



**INSTITUTIONEN FÖR FILOSOFI,
LINGVISTIK OCH VETENSKAPSTEORI**

MEDIEBILDEN AV VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN

En kvantitativ innehållsanalys av svenska
nyhetsartiklar

Johanna Sjöblom

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	KT2501 Magisteruppsats
Nivå:	Avancerad nivå
Termin/år:	Vt/2017
Handledare:	Kristina Lundholm Fors
Examinator:	Torbjörn Lager

Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 hp
Program och/eller kurs: KT2501 Magisteruppsats
Nivå: Avancerad nivå
Termin/år: Vt/2017
Handledare: Kristina Lundholm Fors
Examinator: Torbjörn Lager

Nyckelord: Kvantitativ innehållsanalys, Attitydanalys, Västra
Götalandsregionen, Mediebild, Medialisering, Attityder

- Syfte:** Denna uppsats syfte är att undersöka mediebildens av Västra Götalandsregionen (VGR). Media har makten att influera allmänhetens bild av regionen, och därför är det viktigt för VGR att veta vilka ämnen som media skriver om och vilka attityder mot VGR som uttrycks i texterna. Genom att undersöka artiklar publicerade av svensk nyhetsmedia går det att dra vissa slutsatser om den bild som media förmedlar till allmänheten.
- Teori:** Denna uppsats utgår från teorier om medielogik och medialiseringen av offentliga organisationer. Fokus läggs på mediernas nyhetsurval och de ideologier och mål som avgör vad som blir nyheter.
- Metod:** Kvantitativ innehållsanalys och attitydanalys av svenska tryckta nyhetsartiklar från perioden 2016-06-01 t.o.m. 2016-12-31, samt en kvantitativ analys av pressutskick från VGR:s olika verksamhetsområden.
- Resultat:** Den kvantitativa innehållsanalysen visade att de vanligaste ämnen medier skrev om under den undersökta perioden var sådant som berör VGR:s verksamhetsområde Folkhälsa, kultur och evenemang, artiklar om regionindelning m.fl. Attitydanalysen visade att de vanligaste attityder som uttrycktes emot VGR var neutrala d.v.s. icke-värderande. Resultatet av den kvantitativa analysen av pressutskick visade att meddelandena fångas upp av media, men i ett relativt litet omfång. Sällan genererade pressutskicken fler än fem artiklar i media, och vanligast var att meddelandena inte resulterade i några artiklar alls.

Förord

Tack till min handledare Kristina Lundholm Fors som gett många goda råd under arbetets gång. Ännu ett tack till min kontaktperson på VGR, Niclas Samsioe, som ställde upp på intervju. Slutligen, tack till Ida Sjödin från Mediearkivet Retriever som var till stor hjälp då söksträngen skulle konstrueras.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 Avgränsning	1
1.2 Syfte och frågeställning.....	2
2. BAKGRUND	3
2.1 Västra Götalandsregionen (VGR)	3
2.1.1 Landsting/Region	3
2.1.2 Hälsa och sjukvård	4
2.1.3 Regional utveckling.....	5
2.1.4 Kollektivtrafik	6
2.2 Intervju med kommunikatör på Västra Götalandsregionen.....	6
2.3 VGR:s kommunikationspolicy och externa kommunikationsstrategi	7
3. TEORI OCH TIDIGARE FORSKNING	9
3.1 Media och kommunikation i dagens samhälle	9
3.2 Tidigare forskning	11
4. METOD	14
4.1 Innehållsanalys	14
4.1.1 Kvantitativ innehållsanalys som metod.....	15
4.1.2 Kategorisering och avgränsningar	15
4.1.3 Materialbeskrivning.....	17
4.2 Attitydanalys	18
4.2.1 Metod och material.....	18
4.3 Kvantitativ analys av pressutskick	20
4.3.1 Metod och material.....	20
5. RESULTAT OCH ANALYS	22
5.1 Kvantitativ innehållsanalys av artiklar om Västra Götalandsregionen.....	22
5.1.1 Tidningar som publicerar artiklar	23
5.1.2 Fördelning av artiklar över VGR:s verksamhetsområden	23
5.1.2.1 Hälsa och sjukvård	24
5.1.2.2 Regional utveckling.....	28
5.2 Attitydanalys	33
5.2.1 Resultat.....	33
5.3 Kvantitativ analys av pressutskicken.....	37
5.3.1 Resultat.....	37
5.4 Sammanfattning.....	40
Frågeställning 1: Vilka ämnen rapporteras det mest om i media?.....	40

Frågeställning 2: Vilka attityder och värderingar gentemot VGR uppvisar media?	40
Frågeställning 3: Fångas pressutskicken från VGR upp av media?	41
6. DISKUSSION	42
6.1 Metoddiskussion.....	42
6.2 Resultatdiskussion	44
Referenslista	48
BILAGA 1.	52

1. INLEDNING

På uppdrag av Västra Götalandsregionen (VGR) har jag undersökt hur organisationen porträtteras i media. I uppdragets beskrivning eftersökte VGR en generell bild över hur organisationen och dess verksamhetsområden framställs i media, och detta har jag gjort med hjälp av en innehållsanalys.

För invånarna inom VGR:s regionala gräns är det intressant att förstå hur den mediala bilden påverkar synen på den organisation som förser invånarna med sjukvård, utbildning och tandvård m.m. Mediebildens påverkan i hög grad hur organisationen uppfattas av allmänheten, men mediebildens ger inte alltid en sann bild av verkligheten (Johansson, 2008:197). Hur journalistisk media väljer att framställa en myndighet kan avgöra hur allmänheten uppfattar och värderar den service som myndigheter erbjuder; positiv medierapportering skapar trygghetskänsla och negativ rapportering skapar missnöje (Johansson, 2008:201–202). Därför är det viktigt för VGR att få förståelse för de bilder och attityder som uppvisas gentemot organisationen i media.

1.1 Avgränsning

Västra Götalandsregionen har tre verksamhetsområden: Hälsa- och sjukvård, Regional utveckling samt Kollektivtrafik. I denna undersökning analyserar jag enbart de två förstnämnda verksamhetsområdena. Denna gränsdragning beror på VGR:s önskemål att exkludera det regionägda kollektivtrafikföretaget Västtrafik ur undersökningen. Företaget har redan ett starkt varumärke i media och bland allmänheten. Dessutom har regionen själva gjort liknande undersökningar tidigare om Västtrafik och därför är det inte av intresse att inkludera organisationen i denna uppsats.

VGR:s önskan var att undersöka texter publicerade av svenska, journalistiska medier. Därför har sociala medier uteslutits ur undersökningen. Alla artiklar som undersökts i denna studie har legat uppladdade i mediearkivet Retriever (1996-) som är nordens största nyhetsarkiv för tryckta artiklar (Retriever, 2017). Retriever innehåller år 2017 ca 100 miljoner artiklar som alla är sökbara, i arkivet går det att söka sig tillbaka i tiden till och med 1980-talet (Retriever, 2017).

1.2 Syfte och frågeställning

Fokus i denna uppsats ligger på den kvantitativa innehållsanalysen, som används för att undersöka vilka ämnen media rapporterar om gällande VGR. Perioden jag studerat är 1 juni 2016 till 31 december 2016. Syftet var att se hur många artiklar som publicerades under denna sju månader långa period men också för att se vilka sorters ämnen som media skriver om i artiklarna.

För att få en överblick av mediebildens använde jag mig av attitydanalys som metod för att med hjälp av stickprov analysera huruvida artiklarna beskrev VGR med positiva, negativa eller neutrala attityder. Jag utförde även ett stickprov för att undersöka hur media fångar upp pressutskick från VGR. Stickprovet tittade då på hur förhållandet mellan antalet pressutskick och rapporteringar såg ut för att kunna dra slutsatser om i vilket omfång utskicken fångades upp av media.

Uppsatsen utgår ifrån följande frågeställningar:

- Vilka ämnen relaterade till VGR rapporteras det mest om i media?
- Vilka attityder och värderingar gentemot VGR uppvisar media?
- Fångas pressutskicken från VGR upp av media?

2. BAKGRUND

Detta kapitel syftar på att ge läsaren förståelse för vad för sorts organisation VGR är och vilken funktion den fyller i samhället. I detta kapitel beskriver jag kortfattat VGR:s organisation samt redogör för vilka dess verksamhetsområden är. Jag förklarar även VGR:s syn på media samt organisationens kommunikationspolicy.

2.1 Västra Götalandsregionen (VGR)

Västra Götalandsregionen är en politiskt styrd organisation med 149 folkvalda representanter i regionfullmäktige. Valet till regionfullmäktige hålls var fjärde år i samband med val till kommun och riksdag. De 149 mandaten i fullmäktige fördelas efter valet till de partier och representanter som röstats in. Majoritetspartierna är de som innehar 75 mandat eller fler. Mandatfördelningen i fullmäktige avgör också hur den politiska fördelningen ser ut i nämnder och styrelser. Västra Götalandsregionen omfattar 49 kommuner och sträcker sig över 5 landskap: Dalsland, Västergötland, Bohuslän samt delar av Halland och Värmland. VGR:s tre ansvarsområden är Hälsa och sjukvård, Regional utveckling samt Kollektivtrafik. Det är de folkvalda i regionfullmäktige som beslutar om ekonomi, mål och inriktning inom dessa huvudområden (Västra Götalandsregionen, 2017a).

2.1.1 Landsting/Region

Landskapen har gett ursprung till den geografiska och politiska regionindelning vi ser idag. I modern tid har själva landskapen föga inflytande i den regionala politiken, utan istället har Sverige delats upp i länsstyrelser, landsting och regioner. De härstammar från landskapsindelningen men kan också sträcka sig över landskapsgränserna. I Sverige har vi 21 länsstyrelser samt 20 landsting och av de 20 är 13 regioner (Sveriges kommuner och landsting, 2017)

Länsstyrelsen och landstinget/regionen verkar inom samma geografiska område men har inte samma politiska funktion eller uppbyggnad och de har också olika verksamhetsområden. Skillnaden mellan landsting och region är att regionen har ytterligare en ansvarsuppgift som inte ingår i landstingets ansvarsområden. Denna uppgift är att aktivt arbeta för regionens utveckling. Länsstyrelsen verkar direkt under riksdagen och ska genomföra de beslut riksdagen beslutar om. Noren Bretzer (2014) förklarar att länsstyrelsens roll i den politiska makthierarkin riktas ”uppifrån och nedåt” och med det menar hon att länsstyrelsen ska verka

som ”statens företrädare”. De kan inte påverka uppåt, utan gör det enbart nedåt (Noren Bretzer, 2014:173). Dess uppgifter är regional tillväxt, energi-och klimatfrågor, lantbruks- och fiskefrågor, naturvård- och miljöskydd samt att anordna allmänna val (Noren Bretzer, 2014:176).

Landstingen och regionerna är underordnade staten och länsstyrelsen, men verkar på samma nivå som kommunerna. Vid val till kommun och landsting väljs politiker in för att representera befolkningen inom regionen. Efter valet fördelas de i landstings-regionfullmäktige där de sedan ska besluta över skattefördelning och ekonomi. I landstingen och regionerna finns sedan nämnder och utskott. Dess antal och syften varierar stort i Sveriges landsting och regioner. Landstingens främsta uppgift är att förvalta sjukvård-och hälsofrågor. Däremot faller vissa sjukvård- och hälsofrågor in i det kommunala ansvaret t.ex. äldreården. Utöver dessa frågor ansvarar landsting och region för frågor som trafik- och infrastruktur, regional utveckling m.fl. (Noren Bretzer, 2014:180□183). Nedan redogörs för VGR:s tre verksamhetsfrågor.

2.1.2 Hälsa och sjukvård

VGR:s största huvudområde är hälsa och sjukvårdsfrågor och de har ca 48 000 anställda inom hälso-sjukvårdsyrken. VGR ansvarar för vårdcentral/primärvård, specialistsjukvård/sjukhus, sjukvårdsrådgivning, folkhälsoarbete, tandvård och funktionsnedsättning. VGR innehar ca 200 vårdcentraler inom regionen. De ansvarar även för de 18 sjukhusen inom Västra Götalandsregionen, där Sahlgrenska Universitetssjukhuset är, efter Karolinska Universitetssjukhuset, det största av sitt slag i norra Europa (Skoglund, 2012, 23 maj). De utbildar tillsammans med Göteborgs Universitet läkare och sjuksköterskor. VGR finansierar runt 50 forskningsprojekt på Sahlgrenska med ca 15 miljoner kronor (Västra Götalandsregionen, 2016a & 2016b).

Folktandvården drivs av VGR och finns i alla av regionens kommuner och erbjuder allmän- och specialisttandvård. Även forskning och utbildning sker inom folktandvårdens ramar (Folktandvården, 2017).

VGR arbetar även för funktionshindrades rättigheter och delaktighet i samhället. Målet är att erbjuda rehabilitering, verksamhetsanpassning, vård och service till de som behöver. (Västra Götalandsregionen, 2017a).

Folkhälsan handlar om att bekämpa psykisk och fysisk ohälsa inom regionens befolkning. Arbetet går ut på att förhindra sjukdomar genom att informera allmänheten och förbättra deras levnadsvanor. De arbetar också för att sprida kunskap om den samhälleliga påverkan på folkhälsan. Genom ett långsiktigt arbete är målet att skapa förutsättningar för jämlika och jämställda livsvillkor, trygga och goda uppväxtvillkor, livslångt lärande, ökat arbetsdeltagande, åldrande med livskvalitet samt goda levnadsvanor (Västra Götalandsregionen, 2016c).

2.1.3 Regional utveckling

Inom detta verksamhetsområde ingår tre fokusområden: regionutveckling, kultur samt miljö.

Regionutvecklingsnämndens fokus ligger på att utveckla och finansiera tillväxtprojekt, och hel- eller halvägda bolag. Regionutveckling samarbetar med övriga kommuner, bolag organisationer, utbildningsinstitutioner m.m. för att främja tillväxt och utveckling inom regionen. De arbetar efter VG2020-strategin, som är ett policydokument där målet är att Västra Götalandsregionen år 2020 ska vara en ledande, attraktiv och internationellt konkurrenskraftig kunskapsregion. De jobbar också för att minska arbetslösheten, utanförskapet och segregationen inom regionen. (Västra Götalandsregionen, 2017b)

Miljönämnden driver och stödjer miljöprojekt med kunskap och finansiering. De arbetar även för att minska regionens miljö-och klimatpåverkan. Miljönämnden driver verksamheter som Göteborgs Botaniska trädgård, Västkuststiftelsen samt Skärgårdsrenhållningen. Beredningen för hållbar utveckling (BHU) samverkar med kommuner för att vid samrådsdiskussioner med regionstyrelsen skapa kunskap och förståelse för frågor som miljö- och klimatfrågor, kulturfrågor m.m. (Västra Götalandsregionen, 2016d).

