

JMG

Kandidatuppsats i journalistik

2024-01-04

Institutionen för journalistik,
medier och kommunikation

www.gu.se/jmg

Push it to the limit

Intermediala dagordningseffekter och homogenitet
i pushnotisernas nyhetsflöde.

Författare: Anna Bengtsson, Jacob Ohlsén & Sixten Ahlqvist Larsson

Handledare: Mathias Färdigh

Kursansvarig: Elena Johansson



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Abstract

Title: Push it to the limit

Authors: Anna Bengtsson, Jacob Ohlsén & Sixten Ahlqvist Larsson

Level: Bachelor's thesis in Journalism

Term: Fall 2023

Supervisor: Mathias Färdigh

Today, push notifications are arguably an essential part of regular people's daily news consumption. This could not have been said only a few years ago – the evolution has taken place under a short period of time, and will most likely continue in the future. In light of this increased importance, both academically and for every-day life, this thesis explores the intermedia agenda-setting and homogeneity within push notifications of the six largest media outlets in Sweden. Every push notification from Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen, Svenska Dagbladet, SR Ekot and SVT Nyheter between 20-26 November 2023 has been collected, and included in a content analysis. Results showed that the media outlets' push notifications show tendencies of intermedia agenda-setting effects when the topics of said push notifications are compared. Furthermore the media outlets show a great deal of homogeneity in their reporting, with 55 percent of the push notification dealing with the same, or similar, topics. Additionally, results showed a short time lag between when a push notification first is sent out and then followed up by another media outlet, often only within a few hours after the first publication. This, we believe, could be seen as a result of intermedia agenda-setting effects, in which the lag thoroughly has decreased when compared to earlier studies on traditional and analogue news publications.

Innehållsförteckning

1 Inledning	4
2 Bakgrund	5
3 Syfte och frågeställningar	7
4 Teori	8
4.1 Dagordningsteori.....	8
4.2 Intermedial dagordningsteori.....	9
4.3 Homogeniseringen av nyheter.....	10
5 Tidigare forskning	12
5.1 Intermediala dagordningseffekter i praktiken.....	12
5.2 Homogenisering i praktiken.....	13
5.3 Tidigare forskning om pushnotiser.....	14
5.3.1 Användandet av pushnotiser.....	14
5.3.2 Låsskärmen som nyhetsflöde.....	15
6 Metod och material	18
6.1 Metod.....	18
6.1.1 Kvantitativ innehållsanalys.....	18
6.1.2 Variabler.....	19
6.2 Material och urval.....	20
6.2.1 Medieurval.....	20
6.2.2 Appinställningar.....	22
6.4 Metoddiskussion.....	23
6.4.1 Validitet.....	23
6.4.2 Reliabilitet.....	25
6.4.3 Generaliserbarhet.....	26
7 Resultat och analys	28
7.1 Övergripande resultat.....	28
7.2 Påverkar nyhetsmedier varandras nyhetsrapportering genom pushnotiser?.....	32
7.3 Hur homogent är nyhetsflödet av pushnotiser?.....	38
7.4 Hur ser pushnotiser ut över tid i förhållande till intermediala dagordningseffekter och homogenitet?.....	41
8 Slutdiskussion	50
8.1 Slutsater och diskussion.....	50
8.2 Förslag på vidare forskning.....	52
9 Referenser	54
Bilaga 1: Kodbok	57

1 Inledning

Tiden då läsare väntade på morgondagens tidning för att veta vad som hänt det gångna dygnet är förbi. Produktionsvillkoren är förändrade och nyhetstempot har trappats upp. Det digitala medielandskapet har snabbt vuxit och utvidgats, och det har nu överträffat spridningen av papperstidningar (Internetstiftelsen, 2023). Denna övergång till det digitala har haft stor inverkan på hur nyheter konsumeras och distribueras.

En av de mer märkbara förändringarna är den ökade takten för nyhetsproduktionen. Tack vare internet och mobilteknologi har nyhetsrapportering blivit omedelbar. Istället för att invänta tidningen i brevlådan kan människor nu få tillgång till de senaste nyheterna när som helst, var som helst. Nyhetsrapporteringen är nu både snabbare och mer tillgänglig än någonsin, och nyhetsmedierna har fått en direktkanal till sina läsare (Ghersetti, 2019). Som en del av denna utveckling skickar nyhetsmedierna dagligen ut flertalet *pushnotiser* direkt till sina uppkopplade läsare. I och med detta, hur påverkar nyhetsmedierna varandra i vilka pushnotiser som skickas ut?

Målet med denna uppsats är därför att utforska nyhetsmediernas pushnotiser, särskilt om dessa medier skickar liknande pushnotiser som tidigare publicerats av andra redaktioner. När alla kan publicera samtidigt, obunden av tidigare skillnader i utgivningstider såsom morgon och kväll, tros även likheter i och påverkan på nyhetsrapporteringen stärkas.

Genom att genomföra en kvantitativ innehållsanalys av pushnotiser från de största nyhetsmedierna i Sverige strävar uppsatsen efter att få insikter om hur pushnotiserna formar nyhetsflödet i en mobiltelefon och hur nyhetsmedierna påverkar varandras val av ämnen i det digitala medielandskapet. I och med detta vill uppsatsen förstå om och hur medierna påverkar varandra i konkurrensen om att attrahera läsarens uppmärksamhet, och om detta i sin tur leder till att mediernas pushnotiser liknar varandra. Detta med utgångspunkt i teorierna om intermedialt dagordningssättande och homogeniseringen av nyhetsinnehåll.

2 Bakgrund

Pushnotiser är namnet på de aviseringar som nyhetsmedier skickar ut genom sina mobila applikationer. När en artikel skickas ut som en pushnotis kan det sägas att den *pushas*, vilket är det verb som fortsatt kommer att användas i denna uppsats. Notiserna kan tas emot på de flesta digitala enheter, oavsett om enheten används eller ej när pushnotisen skickas ut. Fenomenet är relativt nytt, då den första svenska nyhetsaviseringen skickades ut till mobiltelefoner 2009, och alla de största dagstidningarna hade infört funktionen så sent som 2016 (Ghersetti, 2019). Nu kan funktionen betraktas som en självklar del av nyhetsredaktionernas dagliga arbete, men ännu är många aspekter tämligen orörda av forskarvärlden.

De flesta svenska medier införde pushnotiser mellan 2009 och 2016 (Ghersetti, 2019), även om teknologin utvecklades tidigare än så. 1997 sägs vara det år där pushnotiser började utvecklas i större utsträckning (Lasica, 1997). Föregångare till detta fanns redan 1989, då användare kunde få notiser i sin telefon när en nyhet publicerades. Fenomenet kan även liknas vid nyhetsbrev i mejlkorgen som sammanfattade de viktigaste nyheterna (Lasica, 1997). Idag ses pushnotisen som en självklar del av vår nyhetskonsumtion, där den huvudsakligen inte bara innehåller sammanfattningar av nyheter, utan levererar nyheten direkt när en händelse sker.

Eftersom mobiltelefoner är just mobila, och även fungerar utan ström, ligger det i mobiltelefonens natur att alltid kunna ta emot meddelanden. Detta är den främsta anledningen till varför pushnotiser fungerar väl med smartphones (Fidalgo, 2009). Innan pushnotisen blev till det den är idag, visste man att mobiltelefoner skulle spela stor roll för mediekonsumtion. Hur detta skulle ske var dock inledningsvis mer oklart; skulle pushnotiserna utgöras av SMS, e-post eller tweets? Även om nyheter fortfarande förekommer i dessa medium kommer pushnotiser uteslutande från mediernas egna mobilappar. Principen med push-teknologi är visserligen densamma, att få läsarna att besöka sin sida utan att själva sökt upp den (Fidalgo, 2009).

Vad som är speciellt med dessa meddelanden, och det som gör dem märkbart olika jämfört med tidigare sätt att överföra information i allmänhet men nyheter i synnerhet, är att de skickas till användaren utan att denne aktivt har begärt dem (Ghersetti, 2019). Detta kallas ofta för "push" och "pull". Historiskt sett har distributionen av nyheter och information följt en "pull"-modell, där användaren själv aktivt behöver söka efter och hämta önskad information. Detta kräver att användaren tar initiativ genom att besöka webbplatser, söka i tidningar eller använda sökmotorer för att hitta relevanta nyheter. I kontrast till detta har det moderna tillvägagångssättet, implementerat genom pushnotiser, omvandlat distributionsdynamiken till en "push"-modell. Här skickas nyheter och meddelanden automatiskt till användaren utan att denne aktivt behöver söka efter dem. Detta skapar en mer proaktiv och omedelbar kommunikation, där användarna blir informerade om aktuella händelser och nyheter i realtid, oberoende av deras sökningar.

97 procent av Sveriges befolkning har tillgång till en smartphone. I och med detta är den smarta telefonen den mest använda medietekniken, framför både dator och TV (Nordicom,

2023). Det blir därför viktigt för medierna att nå ut på de ställen där deras publik befinner sig, vilket i det nuvarande medielandskapet innefattar pushnotiser till läsarnas smartphones. Läsare kan snabbt ta del av pågående händelser eller viktiga nyheter utan att själva aktivt behöva söka sig till en tidning – nyheterna kommer direkt till telefonens låsskärm. Pushnotiserna blir därmed en viktig del även av läsarnas nyhetskonsumtion. Den smarta telefonens låsskärm kan i och med detta ses som en egen nyhetskälla i sig, med ett personligt flöde som bestäms utifrån vilka nyhetsmedier användaren väljer att ta emot pushnotiser ifrån. Detta kan man bland annat se i samband med terrordådet 2017 på Drottninggatan i Stockholm. Under dådets första timme visade det sig att 15 procent av de tillfrågade fick kännedom om dådet via nyhetsmediernas pushnotiser. Sammanlagt vände sig även nio av tio personer till dagstidningar på internet, då de enklast kunde uppdatera sina hemsidor vid eventuella utvecklingar. Pushnotiser och mediernas realtidsuppdaterade hemsidor visade sig vara bra verktyg för att sprida information snabbt, samtidigt som det visade sig finnas nackdelar. Under eftermiddagen efter terrorattentatet publicerade Dagens Nyheter felaktiga uppgifter gällande en skottlossning på Fridhemsplan, något Dagens Nyheter även skickade ut som pushnotis. Kort inpå följde flera medier efter och hänvisade till Dagens Nyheter i sina egna pushnotiser om skottlossningen (Johansson & Truedsson, 2018).

Eftersom nyhetsmedierna har möjligheten att skicka ut pushnotiser när som helst under dagen, har också nyhetsdygnet förlängts. Tidigare var nyhetskonsumtionen tätt sammanlänkat med tider på dygnet, morgontidningar som kom ut på morgonen och kvällstidningar som kom ut på kvällen. Även om olika typer av tidningar fortfarande har kvar samma kulturella stämpel, kan man inte på samma sätt hävda att deras kännetecken är vilket klockslag de ges ut. Även om det finns ett visst mönster bakom när medier pushar ut nyheter är processen bakom en publicering av en nyhet mindre tidsbunden. Medierna försöker bryta sig in i läsarnas "checking cycles", alltså när en person rutinmässigt går in på sin telefon och kollar vad som har hänt medan hen varit borta (Wheatley & Ferrer-Conill 2021).

På grund av detta har redaktionerna inte bara *en* deadline att förhålla sig till; när tidningen går i tryck eller när sändningen börjar. Som tidigare nämnts blir nyhetstempot högre och journalister måste ständigt ta ställning till det överflöd av information som når dem. All information som når redaktionen skrivs inte om, och alla artiklar som skrivs kommer inte att skickas ut som pushnotis. Så vad avgör om en nyhet kommer att pushas, har det betydelse om en annan redaktion pushat på denna nyhet tidigare? Och blir flödet av pushnotiser från flera olika medier en mängd av likadana nyheter?

3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är således att skapa en större förståelse för nyhetsmediernas pushnotiser och hur de förhåller sig till, eller påverkar, varandra. Detta för att förstå hur det nya nyhetsflödet i mobilens notiscenter ser ut, och hur medierna påverkas av varandra i kampen om läsarnas uppmärksamhet. Sedermera avser uppsatsen att bidra med insikt om vad effekterna av detta får för implikationer för det nuvarande medielandskapet och tillgången till ett diversifierat nyhetsflöde. Frågeställningarna som uppsatsen kommer att besvara är därför följande:

1. Påverkar nyhetsmedier varandras nyhetsrapportering genom pushnotiser?
2. Hur homogent är nyhetsflödet av pushnotiser?
3. Hur ser pushnotiser ut över tid i förhållande till intermediala dagordningseffekter och homogenitet?

4 Teori

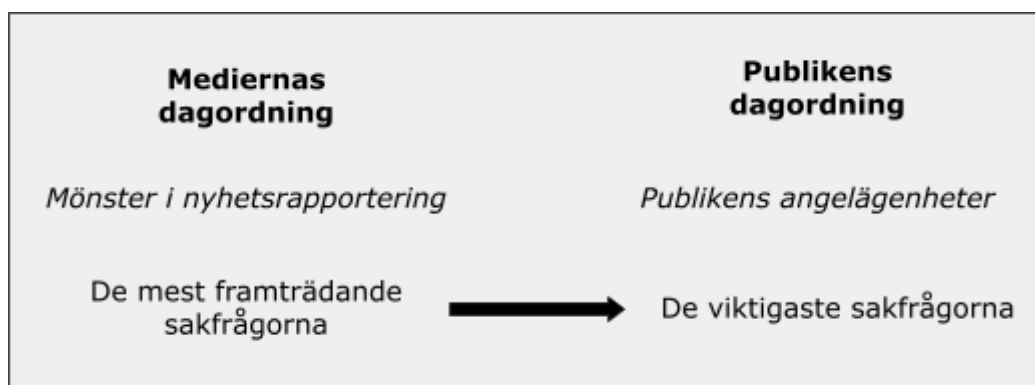
För att förstå hur medierna, genom sina pushnotiser, relaterar till och påverkar varandra finns givetvis olika potentiella teoretiska utgångspunkter. Utifrån syftet för denna uppsats appliceras den intermediala dagordningsteorin med anledning av hur den förklarar nyhetsmediernas påverkan på vilka sakfrågor som lyfts i andra mediers nyhetsinnehåll. Därtill lyfts ytterligare en teoretisk förgrening, homogeniseringen av nyhetsrapporteringen, som dels kan förstås som en produkt av intermediala dagordningseffekter, dels som en konsekvens av digitalisering, konkurrens och informationsöverflöd i medielandskapet. Teorierna i fråga är i sig själva inga teoribildningar kring just pushnotiser, utan har sina utgångspunkter i traditionellt, om än både analogt och digitalt, nyhetsinnehåll. Men i brist på teoretiska förståelser för pushnotiser som en ny form av nyhetsinnehåll appliceras, och prövas, dessa teorier på det nya medielandskapet. Kapitlet inleds följaktligen med en redogörelse för grundteorin, dagordningsteorin, följt av en fördjupning av resonemangen kring intermedial dagordningsteori och homogeniseringen av nyhetsinnehåll.

4.1 Dagordningsteorin

För att förstå det sätt intermedial dagordningsteori beskriver hur medier påverkar andra medier, krävs alltså först en förståelse för varifrån teorin utvecklats. McCombs och Shaws (1972) inledande fallstudie på valkampanjen i Chapel Hill har resulterat i en av de mest genomstuderade teorierna inom journalistikforskning (McCombs 2014), *agenda setting theory*, som på svenska fått namnet dagordningsteorin. Genom att jämföra vad väljare ansåg vara viktiga sakfrågor med vad medierna rapporterade om, såg McCombs och Shaw att det fanns en korrelation mellan vad som stod på väljarnas och mediernas dagordning. Deras slutsats är att medier lyfter vissa sakfrågor medan andra tonas ned, och det är de sakfrågor som är mest framträdande i medierna som människor anser vara viktigast.

I sin enklaste form kan teorin förstås genom följande kausala modell:

Figur 4.1 Modell över dagordningsteorin



Kommentar: Modellen är hämtad och översatt från McCombs (2014, s. 5).

Dagordningsteorin har dock med tiden applicerats på andra länder och i andra kontexter. McCombs (2014) redogör även för hur teorin numer förstås utifrån två nivåer. Den första nivån berör hur framträdande sakfrågor är, likt modellen ovan. Den andra nivån studerar de

attribut som dessa sakfrågor (eller aktörer, politiska kampanjer, m.fl) tillskrivs i medierna, och i sin tur hur framträdande dessa attribut ses vara i relation till sakfrågan eller aktören.

Annan forskning har istället försökt förklara orsakerna till att vissa sakfrågor i det första skedet blir just framträdande i medierna. McCombs (2014) förklarar det som att mediernas dagordningar tidigare setts som en oberoende variabeln; inom detta fält förstås de som den beroende. Medierna verkar inte i ett vakuum, utan influeras av utomstående dagordningar vilket i sin tur påverkar nyhetsurvalet. Sådana dagordningar kan vanligen komma från politiska kampanjer, organisationer, PR och intressegrupper, men även andra medier (McCombs, 2014). Teoribildningen kring det senare kallas *intermedia agenda setting*, intermedialt dagordningssättande. McCombs liknar detta vid en löks olika lager, där den innersta kärnan är mediets dagordning. Närmast påverkan på denna dagordning är normer inom nyhetsproduktionen; medielogiken. Nästa lager utgör andra medier, följt av det yttersta lagret; nyhetskällor (exempelvis politiker). Ett visst mediums dagordningar är således inte hämtade ur tomma intet, utan infinner sig efter påverkan från utomstående aktörer. Utifrån denna uppsats syfte är lagret med andra medier, det intermediala dagordningssättandet, i fokus.

4.2 Intermedial dagordningsteori

Intermedialt dagordningssättande har länge haft sin grund i idén om att det finns så kallade "elitmedier". Dessa är framstående nyhetsmedier med gott rykte vars anseende möjliggör att de påverkar andra, mindre inflytelserika medier i vilka sakfrågor som hamnar i nyhetsurvalet. I USA har *New York Times* länge setts som en sådan elit med stort inflytande (Dearing & Rogers, 1996). Resultatet är att det som står på tidningens förstasida i sig innebär att det är en viktig nyhet. Men studier världen över har även kunnat identifiera att intermediala dagordningseffekter förekommer mellan nyhetsbyråer och nyhetsmedier, samt mellan icke-elitmedier och andra icke-elitmedier (McCombs, 2014). Dearing och Rogers (1996, s.33) förstår varför intermediala dagordningseffekter äger rum som följande: "journalister arbetar i en speciell typ av miljö, utan särskilt mycket kontakt med sin publik. Därför får de en uppfattning om hur prioriterad en sakfråga är från andra medier".

Samtidigt som den intermediala dagordningsteorin kan ses som en underkategori till den grundläggande dagordningsteorin, finns det noterbara skillnader att uppmärksamma. Exempelvis antas att överförandet av en sakfråga från ett nyhetsmedium till ett annat inte är en process identisk med överförandet av en sakfråga till publiken (Vliegenthart & Walgrave, 2008). I grunden menar dagordningsteorin att nyhetsmedier får publiken att *tänka* vad som är viktigt. Intermedial dagordningsteori förutsätter även detta, men även att medier *agerar* på detta. Skillnaden är således att det här rör sig om en medveten handling, snarare än en omedveten process (Vliegenthart & Walgrave, 2008).

Vliegenthart och Walgrave (2008) identifierar därför fem faktorer till intermediala dagordningseffekter, baserat på problematiseringen ovan, på tidigare forskning, tillika forskningsluckor inom fältet intermedial dagordningsteori. Dessa presenteras som följande:

1. Direkta intermediala dagordningseffekter med kort fördröjning är större än långsiktiga effekter.

2. Dagstidningar styr tv-nyheter mer än tvärtom.
3. Mer inom-språkligt intermedialt dagordningssättande än utom-språkligt intermedialt dagordningssättande.
4. Intermediala dagordningseffekter är större för endogena än för exogena sakfrågor, men uppmärksamheten för endogena sakfrågor divergerar mer mellan nyhetskällor.
5. Det intermediala dagordningssättandet är mindre under valkampanjen än annars, men det är mer konvergens bland dagordningar under valkampanjen.

Vliegenthart och Walgrave (2008) resonerar dock kring att materialet de själva studerar är innan onlinejournalistik blev en given del av mediernas arbete. Deras förslag är att framtida studier analyserar det intermediala dagordningssättandet under kortare tidsspann, utifrån flera faktorer under en och samma dag. Utifrån syftet för denna studie kommer därför tendenser till intermediala dagordningseffekter undersökas; finns spår av dessa effekter bland de snabba pushnotiserna, obundna till klassiska publiceringstider? Möjligheten är således att det finns indikatorer på att Vliegenthart och Walgraves faktorer kan behöva uppdateras.

