



**JOURNALISTIK, MEDIER
OCH KOMMUNIKATION**

”UPPGIFTERNA OM DET MISSTÄNKTA KNIVDÅDET ÄR ÄNNU OSÄKRA...”

Ett experiment om användandet av journalistiska osäkerhetsmarkörer

Jacob Sohlberg

Bengt Johansson

JMG

”UPPGIFTERNA OM DET MISSTÄNKTA KNIVDÅDET ÄR ÄNNU OSÄKRA...”

Ett experiment om användandet av journalistiska osäkerhetsmarkörer

Jacob Sohlberg

Bengt Johansson

ISSN 1101-4679

2020-03-23

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Göteborgs universitet

www.jmg.gu.se

Förord

I kriser är nyheter hårdvaluta. Behovet av information är nästan oändligt, och kriskommunikatörer och journalister jobbar intensivt med att ta fram och skicka ut information. Men snabbhet och sanning är inte alltid samma sak. I kriser sprids det rykten, halvsanningar och många uppgifter är svåra att verifiera, åtminstone på kort sikt. Snabbheten är viktig och det är lätt att kritisera att uppgifter sprids som inte är tillräckligt kontrollerade, men å andra sidan skulle kritiken vara stenhård mot journalister och kommunikatörer om de höll inne med information som kunde räddat liv. Dilemmat att vara snabb och samtidigt korrekt är centralt i kriskommunikation. I denna rapport har vi med hjälp av flera experiment försökt reda ut om det spelar roll vilka ord journalister använder när nyheter omgärdas av osäker och obekräftad information.

Studien genomfördes i samverkan med SVT. Bakgrunden är den bok som projektgruppen publicerade om terrorattentatet i Stockholm 2017. I boken *"Allt tyder på ett terrordåd" – Stockholmsattentatet i medier och opinion* (Institutet för Mediestudier) handlade ett kapitel om journalistiska osäkerhetsmarkörer, dvs. sådana ord som journalister använder för att signalera att uppgifterna inte är helt säkerställda, men trots allt så viktiga att de bedöms som angelägna att publicera. Resultaten från Stockholmsattentatsstudien visade att publiken har svårt att uppfatta osäkerhetsmarkörer. Ska de fungera måste de vara väldigt tydliga och under kriser verkar det vara ännu svårare att nå fram. Då SVT vid tillfället tänkt att börja använda andra osäkerhetsmarkörer i sin rapportering kring nyhetshändelser kontaktade de forskningsprojektet och initierade samverkan kring en ny studie, vilken ligger till grunden för denna rapport.

Rapporten är genomförd inom ramen för forskningsprojektet *KRISAMS* (Kriskommunikation och samhällsförtroende i det multipublika samhället) som finansieras av MSB (Myndigheten för samhällsskydd och beredskap) och forskningsprojektet *The challenge from terrorism in the Nordic countries* som finansieras av NordForsk. Databasinsamlingen är gjord av LORE (Laboratory of Opinion Research) vid SOM-institutet, Göteborgs universitet under våren 2019.

Vi vill också rikta ett stort tack till Filip Struwe på SVT Nyheter Online för all hjälp med att ta fram filmer som används i experimenten.

Författarna, Göteborg mars 2020

Inledning

Nyhetsorganisationer presenterar vanligtvis bekräftade händelseförlopp, men i vissa sammanhang, ofta i samband med dramatiska händelser, är det inte möjligt för journalister att omedelbart säkerställa tillförlitligheten i de uppgifter som nått nyhetsredaktionen. Om journalister i dessa situationer ändå vill nå ut med nyheten använder de så kallade osäkerhetsmarkörer. Exempelvis används ord som "osäkra" och "obekräftade" för att berätta för allmänheten att saker fortfarande kan förändras i den kommande rapporteringen.