Kulturnämndens huvudansvar är kultur och kulturutveckling inom regionen. VGR äger flera kulturverksamheter exempelvis, Film i Väst, Göteborgs Symfoniker, Göteborgsoperan, Regionteater, samt flera folkhögskolor. Kulturnämndens kulturstrategi är ”En mötesplats i världen” som ska verka för demokratisk öppenhet, konstnärlig kvalitet, social relevans, ekonomisk potential och regional profilering. De ger ekonomiska stöd till många sorters verksamheter däribland arrangörstöd, läsfrämjandestöd, politiska ungdomsförbund mm. De delar även ut stipendier och kulturpris för att stötta lokala konstnärer och kulturarbetare (Västra Götalandsregionen, 2017c).

2.1.4 Kollektivtrafik

Det tredje verksamhetsområdet är kollektivtrafik. Västra Götalandsregionen äger kollektivtrafikbolaget Västtrafik och detta bolag ansvarar för all kollektivtrafik i hela regionen. Inom regionen görs 900 000 resor med kollektivtrafiken varje dag och resorna kommer fortsätta öka kraftigt i framtiden. Kollektivtrafiknämnden arbetar fram strategier och utbyggnader i kollektivtrafiken som sedan Kollektivtrafikmyndigheten i Västra Götaland beslutar om att byggas. De ansvarar för tågtrafik, busstrafik, spårvagnstrafik samt båttrafik (Västra Götalandsregionen, 2016e).

2.2 Intervju med kommunikatör på Västra Götalandsregionen

För att få en bild av relationen mellan VGR och medierna, hölls en intervju med Niclas Samsioe, kommunikatör på Västra Götalandsregionen (personlig kommunikation, 30 januari 2017). Han beskriver relationen till media som god men att den idag inte ser ut som den gjorde förr i tiden. Samarbetet mellan journalister, mediehusen och VGR är grundat i den demokratiska synen på öppenhet och genomskinlighet. När journalister söker information håller VGR dörrarna öppna och hjälper dem i den mån de kan. VGR ska inte dölja något och de vill att sanning och fakta ska nå allmänheten.

Som en kontext till de ämnen som diskuteras i intervjun med Niclas Samsioe ges härunder en kort förklaring av vad medielandskapet är och vilken situation det befinner sig i.

Inom den svenska tidningsbranschen talas det om ett fenomen som kallas tidningsdöden, som innebär att tidningarna har svårt att konkurrera med internetnyheter där en ny typ av snabb, gratis och lättillgänglig journalistik växt fram (Lundin, 2015, 25 augusti). Det är svårt för tidningsbranschen att konkurrera med gratisnyheter på internet och allt fler betalande prenumeranter överger tidningarna (TT, 2015-03-04). Inom branschen diskuteras det hur tidningsbranschen ska gå vidare i och med det förändrade medielandskapet. Tidigare har branschen lagt skulden till tidningsdöden på internet och public service, men nu talar de istället om ”den gamla journalistiken” och ”den nya digitala journalistiken” (Lundin, 2015, 25 augusti). ”Den nya journalistiken” ifrågasätter den gamla pappersbundna journalistiken och flyttar istället nyheterna till digitala plattformar. Problemet som uppstått då journalistiken sakta och stadigt börjar övergå från den gamla journalistiken till den nya digitala är att de mindre och lokala tidningsredaktionerna har svårt att följa det förändrade tidnings- och medielandskapet. Konkurrensen har lett till att allt fler tidningar får lägga ned eller att lokaltidningarna får kämpa vidare med bantade redaktioner (TT, 2015-03-04).

Att tidningsbranschen befinner sig i kris märker VGR också av då de ser att intresset för att rapportera om organisationen har minskat sedan regionen bildades, berättar Niclas Samsioe. Tidigare följdes regionen av aktivt granskande journalister vilket också ledde till att VGR:s förekomst i media var högre. Idag följs VGR inte lika aktivt. Rapporteringen om VGR visar också på tendenser av sensationsjournalistik där skandaler, nedskärningar och övrigt negativt laddade nyheter leder till högre mediebevakning för att sedan stanna av när sensationen lagt sig. På VGR önskar de att tidningarna skulle visa större och bredare intresse för det de gör och fokusera mindre på enskilda, negativa nyheter.

VGR publicerar pressutskick på sin hemsida och på mediedatabasen Cision i önskan om att de ska fångas upp av media. Dessa pressutskick ska hjälpa media att följa organisationen samt att bidra till ett mer varierat nyhetsflöde om VGR.

VGR vill veta hur mediebilderna av organisationen ser ut då de tror att media är en påverkande faktor till hur allmänheten och omvärlden uppfattar regionen. För VGR är det viktigt att veta vad som sägs och skrivs om regionen för att kunna stärka varumärket i framtiden.

2.3 VGR:s kommunikationspolicy och externa kommunikationsstrategi

VGR har en kommunikationspolicy från 1998 samt en extern kommunikationsstrategi från 2008. I den externa kommunikationsstrategin definierar de kommunikation som ett verktyg för att nå ut till allmänheten. Eftersom allmänheten har olika behov behöver detta kommunikativa verktyg anpassas efter varje målgrupp för att kunna bemöta allmänhetens olika behov (Västra Götalandsregionen, 2008).

Västra Götalandsregionens kommunikationsmål är:

- Att ha ett gott anseende och medborgarnas förtroende
- Att ha den personal och kompetens som krävs
- Att leva upp till mål och värderingar
- Att ha kunniga och aktiva medborgare
- Att ha ett högt deltagande i regionvalet
- Att stärka Västra Götalands attraktionskraft (Västra Götalandsregionen, 2008).

I kommunikationsstrategin understryker VGR främst två faktorer som de anser vara förtroendebyggande: mediebilderna samt allmänhetens egna upplevelser av regionala verksamheter. Det viktiga för VGR är inte bara upprätta ett gott förhållande till media, utan

också att utveckla sina egna medier. Detta för att själva kunna förmedla bilden av VGR till medborgarna men också för att allmänheten ska kunna uppsöka information och komma i kontakt med dem i första hand, istället för att få tillgång till information via övriga mediekkanaler. VGR vill också att kommunikationen med medierna ska bli mer aktiv och strategisk i framtiden (Västra Götalandsregionen, 2008).

3. TEORI OCH TIDIGARE FORSKNING

Målet med denna uppsats är att ge läsaren en klar bild över mediernas framställning av VGR, och för att göra detta är det viktigt att förstå hur mediesamhället ser ut och i vilken situation mediebranschen befinner sig. Detta kommer förklaras i detta kapitel.

Jag redogör nedan för tidigare forskning som gjorts i liknande ämnen, som är relevant att lyfta fram i denna uppsats. Detta kapitel beskriver forskning om relationen mellan media och politik: hur politik kan påverka nyhetsurvalet, hur media påverkar den regionala identiteten samt hur den regionala nyhetsrapporteringen och mediebevakningen av Västra Götalandsregionen sett ut tidigare år.

3.1 Media och kommunikation i dagens samhälle

I dagens samhälle är internet samhällsmedborgarens främsta informationskälla; både radio, TV och tidningar tappar användare mot internet, enligt panelstudien ”Svenskarna och internet” från 2016. Den genomsnittlige medborgaren spenderar runt 24 timmar i veckan på internet och internetanvändandet hos ungdomar mellan 16–25 år ligger på nästan 40 timmar i veckan (Internetstiftelsen i Sverige, 2016a).

I och med att internetanvändandet växer har traditionell media fått skapa digitala plattformar på internet, vilket syns på samhällsmedborgarnas internetanvändande då de i allt större utsträckning vänder sig till dessa plattformar istället för de traditionella (Internetstiftelsen i Sverige, 2016b). Dock har de traditionella medierna ännu inte tappat sin roll hos den äldre svenska befolkningen (Internetstiftelsen i Sverige, 2016b). Vid större nyhetshändelser vänder sig däremot majoriteten av alla samhällsmedborgare hellre till de nyhetshemsidor som tillhör traditionell media (Internetstiftelsen i Sverige, 2016b). Samhällsmedborgaren finner traditionella mediers nyhetsrapportering mer trovärdig än andra nyhetssidor (Weibull & Wadbring, 2014:330–331).

Genom historien har kommunikationsmöjligheterna utvecklats drastiskt och därmed uppstod också frågan om vem som hade makten över kommunikationsmöjligheterna. Kontrollen över media och kommunikation har sett olika ut beroende på samhälle och tidsperiod: i vissa samhällen har media kontrollerats av makthållarna och i andra samhällen har ordet varit fritt. I Sverige och världen idag styr olika sorters medieideologier och idag anses den *sociala ansvarsideologin* vara den styrande ideologin i Sverige (Weibull & Wadbring, 2014:29). Ideologin innebär att staten och politiker inte har makt över media, men att de kan ställa krav

på de som sprider information. Staten för mediepolitik i syfte att verka för det demokratiska samhället (Weibull & Wadbring, 2014:29). Sverige har lagstiftat om hur media ska verka inom landet, och enligt Yttrandefrihetsgrundlagen (SFS 1991:1469) råder *censurförbud*, *anonymitets- och meddelarskydd* samt *ansvarighetsregler*. Censurförbudet innebär att statliga organ inte kan blanda sig i vad som publiceras, och anonymitets- och meddelarskydd innebär att den som lämnar uppgifter till en redaktion har rätt till att vara anonym samt att de inte heller får eftersökas av statliga organ. Ansvarighetsregler innebär att det ska finnas en ansvarig utgivare som kan ställas till svars för en publikation. Dessutom har Sverige lagstiftat om offentlighetsprincipen där alla samhällsmedborgare har rätt att ta del av myndighetshandlingar (SFS 1949:105). Dock anser Weibull och Wadbring (2014:30) att svenska samhället börjar ta efter den amerikanska frihetliga ideologin: makten ska inte beblanda sig i opinionen och all media ska vara oberoende även om negativa budskap om staten och makthavarna förmedlas. Med andra ord så består medias roll i att informera, granska makten samt verka som forum för debatt mellan och inom olika grupper (Weibull & Wadbring, 2014:29, 105–108).

Ingela Wadbring, medieforskare och författare förklarar i en artikel från Svenska Dagbladet (TT, 2015, 4 mars) hur fenomenet tidningsdöden uppkommit och vilka konsekvenser detta ger. Frasen ”tidningsdöden” syftar till det fenomen som pågått sedan 1990-talet, där en stor del av Sveriges lokaltidningar har fått lägga ned på grund av allt färre betalande prenumeranter. Färre betalande prenumeranter har lett till bantade redaktioner, vilket leder till färre journalister som övervakar samhällets institutioner och politiker. Detta är ett allvarligt demokratiproblem, menar Wadbring (TT, 2015, 4 mars).

Orsaken till tidningsdöden finns i internetsnyheternas succé, där snabba gratisnyheter erbjuds med några få klick (TT, 2015, 4 mars). Problemet som uppstår då allt fler väljer att läsa nyheter på internet är att nyhetsproduktionen finansieras av reklam och annonsörer som kan anpassa nyhetsutbudet efter läsarens internetvanor.

Svenska tidningar har i regel starka åsikter om reklamfinansiering (Weibull & Wadbring, 2014:119). De anser att sponsrat innehåll ska vara särskiljbart från redaktionell text (Weibull och Wadbring, 2014:119). De är också medvetna om att då nätupplagor finansieras av reklam kan detta påverka tidningens självständighet och trovärdighet negativt (Weibull & Wadbring, 2014:119).

3.2 Tidigare forskning

Statliga myndigheter, organisationer och förvaltningar behöver och önskar särskilja sig från övriga organisationer samt den politiskt styrande makten (Fredriksson, Schillemans & Pallas, 2015). Organisationerna utarbetar då strategiska mål för att skapa distinkta varumärken och identiteter. Ett medel för att etablera och vidareutveckla varumärket är att interagera med och figurera i media. Dock sker detta på tidningarnas och medielogikens villkor (Strömbäck, 2008). Medielogik är det som avgör hur medierna väljer ut de nyheter som publiceras och hur de framställs. Medielogiken handlar i stort om att välja de nyheter som läsarna vill ha, och utforma dem på ett sätt som lockar till läsning (Statens medieråd, 2015).

Organisationers önskan att förekomma i nyhetsrapportering kallas för politisk medialisering (Fredriksson et al., 2015). Strömbäck (2008) skriver att majoriteten av allmänheten får sin information om politik och händelser från media. Dagstidningarna är än idag den vanligaste och viktigaste informationskällan för lokala nyheter medan TV är den viktigaste källan för nationella och internationella nyheter (Internetstiftelsen i Sverige, 2016b). Medier som dagstidningar, sociala medier, TV och radio har makten att kunna påverka och forma allmänhetens världsbild och åsikter om politiken (Strömbäck, 2008). Strömbäck menar att politiker värnar kontakten med media högt och att kontakt och arbete med journalister tillhör vardagen. Han anser också att media har makten att ”bygga upp och bryta ned” (2008:402) politiker. Det Strömbäcks forskning främst visar är att medierna till stor del sätter politikens dagordning och inte tvärtom.

Därför går det att säga att maktförhållandet mellan media och politiken således är utarbetad och klar; politiker och politiska organisationer är beroende av media.

Fredriksson, Schillemans och Pallas publicerade 2015 en undersökning där de fann att statliga myndigheters medialisering beror i större utsträckning på förvaltningens struktur snarare än att medier skulle komma med influenser och påtryckningar. Författarna finner att svenska myndigheter i allt högre grad medialiseras (Fredriksson et al., 2015). Därför går det att säga att det är myndigheterna som i större drag anpassar sig till medierna, snarare än att medierna skulle anpassa efter myndigheterna.

Utöver detta har myndigheterna liten inverkan på mediernas nyhetsurval. Shehata (2010) skriver att politiker i västvärlden sällan kan tvinga fram nyheter då journalistkåren har en stark yrkesintegritet. Fortsättningsvis visade resultatet av Shehatas (2010) undersökning av den svenska journalistikens oberoende att offentliga aktörer visst influerar nyheterna och dess

vinkling, till en viss del. Detta beror på, skriver Shehata (2010), att journalister ofta vänder sig direkt till myndigheter och politiker för att få information till sina artiklar. Fler än tre fjärdedelar av undersökta artiklar hänvisade sin information till offentliga källor snarare än inofficiella (Shehata, 2010). Offentliga källor tenderade även att citeras oftare i artiklarna än de inofficiella källorna (Shehata, 2010). Med officiella källor menas här offentliga aktörer som ministrar, riksdagspolitiker samt tjänstemän från offentlig förvaltning och med inofficiella källor menas icke-statliga organisationer samt civilpersoner. Förhållandet mellan journalister och politiker är således väletablerat och välutnyttjat från båda hållen.