4.3 Homogeniseringen av nyheter

I kontexten av nyheter kan begreppet homogenisering förstås som “den grad olika medier fokuserar på samma nyheter under en given nyhetscykel” (Boczkowski & de Santos, 2007, s. 168). Detta är något som länge setts som en central effekt av det intermediala dagordningssättandet, något som enligt McCombs (2014, s. 130) leder till en “högst överflödiga nyhetsdagordning”. Detta uppenbaras bland annat i att det visat sig finnas en stark korrelation mellan de sakfrågor som medier med samma bevakningsområde rapporterar om. McCombs förstår detta som ett resultat av journalistiska normer, där strävan efter att rapportera om dagens viktigaste händelser resulterar i att olika medier får ett snarlikt nyhetsurval. Samtidigt är det för journalister ett sätt att stärka den egna rapporteringens validitet (McCombs, 2014).

Effekten av detta, homogeniseringen av sakfrågor, är heller inte bara avgränsad till sakfrågan i sig, utan även i vilken omfattning, och under hur lång tid en sakfråga tar plats i medierna. Detta exemplifierar Dearing och Rogers (1996) med rapporteringen av svältkatastrofen i Etiopien under 1980-talet i USA. Både nyhetskanaler och dagstidningar lyfte initialt sakfrågan på dagordningen samtidigt, ägnade därefter ungefär lika stort fokus till den, för att därefter trappa ner på rapporteringen i ungefär lika snabb takt.

Även andra teoretiker, som inte uttryckligen befinner sig inom fältet för intermedial dagordningsteori, ägnar sig åt att beskriva homogeniseringen. Bourdieu (2001) menar att homogeniseringen kan förstås som en konsekvens av att nyhetsmedier konkurrerar med varandra på den fria marknaden. För att inte hamna efter sina konkurrenter i rapporteringen av viktiga nyheter blir effekten att nyhetsurvalet liknar varandras. Likt McCombs (2014) och Dearing och Rogers (1996) uppmärksammar Bourdieu också att journalister verkar i en egen miljö, med särskilda “glasögon” som inbegriper att man ser världen som andra journalister ser den. Ingen utom journalister konsumerar dagligen så mycket nyheter från olika medier, konstaterar han, med devisen “för att veta vad man ska säga, behöver man veta vad andra sagt” (Bourdieu, 2001, s. 250). Detta spel i att spegla, och försöka trumfa, varandra hävdar

Bourdieu är något som för läsaren eller tittaren inte går att se, men på redaktionen är en given och viktig del i nyhetsarbetet. Att vara snabb och vara först, publicera ett *scoop* före konkurrenten, allt detta är en del av journalisternas tänk. Samtidigt fungerar (särskilt tv-nyheternas) tittarsiffror som ett mått på ett bra utfört arbete, och det är detta som journalister och redaktioner förhåller sig till i konkurrens med andra (Bourdieu, 2001). Bourdieu redogör dock för hur journalistiskt arbete såg ut innan internet blev en självklar publiceringsplattform och ett lika givet verktyg för att ta till sig information. Vad detta har för implikationer på journalistiken idag, där allt går att mäta, och där konkurrenternas nyheter tar an formen av pushnotiser direkt i mobilen, är därför något som denna uppsats avser att bidra med förståelse till.

Boczkowski (2010) menar att digitaliseringen av journalistiken har haft just en sådan effekt – homogeniseringen och efterliknelsen av konkurrenters nyheter har ökat på grund av de nya möjligheterna att snabbt hålla sig uppdaterad. I en fallstudie av Argentinas största dagstidning och dess satsning på onlinejournalistik under 00-talet fann Boczkowski att nyhetsflödet plötsligt förändrats; nu publicerades nyheter oavsett tid på dygnet, särskilt under arbetstid då människor tidigare inte tagit del av nyheter. Redaktionen i fråga menade att breaking-nyheter, med uppdateringar och uppföljningar, var det som fick läsarna att återkomma till sajten under dagen. Redaktionen delades upp mellan en egen breaking-redaktion och en feature-redaktion. Att snabba på nyhetsflödet och öka volymen av publicerade nyheter gav en oväntad bieffekt, att man till en högre grad än förr övervakade konkurrenternas nyheter, och därmed imiterade dem. Samtidigt ökade sannolikheten för att publicera en nyhet om en konkurrent redan skrivit om den, vilket sammantaget ökade graden av homogenisering (Boczkowski, 2010). Viktigt att notera är att detta var i internets begynnelse: pushnotiserna, som då inte hade etablerats, kan därför tänkas ha snabbat på nyhetsflödet ytterligare, om än förenklat möjligheten att övervaka och imitera nyheter som publiceras av andra medier. Denna uppsats kommer därför likväl undersöka hur homogena pushnotiserna är i dagens nyhetslandskap.

5 Tidigare forskning

I detta kapitel presenteras forskningsområdet på ett övergripande plan, uppdelat på tre delkapitel. De första två berör forskning inom de teoretiska utgångspunkterna, det tredje om pushnotiser i sig och hur dessa har studerats tidigare.

5.1 Intermediala dagordningseffekter i praktiken

Vliegenthart och Walgrave (2008) analyserar, i en av få storskaliga undersökningar av intermedial dagordningsteori, nio belgiska medier under åtta år, utifrån fem olika faktorer (som beskrivits tidigare i kapitel 4). Urvalet utgjordes dock av nyhetsinnehåll från 1990-talet och kan därför anses vara något utdaterat sett till syftet för denna uppsats. Ändå ger den indikationer på hur intermedialt dagordningssättande fungerar i praktiken, vars teoretiska utgångspunkt kan tänkas stämma i nuvarande medielandskap.

Vliegenthart och Walgraves (2008) syfte är att testa de faktorer som kan tänkas förklara intermedialt dagordningssättande. Den kvantitativa innehållsanalysen visar att de fem faktorerna, tillika hypoteserna, tycks stämma. Bland annat visar Vliegenthart och Walgrave (2008) att intermediala dagordningseffekterna bara är något större för endogena än exogena sakfrågor, medan divergensen hos endogena var större än för exogena.

Dagordningseffekterna är mindre under valtider än under det rutinmässiga arbetet, medan mediekonvergensen är större under valtider. Det har dock visat sig finnas en viss grad av intermediala dagordningseffekter under valtider, även om detta kan tänkas vara mindre än under vanliga, rutinmässiga nyhetsperioder (Vonbun m.fl, 2015). Vidare tycks intermedialt dagordningssättande vara starkast när fördröjningen ligger på en dag (Vliegenthart & Walgrave, 2008). Dagstidningar påverkar tv-nyheterna, men dagstidningarnas påverkan på andra dagstidningar är desto mindre. Författarna tolkar resultatet som att dagens nyheter i tidningarna sedermera blir dagens tv-nyheter (Vliegenthart & Walgrave, 2008). Att notera är att denna temporala fördröjning på grund av produktionsvillkor inte är lika relevant i det digitala medielandskapet, och applicerat på pushnotiser kan denna faktor tänkas att inte vara lika stark.

Nyhetsmediernas förflyttning till att i allt väsentligare grad bli onlinebaserade verkar även ha konsekvenser för maktförhållandet gällande vilka medier som påverkar vilka. Tidigare forskning har visat att nyhetsbyråer har det större inflytandet på dagspressen. Men i det digitala medielandskapet där nyhetstempot är högt, tycks distinktionen i påverkansgrad vara förändrad. Tvärtom tycks alltså dagstidningarna ha lika stort inflytande på nyhetsbyråer i det digitala landskapet (Lim, 2006; Vargo & Guo, 2017). Även om nyhetsbyråer fortfarande har inflytande över dagstidningar, är detta inflytande nu ömsesidigt. Att onlinebaserade nyheter förändrar maktförhållandet i vilka som för dagordningen har även stöd i annan forskning (Vonbun m.fl, 2015). Inflytelsrika medier tycks även kunna styra dagordningen internationellt sett, där exempelvis en egyptisk dagstidning kan ha inflytande över rapporteringen om Egypten i USA. Inte heller här finns det stöd för att det rör sig om *ett* elitmedium, utan dagordningssättandet är ömsesidigt medier emellan (Mohammed & McCombs, 2021). Det finns även stöd för att idén om elitmedier som styr andra mediers dagordning är så gott som uppluckrad, där nya, onlinebaserade och även politiskt vinklade

nyhetsmedier har lika stor inflytelserika på elitmedier som det motsatta förhållandet (Vargo & Guo, 2017).

Ytterligare förståelse för hur intermedialt dagordningssättande fungerar återfinns i Lim (2011). I en undersökning av tre inflytelserika nyhetsmedier i USA identifierar Lim (2011) tre huvudsakliga handlingsalternativ för andra nyhetsmedier att överväga: ignorera, följa eller uppdatera den nyheten i fråga. När nyhetsmedier väljer att följa upp en nyhet, tenderar de ofta att använda liknande rubriker, inledningar, källor och sammanhang som deras konkurrenter har använt i sina tidigare rapporteringar. När en redan publicerad text uppdateras tenderar nyhetsmedierna att använda ett annat typ av språkbruk jämfört med konkurrenten. Å andra sidan finns det en övervägande tendens att nyhetsmedier väljer att ignorera och inte följa upp en nyhet. Denna dominans av "ignorera"-responsen kan förklaras genom två väsentliga faktorer: journalisternas selektiva uppmärksamhet och de etablerade rutiner som styr nyhetsredaktionens arbete (Lim, 2011). Värt att nämna är att det inte i dessa fall handlar om pågående händelse, en så kallad "breaking"-nyhet. Trots att detta inte handlar om pushnotiser kan man alltså tänkas se tendenser i hur nyhetsmedier agerar när ett annat medium rapporterar om en nyhet. Nyhetsredaktionerna tar ett beslut när en annan redaktion skickar ut en pushnotis. Ska de följa efter eller ignorera? Lim (2013) har även påvisat att stora, inflytelserika onlinemedier i Sydkorea influerar vad andra, mindre medier har för rubriker. Det som ett medium skriver om påverkar alltså även vad för rubriksättning andra medier har. Men även här tycks förhållandet vara ömsesidigt: mindre medier kan även påverka större medier. Detta kan även tänkas ses i relation till pushnotiser, som även dessa är nyhetstext i mindre format likt en rubrik. Alltså, intermedial dagordningsteori kan tänkas ha en inverkan på nyhetsinnehållet i pushnotiserna. Någon leder, de andra följer, vilket i sin tur kan ha implikationer för homogenisering av innehållet.

5.2 Homogenisering i praktiken

Sett till homogeniseringen av nyhetsinnehåll visar Boczkowski och de Santos (2007) tidiga undersökning av graden av homogenisering i argentinsk nyhetsmedia att detta ökar i och med digitaliseringen och tekniska förändringar på redaktionen. Vid 2005 var runt 50 procent av innehållet i de största argentinska dagstidningarna likartat, både sett till print och online.

Men sett till homogeniteten över ett ännu längre tidsspann, finner en belgisk studie inga empiriska bevis för att andelen likartat innehåll har ökat (Beckers m.fl., 2019). Istället var, åtminstone i belgisk (flamländsk) media, homogeniteten som störst det första året man undersökte, 1983, och innehållet var mer diversifierat 2013. De tendenser som istället visar sig är att 1) medier med liknande profil är mer lika än andra och att 2) medier inom samma koncern är mer lika. Här bör dock Beckers m.fl (2019) urval tas i beaktning. Då man studerar alla nyhetstexter under en vecka med 10 års mellanrum, och i ett annat europeiskt land, kan det vara befogat att tro att detta inte nödvändigtvis går att generaliseras till svenska mediers pushnotiser. Detsamma gäller även i fallet med Boczkowski och de Santos (2007), där olika medielandskap, graden av digitalisering, och typen av analysenhet (nyhetsartikel eller pushnotis) kan tänka sig ge olika utfall i studierna.

Annan forskning undersöker dock homogeniseringen från ett annat perspektiv, som en konsekvens av intermedial dagordningsteori. Vargo och Guos (2017) *big data*-analys av allt onlinebaserat nyhetsinnehåll i USA under ett år visar på att innehållet i stort sett är högst homogent och påverkan på andra mediers sakfrågor är ömsesidig, oavsett typ av medium. Genom att undersöka vilka nyheter som placeras högst på sajterna för de fyra största nyhetsmedierna i USA, finner Lim (2010) att drygt 30 procent av innehållet är detsamma. Detta alltså både sett till placering, och vad rubriken innehåller. Lim (2010) ser alltså homogeniseringen, eller konvergensen av nyhetsinnehåll, som något som inte bara består av *vilken nyhet* som är detsamma, utan även *hur* denna nyhet presenteras på webben. Återigen rör det sig inte uttryckligen om pushnotiser, men sättet att se på homogenitet och överföring av sakfrågor mellan medier liknar det sätt som pushnotiser fungerar; det är i högsta grad en framträdande nyhet av mediernas annars närmast outtömliga nyhetsinnehåll.

5.3 Tidigare forskning om pushnotiser

Trots att pushnotiser tycks ha en allt viktigare roll i dagens journalistiska arbete tillika nyhetskonsumention, är fenomenet tämligen outforskat i den akademiska världen (Wheatley & Ferrer-Conill, 2021). I huvudsak har pushnotiser studerats utifrån ett användarperspektiv; vad användare tycker om, gör med, hur de uppfattar eller påverkas av pushnotiser (Gavilan m.fl., 2020; Barnes m.fl., 2023). Studier som undersöker vad de innehåller, eller mer specifikt hur de relaterar till varandra, är i princip frånvarande inom akademien. Följande del behandlar därför pushnotiser utifrån de perspektiv som ändå kan ses som relevanta för denna uppsats; hur vanligt förekommande de är, vad de används till, men framförallt vad de har för syfte.

5.3.1 Användandet av pushnotiser

Ghersettis (2019) rapport för svenska Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) visar att 40 procent av svenskarna använder pushnotiser från nyhetsmedier på daglig basis. Av dessa är det endast nio procent som aldrig klickar vidare på en pushnotis. Man kan alltså se att de som nås av pushnotiserna i Sverige i en relativt stor utsträckning interagerar med dem, vilket kan tänkas ge stöd för notisernas betydelse, både för nyhetsmediernas möjlighet att nå ut med nyheter, men också för användarnas möjlighet att få tag på dem. Nyhetsanvändare kan få tag på nyheterna utan att själva aktivt behöva söka upp dem.

Gavilan m.fl. (2020) förstår det som att pushnotiser är ett sätt för nyhetsmedier att knyta starkare band till sina läsare, genom att utnyttja att användningen av den smarta telefonen blivit central i folks vardag.

“Mobiltelefonens alltmer utbredda användning i kombination med användningen av appar möjliggör för nyhetsmedier att etablera en ny form av relation med läsaren. Mobilappar erbjuder en direkt och nära kommunikationskanal med läsarna, men den centrala teknologiska möjliggöraren för läsarnas interaktion är pushnotiser.” (Gavilan m.fl., 2020, s.6)

Sättet på vilket pushnotiser används involverar inte bara en passiv konsumtion av nyhetsinnehållet, där nyheterna enbart blir lästa. Istället förväntas användaren aktivt engagera sig med varje pushnotis, genom att framkalla reaktioner, föreställningar, känslor eller på

annat sätt bearbeta den information som presenteras (Gavilan m.fl., 2020). Det handlar om att skapa en djupare interaktion med användarens tankar och känslor och blir mer än en enkel spridning av nyheter.

Men den främsta anledningen till att personer använder sig av pushnotiser är för att hålla sig informerade om ämnen som är relevanta för deras personliga intressen (Newman, 2016). Hälften av respondenterna i Newmans studie uttrycker också en önskan att vara tidigt informerade om så kallade breaking-nyheter. Det finns en rädsla för att potentiellt missa någonting viktigt som kan påverka en själv eller personer i ens närhet. Breaking-nyheter är den viktigaste typen av pushnotiser som används, och den typen av pushnotiser som uppskattas mest av användarna. Detta beror delvis på att en betydande andel av aviseringarna är just sådana, men även för att folk generellt sett är beredda att vänta med att ta del av mindre tidskänsliga nyheter (Newman, 2016). Dessa kan konsumeras vid vilket tillfälle som helst och därför kan läsare anse dem som mindre angelägna då de skickas ut som pushnotis. Därför kan det tyckas viktigt för redaktionerna att vara snabba med att följa efter då en annan redaktion skickar ut en pushnotis gällande en pågående händelse, annars riskerar de att missa att få trafik till sin sajt då läsarna kommer att gå till den tidning som skickade ut pushnotisen tidigare, förutsatt att man tar emot pushnotiser från flera nyhetsmedier.

Pushnotisers språk påverkar användarnas benägenhet att klicka på dem, där ett livfullt och detaljerat språk ökar klickfrekvensen (Gavilan m.fl., 2020). Trots initial motsägelse med Newman (2016), som betonar att en mer innehållsrik pushnotis kan anses innehålla tillräckligt med information i sig, kan båda perspektiven ses som liknande. Newman (2016) understryker att användare föredrar intresseväckande pushnotiser. Det livliga språket syftar alltså inte bara till information utan också till engagerande kommunikation.

5.3.2 Låsskärmen som nyhetsflöde

I en av få studier som undersöker publiceringar av pushnotiser, här hos 34 medier i Västeuropa, visar Wheatley och Ferrer-Conill (2021) på att mediernas pushnotiser går i cykler under dagen, alltså att det finns mönster i hur de publicerar sina pushnotiser. Det tycks dock saknas fasta regler sett till hur många pushnotiser de undersökta medierna skickar ut varje dag, då detta varierade kraftigt. Vissa av de undersökta medierna visar sig även öka sin aktivitet under helgerna. Wheatley och Ferrer-Conill ser detta som ett försök att kapitalisera på läsarnas lediga tid. Därtill tycks medierna matcha läsarnas dagsrutiner; pushnotiser skickas vanligtvis ut på morgonen, lunchtid och under kvällen. Det finns dock inga empiriska bevis på huruvida detta är ett strategiskt val på mediernas sida eller om det handlar om slumpmässiga utskick (Wheatley & Ferrer-Conill, 2021).

Många av användarna anser att pushnotisen i sig ofta ger tillräckligt med information om en nyhetshändelse (Newman, 2016). De anser att de har koll på det mest betydande i en nyhet bara genom att ha läst pushnotisen i sin telefon. Trots detta är det flera av de andra respondenterna som anser att pushnotisen fungerar som en mindre inblick i en händelse och ger läsarna en uppmaning att klicka vidare på notisen för att komma in på nyhetsmediets sajt och läsa mer. Utifrån detta klickar användarna på ungefär hälften (44 procent) av alla pushnotiser för att få ytterligare information från nyhetsmediet. Drivande för om en pushnotis

blir klickad på eller inte är ifall den är intresseväckande för personen i fråga (Newman, 2016). Därför blir det som Gavilan m.fl (2020) redogör för, språkbruket i pushnotiserna, mycket viktigt. Nyhetsmedierna vill båda nå ut med en nyhet, få den läst och få interaktion från sina läsare, och pushnotiser är idag det mest effektiva sättet för att fånga in dessa tre aspekter i en och samma handling. I och med detta kan också låsskärmens pushnotiser bli en viktig källa för nyhetsinformation för vissa, och gör även att medierna är måna om att skicka ut en pushnotis ifall de vill få en artikel läst av många.

Även om låsskärmen i sig inte ses som det huvudsakliga nyhetsflödet, är det åtminstone tätt sammankopplat med den övriga nyhetskonsumtionen. Sättet som människor använder sig av nyheter i sin vardag har ändrats på grund av pushnotiser, och mobila nyheter i allmänhet (Jomini-Stroud, mfl., 2019). Pushnotiser har även visat sig öka det allmänna nyhetsanvändandet för de som har de påslagna, vilket kan tyda på att pushnotiser agerar som "reklam" för nyhetsmedierna. Däremot har pushnotiser ingen inverkan på människors inläring och generella allmänbildning (Jomini-Stroud, mfl., 2019). De som inte får pushnotiser skickade till sig lär sig alltså inte mindre än de som får det. Tydligast märkbart är detta under större nyhetshändelser, eller breaking-nyheter, då dessa nyheter oavsett har en tendens att nå ut.

Enligt Newman (2016) har The New York Times (NYT) redaktion sammanställt ett specifikt team som fokuserar på att skapa, och schemalägga, pushnotiser så att dessa inte stör användarna. De har kunnat se att det är många av användarna som bara interagerar med NYT när de skickar ut en pushnotis (Newman, 2016). Pushnotiser har alltså blivit väldigt viktiga för att nyhetsmedierna ska få in läsaren till sin sajt. Utifrån detta pratar Newman (2016) även om att låsskärmen blivit som en typ av "gateway" till innehållet i telefonen, där nyhetsmediernas pushnotiser kan ses som lika viktiga för att få ut information från nyhetsmedier som sociala medier har blivit. Enligt Newman (2016) finns dock en stor risk att den ökade mängden av pushnotiser kan leda till en motreaktion i framtiden, då användare får ta del av så mycket olika typer av notiser från flera olika appar, inte bara från nyhetsmedierna. Nyhetsmediernas pushnotiser konkurrerar alltså inte endast med varandra utan även med resterande pushnotiser, från exempelvis sociala medier.