Trots att osäkerhetsmarkörer är vanligt förekommande i nyhetsrapporteringen i samband med så kallade "breaking news" är det inte klarlagt om vanliga nyhetskonsumenter bedömer obekräftad information som mindre tillförlitlig än bekräftad information, vilket de borde. Tidigare forskning visar att människor förvisso drar rätt slutsatser av nyheter omgärdade av osäkerhetsmarkörer, då de bedömer dessa nyheter som något mindre tillförlitliga. Men överlag blir mediepubliken inte särskilt påverkade av dem och osäkerhetsmarkörerna måste dessutom vara väldigt tydliga för att få effekt. Denna begränsade förmåga verkar därtill sättas helt ur spel i samband med allvarliga krissituationer, som exempelvis ett terroråd (Sohlberg, Johansson och Esaiasson, 2018, 2020). Tidigare studier har dock förlitat sig på nyhetstexter och inte tv-nyheter med rörlig bild, något som vi fokuserar på i denna undersökning. I jämförelse med andra typer av kommunikation tenderar den audiovisuella formen att ge starkare effekter (Druckman, 2003).

Journalister förstår innebörden av begrepp som osäker/obekräftad. Men gäller detsamma för vanliga nyhetskonsumenter? Kanske behöver allmänheten ytterligare information om vad osäkerhetsmarkörerna innebär för att faktiskt kunna bedöma vad det betyder för hur tillförlitlig nyhetens faktiskt är. Vi behöver med andra ord öka kunskapen i vilken utsträckning förklaringar av osäkerhetsmarkörer spelar roll, det vill säga om bedömningen av nyheters tillförlitlighet påverkas om nyhetsförmedlare explicit förklarar vad en obekräftad/osäker nyhet innebär. I vår studie definierar vi obekräftade/osäkra nyheter som att de inte bekräftats av officiella källor.

Utöver detta har vi dessutom begränsad kunskap om effekter av olika typer av osäkerhetsmarkörer. Vi vet alltså inte om ord som "osäkra" har starkare eller svagare effekter än "obekräftad". Med tanke på dessa kunskapsluckor är vårt övergripande syfte av studien att förbättra kännedomen om effekter av osäkerhetsmarkörer.

Metod

Experimentell design

Tillsammans med SVT Nyheter Online designade vi ett experiment där vi varierade följande tre aspekter/faktorer: 1) nyhetens osäkerhetsgrad (nyheten har hänt eller har möjligen hänt), 2) förklaring av osäkerhetsmarkören (osäkerhetsmarkören förklaras eller förklaras inte), 3) osäkerhetsmarkörstyp (osäker/säker eller obekräftad/bekräftad). Följaktligen hamnade deltagarna slumpmässigt i en av följande åtta grupper:

1. Bekräftad nyhet utan förklaring av osäkerhetsmarkören
2. Bekräftad nyhet med förklaring av osäkerhetsmarkören
3. Säker nyhet utan förklaring av osäkerhetsmarkören
4. Säker nyhet med förklaring av osäkerhetsmarkören

5. Obekräftad nyhet utan förklaring av osäkerhetsmarkören
6. Obekräftad nyhet med förklaring av osäkerhetsmarkören
7. Osäker nyhet utan förklaring av osäkerhetsmarkören
8. Osäker nyhet med förklaring av osäkerhetsmarkören

Dessa experimentgrupper kan placeras in i nedanstående tabell där de tre experimentella faktorerna tydliggörs.

Tabell 1. Åtta experimentgrupper fördelade över tre experimentella faktorer.

	Har hänt		Har möjligen hänt	
	Bekräftad	Säker	Obekräftad	Osäker
Osäkerhetsmarkören förklaras inte	1	3	5	7
Osäkerhetsmarkören förklaras	2	4	6	8

Det finns flera fördelar med studiens design. En generell fördel med att använda en experimentell metod är den hjälper oss att fastställa orsak och verkan, dvs. om själva ordvalet är det som påverkar tillförlitlighetsbedömningen. En ytterligare fördel är antalet experimentellt varierade faktorer. Tack vare tre experimentellt varierade faktorer kan vi studera effekten av en enskild aspekt vid kontroll för de andra två. Designen kan också hjälpa oss att undersöka om effekten av en faktor beror på en annan faktor, så kallade interaktionseffekter.

