



Linnéuniversitetet

Kalmar Växjö

Examensarbete 15 hp – Journalistik

"Grejen är att det är roligt"

En jämförande studie av dagstidningars och e-sporttidningars skildring av e-sport.



Författare: Dennis Johansson

Författare: Jonatan Börjesson

Handledare: Kristoffer Holt

Examinator: Renaud de la Brosse

Termin: HT16

Ämne: Journalistik

Nivå: Kandidat

Abstract

Author: Dennis Johansson & Jonatan Börjesson

Title: "The main thing is that it's fun"

Location: Linnaeus University

Language: Swedish

Number of pages: 44

The aim of this study was to elucidate the manifested differences in printed daily newspapers and online e-sport papers. In addition we explored the different priorities of news selection in the two types of newspapers.

The method we conducted in this study was quantitative content analysis and our material consisted of 150 articles from each group of papers, for a total of 300 articles. Our results were analyzed using framing theory, agenda setting theory and commercialization.

Our findings included a heavy emphasis on social issues from the daily newspapers and an equally heavy emphasis on the sporting side of esport from the esport papers. Additionally we could state that e-sport papers thoroughly exercised the usage of pictures in their articles, but interviews were rare.

Before this study the scientific area of e-sports journalism was completely unexplored. This inspired us to become the pioneers of the field. We hope to open up this field for further scientific research.

Nyckelord

Esports, framing, agenda setting, commercialization, quantitative content analysis, daily newspapers, esports newspapers.

Innehåll

1 Inledning	1
1.1 Förord	1
1.2 Introduktion	1
1.3 Syfte och frågeställningar	3
1.3.1 Syftets relevans	3
1.3.2 Frågeställningar	6
2 Tidigare forskning	6
2.1 Esports yearbook 2013/2014	7
2.2 Spiraling into or out of stereotypes?	8
2.3 "Det han gjorde sedan har ingen någonsin upplevt"	8
2.4 More Than a Game	8
2.5 The social mediascape of transnational Korean pop culture	9
2.6 Online social networks: a survey of a global phenomenon	10
3 Teoretisk bakgrund	11
3.1 Gestaltningsteorin	11
3.2 Dagordningsteorin	12
3.3 Kommersialisering	14
4 Metod och material	15
4.1 Material	17
4.1.1 Artiklar från e-sporttidningar	17
4.1.2 Artiklar från dagstidningar	18
4.2 Kodinstruktioner	18
4.3 Testkodning	19
4.4 Reliabilitet och validitet	19
4.5 Metodkritik	20
4.6 Forskningsetik	21
5 Resultat	23
5.1 Sammanfattning resultat	33
6 Analys	34
7 Slutsats och diskussion	37
7.1 Sammanfattning slutsats	37
7.2 Slutsats	38
7.3 Diskussion	39
7.4 Förslag till vidare forskning	42
8 Referenser	I
8.1 Böcker	I
8.2 Artiklar	III
8.3 Länk	IV
9 Bilagor	V
Bilaga 1	V

1 Inledning

E-sport i svenska medier - en kvantitativ jämförande studie i e-sportjournalistik.

1.1 Förord

Vi vill börja med att förklara att vi i denna uppsats definierar e-sport som tävlingsinriktade dator- och tv-spel. Med andra ord spel som går att utöva professionellt i, där utövarna har en fast lön. Exempel på sådana e-sport-spel är League of Legends, Counter-Strike: Global Offensive, Dota 2, StarCraft 2, Hearthstone och Overwatch.

Vi utgår ifrån att e-sport klassas som en sport, men inte som en idrott. Till idrott klassas fysiska aktiviteter som exempelvis fotboll, hockey, handboll med mer.

Med ordet "event" menar vi evenemang, tävling, turnering eller liknande.

Uppsatsens titel är ett citat från en e-sportartikel av TT (2016). I artikeln berättar en person om vad han tycker är "grejen" med just e-sport. Den här uppsatsen visar hur svenska dagstidningar konstruerar e-sport, och titeln är ett typexempel på hur medierna väljer att framställa e-sporten.

1.2 Introduktion

När det meddelades att Emil "HeatoN" Christensen skulle ersätta Jon Olsson i mästarnas mästare blev det en omtalad händelse i de svenska medierna. Kanske den mest omtalade händelsen i Mästarnas Mästare just på grund av att HeatoN är en så kallad "E-sportare". Däremot var detta inte en nyhet som lyftes i samma utsträckning hos de dedikerade e-sporttidningarna. Detta gjorde att vi fick upp ögonen för den här frågan: Skiljer dagstidningar och e-sporttidningar sig åt i sin rapportering och i vilken utsträckning? Vilka nyheter och händelser fokuserar vardera mest på?

Det är inte förrän på senare år som e-sport har börjat bli allmänt erkänd som sport. Idag är det en större del av populärkulturen än för 10 år sedan och även gemene man har åtminstone en aning om vad e-sport är för något. Tidigare var det något som bara utövarna själva hade koll på.

Fältet e-sportjournalistik är ännu outforskat. Eftersom att forskning är kumulativt behöver all forskning bygga på tidigare forskning. Fältet e-sportjournalistik bygger på två andra fält: e-sport och sportjournalistik. E-sport är även det ett nytt område som nyligen har börjat forskas i. Just e-sportjournalistik finns det ingenting om vad vi kan se, men däremot finns det ett antal studier om e-sport ur andra perspektiv, exempelvis antropologi, idrott, e-sport jämfört med konventionell sport, samt e-sport som karriär.

Denna studie ämnar att undersöka hur tryckta svenska dagstidningar och e-sporttidningar online framställer e-sport, skillnader och likheter, samt att dokumentera hur rapporteringen om e-sport ser ut. Det faktum att dagstidningarna är i tryckt form och e-sporttidningarna är online-tidningar är problematiskt och det är något vi kommer in på mer i metoddelen. Vi är båda intresserade av e-sport och det var en bidragande faktor till att vi valde att undersöka detta. Vi tror att e-sporten är på väg att bli en del av mainstream-kulturen.

Enligt Fagundes Pase, Schultz (2015) fick e-sporten en mer etablerad plats i samhället år 2013. Bland annat sände SVT regelbundet från Dreamhack och antalet event hade 2012 gått från 10 år 2000 till 696, en ökning med nästan 70 gånger. I Tyskland sände tv-kanalen EinsPlus League of Legends-finaler och i Sydkorea hade e-sport på tv sedan innan varit mycket vanligt.

Enbom & Carlsson (2015) skriver att sportjournalistiken har varit kommersiellt viktig för medierna sedan 1800-talet och utvecklats till att bli den största specialavdelningen på tidningar globalt sett. Trots det har den haft en låg status och förbisetts på journalistutbildningar, enligt Enbom & Carlsson (2015). De skriver "Kopplingen till underhållning och så kallade mjuka nyheter har inneburit att genren betraktats som "leksaksavdelningen"" (2015, s 207). Enligt Enbom & Carlsson (2015) har den ökade kommersialiseringen i medielandskapet påverkat många genrer inom nyhetsjournalistiken men samtidigt skapat nya möjligheter för medieföretag att ta betalt av användarna just för att de ska kunna följa bland annat sporthändelser i realtid. Så samtidigt som sändningsrättigheter till stora idrottsevenemang blivit mångmiljardaffärer så menar även författarna att sportjournalistikens bevakningar breddats över åren. För tio år sedan var sportjournalistik ett relativt outforskat område, men som genom ökad

status och kommersiell betydelse också lett till mer forskning inom det området. Studier som exempelvis behandlat sportjournalistikens utveckling, skildringar av kön och nationell identitet. Enbom & Carlsson (2015) menar vidare att sportjournalistikforskningen har följt tre teoretiska inriktningar. Nummer ett, representationer i medier och hur identiteter formas genom sportens medialisering. Nummer två, sportjournalistikens betydelse för digitaliseringen av medierna med deltagandekulturer som blivit centrala. Och nummer tre, sportjournalistikens institutionella, politiska och ekonomiska faktorer i och med kommersialiseringen inom sport. Vi intresserar oss i denna studie mest för det första området, representation och identitet inom sporten. En populär gren inom området är stereotyper av olika slag, vilket är aktuellt för oss eftersom att e-sportutövare är en relativt specifik grupp av människor, och det är något vi har i åtanke när vi studerar hur de konstrueras av medierna.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med vår uppsats är att ta reda på hur svenska medier framställer e-sport. Vi intresserar oss för skillnader och likheter i hur en e-sporttidning skriver om e-sport och hur en dagstidning gör det. Med den metod vi har valt, kvantitativ innehållsanalys, får vi siffror på precis vilka punkter de skiljer sig åt, i vilken grad samt hur ofta. Poängen med den jämförande studien är att kartlägga dagstidningars och e-sporttidningars rapportering om e-sport och undersöka hur respektive konstruerar e-sport. Vi belyser deras agendor för att tydligare se likheter och skillnader. Att undersöka varje tidning för sig säger inte så mycket om det stora hela, men genom att jämföra dem med varandra blir det lättare att se hur de skiljer sig åt. *Vad* skriver de och *hur* skriver de?

1.3.1 Syftets relevans

Det finns en stor kunskapslucka i vetenskapen av e-sportjournalistik. Den befintliga forskningen i området är praktiskt taget obefintlig. Det vi kommer fram till i denna uppsats hoppas vi ska kunna ligga som grund till – och inspirera till – fortsatt forskning i ämnet. Det vi tar reda på och de siffror vi får fram kommer aldrig att bli inaktuella eftersom att de alltid kommer att kunna berätta hur rapporteringen av e-sport i svenska tidningar såg ut 2016, när man än läser uppsatsen.

Vi tror att forskning inom ämnet e-sportjournalistik kommer att bli av högre värde i framtiden eftersom att e-sporten är en mycket snabbt växande industri. Sedan tidigt

1990-tal har antalet globala e-sportevent ökat markant. Från 2000 till 2012 har antalet event gått från 10 till 696 inom flera olika tv- och datorspel (Hiltscher, 2015). Tv-kanaler som bland annat SVT har börjat sända från Dreamhack, i Sydkorea är e-sportsändningar på tv en normalitet och i Tyskland finns det en tv-kanal som regelbundet sänder League of Legends-finaler (Hiltscher, 2015). Den första turneringen inom tv- och datorspel ägde rum den 19 oktober 1972 på Stanford University. Universitetets studenter bjöds in till ett så kallat "Intergalactic Spacewar Olympics" där prissumman var en årsprenumerering på The Rolling Stone magazine (Hiltscher, 2015). Snabbspola fram till år 2014 och den totala prissumman internationellt sett hade vuxit till hela 14 miljoner amerikanska dollar (Hiltscher, 2015). Det spekuleras även en del om e-sportens framtid. Exempelvis förutspås E-sport generera 1.1 miljarder dollar år 2018 (Superdataresearch, 2016). 2016 låg siffran på 892.8 miljoner dollar, och än så länge finns det inget som tyder på att e-sportsindustrin kommer att sluta växa. SR rapporterade i början av 2016 att flera gymnasieskolor har startat e-sportutbildningar (Sveriges Radio, 2016), och sedan dess har ännu fler skolor följt deras exempel.

E-sporten är idag inte längre ett privat intresse utan det är något som spiller över ut i verkligheten. Det påverkar idag även politik, industri och utbildning och kan därför definieras som en samhällsfråga, vilket vi kom fram till är vad medierna faktiskt framställer e-sport som.

League of Legends är idag det största spelet inom e-sport och en gång om året spelas Legends World Championship. 2016 låg prissumman för det vinnande laget på 1 miljon dollar och bara under finalens fem spelade matcher hade 43 miljoner personer någon gång följt sändningen. 14,7 miljoner var det största samtida antalet unika tittare. Alltså så många personer som satt och följde sändningen samtidigt. Det första Legends World Championship hölls 2011 och då låg prissumman för det vinnande laget på 50 000 dollar, som kan jämföras med 2016 då det vinnande laget fick 1 miljon dollar. Turneringen hade totalt 1,69 miljoner unika tittare och över 210 000 tittare följde finalerna. (LoLEsports, 2017). Dessa siffror ansågs vara de största dokumenterade antalet tittare i ett e-sportevent någonsin.

CS:GO turneringen Eleague Atlanta sändes på amerikanska tv-kanalen TBS, och bara online hade turneringen 1 717 911 unika samtida tittare (twitter.com/eSportsCharts). Hur många som tittade på turneringen på TV finns ännu inga siffror på.

Eftersom det blir en större och större del av samhället och populärkulturen kommer det ligga i medias intresse att det forskas i ämnet, eftersom att medierna lever i en sorts symbios med samhället. Att det forskas i ämnet är då viktigt för att medier ska kunna orientera sig och ta beslut på stabila grunder. Det kan gälla saker såsom etik, ekonomi, utbildning och rent praktiska saker som exempelvis hur man som journalist kan arbeta med e-sport. Det banar väg för vidare forskning i vårt nygrundande fält, e-sportjournalistik. Skulle e-sporten etablera sig i mainstreamkulturen skulle det ligga i mediernas intresse att skapa gemensamma riktlinjer för hur man skriver och rapporterar om e-sport, vilket vi bidrar till med vår studie.

Man kan se e-sporten som ett nytt samhällsfenomen som är på väg från nisch till mainstream. Vi dokumenterar i vår undersökning hur e-sport framställdes under den andra halvan av 2016 i dagstidningar och e-sporttidningar. Genom vår undersökning vill vi kartlägga hur de svenska medierna framställer och konstruerar ett samhällsfenomen som ännu inte etablerat sig i mainstreamkulturen, vilket e-sporten är en illustration av. Exempelvis har Danska medier relativt frekvent skrivit om sina danska CS:GO-lag, inte minst laget Dignitas som runt årsskiftet köptes upp av fotbollsklubben FC Köpenhamn (FCC) och idag spelar under lagnamnet North. Det är inte en omöjlighet att samma sak kommer att hända i grannlandet Sverige. Eftersom att e-sporten inte är etablerad i den svenska mainstreamkulturen kan vi fortfarande studera samhällsfenomenets tidiga stadie i resan från nisch till mainstream.

McCombs (2004) skriver att dagordningsteorin inte bara påverkar politik, utan även vilka yrken som är eftersträvarvärda, olika trender med mer. Mediernas rapportering påverkar många aspekter inom e-sporten. Det kan påverka en individs utövande av sporten, kanske genom att denne begränsar sitt spelande för att det ses som ett slöseri med tid, eller tvärt om att personen uppmuntras till att spela. Det kan också påverka vad människor tycker om de som på något sätt är involverade i e-sport, och i sin förlängning hur utövare, fans och personer som arbetar med e-sport behandlas av samhället.