Myndigheters och organisationers förhållande till media återkommer i Waxells forskning från 2016. Han analyserade hur samarbetet och kommunikationen mellan myndigheter, företag och organisationer såg ut och vilken inverkan dessa hade på den regionala identiteten. Han skriver att medier har en stor inverkan på skapandet av geografiska regioner, identitetsbyggandet i regionen samt den ekonomiska tillväxten. Det ligger i lokala industriers och myndigheters intresse att media rapporterar om och promotar regionen och dess specialkompetens, både för att kunna konkurrera med andra industrier inom och utanför regionen men också för att locka investerare. Industriernas mediala mål är att regionens namn ska associeras med industrierna och detta kallar Waxell för *geografisk association*. Ofta har industrierna, myndigheterna och lokalmedia en god relation och de har en gemensam bild över hur den regionala identiteten ska förmedlas till allmänheten. Industrierna och lokalmedia är medvetna om hur nätverkande skapar förbättrade möjligheter för regional och industriellt identitetsbyggande. Media är också ett effektivt verktyg som kan mobiliseras under regionala kriser. Under exempelvis nedläggningar av industrier fann Waxell (2016) att media i hög grad betonade den industriella och geografiska identiteten än vad media gjorde tiden före och efter krisen.

Detta för oss vidare till mer lokal forskning om Västra Götalandsregionen. År 2007 utförde JMG (institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs Universitet) en studie där de undersökte hur det regionala Tv-nyhetsprogrammet Västnytt bevakade Västra Götalandsregionen. Undersökningen studerade också hur mediebildens av VGR såg ut. I undersökningen fann författarna att regioninslagen i Västnytt minskade från 1998 till och med 2005 (1999 ökade inslagen i och med att Västra Götalandsregionen inrättades för att redan nästa år minska igen). Enbart en femtedel av all nyhetsrapportering i Västnytt bestod av

regioninslag år 2005 (Byström, Danielsson och Johansson, 2007). Författarna förklarar att val av nyheter sker utifrån två perspektiv. Det första perspektivet är val av nyheter med *läsarens intresse i åtanke*. Media ställer sig då frågan vad läsaren skulle betala för att läsa. Det andra perspektivet ställer sig frågan *vad läsaren bör veta*. Detta perspektivs nyhetsurval influeras av tidningars politiska ideologier, journalisters personliga åsikter men också av journalistikens yrkesideologi och etiska regler. Kvällstidningars nyhetsurval sker främst utifrån det första perspektivet och dagstidningar ur det andra.

I intervjuer med journalister på Västnytt framkom att nyhetsurvalen sker utifrån en kombination av de två perspektiven. Målet är att nyheterna ska nå så stora målgrupper som möjligt med information som de ska finna viktig och intressant.

Undersökningen visade att journalisterna själva hade mycket att säga till om i nyhetsvärderingarna. Journalisterna ansåg att sjukvårdsnyheter var den största och viktigaste delen av regioninslagen eftersom denna fråga berör alla. Dessutom väcker avvikelser och skandaler stort intresse hos läsarna. Denna fråga är en perfekt kombination mellan de två perspektiven då dessa nyheter är viktiga för läsaren att höra samt att det väcker intresse. Journalisterna ansåg också att ekonomi och politik var viktiga frågor att rapportera om men som de helst kombinerar med sjukvårdsnyheter.

En av de intervjuade angav att intresset för att rapportera om regionpolitik svalnade efter de första åren efter Västra Götalandsregionens start då den politiska instabiliteten lagt sig. En annan journalist berättade att intresset för VGR försvunnit i och med att nyhetens behag försvunnit med tiden, och en tredje menade att de lystrat till läsarnas svalnade intresse för VGR och då minskat rapporteringen då dessa nyheter inte intresserar dem.

Undersökningen visar också att journalisterna värderar det andra perspektivet högt men att nyhetsurvalet främst sker efter det första då de prioriterar att intressera och engagera läsarna snarare än att bara informera dem. Journalisterna medgav i intervjuerna att det finns information värd att berätta om VGR:s verksamheter men att de finner det svårt att göra nyheter av dem som ska intressera en större mängd läsare (Byström, Danielsson & Johansson, 2007).

4. METOD

Detta kapitel beskriver innehållsanalys, attitydanalys samt den kvantitativa analysen av pressutskicken som metod. Då uppsatsens främsta fokus ligger på den kvantitativa innehållsanalysen har denna metod beskrivits i störst detalj. De andra metoderna, attitydanalysen samt den kvantitativa analysen av pressutskick, kommer även beskrivas i detta kapitel. I kapitel 6.1 återkommer med en diskussion av metodens för- och nackdelar samt vilken påverkan den kan ha haft på resultaten.

4.1 Innehållsanalys

Syftet med en innehållsanalys är att identifiera och kvantifiera förekomster i texter. Två typer av innehållsanalys finns: kvantitativ innehållsanalys och kvalitativ innehållsanalys. Med kvantifiering menas att förekomster i textmaterialet räknas och jämförs. I analysen dras sedan slutsatser utifrån materialet som kvantifierats (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2012:197 & 210).

Den kvantitativa innehållsanalysen används för att undersöka förekomsten eller företeelser av något i texter. Anledningar till att undersöka förekomster i det valda materialet kan vara många: ett vanligt syfte är för att kunna dra slutsatser kring huruvida företeelserna i materialet framställs positivt eller negativt. Ett andra syfte är ta reda på i vilket omfång ett visst ämne uppmärksammas i valt material medan ett tredje syfte kan vara att undersöka partiskheten i framställningen av ett ämne (Bergström & Boréus, 2012:50–54).

Den kvalitativa innehållsanalysen beskriver och tolkar förekomster i materialet. Denna metod varken räknar eller mäter förekomster, utan tolkar enbart innehållet utefter en strikt utförd kodbok. Vikten i denna metod läggs på orden och dess betydelser. I analysen kodifieras förekomsterna av ord samt dess betydelser efter mönster och teman. Därefter tolkas resultatet och en bedömning av materialet görs. Denna metod är därför mer subjektiv än den kvantitativa innehållsanalysen (Bryman, 2011:340).

I min undersökning passar den kvantitativa innehållsanalysen bättre än den kvalitativa för att undersöka hur många artiklar som skrivits om VGR, samt för att kategorisera dessa inom VGR:s två verksamhetsområden. De kategorier som förekommer inom verksamhetsområdena kommer förklaras närmare i kapitel 5.

4.1.1 Kvantitativ innehållsanalys som metod

Metodens tillvägagångssätt ser olika ut beroende på materialvalet och undersökningens syfte. Metoden måste anpassas efter det analysen eftersöker, men som grundregel behöver materialet som ska undersökas *avgränsas*. För att besvara frågeställningarna behöver regler för materialets innehåll sättas upp, och materialet kan eventuellt behöva ökas eller minskas (Bergström & Boréus, 2012:54).

Ett vanligt dilemma är att materialet är för stort och ej är hanterbart för den som ska analysera det. Därför ska en tydlig avgränsning utformas. Materialet ska kunna besvara frågeställningarna efter avgränsningen (Esaiasson et al., 2012:200–203).

Efter materialbegränsningen utarbetas ett *kodschema*. I detta schema ska företeelserna beskrivas (Bergström & Boréus, 2012:54). Ofta behöver kodschemat korrigeras under undersökningens gång då den från början inte alltid uppfångar det material som eftersöks.

De företeelser som upptäcks kallas för *kodningsenheter* och kan vara ord eller teman som eftersöks i materialet. Dessa kodningsenheter behöver inte likna varandra eller förekomma i samma kontexter (Bergström och Boréus, 2012:55).

Kodningen ska alltid kontrolleras genom en *dubbelkodning* och kodningen ska då finna samma material som vid den första kodningen. Om resultaten inte överensstämmer vid dubbelkodningen behöver kodschemat eventuellt omarbetas, då kan det visa sig att kodningen inte varit tillräckligt konsekvent. Alternativt behöver vissa textenheter elimineras från undersökningen då de är svåravgränsade. Viss grad av avvikelse är godtagbart i undersökningen men det kan vara svårt att avgöra vad som är godtagbart. Avvikelse är inte godtagbara i undersökningar där exakta siffror är ett måste, likaså är grova avvikelser i undersökningar inte heller godtagbara (Bergström och Boréus, 2012:56).

Redovisningen av resultatet avgör i den mån avvikelsen är godtagbar i undersökningen. Efter dubbelkodningen är dags att räkna *frekvenserna* i materialet. Frekvenserna framställs sedan i en passande statistisk graf (Bergström & Boréus, 2012:58).

4.1.2 Kategorisering och avgränsningar

I min undersökning kommer jag bedöma och kategorisera artiklarnas ämnen för att sedan dela in dem efter VGR:s verksamhetsområden. Det finns artiklar som kan passa in i flera kategorier och ämnen och de kommer då att räknas in i alla de passande kategorierna. Likaså finns det artiklar som ej passar in i någon av kategorierna: dessa kommer att läggas in i kategorien "Övrigt" då de fortfarande behandlar ämnet Västra Götalandsregionen på något

vis. Flera av artiklarna har genom sina innehållsämnen kategoriserats in i en eller flera kategorier, se kapitel 5.

Efter att ha genomfört mina första provsökningar i Mediarkivet Retriever (1996-) insåg jag att en tämligen stor del av resultatet var insändare, ledare och krönikor. Dessa texter ville jag utesluta då det var nyhetsartiklar som jag skulle undersöka. Därför eliminerades ledare, insändare samt krönikor ur mitt material. Anledningen till detta är att dessa textexempel förmedlar en annan sorts mediebild än vad denna uppsats ville utreda. Tidningarna fungerar i dessa fall som kanaler för privatpersoners, politikernas, organisationer samt politiska partiers åsikter; tidningen eller journalisten står inte som avsändare i dessa textexempel. Visserligen går det att argumentera för, i och med att texterna publicerats i en tidning, att de då förmedlar en sorts bild av VGR, speciellt i de fall där ledarredaktionen står som avsändare. Det var dock inte för denna undersökning genomförbart att bedöma varje insändare, ledare och krönika för att avgöra om avsändaren ska inkluderas eller inte, och därför utesluts alla dessa texter.

I Mediarkivet Retriever kategoriseras allt textmaterial in i sektioner som kan heta allt från ”GENERAL”, ”Debatt”, ”Sport” eller ”Svenljunga”. Vissa av dessa sektioner utesluter jag då de innehåller texter som ledare, krönikor, debatter eller insändare. Nedan följer en beskrivning hur jag gick till väga för att finna mitt undersökningsmaterial:

- 1) Efter några provsökningar och efter överenskommelse med VGR bestämde jag mig för att undersöka artiklar under perioden 2016-06-01 t.o.m. 2016-12-31. Alla artiklar skulle innehålla antingen fraserna VGR eller Västra Götalandsregionen, artiklarna kunde även innehålla versioner av dessa fraser, d.v.s. alla grammatiska böjningar av dem. Därför behövde jag trunkera fraserna, det gjorde jag genom att infoga ”*” innan frasens suffix. Så här ser fraserna ut efter att ha trunkerats: ”VGR*”, ”Västra Götalandsregion*”.
- 2) Därefter tog jag reda på de benämningar tidningarna använder på sina ledar-, debatt- och krönikesidor. Detta för att jag skulle kunna eliminera dessa sektioner ur mitt önskade material. Jag önskade även att utesluta artiklar som innehåller frasen ”Västtrafik”. För att göra detta tog jag hjälp av Retrievers kundtjänst för att skriva en söksträng som skulle ta fram det material jag önskade. Söksträngen nedan inkluderar samt utesluter de fraser och sektioner ur resultaten och gav mig det material jag önskade studera.

(VGR* OR "västra götalsregion*") ANDNOT ((Placement:(Krönika OR Debatt OR insändare OR ledare OR "fria ord" OR brännpunkt OR "tyck till" OR "tänkt & tyckt")) OR västrafik*)

Strängen fungerar som så att den tar fram alla artiklar som innehåller antingen fraserna "VGR" eller "Västra Götalandsregionen", genom att trunkera fraserna samt sätta parentes runt om fraserna visas alla versioner av fraserna, d.v.s. alla grammatiska böjelser av orden. Kommandot ANDNOT skrivs därefter in vilket innebär att söksträngen inte ska inkludera efterkommande fraser. Kommandot "Placement:" exkluderar de tidningssektioner som befinner sig innanför kommatering.

- 3) Söksträngen skrevs sedan in i Retrievers sökruta "Fritext", jag kryssade även i rutan "svensk tryckt press". Sökningen gav då resultatet 1706 träffar. Materialet hade nu begränsats enligt de önskningar jag fick från VGR, samt enligt angiven tidsperiod.

4.1.3 Materialbeskrivning

Söksträngen gav mig resultatet 1706 träffar. Bland dessa artiklar gömde sig 156 krönikor, insändare och annat oönskat material som närvarolistor m.m. Anledningen till detta är att de som laddat upp textmaterialet på Retriever har placerat ledare och övrigt material under sektioner som jag ej kunde utesluta: för att nämna ett exempel sorteras många artiklar, ledare och annat textmaterial under sektionen GENERAL. Det är upp till den person som laddar upp texten på Retriever att lägga materialet under en passande sektion och om hen ej specificerar texten framgår det ej om det är t.ex. en krönika förrän vid genomläsning. Det oönskade materialet tog jag bort för hand, vilket i slutändan gav mig 1560 artiklar att undersöka.

Ibland publicerar tidningar liknande artiklar. Dessa har exempelvis köpts in från frilansande journalister, vilket leder till att flera tidningar publicerar samma eller snarlika artiklar. På Retriever räknas dessa som en enda artikel och resterande publikationer av artikeln räknas som dubletter. För att en artikel ska visas som dublett ska den ha minst 80% likhet med en tidigare publicerad artikel, detta enligt Ida Sjödin, Customer Manager på Mediearkivet Retriever (personlig kommunikation, 13 april 2017). Denna undersöknings syfte var analysera alla publicerade artiklar som berör VGR, och därför räknades även dubletterna in i undersökningen.