För att kunna undersöka konsekvenser av osäkerhetsmarkörer skapades en fiktiv nyhet där deltagarna visserligen var medvetna om att nyheten var påhittad, men ändå uppmanades att försöka uppleva den som om den hade hänt på riktigt. Denna typ av experimentell teknik kallas vinjettexperiment och har bevisad hög validitet, trots att den vid första anblick kan verka konstlad (Hainmueller et al., 2015). I vårt experiment tittade deltagarna på en nyhet om en knivattack på Riksbron nära Riksdagshuset i Stockholm. Medarbetare på SVT Nyheter

Online hade skapat åtta varianter av nyheten enligt ovanstående experimentella design. Exempelvis fick en person som hamnat i grupp 1 (se tabell 1) höra nyhetsuppläsaren berätta att knivattacken hade hänt, att den var bekräftad, men innebörden av ordet bekräftad förklarades inte.

Vårt att notera är att vi i denna studie använde oss av väldigt tydliga osäkerhetsmarkörer, dvs. vi använder ord som "obekräftade" eller "osäkra" och inte mer vaga uttryck som "uppgifter om" eller "uppges ha". Tidigare studier har visat att starkare osäkerhetsmarkörer fungerar i rapporteringen av en dramatisk nyhetshändelse, men när den förekommer i en krissituation (exempelvis ett terrorattentat) verkar människor inte uppfatta osäkerhetsmarkörerna. Svagare osäkerhetsmarkörer verkar nyhetskonsumenter överhuvudtaget inte uppfatta, oavsett om det är kris eller inte (Sohlberg, Johansson och Esaiasson, 2018, 2020). Men i detta experiment väljer vi alltså de tydliga osäkerhetsmarkörerna som heller inte förekommer i en kriskontext, vilket gör att vi förväntar oss att hitta effekter på hur tillförlitligheten bedöms beroende på om det förekommer osäkerhetsmarkörer eller inte.

Bild 1. Bilden är ett skärmlapp från den fiktiva videon.



Undersökningsfrågor

Omedelbart efter att deltagarna tittat på inslaget svarade de på följande tre frågor om nyhetens tillförlitlighet: "Hur tillförlitlig upplever du att nyheten om knivattacken är?", "Hur välbelagd upplever du att nyheten om knivattacken är?" och "Hur övertygande upplever du att nyheten om knivattacken är?" Varje fråga hade fem svarsalternativ, från "inte alls" till "mycket". Vi ställde tre frågor om samma begrepp för att öka reliabiliteten av måttet för att sedan slå samman dessa till ett övergripande mått på hur tillförlitlig nyheten bedömdes vara.

Måttet utgör experimentets utfallsvariabel och går från 0 (inte alls tillförlitlig nyhet) till 1 (mycket tillförlitlig nyhet).¹

Urval

Deltagare till experimentet rekryterades från Medborgarpanelen vid Göteborgs universitet, vilken består av ungefär 60 000 svenskar som regelbundet deltar i undersökningar av den här typen (LORE, 2019). Totalt fick 4 800 av dessa en inbjudan till vår studie. Av de inbjudna påbörjade 2 946 individer studien varav 2 627 personer avslutade den. De inbjudna individerna är representativa för den svenska populationen mellan 18 till 74 år när det kommer till utbildning, ålder och kön.