Mäkelä m.fl. (2019) förstår pushnotiser på ett liknande sätt som Newman (2016), och menar dels att pushnotiser är självständiga meddelanden, dels att de fungerar som lockbete för läsaren att klicka sig vidare till den faktiska artikeln. Genom en intervjustudie gällande användares egen medieanvändning kopplat till pushnotiser, finner man att pushnotiser är uppskattade, men även kan visa på motsatsen beroende på vilken tidpunkt de pushas. En av intervjupersonerna frågar sig: "*Varför skulle jag behöva få reda på den här hemska saken på en fredagskväll?*" (Mäkelä m.fl., 2019, s. 78). Vissa intervjupersoner hade också pushnotiser påslagna hos flera nyhetsmedier och fann att de som skickade ut minst antal notiser var mest uppskattade. Även tidsbrist var en anledning till varför pushnotiser uppskattades, läsarna har helt enkelt inte tid för att aktivt söka upp nyheter (Mäkelä m.fl. 2019). På så sätt kan man argumentera för att pushnotiserna fungerar som enkom nyhetskälla i sig för dessa användare.

När pushnotiser förstås som informationsbärande, självständiga meddelanden och nyhetskällor, tycks alltså även mobilens låsskärm vara ett nyhetsflöde i sig. Som både

Newman (2016) och Mäkelä m.fl. (2019) visar, uppfattar användare att de får till sig både oönskad och önskad information i notiserna. Kopplat till diskussionen om dagordningsteorin tycks alltså sakfrågor kunna nå användare även på detta sätt. I syftet för denna uppsats utvidgas därför förståelsen för var användare tar del av de sakfrågor som är av stor betydelse, där just pushnotiser fyller en viktig funktion för användare att hålla sig uppdaterad på viktiga nyhetshändelser (Ghersetti, 2019; Newman, 2016). Implikationen är således även att intermediala dagordningseffekter äger rum på låsskärmen. Likt hur förstasidan på elitmedier som *New York Times* ansetts vägleda andra medier till vad de viktigaste sakfrågor är just nu (McCombs, 2014), tycks exempelvis *New York Times* pushnotiser kunna uppfylla samma funktion för andra medier. Idag behöver inte nyhetsmedierna vänta till dagen därpå för att följa en konkurrents nyhet, detta kan ske i nuet. På samma sätt kan man tänkas bilda en förståelse för vilka nyheter som är viktiga i nuet genom att ta del av andra nyhetsmediums pushnotiser, och därför bör även homogeniseringen komma till uttryck i pushnotiserna.

6 Metod och material

I detta kapitel presenteras valet av metod, material samt operationaliseringar. Vidare presenteras urvalet och ett resonemang kring studiens validitet, reliabilitet och generaliserbarhet. I den mån det är möjligt grundar sig de metodologiska valen i teori och tidigare forskning, i brist på detta bygger operationaliseringen på andra väl avvägda metodologiska principer.

6.1 Metod

För att besvara uppsatsen frågeställningar används en kvantitativ innehållsanalys där materialet utgörs av pushnotiser från de sex största nyhetsmedierna i Sverige. Den valda populationen är alltså dagstidningarna *Aftonbladet*, *Dagens Nyheter*, *Svenska Dagbladet*, och *Expressen*, samt de två public service-bolagen Sveriges Television och Sveriges Radios nyhetsredaktioner; *SVT Nyheter* respektive *Ekot*. Detta görs genom att under en veckas tid samla in pushnotiserna dessa medier skickat ut genom sina mobilapplikationer. Insamlingen av materialet sker under vecka 47, 20-26 november, 2023. Efter insamlingen kodas och analyseras materialet med programmet SPSS i enlighet med en kodbok och tillhörande kodinstruktioner (se bilaga 1). Kodningen har delats upp mellan tre kodare fördelat på de sju dagarna. Nedan följer en vidare motivering av metodvalet och operationaliseringen.

6.1.1 Kvantitativ innehållsanalys

Den kvantitativa innehållsanalysen är den metod som bäst lämpar sig för uppsatsens syfte och frågeställningar. Metoden används främst för att undersöka frekvensen av ett visst fenomen och har stora volymer material (Esaiasson m.fl, 2017). Detta stämmer väl in på både det insamlade materialet, pushnotiserna, i denna undersökning, och vad uppsatsen avser att göra. Metoden syftar främst till att kvantifiera innehållet man studerar (Karlsson & Johansson, 2019). Detta gör att det finns stor möjlighet att jämföra material över tid, och i detta fallet mellan flera olika medier.

Uppsatsens två första frågeställningar: 1) "Påverkar nyhetsmedier varandras nyhetsrapportering genom pushnotiser?" och 2) "Hur homogent är nyhetsflödet av pushnotiser?" berör båda frekvenser och kan därför mätas väl med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys. Metoden används här även till att jämföra och undersöka pushnotiser över tid, i enlighet med 3) "Hur ser pushnotiser ut över tid i förhållande till intermediala dagordningseffekter och homogenitet?", då frekvensen av olika aspekter av pushnotiser kan fördelas på dagar och klockslag för publicering.

Ytterligare en fördel med en kvantitativ innehållsanalys är att det finns möjligheter för generaliseringsanspråk. Vilket redan konstaterats i föregående avsnitt har undersökningsområdet, pushnotiser och dess relationer till varandra, tidigare varit tämligen utforskat. Den kvantitativa metoden strävar efter objektivitet, vilket innebär att resultatet väntas bli detsamma oavsett vem som samlat in eller kodat materialet.

Kritik mot den kvantitativa innehållsanalysen berör ofta svårigheten med att översätta text till siffror, vilket i stort är vad metoden grundar sig i, då man menar att texten behöver förstås i sin större kontext och reduceras i detta fall till sitt innehåll. En annan kritik som lyfts är just

mot objektiviteten som eftersträvas. Att det skulle finnas en och endast en objektiv tolkning ses av dessa kritiker som omöjligt då människor alltid tolkar texter, och gör detta på olika sätt (Karlsson & Johansson, 2019). Försvaret bemöter detta genom principen att man arbetar med olika typer av kategorisering och att man gör binära val om ifall något förekommer i texten eller inte. Därtill framför man att trots att texter kan tolkas olika har människor liknande referensramar, vilket gör det möjligt att undersöka innehåll i texter på ett liknande sätt (Karlsson & Johansson, 2019).

En alternativ metodologisk inriktning för att erhålla insikter om pushnotiser är att anta en kvalitativ ansats, såsom intervjuer med anställda på redaktionen som ansvarar för distributionen av pushnotiser. Detta hade möjliggjort att komma åt fler dimensioner av vad som ligger bakom pushnotiserna och varför de ser ut som de gör (Ekström & Larsson, 2019). Genom sådana intervjuer hade uppsatsen dock inte besvarat frågeställningarna, och metoden är inte bäst lämpad för att uppfylla syftet med just denna uppsats. Här avses istället att bidra med en överblick av området pushnotiser, vilket i nuläget saknas inom forskningen. Kvalitativa intervjuer är begränsade när det gäller att kvantitativt analysera och generalisera en stor, spridd mängd pushnotiser från olika nyhetsmedier. En kvalitativ intervjustudie kan istället ses som en uppföljning av denna uppsats för att få en djupare förståelse och är en möjlig väg att gå för framtida forskning.

6.1.2 Variabler

Inför kodningen av pushnotiserna har 14 variabler sammanställts, i syfte att besvara uppsatsens frågeställningar (se kodboken, bilaga 1). Målet med kodboken är att systematiskt analysera pushnotiserna och få ut relevanta resultat för att förstå intermediala dagordningseffekter och homogenisering av nyhetsmediernas pushnotiser.

V11 (variabel 11) berör förekomsten av en referens till ett annat medium i pushnotisen, följt av V12 som specificerar vilket nyhetsmedium det i så fall gäller. Med detta ämnar uppsatsen svara på ifall det finns en intermedial dagordningseffekt hos pushnotiserna från nyhetsmedierna, och därmed svara på uppsatsens första frågeställning "Påverkar nyhetsmedier varandras nyhetsrapportering genom pushnotiser?". Genom detta går det också att se hur nyhetsmedierna agerar då en nyhet är pushad av en konkurrent; de kan följa efter och göra det samma, eller ignorera (Lim, 2011). Dessutom frågar V13 ifall pushnotisen refererar till en annan tredje part, till exempel en myndighet.

För att besvara den andra frågeställningen, hur homogent nyhetsflödet av pushnotiser är, ställer V6 frågan "Har fler pushat samma händelse?" till materialet. Genom denna variabel får uppsatsen svar på hur många pushnotiser som handlar om samma nyhet. Enligt Lim (2006) har nyhetsbyråer och dagstidningar ömsesidigt lika stort inflytande på varandra. Genom variabel 6, 11, 12 och 13 kommer studien därför kunna undersöka denna ömsesidiga påverkan mellan nyhetsmedier.

Utifrån Vliegthart och Walgraves (2008) teori om att direkta intermediala dagordningseffekter med kort fördröjning är större än långsiktiga effekter, går det att anta att det bör finnas tendenser till intermediala dagordningseffekter bland de snabba pushnotiserna. Med det sagt avser i huvudsak V9 besvara den tredje och sista frågeställningen gällande hur

pushnotiser ser ut över tid i förhållande till intermediala dagordningseffekter och homogenitet. Denna variabel kommer ge en inblick i hur snabbt nyhetsflödet rör sig och sprids mellan olika medier. Genom att identifiera och jämföra tidpunkten då olika medier pushar samma nyhet kommer uppsatsen kunna svara på ifall det finns en snabb och synkroniserad respons eller ifall det finns variationer i detta. Det finns även en variabel (V3) som svarar på vilket exakt klockslag pushnotisen togs emot.

Vidare finns en variabel (V5) som rör vilken sakfråga pushnotisen handlar om. Variabelvärdena är baserade på undersökningsföretaget Novus undersökning om väljarnas viktigaste politiska frågor. Dessa har sedan byggts vidare på för att de ska fånga in nutida återkommande sakfrågor i nyhetsflödet.

6.2 Material och urval

Analysenheterna i den kvantitativa innehållsanalysen är, som nämnt ovan, pushnotiser från Sveriges största, rikstäckande medier. Hur detta urval har gjorts beskrivs och motiveras nedan.

6.2.1 Medieurval

Eftersom denna uppsats syftar till att undersöka mediers pushnotiser måste urvalet av medier grundas i ett liknande bevakningsområde. Det hade varit missvisande om till exempel en mindre lokaltidning hade inkluderats, då de inte har resurserna för att konkurrera med jättarna på mediemarknaden. Dessutom hade det inte uppfyllt uppsatsens syfte att undersöka intermedial dagordningseffekter mellan medier, vilket inte går att mäta om medierna skriver om olika händelser på grund av skillnader i bevakningsområden. Därför avgränsas urvalet till de största, rikstäckande medierna i Sverige.

Tabell 6.1 Nyhetsmediernas digitala räckvidd (i tusental)

Medium	Digital räckvidd
Aftonbladet	3751
Dagens Nyheter	871
Expressen	2460
Svenska Dagbladet	655
SVT	1641
Sveriges Radio	886

Kommentar: Tabellen visar den digitala räckvidden för de utvalda medierna i undersökningen. Med digital räckvidd menas hur många som i genomsnitt kommer i kontakt med ett medium dagligen online (Orvesto, 2023).

Urvalet av medier baseras på två rapporter som undersöker medieanvändning och mediernas digitala räckvidd. Rapporterna redovisar vilka digitala nyhetsmedium i Sverige används av, respektive när, flest personer (Omni, 2023; Orvesto, 2023; se tabell 6.1 och 6.2). Däremot har två rikstäckande medier valts bort: *Omni* och *TV4 Nyheterna*, utöver tidningar med särskild profil (såsom *Dagens Industri*). *TV4 Nyheterna* kommer inte att inkluderas i undersökningen

då de nyligen valt att avveckla sin livedesk (Lundquist, 2023). TV4 Nyheterna är heller inte i topp bland de mest använda digitala nyhetsmedierna (se tabell 6.2). Därtill har nyhetstjänsten Omni valts bort då deras huvudsakliga syfte är att skriva nyheter baserat på andra tidningars och nyhetsbyråers innehåll, detta likt en nyhetsaggregator. Hade Omni inkluderats i studien hade det således varit en systematisk felkälla: hela deras modell kan anses bygga på intermedialt dagordningssättande, och därmed hade utfallet blivit detsamma varje gång.

Tabell 6.2 De mest använda nyhetsmedierna (i procent)

Medium	Procent
Aftonbladet	23
SVT Nyheter	13
Expressen	8
Dagens Nyheter	8
Omni	6
Sveriges Radio	3
Svenska Dagbladet	3
TV4 Nyheterna	2

Kommentar: Tabellen visar hur stor andel uttryckt i procent av den totala befolkningen (18-84) som anger vilket digitalt nyhetsmedium de använder oftast. Tabellen baseras på frågan "Vilken av följande digitala nyhetstjänster använder du oftast?" (Omni, 2023).

Medierna skiljer sig åt till viss del sett till politisk färg och form – i urvalet ingår två kvällstidningar, två morgontidningar och två public service-kanaler. Nedan följer en kort beskrivning av de utvalda medierna i undersökningen.

1. *Aftonbladet* är en oberoende socialdemokratisk kvällstidning och ägs vid tidpunkten för insamlandet, hösten 2023, till 91 procent av norska Schibstedt. Resterande andel i Aftonbladet ägs av LO, som även har vetorätt när det gäller att tillsätta politisk chefredaktör (*Aftonbladet*, u.å). Aftonbladet är populärast sett till andel användare i Sverige.
2. *Dagens Nyheter (DN)* är en oberoende liberal morgontidning och ges ut av AB Dagens Nyheter som är ett dotterbolag till Bonnier AB (Nationalencyklopedin, u.å).
3. *Svenska Dagbladet (SvD)* är en obunden moderat dagstidning. Norska mediebolaget Schibstedt har sedan 1998 aktiemajoritet i SvD (Nationalencyklopedin, u.å).
4. *Expressen* är en kvällstidning med en ledarsida som beskriver sig som obunden liberal. Expressen ägs också av Bonnier News (*Expressen*, u.å).
5. *Sveriges Television (SVT)* ingår i public service och finansieras via skattemedel. Alla tre public service-bolag (SVT, SR och UR) ägs i helhet av Förvaltningsstiftelsen. Kanalen har ett mål att vara objektiv och opartisk i sin journalistik och har därför ingen politisk inriktning. Ingen reklam får heller sändas i SVT (*Sveriges Television*, u.å).

6. *Sveriges Radio (SR)* ingår också i public service och finansieras, liksom SVT, av skattemedel. Ekot är Sveriges Radios nyhetsredaktion och sänder dygnet runt. Sveriges Radio ägs också i helhet av Förvaltningsstiftelsen (Sveriges Radio, u.å).

6.2.2 Appinställningar

För att se till att liknande typer av pushnotiser skickas ut från de olika medierna har det varit nödvändigt att ändra inställningarna i mediernas mobilappar. Detta för att se till att materialet ska bli så representativt och rättvist som möjligt eftersom det inte är givet att pushnotiser skickas ut om inte inställningarna för pushnotiser ändras manuellt. Totalt används två mobiltelefoner med samma inställningar för att öka reliabiliteten i undersökningen, två iPhones (med operativsystemen IOS 16.7.2 respektive 16.6.1). Här har dock vissa avgränsningar gjorts eftersom mediernas notisinställningar inte använder samma terminologi. Till exempel kan nyheter från SVT Nyheter inbegripa utrikes- och/eller ekonominyheter, medan detta är två olika inställningar på Expressen. En avvägning har gjorts mellan de olika inställningarna för att försöka få så likartat innehåll från medierna. Där detta är möjligt har även pushnotiser om opinionstexter valts bort eftersom public service-medierna inte är tillåtna att publicera sådant innehåll. Om opinionstexter eller krönikor skickades ut ändå kodades dessa enligt kodschemat. Ännu ett bortval som gjordes var att inte inkludera sport i appinställningarna. Sportresultat som nyhetsmedierna pushar ut kan inte anses bero på intermedialt dagordningssättande, eftersom sportevenemang troligtvis har en liknande bevakning. Därför hade kodschemat som utformats inte fungerat att koda dessa pushnotiser då det antas bero på ett slumpmässigt händelseförlopp. Därtill har några av medierna, såsom Aftonbladet och SVT, särskilda appar för sportnyheter. De slutgiltiga inställningarna för pushnotiserna redovisas i Tabell 6.3.

Tabell 6.3 Påslagna pushnotiser fördelat per nyhetsapp

Nyhetsapp	Ämnesområde
Aftonbladet	Nyheter och Nöje.
Dagens Nyheter	Just nu, Redaktörens val, Nyheter, Ekonomi och Kultur.
Expressen	Stora nyhetshändelser, Utrikes, Ekonomi, Krim, Klimat och Politik.
SvD	Nyheter, Näringsliv, Kultur och Politik.
SVT Nyheter	Nyheter och Kultur.
SR Play	Nyheter från Ekot.

Kommentar: Här redovisas pushnotisinställningarna för respektive mediums nyhetsapp. Den vänstra kolumnen motsvarar namnet på appen i App Store (ex. för att få pushnotiser från Ekot används appen SR Play). Kolumnen ämnesområde motsvarar vilka pushnotisinställningar som är påslagna i apparna, baserat på de appspecifika alternativ för inställningar som erbjuds.

Svenska Dagbladet, Expressen, SVT Nyheter och Ekot skickar ut sammanfattningar av morgonens och/eller kvällens nyheter. Sammanfattningarna innehåller flera nyheter i samma pushnotis, och därför har det gjorts ett val att dela upp dem i olika analysenheter. Inledningsvis var dessa tänkta att inte analyseras alls och betraktas som okodbara just eftersom de innehåller flera nyheter på samma gång. Till exempel hade det varit omöjligt att

koda V5 (se bilaga 1) om sammanfattningen inte delades upp i olika analysenheter. Detta visade sig dock ofördelaktigt för att kunna få en rättvis överblick av det insamlade materialet, eftersom ett medium kan vara först på en nyhet i en av sina sammanfattningar, och sammanfattningarna bör även ses som en del av nyhetsinnehållet i pushnotisernas flöde. Sammanfattningarna är därför uppdelade på flera olika nyheter i kodboken, men kodas som en sammanfattning enligt V10 för att kunna urskilja dem.

6.4 Metoddiskussion

Under insamlandet gjordes i ett första skede ett försök få ut listor från medierna på pushnotiserna som skickats ut från respektive redaktion. Detta visade sig dock inte vara ett alternativ då majoriteten av redaktionerna valde att inte lämna ut detta.

Ett annat alternativ var att använda sig av en prototyp till en automatiserad tjänst som samlar alla världens pushnotiser i ett och samma flöde med hjälp av AI. Med materialet från denna tjänst skulle det även slumpas fram en syntetisk vecka. Däremot var materialet från tjänsten inte tillräckligt tillförlitligt för att kunna dra generaliserbara slutsatser, då det vid en närmare granskning visade det sig att materialet var inkomplett. Till exempel saknades ett mediums pushnotiser en dag, eller så stämde tidpunkten då pushnotisen skickades ut inte överens med de notiser som samlats in i mobiltelefonerna. Det fanns även en del systematiska fel, men dessa var för många och slumpmässigt förekommande att datan inte längre ansågs vara tillräckligt pålitlig för att använda oavsett om den rensades eller filtrerades.

Det resulterade slutligen i att manuellt samla in allt material från, som tidigare beskrivet, två iPhones under en bestämd vecka. Detta innebar att en syntetisk vecka var omöjlig att framställa, då pushnotiser inte sparas på ett tillgängligt sett över tid, vilket kan tänkas påverka både studiens validitet och dess generaliserbarhet. Insamlandet tvingades således äga rum under en sammanhängande vecka. På grund av detta minskade generaliserbarheten eftersom urvalet inte längre var slumpmässigt. Detta var dock inte enbart negativt eftersom nyhetsflödet kan flyta över från ena dagen till den andra, vilket inte skulle gå att se eller analysera om urvalet grundade sig i en syntetisk vecka. Om en vecka slumpats fram hade det inneburit att nyhetsläget riskerat vara helt olikt från en dag till en annan, och datamängden hade därmed varit osammanhängande. Under veckan som studerades var konflikten mellan Israel och Hamas dominerande vilket föranledde variabelvärdet 1 i V1. Detta kan givetvis ge en missvisande bild av mediernas pushnotiser utslaget på hela året, men lika missvisande om konflikten inte tagits i åtanke i analysen. Mer om detta nedan.