4.2 Attitydanalys

Genom att analysera attityder i artiklarna kunde jag därefter besvara den andra frågeställningen: *Vilka attityder och värderingar gentemot VGR uppvisar media?* Jag använde mig av en attitydsanalys baserad på Hellspong och Ledins kapitel om interpersonella strukturer och attityder i *Vägar genom texten* (1997:169–171).

En texts interpersonella struktur säger något om relationen och samspelet mellan den som står som *avsändare* och den som står som *mottagare*. Genom att analysera de attityder avsändaren och texten förmedlar går det att se hur avsändaren förhåller sig till innehållet i texten och hur hen vill att den ska uppfattas av mottagaren.

Attityder yttras främst genom värderingar/värdeord. Hellspong och Ledin delar in dessa i två kategorier: *plusord* och *minusord*. De är varandras motpoler, där plusorden är positivt laddade och minusord är negativt laddade. Några tydliga exempel är bl.a. ”bra” (+) och ”dålig” (–), ”vacker” (+) och ”ful” (–). Ibland är det kontexten och andra värdeord som avgör om en formulering innehåller plus- eller minusord. Exempel på ord som kan ändra värdering och attityd är ”igen” eller ”aldrig”. Fraserna är värdeladdade men bara i kombination med en annan fras. I exemplet nedan visas hur en menings värdeladdning kan förändras:

- Hen vinner igen. (+)
- Hen vinner aldrig. (–)
- Hen förlorar igen. (–)
- Hen förlorar aldrig. (+)

Attityder kan också yttras genom garderingar, vilket Hellspong och Ledin menar är symboler av makt eller brist därpå. Garderingar används som försiktighetsåtgärder där makt ges åt mottagaren att invända eller instämna i yttringen. Garderingarnas motsats är understrykningar. Dessa yttranden hävdar makt och självsäkerhet. Hellspong och Ledin menar att dessa används som ”en dominansstrategi som den använder som befinner sig i överläge eller vill tillvälla sig diskursiv makt.” (1997:171).

4.2.1 Metod och material

Jag valde slumpvis ut fem artiklar från de fem största ämnesområdena i verksamhetsområdena Hälsa- och sjukvård samt Regional utveckling. Jag genomförde urvalet genom att sammanställa en lista av artiklar för varje verksamhetsområde som skulle undersökas, där varje lista bestod av samtliga artiklar som tidigare kategoriserats in i ämnesområdet. Därefter

scrollade jag med datormusen, utan att titta, för att sedan välja den artikel som musen stannade på.

Totalt är det 50 artiklar som analyserats. Det analysen undersökte var textmaterialets attityd till Västra Götalandsregionen, inte den allmänna tonen eller attityden till artikelinnehållet.

Nedan visar jag exempel på hur attitydanalysen tar sig form. Resterande 49 analyser kommer inte redovisas lika väl som denna men kommer redovisas fullt i Bilaga 1.

I Göteborgs-Posten den 28 september 2016 publicerades artikeln ”*Strandskräpet ökar- mer pengar behövs*”. Det går med blotta ögat att se att denna artikel är negativ i tonen då redan rubriken innehåller ord som ”*Strandskräpet ökar...*”. Skräp är ett negativt laddat ord som många associerar med fulhet, illalukt, värdelöshet och som något som inte hör hemma på en strand. Verbet Ökar är ett neutralt ord då det inte har någon specifik värdeladdning för sig själv, men tillsammans med substantivet får verbet en annan betydelse. I denna mening får verbet en negativ betydelse, men hade likväl kunnat få en positiv laddning om den stått tillsammans med ett annat substantiv.

Rubriken fortsätter med ”*...mer pengar behövs*”. Detta är en understrykning, då den talar utifrån erfarenhet av ämnet. Som Hellspong och Ledin skriver så speglar yttringen i detta exempel en diskursiv makt. *Behövs* är ett minusord eftersom det syftar på att någonting fattas som borde finnas. Rubriken och ingressen förmedlar således en negativ attityd. Dock nämns inte VGR varken i rubrik eller ingress, attityden till VGR måste utläsas i brödtexten. Det visar sig att Västkuststiftelsen driver projektet ”Ren och attraktiv kust” tillsammans med andra aktörer, däribland Västra Götalandsregionen.

Projektet har fått tre [sic] miljoner kronor från Havs- och vattenmyndigheten och regionen samt drygt en halv miljon från kommunerna sammanlagt. Men Lars Strandberg konstaterar att man egentligen skulle behöva 10 - 15 miljoner för att genomföra en total strandstädning längs hela kusten och han har en bestämd uppfattning varifrån pengarna borde komma.

- Det här är en riksangelägenhet där staten borde gå in och medverka helt och hållet. Tyvärr passar staten i den här frågan.

(Göteborgs-Posten, 2016, 28 september s:12.)

Alltså förmedlar denna artikel inte en negativ attityd gentemot VGR, utan snarare till svenska staten. Eftersom VGR inte benämns med några starka plusord eller minusord kommer denna artikel kategoriseras som neutral, då textens material förmedlar en neutral attityd till VGR.

4.3 Kvantitativ analys av pressutskick

Denna analys besvarar med hjälp av stickprov huruvida VGR:s pressutskick fångas upp av media. Jag valde att undersöka månaden november år 2016 då innehållsanalysen visade att denna månad publicerade näst flest artiklar. Mängden pressutskick denna månad var lagom avgränsat då materialet inte blev för stort att undersöka men bestod inte heller av alltför få artiklar. Analysen följer den verksamhetsindelning som VGR publicerat på sin hemsida (2017e).

Eftersom analysen baserats på stickprov är det begränsat vilka slutsatser som går att dra utifrån den, däremot är tendenserna som stickprovet visar intressanta. Syftet med analysen var att se vilken effekt pressutskicken har på mediernas nyhetsurval men också om det är av intresse att fortsätta analysera pressutskicken i framtida undersökningar.

För att se om pressutskicken gav upphov till artiklar sökte jag efter utskickens ”nyckelord” i Retrievers databas. Målet är att hitta spår av pressutskicken i artiklar som finns i databasen. Med nyckelord menar jag ord som förekommer i utskicken och som förmedlar originaltextens tema och syfte.

4.3.1 Metod och material

För att se om pressutskicket *Pressinbjudan: Så ska svensk naturturism ta nästa steg* (Turistrådet Västsverige, 2016) gav upphov till publicerade artiklar välde jag ut de ord jag ansåg förmedla pressutskicken kärna. I detta exempel valde jag ut fraserna ”svensk naturturism*” och ”AdventureEDU*”. Dessa fraser förekom i originaltexten och åtminstone en av fraserna var tvungna att förekomma i en artikel för att slutsatsen skulle dras att artikeln hade sitt ursprung ur pressutskicket.

Genom att söka efter fraserna i Retrievers funktion ”utökad sökning” gick det att se om sökningen skulle specificeras ytterligare eller mindre. I denna undersökning analyserades enbart de artiklar som uppkommit mellan pressutskicket publicering och tre veckor efter publiceringsdatumet.

Materialet som har undersökts är pressutskicken från november 2016. De är totalt 59 stycken och har publicerats på mediebasföretaget Cision eller på verksamheternas egna hemsidor.

5. RESULTAT OCH ANALYS

I detta kapitel redovisas resultatet av undersökningarna, med utgångspunkt i uppsatsens tre frågeställningar: *Vilka ämnen relaterade till VGR rapporteras det mest om i media? Vilka attityder och värderingar gentemot VGR uppvisar media? Fångas pressutskicken från VGR upp av media?*

För att besvara den första frågeställningen undersöktes samt fördelades artiklar som nämner Västra Götalandsregionen in i respektive verksamhetsområde. Därefter sorterades artiklarna in i ämnesområden inom varje verksamhetsområde, för att tydliggöra vilka ämnen som media skriver mest och minst om. Indelningen i kategorier förklaras närmare i avsnitten 5.1.2.1 samt 5.1.2.2.

Den andra frågeställningen besvarades genom en attitydanalys som tydliggör vilka sorters attityder som visas gentemot VGR i artiklarna. Den tredje frågeställningen besvarades genom en kvantitativ analys av VGR:s pressutskicken.

5.1 Kvantitativ innehållsanalys av artiklar om Västra Götalandsregionen

Artiklar		
Juni	197	13%
Juli	165	11%
Augusti	156	10%
September	313	20%
Oktober	233	15%
November	287	18%
December	209	13%
Totalt	1560	100%

TABELL 1. ANTALET ARTIKLAR PUBLICERADE UNDER PERIODEN 2016-06-01 - 2016-12-31.

Under perioden 2016-06-01 t.o.m. 2016-12-31 publicerades 1560 artiklar i svenska tryckta medier som innehåller fraserna Västra Götalandsregionen eller VGR (i kapitel 4 redogjorde jag för hur artiklarna har avgränsats). Fördelningen av artiklarna är relativt jämn i juni, juli och augusti för att sedan öka drastiskt i september. Detta kan bero på nyhetstorka under semesterperioden samt att redaktionerna inte kan producera lika många nyheter i semestertider.

Anledningen till ökningen i september kan bero på att journalisterna kommer tillbaka från semestern men också på händelser som orsakat den högre medierapporteringen. Därefter minskar publiceringarna något i oktober och november, för att i december minska till samma

nivå som i juni. Detta kan bero på att journalisterna tar ledigt över jul och nyår och därför har en kraftigt minskad kår. Dessutom trycks sällan tidningar på röda dagar och därför skrivs färre artiklar i december månad.

5.1.1 Tidningar som publicerar artiklar

Tidningar hemmahörande inom Västra Götalandsregionen publicerade flest artiklar om VGR, däribland Bohuslänningen, TTELA (Trollhättans tidning - Elfsborgs läns allehanda), Borås Tidning, Göteborgsposten m.fl. Samtidigt har flera lokaltidningar utanför Västra Götalandsregionen rapporterat och nämnt organisationen regelbundet. Av dem är det Hallandsposten, Värmlandsbladet och Värmlands folkblad som rapporterat flitigast. Detta har möjligtvis att göra med att det under hösten 2016 diskuterats huruvida Sverige ska införa storregioner, och Halland och Värmland skulle i så fall bli en del av Västra Götalandsregionen. En annan möjlighet är att dessa tidningar som är baserade i regioner närmast Göteborg och Västra Götalandsregionen, och därför har en geografisk anknytning, visar extra intresse för VGR. I november beslutades det att Sverige inte skulle delas upp i storregioner vilket genererade många artiklar i dessa tidningar utöver den stadiga rapportering som föregick beslutet.

Tidningar	
Bohuslänningen	133
TTELA	121
Borås Tidning	97
Göteborgs-Posten	90
LyskekilsPosten	83
Skaraborgs Läns Tidning	71
TT Nyhetsbyrå	66
Falköpings Tidning	62
Skaraborgbygden	58
Västgöta-Bladet	51
(Övriga tidningar)	832
Totalt	1706

TABELL 2. VISAR DE TIO TIDNINGAR SOM PUBLICERAT FLER ÄN 50 ARTIKLAR OM VGR UNDER DEN ANGIVNA TIDSPERIODEN.

5.1.2 Fördelning av artiklar över VGR:s verksamhetsområden

Nedan kategoriseras artiklarna efter VGR:s tre verksamhetsområden: Hälsa och sjukvård, Regional tillväxt och Kollektivtrafik. I och med att artiklar om Västtrafik rensats bort är kategorin *Kollektivtrafik* betydligt mindre än de två andra och dessa artiklar redovisas

härunder, då de handlar om kollektivtrafik inom Västra Götalandsregionen (men inte Västtrafik). Totalt är det bara 10 artiklar (av 1560st) som handlar om kollektivtrafiken i Västra Götalandsregionen. Dessa 10 artiklar kommer inte undersökas i innehållsanalysen, då de utgör ett för litet material.

Fördelning över verksamhetsområden		
Hälsa och sjukvård	679	43,4%
Regional utveckling	871	56%
Kollektivtrafik	10	0,6%
Totalt	1560	100%

TABELL 3. ANTALET ARTIKLAR FÖRDELAT ÖVER VGR:S TRE VERKSAMHETSOMRÅDEN

5.1.2.1 Hälsa och sjukvård

I verksamhetsområdet Hälsa och sjukvård publicerades totalt 679 artiklar under de sex månader som undersöktes. Flest artiklar publicerades i september.

Hälsa och sjukvård		
Juni	94	14%
Juli	67	10%
Augusti	86	12%
September	161	24%
Oktober	97	14%
November	94	14%
December	80	12%
Totalt	679	100%

TABELL 4. ARTIKLAR SOM BERÖR VERKSAMHETSOMRÅDET "HÄLSA OCH SJUKVÅRD"

Efter att ha gått igenom materialet skapade jag tolv kategorier. Kategorierna är dels hämtade från VGR:s hemsida där Hälsa och sjukvårds verksamhetsområden listas (Västra Götalandsregionen, 2016a), och resterande kategorier skapade jag för att täcka upp övriga artiklar och teman i materialet. Kategorierna som jag skapat är *Arbetsituation*, *Ekonomi*, *Teknik/digitalisering*, *Sjukvårdspolitik*, *Utbildning* samt *Övrigt*. Kategorierna syftar till att täcka upp den bredd av artiklar som publicerats så långt som möjligt, men vissa artiklar passar inte in i någon kategori och har därför placerats i kategorin *Övrigt*.

Kategorierna är:

- *Specialistsjukvård/forskning*: Innefattar artiklar som behandlar sjukvård generellt och specialistsjukvård, som t.ex. mödravård eller cancerbehandling, men också forskning inom områden som VGR:s sjukhus specialiserar sig inom.
- *Arbetsituation*: Innefattar artiklar som handlar om sjukvårdspersonalens arbetsituation. De kan handla om löner, scheman, arbetspress eller personalbrist m.m.
- *Smittskydd*: Innefattar artiklar där VGR:s smittskyddsarbete eller verksamhet nämns.
- *Primärvård/Vårdcentral*: Innefattar artiklar om primärvården och vårdcentralernas verksamheter.
- *Ekonomi*: Innefattar artiklar rörande ekonomiska frågor: satsningar, besparingar, sjukvårdskostnader.
- *Folkhälsan*: Innefattar artiklar som rör området folkhälsa, däribland psykisk ohälsa, livskvalitet för äldre, barn-och ungdomsfrågor, rehabilitering, levnadsvanor med avseende på fysisk aktivitet, mat och alkohol, droger och tobak.
- *Teknik/digitalisering*: Innefattar artiklar om frågor som moderniseringen av sjukvården och dess teknik, samt journalhantering och uppköp av journalhanteringssystem.
- *Funktionshinder*: Innefattar artiklar som berör levnadsvillkoren för de med fysiska och psykiska funktionsnedsättningar.
- *Sjukvårdspolitik*: Innefattar artiklar som handlar om sjukhusens framtid, där partipolitiska röster talar om sjukvårdens styrning.
- *Utbildning*: Innefattar artiklar som handlar om olika former av utbildningar inom sjukvården, men också kontakttolkutbildning och bristen på godkända och utbildade kontakttolkar.
- *Folktandvård*: Innefattar artiklar som berör folktandvården inom VGR men också frisktandvård m.m.
- *Övrigt*: I denna kategori hamnar de artiklar som inte kan placeras i övriga kategorier. Exempel på dessa är personporträtt, nedläggning av sjukhusrestaurang, parkeringsautomater vid sjukhus, brott och bedrägerier, miljöarbete, vårdval m.fl.