Resultat

Osäkerhetsmarkörer fungerar

Studien har tre viktiga resultat. För det första visar experimentet att när nyheter presenteras som osäkra/obekräftade, det vill säga när de omgärdas av osäkerhetsmarkörer, framstår de som mindre tillförlitliga än om de presenteras som säkra/bekräftade. Medelvärden på utfallsvariabeln, nyhetens tillförlitlighet, är 0,65 bland dem som tittade på nyheten utan osäkerhetsmarkörer medan det är 0,38 hos dem som tittade på nyheten med osäkerhetsmarkörer. Skillnaden är statistiskt säkerställd. Ett sätt att mäta effektstorlek av experimentella stimuli är Cohens *d*. Enligt detta mått är effekten 1,04, vilket klassificeras som en stor eller mycket stor effekt.

Förklaringar av osäkerhetsmarkörer spelar roll under vissa förutsättningar

Det andra viktiga resultatet är att förklaringar av osäkerhetsmarkörer också påverkar tillförlitligheten av nyheten. När nyhetsuppläsaren i vårt experiment berättar vad det innebär att en nyhet är osäker eller obekräftad – att den inte är bekräftad av officiella källor – sjunker tillförlitligheten. Vi hittar dock ingen motsvarande effekt av att förklara vad en säker/bekräftad nyhet innebär. Effekten av att förklara osäkerhetsmarkörer finns med andra ord enbart bland dem som konsumerat osäkra/obekräftade nyheter.²

Ett annat sätt att beskriva effekten är att det finns en interaktion mellan två variabler där effekten av förklaringen beror på huruvida deltagarna tittat på en nyhet med osäkerhetsmarkörer eller inte. För att underlätta tolkningen av denna effekt visar vi den i figur 1. Bland dem som tittat på en nyhet som var osäker/obekräftad minskar

¹ Cronbachs Alfa för måttet (skalan) är 0,92, vilket indikerar mycket hög reliabilitet.

² Efter experimentet och utfallsvariablerna frågade vi respondenterna om de uppfattat om nyhetsuppläsaren förklarar vad osäkra/obekräftade/säkra/bekräftade nyheter innebär. Huruvida frågan gällde ordet osäkra/obekräftade/säkra/bekräftade berodde på vilken experimentgrupp respondenterna hamnat i. En majoritet (63 procent) av dem som tittat på en nyhet där ordet förklarats svarade korrekt. Bland dem som fått en förklaring svarade 26 procent felaktigt att ordet inte förklarats och 11 procent mindes inte. Av personerna i de experimentgrupper som tittat på en nyhet där ordet inte förklarats angav en majoritet korrekt att det inte förklarats (61 procent). Tjugo procent trodde felaktigt att det förklarats och 19 procent mindes inte. Med andra ord uppfattade de flesta om ordet förklarades, men inte alla.

tillförlitligheten med 0,09 (från 0,43 till 0,33). Minskningen är statistiskt säkerställd. Motsvarande ökning (eller minskning) finns inte bland dem som tittade på en säker/bekräftad nyhet. Figuren har skapats utifrån resultaten i tabell A1 (se appendix) där även kodningar av variabler återfinns.

Figur 1. Nyhetens tillförlitlighet beroende på osäkerhetsmarkör och förklaring av osäkerhetsmarkör



Inga skillnader mellan osäkerhetsmarkörer

Det tredje huvudresultatet är att vi inte hittar belegg för att typen av osäkerhetsmarkörer påverkar allmänhetens bedömning av nyhetens tillförlitlighet. I experimentet varierades orden säker/osäker och bekräftad/obekräftad. Vad vi ser är att en osäker nyhet varken framstår som mer eller mindre tillförlitlig än en obekräftad nyhet. På samma sätt hittar vi inga skillnader mellan att använda orden säker eller bekräftad. Det framstår därmed som irrelevant för nyhetskonsumenter vilka specifika ord man använder för att markera osäkra eller obekräftade nyheter. Osäkerhetsmarkörerna fungerar oavsett vilket ord som används.