6.4.1 Validitet

Studiens begreppsvaliditet kan i huvudsak förklaras genom operationaliseringen och diskussionen av variabler ovan. För att nå en god begreppsvaliditet, hävdar Esaiasson m.fl (2017, s. 58), krävs att det 1) finns en överensstämmelse mellan den teoretiska definitionen och de operationella indikatorerna och att 2) de systematiska felen är frånvarande. En mer utförlig diskussion kring detta följer nedan.

Eftersom materialinsamlingen skedde manuellt under en veckas tid och inte genom ett slumpmässigt urval kan detta potentiellt ha negativa konsekvenser för studiens validitet.

Under veckan för materialinsamling består nyheterna till stor del av utrikesnyheter, framförallt om konflikten mellan Israel och Hamas. Detta resulterar i att många av redaktionerna inte befinner sig på plats utan tvingas referera till andra medier i sin rapportering. Trots att veckan i fråga inte avviker markant från det gångna året i helhet kan det framstå som att den sticker ut och ses som ett icke-representativt urval under en längre tidsperiod. Genom att istället använda en slumpmässig urvalsmetod och automatiserade verktyg skulle studiens validitet kunna förbättras. Men på grund av pushnotisers flyktiga natur, det finns ännu ingen tillförlitlig databas där de lagras, är det alltså i nuläget en omöjlighet att studera dem på ett annat sätt. Hittills är det därmed denna typ av urval som har använts för att studera pushnotisers innehåll (Wheatley & Ferrer-Conill, 2021).

Genomgående för den teoretiska grunden i denna uppsats har varit att pushnotiser i allmänhet är ett relativt icke-studerat fenomen och att forskningen inom intermedial dagordningsteori, tillika homogeniseringen av nyheter, i synnerhet inte studerat det. Av detta följer att den teoretiska definitionen är någorlunda obestämd. Således är det svårt att genom resonemangsvaliditet, där de operationella indikatorerna relateras till tidigare studier, visa på god begreppsvaliditet (Esaiasson m.fl, 2017). Dock är variablerna till den mån detta är möjligt relaterade till begrepp och fenomen inom teorin. Och sett till det som Esaiasson m.fl beskriver som den omedelbara validiteten, *face validity*, är operationaliseringen mer given. Till en början avser syftet med uppsatsen att studera pushnotiser: materialet är således avgränsat till just enbart pushnotiser. Vidare bygger variablerna på vad som egentligen kan brytas ned till två teoretiska grunder. Dels den om pushnotiser i sig, och hur dessa nyttjas för att rapportera om pågående händelser och därmed snabbt kunna nå ut med information (Newman, 2016). Därmed mäts tidsaspekten i minuter, och under få dagar. Den andra teoretiska grunden är den intermediala dagordningsteorin som utgår från hur medier tenderar att bygga sin dagordning utifrån andra medier. Detta undersöks genom variablerna kring hur pushnotiserna följer efter, och relaterar till, varandra.

Vidare är kodboken utvecklad som sådan att pushnotisers relation till varandra förstås genom flera olika variabler, vilket därmed stärker den underliggande kriterievaliditeten (Esaiasson m.fl, 2017). Deras relation till varandra förstås genom hänvisningar till andra medier, tidsföljd, uppföljning eller ej, etc. (se bilaga 1). Av ovan kan alltså begreppsvaliditeten förstås som god sett till att problemområdet och analysenheterna, pushnotiser, är konkreta och relativt enkla att definiera, men detta med hänsyn till den omnämnda teoretiska forskningsluckan.

I en annan förståelse för studiens validitet kan den anses brista på grund av den intermediala dagordningsteorins anspråk på kausalitet. Det innebär att för att den intermediala dagordningsteorin ska gälla även för pushnotiser, vilket avses undersökas här, måste kausaliteten kunna bevisas. I brist på resurser inom denna kandidatuppsats kan inga avancerade, statistiska beräkningar göras som i andra studier (Lim, 2011; Vargo & Guo, 2017; Mohammed & McCombs, 2021). Istället förlitar sig uppsatsen på en kvantitativ innehållsanalys med manuellt inmatad data. För att kunna göra anspråk på kausalitet finns dock den tydliga aspekten av tidsföljden (Esaiasson m.fl, 2017), där en pushnotis (X) snart följs av en pushnotis om samma nyhet från ett annat medium (Y), vilket kan visa på hur X

orsakat Y. Visserligen kan andra variabler ligga bakom; slumpen, men också andra aktörer som påverkat att pushnotisen skickats ut. Kontrollvariabler för detta är om pushnotisen hänvisar till en annan aktör, eller om notisen rentav hänvisar till ett annat medium (se bilaga 1). Sett till homogeniseringen av nyhetsinnehåll är mätbarheten desto enklare; genom kodningen går det att få ut statistik på hur stor andel av innehållet som 1) är samma nyheter eller 2) berör samma sakfrågor. Här går det dock inte att empiriskt bevisa att homogeniseringen har *ökat*, och detta fångas alltså därför inte upp av denna studie.

Ytterligare en aspekt som berör kausalitet är vilket medium som är mest tongivande, det vill säga påverkar andra medier i högst grad. Vilket tidigare har konstaterats har forskning på intermediala dagordningseffekter länge utgått från så kallade elitmedier, då dessa har ansetts ha en större inverkan på andra medier (McCombs, 2014). Denna uppsats gör dock inga väsentliga anspråk på att analysera elitmediers påverkansgrad, i huvudsak på grund av två skäl. I det svenska medielandskapet finns det ingen tydlig, objektiv eller vedertagen distinktion när det kommer till vilka medier som klassas som just elitmedier. Men framförallt har föreställningen om elitmediernas makt luckrats upp de senaste åren (Lim, 2006; Vargo & Guo, 2017), och relevansen att analysera detta kan därför ifrågasättas.

6.4.2 Reliabilitet

För att garantera en hög grad av reliabilitet och därmed undvika slumpmässiga slarv- eller osystematiska fel genomfördes inledningsvis en pilotstudie (Esaiasson m.fl, 2017; Karlsson & Johansson, 2019). Pilotstudiens data, samtliga pushnotiser från de sex olika nyhetsmedierna, samlades in under ett dygn (16 november 2023) enligt metoden beskriven i kapitel 6.1. Därefter delades urvalet, de olika nyhetsmedierna, in i tre grupper om två medier fördelat på de tre olika kodarna. Baserat på denna pilotstudie reviderades vissa delar av kodboken genom en konsensusdriven diskussion innan den faktiska datainsamlingen påbörjades.

I samband med att studiens faktiska material samlats in genomfördes även ett interkodarreliabilitetstest (Esaiasson m.fl, 2017; Karlsson & Johansson, 2019). Detta för att säkerställa att samtliga tre kodare förstår kodboken lika, och att säkerhetsställa att individuella skillnader inte skulle påverka kodningen av materialet. Reliabilitetstestet baserades på 15 procent av det totala insamlade materialet till studien ($n = 72$), kodat av samtliga tre kodare. Både enskilda variabler och det fullständiga materialet kontrollerades därefter utifrån Cohen's kappas. Resultatet var att kodningen övergripande var tillräckligt överensstämmande och påvisade en hög grad av interkodarreliabilitet (där Cohens kappas var $\geq ,800$). Några variabler påvisade dock lägre värden, och således en lägre grad av reliabilitet. Det handlade främst om V5, gällande sakfrågor, där kodarna valt olika variabelvärden (Cohens kappas = ,747). Detta korrigerades genom diskussion och omkodning av materialet. Liknande problem uppstod gällande V14, huruvida pushnotisen är en uppföljning eller inte (Cohens kappas = ,773). Även här kodades materialet om och ändrades i kodboken för att nå mer samstämmighet och en högre grad av reliabilitet. Variabler likt dessa ansågs dock innebära en naturligt större grad av tolkning, varför ett något lägre värde i interkodarrestet var förväntat och godtagbart (Esaiasson m.fl, 2017).

Ytterligare faktor som ökar reliabiliteten är att eventuella frågetecken diskuterades under kodningsprocessen, där inga betydande oenigheter mellan de tre kodarna uppstod, utan i samtliga fall nåddes konsensus. Dessutom genomfördes manuella kontroller av det kodade materialet efter att kodningen färdigställts. Eventuella slarvfel kontrollerades och, i de fall sådana upptäcktes, korrigerades.

Baserat på ovan angivna test (en pilotstudie, ett interkodarreliabilitetstest) och de genomförda kontrollerna anses undersökningen ha en hög grad av reliabilitet då risken för slumpmässiga slarv- eller osystematiska fel är minimerad.

6.4.3 Generaliserbarhet

Resonemangen ovan har konstaterat att studien besitter en hög grad av intern validitet samt reliabilitet. Resultatvaliditeten förväntas därför vara god (Esaiasson m.fl, 2017). Studiens anspråk på generaliserbarhet utifrån detta, såväl som extern validitet, diskuteras nedan.

Det tydliga generaliseringsanspråk som görs är att kunna dra slutsatser om pushnotiser i svensk riksmidia. Generaliserbarheten i det avseendet brister givetvis i att studien inte grundar sig i ett slumpmässigt urval, likt den tilltänkta syntetiska veckan under insamlandet av material, vilket redogjorts för ovan. Genom att inte utgå från en syntetisk vecka finns det risk att tillfälliga eller temporära händelser påverkar utfallet. Detta försvårar generaliseringar över tid. Bekvämlighetsurvalet beror på, som diskuterats ovan, att andra möjligheter att systematiskt samla in analysenheterna (pushnotiserna) för att därefter göra ett slumpmässigt urval misslyckades. Det finns inga fullständiga databaser där pushnotiser lagras, och resurserna för att utveckla ett sådant system är utom ramen för denna kandidatuppsats. Esaiasson m.fl (2017) resonerar kring att det i fall likt detta är befogat att använda pragmatiska lösningar för att ändå kunna ha ett visst generaliseringsanspråk, vilket här har gjorts i den mån möjligt.

Exempelvis undersöktes veckan för insamlandet av material i förväg så att inga planerade händelser skulle äga rum, såsom politiska val eller större sportarrangemang, saker som därmed hade inneburit systematiska fel eftersom de påverkar nyhetsflödets normalläge. Syftet med detta var att utgå från ett så kallat "typiskt fall" (Esaiasson m.fl, 2017), där veckan för datainsamlingen så långt som möjligt motsvarar en normalvecka för det redaktionella arbetet. Utifrån detta kan studiens resultat alltså ändå ses ha en högre generaliserbarhet än om urvalet hade varit ett fullständigt bekvämlighetsurval. Dessutom samlas *alla* pushnotiser, som berör rikstäckande nyheter, in från medierna under den valda tidsperioden och det är på så vis ett totalurval, om än ett begränsat sådant.

Studien gör däremot inga generaliseringsanspråk varken när det kommer till pushnotiser hos lokala eller internationella medier. Detta beror i huvudsak på skillnader i medielogik. Lokala medier kan möjligen påverkas av deras bevakningsområde och läsarkrets, liknande gäller för internationella medier som också kan påverkas av kulturella skillnader och journalistiska normer som skiljer sig från den svenska kontexten. Om dessa är reella skillnader som påverkar generaliserbarheten är dock i sig outforskat, detta på grund av den forskningslucka gällande pushnotiser som återkommande diskuteras i denna uppsats. Detta förringar dock inte

resultatens relevans i det att den bidrar till att skapa en uppfattning om hur medier påverkar varandra i vilka nyheter som pushas.

Trots ovan diskuterade brister sett till generaliserbarhet antas alltså uppsatsen besitta en relativt god extern validitet. Detta eftersom datamängden är relativt stor, populationen och dess analysenheter utgörs av alla rikstäckande medier och (alla) dessas pushnotiser, och detta med hänsyn till att området är utforskat vilket därmed bidrar till att, oavsett graden av generaliserbarhet, resultatet ändå skapar en uppfattning om hur mediernas pushnotiser relaterar till varandra.

7 Resultat och analys

I följande kapitel redovisas uppsatsens huvudsakliga resultat utifrån frågeställningarna. Analyser av resultaten kommer att ske löpande för att belysa och tolka de observerade resultaten. Samtliga resultat utgår från tabeller, figurer och diagram. I de fall konkreta exempel är av relevans för att belysa vissa aspekter av resultaten presenteras dessa i form av bildmontage eller uppställningar baserade på flödet av pushnotiser. Resultatredovisningen sätts även i kontext till tidigare forskning och teorier där detta är tillämpligt.

7.1 Övergripande resultat

För att förstå kommande resultat presenteras först övergripande frekvenstabeller av antalet pushnotiser uppdelat per medium, vilka typer av pushnotiser som skickats ut, samt vilka sakfrågor som varit dominerande bland pushnotiserna.

Tabell 7.1.1 Antal pushnotiser som skickats ut från respektive medium

Nyhetsmedium	Antal pushnotiser
Aftonbladet	122
Dagens Nyheter	110
Svenska Dagbladet	65
Expressen	144
SVT Nyheter	48
SR Ekot	78
Totalt	567

Kommentar: Antalet analysenheter är 567, där sammanfattningspushnotiserna är uppdelade per nyhet. Därför uppgår inte antalet pushnotiser som skickats ut till 567. Totala antalet pushnotiser är 517 där 25 av dessa är sammanfattningspushnotiser med 3 olika nyheter i varje.

Vilket framgår av tabell 7.1.1 skickade de kommersiella medierna ut fler pushnotiser än public service-medierna under den undersökta veckan. I genomsnitt skickade de fyra kommersiella medierna ut 108 pushnotiser medan medelvärdet för de två public service-medierna var 63 pushnotiser. Flest pushnotiser skickades ut av Expressen, medan färst skickades ut av SVT Nyheter. Det genomsnittliga antalet utskick per dag uppgick till 81 pushnotiser.

Att antalet pushnotiser från public service-medierna i genomsnitt var färre kan tänkas förklaras av pushnotisernas grundläggande funktion, *push* istället för det traditionella *pull* (Ghersetti, 2019). Det vill säga, pushnotisernas funktion att locka in läsare till artikeln och därmed appen (Newman, 2016; Gavilan m.fl, 2020), kanske mer tilltalar kommersiella medier vars inkomster delvis bygger på annonsintäkter för lästa artiklar. Skattefinansierade svenska public service bör därför inte behöva förlita sig på klickfrekvensen hos pushnotiser, utan snarare dess funktion som informationsbärare (Newman, 2016; Ghersetti, 2019). Att Svenska Dagbladet också skickar ut relativt få pushnotiser visar dock att denna tes möjligtvis inte stämmer till fullo, utan att även andra faktorer kan spela in.

Tabell 7.1.2 De mest vanligt förekommande nyheterna

Övergripande nyhet	Antal	Procent
Vapenvila mellan Israel och Hamas	31	6
Israel och Hamas släpper gisslan	23	4
Åkessons tal på SD:s landsdagar	22	4
Statsministerns AW på Pustervik	17	3
Sam Altman sparkas från OpenAI	15	3
Nytt besked om styrräntan	15	3
Boende evakueras efter bomblarm	7	1
Israel och Hamas vapenvila inleds	7	1
Elon Musk uttalar sig om Tesla-strejken	6	1
Statssekreterare polisanmäls för bygge	6	1
Misstanke om svinpest på Öland	6	1
Turkiet godkänner inte Sveriges Nato-ansökan än	6	1
Total	161	29

Kommentar: Tabellen baseras på de nyheter som utgjorde minst 1 procent av den totala datamängden (n = 567). Nyheterna ifråga är kodade utifrån kodschemat, där varje pushnotis som tillskrivs en specifik nyhet innebär att även någon annan pushnotis berör samma nyhet. Kolumnen "övergripande nyhet" är omformulerad från kodboken för att göra nyhetens innebörd mer förståelig.

Sammanlagt har 66 unika nyheter registrerats bland de pushnotiser vars nyhetsinnehåll pushats fler än en gång, och då av minst två olika medier. De mest framträdande, eller vanligt förekommande, nyheterna i materialet visas i tabell 7.1.2. Nyheterna i fråga består både av breaking (det vill säga när nyheten först briserar), andra nyhetstexter, och uppföljningar för händelseförlopp som innefattar olika vinklar och dylikt. Utifrån detta framgår det att en stor del av nyheterna som flera medier intresserat sig av under den undersökta veckan berörde konflikten mellan Israel och Hamas. Detta resultat är inte förvånande med tanke på att konflikten bevakats kontinuerligt sedan Hamas attack mot Israel den 7 oktober 2023. För uppsatsens syfte är detta dock att tolka, vilket tidigare nämnts, som en naturlig del av nyhetscykeln där något ämne troligtvis alltid kommer att ta upp en större del av innehållet än andra.

Även två inrikespolitiska händelser, Sverigedemokraternas partiledare Jimmie Åkessons tal under partiets kongress samt statsminister Ulf Kristerssons så kallade after work med efterföljande kritik, tog större plats i nyhetsflödet än andra nyhetshändelser. Det framgår dock att nyheter från utlandet generellt haft stort utrymme i pushnotisernas flöde, där bland annat avskedandet (och därefter återanställningen) av OpenAI:s vd Sam Altman var en av veckans nyheter med flest uppföljningar. Tabell 7.1.2 visar även att enbart sex nyheter utgjorde mer än

1 procent av det totala nyhetsinnehållet, och av de 12 nyheter som utgjorde 1 procent eller mer av alla nyheter tog detta upp 29 procent av det totala nyhetsflödet.

Tabell 7.1.3 Vilken typ av nyhetstext som har pushats

Typ av pushnotis	Antal	Procent
Breaking	161	28
Annan nyhetstext	266	49
Krönika, opinionstext eller recensioner	44	7
Sammanfattning	75	13
Information om egen verksamhet	12	2
Övrigt/Annat	3	0,5
Total	567	100

Kommentar: Här redovisas andelen av vilken typ av nyhetstext de insamlade pushnotiserna är. Procentenheterna är avrundade och motsvarar 99,5 procent.

Vidare visar sammanställningen av det kodade materialet även att “annan nyhetstext” var den kategori av pushnotis som förekom i störst utsträckning och utgjorde nära hälften av alla pushnotiser, därefter följt av breaking-nyheter (se tabell 7.1.3). Med “annan nyhetstext” menas all form av klassisk nyhetsrapportering som inte inbegriper en breaking-händelse, det vill säga något pågående eller i pushnotisen explicit uttryckt med förledet “JUST NU” (något som visade sig vara en relativt vanlig markör främst hos Aftonbladet och Expressen, men även SVT). Resultatet visar även att “sammanfattningar” var en regelbunden förekommande pushnotiskategori. Expressen, SVT och Ekot sammanfattade regelbundet morgonens/dagens/kvällens/nattens händelser genom att presentera tre nyheter i en och samma pushnotis. Även dessa rörde sig alltså om rent nyhetsinnehåll, varför den egentliga procentandelen av “nyhetstext” bör ses som 62 procent. Alltså är andra pushnotiser än de innehållande nyheter relativt ovanligt förekommande, med sammanlagt 9,5 procent. Nyhetsmedierna tycks alltså främst försöka locka användare genom att presentera just nyheter.

Tabell 7.1.4 presenterar en översikt över de dominerande sakområden som behandlas i pushnotiserna. Tabellen visar de 10 största sakfrågorna baserat på antalet pushnotiser och procentandelen av det totala antalet. Resultaten ger insikt i vilka ämnen som har dominerat nyhetsflödet under insamlingsveckan.

Tabell 7.1.4 Vilka sakfrågor pushnotiserna handlar om (10 största)

Sakfråga	Antal	Procent
Övriga brott	82	15
Israel-Hamas konflikten	78	14
Partipolitiska frågor	54	10
Ekonomi	34	6
Olyckor	28	5
Annat/övrigt	25	4
Kultur/nöje/underhållning	25	4
Kändisar/Profiler	23	4
Ukraina-Ryssland konflikten	22	4
Gängkriminalitet	20	4
Totalt	391	70

Kommentar: Tabellen visar de tio sakfrågor som var mest förekommande i det insamlade materialet. Resterande pushnotisers sakfrågor uppgår till 176, uppdelat på 19 sakområden, av den totala datamängden där varje enskild sakfråga utgör 3 procent eller mindre av materialet.

Resultaten i tabell 7.1.4 visar att de sakområden som dominerat det insamlade materialet handlar om övriga brott, konflikten mellan Israel och Hamas och partipolitiska frågor. Sammantaget utgör övriga brott och gängkriminaliteten 19 procent av alla pushnotiser, alltså en stor del av nyhetsflödet i notiscentret under veckan. Resultaten talar sitt tydliga språk i att uppdelningen på 29 sakfrågor inte blir jämnt fördelade gällande antalet pushnotiser, en grundläggande premiss enligt både den intermediala, och vanliga, dagordningsteorin (McCombs 2014).