Flera av artiklarna har genom sina innehållsämnena kategoriserats in i mer än en kategori. Tabellen nedan visar hur många artiklar som rör vardera ämnesområde under de sju månader som undersökts.

Hälsa och sjukvård		
Folkhälsa	137	17,8%
Specialistsjukvård/Forskning	97	12,9%
Arbetsituation	79	10,25%
Ekonomi	79	10,25%
Teknik och digitalisering	74	9,7%
Sjukvårdspolitik	58	7,5%
Folktandvård	41	5,3%
Primärvård/Vårdcentral	36	4,7%
Utbildning	31	4%
Smittskydd	23	3%
Funktionshinder	8	1%
Övrigt	107	13,6%
Totalt	770	100%

TABELL 5. ÄMNESFÖRDELNING UNDER PERIODEN 2016-06-01 T.O.M. 2016-12-31

Som går att utläsa av tabell 5 är folkhälsofrågor det vanligaste ämnet som tidningarna rapporterar om. Den höga siffran kan ha flera orsaker: den främsta anledningen är att detta är en bred kategori som fångar upp många ämnen, medan en annan anledning kan vara att den psykiska ohälsan i samhället kopplat till stress har uppmärksammats i hög grad. En tredje anledning kan också vara medias rapportering av de journalhanteringsproblem (detta ämne faller också inom kategorin *Teknik och digitalisering*) som uppstod inom psykiatri där en stor mängd journaler var oåtkomliga vid vårdbytet mellan de privata vårdgivarföretagen Capio och Evidens. Kategorin *Folkhälsa* är den kategori som har flest artiklar samtliga månader, dock stiger antalet artiklar i kategorin drastiskt i november månad då journalproblemen uppdagas. I *Folkhälsa* (och även *Arbetsituation*) har även flertalet artiklar som berör jobbsituationen för sjukvårdspersonal placerats, fokus i dessa artiklar är på personalens stressiga arbetsituation.

Kategorin *Övrigt* är också högt representerad. Denna kategori innehåller många ämnen som är aktuella en månad för att sedan vara inaktuella nästa och de passar inte heller in i de andra kategorierna. Bland dessa artiklar återfinns ämnen som personporträtt, parkeringsautomatproblem vid sjukhus, avtal med SOS-alarm, bedrägerier där personer utgett

sig för läkare och lurat äldre på pengar, rapporteringar över en läkare som begått ekobrott och miljöåtgärder o.s.v.

I kategorin *Specialistsjukvård/forskning* finns artiklar som rapporterar om specifik och ospecifik sjukvård. Under den undersökta perioden har mödravården genererat många artiklar där kritik riktas mot bristen på barnmorskor, men också mot att den höga kostnaden att föda barn hemma istället sjukhus, vilket är gratis i exempelvis Stockholm. I denna kategori har även forskningsartiklar från Dagens Medicin och Läkartidningen placerats. Andra ämnen som fallit in under denna kategori är organdonationsstatistik och behandlingsmisslag m.m.

Sjukvårdspersonalens *Arbetsituation* genererar också många artiklar. Bristen på personal under sommarhalvåret gav upphov till många artiklar under juni, juli, augusti och september. Däröver rapporterar media mycket om låga löner, stress, bristande behandling av patienter o.s.v.

I kategorin *Ekonomi* finns artiklar som rapporterar om sjukhusens ekonomi, men också satsningar och nedskärningar. Med anledning av att VGR beslutade om fortsatt gratis tandvård upp till och med 24 års ålder genererades många artiklar i media.

Teknik och digitalisering består till stor del av artiklar om journalproblemen inom psykiatrin. Men i kategorin ingår också forskning på modern teknik inom sjukvården, satsningar på virtuell ungdomsmottagning och en app som ska slå larm vid hjärtstopp.

I kategorin *Sjukvårdspolitik* placeras artiklar där partipolitik och sjukvård kommenteras. Ofta är det en händelse eller ämne som makthavarna och oppositionen kommenterar om. Det kan också vara artiklar där budget, nedskärningar eller satsningar meddelas av makthavarna. Gemensamt för alla artiklar i denna kategori är att de förmedlar politiska budskap.

I kategorin *Folktandvård* hamnar artiklar som på något vis handlar om verksamheten Folktandvården eller tandvårdsfrågor. Bland de vanligare artiklarna inom denna kategori är artiklar som handlar om beslutet om gratis tandvård till ungdomar upp till 24 år. Men de handlar också om förebyggande av karies hos barn i skolålder samt lokalbyten för verksamheterna.

Primärvård/vårdcentral som kategori innehåller artiklar som rör vårdcentralverksamheterna inom VGR. De artiklar som placeras här handlar främst om teknikproblem med journalhantering och telefoner, överbelastning, samt specialmottagningar inom psykisk ohälsa.

Inom kategorin *Utbildning* faller artiklar som handlar om olika sorters utbildningar inom sjukvården. Artiklarna kommenterar ofta sjuksköterskeutbildningarna och förutsättningarna för att arbeta samtidigt som studierna pågår. Under kategorin faller också artiklar som handlar om bristen på tolkar p.g.a. det svåra utbildningsprovet.

Smittskydd innehåller artiklar som berör sjukdomsspridning. Mångalet artiklar i denna kategorin handlar om experter som varnar för spridning av TBE från fästingar.

Få artiklar handlar om *Funktionshinder* eller andra fysiska och psykiska funktionsnedsättningar. I denna kategori faller några personporträtt samt en historia om diskriminering inom arbetsplatsen.

För att sammanfatta, så har *Folkhälsan* genererat flest artiklar där flertalet handlat om psykisk ohälsa bland barn, ungdomar och vuxna, men också misslyckandet av journalöverföringen för patienter som har psykisk ohälsa har genererat många artiklar under hösten. I övrigt skrivs mycket om personalbristen under sommarhalvåret. Samtidigt skrivs det också mycket om stress på arbetsplatsen samt lönesituationen. Negativa historier om misstag inom patientbehandling genererade ett fåtal artiklar under halvåret men ges inte särskilt stort utrymme.

5.1.2.2 Regional utveckling

I verksamhetsområdet Regional utveckling publicerades 871 artiklar under de sju månader som undersöktes. Flest artiklar publicerades i november (190st) och i augusti publicerades minst (69st).

Regional utveckling		
Juni	99	11,5%
Juli	97	11%
Augusti	69	8%
September	152	17,5%
Oktober	136	15,5%
November	190	22%
December	128	14,5%
Totalt	871	100%

TABELL 6. ARTIKLAR SOM BERÖR VERKSAMHETSOMRÅDET "REGIONAL UTVECKLING"

Dessa artiklar har delats upp i femton kategorier för att ge en översikt över de olika ämnen som behandlas inom området regional utveckling. Indelningen följer VGR:s egen indelning över de arbetsområden verksamhetsområdet inbegriper (2017d) men jag har lagt till två

kategorier, vilka är *Regionindelning* och *Övrigt*. Att Sverige eventuellt skulle delas upp i storregioner har resulterat i många artiklar och därför har jag skapat en kategori för enbart dessa nyheter, då det är intressant att se hur många artiklar som skapas i koppling med VGR.

Kategorierna förklaras nedan.

Kategorierna är:

- *Digitalisering och bredband:* Denna kategori innefattar nyheter som rör bredbandsutbyggnad inom VGR, samt nyheter som handlar om ny teknik och IT.
- *Externa relationer:* Innefattar artiklar som handlar om att förbättra VGR:s ställning, öka dess inflytande och strategiska arbete nationellt, europeisk och internationellt. Artiklar som handlar om VGR:s synlighet placeras inom denna kategori.
- *Folkhälsa:* Denna kategori finns också inom Hälsa och sjukvård, men skillnaden är att denna kategori fokuserar mindre på hälsoaspekter och mer på sociala aspekter som återanpassning in i samhället, studiehjälp, bidrag o.s.v.
- *Forskning och innovation:* Innefattar artiklar som handlar om VGR:s stöd till forskning och innovationer. Artiklarna kan handla om forskning och projekt som sker inom VGR:s geografiska område ex. inom miljö, hållbar energi, livsmedelshantering eller IT. Artiklarna kan också handla om VGR:s finansiella bidrag till forskning och projekt.
- *Infrastruktur:* Innefattar artiklar om projekt och initiativ inom VGR där infrastruktur står i fokus. Finansiering och beslutsfattning inom godstransport, järnväg samt vägutbyggnad.
- *Integration:* Innefattar nyheter om hur nyanlända ska integreras, projekt och initiativ så att de ska kunna försörja sig, få sjukvård, utbilda sig och få tillgång till kultur.
- *Kompetensförsörjning:* Innefattar artiklar om arbetslösheten bland invandrare och långtidsarbetslösa och hur de ska komma ut i arbetslivet. Kompetensförsörjning handlar också om att se till att ungdomar utbildar sig inom yrken där arbetskraft behövs.

- *Kultur:* Innefattar nyheter om VGR:s kulturella engagemang och aktiviteter, bland annat om organisationens kulturverksamheter men också hur VGR bidrar till kulturprojekt genom att bistå med finansiella bidrag.
- *Miljö:* Innefattar nyheter om VGR:s miljöprojekt, forskning och hållbar utveckling samt bidrag till dessa.
- *Mänskliga rättigheter:* Innefattar artiklar som handlar om VGR:s kommitté för mänskliga rättigheter.
- *Näringsliv:* Innefattar artiklar om företag och näringslivet inom och i samarbete med VGR.
- *Utbildning:* Innefattar artiklar om VGR:s olika naturbruksskolor, folkhögskolor och Biologiska yrkeshögskolan i Västra Götaland, och också om satsningar på utbildning och kompetensförsörjning inom regionen.
- *Västra Götaland i EU:* Innefattar artiklar om VGR:s arbete med EU-frågor, EU-stöd samt VGR:s representation i Bryssel.
- *Regionindelning:* Innefattar artiklar som berör den tänkta storregionen med Halland och Värmland som en del av VGR. VGR diskuterades även i resten av Sverige där media utanför regionens gränser studerade regionens samhällsfunktioner, affärsklimat, ekonomi m.m.
- *Övrigt:* De artiklar som inte passar in i övriga kategorier placeras in i denna kategori. Exempel på ämnen är personporträtt, sport, viltolyckor, post som skickas till asylboenden utan att adressaterna bor kvar o.s.v.

Regional utveckling		
Kultur	213	24%
Regionindelning	165	19%
Miljö	97	11%
Infrastruktur	88	10%
Utbildning	63	7%
Forskning/Innovation	36	4%
Folkhälsan	23	3%
Externa relationer	23	3%
Kompetensförsörjning	20	2,5%
Integration	16	2%
Digitalisering	13	1,5%
Mänskliga rättigheter	7	0,8%
VGR i EU	2	0,2%
Övrigt	107	12%
Totalt	873	100%

TABELL 7. ÄMNESFÖRDELNING UNDER PERIODEN 2016-06-01 T.O.M. 2016-12-31

Undersökningen visar att kulturartiklar är den typ av artiklar som produceras mest av i media. Bland de vanligare kulturnyheterna är de som rapporterar lokala kulturhändelser: lokala konstvisningar, musikkonserter eller projekt o.s.v.

Den näst vanligaste kategorin i undersökningen är artiklar som handlar om hur Sveriges regionindelning skulle se ut och gå till. Denna kategori skapade jag i efterhand efter att ha sett hur denna nyhet präglat nyhetsrapporteringen under den analyserade perioden. Troligtvis har denna nyhet också gett ursprung till fler innan och efter den valda undersökningsperioden, och även gett upphov till flertalet krönikor, insändare och ledare som denna uppsats inte undersökt. Beroende på vilken region och del av Sverige tidningen är hemmahörande ser artiklarnas fokus och attityder olika ut. Tidningar hemmahörande i Halland och Värmland lägger fokus på anslutningen till VGR och följer av detta medan tidningar i övriga Sverige nämner VGR och andra regioner att jämföra med.

I kategorin *Övrigt* har artiklar som inte passat in i de andra kategorierna placerats. Dessa artiklars ämnen varierar stort men vanliga är personporträtt, sportnyheter, artiklar om post adresserade till asylboenden där adressaten ej längre bor, lokala veckoprogram, artiklar om viltolyckor m.m.

Inom kategorin *Miljö* är artiklar som handlar om hav och sjö vanliga men också kulturlandskapen och bevaringen av dessa. Flera av artiklarna har också placerats i kategorierna *Kultur* och *Forskning/innovation* då miljöprojekten berör just sådana ämnen om forskning på hav och sjöar och kulturlandskapsprojekt. Andra nyheter handlar om den mänskliga påverkan på miljön och konsekvenserna av samhället och människans påverkan på miljön.

I kategorin *Infrastruktur* återfinns artiklar om satsningar på järnvägarna och Västsvenska paketet¹. Ett annat vanligt tema i lokaltidningar är beslut om satsningar på cykelvägar.

I kategorin *Utbildning* var försäljningen av naturbruksgymnasiet Nuntorp ett av de vanligare ämnena. I artiklarna som skrivits om detta ämne har politiker och elever uttalat sig om försäljningen, och media har följt utvecklingen under sommar, höst och vinter. Andra ämnen som media skrivit om är utbildning av nyanlända som ska få kunskap att driva egna företag.

Artiklar som hamnar i kategorin *Forskning/innovation* handlar om satsningar på uppfinningar och innovationer inom IT, men också projekt och forskning inom miljön och infrastruktur.

Få artiklar handlar om *Folkhälsan*, *Externa relationer*, *Kompetensförsörjning*, *Integration*, *Digitalisering*, *Mänskliga rättigheter* eller *VGR i EU*.

