterna själv ganska slumpmässigt väljer att använda mellanrubriker eller att låta bli. Eftersom den här undersökningen inte beaktat textlängder är det omöjligt att dra slutsatser om huruvida det är texterna som blivit kortare eller om journalisterna bara väljer att ha färre mellanrubriker.

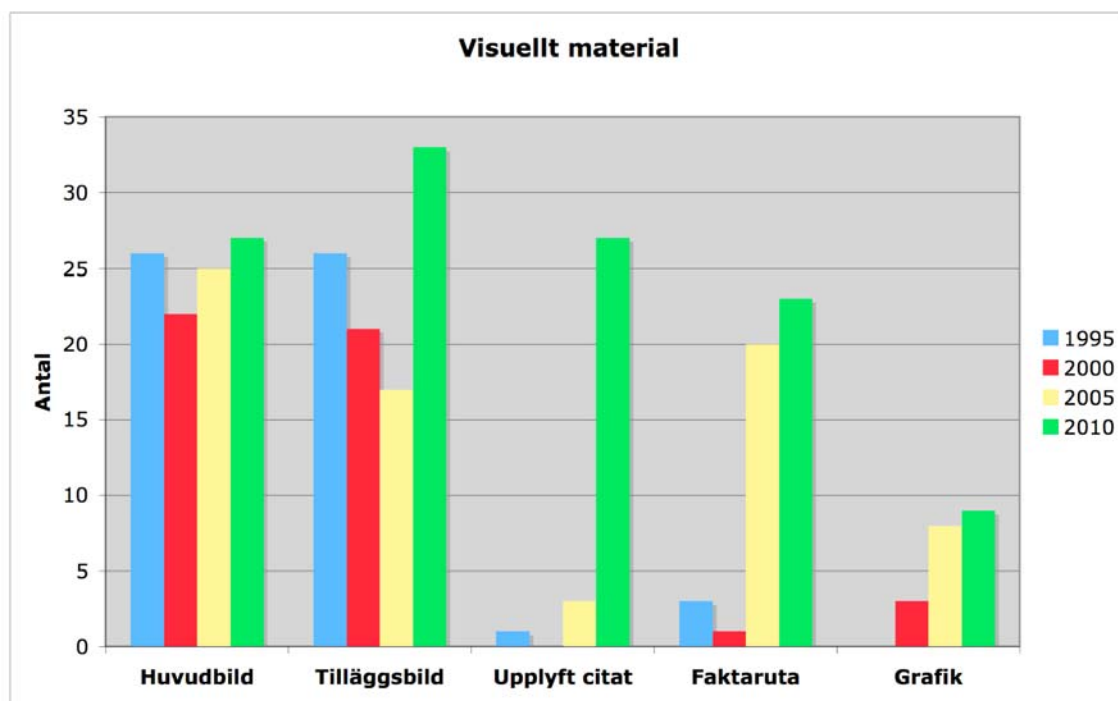
Antalet tilläggstexter har däremot inget tydligt mönster. År 1995 har det funnits mer tilläggstexter än något annat år. Tyvärr är materialet lite missvisande här, eftersom jag räknat med texter som skrivits av politiker inför riksdagsvalet det året. Det intressanta är att det funnits minst tilläggstexter år 2005, medan antalet stigit en del till

år 2010. Jag förväntade mig att antalet tilläggsbilder år 2005 skulle ha varit större än år 2000, men tydligen har Hbl i tabloidiseringen satsat på andra ingångar som faktarutor och grafik (läs mer i kapitel 6.1.3). Skillnaden i antalet tilläggsbilder mellan år 2000 och 2005 är ändå så liten att det är svårt att dra någon djupare slutsats.

Antalet huvudbilder, rubriker och bildtexter har hållits ganska oförändrat under den undersökta perioden. Kommentarer har däremot inte förekommit nästan alls, i hela det undersökta materialet finns endast två kommentarer. En år 2000 och en år 2010. Mängden är så liten att det är omöjligt att dra några slutsatser av det här. Som tidigare nämnt (kapitel 6.1) förväntade jag mig fler kommentarer från år 2010, eftersom det blivit mer tillåtet att krydda nyhetstexter med en kommentar från journalisten.

Sedan slutet av år 2010 har ett flertal Hbl-journalister egna bloggar på Hbl:s webbplats, kanske den kommenterande journalistiken nu och i framtiden får mer utrymme via olika webbkanaler? Journalisterna kan på bloggen kommentera ämnen som de skrivit nyheter om till papperstidningen. På det sättet får journalisterna framföra sina egna åsikter, men de är klart åtskilda från nyhetshelheten.

6.1.3 Visuellt material



Figur 4. Visuellt material.

I figur 4 kan man se att allt visuellt material ökat från år 1995 till år 2010, men att vissa kategorier minskat i antal under de mellanliggande åren. De tydligaste skillnaderna mellan år 1995 och år 2010 är ökningen av faktarutor, tilläggsbilder, upplyfta citat och grafik. År 1995 fanns det inte en enda grafisk framställning, medan det år 2010 fanns 9 stycken, alltså i nästan var tredje artikel. Andelen upplyfta citat har också ökat avsevärt. Förutom några enstaka citat år 1995 och år 2005 (år 2000 fanns det inga alls) fanns det 27 upplyfta citat år 2010. Det är nästan ett citat per nyhetsshelhet. Alla exakta siffror kan läsas i bilaga 1.

Ökningen av visuellt material som grafik och faktarutor har antagligen ökat i takt med att tekniken blivit bättre. I dag är det väldigt lätt att göra snygg nyhetsgrafik, medan det ännu för 15 år sedan inte gick alls lika smidigt. Färg i hela tidningen ger också helt annorlunda förutsättningar att presentera visuellt material. Det är naturligt att grafik blir snyggare i färg än i svartvitt. Utöver de tekniska orsakerna finns det också en tydlig vilja på Hbl att presentera huvudnyheten mer mångsidigt. Texterna blir inte lika tunga om siffror och övrig fakta presenteras i en faktaruta eller i en grafik. Bland annat Poynter EyeTrack07-forskningarna visar att läsare lättare kommer ihåg material som presenterats på ett mångsidigt sätt i tidningen. Samtidigt lockar det också till läsning.

Speciellt ökningen av upplyfta citat visar att Hbl i och med omgörningen våren 2009 ändrade mycket på presentationsformerna. Från år 2005 till år 2010 kan man inte längre tala om förbättrad teknik – eftersom tekniken i stor utsträckning är den samma. Förändringen måste därför bero på en förändrad syn på tidningsjournalistiken och en strävan efter mer varierande presentationsformer än vad Hbl använt sig av tidigare.

Bildanvändningen (paraden borträknad) minskade från år 1995 både till år 2000 och år 2005 men ökade sedan avsevärt till år 2010 (se tabell 2). Från år 1995 till år 2000 skedde en minskning på 17 procent, medan ökningen från år 2005 till år 2010 var 43 procent.

År	Totalt antal bilder	Medeltal	Procentuell förändring
1995	52	1,9	
2000	43	1,5	-17 %
2005	42	1,5	-2 %
2010	60	2,1	43 %

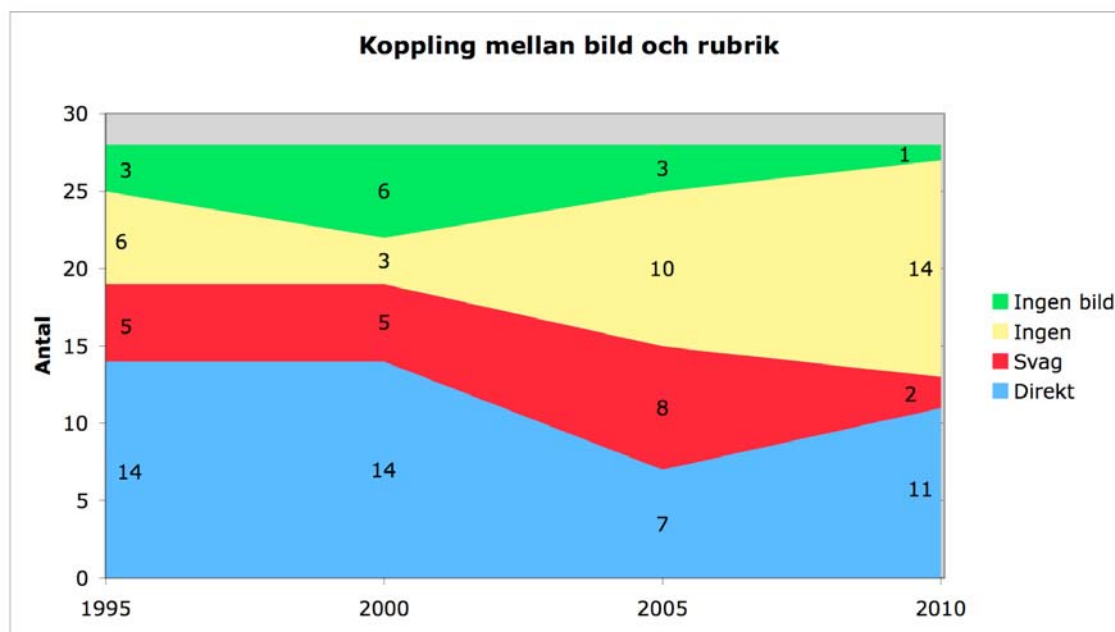
Tabell 2. Antalet bilder och förändringen 1995-2010.