“Annat/övrigt” utgör 4 procent av den totala mängden pushnotiser. Det berör främst pushnotiser som var svåra att områdesbestämma eller pushnotiser där det inte tydlig framkom vilket sakområde pushnotisen rörde. Detta gällde pushnotiser som exempelvis “Ylva började med BDSM som 76-åring • ‘Det här repet använder jag för att binda män’” eller “Svenska bröderna nya ägare av Norge: ‘Det blir väl bra’ • Kontringen: ‘Oproduktiv myr’”.

Montage 7.1.5 Exempel på pushnotisernas nyhetsflöde



Kommentar: Bilden är ett montage med skärmdumpar av sex pushnotiser från de sex undersökta nyhetsmedierna. Alla pushnotiser skickades ut den 22 november 2023 och skärmdumparna är tagna från notiscentret på en iPhone SE.

Hur ser då pushnotiserna ut i praktiken? När nyhetsmedierna pushar samma nyhet, bildas som tidigare beskrivet en form av nyhetsflöde. Det montage 7.1.5 illustrerar är just ett sådant flöde. Exemplet visar dels att samtliga av de undersökta medierna pushade samma händelse, dels att denna nyhet skickades ut under ett tidsintervall på 9 minuter under samma morgon. Samtidigt syns svårigheten i att urskilja varifrån medierna har blivit varse om nyheten ifråga. Svenska dagbladet refererar till Open AI:s konto på X, Sveriges television refererar till Reuters, men övriga härleder inte explicit nyheten till en specifik källa. Faktumet kvarstår dock att 1) nyheten briserade ungefär samtidigt och 2) samtliga medier fann uppgiften så pass viktig att de väljer att pusha den, och 3) rent semantiskt finns stora likheter i hur alla sex pushnotiser är formulerade. Exemplet kan dock inte i sig bevisa att Aftonbladet var det medium som föranledde de andra mediernas pushnotiser. Men sett till den intermediala dagordningsteorin och teorin kring homogenisering är det inte osannolikt att övriga medier bevakar vad andra medier rapporterar om, då de har liknande syn på nyhetsvärdering och troligtvis baserar en nyhets relevans på andra mediers publiceringar (McCombs, 2014; Dearing & Rogers, 1996; Bourdieu, 2011).

7.2 Påverkar nyhetsmedier varandras nyhetsrapportering genom pushnotiser?

I detta avsnitt presenteras resultaten som rör uppsatsens första frågeställning, där fokus riktas mot den utsträckning som nyhetsmedierna påverkar varandras nyhetsrapportering genom pushnotiser. I denna kontext har särskild uppmärksamhet ägnats åt den intermediala dagordningseffekten i samband med pushnotiser. Det är värt att påpeka att inom ramen för denna frågeställning begränsas möjligheterna att etablera kausala samband och dra övergripande slutsatser. Detta då det kan finnas flertalet anledningar till att medier pushar ut samma händelse, vilket bidrar till komplexiteten kring både att undersöka intermediala dagordningseffekter men också i detta fall pushnotiser. Istället visas tendenser till, och exempel på, intermediala dagordningseffekter.

Ett sätt att empiriskt kunna visa på intermediala dagordningseffekter är de tidigare nämnda explicita referenserna till andra medier som kan förekomma i pushnotiserna. Dessa referenser förstås genom uttryck som "... rapporterar Reuters" (se montage 7.1.5 för exempel). Referenserna kan därför ge indikationer på hur nyhetsmedierna ömsesidigt influerar varandra genom pushnotiser.

Tabell 7.2.1 Antal pushnotiser som refererat till ett annat medium

	Antal	Procent
Pushnotisen refererar till ett annat medium	48	9
Pushnotisen refererar ej till ett annat medium	519	91
Totalt	567	100

Kommentar: Tabellen grundar sig i frågan "Refererar pushnotisen till ett annat medium?" där svarsalternativen var "Ja" eller "Nej".

Baserat på resultatet i tabell 7.2.1 framgår det att 9 procent av de pushnotiser som distribuerats av nyhetsmedierna refererar till andra nyhetsmedier. Detta möjliggör en tolkning av en potentiell intermedial dagordningseffekt i de pushnotiser som sänds ut av de nationella nyhetsmedierna. Av resultatet framgår dock att det är ovanligt med referenser till andra medier, detta inkluderar också nyheter där flera nyhetsmedier pushat samma typ av nyhet. Majoriteten av pushnotiser refererar inte heller då till andra medier.

Emellertid är det viktigt att notera att denna observation inte i sig svarar på i vilken utsträckning nyhetsmediernas pushnotiser påverkas av andra medier. Resultaten ger endast insikt i huruvida pushnotiserna refererar till ett annat medium, vilket dock ger en indikation på att medierna har en ömsesidig påverkan på varandra och att det finns en tendens till intermediala dagordningseffekter i pushnotiserna. Samtidigt är det oklart om dessa medier har erhållit samma information vid samma tidpunkt, eller om de har mottagit pushnotisen och sedan självständigt sökt efter information utan att behöva referera till det medium som först publicerade nyheten. Den höga hastigheten i det digitala medielandskapet och pushnotisernas direkthet skapar en komplex dynamik som gör det utmanande att identifiera orsakssamband och påverkan. Men genom att se de explicita indikatorerna på intermediala dagordningseffekter, det vill säga referenserna, går det att påvisa att effekterna tycks förekomma åtminstone till en viss grad.

Tabell 7.2.2 Referenser i pushnotiser till ett nyhetsmedium, fördelat på medium

	Antal	Procent av samtliga pushnotiser	Procent av pushnotiser med referens
Dagens Nyheter	2	0,4	4,2
Expressen	1	0,2	2,1
SVT Nyheter	3	0,5	6,3
SR Ekot	1	0,2	2,1
Svensk nyhetsbyrå	6	1,1	12,5
Annat rikstäckande nyhetsmedium	4	0,7	8,3
Internationellt nyhetsmedium	8	1,4	16,7
Internationell nyhetsbyrå	18	3,2	37,5
Annat, ospecificerat medium	1	0,2	2,1
Totalt	48	8,5	100

Kommentar: Tabellen visar antalet pushnotiser som refererar till ett medium, fördelat på de analyserade medierna och olika nyhetstyper. Då tabellen innehåller låga värden ingår decimaler. Kolumnen som anger hur många procent av samtliga pushnotiser handlar det om hur många procent av det fullkomliga materialet varje del utgör, under "procent av pushnotiser med referens" mäts enbart materialet där det finns referenser med i pushnotisen.

Av pushnotiserna där ett medium explicit refererar till ett annat medium är internationella nyhetsbyråer vanligast, med 37,5 procent av pushnotiserna, följt av internationella nyhetsmedier, med 16,7 procent. Detta kan tänkas ha två huvudsakliga förklaringar: dels på grund av elitmediers, och däribland nyhetsbyråers, större inflytande över nyhetsrapporteringen (McCombs, 2014), dels på grund av att en stor del av det insamlade materialet berör konflikten mellan Israel och Hamas.

I det digitala medielandskapet tycks dock maktförhållandet mellan medier ha förändrats (Vonbun m.fl, 2015). Vilket Lim (2006), Vargo och Guo (2017) konstaterar har vilka som har inflytande på vilka förskjutits, där det tidigare visats att nyhetsbyråerna hade högt inflytande på nyhetsmedierna, men detta inflytande är nu ömsesidigt. Resultatet i tabell 7.2.2 ger stöd för att nyhetsbyråer, både svenska och internationella, fortfarande tycks ha inflytande på nyhetsmedier då 50 procent av alla referenser är till en svensk eller internationell nyhetsbyrå. Till vilken grad detta förhållande är ömsesidigt går dock inte att se här empiriskt, då nyhetsbyråerna inte skickar ut pushnotiser. Det går dock att se att detta inflytande från nyhetsbyråer är mindre på medierna än inflytandet från övriga rikstäckande nyhetsmedier, sett till de explicita referenserna. Dagens Nyheter, Expressen, SVT Nyheter, Ekot och andra rikstäckande nyhetsmedier refereras till vid 23 procent av gångerna det refereras.

Att en så pass stor andel av pushnotiser med referenser just hänvisar till internationella nyhetsbyråer förstås alltså utifrån att konflikten i Gaza tagit stort utrymme i rapporteringen. Utan reportrar på plats kan svenska medier behöva lita på uppgifter från internationella nyhetsbyråer. Huruvida just detta resultat är jämförbart, och generaliserbart, på pushnotiser

överlag är därför svårt att resonera kring. Oavsett tyder det på att viktiga nyheter från andra delar av världen har en påverkan på nyhetsrapporteringen, och pushnotiserna, i svensk press och public service (Mohammed & McCombs, 2021).

Tabell 7.2.3 Om pushnotisen refererar till ett annat medium efter vilken typ av nyhet pushnotisen handlar om (procent)

	Pushnotisen refererar till ett annat medium	Pushnotisen refererar ej till ett annat medium	Total
Breaking	75	24	28
Annan nyhetstext	25	49	47
Krönika, opinionstext eller recensioner	0	9	8
Sammanfattning	0	14	13
Test, tips och listor	0	2	2
Information om egen verksamhet	0	1	1
Övrigt	0	1	1
Summa procent	100	100	100
Totalt antal	48	519	567

Kommentar: Cramer's V = ,321 och signifikans = <,001. Tabellen baseras på kodschemat där typ av nyhetstext identifierats, detta är kört genom ifall pushnotisen har med en referens till ett annat medium.

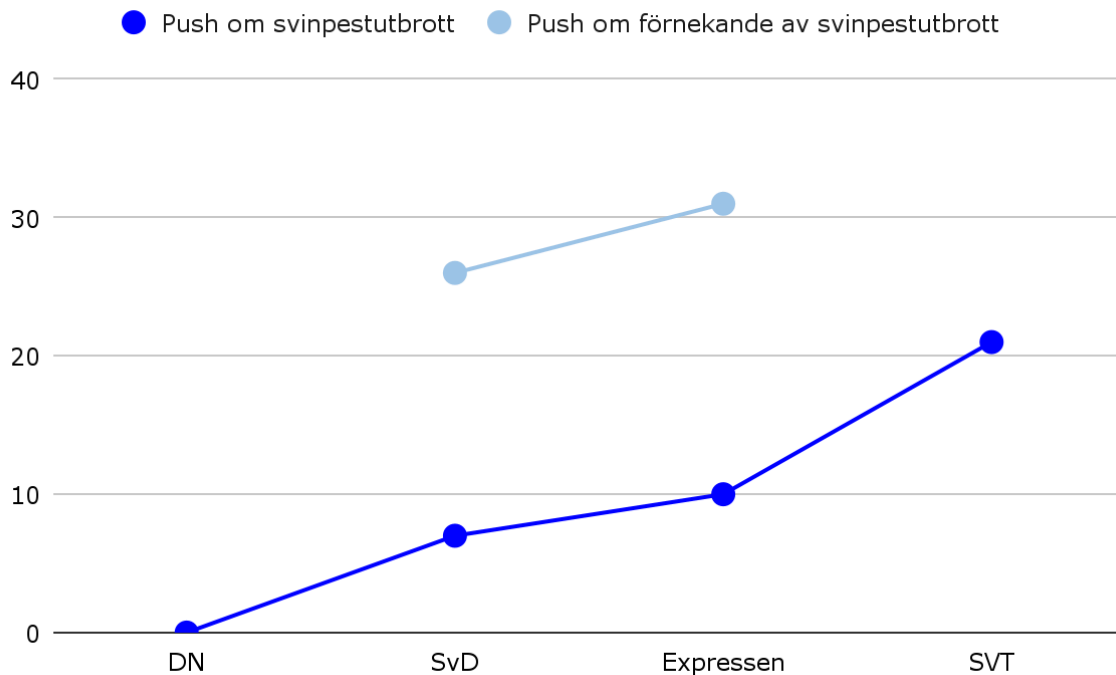
Av pushnotiserna som refererar till ett annat nyhetsmedium är 75 procent av dessa breaking, vilket syns i tabell 7.2.3. Resterande referenser finns i de övriga nyhetstexterna, nämligen 25 procent. Övriga pushnotiser innehåller inga referenser. Utifrån detta resultat tycks alltså den intermedial dagordningseffekten vara större hos de snabba nyheterna än de långsammare nyheterna, samt de som inte är lika tidsberoende (Vliegthart & Walgrave, 2008).

Att referenser inkluderas till stor majoritet i breaking-nyheter kan bero på flera anledningar, till exempel att under snabb nyhetsrapportering hinner redaktionerna inte ta reda på sin egen information, utan de vill pusha ut nyheten så fort som möjligt och behöver då referera till andra medier för att ha fog till att publicera nyheten. Nedan följer ett exempel när flera medier pushar samma nyhet inom ett tidsspann på 30 minuter med referenser inkluderade i majoriteten av pushnotiserna.

DN skickar ut en pushnotis 20 november klockan 12.31 som lyder "NYHETER: Misstänkt utbrott av afrikansk svinpest på gård på Öland, rapporterar nyhetsbyrån Siren.". Sju minuter senare kommer en pushnotis från Svenska Dagbladet: "NYHETER: Misstänkt afrikansk svinpest på Öland – gård får tillträdesförbud, skriver DN.". Ytterligare tre minuter senare skickar Expressen ut en pushnotis på samma ämne, också den med referens till Dagens Nyheter: "JUST NU: Gård på Öland isoleras – djuren ska testas för afrikansk svinpest, skriver DN". Klockan 12.52 skickar SVT Nyheter ut en pushnotis som lyder: "JUST NU: Öländsk gård utreds efter misstänkt fall av afrikansk svinpest – Jordbruksverket beslutar om restriktioner". Detta är alltså 21 minuter efter första pushnotisen på ämnet. Fem minuter efter

denna pushnotis kommer första pushnotisen som säger att det inte är ett utbrott av afrikansk svinpest. Klockan 12.57 skickar alltså Svenska Dagbladet pushnotisen “NYHETER: Jordbruksverket: Inget utbrott av svinpest på Öland – tillträdesförbudet har hävts, skriver TT.”. Fem minuter senare kommer den andra pushnotisen som förnekar utbrottet, denna gång från Expressen: “Ingen svinpest på gård på Öland - tillträdesförbud hävdades efter tester, enligt Jordbruksverket”. Detta visualiseras i figur 7.2.4 nedan.

Figur 7.2.4 Publiceringstider kring afrikansk svinpest på Öland (i minuter)



Kommentar: Y-axeln visar publiceringstid för pushnotiserna om svinpestutbrottet. Detta räknat på antalet minuter efter den första pushnotisen om nyheten skickades ut (därav DN = 0). X-axeln visar vilket medium som skickat ut pushnotisen. Den mörkblå linjen representerar tidsspannet för pushnotiserna om ett eventuellt svinpestutbrott, den ljusblå linjen visar de två pushnotiserna om att uppgiften om ett utbrott tillbakavisas.

Utifrån detta resultat kan vi se en tydlig intermedial dagordningseffekt inom nyhetsrapporteringen. Initierat av Dagens Nyheter skickas den första pushnotisen med en rapport om ett misstänkt utbrott av afrikansk svinpest på en gård på Öland. Denna händelse pushas sedan fort ut av även Svenska Dagbladet och Expressen, som inte bara återger liknande information utan även refererar direkt till DN som ursprungskälla. Denna direkta och snabba respons indikerar en hög grad av påverkan och tendens till en intermedial dagordningseffekt. De väljer att följa efter DN i sin rapportering av händelsen, och använder sig av liknande språkbruk som originalkällan (Lim, 2011).

Intressant nog följdes denna initiala våg av pushnotiser av en utveckling. Efter endast 21 minuter efter den första pushnotisen från DN kom SVT Nyheter med en ny notis som förmedlade en fördjupad information om Jordbruksverkets åtgärder och beslut rörande det påstådda fallet av afrikansk svinpest. Detta indikerar att medieaktörer, trots initiala liknande rapporteringar, har kapacitet och motivation att komplettera och berika nyhetsberättelsen genom att tillhandahålla ytterligare information.

Den intermediala dagordningseffekten blir mer tydlig i senare pushnotiser från Svenska Dagbladet och Expressen, där de inte bara rapporterar om förnekandet av svinpestutbrottet utan också hänvisar till Jordbruksverket och TT. Detta visar på en märkbar dynamik där medierna inte enbart bevakar varandras rapportering för information, utan söker bekräftelse från myndighetskällor för att stärka nyhetsrapporteringens trovärdighet och objektivitet.

I det insamlade materialet finns fler exempel på intermedialt dagordnings sättande sett till tidsspännet mellan pushade nyheter. Ett exempel på detta rör konflikten mellan Israel och Hamas, där fyra olika medier inom ett spann på tretton minuter skickar ut att Hamas och Israel nått en överenskommelse om en vapenvila. Därtill hänvisar samtliga medier till den amerikanska tv-kanalen NBC. Detta visar på att journalisterna som skickat ut pushnotisen antingen måste tagit del av NBC:s ursprungliga nyhet om vapenvilan och skrivit om den till svenska, eller sett tidigare svenska pushnotiser och valt att referera till NBC istället för ett annat svenskt medium. Intressant är även att NBC inte är en av de stora nyhetsbyråerna som AP eller Reuters, utan en amerikansk tv-kanal som också kan hämta sina nyheter från nyhetsbyråer. De fyra pushnotiserna har även liknande rubriker, vilket är typiskt i det första skedet av en nyhetshändelse. Ordvalet i pushnotiserna som kom några timmar eller rentav dagar efter uppgörelsen om en vapenvila offentliggjordes är mindre sparsmakade och innehåller mer information som medierna i det första skedet inte hunnit få fram (Lim, 2011).

Det finns dock fler möjligheter att undersöka den intermediala dagordningseffekten bland pushnotiserna. Ett sätt är att se över de sakområden inom vilka flera medier pushar samma nyhet.

Tabell 7.2.5 Inom vilka sakområden flera medier har pushat samma nyhet (procent)

	Fler har pushat samma nyhet	Fler har inte pushat samma nyhet	Total
Israel-Hamas konflikten	19	8	14
NATO/försvaret	3	1	2
Övriga brott	15	14	14
Olyckor	6	4	5
Invandring/integration	4	1	2
Partipolitiska frågor	13	6	10
Politik i andra länder	3	1	2
Ekonomi	7	5	6
Arbetsmarknad	4	1	2
Företag och näringsliv	5	2	3
Kändisar/Profiler	5	3	4
Väder	3	3	3
Smittor och epidemier	4	2	3
Summa procent	92	51	70
Totalt antal	251	145	396

Kommentar: Cramer's V = ,496 och signifikans = <,001. Tabellen visar enbart de sakområden som uppgår till 3 procent eller mer av de pushnotiser som fler har pushat. Resterande ämnen utgör de återstående 29 procenten av den totala datamängden (n=567), där 18 procent har pushat samma händelse medan 49 procent inte har gjort det.

I tabell 7.2.5 framgår det att konflikten mellan Israel och Hamas är det sakområde där flest nyheter pushats av flera medier, med 19 procent, tätt följt av "övriga brott". Det kan därför tänkas ses som att det inom dessa områden, och resterande områden där fler pushat samma nyhet, finns intermediala dagordningseffekter där fler rapporterar om samma händelser. Mönstret tyder på att när ett nyhetsmedium initierar bevakningen av en händelse, tenderar andra medier att antingen följa efter eller välja att ignorera det (Lim, 2011). Vad som gör att flera medier väljer att rapportera om samma sak under samma tid är svårt att svara på, det kan dels bero på påverkan från andra medier men också att nyhetsvärderingen ser liknande ut på de olika redaktionerna. Inom den metodologiska ramen för denna uppsats kan inte orsakssambandet förklaras, utan det går endast att konstatera hur nyhetsflödet av pushnotiser ser ut. Här kan dock, återigen, en tendens till att det finns intermediala dagordningseffekter bevisas.

Utifrån detta finns även indikatorer på en homogenitet inom pushnotisernas nyhetsflöde, vilket antyder att medier tenderar att prioritera och rapportera om liknande händelser. Vidare resultat och analyser kring detta presenteras i kommande delkapitel. Resultat som antyder intermediala dagordningseffekter i nyhetsrapporteringen kommer även förekomma i delkapitlen nedan.

7.3 Hur homogent är nyhetsflödet av pushnotiser?

I detta avsnitt av uppsatsen undersöks och presenteras resultat som rör den andra frågeställningen, nämligen homogeniseringen hos pushnotiserna. Fokus ligger på att analysera och rapportera likheter inom olika aspekter av pushnotiserna, inklusive ämnesområde, typ av nyhet och generell nyhetsinnehåll.

Tabell 7.3.1 Antal pushnotiser som flera nyhetsmedier har pushat (procent)

	Antal	Procent
Fler har pushat samma nyhet	282	50
Enbart ett medium har pushat nyheten	285	50
Totalt	567	100

Kommentar: Resultatet i tabellen baseras på huruvida en nyhet i en pushnotis skickats ut av fler än ett medium.