¹ Västsvenska paketet är en finansieringslösning och kollaboration mellan Göteborgsregionens kommunalförbund, Göteborgs Stad, Region Halland, Västra Götalandsregionen, Trafikverket samt Västrafik. Inom paketet ingår flertalet projekt för att utveckla infrastrukturen i Västsverige, detta för att göra Västsverige attraktivt för framtiden. (Västsvenska paketet, u.å. & Trafikverket, 2016)

5.2 Attitydanalys

Denna undersökning baseras på Hellspong och Ledins kapitel om interpersonella strukturer och attityder. Materialet består av fem slumpvist valda artiklar från de största ämnesområdena i verksamhetsområdena Hälsa- och Sjukvård samt Regional utveckling. De totalt 50 artiklarna slumpades ur det artikelmaterial som inskaffades till den kvantitativa innehållsanalysen. Syftet med attitydanalysen är att undersöka de attityder som materialet uppvisar mot VGR. Analysen kommer däremot inte lägga någon större vikt på de allmänna tonerna eller attityderna i artikelinnehållet. Med detta menas att en artikel kan innehålla en negativ ton och attityd till ett ämne men behöver inte nödvändigtvis uppvisa denna attityd emot VGR.

5.2.1 Resultat

Resultatet av analysen nedan visar de attityder som uppvisas mot VGR i de undersökta artiklarna. I några artiklar uppvisas en eller flera attityder, exempelvis i artiklar där makthavare yttrar sig positivt till politiken som förs i regionen och där opposition yttrar sig negativt i samma artikel. Därmed visar resultatet fler attityder (56 st.) än artiklar som undersökts (50 st.). (Se fullständigt analysresultat i Bilaga 1.)

Attityder		
Positiva	19	34%
Negativa	16	28,5%
Neutrala	21	37,5%
Totalt	56	100%

TABELL 8. ANTAL UPPVISADE ATTITYDER UPPVISADE EMOT VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN.

I analysen delades attityderna upp i tre kategorier: positiva, negativa och neutrala. Fördelningen av dessa visas i tabell 8. De neutrala attityderna utgör den största kategorin (21 st.), och i dessa artiklar finns inga laddade ord (inga plus- eller minusord) kopplade till organisationen. Artikeln i sig kan ha en negativ eller positiv ton, men tonen mot VGR är neutral. Artiklar som uttrycker positiva attityder mot VGR är näst flest (19 st.). Dessa artiklar benämner VGR med plusord och flera av dessa artiklar handlar om aktiviteter och projekt som VGR bidrar finansiellt och kunskapsmässigt till.

Nedan visas fördelningen av attityder i verksamhetsområdet Hälsa och sjukvård.

Hälsa och sjukvård	Positiva	Negativa	Neutrala
Folkhälsa	4	0	2
Övrigt	1	2	2
Specialistsjukvård/forskning	1	2	2
Arbetsituation	1	5	0
Ekonomi	1	2	2
Totalt	8	11	8

TABELL 9. FÖRDELNING AV ATTITYDER I VERKSAMHETSOMRÅDET HÄLSA OCH SJUKVÅRD

Totalt visade analysen av alla artiklar från båda verksamhetsområdena att de negativa attityderna var den minsta kategorin (se tabell 8.), men i verksamhetsområdet Hälsa och sjukvård är den negativa attityden den vanligast förekommande av de tre kategorierna. Tabell 9 visar en tendens till att artiklarna i högre grad är negativa än positiva eller neutrala i verksamhetsområdet Hälsa och sjukvård.

Nedan redovisas fördelningen av attityder inom verksamhetsområdet Regional utveckling.

Regionutveckling	Positiva	Negativa	Neutrala
Kultur	5	1	0
Regionindelning	1	2	3
Övrigt	0	1	5
Miljö	3	1	2
Infrastruktur	2	0	3
Totalt	11	5	13

TABELL 10. FÖRDELNING AV ATTITYDER I VERKSAMHETSOMRÅDET REGIONAL UTVECKLING

Denna undersökning har visat att medias attityd gentemot VGR oftast är neutral, oavsett vilken ton artikeln i sin helhet har. Tendensen visar här att de negativa attityderna till VGR är mindre till antal än de neutrala och positiva. I kategorin *Kultur* visar alla undersökta artiklar positiva attityder gentemot VGR (dock innehåller en artikel både positiva och negativa attityder), och tendensen är att kulturnyheter till stor del uppvisar positiva attityder till VGR. I kategorin *Infrastruktur* uppvisas inga negativa attityder gentemot VGR, utan tendensen är här att artiklar som sorteras in under denna kategori till större del är neutrala och positiva än negativa.

Undersökningen visar att även om artikeln har en negativ ton till sitt ämne, så behöver inte attityden till organisationen vara negativ. De artiklar som visar flest negativa attityder är de som placerats i kategorier från Hälsa-sjukvårdverksamhetsområdet. Däremot är långt ifrån alla artiklar negativt laddade: i kategorin *Folkhälsa* visade fyra artiklar av fem positiva attityder till VGR, och två artiklar av fem visade neutral attityd. I kategorin *Arbetsituation* visade alla artiklar negativa attityder till VGR, och en artikel uppvisade både en negativ och positiv attityd. Dessa artiklar beskriver arbetsplatser fyllda av stress och personalbrist. Den artikel som visade positiv och negativ attityd till VGR handlade om hur VGR arbetar för att åtgärda problemen på arbetsplatserna. I och med att artikeln både pekade på ett problem och en lösning på problemet, visas i artikeln både en positiv och en negativ attityd.

I kategorin *Kultur* visade alla artiklar positiva attityder eftersom dessa artiklar beskrev VGR som finansierare och anledningen till att kulturprojekten kunnat genomföras.

I dessa tidningsutdrag nedan ser vi exempel på positiva respektive negativa attityder:

Negativa attityder har markerats i rött och positiva i grönt.

- 2016-06-16. Västgöta-Bladet s. 13. *Mer pengar till unga.*
”**420 miljoner kronor satsar Västra Götalandsregionen** på att **minska köerna** till sjukvården de tre kommande åren.”
- 2016-07-01. Hallandsposten s. 5. *Västra Götaland blir storregion utan Halland.*
”På presskonferensen talades om en möjlighet för kommuner att byta region. **Känner du oro** för att Kungsbacka ska lockas över till Västra Götaland?”
- 2016-08-03. Skaraborgs Läns Tidning s. 13. *Läkarfel om astma.*
”En hyrläkare som har arbetat inom Västra Götalandsregionen **gjorde fel vid diagnoser och behandling** av astma.”
- 2016-10-18. Borås Tidning s. 13. *Hopp om tågstopp i Hillared.*
”Västra Götalandsregionen har som **mål att utöka tågtrafiken.**”
- 2016-11-23. Bohuslänningen s. 3. *Brist på allmänläkare diskuteras regionalt.*
”**Det finns dåligt med allmänläkare** i regionen och småorterna har det svårast att rekrytera ny personal. I går möttes ordföranden för de olika läkarföreningarna i Västra Götaland för att diskutera **läkarbristen** med ansvariga politiker och tjänstemän.”
- 2016-12-08. Lysekilsposten s. 4. *13 miljoner till vidareutbildning sjuksköterskor.*

”Personalutskottet i Västra Götalandsregionen har **beslutat om extra pengar** för vidareutbildning för sjuksköterskor och **förstärkt yrkesintroduktion** för undersköterskor, skötare och barnsköterskor.”

5.3 Kvantitativ analys av pressutskicken

Målet med den kvantitativa analysen av pressutskicken från VGR:s verksamhetsområden är att se om de fångas upp av media och genererar artiklar. Eftersom analysen baseras på stickprov är resultaten inte helt generaliserbara, men däremot är det möjligt att dra slutsatser om de tendenser analysen uppvisar. Det underliggande syftet med att analysera pressutskicken är att se om vidare analyser av pressutskick i framtida undersökningar är av intresse. Analysen studerar alla verksamheters pressrum enligt VGR:s uppdelning.

5.3.1 Resultat

Nedan finns en tabell där antalet pressutskick per verksamhetsområde redovisas:

Pressutskick november	
Koncernkontoret	27
Göteborgs symfoniker AB	7
Kultur i Väst	6
Södra Älvsborgssjukhus	5
Västtrafik	4
Göteborgs botaniska trädgård	3
Skaraborgs sjukhus	3
GöteborgsOperan	2
Regionteater Väst	1
Turistrådet Västsverige	1
Avdelning kultur	0
Regionservice	0
Västarvet	0
Folktandvården	0
NU-sjukvården	0
Närhälsan	0
Sahlgrenska	0
Alingsås lasarett	går ej finna
Angereds närsjukhus	går ej finna
Naturbrukskansliet	går ej finna
Totalt	59

TABELL 8. PRESSUTSKICK PERIODEN 2016-11-01 T.O.M. 2016-11-30

Som går att se publicerade Koncernkontoret betydligt fler pressutskick än något annat verksamhetsområde (27 st.); nära hälften av alla pressutskicken publicerades av Koncernkontoret. Göteborgs symfoniker var det område som publicerade näst flest pressutskick (7 st.). Sju verksamhetsområden gav ej ut några pressutskick i november, och tre verksamhetsområdens pressrum gick ej att hitta. Inga pressutskick från Naturbrukskansliet, Alingsås lasarett eller Angereds närsjukhus har inräknats i denna analys.

November	Antal pressutskick totalt	Antalet pressutskick som genererade artiklar	Antal artiklar totalt
Koncernkontoret	27	11	47
Göteborgs botaniska trädgård	3	1	3
Göteborgs symfoniker AB	7	3	5
Kultur i Väst	6	4	12
Södra Älvsborgssjukhus	5	2	3
Västtrafik	4	2	2
Skaraborgs sjukhus	3	1	1
GöteborgsOperan	2	1	2
Regionteater Väst	1	0	0
Turistrådet Västsverige	1	1	1
Avdelning kultur	0	-	-
Regionservice	0	-	-
Västarvet	0	-	-
Folktandvården	0	-	-
NU-sjukvården	0	-	-
Närhälsan	0	-	-
Sahlgrenska	0	-	-
Naturbrukskansliet	går ej finna	-	-
Alingsås lasarett	går ej finna	-	-
Angereds närsjukhus	går ej finna	-	-
Totalt	59	26	76

TABELL 9. ANTAL PRESSUTSKICK PER PRESSRUM, ANTAL PRESSUTSKICK SOM GENERERAT ARTIKLAR PER PRESSRUM, SAMT ANTAL ARTIKLAR TOTALT PER PRESSRUM

I november 2016 producerades alltså 59 pressutskick från verksamheterna listade på VGR:s hemsida (2017e). Resultatet, baserat på de sökningar som används i denna studie, visar att pressutskicken genererar artiklar, men inte i någon större grad. Enbart 44 % av utskicken genererade en eller flera artiklar i media, och endast fem utskick genererade fler än fem artiklar. Vanligast är att pressutskicken inte genererar en enda artikel. Det kan dock inte uteslutas att dessa pressutskick gett upphov till artiklar som inte fångas in med denna sökmetod.

Koncernkontorets pressrum publicerade flest pressutskick under november månad och genererade flest artiklar i media. Ett aktivt pressrum borde ha större chans att få artiklar

publicerade då de erbjuder media fler ämnen att skriva om; i Koncernkontorets fall visade det sig att 41% av pressutskick genererade artiklar.

Tendenserna i november visar att pressutskick som berör kulturämnena, oavsett verksamhet, genererar ungefär 0–2 artiklar. De får alltså inget större genomslag i media. Utskick som rör sjukvård och ekonomi genererar också väldigt få artiklar, ca 0–1 per pressutskick.

De ämnen som genererade artiklar i november var större kulturevenemang, information om vaccinering, resultatet av en undersökning om ungdomars alkohol- och drogvvanor inom VGR, att journaler nu finns att läsa på nätet, samt att VGR avslutar avtalet med Evidens Care AB. De två sistnämnda ämnena har varit två ”snackisar” under de månader som undersöktes i innehållsanalysen, och därför är det inte konstigt att dessa meddelanden har genererat artiklar.

Undersökningen har visat att pressutskicken till viss del genererar artiklar, men kanske inte i någon större grad. VGR har på så vis en viss möjlighet att påverka medias nyhetsurval genom att aktivt publicera pressutskick. Som går att se i Koncernkontorets fall så genererar ett aktivt pressrum lättare artiklar och ger media förslag till ämnen att skriva om.

5.4 Sammanfattning

Detta kapitel har syftat till att besvara de tre frågeställningar som legat till grund för denna uppsats. De var: *Vilka ämnen rapporteras det mest om i media? Vilka attityder och värderingar gentemot VGR uppvisar media?* samt *Fångas pressutskicken från VGR upp av media?* Nedan kommer resultatet för varje frågeställning att sammanfattas.

Frågeställning 1: Vilka ämnen rapporteras det mest om i media?

De ämnen som flest artiklar handlade om i verksamhetsområdet Hälsa och sjukvård var Folkhälsa (137 st.), Övrigt (107 st.), Specialistsjukvård/forskning (97 st.), Arbetssituation (79 st.) samt Ekonomi (79 st.).

I verksamhetsområdet Regional utveckling var ämnena Kultur (213 st.), Regionindelning (165 st.), Övrigt (107 st.), Miljö (97 st.) samt Infrastruktur (88 st.) de som gav upphov till flest artiklar.

Denna frågeställning besvarades med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys. Materialet som undersökts bestod av 1560st artiklar från 1 juni 2016 t.o.m. 31 december 2016. Alla artiklar innehöll versioner av fraserna ”Västra Götalandsregionen” eller ”VGR”, vilket var en förutsättning för att kunna undersöka materialet. Undersökningen visade att i augusti publicerades minst artiklar i media (156 st.) och flest i september (313 st.). Artiklarna delades upp ämnesvis i VGR:s tre verksamhetsområden; Hälsa och sjukvård, Regional utveckling samt Kollektivtrafik. 679 st. artiklar hamnade i Hälsa- och sjukvård, 871 st. i Regional utveckling och 10 st. i Kollektivtrafik.

De ämnen som flest artiklar handlade om i verksamhetsområdet Hälsa och sjukvård var Folkhälsa (137 st.), Övrigt (107 st.), Specialistsjukvård/forskning (97 st.), Arbetssituation (79 st.) samt Ekonomi (79 st.).

I verksamhetsområdet Regional utveckling var ämnena Kultur (213 st.), Regionindelning (165 st.), Övrigt (107 st.), Miljö (97 st.) samt Infrastruktur (88 st.).