I tabell 2 ser man att skillnaden i antalet bilder mellan år 1995 och år 2010 faktiskt inte är så stor, och att det funnits ungefär lika många bilder år 2000 och år 2005. Den stora ökningen från år 2005 till år 2010 är intressant. Sidstorleken är den samma år 2005 och år 2010, så ökningen kan inte handla om att det plötsligt skulle finnas mer utrymme än tidigare. Antagligen har bilderna blivit mindre i storlek för att ge mer utrymme för fler bilder. År 2005 var det vanligt att bilderna var väldigt stora och att nyhetsshelheten byggdes runt bilden.

En annan förklaring till fler bilder och mer utrymme på sidan är att den horisontala balken som fanns år 2005 inte längre finns år 2010, vilket betyder att det finns mer utrymme på höjden. I och med mer sidutrymme finns det mer plats för fler bilder. Det kan vara en förklaring till att tilläggsbilderna har ökat nästan till det dubbla från 17 bilder år 2005 till 33 bilder år 2010. Också antalet huvudbilder har ökat lite.

En variabel som inte förekommer en enda gång under hela undersökningen är kollage. Jag hade förväntat mig att det skulle förekomma åtminstone någon gång år 2010, men tydligen är det här framställningssättet som mixar fotografi, text och grafik inte ännu så vanligt.

6.2 Kopplingen mellan bild och rubrik – forskningsfråga B



Figur 5. Koppling mellan bild och rubrik.

Metoden i analys B baserar sig på Hannu Pulkkinens (2008, 179) forskning kring sambandet mellan huvud bilden och huvudrubriken. Pulkkinen konstaterar att metoden inte är entydig och att resultatet beror mycket på kodaren. Jag har försökt vara så konsekvent som möjligt då jag analyserat kopplingen, men det är omöjligt att granska varje bild och rubrik med samma ögon. Trots det kan kodningen antas vara reliabel och trovärdig – jag har kodat materialet inom en kort period och har haft de olika kriterierna klara för mig. Skulle kodningen ha gjorts av fler personer skulle det antagligen förekomma stora variationer. För att göra kodningen tydlig har jag utökat Pulkkinens kategorisering med kategorin ingen bild, så att de undersökta åren kan jämföras procentuellt sinsemellan.

Jag har valt att göra analysen på ett annat sätt än Pulkkinen (2008, 176). Han har räknat bort de nyheter som saknat huvudbild, eftersom han sett på artiklar i hela tidningen och bara valt de artiklar som haft en huvudbild. I motsats till Pulkkinens indelning, kändes det i den här analysen motiverat att visa hur många texter som saknat bild. I sin undersökning från vecka 15 år 2005 kom Pulkkinen (2008, 176) fram till att av bilderna i Hbl hade 15 procent direkt koppling, 27 procent svag koppling och 58 procent ingen koppling alls med huvudrubriken. Pulkkinens resultat är inte direkt jämförbart med mitt resultat, eftersom Pulkkinen under en vecka granskat hela tidningen och endast räknat med de artiklar som haft en huvudbild. Då man jämför hans resultat med den här studiens resultat ser det ganska annorlunda ut (se tabell 3). Pulkkinen kommer fram till att över hälften av bilderna i Hbl år 2005 inte har någon koppling alls, medan den här studien kommit fram till att drygt en tredjedel av bilderna år 2005 inte hade någon koppling med rubriken. På basis av det här kan man dra en slutsats att huvudnyheternas bild och rubrik samspelar bättre än bilderna och rubrikerna i resten av tidningen. En annan orsak till skillnaden kan vara att Pulkkinen och jag kan ha analyserat bilderna på olika sätt, men skillnaden är så stor att jag inte tror att det kan handla om tolkningsskillnader.

År	Direkt	Svag	Ingen	Ingen bild
1995	50 %	18 %	21 %	11 %
2000	50 %	18 %	11 %	21 %
2005	25 %	28 %	36 %	11 %
<i>Pulkkinen 2005</i>	15 %	27 %	58 %	0 %
2010	39 %	7 %	50 %	4 %

Tabell 3. Kopplingen mellan bild och rubrik.

I figur 5 kan man se att det blivit vanligare med att det inte finns någon koppling mellan rubriken och huvudbilden. I tabell 3 ser man tydligt de procentuella andelarna. År 2010 saknade 50 procent av bilderna koppling till rubriken och 39 procent hade direkt koppling, medan åren 1995 och 2000 hade 50 procent av bilderna direkt koppling. Om man räknar ihop bilder med direkt och svag koppling blir skillnaden tydligare. 1995 och 2000 hade 68 procent av bilderna direkt eller svag koppling, medan det år 2005 var 50 procent och år 2010 var 47 procent. Resultatet visar att kopplingen mellan rubrik och huvudbild har blivit svagare.

Åren 1995 och 2000 såg ganska lika ut – antalet direkt och svagt kopplade bilder är lika stort. År 2005 ökade antalet bilder med ingen koppling tydligt och ökningen fortsatte ännu till år 2010. Antalet bilder med svag koppling har minskat från 18 procent åren 1995 och 2000 och 28 procent år 2005 till endast 7 procent år 2010. En större del av bilderna kan definieras som att de har en direkt koppling eller ingen koppling alls.

Pulkkinen har i sin forskning kommit fram till att 46 procent av bilderna inte samspelar med rubriken och det anser han att är anmärkningsvärt. En orsak enligt honom kan vara att redaktionerna inte ser att det är nödvändigt att bild och rubrik ska integreras. Andra orsaker kan vara att bilden ska komplettera nyheten och lyfta fram en annan vinkling. Han förstår också att nyhetsarbetet är hektiskt och ibland finns det inte en bild som direkt kunde kopplas med nyheten. Han föreslår att man då kunde skriva om rubriken för att bättre hänga ihop med bilden. Ett annat sätt att undvika bilder som inte korrelerar med rubriken är att planera bättre. (Pulkkinen 2008, 180–181)

6.3 Sammanfattning och exempel på nyhetshelheter

Till följande analyserar jag kvalitativt en nyhetshelhet från varje period. Det är svårt att förklara skillnader i utseende enbart med siffror och tabeller, bilderna exemplifierar tydligt det aktuella för varje enskild tidsperiod. Alla stora ingångar är märkta med en röd ring. Ingångar som inte är utmärkta är mellanrubriker, bildtexter och bylines. Huvudtexten är inte heller utmärkt, eftersom den förekommer i varje exempel.

Exemplen är inte valda på basis av vissa kriterier, utan jag har valt nyhetshelheter som jag anser vara intressanta för en närmare analys.



Ingångarna i helheten:

- Huvudrubrik
- Huvudbild
- Huvudtext
- 4 mellanrubriker
- 2 bildtexter
- 1 tilläggsbild
- 1 byline

Bild 2. Hbl 5 februari 1995.

Beskrivande för materialet från år 1995 är att det var väldigt svårt att avgöra vilken som är dagens huvudnyhet. Det ser ut som om ombrytningen är gjord på måfå och med förhoppningen om att få så mycket som möjligt att rymmas på en sida. I exemplet från den 5 februari 1995 (bild 2) ser man att det som enligt den här undersökningens kriterier definieras som huvudnyhet är placerad i övre högra hörnet. Enligt modern ombrytning brukar dagens stora nyhet placeras i vänstra hörnet, eftersom man läser från vänster till höger och ögat rör sig så över ett uppslag. Ännu år 1995 var hierarkisk ombrytning inte vanligt och ibland var det väldigt svårt att avgöra vad som egentligen är dagens stora nyhet. I den här undersökningen valdes huvudnyheten på basis av den nyhet som hade den största rubriken på första nyhetssidan eller nyhetssuppslaget. Nyhetssidorna från år 1995 är väldigt fyllda och har mer innehåll än ”moderna” tidningssidor – det tar väldigt länge att få en helhetsuppfattning av en sådan nyhetssida.

Nyhetshelheten i exemplet består av endast en lång text och det finns ingen grafik eller faktaruta, men en tilläggsbild. Artikeln saknar också ingress. Allt det här är

väldigt typiskt för materialet från år 1995. Grafik och faktarutor förekommer aldrig eller sällan, men det är vanligt med tilläggsbilder.

I exemplet från år 1995 har rubriken och bilden direkt koppling. Rubriken heter ”I Finland har Midja fått hjälp” och på bilden syns en icke-finländsk flicka i armarna på en man. Namnet Midja syftar på flickan och mannens omfamning på hjälp.

Under artikeln finns också en notis som ser ut att vara en del av helheten, men den visar sig att handla om ett helt annat ämne. Det ser väldigt konfunderande ut då notisen nästan ”hoppas” in på artikelns område. Det finns inte heller någon linje som skiljer notisen från huvudnyheten. I övrigt är sidan texttung, fastän det finns många bilder eller bildelement.



- Ingångarna i helheten:**
- 3 huvudrubriker
 - 2 ingresser
 - Huvudtext
 - Huvudbild
 - 1 tilläggsbild
 - 2 bildtexter
 - 2 tilläggsbilder
 - 1 grafik
 - 2 bylines

Bild 3. Hbl 5 februari 2000.

I exemplet från år 2000 är dagens huvudnyhet placerad i vänstra övre hörnet av sidan i jämförelse med år 1995 då huvudnyheten var placerad i högra hörnet och försvann i

mängden. I exemplet från år 2000 finns en tydligare tanke om hierarki – det syns att den här artikeln är dagens stora nyhet som Hbl valt att lyfta fram. Helheten är också tydligt avskild från de övriga nyhetstexterna på sidan med hjälp av svaga horisontala och vertikala linjer. På det stora hela ser ombrytningen modern och fungerande ut. Det finns flera element som kompletterar varandra och ger en bra helhet. Faktorer som skvallrar om att sidan inte skulle kunna förekomma i en modern dagstidning är att all färg saknas. Exemplet är också ett speciellt välutformat paket – framställningen är inte alltid lika mångsidig i resten av materialet från år 2000. Tilläggs-texter eller grafik förekommer inte så ofta.