Idag är e-sport inte erkänt som idrott av Riksidrottsförbundet, RF (Riksidrottsförbundet, 2016). Det råder delade åsikter kring huruvida e-sporten kommer att bli erkänd som idrott i framtiden, men skulle det vara så att e-sport klassas som idrott så skulle det innebära att utövare kan få visum som idrottare vilket skulle innebära att det blir lättare för utövare att besöka länder i samband med event.

E-sportens väg från nisch till mainstream kanske kan bli ett exempel på hur denna resa som ett fenomen ofta gör i samhället ser ut. Genom att dokumentera hur rapporteringen såg ut innan ett relativt nischat fenomen blev en del av populärkulturen kanske man i framtiden kommer kunna se fler och djupare samband i andra fenomen som gör samma resa.

1.3.2 Frågeställningar

Utöver dokumentationen av e-sportens plats i medierna idag har vi formulerat två frågeställningar:

- Hur konstrueras e-sport i svenska tidningar, och vad tycker medierna är viktigt att rapportera om i e-sportvärlden?
- Hur skiljer det sig mellan dagstidningar och dedikerade e-sporttidningar?

2 Tidigare forskning

Den tidigare forskning som vi valt att titta på för att grunda vår forskning på berör ämnen som dokumentation om e-sportvärlden, gestaltning i sportjournalistik samt hur ett fenomen går från nisch en del av populärkulturen. Dessa tidigare studier kommer vi att använda oss av och fortsätta att bygga på i vår uppsats.

Eftersom att e-sport i sig är ett så pass nytt fält finns det ett begränsat antal artiklar om det. Däremot finns det forskning om e-sport och om sportjournalistik, så vi har grävt i båda fälten. Antalet artiklar om e-sport är ännu lågt och infallsvinklarna är många och spridda. Mycket talar för att e-sporten som sport är på uppgång och det innebär att forskning om ämnet sannolikt kommer att bli vanligare. Vad gäller sportjournalistik menar Enbom och Carlsson (2015) att genren på senare tid har fått högre status inom

akademien än den har haft förut och att forskningen delvis av den anledningen har ökat. Här finns tillräckligt med forskning som vi kan luta oss på i vår studie.

Specifikt är det området för mediernas position i sportvärlden som vi bygger på. Vi vet av tidigare forskning att sportavdelningen idag har relativt hög status och att forskning är av intresse. Vi tar med denna studie reda på hur pressen speglar e-sport och i sin förlängning vilken position journalisterna intar i e-sports scenen.

Eftersom vi har valt att placera e-sportjournalistik delvis under sportjournalistiken betyder det att vi arbetar inom ett fält där det fortfarande finns utforskade områden. Antalet artiklar inom genren sportjournalistik är på stadig uppgång och vi hoppas att kunna bidra med en grund inom e-sportjournalistik som subgenre för att området sedan kan fortsätta utforskas av andra forskare, vilket vi bedömer är sannolikt på grund av e-sportens hastiga expansion.

2.1 Esports yearbook 2013/2014

Vi hittade lite olika artiklar som vi anser är relevanta för vår undersökning. Vi gjorde lite olika typer av sökningar i databaserna OneSearch, Communication Abstracts, Google Scholar, Academia och International Communication Association. Vi sökte på fraser som sportjournalistik, e-sportjournalistik, sport, e-sport, sportjournalistik framing och sportevent. Exempelvis gav sökning "Esports" i databasen Academia runt 40 träffar. Däribland hittade vi boken "Esports yearbook 2013/2014". Boken publicerades 2015 av Julia Hiltcher and Tobias M. Scholz. Den var värdefull för oss eftersom den var som en encyklopedi med mängder av olika artiklar om e-sport. Den gav oss bland annat insikt i e-sportens historia, dess plats i samhället, marknadsföring inom e-sport och e-sportens framtid. Samtidigt som den gav oss en stark och bred bas för oss att stå på genom vår undersökning så gav den oss också en inblick i vad som redan undersökts inom detta nya fält. Artikeln "A Short History of eSports" av Julia Hiltcher, i "Esports yearbook 2013/2014", var särskilt relevant för vårt ämne. I artikeln lyfter Julia Hiltcher, som tidigare nämnt, bland annat hur e-sporten vuxit sedan tidigt 90-tal, att antalet globala e-sportevent mellan åren 2000 till 2012 gått från 10 till 696 i olika e-sporter, att SVT har börjat sända från Dreamhack, att i Sydkorea är e-sport på tv vanligt, och att det i Tyskland finns en tv-kanal som ofta sänder League of Legends-finaler.

Boken är vår primära källa för statistik och e-sportens historia, och den hjälpte oss att sätta e-sporten i både en forsknings- och samhällskontext. Vår studie bygger på den statistik som presenteras i boken, och vi tillför ny statistik genom denna studie.

2.2 Spiraling into or out of stereotypes?

En studie utförd av James Angelini, Paul MacArthur och Andrew Billings (2013) visar hur olika sporter kan framställas olika. Studien undersöker med en innehållsanalys hur konståkning, med fokus på atleterna, framställs annorlunda av kommentatorer, reportrar och analytiker än atleter från andra sporter i vinter-OS 2010. Att e-sport, som på senare tid mer och mer klassas som sport, inte behandlas likadant som konventionella sporter är alltså inte svårt att föreställa sig, speciellt med tanke på sportens ofysiska natur, som särskiljer den.

Studien inspirerade oss att titta på hur olika sporter behandlas olika, speciellt sporter som inte är särskilt fysiska i sin natur, vilket är typiskt för e-sporten. Vår studie lyfter ännu ett exempel på hur denna observation återfinns i empiri.

2.3 "Det han gjorde sedan har ingen någonsin upplevt"

Troff och Öhrlin (2015) visar hur en lokaltidning framställer ett lokalt fotbollslag. Med en kvalitativ innehållsanalys undersökte de hur tidningen konstruerade fotbollslaget. De kom fram till att sportjournalistik ofta har en märkbart partisk ton och att objektiv rapportering är ovanlig, samt att ställningstaganden och budskap ligger i sportjournalistikens natur. När vi undersöker hur e-sport framställs (varav "som en sport" är ett alternativ) kan detta vara ett sorts kriterium för att rapporteringen ska klassas som sportjournalistik.

2.4 More Than a Game

I databasen Sage Journals sökte vi på "sports framing" och fick fram över 5000 resultat. "More Than a Game: Sports Media Framing Effects on Attitudes, Intentions, and Enjoyment" var ett av de första resultaten vi hittade. Det är en artikel skriven av Nicky Lewis and Andrew J. Weaver, vid Indiana University, som är publicerad i journalen "Communication & Sport" från sommaren 2015. De skriver att sportjournalistiken har

gått från att fokusera på resultat och statistik till att bli en hybrid mellan sport och underhållning. Det har blivit populärare att skriva om vad spelarna gör på och utanför planen på grund av deras kändis-status. Tack vare sociala medier har läsare och journalister mer tillgång till information om spelarna än tidigare. Det har skett en sorts narrativ förändring inom sportjournalistiken där mer fokus läggs på spelarnas personlighet än deras prestationer, men trots det är resultat och spelarprestationer fortfarande en viktig del för journalistiska texter inom sport. Lewis och Weaver (2015) undersökte hur mer karaktärsfokuserad sportjournalistik påverkade människors engagemang att följa och läsa om de olika atleterna i framtiden. De använde en kvantitativ studie där de mätte olika läsares, i åldrarna 17 till 32, engagemang för olika sorters artiklar; resultatorienterade artiklar och karaktärsfokuserade artiklar. De kom fram till att individer reagerar mer positivt på artiklar och berättelser som koncentrerar mer på en spelares karaktär och personliga attribut trots att de är orelaterade till matchresultat och liknande som tidigare varit centralt för sportjournalistik.

Vi använder artikeln som ett verktyg för att undersöka hur medierna framställer e-sport. Vi intresserar oss i studien för vad i e-sporten medierna vill rapportera om och artikeln ger oss möjlighet att se om tidningarna fokuserar på sport, spelare eller händelser samt vad det innebär i ett större sammanhang.

2.5 The social mediascape of transnational Korean pop culture

I databasen Communication Abstracts fick vi upp artikeln "The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice". Det är en artikel skriven av Dal Yong Jin, vid Simon Fraser University i Kanada, och Kyong Yoon University, vid British Columbia Okanagan också i Kanada (2014). Artikeln undersöker hur musikgenren "Korean Wave" blev ett stort fenomen inom den nordamerikanska populärkulturen. De använde sig av kvalitativa intervjuer för att undersöka hur de nordamerikanska konsumenterna av Korean Wave tog del av musiken, med utgångspunkt i sociala medier. Jin och Yoon (2014) skriver att tack vare genrens förankring i sociala medier bidrog det till dess enorma spridning. Trots det hade kulturella och lokala egenskaper hos de nordamerikanska lyssnarna en stor påverkan i hur musiken spreds. Den här undersökningen om Korean Wave kan vara intressant för oss då vi valt att undersöka e-sport som ett nytt fenomen för medierna att rapportera om.

E-sport är även starkt förankrat i sociala medier vilket kan vara intressant att studera när det gäller dess spridning och rapportering.

Artikeln använder vi för att förstå och förklara hur medierna hamnade där de är just nu i förhållande till e-sporten. Mainstreammedier skriver relativt lite om e-sporten i förhållande till hur stort det är. Artikeln ger en förklaring till varför medierna inte har en mer framträdande position, nämligen att sociala medier fyller samma funktion som medierna har haft i andra fall. Vi kan inte vara säkra på att så är fallet, men det är som sagt en möjlig förklaring.

2.6 Online social networks: a survey of a global phenomenon

I databasen OneSearch hittade vi artikeln "Online social networks: a survey of a global phenomenon". Den är skriven av Julia Heidemann och Mathias Klier, vid University of Regensburg i Tyskland, och Florian Probst, vid University of Augsburg i Tyskland (2012). De undersökte bland annat hur sociala medier växte fram och hur de utvecklats över tiden. Heidemann och Probst (2014) skriver att många hemsidor/sociala medier startades upp under slutet av 1990-talet och början av 2000-talet men slog aldrig igenom stort. Vad de däremot gjorde var att lägga grunden för sidor som exempelvis Facebook som skulle komma att slå igenom stort och bli det stora samhällsfenomenet det är idag. Eftersom vi valt att undersöka e-sport, som är ett nytt fenomen, är denna undersökning just intressant för oss då de studerat hur sociala medier växte fram och utvecklades. E-sport har funnits länge precis som de sociala medierna men inte riktigt brutit igenom i populärkulturen förrän nu, samma väg de sociala medierna fick gå. Forskarna skriver att "sociala medier" från början var väldigt nischat och bara de mest intresserade tog del av dessa nystartade sociala medier. Med tiden blev det en större och större del av samhället. Hela processen från nisch till mainstream tog lite mer än 10 år, relativt nära den tid det har tagit för e-sport att gå från något som bara de involverade har ett intresse för, till något som en person som aldrig har spelat ett datorspel vet vad det är i någon mån. Därför är denna undersökning intressant för oss, eftersom att sociala mediers väg in i populärkulturen kan potentiellt lära oss något om hur andra fenomen, i vårt fall e-sport, kommer att utvecklas när den får större och större plats i samhället.

Boken "International sports events" (Shipway, Fyall, 2012) tar upp hur viktiga event är för en sport. Exempelvis kan ett event locka fler personer till sporten, öka känslan av

gemenskap, ge utövare en chans att tävla, samt finansiera framtida event. Li och Jago (2012) skriver om hur besökarna är vitala för sportevent. Det är den huvudsakliga inkomstkällan för de som håller i eventet. Antalet tittare säger mycket om hur stort eventet är, både för hur mycket pengar det rör sig om och vilket intresse det finns för sporten.

3 Teoretisk bakgrund

3.1 Gestaltningsteorin

En vetenskaplig teori som vi använder oss av för att förstå hur e-sport framställs och vad det innebär är gestaltningsteorin. Shehata (2015) skriver att gestaltningsteorin i grund och botten handlar om hur människor förstår sin omvärld med hjälp av kommunikation.

En av de mest citerade förklaringarna på vad gestaltningsteorin innebär lyder:

“To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.” (Entman, 1993, s. 52).

Enligt McCombs (2004) används gestaltningsteorin för att undersöka hur mediers sätt att rapportera om något påverkar samhället. Det kan exempelvis påverka politiska resultat, kulturell utveckling, eller som i vårt fall; sport. Så om medier rapporterar om sport av olika slag så kommer det oundvikligen att påverka samhället. Exakt hur det kommer att påverka samhället är svårt att veta, och det är just därför det finns ett behov av utforskning och dokumentering så att det senare kommer gå att bygga vidare på den forskningen och på så sätt se hur samhället påverkas. Att det kontinuerligt forskas och dokumenteras hur medier arbetar kan alltså vara mycket viktigt, sett ur ett gestaltningsteoretiskt perspektiv, just på grund av att samhället påverkas av rapporteringen.

Gestaltningsteorin är en teori med oräkneliga områden och infallsvinklar, däribland kognitiva, socialkonstruktivistiska och kritiska perspektiv (Shehata 2012). Shehata skriver att människors uppfattning om något kan ändras på grund av sättet det framställs på. En nyhet kan exempelvis framställas i förhållande till *allmän ordning*, vilket ofta resulterar i att läsarna dömer händelsen efter vilken utsträckning händelsen spelar på läsarens värderingar, eller hur den faller i linje med samhällets normer. En kontroversiell händelse kommer alltså att uppfattas som negativ. Om en händelse däremot framställs som en manifestering av *yttrandefrihet* resulterar det i ett varmare mottagande från läsarna. Detta kallas i vetenskapliga termer för sakgestaltning, vilket är en typ av "frame" (Shehata 2012).

Vi använder Shehatas, McCombs och Entmans definitioner av gestaltningsteorin för att kunna definiera vad det är vi ser i våra resultat, vad det innebär och vilka nya frågor som dyker upp som följd. Vidare använder vi teorin för att med viss säkerhet kunna spekulera var e-sporten står idag, vad det innebär för samhället och vad som kommer att hända närmast. Våra frågeställningar utgår båda huvudsakligen från gestaltningsteorin. Vi vill ta reda på hur e-sport framställs och därefter kunna dra slutsatser av vår studie. Många av våra variabler är baserade på gestaltningsteorin. Nyhetsfokus, artikel/notis, bild, intervjuperson och avdelning påverkar alla hur händelsen i nyheten uppfattas av läsaren. Det vanligaste nyhetsfokuset kan påverka vad som dyker upp i läsarens huvud när ämnet diskuteras i en vardaglig konversation. Det vill säga att om tidningar skriver om e-sport enbart i förhållande till könsfördelning inom e-sporten så kommer det att vara könsfördelning som personen tänker på när ämnet e-sport kommer upp. Liknande resonemang ligger som grund i de andra variablerna. Artikel/notis och bild kan påverka hur pass viktig e-sporten uppfattas vara av läsaren. Vilka personer som intervjuas kan ge läsaren en bild av vem den typiska e-sportutövaren, eller vem som än blir intervjuad i sammanhanget, är. Vilken avdelning artikeln publiceras under kan också påverka vad läsaren tycker att e-sport klassas som; sport, lek eller samhällsfråga. Alla handlar om hur något framställs eller uppfattas, vilket är kärnan i gestaltningsteorin.