Undersökningen har visat att de ämnen som flitigast figurerat i media juni till december 2016, i storleksordning, var Kultur, Regionindelning och Folkhälsan.

Frågeställning 2: Vilka attityder och värderingar gentemot VGR uppvisar media?

Attitydanalysen visade att de vanligaste attityderna som media visar gentemot VGR är icke-värderande/neutrala. Därefter är följer positiva attityder, och sedan negativa.

För att besvara denna frågeställning genomfördes en attitydanalys på ett stickprov av artiklar. Attitydanalysens metod är att hitta och identifiera plus- och minusord för att kunna dra slutsatser huruvida attityderna i textmaterialet är positiva, negativa eller neutrala. Den

vanligaste attityden var den icke-värderande neutrala attityden (21 st.), därefter kom de båda värderande attityderna positiv (19 st.) och negativ (16 st.).

I kategorin Regional utveckling var det vanligare med neutrala-positiva attityder än negativa. Vanligast i denna kategori var de neutrala attityderna (13 st.), därefter de positiva (11 st.) och sist de negativa (5 st.). I kategorin Hälsa- och sjukvård var de negativa attityderna vanligast (11 st.), därefter de positiva (8 st.) och sist de neutrala (6 st.). Detta tyder på en tendens där många artiklar från denna kategori visar värderande attityder gentemot VGR, i synnerhet negativa. Värt att nämna är kategorin Folkhälsa, som blev den största kategorin i verksamhetsområdet Hälsa- sjukvård, inte visade någon negativ attityd alls utan flest positiva (4 st.) och två neutrala attityder.

Frågeställning 3: Fångas pressutskicken från VGR upp av media?

Stickprovsundersökningen visade att media fångar upp pressutskicken men i ett relativt litet omfång. Av de 59 pressutskick som undersöktes var det ca 41% (23 st.) av utskicken som genererade artiklar i media.

Denna frågeställning har besvarats med hjälp av ett stickprov. Månaden november undersöktes vilket gav ett lagom stort material för analysen. Syftet med analysen var att se om det är av intresse att fortsätta analysera pressutskick i framtida undersökningar.

Materialet bestod av 59 pressutskick som publicerades på VGR:s verksamhetens respektive pressrum. Resultatet av undersökningen visade att ca 44% av pressutskicken genererade artiklar i media, och sällan resulterade de i fler än 1–3 artiklar. Enbart 5 pressutskick genererade fler än fem artiklar.

6. DISKUSSION

I detta diskussionskapitel kommer jag diskutera de brister som kommer med uppsatsens metodval samt reflektera över hur metoderna kan ha påverkat resultatet. Jag kommer därefter avsluta uppsatsen med allmänna reflektioner över resultatet.

6.1 Metoddiskussion

Precis som alla analysmetoder har även innehållsanalysen några brister som bör uppmärksammas. Den första bristen är relevansen i att undersöka hur många gånger en företeelse finns i textmaterialet. Hur många gånger någonting sägs behöver inte nödvändigtvis betyda att det har större vikt och innebörd än något som sägs ett fåtal gånger. Uppprepningar av något är inte alltid av intresse att kvantifiera, men ges stort utrymme i innehållsanalysen oavsett (Bergström & Boréus, 2012:80). En andra brist är att metoden inte uppfattar det outtalade, det som framgår av kontexten men som inte nämns explicit. Det som är underförstått kan mycket väl vara det som styr de texter som analyseras men dessa kan inte uppfattas av den kvantifierande innehållsanalysen (Bergström & Boréus, 2012:81). Vid sådana tillfällen hade diskursanalys passat bättre som analysmetod. En tredje brist som innehållsanalysen har är att kodschemat ibland kan "dölja" företeelser, med det menas att intressanta företeelser kan finnas i textmaterialet men som inte kan uppfattas då kodschemat inte är konstruerat att finna dem. Viktiga detaljer kan försvinna utan god översikt över materialet (Bergström & Boréus, 2012:81).

I denna uppsats är den första bristen mindre aktuell. Jag har inte lagt någon vikt i hur många gånger VGR nämns i materialet, då detta inte varit relevant för undersökningen. Uppsatsens syfte har inte varit att tolka varför VGR nämns i texterna eller innebörden av hur många gånger organisationen nämns. Däremot drar jag vissa slutsatser utifrån hur många gånger ett verksamhetsområde och ämnesområde nämns. I min undersökning kommer det att framgå som att de verksamhets- och ämnesområden som media skriver oftare om är populärare än de områden som media skriver mindre om. Detta behöver inte nödvändigtvis vara sant. För att ge exempel så är det mycket troligt att artiklar som berör ämnesområdet *Regionindelning* kommer minska stort, i och med att nyhetens aktualitet inte längre är lika stor då de diskuterade regionindelningarna ej ska genomföras. Likaså kan det också vara bra att vissa verksamhets- och ämnesområden inte nämns särskilt ofta i media, då detta skulle

kunna innebära att inga eller få negativa händelser skett som gett media material att skriva om.

Uppsatsens utgångspunkt, från första början, var att undersöka *alla* de artiklar som på något vis nämnt Västra Götalandsregionen. Däremot är den tredje bristen viktig att ha i åtanke i denna uppsats. Det är mycket möjligt att mitt kodschema kan ha missat artiklar som nämner VGR, men jag har i det längsta försökt konstruera kodschemat så att den ska fånga upp ett så stort och aktuellt material som möjligt. Jag har dessutom för hand eliminerat textmaterial som inte varit av intresse att undersöka.

En fjärde brist som Bergström och Boréus nämner är att metoden prioriterar reliabilitet framför validitet i textmaterialet och med det menas att mätningen i undersökningen alltid ska visa samma resultat oavsett vem som utför mätningen och vid vilken tidpunkt mätningen utförs (2012:82–85). Noggrannheten i mätningen är prioritet framför validiteten: fel kan uppstå i mätningen men det går att dra slutsatser utifrån dem också (Sahlgrenska akademien, 2002). I min undersökning kan den mänskliga faktorn ha påverkat resultatet i viss mån, speciellt vid konstruktionen av kodschemat. Men kodschemat har dubbelkodats vid flera tillfällen och har då gett samma resultat vid varje tillfälle.

Dessutom är det viktigt att uppmärksamma, när kodschemat konstrueras, att ett ord kan ha flera betydelser. En läsare kan tolka ordens innebörd på annat vis än vad författaren avsett, beroende på flera faktorer som politisk åskådning, kön eller tidsaspekter i språkanvändandet. Likaså kan den som utför undersökningen ha egna tolkningar av ord som en annan person inte har, det jag anser vara positivt kan av någon annan tolkas som negativt eller neutralt (Bergström & Boréus, 2012:85). I denna uppsats fall är det mina egna personliga tolkningar som avgjort kategoriseringen av artiklar in i ämnen. Mina tolkningar och uppfattningar kan skilja sig från andras, därför har jag i kapitel 5.1.2.1 och 5.1.2.2 definierat kategorierna för att läsarna ska se hur jag har arbetat med att sortera artiklarna i ämneskategorier. Jag är även medveten om att i och med valet att hålla kategorierna öppna och breda, är det ännu troligare att mina tolkningar kan se annorlunda ut jämfört med andras.

Det bör även noteras att ”breda” kategorier som tex *Folkhälsan*, *Kultur* och *Miljö* fångar in fler artiklar än ”smalare” kategorier som tex *Mänskliga rättigheter* eller *VGR i EU*. Smala kategorier kretsar ofta kring ett enda ämne till skillnad från de breda kategorierna som snarare fungerar som övergripande rubriker som flera sorters ämnen kan kategoriseras under. Det är

därför inte förvånande att de breda kategorierna genererade fler artiklar än de kategorier som kan anses vara smala. Jag har ändå försökt att följa VGR:s egen kategorisering av ämnesområden men också tillfört ytterligare kategorier för att kunna sortera in artiklarna i så passande kategorier som möjligt.

Även i attitydanalysen är frågan om hur orden ska tolkas aktuell. Attityder och värdeord kan tolkas olika beroende på vem som läser texten. Vissa värdeord har mycket enkla tolkningar, tex ord som Bra (positivt laddad) och Dålig (negativt laddad), medan andra värdeords attityder måste tolkas utifrån kontexten och vilka ord som värdeorden står kopplade till. Det är upp till mig som analyserar att bedöma hur attityderna ska tolkas och försöka vara så icke-värderande i mina bedömningar som möjligt går.

I den kvantitativa analysen av pressutskick är det återigen mina bedömningar som avgör om ett pressutskick resulterat i en artikel. Därför är ”nyckelorden” av stor vikt för analysen: artikeln var tvungen att ha likheter med pressutskicket för att den skulle räknas med i undersökningen.

6.2 Resultatdiskussion

Uppsatsens syfte var att göra en övergripande analys av mediebildens av VGR, vilket uppnått genom en kvantitativ innehållsanalys, en attitydanalys samt en kvantitativ analys av pressutskick.

Innehållsanalysen har visat att media rapporterar om vissa ämnen mer än andra och att vissa ämneskategorier i verksamhetsområdena Hälsa och sjukvård och Regional utveckling är mycket underrepresenterade (ex. artiklar i kategorierna *Funktionshinder* (8 artiklar), *Mänskliga rättigheter* (7 artiklar) och *VGR i EU* (2 artiklar)). Innehållsanalysen visade även att ämnen som *Folkhälsa* (137 artiklar), *Kultur* (213 artiklar), *Regionindelning* (165 artiklar) m.fl. var de vanligaste ämneskategorierna. Men som jag nämnde i kapitel 6.1, behöver det nödvändigtvis inte vara negativt att ett ämnesområde inte nämns ofta i media.

Enligt Byström et al. (2007) väljer media sina nyheter enligt ett av två perspektiv: vad läsaren tycker är intressant, eller vad läsaren bör veta. Det uppsatsen inte kan ge ett säkert svar på är vilket perspektiv som styr svensk och i synnerhet västsvenska mediernas nyhetsurval när det kommer till VGR. Vilket perspektiv influerar nyhetsurvalet när det kommer till VGR: intresseperspektivet eller kunskapsperspektivet? I min mening är det troligt - precis som

Byström et al. (2007) föreslår i sin undersökning av Västnyttis rapportering av Västra Götalandsregionen - att nyhetsurvalet influeras av båda perspektiven.

Angående mediernas attityd till VGR visade undersökningen att den främst är neutral, det vill säga att artikelförfattarna inte beskriver VGR med varken negativa eller positiva ord. Undersökningen visade också att attityderna mot VGR främst var neutrala och positiva i verksamhetsområdet Regional utveckling. I detta verksamhetsområde vinner VGR många positiva attityder, bl.a. i ämnesområden som *Kultur* och *Infrastruktur*. Dessutom går det att argumentera för att även de neutrala attityderna skulle kunna värderas som någonting positivt för VGR:s varumärke, för även om de neutrala attityderna inte direkt uppvisar en positiv attityd så förmedlar de ändå en aktiv bild av VGR och bygger vidare varumärket i association till artikelns innehåll. De neutrala attityderna är inte lika starka som de positiva attityderna men de bygger ändå vidare på VGR:s geografiska och industriella association. Inom verksamhetsområdet Hälsa och Sjukvård är attityderna mer spridda med en tendens till att visa mer negativa attityder än positiva. Här har VGR ett viktigt arbete framför sig att ge verksamhetsområdet en positiv förstärkning, och att lyfta problem och ge lösningar är ett sätt att göra detta. Det finns även ljusglimtar i detta verksamhetsområde, artiklar i kategorin *Folkhälsan* (som också blev den största ämneskategorin i Hälsa och sjukvård) uppvisar övervägande positiva attityder.

Mediebilderna av VGR har präglats av regionindelingsdebatten som nådde sin kulmen i november 2016. Media utanför regionens gränser vände då blickarna mot Västra Götaland för att se exempel på en storregions verksamheter och funktionalitet. På lokalnivå inom regionens gränser har lokalmedias rapportering om VGR varit av en annan karaktär. Den utvalda tidsperioden har varit intressant att undersöka eftersom två perspektiv på VGR har framträtt; det lokala perspektivet och det utomstående. Detta utomstående perspektiv har präglats av varierande åsikter om storregioner och utomstående media har utifrån denna debatt och perspektiv analyserat VGR och dess verksamhet. Storregiondebatten har inte alls diskuterats på samma vis lokalt, däremot har media framförallt i Halland och inom VGR diskuterat huruvida region Halland skulle bli en del av Västra Götalandsregionen.

Intresset för VGR i övriga Sverige har troligtvis på grund av diskussionerna om storregionen varit högre än vanligt under sommaren och hösten 2016. Dock behöver fler

perioder undersökas för att ge belägg till detta påstående. I mina observationer har jag sett att VGR använts som ett exempel för att förklara hur en storregion fungerar och hur eventuella nygrundade storregioner möjligtvis skulle kunna se ut baserat på de erfarenheter som finns inom VGR.

För att förstå det ökade intresset för VGR bör man ha medielogiken i åtanke. Medierna ser troligtvis VGR som ett starkt varumärke som därför går att exemplifiera och dra jämförelser med. Allmänheten känner till regionen på ett eller annat vis, antingen genom att de bor inom regionen eller att de har varit på besök i, eller hört om, regionen i nyheter och media.

Det hade varit intressant att mer ingående analysera mediebilderna av och attityder till VGR utanför regionens gränser. Detta för att se om VGR:s varumärke och geografiska associationer gått starkare eller svagare ur regionindelingsdebatten. Likaså hade fortsatta undersökningar kunnat säga något om mediernas attityder gentemot regionindelningen av Sverige. Även om införandet av storregioner ej längre är aktuellt så innebär det inte att frågan inte eventuellt kan diskuteras i framtiden. Det vore även intressant att dokumentera medias attityder till storregionindelningen för att se om dessa har påverkat regeringens beslut att inte införa storregioner. Dessutom vore det intressant att se om och hur medias granskning av regionindelningen förmedlat opartiskhet och neutralitet eller om media kan ha format allmänhetens världsbild åt ett håll eller ett annat.