Övriga resultat

Vid sidan av huvudresultaten finns även andra resultat som är värda att nämnas. Efter frågorna om nyhetens tillförlitlighet frågade vi om respondenternas beteendeintentioner eftersom vi ville veta vad de planerade att göra givet vad de just sett. Resultaten visar att säkra/bekräftade nyheter gör att människor blir mer benägna att söka efter ytterligare relevant information och sprida den vidare på sociala medier än om de tar del av

osäker/obekräftad information. Dessa resultat presenteras i appendix, tabell A2.³ Det verkar dock inte som att publikationen av osäkra/obekräftade nyheter i grunden påverkar attityder till SVT, en annan utfallsvariabel. Attityden till SVT blir alltså varken mer negativ eller mer positiv beroende på om nyheten SVT nyss presenterat uppgetts vara osäker, obekräftad, osäker eller bekräftad, eller om nyhetsorganisationen förklarat innebörden av orden. Detaljer återfinns i tabell A3.

Slutsatser

Studien av osäkerhetsmarkörer hjälper oss att förstå hur nyhetskonsumenter tolkar nyheter som inte är fullt ut bekräftade. När nyheter innehåller osäkerhetsmarkörer som "obekräftade" eller "osäkra" framstår de som mindre tillförlitliga än bekräftade och säkra nyheter. Överlag verkar människor alltså ta fasta på de osäkerhetsmarkörer som journalister använder. Resultaten visar också att när nyhetsorganisationer förklarar att osäkra/obekräftade nyheter innebär att de inte bekräftats av officiella källor, upplevs nyheterna som än mindre tillförlitliga. Förklaringar av osäkerhetsmarkörer spelar roll, men vi hittar inget belegg för att förklaringar av säkra/bekräftade nyheter ökar dess upplevda tillförlitlighet.

Effekten av att inkludera osäkerhetsord är stor enligt konventionella kriterier för effektstorlekar i experiment, men det är viktigt att notera att tillförlitligheten inte sjunker till noll när dessa används. Även om nyheter beskrivs som osäkra/obekräftade och där det förklaras att officiella källor inte bekräftat dem framstår de som förhållandevis tillförlitliga i allmänhetens ögon. Medelvärdet sjunker enbart till 0,32 på skalan som går från 0 (inte alls tillförlitlig) till 1 (mycket tillförlitlig). Då icke-bekräftade osäkra nyheter ändå framstår som ganska tillförlitliga är slutsatsen att nyhetsorganisationer bör tänka sig för, både en och två gånger, innan de publicerar nyheter där det finns frågetecken om uppgifternas tillförlitlighet.

Vi hittade inga skillnader i effekter beroende på om nyhetsuppläsaren använde osäker eller obekräftad. Dock kan vi inte utesluta att andra osäkerhetsord kan påverka mer eller mindre än dessa. Slutsatserna berör endast dessa två ord. Det är också viktigt att påpeka att icke-signifikanta skillnader inte innebär frånvaron av en effekt, utan endast att den inte kunde hittas. Vi lutar ändå åt att det faktiskt inte finns någon skillnad eftersom experimentet hade tillräckligt många deltagare för att även hitta små effekter och dessutom kunde belägga de andra två huvudresultaten. Om vi inte hittat några effekter hade en möjlig tolkning varit att experimentet inte fungerat, men nu gjorde det uppenbarligen det.

Vi vill också påpeka att designen av experimentet gjordes så att ordvalen osäker/obekräftad och säker/osäker betonades av nyhetsuppläsaren flera gånger. Det var med andra ord ganska tydligt för de som deltog i experimentet att nyhetens tillförlitlighet var central. Lägg därtill att uppmärksamheten hos deltagarna rimligen är större då de deltar i en undersökning än när de tar del av nyheter i vardagen. Dessutom sattes inte experimentet in i en kriskontext, som tidigare studier visat minska förmågan att uppfatta osäkerhetsmarkörer.