3.2 Dagordningsteorin

Ytterligare en vetenskaplig teori som vi använder oss av är dagordningsteorin. Den beskriver hur mediernas rapportering kan påverka samhället, vilket är en fokuspunkt för

oss i vår studie, samt vad medierna är mest intresserade av att rapportera om. McQuail (2013) skriver att den ständiga konkurrensen i dagens medielandskap lett till att journalister väljer att fokusera på samma händelser och intervjuar samma profiler inom området. Mångfalden av nyheter minskar därefter samtidigt som vissa nyheter överrapporteras istället. I en studie utförd av Christoffer Söderlund och Elin Öhlund Svensson 2016, två före detta studenter vid Umeå Universitet, undersöktes effekterna av mediernas punktmarkering på Zlatan Ibrahimovic. De kom fram till att när det skrevs artiklar om Zlatan i den franska ligan så började folk även intressera sig för själva ligan. Det kan vi koppla till dagordningsteorin. McCombs (2004) nämner ett citat från den amerikanska komikern Will Rogers, "All I know is just what I read in the newspapers" som på ett ironiskt sätt förklarar dagordningsteorin och hur beroende människor är av medier. Lippmann (2007) skriver att det politiska förhållandet är bortom vår räckvidd och utanför vårt synfält. På Lippmans tid var dagstidningarna den huvudsakliga informationskällan och som McCombs (2004) skriver så har vi en mer utvecklad teknik idag som gör att vi med högre hastighet och allt mer frekvent kan ta del av ny information. Trots ny teknik och nya hjälpmedel anser McCombs (2004) att vi (publiken) får ta del av en andrahands-verklighet som konstruerats av journalister och olika nyhetsmedier.

Shehata (2015) skriver att dagordningsteorin innebär att det som rapporteras av medierna blir intresseområde för publiken (läsarna). Cohen (1963), som var en av de första att formulera dagordningsteorin, skriver att medierna inte alltid är framgångsrika när det gäller att tala om *vad* människor ska tycka, men att de däremot är duktiga på att tala om vad läsarna ska ha åsikter *om*. Som McCombs (2004) skriver så är det de dagliga toppnyheterna som uppdaterar oss varje dag om de viktigaste händelserna runt om i världen, utanför den världen som vi själva får direkt kontakt med. Men genom mediernas vinklingar och dagliga agendor, i form av toppnyheter, så fokuserar nyhetschefer eller liknande vår uppmärksamhet och våra influenser på uppfattningar om vad som är det viktigaste ämnet eller den viktigaste händelsen. Denna förmåga som medierna har att influera medborgares dagliga agenda av information är just det som kallas just för dagordningsteorin.

Enligt McCombs (2004) påverkar dagordningsteorin mer än bara vilka bilder som vi människor får av vår omvärld. Det traditionella förklaringen för dagordningsteorin är

vilket samhällsproblem som är viktigast just nu och hur den prioriteringen förändras. Dagordningsteorin påverkar inte bara politik, utan även vilka yrken som är eftersträvansvärda, trender och liknande.

Vi kan anta att hur mycket det skrivs om en sport påverkar hur pass mycket samhället intresserar sig för den sporten, vilket i sin tur påverkar saker såsom tillväxt och sociala strukturer i samhället. Ett exempel på dagordningsteorins effekt är mobilspelet Pokémon Go som släpptes sommaren 2016 och som 19 dagar fick över 50 miljoner nedladdningar (Engadget, 2016). Vi märkte hur medier och sociala medier gick på högvarv i sin rapportering om spelet, vilket onekligen bidrog till att ännu fler lade märke till spelet och började spela det, precis som McCombs (2004) skriver skulle hända vid rapportering om något. Det är ett bevis på dagordningsteorins betydelse i samhället, och en av anledningarna till varför vi anser att det är viktigt att det forskas ur detta perspektiv inom e-sportjournalistik.

Som Coleman et.al. (2009 s.155) skriver så är maktrelationen mellan medier och läsare inte helt ensidig. Precis som att medierna påverkar vad läsarna pratar om, så kan läsarna påverka vad medierna skriver om. Forskning har dock visat att medierna har mer makt över läsarna än vice versa, men relationen är inte helt ensidig. Det är det som redaktionerna tycker är viktigt att lyfta som lyfts, och det är just vad redaktionerna tycker är viktigt att lyfta som vi är intresserade av. Vad vill medierna sätta på dagordningen?

Vi använder dagordningsteorin i analysdelen när vi analyserar våra resultat. Med den gren av dagordningsteorin som Coleman et.al. (2009) skriver om kan vi se vad redaktionerna tycker är viktigast att skriva om inom området e-sport. Vi får också en tydligare bild av hur viktigt det är att studera på vilka sätt olika medier skriver om något, eftersom att den kunskap som medierna förmedlar formar människorna som konsumerar nyheterna.

3.3 Kommersialisering

Wadbring (2012) skriver att kommersialisering av journalistik handlar om att medierna i högre grad drivs i vinstsyfte istället för allmänhetens bästa. Detta ska bero på större strukturell konkurrens. Fem indikatorer på kommersialisering är ökad mängd

servicematerial, ytlig journalistik, större användning av bilder, fler mjuka nyheter och högre grad av personifiering och privatisering. Enligt Ots (2012) är de ekonomiska frågorna viktiga för alla medieföretag som inte drivs av staten. Ots skriver att kommersialiserandet av medieföretag gett upphov till likriktad journalistik av sämre kvalitet som i slutändan kan vara skadlig för demokratin. Därför kan kommersialisering anses ej vara önskvärt. Samtidigt påpekar andra att kommersiella företag inte per automatik behöver leda till att det produceras sämre innehåll, skriver Ots (2012). De förespråkar istället att marknadsorientering och konkurrens är ett steg mot bättre produkter, bredare utbud och lägre pris för konsumenterna.

Exempelvis så hittade vi i journalen "Journalism Studies" Vol 1 Issue 1 från 2000 en artikel skriven av John Taylor, vid Manchester Metropolitan University i Storbritannien. Den handlar om bildjournalistik och att det finns tre problem med det. Ett av problemen som Taylor (2000) nämner är att journalistiken som yrke har börjat gå mer åt underhållning än ren och skär information. Att nyheter använder bilder endast i syfte för underhållning istället för informera medborgarna så att de kan delta i samhällsdebatten. Som Wadbring (2012) skriver så är en indikation på kommersialisering inom journalistiken ett ökat fokus på bildanvändning i arbetet.

I vår kvantitativa studie vill vi även undersöka bildanvändning i texter som indikator på kommersialisering av medierna och för dokumentation. Hur använder dagstidningar och e-sporttidningar bilder i artiklar om e-sport? Kommersialisering är ett begrepp som vi använder oss av i analysen och diskussionen. I vår analys använder vi Wadbrings (2012) tecken på kommersialisering för att tolka användningen av bilder och intervjuer artiklarna.

4 Metod och material

Vår studie syftar till att jämföra hur e-sport konstrueras i svenska tryckta dagstidningar jämfört med dedikerade e-sporttidningar online. Eftersom vi inte valt att fokusera på hur endast en enskild tidning skriver om e-sport ville vi därför istället, med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys, få en helhetsbild av hur de svenska medierna kollektivt skriver om e-sport. Frågan varför tidningarna skriver som de gör är inte lika intressant

för oss under själva undersökningen, utan vi ville få en bild av hur rapporteringen ser ut. En kvantitativ innehållsanalys är bra att använda när det man vill undersöka går att mäta i siffror (Østbye et al., 2004) och när man vill jämföra artiklar med olika innehåll (Nilsson, 2010).

Vi valde att använda en kvantitativ innehållsanalys för att undersöka hur e-sport framställs och konstrueras. Kvalitativ textanalys hade inte varit tillräckligt representativ för att ge oss en bild av hur medier framställer något. Observation hade varit svårt att genomföra eftersom att e-sportens konstruktion i medierna inte går att observera.

Eliasson (2013) skriver att kvantitativa metoder är bra för att exempelvis fastställa siffror eller förklara förhållanden i större grupper och de har sin fördel i att efterarbetet går fort. Genom att i förväg utforma en struktur för vår kodning kan vi påbörja vår analys så fort som allt vårt material är insamlat och klart. En annan fördel enligt Eliasson är att materialet kan analyseras ett flertal gånger. En misslyckad analys påverkar inte det ursprungliga materialet.

Vi valde att undersöka de senaste 150 artiklarna om e-sport från dagstidningar och sedan de senaste 150 artiklarna från dedikerade e-sporttidningar. 300 artiklar totalt och 150 av respektive tidningsgrupp ger vår studie reliabilitet, då det är ett omfattande material. Det gör att eventuella anomalier får liten effekt på resultatet och statistiken blir representativ för respektive tidningsgrupp. Eftersom att vi har använt oss av en kvantitativ metod ansåg vi att ett brett urval var att föredra. Bredden av antalet nyhetskällor i vår undersökning blev mer representativ för hela fältet jämfört med om vi endast hade studerat texter från en eller två tidningar.

Vi använde oss av e-sporttidningarna Fragbite och Aftonbladet E-sport. Fragbite är den plattformen för e-sportnyheter i Sverige. Aftonbladet E-sport är något mindre än Fragbite men slogs ihop med Sportbladet i oktober 2016. Vi vill klargöra att vi trots detta ser tidningen som en e-sporttidning, och inte som en dagstidning. Detta på grund av att e-sportsredaktionen flyttades till sportbladet, det var inte sportbladet som tog på sig uppdraget att skriva e-sportnyheter. Om det hade funnits e-sporttidningar i tryckt form så hade vi sannolikt valt att studera dessa istället, men i dagsläget finns det bara e-sporttidningar på Internet.

Det finns många saker som skiljer en tryckt tidning från en online-tidning. Häger (2014) skriver att artiklar som publiceras online ofta har bild och ingress. En ingress gör att en sökmotor hittar artikeln lättare, ingress och bild gör att läsare kan ta del av det viktigaste i artikeln utan att läsa hela texten, men kanske främst av allt för att underlätta spridning på sociala medier, som vi tidigare nämnt har en intim relation e-sporten.

Vi valde att ta hjälp av databasen mediearkivet under vår insamling av texter från dagstidningar. Anledningen var att i mediearkivet var artiklar och notiser från flera olika nyhetskällor samlade. Det hade varit praktiskt taget omöjligt att leta reda på 150 e-sportartiklar från alla tidningar i Sverige. Mediearkivet hade alla e-sportartiklar samlade, och de var i tryckt form. Hade onlinetidningar (som hade 150 eller fler e-sportartiklar) funnits i Mediearkivet hade vi sannolikt valt att studera dessa.

Därefter applicerade vi våra variabler på artiklarna för att undersöka hur de olika tidningarna konstruerar e-sport.

4.1 Material

Som Østbye et al. (2004) skriver så är ett grundläggande steg i urvalsprocessen att avgränsa populationen. Vi gjorde ett strategiskt urval för att undvika tablåer, åsiktstexter och liknande. Anledningen var att vi ville undersöka hur nyheter rapporteras, och inte vad någon tycker i en krönika, eller vad som kommer att sändas på TV. Vi vill tillägga att vi bara har räknat intervjuer som tidningarna själva har gjort, och inte pressmeddelanden, intervjuer som tidningen har tagit från en annan tidning och liknande.

4.1.1 Artiklar från e-sporttidningar

Att hitta artiklar om e-sport hos dedikerade e-sporttidningar som Fragbite och Aftonbladet E-sport var väldigt enkelt. Vi ville inte bara undersöka hur svenska dagstidningar skriver om e-sport men även undersöka de eventuella likheterna och skillnaderna i rapportering hos dagstidningar och e-sporttidningar. Därför hämtade vi först, den 30 november, de 75 senaste artiklarna från Fragbite och 75 senaste artiklarna från Aftonbladet E-sport. Vi använde inga sökord på varken Aftonbladet E-sport eller Fragbite, vi gick in på de bägge tidningarna och hämtade hem deras senaste publicerade

artiklar. Det materialet sträckte sig då från 29 november till 6 oktober. Eftersom bägge tidningar är så kallade dedikerade e-sporttidningar, som endast skriver om e-sport, ansåg vi att det mesta av deras senaste publicerade nyhetsartiklar skulle vara relevanta för oss. Vi avgränsade oss till nyhetsartiklar, därför inkluderade vi inte åsiktstexter, reklam för spel och spelutrustning eller exempelvis artiklar om speluppdateringar.

Vad som blev kvar var texter om personer (artiklar om exempelvis spelare eller e-sportprofiler), event (professionella e-sportevent, exempelvis Dreamhack), matcher (fokus på just en specifik match på professionell nivå), makro (samhällsfråga, exempelvis politiska beslut om e-sport), scen-händelser (lagbyten, spelarövergångar på professionell nivå) och övrigt (privata sektorn som lokala LAN och framtidsplaner).

4.1.2 Artiklar från dagstidningar

Sedan den 1 december 2016 hämtade vi i mediearkivet de 150 senaste artiklarna från tryckta svenska dagstidningar (Storstadspress, prioriterad landsortspress, landsortspress och stadsdelspress) om e-sport. Vi använde sökfrasen "e-sport" och fick fram 3 100 träffar som det bara var att gå igenom till vi hade fått ihop 150 artiklar. Materialet sträckte sig från 30 november till 17 september.

4.2 Kodinstruktioner

Vårt kodschema innehöll sju frågor. Dessa är:

1. Vilken tidningsform är det? (Dagstidning eller E-sporttidning)
2. Textens nyhetsfokus? (Person, Event, Match, Macro, Scen-händelse och Övrigt)
3. Är det en Artikel eller en Notis?
4. Innehåller texten bild eller ej?
5. Innehåller texten en Intervju och med vem? (Ingen, Spelare, Expert, Publik, Familj och Övrigt)
6. Finns det mer än en intervju och med vem? (Ingen, Spelare, Expert, Publik, Familj och Övrigt)
7. Vilken avdelning har texten publicerats under? (Generell nyhet, Sport, Kultur och nöje och E-sporttidning)

Dessa variabler hjälpte oss att se vad e-sportartiklar har för innehåll och gav oss material att analysera. De valdes för att de pekade på kritiska moment i rapporteringen

av ett specifikt område. De är grundade i gestaltningsteorin och hjälpte oss att besvara våra frågeställningar. För mer information se Bilaga 1.