Av tabell 7.3.1 framgår att 50 procent av pushnotiserna från de rikstäckande medierna är nyheter som fler medier har pushat. Det vill säga, hälften av alla nyheter i pushnotisernas nyhetsflöde är nyheter som delas av ett, eller flera, medier. Men homogeniteten kan tydligast ses genom hur stor andel av notiser som utgör samma nyhet, eftersom samma medium även kan driva en nyhet utan att fler medier följer efter. Med detta menas att homogeniteten inte bara baseras på samstämmigheten nyhetsmedierna emellan, utan det totala nyhetsinnehållet i pushnotiserna – hur stor andel av alla pushnotiser i helhet som berör olika nyheter. Detta kan

beskrivas på två sätt. Först, vilket framgår i tabell 7.3.2 bestod 313 pushnotiser på något sätt av samma nyhet som en annan pushnotis, och ur dessa kan 66 unika nyheter urskiljas. Detta gör att det totala materialet på 567 pushnotiser i själva verket enbart består av 320 unika nyheter (inklusive olika vinklar, uppföljningar, etc.). Därefter kan homogeniteten beskrivas rent procentuellt, vilket även framgår av tabell 7.3.2. Då visar resultatet att nyhetsinnehållet till 55 procent är detsamma i pushnotisernas flöde under den undersökta veckan.

Tabell 7.3.2 Homogenitet i nyhetsflödet (procent)

	Antal	Procent
Nyheten förekommer i fler än en pushnotis	313	55
Nyheten förekommer enbart i en pushnotis	254	45
Totalt	567	100

Kommentar: Tabellen visar antalet pushnotiser där det förekommer samma nyheter i fler än en pushnotis. Nyheterna är uppdelade efter variabel sju i kodboken.

Resultatet visar alltså “den grad olika medier fokuserar på samma nyheter under en given nyhetscykel”, det vill säga graden av homogenitet i nyhetsinnehållet (Boczkowski & de Santos, 2007, s. 168), vilket i detta fall tycks visa på en relativt hög grad av homogenitet. Varannan pushnotis som medierna skickar ut publiceras av någon annan; varannan notis som användarna får i telefonen kan de också få från en annan nyhetsapp. Resultatet liknar det som tidigare forskning kommit fram till gällande homogenitet i innehållet i artiklar, dock i andra mediekontexter än den svenska (Boczkowski & de Santos, 2007). Sett utifrån Boczkowskis (2010) studie av en argentinsk nyhetsredaktion tros alltså den teknologiska utvecklingen, och övergången till delar av redaktionen som specifikt riktar in sig på så kallade breaking-nyheter spela roll för varför innehållet är homogent. Att homogenitet och breaking-nyheter har en korrelation kan även ses i tabell 7.3.3. Förutsättningen att journalister bevakar andra medier (Bourdieu, 2021; McCombs, 2014; Boczkowski, 2010) kan även tänkas vara en förklaring till att breaking-nyheter till stor del är desamma. När journalister bevakar andra mediers rapportering under dagen tros alltså dessa typer av “snabba” nyheter vara enklare att följa efter, då de ofta kan vara korta och koncisa i sin utformning (Lim, 2013), och ha ett högt nyhetsvärde (Ghersetti, 2019). Även om denna homogenitet *kan* tänkas vara ett resultat av intermediala dagordningseffekter, kan det rentav bara bero på att medierna alltmer liknar varandra. Likt Vliegthart och Walgrave (2008) påvisar är exogena sakfrågor mer benägna att bero på dessa likheter i rapportering, mediekonvergens, snarare än att medierna i sig påverkar varandra. Med exogena sakfrågor menas de som inte kommer från mediernas egen journalistik, utan utomstående faktorer såsom naturkatastrofer eller dylikt. Till detta kan därför även några av de framträdande nyheterna i uppsatsens material räknas med, såsom Riksbankens besked om styrräntan eller evakueringen av ett flerbostadshus efter ett bomblarm (se tabell 7.1.2). Med detta menas att graden av homogenitet inte per definition kan ses som en följd av intermediala dagordningseffekter, även om det kan vara rimligt att dra slutsatsen att dessa effekter spelar in i vissa av fallen.

Tabell 7.3.3 Andelen av varje pushnotistyp där fler medier har pushat samma nyhet (procent)

	Fler har pushat samma nyhet	Ingen annan har pushat samma nyhet	Total
Breaking	84	16	100
Annan nyhetstext	34	66	100
Krönika, opinionstext eller recensioner	20	80	100
Sammanfattning	57	43	100
Test, tips och listor	17	83	100
Information om egen verksamhet	0	100	100
Övrigt	50	50	100
Summa procent	50	50	100
Totalt antal	282	285	567

Kommentar: Tabellen utgår ifrån hur stor andel, inom varje typ av pushnotis, där flera medier har pushat en nyhet. Cramer's V = ,473, signifikans = <,001.

Resultatet i tabell 7.3.3 visar att en övervägande majoritet (84 procent) av alla breaking-nyheter består av nyheter som flera medier pushat. Inom kategorin "annan nyhet" är det däremot drygt en tredjedel av alla pushnotiser som flera medier skickat ut. Sett till unika nyheter (likt tabell 7.3.2) bland breaking-pushnotiserna är det 138 av 161 pushnotiser som fler medier har pushat, vilket uppgår till 86 procent. Samma andel för "annan nyhet" blir 40 procent. Det finns alltså en högre grad av homogenitet bland breaking-nyheterna än det finns hos övriga pushnotiser, vilket indikerar att medierna tenderar att reagera liknande på händelser som snabbt utvecklas. Detta eftersom denna typ av nyheter troligtvis kräver en omedelbar reaktion och föranleder därför en enhetlig rapportering av händelserna utifrån de uppgifter som inkommit. En annan förklaring till att detta leder till en högre grad av homogenisering är att medierna bevakar varandra, eller får samma typ av information vilket gör att rapporteringen ser liknande ut. Om breaking-nyheter också är att betrakta som "viktiga", i avseendet att de kan innehålla samhällsviktig information eller dylikt (Ghersetti, 2019), är det inte heller oväntat att medier nyhetsvärderar lika i detta avseende. Stöd till att det finns en inneboende tendens att breaking-nyheter i större grad är homogena, är även att det för "annan nyhetstext" är en betydligt mindre andel (30 procent) där pushnotisen förekommer i fler än en pushnotis. Det snabba nyhetstempot tycks alltså slutligen, till en viss grad, påverka homogeniteten i pushnotisernas nyhetsflöde.

Tabell 7.3.4 Homogenitet fördelat på medier (procent)

	Aftonbladet	DN	SvD	Expressen	SVT	SR Ekot	Totalt
Fler har pushat samma nyhet	43	29	57	61	65	53	50
Ingen annan har pushat nyheten	57	71	43	39	35	47	50
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100
Totalt antal	122	110	65	144	48	78	567

Kommentar: Tabellen visar hur många procent av respektive nyhetsmediums pushnotiser som fler medier har pushat. Cramer's V = ,245 och signifikans = <,001.

Ytterligare ett sätt att se homogeniteten är hur den fördelar sig på de olika nyhetsmedierna, vilket resultatet i tabell 7.3.4 visar. Av detta framgår att 43 procent av Aftonbladets pushnotiser är nyheter som andra medier också pushat, medan 57 procent är eget material, eller utgör nyheter som inte pushats av något annat medium. Resultatet visar att SVT Nyheter är det medium som till störst del pushar samma nyheter som andra medier. Detta kan delvis förklaras genom antalet pushnotiser som skickats ut, där SVT har skickat ut minst antal pushnotiser av alla medier, och kan därför ha prioriterat de viktigaste nyheterna, vilket torde utgöra en likartad prioritering för alla medier. DN är det nyhetsmedium med flest unika pushnotiser, där endast 29 procent av tidningens pushade nyheter förekommer hos andra medier. Detta kan förklaras utifrån att 31 av DN:s pushnotiser är krönikor eller opinionstexter, medan övriga medier har pushat betydligt färre inom denna kategori. Tabell 7.3.3 visar att endast 20 procent av samtliga opinionstexter är pushade av flera medier. I övrigt visar resultatet i tabell 7.3.4 att de flesta medier är någorlunda samstämmiga vad gäller balansen mellan liknande pushnotiser som andra medier kontra eget eller unikt material, runt 50 procent åt respektive håll.

Noterbart är dock att resultatet inte är att betrakta som till vilken grad olika medier är ledande i nyhetsflödet, utan svarar enbart på hur stor andel av respektive mediums pushnotiser som är unikt och eget, eller i vilken utsträckning dessa har pushnotiser som delas av fler medier. Vidare är korrelationen måttlig (Cramer's V = ,245), och antalen relativt små när resultatet slås ut per nyhetsmedium. Skillnaderna är dock statistiskt signifikanta.

7.4 Hur ser pushnotiser ut över tid i förhållande till intermediala dagordningseffekter och homogenitet?

I denna del presenteras resultat som rör uppsatsens tredje och sista frågeställning gällande tid i förhållande till intermediala dagordningseffekter och homogenitet bland pushnotiserna. Här riktas särskild uppmärksamhet mot publiceringstider av pushnotiser i olika kontexter, dels kring när samma nyhet pushas av olika medier, dels kring hur olika sakområden ser ut över tid.

Under hela den undersökta veckan skickades 517 pushnotiser ut från de sex utvalda medierna. Eftersom sammanfattningspusharna delades upp i flera enheter, var den totala mängden nyheter/analysenheter 567. I tabell 7.4.1 går att se hur pushnotiserna fördelades över veckans dagar.

Tabell 7.4.1 Pushnotiser per dag

	Antal	Procent
Måndag	84	15
Tisdag	73	13
Onsdag	94	17
Torsdag	94	17
Fredag	98	17
Lördag	65	11
Söndag	59	10
Totalt	567	100

Kommentar: Tabellen visar hur många pushnotiser som skickats ut under respektive dag under insamlingsveckan. Notera att antalen baseras på antal "nyheter", där pushnotiser bestående av flera nyheter delats upp vilket diskuterats ovan.

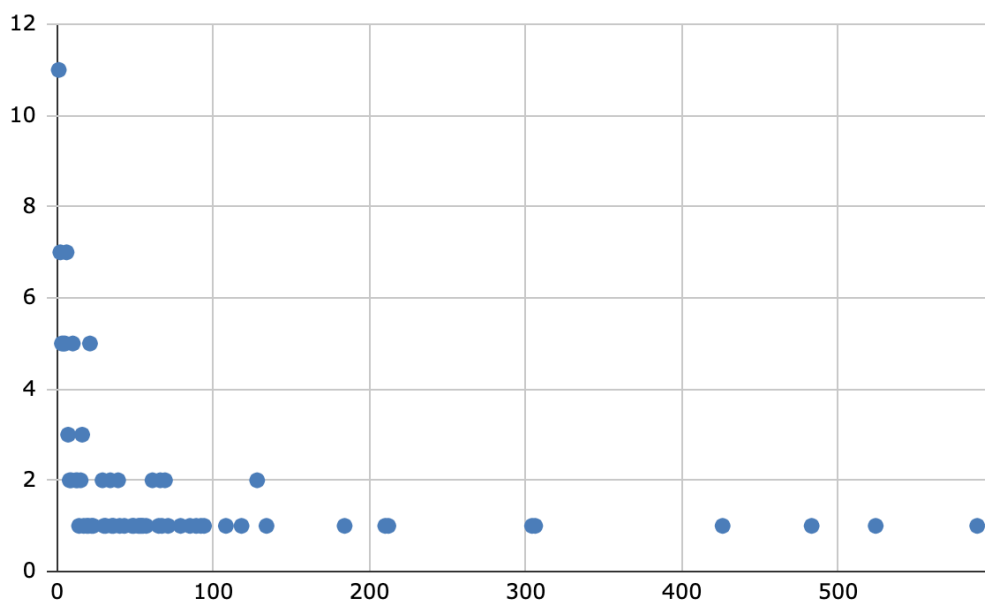
Resultatet i tabellen ovan visar att antalet pushnotiser som skickats ut under respektive dag varierar. Under helgen är antalet pushnotiser som minst, och för den undersökta veckan var fredagen den dag där flest pushnotiser förekom. Det rör sig dock inte om några särskilt stora skillnader vardagarna emellan, och det går därför att konstatera att spridningen av antal pushnotiser över veckodagarna är relativt stabil. Det minskade antalet pushnotiser under helgen kan bero på en förväntad minskning av användares aktivitet och intresse under dessa dagar, eller en minskning av större händelser eller resurser på redaktionerna.

Vidare, vilket framgår av figur 7.4.2, finns en tydlig klustring vid publiceringstiderna för efterföljande pushnotiser. Det vill säga, när ett medium publicerar en pushnotis (minut 0), och andra nyhetsmedier publicerar samma nyhet, tenderar dessa pushnotiser att till en övervägande majoritet publiceras inom ett intervall på mindre än 2 timmar. Vliegenthart och Walgraves (2008) menar på att det intermediala dagordningssättandet är större under kortare tidsperioder, vilket det insamlade materialet också verkar antyda. Ett utmärkande drag i det insamlade materialet är vidare att efterföljande pushnotiser ofta klustrar sig till 10 minuter efter den ursprungliga nyheten. Vilket spridningsdiagrammet också uttrycker är att den enskilt vanligaste publiceringstiden i antal minuter efter den första pushnotisen är 1 minut, där totalt 11 pushnotiser klustrar sig. Därefter syns en stadig nedgång till dess att enskilda pushnotiser, vad det verkar sporadiskt, publiceras.

Den snabba efterföljande rapporteringen kan antyda en högre grad av intermediala dagordningseffekter, där nyheter snabbt och aktivt plockas upp av olika medieplattformar. Med tanke på att efterföljande pushnotiser kommer tätt inpå den ursprungliga pushnotisen kan det antas att nyhetsredaktionerna bevakar sina konkurrenters rapportering. Även om det inte finns ett empiriskt påvisat kausalt samband mellan högt nyhetstempo och intermedialt dagordningssättande, antyds detta i tabell 7.4.2. Det alternativa scenariot är att betrakta som tämligen osannolikt; att enskilda journalister bevakar samma område på samma sätt, alltså att de letar fram samma nyhet utan intryck från varandra. Enligt Boczkowski (2010) innebär det

snabba nyhetstempot, som pushnotiser bidrar till, att medier i högre grad hämtar sina nyheter från varandra.

Figur 7.4.2 Publiceringstider för efterföljande pushnotiser (i minuter)



Kommentar: Spridningsdiagrammet visar publiceringstidpunkter för pushnotiser som skickats ut när något annat (eller samma) medium redan skickat ut en pushnotis om samma nyhet ($n = 119$). Varje prick motsvarar en pushnotis, där x-axeln visar tid för publicering av pushnotiser i minuter och y-axeln visar hur många pushnotiser som har skickats ut vid en given tidpunkt. Urvalet baserar på allt innehåll som kodats som "fler har pushat samma nyhet" och där antal minuter efter första pushnotis inte kodats som "0". En utliggare (*outlier*) är borttagen från tabellen, en pushnotis som skickats ut 1427 minuter efter den första notisen.

Ett exempel på hur tidsspännat kan se ut när det kommer breaking-nyheter är under eftermiddagen 24 november, då det blev klart att Hamas släpper israeliska och thailändska gisslan. Pushnotiserna skickades ut mellan klockan 14.55 och 15.37 där mer information tillkom efterhand (se tabell 7.4.3). Israel-Hamas konflikten var välbevakad och stod för 14 procent av alla insamlade nyheter (se tabell 7.2.4). Eftersom pushnotiserna i exemplet nedan inte har skickats ut under ett spann på enbart ett par minuter kan det antas att det funnits en påverkan som spelat in i rapporteringen. Det går att anta att redaktionerna har sett tidigare pushnotiser och genom det letat upp källor på annat håll, istället för att ha tagit del av samma information samtidigt som de redaktioner som pushat tidigare. Detta kan ses i Expressens pushnotis då de inte hänvisar till SVT, utan Reuters. Detta exemplet kan ses tydligare i tabell 7.4.2 där de flesta av de valda medierna skickar ut sina första notiser inom en timme efter varandra. Detta bidrar även till att nyhetsflödet upplevs som homogent, då i stort sett samma nyhet dominerar under 42 minuter i exemplet i tabell 7.4.3, där även fler uppföljningar på nyheten pushades under timmarna som följde.

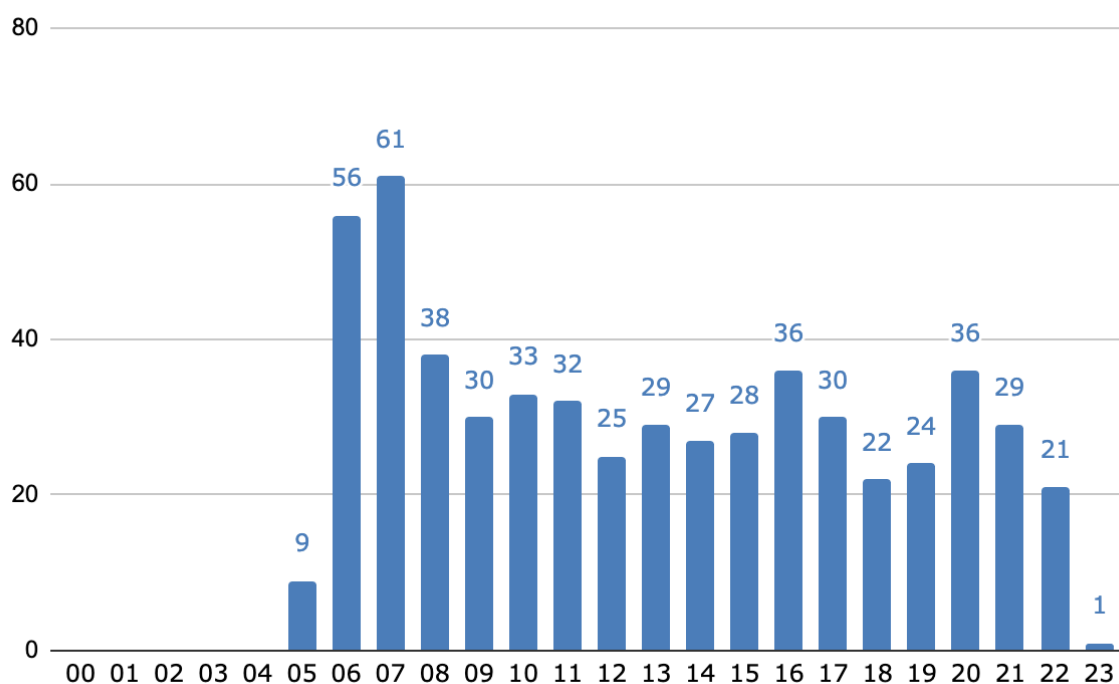
Tabell 7.4.3. Nyhetsflödet av pushnotiser under Hamas frigivning av gisslan

Tid	Innehåll i pushnotis	Nyhetsmedium
14:55	Nu väntas utväxling av gisslan och fångar inledas mellan Israel och Hamas • SVT Nyheter sänder live	SVT Nyheter
15:14	JUST NU: Första fångutbytet mellan Israel och Hamas, uppger Reuters • Tolv thailändska medborgare	Expressen
15:15	NYHETER: Hamas har börjat släppa gisslan – tolv thailändare har frigivits, uppger Thailands premiärminister.	Svenska Dagbladet
15:29	Hamas har släppt 12 thailändska medborgare, enligt Thailands premiärminister	SR Ekot
15:34	JUST NU: 13 ur gisslan släppta	Aftonbladet
15:36	12 Israeler släppta av Hamas – hör Sveriges Radios korrespondent på plats	SR Ekot
15:36	NYHETER: Flera ur Hamas gisslan släppta – överlämnade till Röda korset, uppger Reuters.	Dagens Nyheter
15:37	Tretton israeler som hållits gisslan av Hamas har överlämnats till Röda Korset	SVT Nyheter

Kommentar: Tabellen visar en sammanställning av pushnotiser som skickades ut mellan klockan 14:55 och 15:37 24/11. En pushnotis har uteslutits från tabellen då den handlade om statsminister Ulf Kristerssons uppmärksammade frågestund i Göteborg.

Ett exempel som bryter mot mönstret att samma nyhet pushas nära i tid, är en nyhet som Expressen ursprungligen pushar 20 november klockan 16.08. Notisen handlar om en man i 70-årsåldern som häktats efter att polisen hittat nio ton sprängmedel på mannens tomt. Klockan 15:55 dagen därpå, alltså näst intill 24 timmar senare, pushar Aftonbladet samma nyhet för första gången. Aftonbladet hänvisar i sin pushnotis till “uppgifter”, vilket alltså kan innebära att detta bygger på Expressens uppgifter eller att Aftonbladet fått sina uppgifter bekräftade från annat håll, men detta framkommer inte i pushnotisen. Tidsspannet är dock så pass kort att det fortfarande finns möjlighet att Aftonbladet påverkats av Expressens publicering (Vliegenthart & Walgrave, 2008), men i förhållande till det övriga materialet är denna pushnotis att betrakta som en så kallad utliggare eller *outlier*.