År 2000 hade också ingresserna blivit en självskriven del av nyhetstexterna – ännu år 1995 hade väldigt få texter ingresser. Sidan har ett klarare upplägg och de olika nyheterna skiljs tydligt åt. Det finns mindre text och mer bildelement på sidan om man jämför med år 1995.

I exemplet från år 2000 är kopplingen mellan bild och rubrik svag. Rubriken är ”Över 300 på två hjul” men på bilden ser man en kvinna och ett barn på en motorcykel. Det finns en tvåhjuling på bild, men de 300 som nämns i rubriken syns inte till.



Bild 4. Hbl 11 februari 2001.

År 2001 gick Hbl över till fyrfärg, så för ett kunna granska skillnaden lyfter jag fram ett exempel från år 2001. I stor utsträckning ser nyhetssidan likadan ut som år 2000 – den enda skillnaden är färgen. Upplägget blir genast mycket fräschare när både bilder och grafik är i färg, men i övrigt är sidan uppbyggd på samma sätt som år 2000. Sidan är eventuellt ännu lite mer avskalad och strukturerad än år 2000. Det finns en tydlig huvudnyhet med två texter, en övrig nyhetstext och en notisbalk i högra kanten. Inom själva huvudnyheten finns ändå ingen tydlig hierarki i och med att båda texterna är ungefär lika långa.



Bild 5. Hbl 5 februari 2005.

Våren 2004 gick Hbl över till tabloid, vilket gör att exemplet från år 2005 skiljer sig mycket från de föregående på grund av ett nytt format som är hälften mindre. Hierarkin har blivit ännu tydligare. Det syns att det här är dagens stora grej, utöver artikeln finns det endast notiser på det här nyhetsuppslaget.

Hela materialet från år 2005 är kodat så att det är nyhetshelheten från det första hela nyhetsuppslaget inne i

tidningen som räknas, alltså sidorna 4–5. På sidan 3 finns redan en nyhet, men jag har valt att granska det första hela uppslaget, eftersom där finns mer utrymme för att variera presentationsformen. Det här kan snedvridera helhetsresultatet. Borde den första nyheten som fanns på sidan 3 tidningen ha definierats som huvudnyhet för att göra jämförelsen mer jämlik? Det kunde ha gett en riktigare bild av utvecklingen, eftersom ett av problemen i tabloiden 2004–2009 uttryckligen var att man *inte* kunde placera den viktigaste nyheten i början av tidningen. Jag valde ändå att granska det första hela uppslaget, på grund av att jag anser att de tyngre och större nyheterna placerades på sidorna 4–5 under perioden 2004–2009. Det kan ändå hända att min uppfattning är fel.

- Ingångarna i helheten:**
- 3 huvudrubriker
 - 3 ingresser
 - Huvudtext
 - 4 mellanrubriker
 - Huvudbild
 - 1 bildtext
 - 2 tilläggstexter
 - 2 grafik
 - 3 bylines

År 2005 var det första nyhetsuppslaget väldigt mallat i och med den horisontala balken som fanns med varje dag. Den ger inte så mycket utrymme att variera presentationsformerna och många av de undersökta nyhetsuppslagen såg väldigt lika ut och presentationen varierade inte så mycket från dag till dag. Det typiska för materialet från år 2005 är att det bara finns en stor bild och inte så mycket tilläggsbilder.

Skillnaden i antalet ingångar jämfört med år 2000 är inte stor, men det har skett en ökning på 8 procent. Faktarutor, grafik och upplyfta citat har blivit vanligare och färg på alla sidor har blivit norm (som redan påpekades i exemplet från år 2001). Tilläggstexter är inte vanliga, men förekommer då nyhetsämnet kräver det.

I exemplet från år 2005 finns det ingen koppling mellan rubriken och bilden. Rubriken heter "Giftmoln över stan – sju skadades" medan bilden visar en klunga människor som står ute på gatan. Det syns varken skadade personer eller giftmoln.

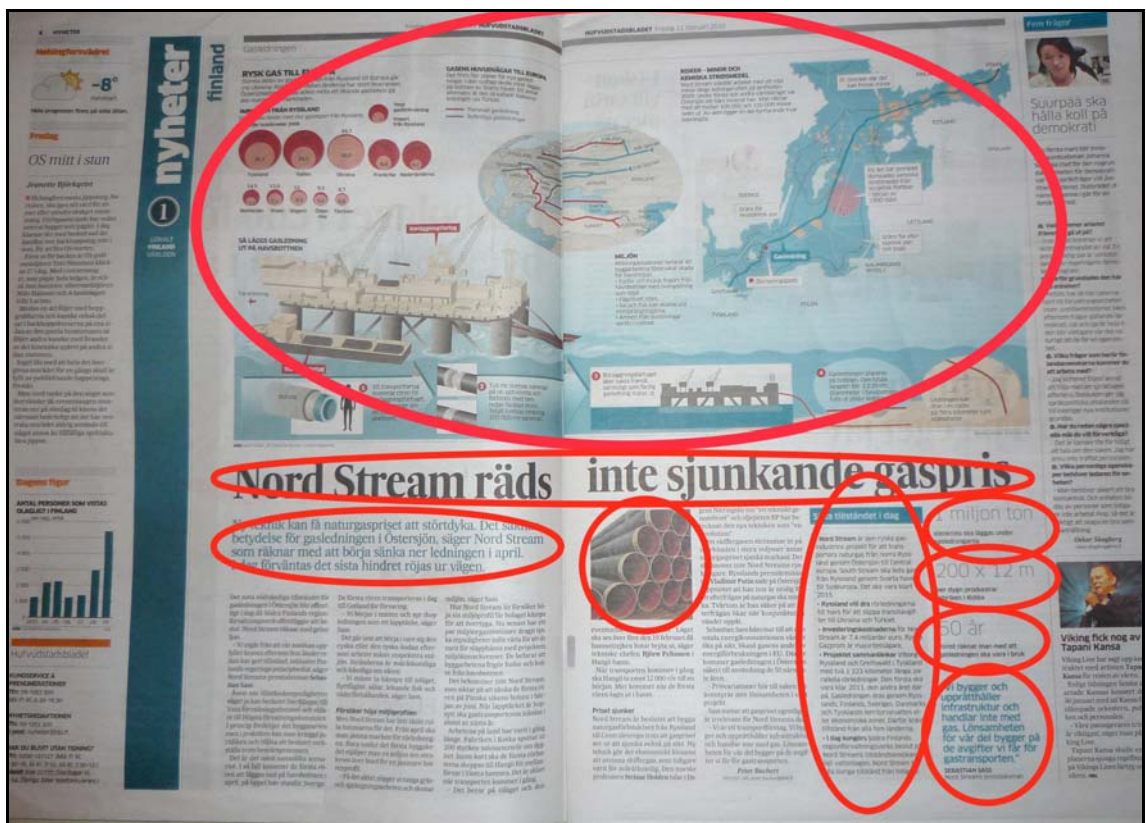


Bild 6. Hbl 12 februari 2010.

Exemplet från år 2010 består av lika många stora (inringade) ingångar som exemplet från år 2005, men i medeltal hade en huvudnyhet i Hbl 15,4 ingångar i februari 2010 jämfört med 13,4 år 2005. Antalet ingångar är störst år 2010. Helheten från den 12 februari 2010 behandlar ett relativt svårbegreppsligt ämne, men presenteras på ett

mångsidigt och lättbegripligt sätt. I stället för en huvudbild, har man valt att använda sig av en stor beskrivande grafik. Man kunde nästan definiera grafiken som ett kollage, men eftersom den inte har något fotoelement räknas den som grafik. Utöver grafiken finns en mindre bild på gasrör, en klargörande faktaruta, ett upplyft citat samt tre andra upplyft som presenterar faktainnehållet på ett snabbt och begripligt sätt. År 2010 har de upplyfta citaten blivit en norm för Hbl. Nästan varje huvudnyhetshelhet har åtminstone ett upplyft citat.

Ingångarna i helheten:

- 1 huvudrubrik
- 1 ingress
- Huvudtext
- 2 mellanrubriker
- 1 tilläggsbild
- 1 faktaruta
- 1 grafik
- 4 upplyfta citat
- 1 byline

I min kandidatavhandling (von Kügelgen 2009) kritiserade jag Hbl för att ha ett ganska likriktat utseende varje dag. I och med förnyelsen i maj 2009 verkar det ha skett en liten förändring. Nyhetsuppslagen ser fortfarande lika ut, men det verkar finnas en större variation i presentationssätten.

Den horisontala hyllan som fanns år 2005 har försvunnit och i stället finns det en vertikal balk på vänstra sidan. Sidan har blivit luftigare och fräschare i och med att det finns mer utrymme på höjden. Sidan ser inte längre lika tillplattad ut.

I och med att här saknas huvudbild kan inte kopplingen mellan bild och rubrik analyseras.

Sammanfattningsvis kan man säga att det skett mycket under den undersökta 15-årsperioden. Mycket av utvecklingen har berott på de förbättrade tekniska förutsättningarna, men det är inte endast tekniken som har påverkat de förändrade presentationsformerna. Det ökade antalet ingångar överlag visar att Hbl gärna presenterar sin huvudnyhet bestående av flera mindre delar. Det ökade antalet fotografier pekar på en allt visuellare tidning. Samtidigt har också visuella bitar som faktarutor, upplyfta citat och grafik ökat och gett ett annorlunda djup åt huvudnyheten.