4.3 Testkodning

När vi hade samlat in våra 300 artiklar genomförde vi först ett interkodarreliabilitetstest, innan vi påbörjade vår kodning i SPSS, för att se så att vi båda kodade efter samma variabeldefinitioner. Enligt Nilsson (2010) rör ett interkodarreliabilitetstest i vilken mån två eller fler kodare kodar en och samma analysenhet på samma sätt. Om reliabiliteten är för låg på någon variabel kan man antingen koda om materialet, exkludera variablerna helt ur analysen eller modifiera kodschemat. Detta för att i slutändan kunna testa och förlita sig på undersökningens reliabilitet och validitet. Denscombe (2004) skriver att validitet, tillförlitlighet och reliabilitet är begrepp som har en mycket stor tyngd när det gäller samhällsforskning. Det som klassas som tillförlitligt och valid beskrivs som något positivt. Om något är tillförlitligt och äger validitet så är det en bra bit på vägen mot ett vetenskapligt erkännande, enligt Denscombe. Vi använde oss av Cronbachs Alpha, som är en av de mest använda reliabilitetstesterna (Ritter, 2010), efter att vi hade kodat 30 artiklar var i SPSS, och sedan jämförde vi variabel för variabel för att undersöka reliabiliteten.

4.4 Reliabilitet och validitet

Efter att ha genomfört interkodarreliabilitetstestet märkte vi att vi låg mellan 0,7 och 1 enligt Cronbachs Alpha, vilket är ett högt värde. Tack vare att vi fick ett högt värde på testet gav det vår undersökning en hög tillförlitlighet inför den stora kodningsprocessen. Vi fick däremot diskutera hur vi skulle koda intervju-variabeln då vi var lite oense om hur vi skulle kategorisera somliga av intervjupersonerna. Vi valde att lägga till ytterligare ett alternativ inom intervju-variabeln så att intervjuer med så kallade "Casters" (kommentatorer/expertkommentatorer) skulle kategoriseras som "Experter" och inte en "övrig intervju". Efter att vi kommit överens om intervju-variabeln gjorde vi om testet på den variabeln och höjde då värdet upp till 0,79. Efter det började vi koda alla 300 artiklar.

4.5 Metodkritik

Kvantitativ innehållsanalys har kritiserats för att bara studera det manifesta och därmed missa mycket annat, såsom underliggande betydelser, något som kvalitativ innehållsanalys är bättre på. Studier av texter ger oss inte kunskap om hur de mottas, eller påverkar enskilda individer, utan de ger oss bara kunskap om texterna (Østbye et al., 2004). Nilsson (2010) skriver att den kvantitativa innehållsanalysen speciellt under 60- och 70-talet i Sverige kritiserades för att den kunde göra att helhetsperspektivet i forskningen gick förlorat, samt att den bara undersökte ytan av det man forskade i. Nilsson (2010) skriver också att nu på senare tid att detta problem har blivit lite mindre genom att forskare lägger mer tyngd på urvalet och avgränsning. Eliasson (2013) skriver att enskilda variabler kan säga mycket om en undersökning men räcker däremot inte alltid till att besvara en frågeställning fullt. Enligt Eliasson (2013) handlar kvantitativa metoder många gånger om att belysa samband mellan olika variabler. Det hade varit bra att jämföra vår undersökning med exempelvis sport för att placera in det i någon slags kontext, men det är också något som man kanske hade kunnat forska vidare om i framtiden.

En kvantitativ undersökning innebär tyvärr att vi inte kunde peka på exakt hur tidningarna framställer en viss sak. Vi kunde bara se vad det totala antalet tidningar valde att skriva nyheter om, så de specifika fallen och deras innebörd gick förlorade. Dessutom är det svårt att fastställa exakt vad tidningarna helst gör nyheter på, eftersom att vi inte vet det totala antalet händelser som kunde ha blivit nyheter. En kvalitativ studie hade sannolikt gjort det lättare för oss att se hur medierna konstruerar e-sport, men en kvalitativ studie hade däremot inte kunnat visa *vad* tidningarna skriver om i samma utsträckning.

Eftersom e-sport väldigt nyligen etablerat sig i populärkulturen var en kvantitativ studie kanske också ett felaktigt beslut med tanke på e-sportjournalistik också är väldigt nytt. Det finns inte ett jättestort tidsspänn att hämta material från och därför kanske en kvalitativ studie hade varit att föredra som uppstart i detta nya forskningsområde. Kvantitativa studier kanske går att göra fler av om några år när det tydligare går att studera en förändring eller ett större samband då det även finns mycket mer material att ta ut av.

Däremot är den kvantitativa innehållsanalysen bra när man vill analysera ett större material. Metoden syftar enligt Nilsson (2010) mer på det generella än det enskilda. Syftet är ofta att nå kunskap om en hel population, skriver Nilsson (2010). Det innebär att vi med en kvantitativ studie kan studera precis hur medierna skiljer sig i sin rapportering och vilka likheter som finns.

En kvalitativ studie är alltid beroende av hur forskaren tolkar något. En kvantitativ studie däremot är mer objektiv eftersom att alla variabler och resultat finns på papper, tillgängliga och generellt sätt lätt-tolkade för alla som vill undersöka dessa. Det ger en kvantitativ studie högre reliabilitet.

Det faktum att vi samlat in vårt material från flera olika dagstidningar kan vara problematiskt då tidningarna kan ha olika agendor och kan skriva på väldigt olika sätt. Dock är vårt syfte att undersöka hur de svenska dagstidningarna i allmänhet rapporterar om e-sport och inte hur just några enskilda tidningar gör det. Vår studie visar hur "medel-tidningen" rapporterar om e-sport.

4.6 Forskningsetik

God forskningssed är något som inte bara gäller för forskarstuderande och handledare. Enligt Gustafsson, Hermerén och Pettersson (2005) är det något som gäller för alla forskare inom alla forskningsområden. Detta för att motverka vetenskaplig oredlighet. God forskningssed bör på så sätt bidra till forskning av hög kvalitet och gynna goda relationer mellan forskare sinsemellan och allmänheten.

Gustafsson, Hermerén och Pettersson (2005) skriver också att forskningsetiska frågor berör exempelvis *hur* och *vilken* information som ges ut eller hur en eventuell försöksperson påverkas under och efter genomförd undersökning. I vårt fall har vi varken undersökt eller skrivit om någon person. Det är därför inget problem för denna studie.

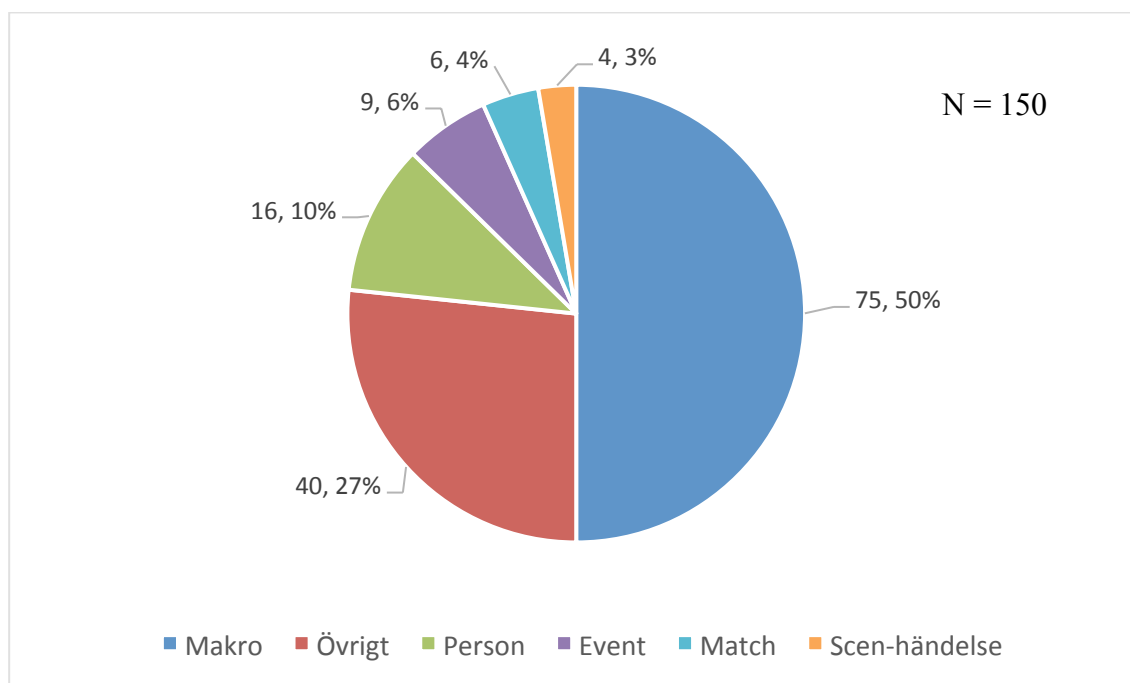
Forskarna har idag en viktig position i samhället eftersom att det är de som ska förse samhället med nya kunskaper. Enligt Gustafsson, Hermerén och Pettersson (2005) har varje forskare ett eget ansvar. Det innebär att forskarna måste vara självständiga och neutrala, och inte vara påverkade av varken yttre eller inre påtryckningar. Om en

forskare fick pengar för att göra en studie så måste det göras klart. Samhället och andra forskare ska kunna förlita sig på att en forskare följer de riktlinjer som finns för god forskningssed. Enligt Gustafsson, Hermerén och Pettersson (2005) kan man sammanfatta kraven som idag ställs forskaren med orden: *ärlighet, öppenhet, ordningsamhet, hänsynsfullhet* och *opartiskhet*. Därför är det viktigt att vi är öppna och tydliga med våra val och tolkningar.

Gustafsson, Hermerén och Pettersson (2005) skriver att datahantering är en viktig punkt i forskningsetik. Insamlad material är inte privat egendom, speciellt inte om forskaren har bedrivit forskningen med hjälp av statliga medel. Materialet som en forskare har använt sig av bör finnas tillgängligt för den som vill undersöka studien. Vi har bestämt oss för att ge dokumentet med länkar till artiklarna som vi använde oss av i vår studie till alla som så önskar.

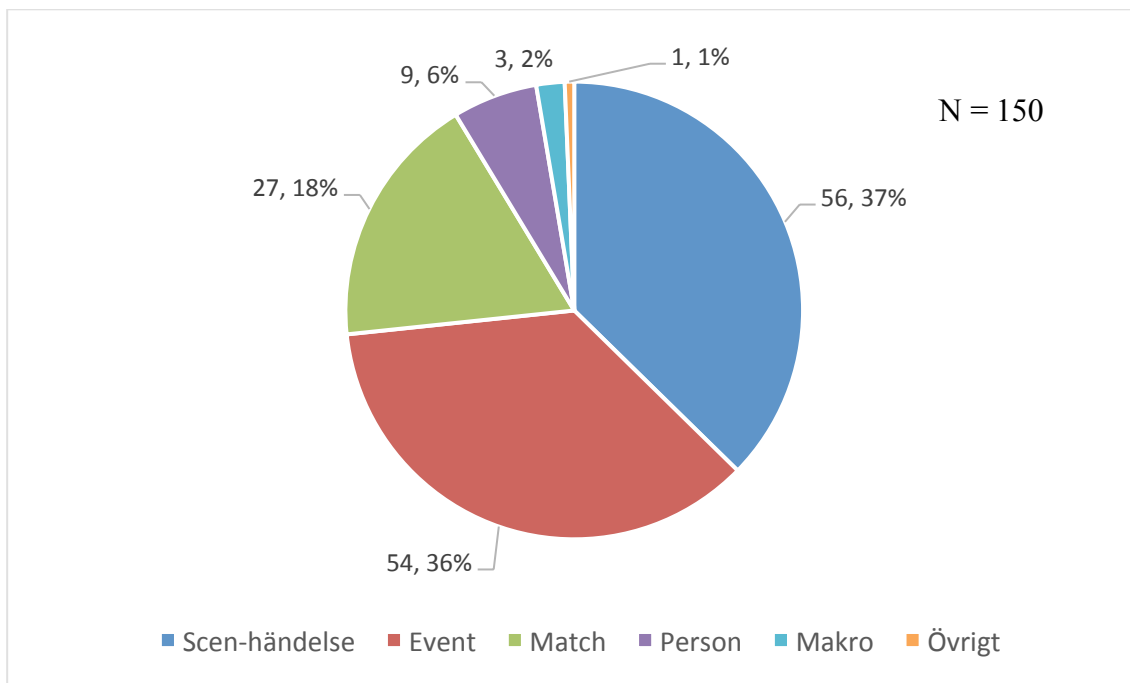
5 Resultat

De två första figurerna är cirkeldiagram över det nyhetsfokus som de två tidningsformerna har när de skriver eller rapporterar om e-sport. När e-sport står på dagstidningarnas agenda handlar exakt hälften av artiklarna (75) om "Makro", ämnen inom e-sport som berör samhället eller kultur på ett eller ett annat sätt. Exempelvis politiska beslut, diskussionen om huruvida e-sport bör klassas som sport eller inte, om e-sport bör bli en del av Riksidrottsförbundet (RF) eller beslut om att införa e-sport i skolor. Dagstidningarna valde alltså att skriva om e-sport utifrån en "Makro"-vinkel hälften av gångerna medan e-sporttidningarna endast gjorde det totalt tre gånger.