Figur 7.4.4 Antal nyhetshändelser i pushnotiser fördelat på timme under dygnet



Kommentar: Tabellen visar antalet nyhetshändelser uppdelat per timme ($n = 567$). Tidsangivelserna på x-axeln motsvarar varje heltimme exempelvis 10.00-10.59. Y-axeln anger antalet pushnotiser. Sammanfattningar som medierna skickar ut morgon och kväll har delats upp i det insamlade materialet. Tabellen ska därför inte tolkas som antal enskilda pushnotiser utan som enskilda nyhetshändelser.

I figur 7.4.4 redovisas vilken tidpunkt på dagen som medierna skickar ut sina pushnotiser. Morgonen är den del av dygnet då flest nyheter pushar, då den timme medierna pushar som mest är mellan 07.00-07.59. Att notera är att dessa pushnotiser till stor del består av så kallade sammanfattningar, eller "morgonens nyheter". Därefter minskar aktiviteten något under dagen för att stiga mot kvällen – det tycks alltså finnas någon slags logik i när medierna väljer att pusha. Detta resultatet kan med fördel jämföras med vad Ferrer-Conill & Wheatley (2021) kommer fram till gällande hur mediernas publiceringsdygn ser ut, där resultatet är likartat. Trots detta är det inte helt fastställt att detta är en avsiktlig strategi från medierna, eller en slump. En rimlig förklaring är dock att nyhetsmedierna väljer att skicka ut pushnotiser vid dessa tidpunkter, eftersom det är då människor har tid att använda sina mobiltelefoner. Det framkommer även att ingen pushnotis publiceras senare än klockan 23 på kvällen, eller tidigare än klockan 5 på morgonen. Att så pass många nyheter skickas ut på morgonen kan därför dels förklaras med att pushnotiserna om nattens händelser inte skickas ut förrän de flesta människor vaknar, samt att man förväntar sig att "pull"-effekten av pushnotiser kan vara större när människor startar dagen och har tid att ta del av nyheter. Även om aktiviteten går ner under dagen, jämfört med morgonen, har medierna idag en mer frekvent aktivitet i det digitala medielandskapet (Boczkowski, 2010). Detta innebär i praktiken att medierna numera har möjlighet att uppdatera nyhetsflödet när folk är på jobbet. Enligt Boczkowski (2010) upplevde tidningar att förmågan att kunna publicera breaking-nyheter och uppföljningar under dagen ökade trafiken till hemsidan. Detta innebär också att nyhetsflödet i allmänhet blev mer homogent eftersom en bieffekt av ett högt

nyhetstempo också tycks ha påverkat bevakningen av konkurrenters nyheter, vilket i kontexten av denna undersökning kan ses i tabell 7.3.1.

Vidare finns det fler temporala aspekter gällande pushnotiser. I den veckolånga undersökningen av pushnotiser framkommer tydliga skillnader i fokuserade sakfrågor beroende på veckodag. Särskilt framträdande är variationerna i antalet pushnotiser relaterade till konflikten mellan Israel och Hamas, samt ekonomiska frågor. Under måndagen representerade pushnotiser om konflikten mellan Israel och Hamas endast 1 procent av det totala antalet, medan söndagen kännetecknades av en markant ökning till 22 procent (vilket visualiseras i figur 7.4.6). Det indikerar en betydande skiftning i medias fokus på denna specifika konflikt under veckan. Ekonomifrågor visade liknande variationer, där torsdagen dominerades av 22 procent av pushnotiserna som rörde ekonomi, medan övriga dagar låg på nivåer mellan 0 och 8 procent. En intressant observation är att under dagen då ekonomin var i fokus med 22 procent av pushnotiserna, meddelade Riksbanken beslutet om att styrräntan lämnas oförändrad.

Montage 7.4.5 Flöde av pushnotiser vid nyheten om räntebeskedet

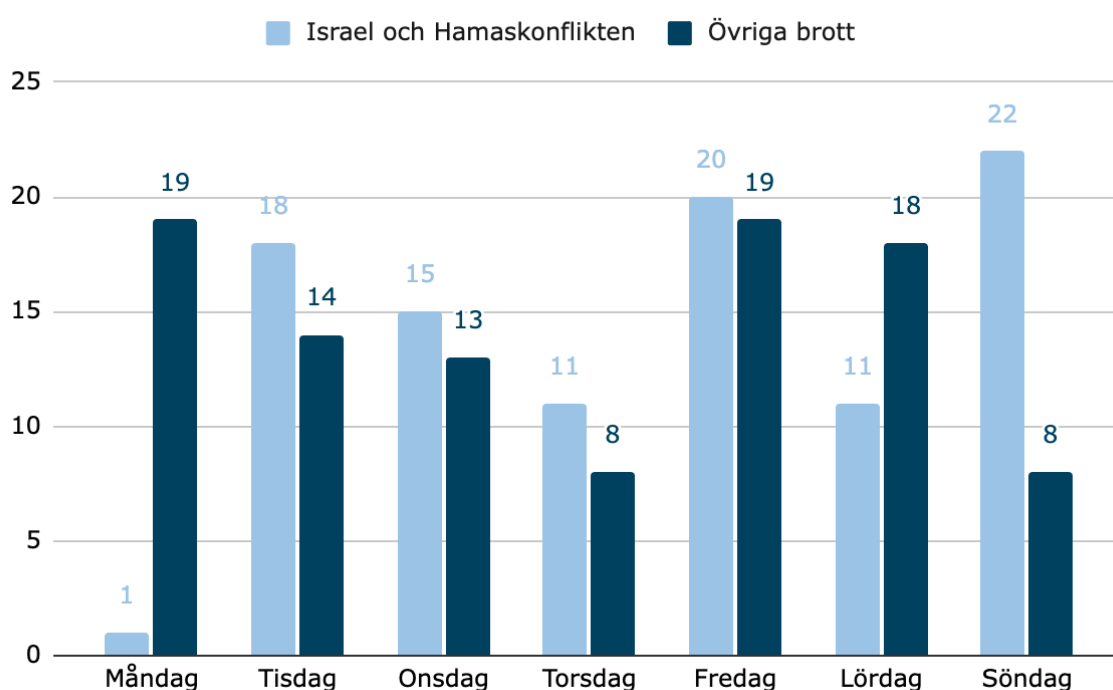


Kommentar: Bilden är ett montage med skärmdumpar av samtliga 15 pushnotiser gällande Riksbankens besked om styrräntan. Alla pushnotiser skickades ut den 23 november 2023 och skärmdumparna är tagna från

notiscentret på en iPhone X. Observera att bilden är ett montage och således har fler pushnotiser skickats ut mellan publiceringstillfällena.

Mediebevakningen inkluderade inte bara själva beskedet utan också uppföljningar om dess påverkan på privatpersoner, samt expertkommentarer, vilket går att se i montage 7.4.5. Dessa uppföljningar bidrar till en djupare förståelse för ämnet för läsarna. Detta visar på en tidsbunden karaktär av vissa ämnen, där händelser eller uttalanden kan dominera nyhetsflödet under en kortare period. Detta tidsspann håller dock inte i sig under en längre tid. Det går att se att dagen efter att ekonomi dominerade pushnotiserna skickades enbart en pushnotis om ekonomi ut, och denna handlade inte om föregående dags räntebesked. Initiala rapporter och reaktioner får stort utrymme, men ersätts sedan gradvis av andra aktuella händelser. Nyhetsprioriteringar kan därmed snabbt förändras beroende på nya händelser och utvecklingar inom olika ämnesområden.

Figur 7.4.6 Spridningen mellan de två största sakområdena under veckan (procent)



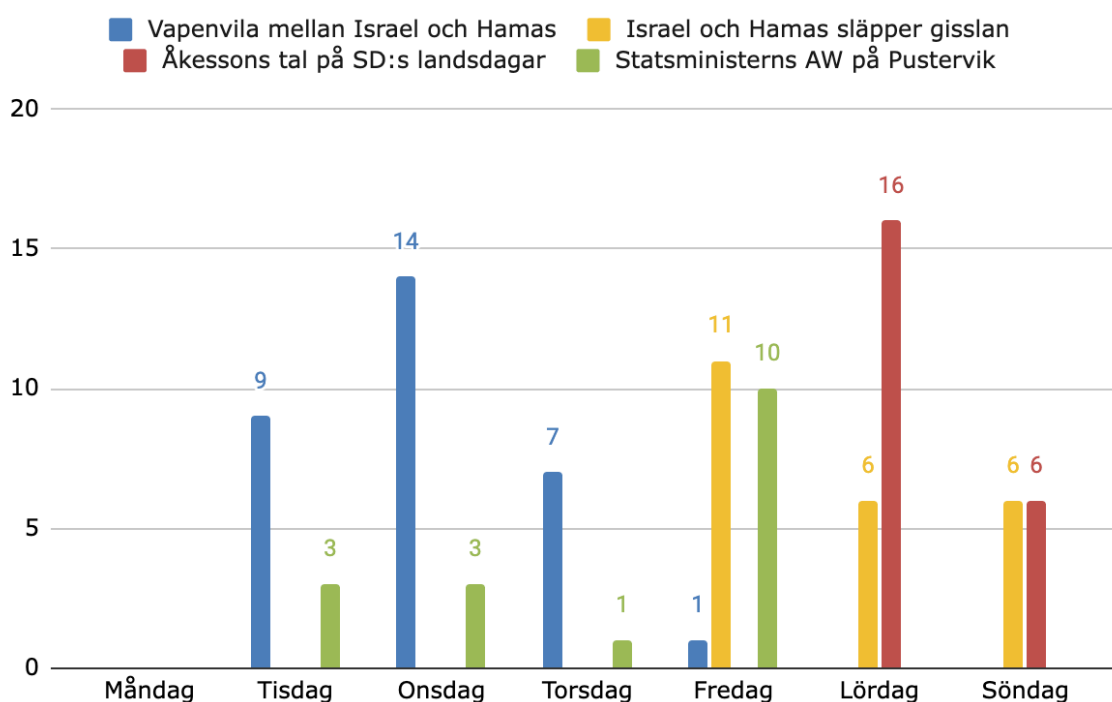
Kommentar: Cramer's $V = .318$ och signifikans $< .001$ (för samtliga sakområden). Modellen visar spridningen mellan sakområdena "Israel-Hamas konflikten" och "övriga brott" under veckan för insamlingen. Diagrammet visar hur många procent av de totala pushnotiserna sakområdena utgjorde under respektive dag.

De två mest förekommande sakområdena var konflikten mellan Israel och Hamas och "övriga brott" (se tabell 7.1.4). Jämförs dessa två med varandra under separata dagar under veckan går det att se hur mycket utrymme dessa tar bland mediernas pushnotiser, se figur 7.4.6. Det skiljer sig mycket mellan de olika dagarna, hur mycket utrymme dessa sakfrågor får. Under fredagen och torsdagen får de ungefär lika stort utrymme medan måndagen och söndagen skiljer de sig åt avsevärt. Under måndagen skickades endast en pushnotis ut om konflikten mellan Israel och Hamas, vilket motsvarar drygt 1 procent av pushnotiserna. Medan "övriga brott" pushades ut 19 gånger, vilket motsvarar 16 procent av alla pushnotiser under dagen. Söndagens skiftar dock åt andra hållet, där konflikten mellan Israel och Hamas förekommer

oftare med 13 pushnotiser, motsvarande 22 procent. Torsdagen är den dag då dessa två ämnen sammantaget har fått minst utrymme bland pushnotiserna. Detta kan förstås utifrån vad som tidigare nämnts om den stora mängden pushnotiser gällande ekonomi, och ges därför mindre utrymme för övriga ämnen. Resultatet är, i enlighet med den grundläggande principen för dagordningsteorin, att vissa sakfrågor framhävs på bekostnad av att andra sakfrågor tonas ned.

Inom “övriga brott” finns inga toppar och dalar på samma sätt som pushnotiserna kring konflikten mellan Israel och Hamas har, även om de varierar något under veckan. Detta kan förstås genom att det är ett ämne där det nästintill alltid finns något som händer och att rapporterera kring, medan rapporteringen kring konflikten mellan Israel och Hamas hänger på att det uppkommer nya uppgifter. Likt tidigare analys visar detta att det finns en tydlig koppling mellan tid och vilken typ av ämne det rapporteras kring och därmed vilka sakområden medierna pushar. Homogeniteten tycks därmed vara temporal, medierna rapporterar om samma typ av saker under samma dag, men det varierar över tid.

Figur 7.4.7 Spridning över veckodagarna av nyheter i urval (antal pushnotiser)



Kommentar: Diagrammet visar de fyra mest förekommande nyheterna (i antal pushnotiser), fördelat på antal pushnotiser som publicerats per veckodag. Dessa nyheter exemplifierar enbart hur spridningen över flera dagar kan se ut, därför ska inte diagrammet ses som en visualisering av nyhetsflödet i sin helhet. Cramer’s V = .803, signifikans = <.001.

Även sett till specifika nyheter syns hur antalet pushnotiser skiljer sig från dag till dag. Av figur 7.4.7 framgår att ingen av de fyra mest förekommande nyheterna i datamängden tog plats i pushnotisflödet under hela veckan. Diskussionerna om en kommande vapenvila mellan Israel och Hamas påbörjades under tisdagen, och avtog därefter under fredagen för att istället ersättas med rapporteringen om att gisslan börjat släppas i och med sagda vapenvila.

Sammanlaget kan det alltså ses som en nyhetsföljetong under nästan hela perioden, som av naturliga skäl förändras i och med att utomstående aktörer agerar på olika sätt. Noterbart är även att nyheten om statsminister Ulf Kristerssons “after work” på Pustervik i Göteborg, som blev avbruten av propalestinska demonstranter, utgjorde tre pushnotiser under tisdagen då händelsen faktiskt inträffade. Under fredagen berörde 10 pushnotiser denna nyhet, detta på grund av uppföljningar som berörde hur desinformation kring nyheten spreds på sociala medier. Jimmie Åkessons tal är en sådan nyhet som hade kunnat rapporteras om i *en* pushnotis, men som följdes upp med olika vinklar, utspel och reaktioner. Men trots att samtliga av nyheterna i diagrammet sprider sig över fler än en dag är detta att betrakta som undantag snarare än regel. Av de identifierade nyheterna som fler än ett medium uppmärksammat var det vanligare att nyheten förekom enbart en dag. Detta kan återigen exemplifieras med nyheten om att Riksbanken behöll styrräntan oförändrad (se montage 7.4.5), som under torsdagen allena förekom i 15 pushnotiser, men under nästföljande dagar inte förekom alls.

Resultatet kan alltså tolkas som att både de intermediala dagordningseffekterna och homogeniteten som diskuterats ovan, på nyhetsnivå tenderar att vara bundet till en eller ett fåtal dagar. Medan sakfrågor tycks kunna fördela sig över tid, vilket visats ovan, är nyheterna bundna till ett ännu kortare tidsintervall. Annorlunda uttryckt; medan det tycks finnas dominerande sakområden, likt konstanter i nyhetsflödet under längre perioder, är de enskilda nyheterna inom dessa områden desto kortvarigare. Dock, även om resultatet pekar åt en sådan tendens går det inte att, inom ramen för denna undersökning, empiriskt svara på exakt hur länge en nyhet, eller i synnerhet en sakfråga, tar plats i pushnotisernas nyhetsflöde.

8 Slutdiskussion

I detta kapitel kommer slutsatser dras utifrån resultat från tidigare kapitel, det kommer också att föras en diskussion kopplat till slutsatserna och slutligen presenteras förslag till vidare forskning kring pushnotiser.

8.1 Slutsatser och diskussion

Syftet med uppsatsen har varit att fördjupa förståelsen för nyhetsmediernas pushnotiser och deras ömsesidiga påverkan, detta för att förstå hur det nya nyhetsflödet i mobilens notiscenter ser ut, och hur medierna påverkas av varandra i kampen om läsarnas uppmärksamhet.

Tidigare forskning har i högsta grad riktat sig till användarnas relation till pushnotiser; här har pushnotisernas relation till varandra analyserats. Att konstatera är att forskningsluckan förblir långt ifrån fylld, men denna uppsats visar på hur det finns indikatorer på både en hög grad av homogenitet och tendenser till intermediala dagordningseffekter. Enskilda medier tycks, även i låsskärmens nyhetsflöde, inte verka i ett vakuum.

Resultaten visar nämligen att det finns en betydande grad av homogenitet bland pushnotiserna, till 55 procent. Det betyder att pushnotiserna från samtliga medier består till mer än hälften av samma material och nyheter. Om vi betraktar pushnotiserna som ett självständigt nyhetsflöde i mobilen blir det alltså ett mycket likartat flöde, med pushnotiser som handlar om samma nyheter.

Av breaking-nyheterna är homogeniteten än högre, nämligen 84 procent. Dessa breaking- eller just nu-nyheter är de pushnotiser läsarna är mest intresserade av (Newman, 2016). Detta betyder att det finns en stark likformighet i hur olika nyhetsmedier rapporterar om pågående händelser, där det torde finnas ett stort allmänintresse. Nyhetsurvalet och nyhetsvärderingen verkar se liknande ut på de olika redaktionerna vad gäller breaking-nyheterna i pushnotiserna.

Frågan kring ifall det är viktigt att få pushnotiser från flera olika medier ställs i ljuset av den höga homogeniteten. Om pushnotiser från olika medier är så pass lika, och i stor utsträckning behandlar samma ämne, kan det ifrågasättas ifall pushnotiser verkligen erbjuder en tillräckligt stor variation för läsarna. Räcker det då att ha pushnotiser från ett medium, och undvika upprepningar av liknande nyheter och pushnotiser? Med detta sagt kan det vara viktigt för de som endast har pushnotiser från en enskild nyhetsapp att få de viktigaste pushnotiserna om nyheter. Därmed kan en homogenisering i pushnotiserna ses som något positivt för att nå ut med information till läsare från olika medier. Samtidigt finns det ytterligare risker, gällande den allt växande misstron mot traditionell media, där delar av befolkningen vänder sig till alternativa nyhetskällor. Att uppleva att ingen av de traditionella, nationella nyhetsmedierna lyfter nyheter som man själv relaterar till, utan har samma urval och påverkas av varandra, kan tänkas fortsätta göda denna växande misstro.

En hög grad av homogenitet kan vara ett resultat av en snabb och effektiv nyhetsrapportering där medier snabbt anpassar sig till pågående händelser. Här kan vi också förstå det som att de intermediala dagordningseffekterna spelar in. I det snabba och digitala medielandskapet kan dessa effekter bidra till att nyhetsrapporteringen blir homogeniserad, där olika medier snabbt anpassar sig till varandras val av nyheter. Resultatet tycks bli en snabb och enhetlig spridning

av nyheter över olika medier. Denna homogenitet kan vara ett sätt för medier att snabbt nå en bred publik och säkerställa att de inte missar viktiga händelser som andra medier rapporterar om. Intermediala dagordningseffekter kan skapa som en slags "dominoeffekt" där nyheterna som ett medium rapporterar om också fångar intresset hos andra medier. Denna ömsesidiga påverkan kan leda till liknande prioriteringar och skapa en homogenisering av nyhetsflödet.

Å ena sidan är det möjligt att en hög likhet mellan pushnotiserna ger en mindre diversifierad upplevelse för användarna och eventuellt minskar värdet av de olika nyheterna och pushnotiserna. Å andra sidan kan rapportering kring samma ämne från olika medier leda till en bredd i användarnas nyhetsupplevelse. Om användarna endast exponeras för ett specifikt perspektiv eller enstaka vinklar på nyheterna kan det begränsa deras förståelse och insikter. Därför kan balansen mellan homogenitet och mångfald vara avgörande för att upprätthålla användarnas intresse och kunskap. Balansen däremellan kan också vara viktig för att ge användarna en korrekt bild av händelser och främja kritiskt tänkande.

Resultaten tyder på en tendens till intermediala dagordningseffekter, vilket innebär att olika medier kan påverka varandras nyhetsprioriteringar och rapportering. Mätningen av dessa effekter har varit utmanande men har huvudsakligen baserats på referenser i pushnotiserna till andra medier. Resultaten visar att 9 procent av alla pushnotiser innehåller en referens till ett annat medium eller nyhetsbyrå. Den uppmärksammade frekvensen kan vara en indikation på hur medier tar hänsyn till och influeras av varandras val av nyheter. Trots att frekvensen av referenser kan anses vara relativt låg finns det alltså här en tendens till intermediala dagordningseffekter. Dock är det viktigt att vara medveten om att mätningen möjligen underskattar verklig påverkan då det kan finnas en indirekt påverkan som inte fångas upp och kan vara mycket svår att mäta. Resultaten stöder tanken att medier inte existerar isolerat utan är en del av ett sammanflätat nätverk där de påverkar och påverkas av varandra.