I princip har de tekniska förutsättningarna funnits för att använda grafik, upplyfta citat eller faktarutor under hela den undersökta perioden, men det märks tydligt att tilläggsingångarna blivit en naturlig del av tidningen. En lång text har nu ersatts av mindre bitar som bildar en fungerande helhet och ger läsaren snabbt en uppfattning om vad dagens stora nyhet handlar om.

6.4 Temaintervjuernas resultat – forskningsfråga C

Jag valde temaintervjuerna som metod för att kunna bekräfta de slutsatser jag kommit fram till via den kvantitativa analysen i forskningsfråga A och B. Intervjuerna kan också ge orsaker till de förändringar som skett under den undersökta perioden. Hänger ledningens uppfattningar ihop med tidningens presentationsformer? Eftersom det i den här studien inte är relevant hur informanterna uttrycker sig, har jag valt att inte transkribera intervjuerna. I stället ligger fokus på att lyfta fram intressanta temaområden som kan kopplas ihop med teorin och resultaten från forskningsfråga A och B. Då jag hänvisar till Granroth syftar jag på intervjun som gjordes 20.4.2010 med Hbl:s visuella chef Marita Granroth och då jag hänvisar till Olkinuora syftar jag på intervjun som gjordes 30.4.2010 med Hbl:s chefredaktör Hannu Olkinuora. Båda intervjuerna är gjorda på Hufvudstadsbladets redaktion i Helsingfors. Jag gjorde anteckningar under intervjun och spelade också in intervjuerna med min dator. Granroth har varit anställd på Hbl från och med år 1989 med undantag på ett års paus år 1990. Under tiden på Hbl har hon jobbat som layoutredaktör, men har också tidigare erfarenhet av skrivande journalistik. Hannu Olkinuora är Hbl:s chefredaktör sedan hösten 2008.

Genomgående i den här studien har jag definierat ett ökat antal ingångar som ett tecken på positiv utveckling. Ingångarna underlättar läsningen och ger en snyggare tidningsprodukt. Enligt Granroth är det självklart att fler ingångar innebär en bättre tidning. Enligt henne är vi nuförtiden vana vid att dagligen få många impulser och att vi också lättare får tråkigt. Det här återspeglas i tidningen som hela tiden är tvungen att fånga läsarna på nytt. Men det finns också en övre gräns – det krävs en viss renhet för att man ska kunna läsa tidningen. Enligt Granroth är den nuvarande mängden ingångar ganska optimal och hon hoppas att mängden inte ökar allt för mycket i fortsättningen. (Granroth) Ett överdrivet antal ingångar är inte bra, utan det finns naturligtvis en gräns för vad som är bäst. En för stökig och fylld tidning tjänar inte heller läsaren, utan ger snarare en känsla av kaos.

Vid övergången till tabloid ville Hbl satsa på många ingångar. Fler ingångar kräver mer jobb av redaktionen, men underlättar läsningen. Enligt Granroth kommer trenden från webben där man är van att klicka mycket och få fram nya små textsnuttar. Ingångarna anses också bidra mycket till den utseendemässiga presentationen. För att kunna använda sig av fler ingångar blev journalisterna tvungna att tänka på ett nytt sätt då de skrev sina texter. Vad väljer journalisten att skriva i brödtexten och vad väljer hon att spara till en faktaruta eller en grafik? (Granroth)

Enligt Olkinuora finns det en balans mellan text och visuellt material i Hbl. Enligt honom är det kvalitetsmässiga texter som ger mervärde för läsarna och därför kan Hbl inte ge avkall på det viktigaste – journalistiskt bra texter. Men utöver texterna ska presentationen finslipas. Journalisternas skrivsätt ändras i och med att texterna ändrar karaktär då basfakta presenteras till exempel via grafiken i stället för att vara bakas in i brödtexten. (Olkinuora)

I frågeställning A i den här avhandlingen framkom det att dagens huvudnyhet allt mer sällan finns bildmässigt på paraden. Antalet paradbilder i materialet från år 2010 var något färre än under de övriga undersökta åren. Orsaken till det här enligt Granroth är att innehållet skulle bli för likriktat om tidningens tre första sidor bildmässigt alltid skulle handla om samma sak. Men vid större nyhetshändelser som till exempel jordskalvet i Haiti i januari 2010 är det självklart att huvudnyheten finns som bild också på paraden. I de flesta fall är bildmaterialet från huvudnyheterna också ganska enformigt, många av dem som intervjuas har ”tråkiga datorjobb” som inte blir bildmässigt bra. I stället brukar den nya mitten-sektionen som satsar på fördjupning ge bättre bildmaterial som gärna används på paraden. (Granroth)

Olkinuora är inne på samma linje som Granroth och påpekar att det är helt avsiktligt att dagens huvudnyhet inte alltid finns som bild på paraden. Hbl vill satsa på att lyfta fram bra bilder och då är så kallade hårda nyheter ofta svåra att gestalta i bild på ett intressant sätt. Det finns naturligtvis undantag som jordskalvet i Haiti. (Olkinuora)

I fråga B i den här avhandlingen framgick det att rubriken och huvudbilden sällan korrelerar år 2010, bara hälften av huvudbilderna hade direkt koppling till rubriken. Det här ser Granroth som något negativt. Journalisten och fotografen borde tala mer med varandra under ett uppdrag. Det kan hända att fotografen inte lyckats få bra bildmaterial på den person eller händelse som journalisten vill vinkla artikeln på, vilket leder till att bilden och rubriken inte korrelerar. Men samtidigt kan innehållet bli för likriktat om bild, rubrik och ingress visar och beskriver exakt samma ämne. (Granroth)

Olkinuora hävdar att Hbl:s målsättning är att bilden och rubriken ska komplettera varandra och visa olika sidor av samma ämne. Han påpekar också att det kan hända väldigt mycket under en nyhetsdag och då finns det inte alltid tillräckligt med tid för att planera hur bilden ska kopplas ihop med artikeln eller rubriken. Abstrakta nyhetsämnen är också svåra att bildsätta. (Olkinuora)

Olkinuoras tanke om kompletteringen hänger bra ihop med Pulkkinens (2008, 180–181) förklaring på varför bilderna sällan korrelerar med rubriken. Bilderna behöver inte alltid visa exakt det samma som rubriken, utan kan i stället visa en annan synvinkel på samma ämne. Precis som Olkinuora, lyfter också Pulkkinen fram tidsbristen som en annan faktor till bristande korrelation mellan bild och rubrik.

Hbl hör till de tidningar som satsat en hel del på utseendet, men Granroth önskar att man kunde göra ännu mer. I och med övergången till tabloid infördes en fysisk whiteboard där de viktiga nyheterna ritas upp under dagens lopp. Det finns alltså en person vid nyhetsdesken som planerar tidningen visuellt och har också koll på nyhetsflödet. För en ännu bättre slutprodukt krävs flera personer som funderar på slutresultatet, men för det mesta är det här omöjligt på grund av tidsbrist. (Granroth)

Enligt Olkinuora är det väldigt viktigt att ha en klar tanke om hur slutresultatet ska se ut redan under ett tidigt skede av dagen. Tabloiden kräver mycket planering för att det ska fungera, medan broadsheeten kan tillåta mycket halvdana presentationer som försvinner i mängden. (Olkinuora)

Också Pulkkinen (2008, 85–86) konstaterar att övergången till tabloiden kräver mer planering från Hbl:s sida. Den skrivande journalisten måste vara i samverkan med fotografen och redigerarna – annars fungerar inte helheten på tidningens sidor.

Hbl har aktivt följt med tidningsutvecklingstrenderna både i Norden och i Finland. I början släpade Hbl lite efter resten av Norden, men är nu steget före om man ser på finländska tidningar. Jämför man med Norden ligger Hbl ganska bra till. Det viktiga enligt Granroth är att med hjälp av tidningens form kunna betona det innehåll som är viktigt. Tidningens form står aldrig för sig själv, utan formen ska uttrycka innehållet, påpekar Granroth. I den bästa av världar går form och innehåll hand i hand, framhäver hon. (Granroth)

Hbl har varit väldigt aktiv med att förnya tidningens utseende och vid sekelskiftet började utseendet och det journalistiska arbetet gå mer hand i hand. Som stora vändpunkter de senaste 15 åren ser Granroth framför allt den tekniska utvecklingen och möjligheten att börja använda färg. I och med tabloiden kom formattänkandet med i bilden. En av de största orsakerna och drivkrafterna till formatövergången var de aktiva chefredaktörerna Barbro Teir och Max Arhippainen. Tabloiden var redan en trend i övriga Norden, och eftersom Hbl har en egen nisch som finlandssvensk rikstidning blev det kanske lättare för Hbl att göra en stor förändring, hävdar Granroth. Övergången till tabloid var inte heller endast en formatförändring,

utan påverkade också det journalistiska arbetet. Hbl ordnade skrivkurser för att kunna börja skriva mer läsartillgängliga ”rakt på sak” artiklar. Målet var också att skriva kortare texter, något som inte alltid har lyckats. (Granroth)

Efter att övergången till tabloid var över och små justeringar gjorts såg utseendet ganska likadant ut i fem år, vilket enligt Granroth är en lång tidsperiod. Hon påpekar att tidningsförnyelser borde komma med fyra eller fem års mellanrum. Hösten 2008 då Hannu Olkinuora blev ny chefredaktör började han tala om Hbl 2.0 – en uppdatering av tabloiden. Förändringen 2009 byggde i stor utsträckning på att det fanns ett behov av att kunna placera de viktigaste nyheterna i början av tidningen. I den dåvarande formen var det inte möjligt. Till exempel en stor ekonominyhet kunde placeras på sidan 14 i tidningen, eftersom ekonomiavdelningen inleddes på den sidan. Den största förnyelsen våren 2009 gjorde att det blev möjligt att placera den viktigaste nyheten på det första nyhetsuppslaget. I slutändan blev förnyelsen större än tänkt. De horisontala avdelningshyllorna slopades och istället kom vertikala balkar. Nyhetsdelen blev mer kompakt och den nya avdelningen som kallas mitten bjuder på mer analys och bakgrund. (Granroth)