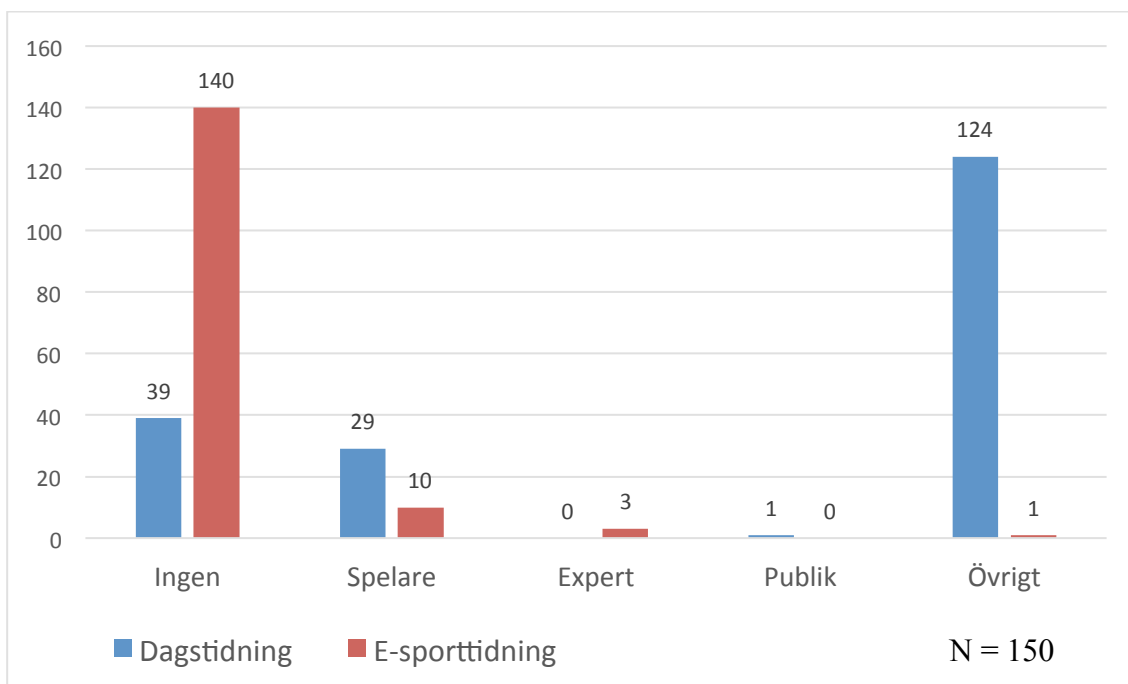
Figur 1. Dagstidningarnas nyhetsfokus.

E-sporttidningarna och dagstidningarna hade ett liknande antal artiklar som fokuserade på en person. Däremot skiljde de sig mycket när det gällde artiklar om event, matcher och scen-händelser. E-sporttidningarna skriver i mycket större utsträckning om e-sportevent och scen-händelser (exempelvis spelartransaktioner, lagändringar etc.).



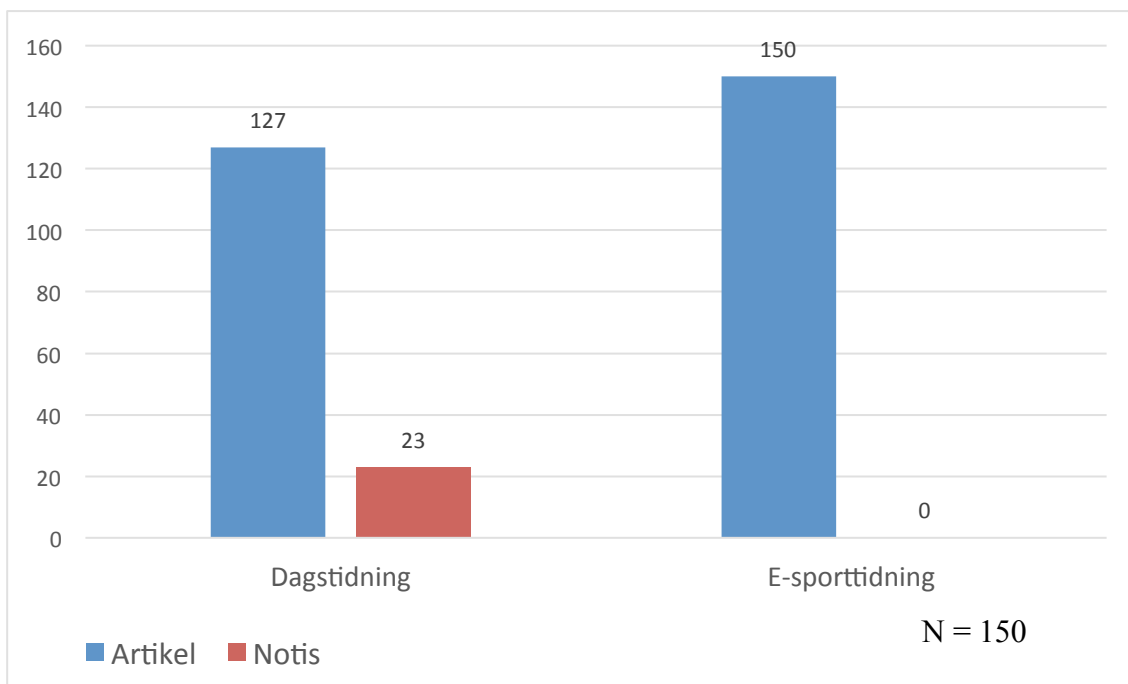
Figur 2. E-sporttidningarnas nyhetsfokus.

Den tredje figuren är ett stapeldiagram över hur ofta tidningarna inkluderade intervjuer samt vem som blir intervjuad. E-sporttidningarna hade 10 artiklar där någon intervjuades, och 140 utan intervju. 10 spelare, 3 experter och en övrig person intervjuades. Dagstidningarna hade 111 artiklar där någon intervjuades och 39 utan intervju. 29 spelare, 1 åskådare och 124 övriga personer intervjuades. "Övrig" är personer såsom politiker, offentliga personer eller liknande.



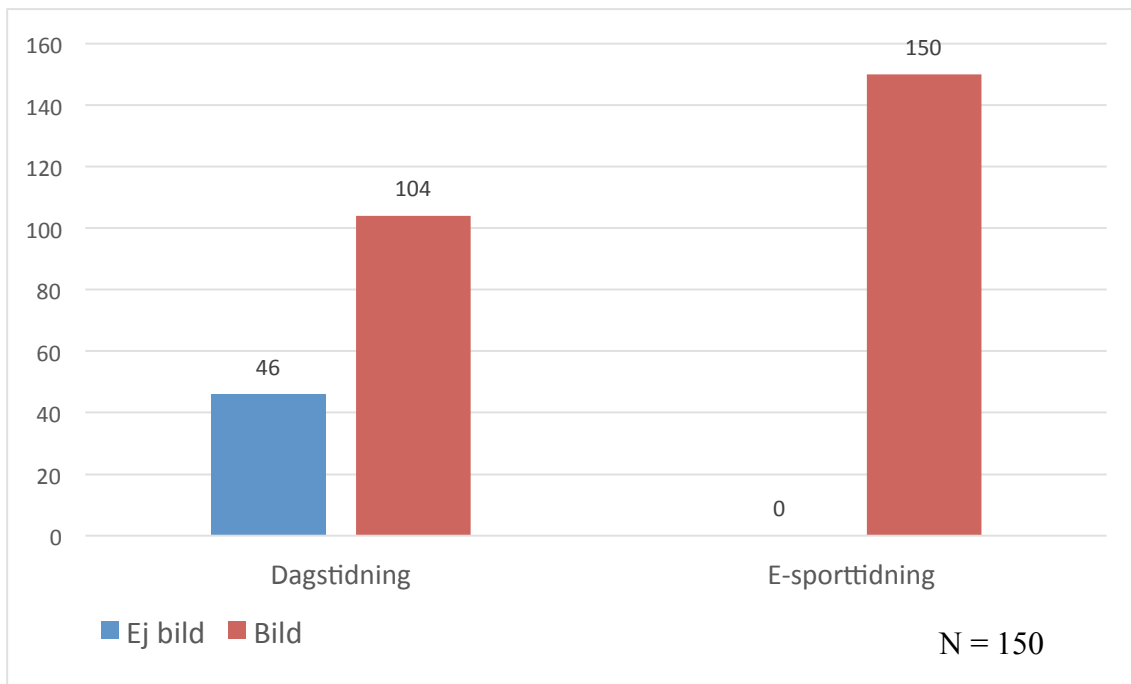
Figur 3. Tidningarnas val av intervjuperson.

Den fjärde figuren är en fraktionsstapel över hur många av texterna som var notiser. Hur ofta skriver de heltäckande artiklar och hur ofta väljer de att skriva kortare notiser. På 150 texter är 100% av dem artiklar hos e-sporttidningarna. Hos dagstidningarna är det 85% artiklar och endast 15% av de 150 texterna är notiser.



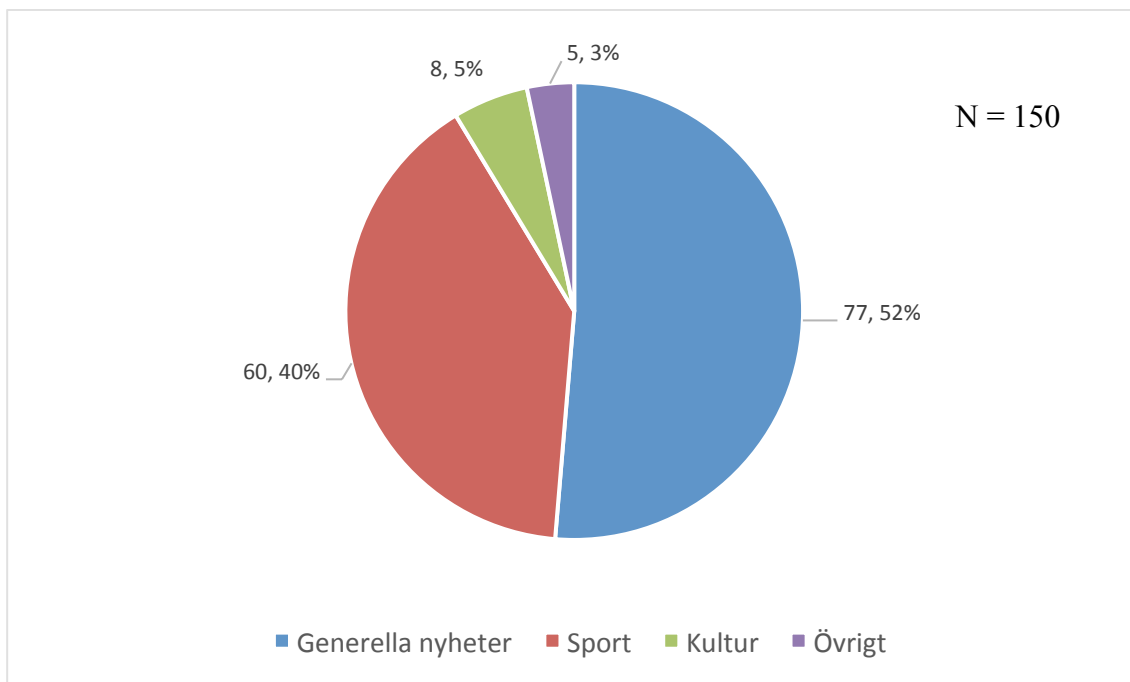
Figur 4. Antal artiklar och notiser i tidningarna.

Den femte figuren är en fraktionsstapel över hur ofta de två tidningsformerna inkluderar en bild i sina artiklar om e-sport. På 150 artiklar från e-sporttidningar har 100% av dem en tillhörande bild, medan dagstidningarna på 150 artiklar endast har en bild på 104 av dem (69%).



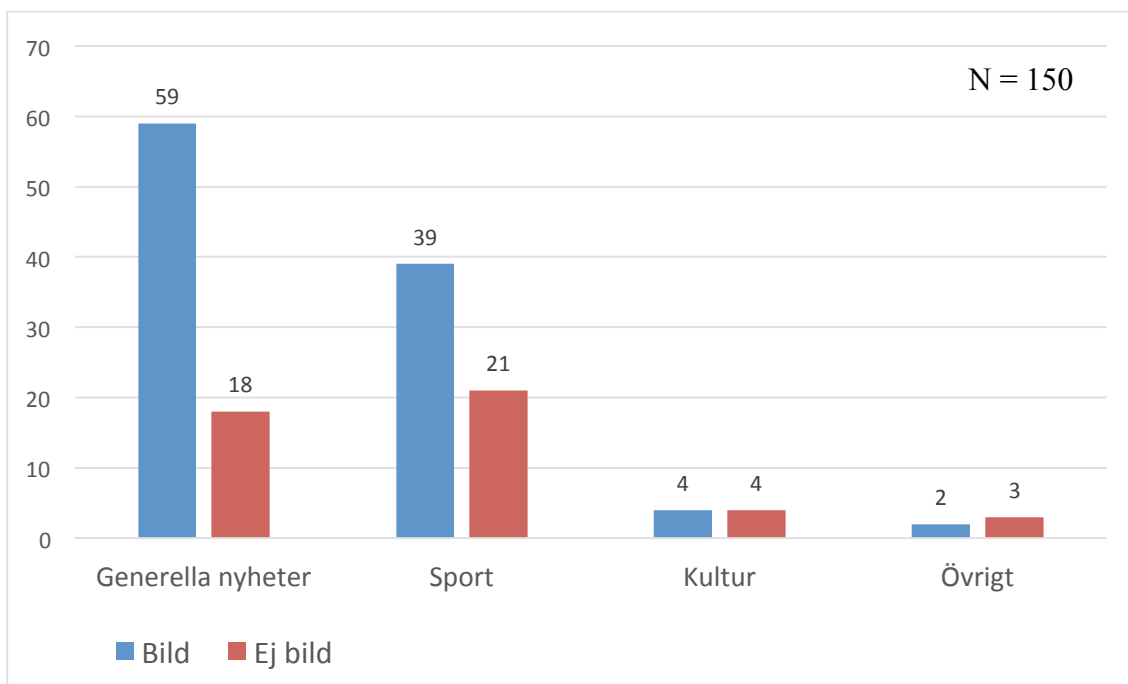
Figur 5. Antal bilder i respektive tidningstyp.

Den sjätte figuren är ett cirkeldiagram över vilken avdelning som dagstidningarna placerade artiklarna inom. Vi valde att inte inkludera e-sporttidningarna i denna figur eftersom att alla deras artiklar placeras inom avdelningen e-sport eller en avdelning inom varje spel. Det var mer intressant för oss att undersöka var och inom vilken kategori dagstidningarna placerar e-sport. Mer än hälften av artiklarna (77 av 150) i dagstidningar placerades under "Generella nyheter". Näst vanligast var att de placerades under "Sport" (60 av 150), följt av "Kultur" (8 av 150), och sist kom "Övrigt" (5 av 150).