³ När det kommer till dessa utfallsvariabler hittar vi ingen effekt av att förklara vad osäkra/obekräftade eller säkra/bekräftade innebär. När innebörden av osäkerhetsmarkörer förklaras blir alltså inte människor mindre benägna att söka och sprida information.

Med dessa förbehåll vill vi ändå betona att osäkerhetsmarkörer verkar fungera, åtminstone om de poängteras och lyfts fram tydligt. Vill nyhetsredaktionerna också vara säkra på att budskapet gått fram om att nyheten kan ha brister i tillförlitlighet ska man inte bara använda osäkerhetsmarkörer, man ska också förklara vad ord som "osäker" eller "obekräftad" faktiskt betyder.

Litteraturlista

Druckman, James N. (2003). "The Power of Television Images: The First Kennedy-Nixon Debate Revisited." *Journal of Politics* 65(2): 559–71. doi:10.1111/1468-2508.t01-1-00015.

Hainmueller, J., Hangartner, D., & Yamamoto, T. (2015). Validating vignette and conjoint survey experiments against real-world behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(8), 2395.

Laboratory of Opinion Research. 2019. "Om LORE". Göteborgs universitet. Åtkomst den 8 oktober, 2019. <https://lore.gu.se/svenska/om>

Sohlberg, J., Johansson, B., & Esaiasson, P. (2018). "Uppgifter om en knivattack" Allmänhetens förståelse av journalistiska osäkerhetsmarkörer under ett terrorattentat. I B. Johansson och L. Truedson (red.), "Allt tyder på ett terrordåd". *Stockholmsattentat i medier och opinion* (s. 99-122). Stockholm: Institutet för Mediestudier.

Sohlberg, J., Johansson, B., & Esaiasson, P. (2020). "Did It Really Happen? How the Public Interprets Journalistic Disclaimers." *Journalism & Mass Communication Quarterly*. doi: 10.1177/1077699020910116

Appendix

Tabell A1. Nyhetens uppskattade tillförlitlighet

	(1)	(2)
Osäkerhetsmarkör	-0.28*** (0.01)	-0.23*** (0.02)
Förklaring av (o)säkerhetsmarkör	-0.05*** (0.01)	-0.00 (0.01)
Osäkerhetsmarkör X Förklaring		-0.09*** (0.02)
(O)bekräftad	0.00 (0.01)	0.00 (0.01)
Konstant	0.68*** (0.01)	0.65*** (0.01)
Antal deltagare	2578	2578
R-squared	0.22	0.23

Kommentar: För variabeln *osäkerhetsmarkör* innebär 1 att deltagaren hamnat i en grupp där nyheten var antingen osäker eller obekräftad, d.v.s. hade en osäkerhetsmarkör, medan 0 innebär att nyheten var säker eller bekräftad, d.v.s. ingen osäkerhetsmarkör. Variabeln *förklaring av (o)säkerhetsmarkör* är kodad 1 om deltagaren fick osäker/obekräftad/säker/bekräftad förklarar medan 0 innebär att ordet inte förklarades. Variabeln *(o)bekräftad* är kodad 1 om deltagaren tittade på en nyhet där antingen ordet obekräftad eller bekräftad användes medan 0 innebär att osäker eller säker användes. Robusta standardfel anges inom parenteserna. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Tabell A2. Informationssökning och spridning på sociala medier

	Informationssökning		Spridning på sociala medier	
	(1)	(2)	(3)	(4)
Osäkerhetsmarkör	-0.10*** (0.01)	-0.08*** (0.02)	-0.04*** (0.01)	-0.04*** (0.01)
Förklaring av (o)säkerhetsmarkör	-0.02 (0.01)	-0.00 (0.02)	-0.01 (0.01)	-0.01 (0.01)
Osäkerhetsmarkör X Förklaring		-0.04 (0.02)		-0.01 (0.02)
(O)bekräftad	-0.00 (0.01)	-0.00 (0.01)	0.01 (0.01)	0.01 (0.01)
Konstant	0.73*** (0.01)	0.73*** (0.01)	0.12*** (0.01)	0.12*** (0.01)
Antal deltagare	2584	2584	2345	2345
R-squared	0.03	0.03	0.01	0.01