Enligt Olkinuora initierades uppdraget med att göra om Hbl våren 2009 av honom. Hbl skulle bli en modern dagstidning där det viktigaste kommer först. Det digra nyhetsutbudet skall efterföljas av en fördjupning. Han hävdar att han inte är en vän av layoutreformer, omgörningen måste också ha en strukturell funktion. Grundidén med omgörningen var att underlätta läsningen. Tidningens utbud och presentation ska vara en balansgång: tidningen ska erbjuda något både för den som har bråttom och den som har mer tid. De grafiska elementen finns för dem som har bråttom. (Olkinuora)

Olkinuora påpekar att det inte endast var på grund av att han tillträdde som ny chefredaktör för Hbl som tidningen valde att göra om layouten under våren 2009. Efter ungefär fem eller sex år finns det ett naturligt behov att förnya tidningens yttre. Enligt Olkinuora blir intervallen för tidningsförnyelse hela tiden mindre. Det här innebär att tidningarna måste vara på alerten och följa med vad de andra gör. (Olkinuora)

Man kan se Olkinuora som en drivande kraft till layoutförändringen våren 2009, fastän han själv hävdar att det inte bara var på grund av honom. Personer i chefspositioner har ofta en vilja att driva igenom något nytt. En ny chefredaktörs vilja att komma med förändringar förekommer också på Pulkkinens (2008, 56–57) lista på orsaker som bidrar till tidningsförändring.

Enligt Granroth har synen på vad som ska presenteras i början av en dagstidning ändrats. Papperstidningen kan aldrig vara lika färsk som webben, vilket innebär att papperstidningen måste tänka om. Det finns tidningar i Europa som bara har snuttar och korta texter i nyhetsdelen och sedan en större fördjupning av aktuella nyheter i mitten. Granroth tror att det här är rätt väg att gå, och det är ditåt Hbl är på väg nu i och med den senaste förnyelsen. (Granroth)

Tidningar läggs ned på löpande band i USA, men Granroth tror att Hbl överlever och att den tryckta tidningen ännu finns om 20 år. Men för att överleva är tidningen tvungen att nischa sig allt mer – det är kanske inte en morgontidning vi håller i handen om 20 år. Nyheterna har blivit väldigt mobila och i framtiden (och redan nu) väntar förändrade läsvanor och i sista hand är det läsarna som avgör. Hbl har nu ett testprojekt med läsplattor på gång och Granroth gissar att nästa designboom blir att designa tidningen för läsplattor – ett fält där det finns mycket att göra. Granroth tror att många i framtiden väljer att läsa nyheter via användarvänliga mobila applikationer. Finländarna är ett läsarfolk, men ett generationsskifte är på gång. Det är omöjligt att säga hur papperstidningen kommer att se ut och i framtiden har vi kanske inte ens någon tidning. Men det är svårt att säga hur många år det tar. (Granroth)

Om Hbl ska överleva anser Granroth att nyhetsdelen i den nu tredelade tidningen måste ytterligare slipas till sin spets. Hbl har redan skapat en form som klarar av att hantera det. Granroth påpekar att tidningen måste satsa mer på bildjournalistiken i mitten och mindre på bilderna i nyhetsdelen. I nyhetsdelen borde Hbl satsa mer på faktainnehåll och grafik och göra nyheterna mer kompakta. Men en nyhetsdel med färre bilder än nu kräver en lite förändrad design. Granroth tror på att Hbl kommer att existera på papper ännu om 20 år, men i vilken form är ännu oklart. Enligt hennes uppskattning kommer tidningen att frångå det traditionella nyhetsflödet och nyhetsrapporteringen och i stället satsa på fördjupning och bakgrund. (Granroth)

Enligt Olkinuora bygger papperstidningen på idén om att servera läsaren ett paket som består av olika typer av journalistiskt material, men också av servicematerial och reklam. En tidning kan innehålla element som får läsaren att reagera på flera olika sätt. På webben väljer läsaren själv en nyhet som hon vill fokusera på. Olkinuora är därför säker på att papperstidningens kärna kommer att överleva, men han är inte säker på om själva *pappret* överlever. Han förutspår att vi framtiden kanske använder oss av intelligent papper och han påminner om att tidningsjournalistik inte är ”pappersbusiness”, utan skall handla om journalistik och rätt sorts paketering av

nyheterna. I och med intelligent papper kunde tidningarna slippa stora tryckkostnader. Fastän produktionen skulle bli elektronisk anser Olkinuora att det är okej med frekvensen ”en gång om dagen” – enligt honom blir inte en nyhetsartikel bättre av att ständigt uppdateras. Journalistikens karaktär kommer att förändras, men läsarna kommer fortfarande i framtiden vara beredda att betala för kvalitetsmässiga texter och paket. (Olkinuora)

Håkan Hvifelt har en liknande syn på framtidens dagstidningar som Olkinuora. Enligt Hvifelt (2009, 41–43) kommer tidningen i framtiden allt mer att läsas av en köpstark och utbildad medelklass. Både Hvifelt och Olkinuora anser att prenumerationsavgifterna kommer att stiga i och med att annonsintäkterna minskar, men de trogna läsarna är villiga att betala för kvalitetsmässig tidningsjournalistik. Också Pulkkinen (2008, 250) är övertygad om att det i fortsättningen kommer att finnas människor som är villiga att betala för en väl gjord dagstidning.

7 Diskussion och slutsatser

Syftet med den här pro gradu-avhandlingen var att granska hur presentationssätten av Hbl:s huvudnyhet har förändrats under den undersökta 15-årsperioden. I det här kapitlet ska jag diskutera hur väl metoderna fungerade för den här studien och också diskutera studiens validitet. Utöver det här ska jag diskutera relevansen av de forskningsfrågor jag ställt och i samband med det ge exempel på vidare studier inom området. Jag ska också analysera resultatet ur ett större perspektiv och diskutera orsakerna till de förändringar som framkommit i studien. Till slut ska jag också reflektera över dagstidningens och Hbl:s framtid.

De metoder jag använde mig av för att få svar på mina forskningsfrågor ser jag som relevanta och välfungerande. Jag ser både validiteten och reliabiliteten som höga. I forskningsfråga A granskade jag det totala antalet ingångar i materialet åren 1995–2010. Metoden baserar sig på min egen kategorisering, men kunde väl användas för likadana studier av andra dagstidningar. Kodningen är enkel i och med den tydliga kategoriseringen, vilket bidrar till att det inte finns överlappande kategorier. Jag utarbetade den kategorisering som jag använde i min kandidatavhandling (von Kügelgen 2009), men nu i efterhand märker jag att till exempel kategorin byline inte egentligen gav något av intresse för den här undersökningen. Bylinen bidrar inte till

presentationsformerna utan är snarare en nödvändig informationssnutt. Trots det är kategorin inte en störande faktor, jag har helt enkelt låtit bli att analysera den närmare.

De övriga kategorierna har varit relevanta, fastän det finns många variabler som inte förekommit så ofta. Kodningen underlättades också av att jag använt metoden tidigare. Utöver de kategorier jag hade nu, kunde det ha varit intressant att granska storleken på bilderna, samt textlängderna. Det här skulle ha gett en djupare insikt i hur de olika delarna kompletterar varandra och hur stor synlighet vissa delar får. Har till exempel bilderna blivit större i och med tabloiden? I det fallet kan kodningen bli problematisk – vad ska definieras som en stor bild eller en lång text?

I forskningsfråga B granskade jag hur väl huvudbilden och rubriken korrelerar. Metoden har utvecklats av Hannu Pulkkinen och var lätt att tillämpa, men kodningen av materialet var inte lika entydig. Resultatet skulle antagligen vara en aning annorlunda ut om någon annan hade kodat materialet, på grund av att metoden i hög grad bygger på subjektiv tolkning. Trots det tror jag inte att resultatet hade avvikit helt från mitt resultat, även om någon annan skulle ha kodat materialet. Det viktigaste är att hela materialet är kodat av samma person, vilket borde innebära att det inte förekommer stora skillnader från år till år. Pulkkinen konstaterar också själv att metoden inte är entydig, men att den ger en fingervisning av hur väl huvudbilden och rubriken korrelerar. Skulle man vilja göra en djupare analys av kopplingen mellan bild och rubrik skulle det krävas en mer omfattande genomgång av ett större material. Då vore det mest givande att göra studien på samma sätt som Pulkkinen, alltså att studera hela tidningen, inte endast huvudnyheterna.

I forskningsfråga C handlade det framför allt om att få diskutera med Hbl:s chefredaktör och visuella chef om hur de ser på Hbl:s utveckling de 15 senaste åren och hur de ser på framtiden. Intervjuerna var givande och Marita Granroth och Hannu Olkinuora bekräftade flera av de resultat som jag kommit fram till i forskningsfråga A och B. Det kunde eventuellt ha varit lönsamt att intervjua båda på nytt efter en noggrannare genomgång av materialet och resultatet för forskningsfråga A och B, men jag anser att en intervju per person var tillräcklig. Både Granroth och Olkinuora fick framföra flera olika synpunkter och de kunde också kommentera de resultat som jag kommit fram till. Intervjuerna fick också mig att granska materialet med andra ögon.