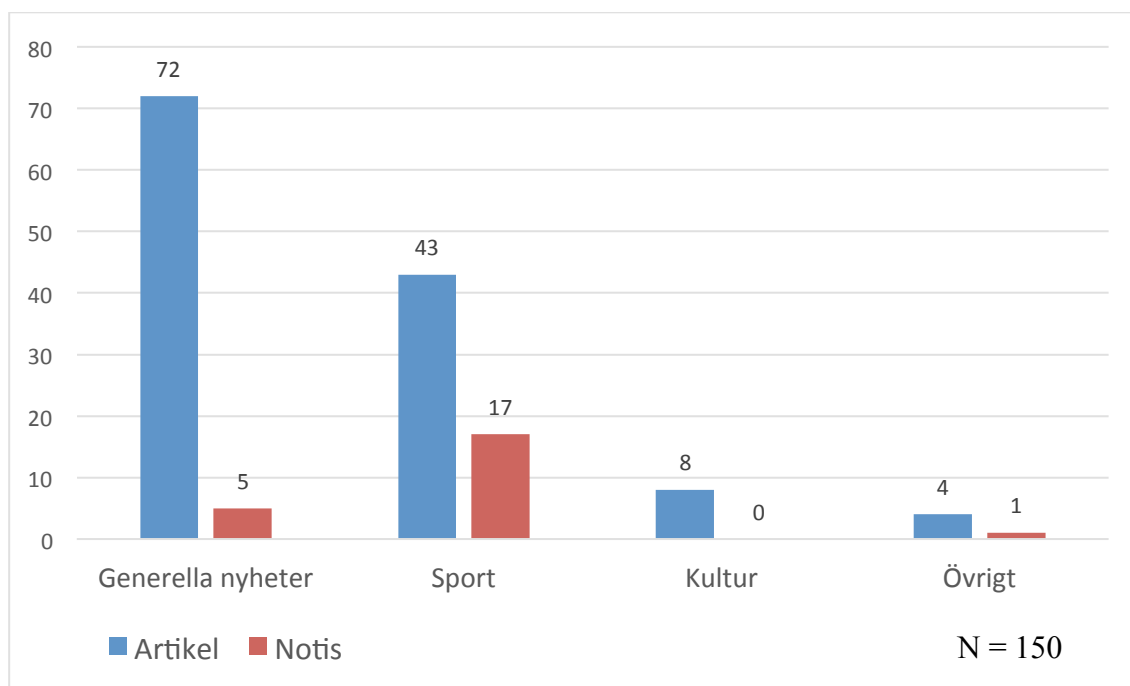
Figur 6. Antal artiklar i respektive avdelning i dagstidningarna.

Den sjunde figuren är en fraktionsstapel över vilka avdelningar inom Dagstidningarna som inkluderade bild. Artiklar under Generella nyheter hade bild 59 gånger och saknade bild 18 gånger. Artiklar under Sport hade bilder 39 gånger och saknade bilder 21 gånger. Artiklar under Kultur hade 4 gånger och saknade bild 4 gånger. Artiklar under Övrigt hade bild 2 gånger och saknade bild 3 gånger.



Figur 7. Antal texter med bild i respektive avdelning i dagstidningar.

Den åttonde figuren är en fraktionsstapel över förhållandet mellan textform och avdelning, endast från dagstidningarna. 77 texter kategoriserades som Generella nyheter varav 72 var artiklar och 5 var notiser. Av 80 sporttexter var 43 artiklar och 17 notiser. Endast 8 texter placerades inom avdelningen Kultur varav alla var artiklar. Utav de 5 texter som placerades i Övriga kategorier så var endast 1 av dem en notis.



Figur 8. Antal artiklar och notiser under respektive avdelning i dagstidningar.

Tabell 1 visar vilket nyhetsfokus varje avdelning hade på sina artiklar.

Avdelningen för Generella nyheter publicerade 34 artiklar (44%) med fokus på Övrigt, 29 (38%) artiklar med fokus på Makro, 7 (9%) artiklar med fokus på Person, 7 (9%) artiklar med fokus på Event och 0 artiklar med fokus på Matcher och Scen-händelser.

Sportavdelningen publicerade 39 (65%) artiklar med fokus på Makro, 8 (13%) artiklar med fokus på Person, 6 (10%) artiklar med fokus på Match, 4 (7%) artiklar med fokus på Scen-händelser, 2 (3%) artiklar med fokus på Event och 1 artikel med fokus på Övrigt.

Kulturavdelningen publicerade 4 (50%) artiklar med fokus på Makro, 3 (38%) artiklar med fokus på Övrigt och 1 (13%) artikel med fokus på Person.

Övriga avdelningar publicerade 3 (60%) artiklar med fokus på Makro och 2 (40%) artiklar med fokus på Övrigt.

Tabell 1. Nyhetsfokus per avdelning

	Generell nyhet	Sport	Kultur	Övrigt
Person	7	8	1	0
Event	7	2	0	0
Match	0	6	0	0
Macro	29	39	4	3
Scen-händelse	0	4	0	0
Övrigt	34	1	3	2

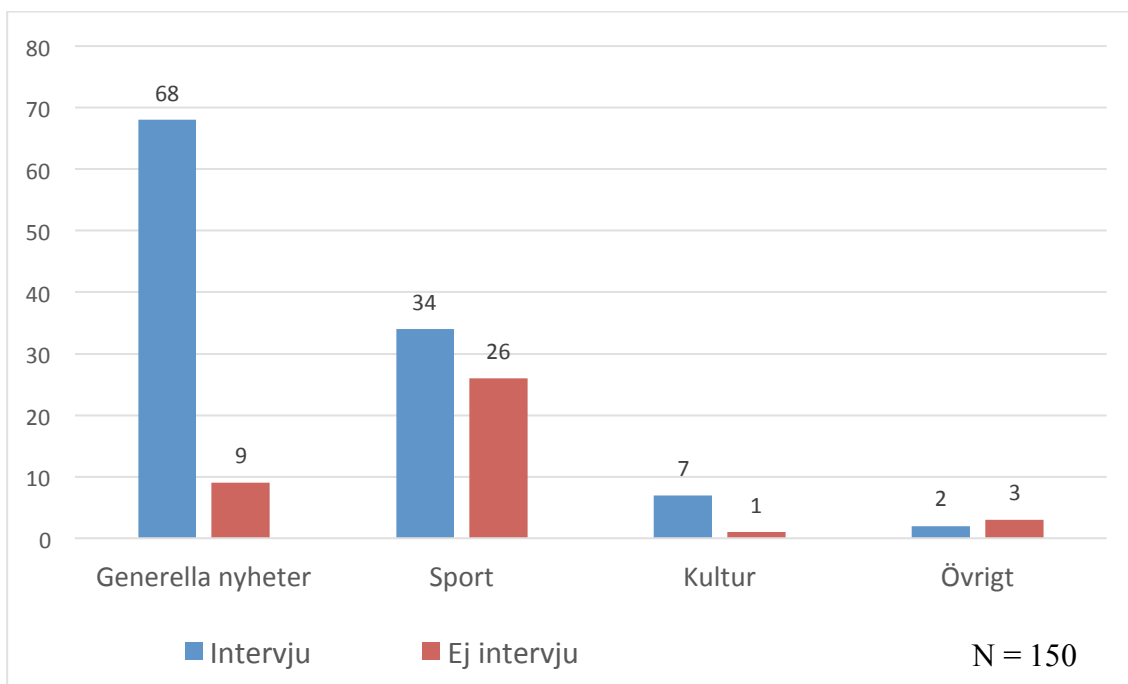
Figur nio är en tabell över vilka avdelningar som innehöll artiklar med tillhörande intervju.

I texter under Generell nyhet hade 68 (88%) minst en intervju och 9 saknade intervju.

I texter under Sport hade 34 (57%) minst en intervju och 26 saknade intervju.

I texter under Kultur hade 7 (88%) minst en intervju och 1 saknade intervju.

I texter under Övrigt hade 2 (40%) minst en intervju och 3 saknade intervju.



Figur 9. Antal texter med och utan intervju under respektive avdelning i dagstidningar.

Den tionde figuren är en fraktionstapel över dagstidningarnas artiklar i förhållande till notiser i olika nyhetsfokus.

På Makro gjordes det 63 artiklar och 12 notiser. (16% notiser på 75 texter)

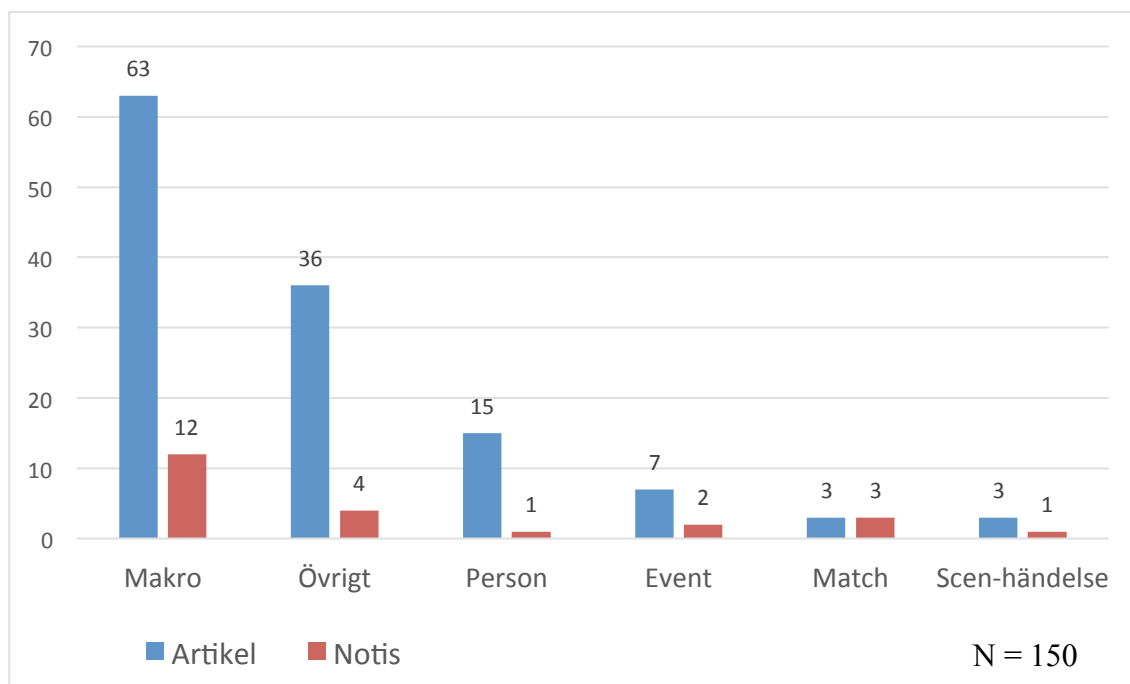
På Övrigt gjordes det 36 artiklar och 4 notiser. (10% notiser på 40 texter)

På Person gjordes det 15 artiklar och 1 notis. (6% notiser på 16 texter)

På Event gjordes det 7 artiklar och 2 notiser. (22% notiser på 9 texter)

På Scen-händelser gjordes det 3 artiklar och 1 notis. (25% notiser på 4 texter)

På Matcher gjordes det 3 artiklar och 3 notiser. (50% notiser på 6 texter)



Figur 10. Antal artiklar och notiser i olika nyhetsfokus i dagstidningar.

5.1 Sammanfattning resultat

Samtliga texter i e-sporttidningar var artiklar och hade tillhörande bild. Endast 10 av de 150 artiklarna hade minst en intervju och Scen-händelse (56 av 150) var det vanligaste nyhetsfokuset, följt av Event (54 av 150). E-sporttidningarna var ointresserade av Makro-nyheter med endast 3 artiklar som berörde samhället. Dagstidningarna hade i kontrast flest Makro-nyheter (75 av 150), följt av Övrigt. Dagstidningarna placerade oftast e-sportartiklar under Generella nyheter (77 av 150), följt av Sport (60 av 150). Slutligen kunde vi se att endast 23 av de 150 dagstidningsartiklarna var notiser.

6 Analys

Figur 1 & 2: Resultatet från figur 1 och 2 bekräftar att dagstidningarna och e-sporttidningarna inte publicerar nyheter om samma händelser, vilket med stor sannolikhet innebär att tidningarna värderar nyheter olika. Som vi tog upp i teoridelen under dagordningsteorin (Coleman et.al., 2009) publicerar tidningarna det som de själva tycker är av värde. När en tidning regelbundet publicerar en viss typ av nyheter innebär det av definitionen att tidningen tycker att den typen av nyheter är av högt värde. Med den premissen visar vår studie att dagstidningar värderar Makro högst och e-sporttidningarna värderar nyheter om scen-händelser högst, även om det inte går att säga med säkerhet eftersom att vi inte vet hur många händelser inom de olika fokusalternativen som ägde rum.

Lewis och Weaver (2013) skriver att det har blivit vanligare att det skrivs om sportens utövare, vilket vi såg i Dagstidningarna, men inte i E-sporttidningarna.

Figur 3: E-sporttidningarna hade mycket få intervjuer. Wadbring (2012) skriver att en vanlig indikation på att en tidning har blivit kommersialiserad i en högre grad är att artiklarna blir ytligare och är billiga att publicera. Att en artikel saknar intervju är i vår mening ett tecken på att inte särskilt mycket har investerats i artikeln, av varken pengar eller arbete. Att det bara fanns intervjuer i 10 av 150 artiklar tyder alltså på att e-sporttidningar är starkt kommersialiserade.

Dagstidningarna intervjuade "Övrig" mycket oftare än någon annan, i hela 124 av 154 fall. Det låter mycket men samtidigt handlade 115 av de 150 artiklarna om Makro eller Övrigt, vilka båda är artiklar där man kan förvänta sig intervjuer från personer som inte faller under några av våra andra typer av intervjuperson. Till skillnad mot e-sporttidningarna så hade dagstidningarna i mycket högre grad intervjuer i sina artiklar. Det kan tyda på att de inte är lika kommersialiserade, då de inte sparar arbete och ekonomi genom att publicera artiklar utan intervju.

Figur 4: 85% av texterna i dagstidningar om e-sport är hela artiklar, vilket ställer frågan: Vad är det som gör att e-sport-notiser är så ovanliga? (Se Diskussion s.40)

E-sporttidningar har alltid en ingress, vilket i vår studie innebär att de klassas som artiklar. Varför e-sporttidningarna är så bestämda att skriva ingresser till alla texter kan vi inte svara på, men som Häger (2014) skriver använder man ofta ingresser online för att det ska vara lättare för sökmotorer att hitta artikeln, underlätta spridning på sociala medier samt för att läsaren ska ha valet att få den viktigaste informationen utan att läsa hela artikeln.

Figur 5: Resultatet från figur 5 tyder på att teorin om kommersialisering (Wadbring, 2012) även berör e-sportjournalistiken. Dagstidningarna har inte alltid med bild, även i större artiklar, och en anledning till det kan vara att de vill spara plats. I en tid då pressens ekonomiska makt minskar måste tidningarna spara pengar, vilket kan innebära ett minskat antal sidor, ett begränsat utrymme, och därmed mindre plats för bilder. Enligt Wadbring (2012) är ett ökat antal bildsatta artiklar ett tecken på kommersialisering. E-sporttidningarna däremot är onlinebaserade och har ingen begränsning vad gäller plats, så de kan alltid ha med en bild. Att e-sporttidningarna alltid har med bilder kan också tyda på hur kommersialisering påverkat journalistiken att använda mer bilder och i utbyte mot text. Fokuset på information har över tid skiftas till underhållning som Taylor (2000) skriver även i e-sporttidningar. Syftet är endast inte längre att bidra medborgarna med information.