En intressant observation är att internationella nyhetsbyråer dominerar toppen med 37,5 procent av referenserna. Detta kan tyda på att internationella nyhetskällor har en påverkan på hur nationell media väljer sina nyheter. Det som spelar in i detta fall är att nyhetsrapporteringen under insamlingsveckan har dominerats av nyheter kring konflikten mellan Israel och Hamas, där medierna inte har egna reportrar på plats och därför måste förlita sig på andrahandsinformation.

Intermediala dagordningseffekter kan bidra till skapandet av en gemensam nyhetscykel, där olika medier följer samma tidsram för att rapportera och uppmärksamma specifika händelser. Detta kan resultera i att liknande nyheter dominerar rubrikerna samtidigt över olika medieplattformar. Homogeniteten ser därför olika ut över tid och olika sakområden och ämnen får olika mycket plats i nyhetsrapporteringen under olika dagar. Vissa ämnen håller sig ständigt aktuella med en rapportering som håller sig någorlunda lik i mängd över tid, medan andra ämnen skiljer sig åt från dag till dag. Det vi dock kan se är att medier väljer att rapportera om samma typ av ämnen under samma dag. Man kan därmed säga att sakfrågor och ämnen är tidsstyrda.

Vidare indikerar resultatet att medierna påverkas av varandra sett till publiceringstider. På pushnotiser som flera medier följer upp kan man tydligt se att dessa oftast kommer kort in på den ursprungliga pushnotisen. Däremot är det svårt att inom dagordningsteorin isolera en

händelse och därifrån härleda det till vad som påverkade vem. Icke desto mindre kan man tydligt se i resultatet att uppföljande pushnotiser klustrar sig inom en timme efter den första. Därför kan man hävda att det finns tendenser till intermedialt dagordningssättande sett till när medierna publicerar sina pushnotiser i förhållande till varandra.

Det som tidigare identifierats av Vliegthart och Walgrave (2008), att intermediala dagordningseffekter är som starkast vid en dags fördröjning, tycks ha förändrats i och med den digitala journalistikens framväxt. Åtminstone sett till de nyheter som skickas ut som pushnotiser. Resultaten i denna undersökning visar på att likheter, och tendenser till påverkan, i nyhetsrapportering på en temporal nivå oftast förekommer inom två timmar från en första publicering. Det vill säga, i de fall nyhetsmedier pushar nyheter efter andra medier, gör de detta inom ett väldigt kort tidsspänn, vilket går i linje med digitaliseringens höga nyhetstempo. Nu när inget medium är tidsbundet, låst till publiceringstider på morgon eller kväll, tycks både nyhetsmediernas påverkan på varandra och den följaktliga likriktningen klustra sig till samma del av dagen.

Homogeniteten i nyhetsrapporteringen över olika medier kan vara resultatet av komplexa interaktioner mellan medieaktörer och deras reaktion på pågående händelser. Det faktum att vissa ämnen dominerar pushnotiserna samtidigt antyder att medier ofta följer varandras prioriteringar och skapar en enhetlig nyhetscykel. Trots detta finns det variation över tid och ämnen, vilket implicerar att medierna också har utrymme för flexibilitet i sina nyhetsval.

8.2 Förslag på vidare forskning

Eftersom studien kunnat visa på vissa implikationer gällande intermediala dagordningseffekter hos nyhetsmediernas pushnotiser skulle en lämplig uppföljning vara att göra en liknande undersökning men i större utsträckning, där denna uppsats i ett sådant fall kan betraktas som en pilotstudie. I denna uppföljande studie behövs kausala modeller utformas för att kunna visa på samband på ett sätt denna uppsats inte kunnat göra.

Ett andra förslag på hur man vidare kan forska kring pushnotiser är att byta metod från kvantitativ metod till en kvalitativ, där man intervjuar journalister ute på redaktionerna för att se hur de jobbar i vardagen med pushnotiser. Det hade gett en närmre inblick i hur de resonerar kring homogenitet och huruvida de påverkas av sina konkurrenter, och i så fall i vilken utsträckning de påverkas. Här kan man undersöka hur medierna arbetar med pushnotiser i ett breaking-läge och hur man då gör med referenser till andra medier. Vidare kan detta ge svar på hur medier reagerar och agerar när ett annat medium pushar en nyhet. I och med detta skulle även en framtida forskning kunna undersöka och jämför olika mediers strategier gällande hur pushnotiser ser ut.

En ytterligare intressant uppföljning på denna uppsats hade varit att undersöka hur användare upplever homogenisering kontra mångfalden bland pushnotiserna. Genom att undersöka detta kan man fördjupa sig hur homogeniseringsfenomenet, vilket har påvisats i uppsatsens resultat, påverkar nyhetskonsumention och en övergripande upplevelsen av pushnotiser. Det går också att få svar på frågan vi tidigare ställt oss: är det nödvändigt att pushnotiser från flera medier eller tillför det någonting överhuvudtaget? Detta kan ge en fördjupad förståelse för huruvida mångfalden i pushnotiserna verkligen tillför ett mervärde för användarna eller

om de föredrar att följa pushnotiser från ett enskilt medium för att undvika upprepning av liknande nyheter. Man skulle också, utifrån en sådan undersökning, kunna få fler svar kring hur medierna ska reagera och hantera pushnotiserna och överflödet av nyheter.

9 Referenser

Aftonbladet. (u.å). *Om Aftonbladet – kontakt och redaktionell policy*. Hämtad 2023-11-13 från <https://www.aftonbladet.se/omaftonbladet/a/LOIQ4/om-aftonbladet>)

Barnes, Renee, Mulcahy, Rory, & Riedel, Aimee. (2023). Push notifications and news snacking: The impact of mobile news alert framing on reader engagement. *New Media & Society*, 0(0), 1-21. <https://doi.org/10.1177/14614448231196580>

Beckers, Kathleen, Masini, Andrea, Sevenans, Julie, van der Burg, Miriam, De Smedt, Julie, Van den Bulck, Hilde, & Walgrave, Steefan. (2019). Are newspapers' news stories becoming more alike? Media content diversity in Belgium, 1983–2013. *Journalism*, 20(12), 1665-1683. <https://doi.org/10.1177/1464884917706860>

Boczkowski, Pablo J. (2010). *News at Work: Imitation in an Age of Information Abundance*. University of Chicago Press.

Boczkowski, Pablo J. & de Santos, Martin. (2007). When More Media Equals Less News: Patterns of Content Homogenization in Argentina's Leading Print and Online Newspapers, *Political Communication*, 24(2), 167-180. <https://doi.org/10.1080/10584600701313025>

Bourdieu, Pierre. (2001). Television. *European Review*, 9(3), 245-256. <https://doi.org/10.1017/S1062798701000230>

Dearing, James, W., Rogers, Everett, M. (1996). *Agenda-Setting*. Sage Publications

Ekström, Mats & Larsson, Larsåke. (2019) Kvalitativa intervjuer. Mats Ekström & Bengt Johansson (Red.), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 101–130). Lund: Studentlitteratur.

Esaiasson, Peter, Gilljam, Mikael, Oscarsson, Henrik, Towns, Ann, Wängnerud, Lena. (2017) *Metodpraktikan – konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Wolters Kluwer.

Expressen. (u.å). *Välkommen till Expressen*. Hämtad 2023-11-13 från <https://www.expressen.se/om-expressen/valkommen-till-expressen/>

Fidalgo, Antonio. (2009). Pushed news: when the news comes to the cellphone. *Brazilian Journalism Research*, 5(2), 113-124. <https://doi.org/10.25200/BJR.v5n2.2009.214>

Gavilan, Diana, Fernández-Lores, Susana., & Martínez-Navarro, Gema. (2020). Vividness of news push notifications and users' response. *Technological Forecasting & Social Change*, 161. 120281 <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120281>

Ghersetti, Marina. (2019). Nyheternas pushnotiser, Användare och användning i Sverige. *MSB*. <https://rib.msb.se/filer/pdf/30225.pdf>

Internetstiftelsen. (2023). *Svenskarna och Internet 2023*. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/>

- Johansson, Bengt (Red.), Truedsson, Lars (Red.). (2018). "Allt tyder på ett terrordåd" – *Stockholmsattentatet 2017 i medier och opinion*. Institutet för mediestudier.
- Lasica, J.D. When push comes to news. (1997). *American Journalism Review*, 19(4), <https://ajrarchive.org/article.asp?id=701>
- Lim, Jeongsub. (2006). A Cross-Lagged Analysis of Agenda Setting among Online News Media. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(2), 298-312. <https://doi.org/10.1177/107769900608300205>
- Lim, Jeongsub. (2010). Convergence of Attention and Prominence Dimensions of Salience among Major Online Newspapers, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(2), 293–313. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01521>
- Lim, Jeongsub. (2011). Intermedia agenda setting och and news discourse, *Journalism Practice*, 5(2), 227-244, <https://doi.org/10.1080/17512786.2010.509184>
- Lim, Jeongsub. (2013). Power relations among popular news websites for posting headlines through monitoring and imitation. *New Media & Society*, 15(7), 1112-1131. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/1461444812466716>
- Karlsson, Michael & Johansson, Bengt. (2019). Kvantitativ innehållsanalys. Mats Ekström & Bengt Johansson (Red.), *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap* (s. 171–192). Lund: Studentlitteratur.
- Lundquist, Hanna. (2023, 23/8). Tolv journalisttjänster bort på TV4 – livedesken läggs ned. *Journalisten*. <https://www.journalisten.se/nyheter/tolv-journalisttjanster-bort-pa-tv4-livedesken-laggs-ned>
- McCombs, Maxwell. (2014). *Setting the agenda*. (2 uppl.). Polity.
- Mohammed, Shimaa H. A. & McCombs, Maxwell. (2021). Intermedia Agenda Setting or International News Flow? Cross-Lagged Comparison of Elite International Newspapers. *International Journal of Communication*, 15. Hämtad 2023-11-30 från <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/16757/3542>
- Mäkelä, L., Boedeker, M., Helander, N. (2019). Value Emergence in the Usage of Mobile News Alerts. *Digital Journalism*, 8(1), 69-86. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1654899>
- Nationalencyklopedin. (u.å.). Dagens Nyheter. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2023-11-15 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/dagens-nyheter>
- Nationalencyklopedin. (u.å.). Svenska Dagbladet. I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2023-11-13 från <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/svenska-dagbladet>
- Newman, Nic (2016). News alerts and the battle for the lockscreen. *Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism*. Hämtad 2023-11-13 från <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/News%20Alerts%20and%20the%20Battle%20for%20the%20Lockscreen.pdf>

Nordicom. (2023). *Mediebarometern 2022*. Göteborg: Nordicom.

Novus. *Viktigaste politiska frågan November 2023*. Hämtad 2023-11-16 från <https://novus.se/valjarforstaelse-arkiv/viktigaste-politiska-fragan-november-2023/>

Omni. (2023, 6/11). Omni har blivit en av de största – yngre använder oss ännu oftare. *Omni*. <https://omni.se/omni-har-blivit-en-av-de-storsta-yngre-anvander-oss-annu-oftare/a/xgBVJp>

Orvesto. (2023). *Räckviddsrapport: Orvesto konsument 2022 Helår*. https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/rackviddsrapport_orvesto_konsument_2022_helar_0.pdf

Stroud, Natalie. J., Peacock, Cynthia., Curry, Alexander.L. (2020). The Effects of Mobile Push Notifications on News Consumption and Learning, *Digital Journalism*, 8(1), 32-48. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1655462>

Sveriges Radio. (u.å.). *Vad är Ekot?*. Hämtad 2023-11-13 från <https://sverigesradio.kb.kundo.se/guide/test-nyheter-och-sport?category=nyheter-och-sport>

Sveriges Radio. (u.å.). *Vad är public service?*. Hämtad 2023-11-13 från <https://sverigesradio.se/artikel/vad-ar-public-service>

Sveriges Television. (u.å.). *SVT ägs inte av staten*. Hämtad 2023-11-13 från <https://omoss.svt.se/svts-roll/svt-ar-sjalvstandigt-och-oberoende.html>

Vargo, Chris J., & Guo, Lei. (2017). Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U.S. News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1031-1055. <https://doi.org/10.1177/1077699016679976>

Vliegenthart, Rens, Walgraves, Stefaan. (2008). The Contingency of Intermedia Agenda Setting: A Longitudinal Study in Belgium. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 85(4), 860-877. <https://doi-org.ezproxy.ub.gu.se/10.1177/107769900808500409>

Vonbun, Ramona, Kleinen-von Königslöw, Katharina & Schoenbach, Klaus. (2015). Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment. *Journalism*, 17(8). <https://doi.org/10.1177/1464884915595475>

Wheatley, Dawn & Ferrer-Conill, Raul. (2021). The Temporal Nature of Mobile Push Notification Alerts: A Study of European News Outlets' Dissemination Patterns, *Digital Journalism*, 9(6), 694-714. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1799425>

Bilaga 1: Kodbok

V1 Nyhetsmedium

1. Aftonbladet
2. Dagens Nyheter
3. Svenska Dagbladet
4. Expressen
5. SVT Nyheter
6. SR Ekot

V2 Datum

Datumvariabel, skrivs som dd.mm.åå (ex. 20.11.23)

V3 Tid på dygnet

Datumvariabel, skrivs som tt:mm (ex. 17:23)

V4 Hur lyder pushnotisen?

Kodinstruktion: Stringvariabel, ange pushnotisens innehåll ordagrant (ej rubriker). De i pushnotiser vanligt förekommande symbolerna “•” skrivs som “*” och “–” skrivs som “-” av smidighetsskäl vid kodning. Om pushnotisens rubrik är förändrad, såsom “JUST NU” eller “Kultur” i rubrikfältet, skrivs detta ut enligt följande “JUST NU: Lorem ipsum...” eller “Kultur: Lorem ipsum...”. Om rubrikfältet är oförändrat, det vill säga det står bara “Expressen” eller “SVT Nyheter”, skrivs inte rubriken ut.

V5 Vilken sakfråga handlar pushnotisen om?

0. Okodbart
1. Israel-Hamas konflikten
2. Ukraina-Ryssland konflikten
3. Övriga konflikter/krig
4. NATO/försvaret
5. Gängkriminalitet
6. Övriga brott
7. Olyckor
8. Kultur/nöje/underhållning
9. Sport
10. Invandring/integration
11. Partipolitik och det politiska spelet
12. Svensk utrikespolitik
13. Politik i andra länder
14. EU
15. Ekonomi
16. Konsument
17. Energi och el-frågor

18. Sociala frågor
19. Sjukvård & äldreomsorg
20. Klimat & miljö
21. Skola & utbildning
22. Arbetsmarknad
23. Infrastruktur och bostäder
24. Företag och näringsliv
25. Forskning/Teknik
26. Kändisar/Profil
27. Naturkatastrofer
28. Väder
29. Smittor och epidemier
99. Annat/övrigt

Kodinstruktion: Vilket huvudsakligt sakområde som pushnotisen berör. I många fall en självklarhet men i vissa fall krävs en mer noggrann avvägning. Med tanke på mängden variabelvärden torde annat/övrigt förekomma ingen, om inte någon enstaka, gång. Med huvudsakligt sakområde menas exempelvis att en svensk politiker som uttalar sig om situationen i Gaza, kodas som Israel-Hamas konflikten, i detta fall inte som "partipolitiska frågor" eller "svensk utrikespolitik". Eller, en privatperson som klagar på dyra matpriser är ekonomi på samma sätt som att Riksbanken höjer styrräntan.

V6 Har fler pushat samma händelse?

0. Okodbart
1. Ja
2. Nej

Kodinstruktion: Händelse menar i detta avseende betyder att det i pushnotisen förekommer en händelse/uppgift eller ett agerande, som antingen inte tagits upp innan i pushnotisflödet, eller har det. Det vill säga, det kan röra sig om samma nyhet med uppföljningar, men uppföljningen i fråga är en ny händelse.

V7 Om flera pushat samma nyhet, vad är nyheten?

Stringvariabel, idealt två till fem ord i formen subjekt-verb-objekt i den mån detta går. Viktigt att exakt samma definition används om nyheten återkommer i fler pushnotiser. Är det en uppföljning på tidigare definierad nyhet ska den formuleras likadant som tidigare, och kodas i enlighet med V14.

V8 Är detta den första pushnotisen om händelsen/nyheten?

0. Okodbart
1. Ja
2. Nej
3. Först samtidigt som ett annat medie (samma minut)

Kodinstruktion: “Först” i detta avseende innebär att för en pushnotis där flera pushat samma händelse, utgår man ifrån vilken av dessa pushnotiser som var först i tid (se V3). Då notisernas tidsangivelse i telefonen inte är i sekunder kan flera pushnotiser ha registrerats samma minut, använd då variabelvärde 3. Om ingen annan pushnotis i datamängden tidigare innehållit denna nyhet/händelse, räknas det också som att pushnotisen är först.

V9 Hur många minuter var nyhetsmediet efter första pushnotisen?

Stringvariabel, antal (ex. 0, 1, 12) minuter efter första push, förutsätter att ett annat medium pushat samma nyhet. Om inte, lämna blankt. Om pushnotisen är en uppföljning (V14) lämnas detta också blankt.

V10 Vad är det för typ av pushnotis?

0. Okodbart
1. Breaking
2. Annan nyhetstext
3. Krönika, opinionstext eller recensioner
4. Sammanfattning (morgon, kväll, natt)
5. Test, tips, och listor
6. Information om egen verksamhet (ex. lyssna på vår podd, nomineringar)
9. Övrigt/Annat

Kodinstruktion: Används ord som “breaking”, “just nu”, “live”, “direkt” eller “direktrapportering” i pushnotisen är svaret givet “breaking”. Annars definieras “breaking” som något som offentliggörs i och med pushnotisen, exempelvis “detta är årets julklapp 2023” eller i krimrapportering exempelvis “man hittad död”.

V11 Refererar pushnotisen till ett annat medium?

0. Okodbart
1. Ja
2. Nej

Kodinstruktion: Varifrån kommer nyheten? Endast om det i pushnotisen uttryckligen inkluderas en referens till ett medium, exempelvis “rapporterar Y”, “enligt Z”.

V12 Om ja på föregående variabel, vilket?

0. Okodbart
1. Aftonbladet
2. Dagens nyheter
3. Svenska Dagbladet
4. Expressen
5. SVT Nyheter
6. SR Ekot
7. TV4
8. TT Nyhetsbyrån (eller ev. annan svensk nyhetsbyrå, ex. Siren)

9. Annat rikstäckande nyhetsmedium (ex. DI, Dagens ETC)
10. Annat lokalt nyhetsmedium (ex. P4 Jönköping, Nerikes Allehanda)
11. Internationellt nyhetsmedium (ex. BBC, CNN, Jerusalem Times)
12. Internationell nyhetsbyrå (ex. AFP, Reuters, AP)
13. Annat medium, men ospecificerat vilket/vilka
99. Övrigt

Kodinstruktion: För variabelvärdet 9 samt 10 ingår även andra redaktioner än de undersökta nyhetsmediernas nyhetsredaktioner. Det vill säga P4-kanaler även om dessa också är under Sveriges Radio likt Ekot, eller Kaliber som är rikstäckande men en annan redaktion än Ekot. Samma gäller för Uppdrag granskning och liknande.

V13 Refererar pushnotisen till annan tredje part?

0. Okodbart
1. Ja (ex. myndighet, fackförbund, forskning, politiker/pressekreterare eller ospecificerade/anonyma källor/uppgifter)
2. Nej

Kodinstruktion: Varifrån kommer nyheten? Samma princip som för V11, om pushnotisen uttryckligen inkluderar en referens till en tredje part och det framgår att denna är källa till nyheten. Det vill säga, nyheten kretsar inte kring personen/myndigheten i fråga, utan denna delger tidningen uppgifter. Bara för att en person nämns vid namn innebär inte detta att den "refereras" till i detta avseende. Bra markörer för en referens är ordval som "enligt Z", "meddelar Y". Refererar man till exempel till en politikers inlägg på X räknas även detta som en referens.

V14 Följer pushnotisen upp en tidigare pushad nyhet?

0. Okodbart
1. Ja
2. Nej

Kodinstruktion: Förutsatt att nyheten redan är skickad som pushnotis av samma eller något annat medium. Tillkommer nya uppgifter, en ny vinkel eller ett nytt case i pushnotisen ses den som en uppföljning på tidigare definierad nyhet (V7). Pushnotisen ses bara som en uppföljning om nyheten i fråga förekommer i datamängden.