För en djupare genomgång av hur man på Hbl ser på utvecklingen kunde det ha varit intressant att intervjua ett antal tidigare chefredaktörer som varit med om stora förändringar, bland annat Barbro Teir och Max Arhippainen som var med om övergången till tabloid våren 2004. Det här skulle ge ett större historiskt djup och öka förståelsen för hur man har tänkt på Hbl under olika tidpunkter. Hur stort var till exempel trycket från internet och de nya medierna år 2004? Det finns många historiska aspekter som kunde vara intressanta att utreda ur chefernas synvinkel. Varför har vissa beslut fattats och på vilka grunder? I den här avhandlingen valde jag att fokusera på de nuvarande cheferna och låta dem komma till tals. Eftersom Marita Granroth har jobbat på Hbl sedan år 1989, kunde hon bidra med viktig information och historisk bakgrund. Hon har varit med om de stora förändringarna som tidningen genomgått de senaste 15 åren. En större historisk analys av Hbl:s olika skeden skulle kräva fler intervjuer med chefer från flera olika tidsperioder.

Som helhet och i kombination med varandra anser jag att de metoder jag valde att använda har hjälpt mig att få svar på mina forskningsfrågor. Resultaten som jag har framställt i den här pro gradu-avhandlingen har gett en bra uppfattning om utvecklingen av presentationsformerna i Hbl under perioden 1995–2010.

Den största bristen i den här studien gäller definitionen av huvudnyheten. År 1995 var det ofta svårt att avgöra vad som skulle definieras som huvudnyhet och år 2005 valde jag att definiera huvudnyheten enligt det första nyhetsuppslaget, fastän det fanns en nyhet redan på sida 3. Jag valde att tolka materialet enligt den här principen, eftersom en tabloidsida inte ger lika mycket möjligheter för varierande presentationsformer som ett helt uppslag. Den här tolkningen kan ändå innebära att materialet från år 2005 är missvisande, eftersom jag i stället borde ha studerat nyheten från sida 3. Som tidigare nämnt (kapitel 6.3) kunde granskningen av nyheten på sida 3 ha gett en riktigare bild av utvecklingen, eftersom ett av problemen i tabloiden 2004–2009 uttryckligen var att man *inte* alltid kunde placera den viktigaste nyheten i början av tidningen. Min tolkning ger en större likhet mellan de enskilda huvudnyheterna, men kan snedvrída helhetsresultatet som ser på skillnader från år till år.

Relevansen av undersökningen bidrar också till validiteten. Är det relevant att veta hur många ingångar Hbl presenterat sin huvudnyhet med för att granska utveckling, eller borde jag ha sett närmare på innehållet? Det finns oändliga möjligheter att studera

tidningsutveckling och en avsiktlig brist i den här studien är att jag inte har valt att granska det journalistiska text- och bildinnehållet. Fastän jag inte studerat innehållet, kan jag på basis av det här materialet dra slutsatser om hur journalistiken förändrats under den undersökta perioden. Nyheter i dagstidningen kan inte längre beskrivas som en helhet bestående av en dominerande text och en bild – de varierande presentationsformerna har lett till att det finns flera olika alternativ att presentera journalistiskt material i en dagstidning.

De journalistiska presentationsformerna är numera en del av tidningsjournalistiken. Bland annat Pulkkinen (2008) och Barnhurst & Nerone (2001) anser att alla de olika delarna bildar ett paket som tillsammans kallas tidningsjournalistik. Också Granroth konstaterade i intervjun att tidningens form aldrig står för sig själv, utan att formen uttrycker innehållet. Det går inte längre att skilja åt material och presentation, men det är svårt att hitta en övergripande teori eller metod som kunde användas för att undersöka både presentationsformerna och innehållet samtidigt.

Utöver presentationsformerna finns det mycket i journalistiken i Hbl som vore intressant att studera närmare, bland annat textlängderna. I och med att det har blivit vanligare med fler texter som kompletterar varandra kan man anta att huvudtexten har blivit kortare, men eftersom jag inte specifikt har studerat det här är det svårt att dra säkra slutsatser. Bland annat det minskade antalet mellanrubriker pekar på att texterna blivit kortare. Däremot visar studien att antalet texter har ökat.

Det vore också intressant att granska hur journalistens sätt att arbeta har påverkats av att materialet presenteras i mindre delar. Helheter som består av många element som bilder, grafik och faktarutor kräver mycket samarbete på redaktionen, hur har det här påverkat arbetssätten? En sådan undersökning skulle bygga på annorlunda metoder, bland annat intervjuer med ett större antal journalister. De som jobbat med tidningsjournalistik en längre tid skulle säkert ha intressanta aspekter att framföra gällande arbetssätt – hur har de som journalister upplevt de tekniska och innehållsmässiga förändringarna som genomförts?

Det vore också ytterst relevant att kartlägga Hbl:s historia från att tidningen grundades år 1864. År 2014 fyller Hbl 150 år, vilket enligt mig vore en utmärkt tidpunkt

för att ge ut en historik. Det finns ännu ingen samlad historik som berör endast Hbl och det finns många aspekter i Hbl:s historia som är intressanta att ta fasta på.

Utgångspunkten inför den här studien var att det har skett stora förändringar under de 15 senaste åren, men när jag började granska materialet insåg jag att skillnaderna var mycket större än jag hade förväntat mig. En av de största orsakerna till de stora förändringarna är den tekniska utvecklingen, men det är inte endast de tekniska premisserna som bidragit till förändring. Speciellt förändringen från år 2005 till år 2010 beror inte längre på teknik, utan en tydlig vilja att vidareutveckla papperstidningen Hbl.

Förändringarna under de 15 senaste åren har varit många och har säkert ett flertal orsaker, men följer i stor utsträckning Hannu Pulkkinens (2008, 56–57) indelning av orsaker till tidningsförändring som jag presenterade i kapitel 4.1. Utöver tekniken har förändringarna berott på ekonomi och konkurrensläge, tidningens verksamhetsmiljö och personalbyten. Övergången till tabloid var ett sätt för de dåvarande chefredaktörerna Barbro Teir och Max Arhippainen att lyfta tidningen ur en stundande kris med sjunkande läsarsiffror, men också ett sätt för dem att bli ihågkomna. På samma sätt märks Hannu Olkinuoras personliga intresse för att utveckla Hbl. Knappt ett år efter att han blev Hbl:s chefredaktör kom omgörningen våren 2009. Samtidigt kämpar Hbl hela tiden om de yngre, mer svåråtkomliga läsarna, och försöker utveckla tidningen så att den också tillfredsställer dem. Konkurrensen och influenserna från webbmedierna har tydligt satt press på Hbl. Ledningen är tvungen att komma med nya lösningar för att Hbl ska klara sig i den allt hårdare mediekonkurrensen.

Fram till mitten av 2000-talet gick dagstidningens och Hbl:s utveckling nära hand i hand med den tekniska utvecklingen. Då tekniken tillät ett nytt sätt att presentera materialet eller ett nytt sätt att bearbeta materialet hakade Hbl på. Marita Granroth kallar 1990- och början av 2000-talet för tidningsombrytningens guldålder – utvecklingen var enorm. Den största och synligaste förändringen för Hbl på 2000-talet kom i samband med övergången till tabloid i mars 2004. Då förändrades Hbl visuellt totalt. Sidstorleken blev hälften mindre, bildjournalistiken kom i större fokus och hierarkin blev ännu tydligare. Också synen på tidningsproduktion ändrades. I och med tabloidiseringen förändrades tidningen inte bara till det yttre, utan också till det inre.

Våren 2009 blev hierarkin i hela tidningen och på det första nyhetsuppslaget ännu tydligare. En av de viktigaste punkterna med förändringen våren 2009 var att placera det viktigaste genast i början av tidningen. Enligt intervjuerna med Marita

Granroth och Hannu Olkinuora hade det redan länge funnits ett behov av att få rucka på den existerande mallen som inte tillät variationer på daglig basis. De olika nyhetsavdelningarna hade sin givna plats i tidningen. I och med omgörningen blev det möjligt att placera det viktigaste i början av tidningen, oberoende om det var en inrikes-, utrikes- eller ekonominyhet. Hbl har frångått den strikta modellen med bestämda platser för respektive nyhetsavdelning och tillåter mer spelrum. Dagens stora händelse finns på det första nyhetsuppslaget, oberoende av nyhetsgenren. Det ger en ännu starkare känsla av att det nyaste och fräschaste finns i början i tidningen.

Fastän tidningens roll som nyhetsförmedlare håller på att försvagas, lyfter den senaste omgörningen Hbl:s nyhetsstatus, i och med att det är dagens stora nyhet som finns genast i början av tidningen. Man kan ändå fråga sig om tidningen längre är ett klassiskt nyhetsmedium, eller har tidningens roll blivit att komplettera de övriga medierna? Bland annat Pulkkinen (2008, 115) påpekar att webben har utvecklats till nyheternas huvudkanal, medan papperstidningens roll blir att komplettera och fördjupa. Hbl kan inte heller längre endast vara en papperstidning, utan är både en fysisk tidning och en webbtidning. De här innebär att Hbl måste hitta nya sätt att fördela nyhetsflödet. Allt som finns på webben behöver inte finnas i papperstidningen och vice versa.

I och med omgörningen våren 2009 försvann den horisontala hyllan och ersattes med en vertikal balk, vilket bidrar till mer utrymme på höjden och mer varierande presentationsmöjligheter. Den tidigare mallen med den horisontala hyllan i sidans övre kant låste utseendet och år 2005 förändrades utseendet inte så mycket från dag till dag. Bland annat tilläggsbilderna har ökat till nästan det dubbla från år 2005 till år 2010, vilket kan förklaras med mer utrymme på höjden.