Figur 6: Vilken avdelning e-sportnyheter normalt publiceras under fluktuerar kraftigt. Det är därför sannolikt att den som bestämmer vilken avdelning artikeln publiceras under inte tar beslutet automatiskt, eftersom att det sannolikt skulle innebära att det

fanns en konsensus om vilken avdelning e-sportnyheter bör publiceras under. Tvärtom är det sannolikt så att redaktionen gör ett medvetet val när de väljer under vilken avdelning som en e-sportartikel ska publiceras. Frågan varför, eller efter vilka kriterier redaktionen publicerar en artikel under en viss avdelning är intressant. Är det för att de gissar att det är den avdelning som allmänheten vill att artikeln ska ligga under, eller är det tidningen som bestämmer vad artikeln bör klassas som? Hur som helst är det något som berör gestaltningsteorin; hur medierna franställer något. Exakt vad av detta som påverkar tidningarna mest till att publicera artiklarna under dessa spridda avdelningar kan vi genom vår undersökning inte svara på, men vi kan fastställa att det inte råder en konsensus om hur e-sport ska klassas och under vilken avdelningen i tidningen den hör hemma. Det är viktigt att detta område belyses eftersom att tidningarnas sätt att framställa något påverkar samhället, som Coleman et.al. (2009) skriver om dagordningsteorin. I detta fall påverkas människors syn på e-sport, och e-sportens utövare eller de som är intresserade av det kommer sannolikt att behandlas olika av samhället beroende på samhällets allmänna åsikt.

Figur 7: Både Övrigt och Kultur saknade bild fler eller lika många gånger som de hade med bild. Sport hade näst flest bilder per artikel efter Generella nyheter. Som tidigare nämnt hade 104 av Dagstidningarnas 150 texter (69%) tillhörande bild. Att Övrigt och Kultur hade så få bilder kan anses gå emot det Wadbring (2012) skriver om kommersialisering och hur tidningar idag arbetar mer med bilder än förr. I vilken grad bilder ska finnas eller saknas för att det ska anses vara mer eller mindre än normalt är för oss okänt, men det skiljer sig mot antalet bilder per artikel i Sportavdelningen och avdelningen för Generella nyheter.

Figur 8: Det var vanligare att texter i Sportavdelningen blir notiser än i andra avdelningar. Samtidigt var samtliga texter i Kulturdelen artiklar. Det är svårt att avgöra hur detta kommer sig. Man skulle kunna argumentera för att anledningen till att e-sport blir till notiser oftare i Sportdelen beror på kommersialiseringen, men som tidigare nämnt finns det i dagsläget mycket pengar inom sportjournalistiken, och säkerligen inte så mycket sämre ekonomi än Kulturdelen att antalet notiser är så mycket större. Sannolikt beror det på något annat. Likaså är det svårt för oss att veta varför texter i Kulturdelen så sällan är notiser.

Figur 9: I dagstidningar är det bara Sportavdelningen som publicerar artiklar om Matcher och Scen-händelser. Avdelningen för Generella nyheter publicerar flest Event-artiklar. Sportavdelningen skriver lite oftare om Makro än alla andra avdelningar. Generella nyheter skriver nästan helt själva om Övrigt, vilket vi själva såg oftast handlade om e-sport i skolor. Generella nyheter och Sport skrev nästan lika ofta om Person. Det publiceras sällan i Kultur, men när det gör det handlar det om Makro eller Övrigt, och ibland om Person. Generella nyheter handlar aldrig om Scen-händelser, men det gör de inte heller om någon annan sport.

Figur 10: Artiklar som publicerats under Sport har färre intervjuer än både Generell nyhet och Kultur, vilket ligger i linje med tidigare resultat då vi såg att texter från Sport oftare saknade bild och antalet notiser var högt jämfört med andra avdelningar. I allmänhet verkar det som att en e-sportartikel som publiceras under Sportavdelningen löper risk att vattnas ner, antingen på grund av konkurrens om plats, eller som följd av kommersialiseringen, som enligt Wadbring (2012) ofta innebär att nyheter utan bild och intervju ofta är billigare att producera. Vi tittar inte närmare på Övrigt eftersom att antalet artiklar är få och därför inte kan anses vara representativa för verkligheten.

Figur 11: Som tidigare konstaterat skriver dagstidningar överväldigande ofta artiklar om e-sport, jämfört med antalet notiser, hela 85%. På samtliga punkter utom Matcher är antalet notiser mellan 6-25%. Vi tror att om vi hade haft fler texter att analysera så hade förhållandet mellan artikel och notis varit ännu jämnare mellan de olika punkterna.

7 Slutsats och diskussion

7.1 Sammanfattning slutsats

Vi kom fram till att e-sport konstrueras som en samhällsfråga i dagstidningar vilket skiljer sig från e-sporttidningar där e-sport istället konstrueras som en sport. Våra slutsatser är att Dagstidningar anser att samhällsfrågor är viktigast att rapportera om, följt av artiklar om personer. E-sporttidningarna är mest intresserade av sport-aspekten av e-sport, och mindre intresserade av samhällsfrågor som påverkar e-sporten. Vidare kunde vi konstatera att Dagstidningar sällan skriver om e-sport, men när de gör det så

görs det utförligt, vilket är tvärt emot hur e-sporttidningarna gör, då de skriver ofta men ytligt i jämförelse.

7.2 Slutsats

Genom vår kvantitativa undersökning har vi kommit fram till att e-sport i dagstidningar konstrueras som en samhällsfråga eftersom att Makro (berör samhälle eller kultur, exempelvis politiska beslut, diskussionen om e-sport är en sport etc) var det största nyhetsfokuset. De väljer att rapportera om e-sport som en samhällsfråga och dessutom väljer de att kategorisera e-sport som generella nyheter genom att fördela över hälften av alla texter i avdelningen för generella nyheter.

I e-sporttidningarna konstruerades det däremot som en sport i och med att det skrivs mycket om Scen-händelser (lagbyten etcetera), event och matcher vilket vi tidigare lyft som kännetecken och centrala delar och element inom det som klassificeras som en "sport". Det är ett stort fokus på den professionella e-sportvärlden i och med artiklar om stora event, matcher och spelare.

Slutsats 1 är att e-sport konstrueras som en samhällsfråga i dagstidningar vilket skiljer sig från e-sporttidningar där e-sport istället konstrueras som en sport.

Det är svårt att veta exakt hur tidningarnas urval ser ut eftersom att vi bara kan studera det som tidningarna valde att skriva om. Allt som tidningarna valde bort går förlorat, och därför kan vi inte se alla händelser som kunde ha blivit nyheter. Det vi kan göra är att jämföra dagstidningarna mot e-sporttidningarna och se hur de rapporterar olika, och därmed utgå från att "den andra" är normen, och att den vi studerar är den som skiljer sig.

Vi såg att Dagstidningarna i högre grad rapporterade om Makro, och förhållandevis lite om Event, Scen-händelser och Matcher. Dagstidningarna rapporterade ungefär lika mycket om Person som e-sporttidningarna.

Vi såg att E-sporttidningarna prioriterade Scen-händelser, Event och Matcher, och skrev relativt lite om Makro. De skrev ungefär lika mycket om Person som Dagstidningarna.

Slutsats 2 är att Dagstidningar anser att Makro är viktigast att rapportera om, följt av Person. E-sporttidningarna är mest intresserade av sport-aspekten av e-sport, och mindre intresserade av samhällsfrågor som påverkar e-sporten.

I vår undersökning såg vi att Dagstidningar hade många artiklar i förhållande till antalet notiser, men få i förhållande till hur mycket som hände i e-sportvärlden. Majoriteten av artiklarna hade tillhörande bild, 104, samt 111 artiklar där någon blev intervjuad.

E-sporttidningarna gjorde nyheter på fler händelser i e-sportvärlden än dagstidningarna, och samtliga var artiklar. Samtliga artiklar hade tillhörande bild, men det vara bara 10 artiklar där tidningen hade intervjuat någon.

Slutsats 3 är att Dagstidningar sällan skriver om e-sport, men när de gör det så görs det utförligt, vilket är tvärtemot hur e-sporttidningarna gör, då de skriver ofta men ytligt i jämförelse.

7.3 Diskussion

Tidigare i uppsatsen tog vi upp hur människor idag har relativt bra kunskap om vad e-sport är för något. Vad de däremot kanske inte riktigt vet är vilka spel som ingår i e-sport. Vi tycker inte att det är lika relevant att undersöka hur mycket samhället vet om spelen som det är att undersöka vad de vet om e-sport i andra aspekter. Anledningen är att vilka spel som räknas som e-sportspel förändras med tiden. Det kommer nya spel och gamla dör ut. E-sport fungerar som en paraplyterm som inkluderar de spel som spelas mycket just idag. Termen e-sport ser man ofta förklaras i faktarutor i tidningar. När faktarutorna försvinner ur tidningarna anser vi att termen och dess innebörd är förstådd av människorna i samhället. Att det fortfarande finns faktarutor om CS:GO, LoL eller Dota2 har enligt oss ingenting med att göra hur etablerat e-sport är i samhället, just eftersom att vilka spel som är populära förändras över tid. En annan paraplytermen som i sin tur har specifika objekt som behöver förklaras även efter att paraplytermen är förstådd är sociala medier. I början behövdes det en faktaruta om vad sociala medier var för något men idag är den kunskapen en del av allmänbildningen och därmed försvinner faktarutorna om vad det är för något. Däremot finns det fortfarande faktarutor om vad Instagram, Snapchat och liknande är för något. Så tänker vi när vi

avgör hur etablerat något är i samhället; vi tittar på paraplytermen och dess innebörd snarare än de specifika objekten däri.

Man kan fråga sig hur e-sporten som intresseområde för icke-utövare har blivit så stort utan att mainstreammedia har rapporterat om det. En förklaring är att man genom sociala medier och mindre nyhetsoutlets har låtit kommunikationen och rapporteringen frodas. På många sidor som exempelvis hltv.org kan man (och har länge kunnat) kommentera på, och interagera med, nyheter både i en nyhetsfeed och i forum. Det är inte otänkbart att det är den här sortens gemenskap som har lockat många till att intressera sig för e-sporten. Det skulle också förklara varför det är mindre sidor (som bara specialiserar sig på e-sport) som får mest trafik på artiklar om e-sport. Det är en sorts tradition att det är dessa mindre sidor man går till för att ta del av vad som händer i e-sportvärlden, och inte till mainstreammedia. En intressant väg som Aftonbladet valde att gå var att starta en sådan här specialiserad sida; Aftonbladet e-sport, som bara skrev om e-sport. Oktober 2016 slogs Aftonbladet E-sport, som hade blivit en relativt stor nyhetssida inom e-sporten, ihop med Sportbladet. Kanske var det en strategi från Aftonbladet för att locka e-sportfansen till mainstreammedia, men det är inte något vi kan säga med säkerhet.

Det faktum att en så stor andel av artiklarna om e-sport i dagstidningar kan leda till att det första läsare tänker på när de hör ordet e-sport är olika samhällsfrågor betingat till termen, exempelvis huruvida det är en idrott eller ej eller om det ska finnas som tilläggskurs i skolor. Vi lägger ingen värdering i det, men vi lägger märke till att det är en skillnad mot hur andra sporter framställs.

Något som också kan vara värt att nämna är att relativt få i samhället har direktkontakt med e-sport, och medier är deras enda kontakt med sporten. Det lägger än mer ansvar på medier som nu inte kan förlita sig på att allmänheten även får information på annat vis, som kompenserar för när medierna inte når ända fram. Det kan också ses som ett plattformsovertag. Det medier påstår kan ingen bestrida eftersom att dessa medier alltid har större räckvidd. Skulle dessa medier påstå något som enligt utövare eller andra inblandade i e-sporten inte håller med om kan de inte försvara sig i det offentliga rummet. Återigen får medierna mer press på sig att vara korrekta i sitt rapportering. Det hände nyligen något som exemplifierar detta. En kvinnlig spelare gjorde en intervju

med en tv-station som enligt henne klippte upp intervjun på ett sätt som fick henne att framstå som en person som ansåg att kvinnor behandlades illa inom e-sporten, något som hon själv säger inte stämmer. Följden av detta är sannolikt att de som tog del av intervjun och som själva inte har någon erfarenhet av e-sport nu tror att e-sport är sexistiskt och diskriminerande, och ingen inom e-sporten har möjlighet att bestrida detta eftersom att tv-stationen har en mycket större plattform.

Något som vi märkte när vi kodade dagstidningsartiklarna var att många artiklar handlar om utövare som tjänar pengar på e-sporten, men få om hur de faktiskt tjänar pengarna, vilket givetvis är genom att tävla. Intrycket vi fick av artiklarna var att dessa utövare enbart satt hemma och spelade spel, och att någon människa hade bestämt sig för att betala personen för detta. Självklart är det inte så det fungerar i verkligheten. De är idrottare som tävlar, och som ibland även får en fast lön av en organisation som vill att spelaren representerar dem. Denna del av e-sporten såg vi ofta gick förlorad. Varför detta sker kan vi inte med säkerhet konstatera.

Som vi tog upp i teoridelen kan medier påverka publikens syn på något genom sättet nyheten framställs på. Vi skrev där om att något kan framställas i förhållande till *allmän ordning*, vilket ofta resulterar i att läsarna dömer händelsen efter hur den faller i linje med samhällets normer. En kontroversiell händelse uppfattas som negativ. Att skriva om en person som tjänar pengar genom att göra något som ofta anses vara negativt ("sitta inne och spela spel") är inte i allmän ordning, och kan enligt teorin innebära att läsaren uppfattar detta som negativt. Det är också något som journalister borde tänka på när de skriver om den nya sporten, att de omedvetet kan framställa det som något som hotar läsarnas världsbild.

Studien undersöker med en innehållsanalys hur konståkning, med fokus på atleterna, pratas om annorlunda av kommentatorer, reportrar och analytiker än atleter från andra sporter i Vinter-OS 2010. Att e-sport, som på senare tid mer och mer klassas som sport, inte behandlas likadant som konventionella sporter är alltså inte svårt att föreställa sig, speciellt med tanke på sporters ofysiska natur, som särskiljer sporten.