VGR:s medialisering gör sig påmind i de pressutskick som regionen publicerar. Att de inte fångas upp i någon större utsträckning skulle kunna förklaras med hjälp av Shehata's (2010) teorier om medielogik och nyhetsurval. Han skriver att myndigheter sällan kan påverka nyhetsurvalet i större utsträckning. Det innebär inte, precis som Byström et al (2007) forskning visar, att journalisterna finner pressutskicken ointressanta eller irrelevanta utan det handlar om att välja nyheter som allmänheten vill läsa. Undersökningen visade att VGR:s mest aktiva pressrum också var de som genererade flest artiklar, vilket visar att media är intresserade av att hämta inspiration från VGR:s pressutskick. Kan VGR, i sitt mål att förbättra sin mediebild, anpassa sina pressutskick efter den rådande medielogiken? Kan organisationen hitta ämnen och teman i sina verksamheter som intresserar media, och hur kan VGR då få media att publicera artiklar som handlar om ämnen som är viktiga för medborgaren att få kännedom om? Som Byström et al. (2007) skriver så är det troligt att det finns information som både VGR och journalisterna tycker är viktig, men som journalisterna

inte tror väcker läsarnas intresse. För VGR handlar det om att hjälpa journalisterna så långt som möjligt att få nyheterna publicerade genom att bistå med information och intervjuer.

Slutligen, bilden av VGR i media är neutral men är denna attityd nog för att uppnå regionens kommunikationsmål: *att ha ett gott anseende och medborgarnas förtroende samt stärka Västra Götalands attraktionskraft?* Att förbättra mediebildens blir för VGR en utmaning då medielandskapet ser ut som det gör, men förhoppningsvis har denna uppsats gett regionen en upplysning och en generell överblick över de områden där deras arbete lönat sig och områden där fortsatt arbete krävs.

Referenslista

Andrée, Lasse & Björklund, Martin (2016-09-28). Strandskräpet ökar - mer pengar behövs. *Göteborgs-Posten*, s. 12.

Bergström, Göran & Boréus, Kristina (2012). *Textens mening och makt*. Lund: Studentlitteratur.

Bryman, Alan (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2 uppl. Stockholm: Liber.

Byström Sandra, Danielsson Björn & Johansson Bengt. (2007). *Regionala TV-nyheter i medielogikens tid. En studie av Västnyttis bevakning av Västra Götalandsregionen*. Arbetsrapport nr. 52. Institutionen för journalistisk, medier och kommunikation, Göteborgs universitet, Göteborgs Universitet.

Esaiasson Peter, Gilljam Mikael, Oscarsson Henrik & Wängnerud Lena (2012). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4 uppl. Stockholm: Norstedts juridik.

Fredriksson Magnus, Schillemans Thomas & Pallas Josef. (2015) "Determinants of organizational mediatization: An analysis of the adaption of swedish government agencies to news media." *Public Administration*, 93 (4), 1049–1067. doi: 10.1111/padm.12184.

Hellspong Lennart & Ledin Per (1997). *Vägar genom texten*. Lund: Studentlitteratur.

Johansson, Bengt. (2008). Ger mediebilderna rättvisa? I Nilsson Lennart & Antoni Rudolf (Red), *Medborgarna, regionen och flernivådemokratien* Nr. 43 (s.197–208). Göteborg: SOM-institutet

Norén Bretzer, Ylva. (2014) *Sveriges politiska system*. Lund: Studentlitteratur.

Shehata, Adam. (2010) "Marking journalistic independence: Official dominance and the rule of product substitution in Swedish press coverage". *European Journal of Communication* 25 (2), 123–137. doi: 10.1177/0267323110363654.

Strömbäck, Jesper (2008). "Medialisering och makt: En analys av mediernas politiska påverkan". *Statsvetenskaplig tidskrift*, 110 (4), 385–405.

Waxell, Anders (2016). "Writing up the region: anchor firm dismantling and the construction of a perceived regional advantage in Swedish news media". *European Planning Studies*, 24:4, 742–761. doi: 10.1080/09654313.2015.1128885.

Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2014). *Massmedier*. 11 uppl. Stockholm: Ekerlids förlag.

WEBB

Folktandvården/Västra Götalandsregionen (2017). *Verksamhet och organisation*. Hämtad 2017-03-17, från <https://folktandvarden.vgregion.se/jobb-och-utbildning/tandskoterskeutbildning/>²

Internetstiftelsen i Sverige (2016a). *Svenskarna och internet 2016. Sammanfattning*. Hämtad 2017-05-06, från <http://www.soi2016.se/sammanfattning/>

Internetstiftelsen i Sverige (2016b). *Svenskarna och internet 2016. 10. Internet och traditionella medier*. Hämtad 2017-05-06, från <http://www.soi2016.se/internet-och-traditionella-medier/>

Lundin, Julia. (2015, 25 augusti). Är det journalistikens fel att medierna är i kris?. *Resumé*. Hämtad 2017-06-01, från <https://www.resume.se/nyheter/artiklar/2015/08/25/ar-det-journalistikens-fel-att-medierna-ar-i-kris/>

Retriever. (1996-). *Mediearkivet* [Elektronisk resurs]. Stockholm: Retriever.

Retriever. (1996-). *Nordens största mediearkiv*. Hämtad 2017-10-01, från <https://www.retriever.se/product/nordens-storsta-mediaarkiv/>

Västra Götalandsregionen. (2008) *Strategi för Västra Götalandsregionens externa kommunikation*. Hämtad 2017-03-18, från <http://www.vgregion.se/upload/Regionkanslierna/Regionstyrelsens%20kansli/Informationsavdelningen/Extern%20kommunikationsstrategi,%20RS%20080408.pdf>³

² Under våren 2017 bytte Västra Götalandsregionens hemsida utseende. Då webbsidan genomgått stora förändringar är dessa länkar ej längre aktuella och/eller innehåller ej längre samma information som referensen anger.

Västra Götalandsregionen (2016a). *Vård och hälsa*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Vard-och-halsa/> ²

Västra Götalandsregionen (2016b). *Utbildning*. Hämtad 2017-03-17, från <https://www2.sahlgrenska.se/sv%2F%2FSU%2FUtbildning%2F> ²

Västra Götalandsregionen (2016c). *Folkhälsoarbete*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Vard-och-halsa/Folkhalsa/Folkhalsoarbete/> ²

Västra Götalandsregionen (2016d). *Beredningen för hållbar utveckling (BHU)*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Politik/Namnder-och-styrelser/BHU/> ²

Västra Götalandsregionen (2016e). *Kollektivtrafiken i Västra Götalandsregionen*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Kollektivtrafik/> ²

Västra Götalandsregionen (2017a). *Politiken i Västra Götalandsregionen*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Politik/> ²

Västra Götalandsregionen (2017b). *VG2020-strategin*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Regionutveckling/VG2020-strategin/> ²

Västra Götalandsregionen (2017c). *Västra Götalandsregionens kulturnämnd*. Hämtad 2017-03-17, från <http://www.vgregion.se/sv/Vastra-Gotalandsregionen/startside/Kultur/kulturnamnd/> ²

Västra Götalandsregionen (2017d). *Regional utveckling*. Hämtad 2017-04-21, från <http://www.vgregion.se/regional-utveckling/> ²

Västra Götalandsregionen (2017e). *Pressmeddelanden*. Hämtad 2017-04-23, från <http://www.vgregion.se/nyheter/press/pressmeddelanden/> ²

Västsvenska paketet (u.å.). *Paketet*. Hämtad 2017-05-16, från <http://www.vastsvenskapaketet.se/paketet/>

Sahlgrenska akademien (2002). *Validitet och reliabilitet*. Hämtad 2017-03-24, från <http://www.infovoice.se/fou/bok/10000035.shtml>

SFS nr: 1949:105. Tryckfrihetsförordning. Tillgänglig: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/tryckfrihetsforordning-1949105_sfs-1949-105

SFS 1991:1469. Yttrandefrihetsgrundlag. Tillgänglig: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/yttrandefrihetsgrundlag-19911469_sfs-1991-1469

Skoglund, Karolina. (2012, 23 maj). Europas största bygge ska bli Sveriges största sjukhus. *Metro*. Hämtad 2017-07-09, från <https://www.metro.se/artikel/europas-st%C3%B6rsta-byggeska-bli-sveriges-st%C3%B6rsta-sjukhus-xr>

Statens medieråd (2015). *Vad blir en nyhet?* Hämtad 2017-06-04, från <https://statensmedierad.se/larommedier/kallkritikvemvadvarfor/vadblirenyhet.423.html>

Sveriges kommuner och landsting (2017). *Fakta om kommuner, landsting och regioner*. Hämtad 2017-06-18, från <https://skl.se/tjanster/kommunerlandsting/faktakommunerochlandsting.432.html>

Trafikverket (2016). *Västsvenska paketet*. Hämtad 2017-05-16, från <http://www.trafikverket.se/nara-dig/Vastra-gotaland/Vastsvenska-paketet/>

TT. (2015, 4 mars). Tidningsdöden kryper allt närmare. *Svenska Dagbladet*. Hämtad 2017-03-29, från <https://www.svd.se/tidningsdoden-kryper-allt-narmare>

Turistrådet Västsverige (2016). *Pressinbjudan: Så ska svensk naturturism ta nästa steg*. Hämtad 2017-04-23, från <http://news.cision.com/se/turistradet-vastsverige/r/pressinbjudan--sa-ska-svensk-naturturism-ta-nasta-steg,c2121210>

BILAGA 1.

Negativ: (–)

Positiv: (+)

Neutral: (/)

Regionutveckling

Kultur
2016-06-27. Sundsvalls Tidning. <i>Starkare kulturliv- eller mer styrt?</i> (+) (–)
2016-07-05. Lokaltidningen Stenungsund. <i>Samåk till kulturupplevelser</i> (+)
2016-09-01. Strömstads Tidning/Norra Bohuslän. <i>Bokbussar till asylsökande</i> (+)
2016-10-25. Alingsås Tidning. <i>Dags för dansfest i Alingsås</i> (+)
Regionindelning
2016-06-30. TT Nyhetsbyrån. <i>Tre nya storregioner redan 2019</i> (/)
2016-07-01. Hallandsposten. <i>Västra Götaland blir storregion utan Halland</i> (–)
2016-09-23. Värmlands Folkblad. <i>Region Värmland sa ja till Västra Götaland</i> (+) (/)
2016-10-24. TT Nyhetsbyrån. <i>Strid om storlän väntar</i> (/)
2016-11-26. Tranås Tidning. <i>Inga storregioner – blandade känslor</i> (/)
Övrigt
2016-06-17. Ny tid Göteborgsområdet. <i>Vill skola LO-folket</i> (/)
2016-07-06. Trollhättan 7 dagar. <i>Kanalen blir skådeplats för simtävling</i> (/)
2016-07-15. Ny tid Göteborgsområdet. <i>Motvilligt motvals mot oderaterna [sic]</i> (–) (/)
2016-09-07. Götene Tidning. <i>Kenneth Lövgren har bestigit berget Elbrus</i> (/)
2016-09-30. Falköpings Tidning. <i>Se upp för vilt i trafiken</i> (/)
Miljö
2016-08-06. Göteborgs-Posten. <i>Fokus på miljön i västerhavet</i> (+)
2016-08-17. TT Nyhetsbyrån. <i>Ny studie om fritidsbåtars avgaser</i> (/)
2016-09-28. Göteborgs-Posten. <i>Strandskräpet ökar – mer pengar behövs</i> (/)
2016-10-21. LyskekilsPosten. <i>Miljödomstolen avskog överklagande av Havets Hus utbyggnad</i> (–) (+)
2016-12-27. Borås Tidning. <i>Matprojekt sprids till fler skolor</i> (+)
Infrastruktur
2016-07-08. Borås Tidning. <i>Öppnar för järnväg norr om Ulricehamn</i> (/)
2016-08-10. Bohuslänningen. <i>Bohusbanan illa ute – igen</i> (+)
2016-09-22. Strömstads Tidning/Norra Bohuslän. <i>Tågresenärer får vänta på investering</i> (/)
2016-10-18. Borås Tidning. <i>Hopp om tågstopp i Hillared</i> (+)
2016-12-28. ST tidningen. <i>Samarbetar för en ny bro</i> (/)

Hälsa- och sjukvård

Folkhälsa
2016-06-16. Västgöta-Bladet. <i>Mer pengar till unga</i> (+)
2016-09-21. Dagens Medicin. <i>Nu ska psykiatrin bli fri från hyrläkare</i> (+) (/)
2016-09-26. Skaraborgs Läns Tidning. <i>Handhygien i fokus</i> (+)

2016-10-12. Borås Tidning. <i>Samrehab ett avslutat kapitel</i> (/)
2016-10-13. Alingsås Tidning. <i>Temadag med fokus på psykisk ohälsa</i> (+)
Övrigt
2016-06-30. Dagens Samhälle. <i>Nytt vårdavtal för SOS Alarm</i> (/)
2016-07-17. GT. <i>Vårdbluff mot äldre</i> (/)
2016-09-30. Göteborgs Fria. <i>VG-regionen kan få böter</i> (-)
2016-10-04. Bohuslänningen. <i>Mera P-krängel trots omgörningar</i> (-)
2016-12-28. Bohuslänningen. <i>Restauranger görs om</i> (+)
Specialistsjukvård/forskning
2016-06-22. Dagens Medicin. <i>Snart ska det gå att ta körkort i koloskopi och gastroskopi</i> (+)
2016-07-19. Hallandsposten. <i>Babyboom skapar hård press</i> (/)
2016-08-03. Skaraborgs Läns Tidning. <i>Läkarfel om astma</i> (-)
2016-09-03. Bohuslänningen. <i>De valde att föda hemma</i> (-)
2016-10-27. TTELA. <i>"Nya" diagnoser utmaning för vården</i> (/)
Yrkessituation
2016-06-03. Göteborgs Fria. <i>"Ännu svårare att rekrytera vikarier i år"</i> (-)
2016-07-14. Bohuslänningen. <i>Satsar på utbildning och löneutveckling</i> (+) (-)
2016-08-03. Skaraborgs Läns Tidning. <i>Tolkbrist skapar problem</i> (-)
2016-09-24. Göteborgs-Posten. <i>Akut brist på barnmorskor</i> (-)
2016-11-23. Bohuslänningen. <i>Brist på allmänläkare diskuteras regionalt</i> (-)
Ekonomi
2016-06-07. TT Nyhetsbyrån. <i>60 000 kronor i bonus till sjuksköterskor</i> (/)
2016-08-12. Skaraborgsbygden. <i>Fler vill föda hemma- men får betala själva</i> (-)
2016-10-13. LyskekilsPosten. <i>Personalutskottet beslutade om riktlinjer för lönepolitiken</i> (/)
2016-11-04. Ny tid Göteborgsområdet. <i>Pengar saknas i sjukvården 2017</i> (-)
2016-12-08. LyskekilsPosten. <i>13 miljoner till vidareutbildning av sjuksköterskor</i> (+)