Resultaten i den här undersökningen visar att Hbl under de senaste åren allt mer börjat utnyttja de tekniska förutsättningar som finns, men att fokus ligger på form och innehåll. Utseendet förnyas då det är motiverat med tanke på innehållet. Tidningsexemplaren från år 2010 samt intervjuerna med chefredaktör Hannu Olkinuora och visuella chefen Marita Granroth visar att man på Hbl verkligen reflekterar över hur man ska tjäna läsarna bäst. Förnyelser måste komma med jämna mellanrum för att dagstidningen ska ha en chans att klara sig.

Alla tekniska förutsättningar för att producera en likadan tidning som år 2010 har funnits redan år 2005. Därför anser jag att förändringarna från år 2005 till år 2010 är de mest intressanta. I medeltal ökade antalet ingångar med två per nyhetshelhet eller

med 15 procent. Den ökningen visar att det som först skulle bli en justering av utseendet, i själva verket blev mycket mer.

Tidningens struktur har fått mer uppmärksamhet – hur ska man bygga upp en intressant, snygg och modern dagstidning? Hbl:s svar är att placera dagens stora nyhet i början av tidningen och koncentrera fördjupningen till den nya mitten-delen. Speciellt i tabloid fungerar det här. Själva formatet i sig är kompakt och då fungerar också en kompakt nyhetsdel efterföljd av en fördjupning. Jag tror inte att den här typen av tidningsuppbyggnad lika enkelt kunde tillämpas på broadsheet, på grund av den stora sidstorleken som ger utrymme för mycket mer innehåll.

Exemplen på nyhetshelheter från de undersökta åren visar att det alltid har funnits varierande presentationsformer, men att de nu på senare tid har blivit en självskriven del av tidningsproduktionen. Som tidigare nämnt (kapitel 4.2) konstaterar Pulkkinen (2008, 195–196) att presentationsformerna blivit mer varierande, men att de finländska dagstidningarna fortfarande inte använder sig av all den kapacitet som finns. När man granskar materialet från år 2005 och år 2010 märks en klar skillnad i presentationsformerna. Första uppslaget har blivit mer levande och också varierande. Det ökade antalet ingångar visar också på att nyheterna presenteras på mer varierande sätt. Trots att presentationsformerna blivit mer varierande innebär det inte heller att det inte finns utrymme för förbättring, men till exempel Granroth anser att det nuvarande antalet ingångar är ganska optimalt. Blir det mycket fler ingångar kan tidningen ge ett ”rörigt” intryck.

Förutom siffror som visar att ingångarna ökat och att presentationsformerna har blivit mer varierande visar också de visuella exemplen från de undersökta åren hur mycket som faktiskt har hänt i Hbl:s utseende och presentationsformer under de 15 senaste åren. Hela synsättet på dagstidningen som en produkt har förändrats. Hierarkin har ökat och Hbl har tydliga huvudnyheter. Det här märks redan i övergången till tabloid där en nyhet tydligt blev dagens största på det första uppslaget. På grund av den mindre sidstorleken ligger nästan all fokus på sidan/uppslaget på huvudnyheten.

Resultaten visar att Hbl har utvecklats enligt Mario Garcias, Poynter EyeTrack, tankar. Enligt honom är tidningens roll numera att ge orsaker och bakgrund till nyheter som läsarna redan tagit del av via andra medier. I stället för att presentera direkt hårda nyheter, ska tidningen i stället fokusera på bakgrund och fördjupning, eftersom de flesta redan vet vad själva nyheten handlar om.

Oberoende av vilken tidsperiod man väljer att studera av dagstidningens eller Hbl:s historia kan man se att det alltid har funnits en strävan och en vilja att producera en ännu bättre tidning. I citatet i inledningen skriver Thure Malmberg att det är självklart att en tidning som existerat sedan år 1864 måste förändras och tanken om förändring har följt med hela Hbl:s utveckling. På Hbl vill man tjäna läsarna bättre, presentera materialet tydligare, skriva bättre texter och illustrera med snyggare bilder.

Det är naturligt att Hbl hela tiden vill producera en bättre produkt, men intresset för det här kommer väldigt starkt fram i de olika utvecklingsskedena hos tidningen. Efter varje förändring har man från Hbl:s sida kommenterat att man vill göra tidningen bättre och mer tillgänglig för läsarna. Fastän initiativen och orsakerna för förändringar kan motiveras på flera olika plan är det i sista hand för de nuvarande och potentiella läsarna som tidningar gör förändringar. Utan läsare finns det inga förändringar att tänka på.

Den stora frågan kvarstår – räcker förändringar och omgörningar med jämna mellanrum för att hålla papperstidningen vid liv? Fastän Hbl lyckats uppgradera den egna tidningen är det inte en garanti på att Hbl överlever. Hbl har i och med flera olika omgörningar sett till att tidningen är en modern dagstidning, men det är omöjligt att säga om det är tillräckligt. Hur länge finns det ännu ett behov för att nyhetsmedium på papper?

Personligen tror jag inte att Hbl:s undergång som papperstidning skulle ligga i brister på de utseendemässiga presentationsformerna. Däremot kan det finnas andra faktorer, bland annat den hårdare konkurrensen om läsarnas tid, som bidrar till att Hbl och dagstidningen går ett svårt öde till mötes. På Hbl är man också tvungen att fundera på hur länge den senaste omgörningen håller tidningen vid liv och när det är dags att göra något nytt igen.

I vilken riktning är papperstidningen då på väg och finns det egentligen någon framtid att lita på? Hannu Olkinuora påpekade i intervjun att tidningsjournalistik inte är ”pappersbusiness” och att Hbl också funderar på flera olika möjligheter med en pappersaktig digitaltidning. Kan vi ännu tala om samma produkt ifall utvecklingen går åt det hållet? Är det en positiv utveckling eller ska vi hålla fast vid pappret? Det finns många intressanta och svåra frågor som berör dagstidningarnas framtid.

Det är tydligt att papperstidningen har en osäker framtid framför sig, men trots det väljer många tidningar att satsa på sin produkt genom bland annat förnyelser. Till en stor del är tidningarna också tvungna att göra det, annars kan man lätt falla av

mediekälken. Enligt Marita Granroth måste nyhetsdelen bli ännu mer kompakt och endast kort och tydligt innehålla det viktigaste i nyhetsväg. Hon föreslår till exempel en nyhetsdel med färre bilder och mer grafik, men medger att det ännu är omöjligt att producera Hbl så. Den senaste omgörningen våren 2009 visar också att det är ungefär åt det hållet som Hbl är på väg till. Nyheterna ska presenteras enkelt och dynamiskt och den kompakta nyhetsdelen ska åtföljas av en fördjupning som bjuder på mer tuggmotstånd. Riktningen går från "news" till "views", från nyheter till synpunkter.

Nya generationer växer inte längre upp med papperstidningen utan läser nyheter på webben eller via mobiltelefonen. De unga som nu växer upp med att läsa webbnyheter kan vara svåra att locka som prenumeranter för papperstidningen i ett senare livsskede. Kommer det att gå som Håkan Hvitfelt (2009, 43) förutser, att papperstidningarna fortfarande finns kvar om ett antal år, men att prenumeranterna främst består av en köpstark och utbildad medelklass? Utvecklas tidningen till ett medium för en snäv grupp bestående av samhällets "elit", medan de övriga medierna känns mer lockande för andra?

Taloustutkimus undersökning från år 2010 om mediernas uppskattning i Finland visar också tydligt vad riktningen är: 38 procent anser TV:n vara det viktigaste mediet, 32 procent håller för internet och endast 18 procent tycker att dagstidningen är det viktigaste mediet. Ännu år 2007 tyckte 25 procent av finländarna att dagstidningen är det viktigaste mediet. Internetmedierna är speciellt viktiga bland den yngre befolkningen. 74 procent av 14–24-åringarna skulle inte ge upp internet, medan endast 5 procent inte skulle vara redo att ge upp dagstidningen.

Siffror från Statistikcentralen visar också att webbmedierna hela tiden ökar i omsättning, medan dagstidningarna lider av färre annonser, färre prenumeranter och färre läsare. Hur länge finns det ännu en självskriven plats för dagstidningen och Hbl? Än så länge har Hbl knappt 50 000 prenumeranter, men trenden är neråtgående. Hur länge klarar Hbl av att behålla sina läsare, eller till och med locka till sig fler?

Dagstidningarna står inför tuffa utmaningar de närmaste åren och inga färdiga paketlösningar finns till hands. Oberoende av vad som kommer att hända papperstidningen är det klart att det måste ske förändringar och omgörningar, annars finns det ingen framtid att fundera på. Tidningarna måste hela tiden vara redo att ta ett steg vidare.

Källor

Andersson-Ek Per, Andréasson Kenth, Edwardson Åke, Göra tidning, Ordfront, Stockholm 1995.

Barnhurst Kevin G. & Nerone John, The Form of News – A history, The Guilford Press, New York 2001.

Deuze Mark, Mediawork – Digital Media and Society Series, Polity Press, Cornwall 2007.

Fichtelius Erik, Nyhetsjournalistik – Tio gyllene regler, Fälth & Hässler, Värnamo 2002.

Hiekkänen Katri, Tabloidin pinnallisuus on pelkkä myytti, Suomen Lehdistö 1/2005.

Sirkka Hirsjärvi & Helena Hurme, Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö, Yliopistopaino, Helsingfors 2006.

Huovila Tapani, Pulkkinen Hannu, Taipale Matti, Sanomalehden ulkoasuopas, Sanomalehtien liitto, Forssa 1998.

Hvitfelt Håkan & Gunnar Nygren (RED.), På väg mot medievärlden 2020 – Journalistik, teknik, marknad, Studentlitteratur, Malmö 2009.

von Kügelgen Michaela, Informationsmosaik vid morgonkaffet – en kvantitativ analys av hur fyra dagstidningar framställer sina huvudnyheter, Svenska social- och kommunalhögskolan vid Helsingfors universitet, 2009.