I analysen för Figur 4 märkte vi att det relativt sällan publicerades notiser om e-sport. Vi tror att det kan vara för att e-sport är något som ibland kan vara svårt att förklara, och

det finns inte tillräckligt med plats i en notis för att exempelvis ha med en faktaruta. En notis som ingen förstår innebörden av (för att man inte vet vad e-sport är) är självklart onödig att publicera. Om så är fallet så beror den stora andelen artiklar jämfört med antalet notiser på att e-sport behöver förklaras, vilket innebär att det krävs en artikel för att få med allt. Det är dock endast vår gissning och inte något som kan tas som sanning.

7.4 Förslag till vidare forskning

Med tanke på att vi lägger grunden till e-sportjournalistikens forskningsfält vill vi även föreslå hur man kan gå vidare. Till att börja med har vi märkt, under tiden som vi arbetat på denna C-uppsats, att när det rapporteras om nya fenomen i dagstidningar så är en beskrivande faktaruta ofta förekommande. Vi misstänker att med tiden växer faktarutorna bort då dess behov inom det ämnet upphör, eller information om det ämnet är vedertaget vid den tiden. Tidningarna förutsätter att läsarna nu vet vad det handlar om. Detta gäller alla nyhetsområden. Går det att hitta belägg för att medierna använder sig av faktarutor när det gäller rapportering av nya fenomen och om de försvinner över tid?

Från början ville vi jämföra e-sport med konventionella sporter, men av olika skäl blev vi tvungna att byta fokus. Detta är dock något som man hade kunnat forska vidare om. Exempelvis hur många artiklar skrivs det per tittare om stora event som Super Bowl, Stanley Cup, League of Legends mästerskapen Worlds etc. Skiljer det sig? Och varför i så fall? Ett annat exempel som vi också funderade på var om nyhetsfokuset är annorlunda när medierna rapporterar om e-sport och konventionella sporter? Alltså vad anser medierna är viktigast i sin rapportering av olika sporter? Ytterligare en sak som man skulle kunna undersöka är om det finns några likheter och skillnader mellan hur dedikerade sport-tidningar och e-sporttidningar rapporterar om matcher? Är det resultatet, matchhändelser eller något annat?

När vi hade genomfört vår kvantitativa studie såg vi att e-sporttidningarna hade väldigt få intervjuer. Hur kommer det sig att på 150 artiklar har de endast inkluderat intervjuer i 10 ut av dem? Varför har e-sporttidningar så få intervjuer? Beror det på brist på resurser eller att e-sporttidningarna väljer att rapportera på ett annorlunda sätt och inte följa den traditionella journalistiska strukturen?

Hur väljer e-sportfans sina nyhetskällor? Av egen erfarenhet vet vi att trogna följare av professionell e-sport normalt sett inte använder sig av de traditionella medierna för att få information om de senaste nyheterna i e-sportvärlden. Hur får de då sin information och hur väljer de sina källor? Om dagstidningarna skulle börja täcka e-sport, skulle e-sportfansen börja konsumera mer dagstidningar eller är de trogna sina alternativa nyhetskällor?

Ännu en sak som vi fick reda på genom vår undersökning var att dagstidningarna hade ett stort fokus på Makro och person i sin rapportering. Varför det är så mycket fokus på Makro och Person?

Man kan fråga sig varför det skrivs så lite om e-sport i dagstidningar. League of Legends-turneringen Worlds är idag ett av världens största sportevent sett utifrån tittarsiffror, prispengar och prestige i respektives kretsar, men trots det rapporteras det inte om det i dagstidningar på samma sätt som när exempelvis Stanley Cup äger rum (som i jämförelse har mindre än en fjärdedel så många tittare). Sannolikt beror det som vi konstaterade tidigare på tidningarnas målgrupper. E-sportsintresserade föredrar att få sina nyheter från andra medier. Men exakt hur redaktionerna resonerar kring detta vore intressant att ta reda på.

“Det han gjorde sedan har ingen någonsin upplevt” av Troff och Öhrlin (2015) visar hur sportartiklar ofta är partiska i sitt berättande. När vi kodade artiklarna la vi märke till att artiklarna praktiskt taget aldrig var partiska, utan tvärtom objektiva, både i dagstidningarna och e-sporttidningarna. Hur kommer det sig att tidningarna är opartiska i rapportandet om e-sport men inte om konventionell sport?

Som vi tidigare nämnt kan det vara intressant att om några år undersöka förändringar eller utvecklingar inom e-sportjournalistiken. Har det exempelvis gått från väldigt nischat (endast rapportering om League of Legends exempelvis) till en bredare rapportering av flera spel? Hur kommer det fortsätta att utvecklas?

Vi har gjort en upptäckt som vi tror kan vara grunden till en ny gren inom gestaltningsteorin. Denna gren är inte ännu bevisad eller bekräftad, utan vi grundar den för att andra forskare ska kunna forska i ämnet och bekräfta eller avfärda den. Vi har av

erfarenhet sett två olika sätt som e-sport framställs på och det är detta vi vill tillföra till gestaltningsteorin. E-sport ser vi framställas som antingen en sport eller som ett spel. Det är alltså två sätt medier kan gestalta e-sport på och något som vi vill få bekräftat. Vi har sett tecken på det, men vår studie är inte riktad mot just detta. Något som nyligen hände i CS:GO-scenen som gjorde ringar på vattnet var återkomsten av David Hill, en producent som tidigare har arbetat med e-sport men som misslyckades och drog sig tillbaka från scenen. I början av februari 2017 rapporterades det att han skulle samarbeta med Electronic Sports League (ESL), en tungviktare i e-sportscenen. Journalisten Richard Lewis har uttryckt sitt missnöje över producentens comeback och menar att han inte ser skillnaden på spel och sport när det kommer till e-sport. Detta tillsammans med vår egen erfarenhet av mediers rapportering av e-sport har gett oss inspiration till att skapa en ny gren i gestaltningsteorin; Spel eller sport.

I vårt material valde vi bort åsiktstexter, men det skulle vara intressant att studera vilka åsikter som kommer till ytan i just åsiktstexter så som krönikor, debattinlägg och liknande.

Referenser

Böcker

Cohen, B.C (1963). *The Press and Foreign Policy* [Elektronisk resurs]. Princeton University Press.

Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D., Weaver, D. (2009). Agenda Setting. Ebooks Corporation. I *The handbook of journalism studies* [Elektronisk resurs]. Hoboken: Taylor & Francis. s 147-160.

Denscombe, M. (2004). *Forskningens grundregler: samhällsforskarens handbok i tio punkter*. Lund: Studentlitteratur.

Eliasson, A. (2013). *Kvantitativ metod från början*. (3., uppdaterade uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Enbom, J & Carlsson, E. Sportjournalistik. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.) (2015). *Handbok i journalistikforskning*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur. S 207-220.

Gustafsson, B., Hermerén, G. & Petersson, B. (2005). *Vad är god forskningssed?: synpunkter, riktlinjer och exempel*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Häger, B. (2014). *Reporter: en grundbok i journalistik*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Li, S & Jago, L. (2012). Evaluating economic impacts of international sports events. I Shipway, R. & Fyall, A. (red.). *International sports events: impacts, experiences and identities*. London: Routledge. s 13-26.

Lippman, W. (2007). *Public opinion*. [Sioux Falls]: NuVison.

McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Oxford: Polity.

McQuail, D. (2013). *Journalism & society*. London: SAGE Publications.

Nilsson, Å. Kvantitativ innehållsanalys. I Ekström, M. & Larsson, L. (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur. s 119-147.

Ots, M. Mediernas ekonomiska villkor. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) (2012). *Medierna och demokratin*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur. s 117-138.

Shehata, A. Journalistikens dagordningar och gestaltningar. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.) (2015). *Handbok i journalistikforskning*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur. s 353-368.

Shehata, A. Medierna och makten över publiken. I Nord, L. & Strömbäck, J. (red.) (2012). *Medierna och demokratin*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur. s 317-338.

Shipway, R. & Fyall, A. International sports events: moving toward a future research agenda. (red.) (2012). I Shipway, R. & Fyall, A. *International sports events: impacts, experiences and identities*. London: Routledge. s 1-10.

Strömbäck, J. Journalistikens nyhetsurval och nyhetsvärderingar. I Karlsson, M. & Strömbäck, J. (red.) (2015). *Handbok i journalistikforskning*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur. s 151-166.

Tewksbury, D & Scheufele, D.A. News Framing Theory and Research. I Bryant, J. & Oliver, M.B. (red.) (2009). *Media effects: advances in theory and research*. (3rd ed.) New York: Routledge. s 17-33.

Wadbring, I. (2012). *Journalistikens kommersialisering - mera myt än sanning?: innehållets förändring i svensk dagspress 1960-2010*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för mediestudier (Sim(o)).

Østbye, H. (2004). *Metodbok för medievetenskap*. (1. uppl.) Malmö: Liber ekonomi.

Artiklar

Angelini, J. R., MacArthur, P. J., & Billings, A. C. (2013). Spiraling into or out of stereotypes? NBC's primetime coverage of male figure Skaters at the 2010 Olympic games. *Journal of Language and Social Psychology*, 33(2), s 226–235.

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

Heidemann, J., Klier, M., & Probst, F. (2012). Online social networks: A survey of a global phenomenon. *Computer Networks*, 56(18), s 3866–3878.

Hiltscher, J. A Short History of eSports. (2015). Hiltscher, J & Scholz, T. M. *ESports Yearbook 2013/14*. Norderstedt: Books on Demand, s 9-14.

Jin, D. Y., & Yoon, K. (2014). The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice. *New Media & Society*. s 1277-1292.

Lewis, N., & Weaver, A. J. (2013). More than a game: Sports media framing effects on attitudes, intentions, and enjoyment. *Communication & Sport*, 3(2), s 219–242.

Pase, A.F & Schult, H. 2013, The Year eSports Defined Their Place in Brazil. (2015). Hiltscher, J & Scholz, T. M. *ESports Yearbook 2013/14*. Norderstedt: Books on Demand, s 23-28.

Ritter, N.L. (2010). Understanding a Widely Misunderstood Statistic: Cronbach's α . Texas A&M University.

Söderlund, C & Svensson, E.Ö. (2016). "Ligue 1 och Zlatan Ibrahimović: En kvantitativ och kvalitativ jämförande studie av Sportbladets bevakning av den franska fotbollsligan. Diss. Umeå: Umeå universitet, 2016.

Taylor, J. (2000). Problems in photojournalism: Realism, the nature of news and the humanitarian narrative. *Journalism Studies*, 1(1), s 129–143.

Troff, B & Öhrlin, J. (2015). "Det han gjorde sedan har ingen någonsin upplevt": En studie av framing inom lokal sportjournalistik. Diss. Kalmar: Linnéuniversitet, 2015.

TT. (2016). Grejen är att det är roligt - TT. Sökdatum 20161201, från <https://web-retriever-info-com.proxy.lnu.se/services/archive/displayPDF?documentId=05731920161128f7bb02160bda092149c0319667b7c2bc&serviceId=2>

Länkar

Engadget. (2016) Gaming. Sökdatum 20161210, från

<https://www.engadget.com/2016/08/01/pokemon-go-100-million-downloads/>

http://www.lolesports.com/en_US/articles/2016-league-legends-world-championship-numbers

<http://www.rf.se/>

<https://www.superdataresearch.com/market-data/esports-market-brief/>

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=478&artikel=6372291>

<https://twitter.com/eSportsCharts>

Bilagor

Bilaga 1

1. *Vilken tidningsform är det?*

- Den här variabeln är till för avgöra huruvida artikeln kommer från en dagstidning eller en dedikerad e-sporttidning (Aftonbladet E-sport och Fragbite).
- Dagstidning (1)
- E-sporttidning (2)

i. (**Kodat som:** 1=Dagstidning/2=E-sporttidning)

2. *Vilket nyhetsfokus har artikeln?*

- Den här variabeln avgör vad artikeln handlar om och vad dess huvudfokus är, vilket gör oss en inblick i vilka delar av sporten som tidningen tycker är mest intressant att rapportera om.
- Person (1) (Artiklar om exempelvis spelare eller e-sportprofiler)
- Event (2) (Professionella e-sportevent, exempelvis Dreamhack)
- Match (3) (Fokus på just en specifik match på professionell nivå)
- Macro (4) (Samhällsfråga, exempelvis politiska beslut om e-sport)
- Scen-händelse (5) (Lagsbyten, spelarövergångar på professionell nivå)
- Övrigt (6) (Privata sektorn som lokala LAN och framtidsplaner)

i. (**Kodat som:** 1=Person/2=Event/3=Match/4=Macro/5=Scen-händelse/6=Övrigt)

3. *Storlek på artikeln?*

- Den här variabeln avgör delvis hur mycket plats tidningen ger nyheten genom att skilja på notiser och större artiklar, huvudsakligen genom huruvida artikeln har en ingress eller inte.
- Notis (1) (Saknar ingress)
- Artikel (2) (Har ingress)

i. (**Kodat som:** 1=Notis/2=Artikel)

4. *Finns bild?*

- Den här variabeln tydliggör hur mycket plats som medierna ger den utvalda artikeln genom inludering eller avsaknaden av tillhörande bild.
- Ja (1)

- Nej (2)

i. (Kodat som: 1=Ja/2=Nej)

5. *Vem blir intervjuad?*

- Den här variabeln visar vems åsikt som reportern/tidningen anser är viktigast att lyfta när det gäller artiklar om e-sport. Kan vara plural inom samma grupp.
- Ingen (1)
- Spelare (2)
- Expert (3)
- Publik/Besökare (4)
- Familj (5)
- Övrigt (6)

i. (Kodat som: 1=Ingen/2=Spelare/3=Expert/4=Publik/5=Familj/6=Övrigt)

6. *Finns det mer än intervju och vem blir intervjuad i så fall?*

- Den här variabeln visar om artikeln innehåller mer än en intervju eller inte.
- Ingen (1)
- Spelare (2)
- Expert (3)
- Publik/Besökare (4)
- Familj (5)
- Övrigt (6)

i. (Kodat som: 1=Ingen/2=Spelare/3=Expert/4=Publik/5=Familj/6=Övrigt)

7. *Under vilken avdelning publiceras artikeln?*

- Den här variabeln avgör under vilken del artikeln publiceras. Det är intressant för det visar vilken journalistik genre tidningen anser att e-sport tillhör. Artiklar från e-sporttidningar räknas bort.
- Generell nyhet (1)
- Sport (2)
- Kultur och nöje (3)
- Övrigt (4)
- E-sporttidning (5)

i. (Kodat som: 1=Generell nyhet/2=Sport/3=Kultur och nöje/4=E-sporttidning)