Mervola Pekka, Kirja, kirjavampi, sanomalehti – Ulkoasukierre ja suomalaisten sanomalehtien ulkoasu 1771–1994, Vammalan Kirjapaino Oy, Vammala 1995.

Pasanen Jarmo, Muutosvoimat näkyvät mediakentässä - osa havaitaan nyt, osa vuosien päästä, Suomen Lehdistö 1/2005.

Pulkkinen Hannu, Uutisten arkkitehtuuri – Sanomalehden ulkoasun rakenteiden järjestys ja jousto, Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä 2008.

Randall David, The Universal Journalist, Pluto Press, London 1996.

Seppänen Janne, Visuaalinen kulttuuri – teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle, Otavan kirjapaino Oy, Keuruu 2005.

Seppänen Janne, Katseen voima – kohti visuaalista lukutaitoa, Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä 2004.

Stempel Guido och Bruce H. Westley, Research methods in mass communication, Prentice Hall, New Jersey 1989.

Sternvik Josefine, Tabloidiseringen - en kompakt tidningstrend. I: Holmberg Sören, Weibull Lennart (red.), Lyckan kommer, lyckan går. SOM-institutet Göteborgs universitet, Göteborg 2005.

Sternvik Josefine, En mindre värld – Dagspressens tabloidisering i ett nordiskt perspektiv. I: Engblom Lars-Åke, Gustafsson Karl Erik (red.), Mönster i nordisk medieutveckling, Högskolan i Jönköping, Jönköping 2007a.

Sternvik Josefine, I krympt kostym – Morgontidningarnas formatförändring och dess konsekvenser, JMG Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet, Kungälv 2007b.

Tommila Päiviö & Salokangas Raimo, Suomen lehdistön historia 5, Hakuteos: Aamulehti – Kotka nyheter: sanoma- ja paikallislehdistö 1771–1985, Kustannuskiila Kuopio 1988.

Tommila Päiviö & Salokangas Raimo, Tidningar för alla – Den finländska pressens historia, Nordicom, Kungälv 2000.

Østbye Helge, Knapskog Karl, Hellan Kurt & Larsen Leif Ove, Metodbok för medievetenskap, Liber, Ljubljana 2008.

Elektroniska källor:

Levikintarkistus 2009 – <http://www.levikintarkastus.fi/levikkitietokanta/index.php>
(9.9.2010)

Poynter EyeTrack 07 – <http://eyetrack.poynter.org/index.html> (1.12.2009)

Poynter EyeTrack 07 – <http://poynter.org/resource/120458/Eyetrack07ASNE.pdf>
(1.12.2009)

Poynter EyeTrack 07 – http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=120470
(1.12.2009)

Statistikcentralen: Massmediemarknaden 2009 –

http://www.stat.fi/til/jvie/2009/jvie_2009_2010-12-10_tie_002_sv.html

TNS Gallup 3/2009 –

http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_2008.pdf
(19.10.2010)

TNS Gallup 9/2009 –

http://www.tnsgallup.fi/doc/uutiset/KMT_Lukijatiedote_syyskuu_2009.pdf
(8.12.2009)

TNS Gallup 3/2010 –

http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KM_Lukija-tiedote_maaliskuu_2010.pdf
(19.10.2010)

TNS Gallup 9/2010 –

http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_syyskuu_2010.pdf
(19.10.2010)

Övriga källor:

Marita Granroth. Intervju 20.4.2010.

Helsingin Sanomat 16.11.2009.

Hufvudstadsbladets tidningsarkiv.

Hannu Olkinuora. Intervju 30.4.2010.

Medioiden arvostus 2010. Taloustutkimus material som pdf-fil, kontaktperson Elina Ravantti på Yle.

Bilagor

Bilaga 1.

Det kodade materialet för forskningsfråga A. Kategorierna är följande:

- | | | |
|-----------------|--------------------------|---------------------|
| 1. Paradtext | 8. Bildtext | 15. Grafik |
| 2. Paradbild | 9. Tilläggsartikel | 16. Gallup |
| 3. Huvudtext | 10. Tilläggsbilder | 17. Respons |
| 4. Huvudbild | 11. Kommentar | 18. Guidande texter |
| 5. Rubrik | 12. Upplyft citat | 19. Byline |
| 6. Ingress | 13. Faktaruta, faktatext | |
| 7. Mellanrubrik | 14. Kollage | |

Kategori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
År 1995																			
Hbl1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hbl2	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl3	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl4	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl5	1	1	1	1	1	0	4	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl6	1	0	1	1	1	0	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl7	1	1	1	1	1	0	3	4	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl8	1	1	1	1	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl9	0	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl10	1	1	1	1	1	0	4	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl11	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl12	0	0	1	1	1	1	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1
Hbl13	1	0	2	2	3	1	5	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Hbl14	1	0	1	1	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl15	1	0	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Hbl16	1	0	1	1	2	0	4	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl17	1	1	1	1	2	0	3	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Hbl18	0	0	1	1	3	0	1	5	2	4	0	0	0	0	0	0	0	1	3
Hbl19	1	1	1	1	1	0	4	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl20	1	1	1	1	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl21	1	1	1	1	1	1	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl22	0	0	1	0	2	0	2	4	3	4	0	0	1	0	0	0	0	2	2
Hbl23	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl24	1	1	1	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl25	1	1	1	1	6	0	5	2	6	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4
Hbl26	0	0	1	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl27	1	1	1	1	1	0	4	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl28	0	0	1	1	3	1	4	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Summa	20	13	29	26	43	5	72	44	24	26	0	1	3	0	0	0	0	9	40

Kategori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
År 2000																			
Hbl1	1	1	1	1	1	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hbl2	1	1	1	1	1	1	3	3	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Hbl3	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl4	1	0	1	1	1	1	4	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Hbl5	1	1	1	1	3	2	0	2	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Hbl6	1	2	1	2	2	1	5	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2
Hbl7	1	0	1	1	2	2	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl8	1	1	1	1	1	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl9	1	0	1	1	1	1	3	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl10	1	0	1	0	2	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl11	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl12	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl13	1	0	1	1	1	1	2	3	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl14	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl15	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl16	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Hbl17	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl18	1	0	1	0	2	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl19	2	2	1	1	5	3	6	6	4	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Hbl20	1	0	1	1	2	2	5	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl21	1	1	1	1	1	1	6	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
Hbl22	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hbl23	0	0	1	1	1	1	2	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl24	1	1	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl25	0	0	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl26	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl27	0	0	1	0	1	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl28	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Summa	21	12	28	22	40	33	69	42	13	21	1	0	1	0	3	1	0	3	38

Kategori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
År 2005																			
Hbl1	1	1	1	1	1	1	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl2	1	1	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
Hbl3	1	0	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl4	1	0	1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl5	1	1	1	1	3	3	4	1	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	3
Hbl6	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
Hbl7	1	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hbl8	1	1	1	1	2	2	3	4	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Hbl9	1	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl10	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Hbl11	0	0	1	1	1	1	4	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl12	1	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl13	1	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
Hbl14	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl15	0	0	1	1	2	1	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl16	1	1	1	1	3	3	4	3	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	3
Hbl17	1	1	1	1	5	3	1	3	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Hbl18	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl19	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl20	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1
Hbl21	1	1	1	1	1	1	3	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1
Hbl22	1	1	1	1	1	1	3	4	0	3	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Hbl23	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl24	1	1	1	1	1	1	2	3	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl25	1	0	1	1	1	1	3	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl26	1	0	1	1	1	1	2	2	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
Hbl27	1	1	1	1	2	2	5	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Hbl28	1	1	1	1	1	1	6	2	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Summa	23	13	28	25	40	37	67	45	12	17	0	3	20	0	8	0	0	0	37

Kategori	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
År 2010																			
Hbl1	1	0	1	1	1	1	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl2	1	0	1	1	1	1	2	1	0	3	0	1	1	0	1	0	0	0	1
Hbl3	1	1	1	1	2	2	3	1	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	2
Hbl4	1	1	1	1	2	2	2	1	1	3	0	3	1	0	0	0	0	0	2
Hbl5	0	1	1	1	1	1	2	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1
Hbl6	0	0	1	1	1	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	2
Hbl7	1	0	1	1	1	1	2	4	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl8	1	0	1	1	1	1	3	1	0	0	0	3	1	0	1	0	0	0	1
Hbl9	1	0	1	1	2	2	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Hbl10	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Hbl11	1	1	1	1	2	2	4	3	1	2	0	3	1	0	0	0	0	0	2
Hbl12	1	0	1	0	1	1	2	0	0	1	0	4	1	0	1	0	0	0	1
Hbl13	0	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl14	1	0	1	1	1	1	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hbl15	1	0	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1
Hbl16	1	1	1	1	2	2	3	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Hbl17	1	0	1	1	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Hbl18	1	0	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Hbl19	1	0	1	1	1	1	3	2	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl20	1	0	1	1	3	3	2	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3
Hbl21	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
Hbl22	1	1	1	1	2	2	4	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
Hbl23	1	0	1	1	1	1	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Hbl24	1	1	1	1	1	1	2	1	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1
Hbl25	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Hbl26	1	0	1	1	2	1	0	4	0	3	1	0	1	0	0	0	0	0	2
Hbl27	1	0	1	1	2	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2
Hbl28	1	1	1	1	3	3	3	6	2	5	0	2	2	0	1	0	0	2	3
Summa	25	10	28	27	43	42	53	46	16	33	1	27	23	0	9	1	0	2	44