Kommentar: Utfallsvariabeln *informationssökning* som används i modell 1 och 2 är skapad av två frågor: "Hur troligt är det att du skulle söka efter mer information om knivattacken?" och "Hur troligt är det att du skulle prata med personer i din närhet om nyheten om knivattacken?". Båda frågorna hade fem svarsalternativ var (från 1 = inte alls troligt till 5 = mycket troligt). Korrelationen mellan frågorna är hög (0,65), varför de slås ihop till ett gemensamt mått, kodat 0 till 1. Högre värden innebär en högre grad av trolig informationssökning. Utfallsvariabeln *spridning på sociala medier* för modell 3 och 4 är skapad från frågan "Hur troligt är det att du skulle sprida nyheten om knivattacken på sociala medier?". Svaren gavs på en femgradig skala från 1 = inte alls troligt till 5 = mycket troligt. Respondenterna kunde även fylla i alternativet "använder inte sociala medier". Analysen exkluderar de 242 respondenter som valde detta alternativ. Högre värden på den omkodade utfallsvariabeln (0 till 1) innebär högre trolighet till spridning på sociala medier. För variabeln *osäkerhetsmarkör* innebär 1 att deltagaren hamnat i en grupp där nyheten var antingen osäker eller obekräftad, d.v.s. hade en osäkerhetsmarkör, medan 0 innebär att nyheten var säker eller bekräftad, d.v.s. ingen osäkerhetsmarkör. Variabeln *förklaring av (o)säkerhetsmarkör* är kodad 1 om deltagaren fick osäker/obekräftad/säker/bekräftad förklarad medan 0 innebär att ordet inte förklarades. Variabeln *(o)bekräftad* är kodad 1 om deltagaren tittade på en nyhet där antingen ordet obekräftad eller bekräftad användes medan 0 innebär att osäker eller säker användes. Robusta standardfel anges inom parenteserna. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tabell A3. Attityder till SVT

	(1)	(2)
Osäkerhetsmarkör	-0.02 (0.01)	-0.03 (0.02)
Förklaring av (o)säkerhetsmarkör	0.00 (0.01)	-0.01 (0.02)
Osäkerhetsmarkör X Förklaring		0.02 (0.02)
(O)bekräftad	0.02 (0.01)	0.02 (0.01)
Konstant	0.66*** (0.01)	0.66*** (0.01)
Observations	2583	2583
R-squared	0.00	0.00

Kommentar: Utfallsvariabeln är *attityder till SVT*, vilken är skapad av följande två frågor: "Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket SVT sköter sitt arbete?" och "Tycker du att avgiften som man betalar för public service är värd priset?" Den första frågan hade fem svarsalternativ ("mycket stort förtroende", "ganska stort förtroende", "varken stort eller litet förtroende", "ganska litet förtroende", och "mycket litet förtroende") och den andra hade fyra alternativ ("mycket värd priset", "ganska väl värd priset", "inte speciellt värd priset" och "inte alls värd priset"). Då korrelationen mellan frågorna är hög (0,75) skapade vi ett gemensamt mått från frågorna, kodat 0 till 1, där högre värden innebär en mer positiv inställning till SVT. För variabeln *osäkerhetsmarkör* innebär 1 att deltagaren hamnat i en grupp där nyheten var antingen osäker eller obekräftad, d.v.s. hade en osäkerhetsmarkör, medan 0 innebär att nyheten var säker eller bekräftad, d.v.s. ingen osäkerhetsmarkör. Variabeln *förklaring av (o)säkerhetsmarkör* är kodad 1 om deltagaren fick osäker/obekräftad/säker/bekräftad förklarat medan 0 innebär att ordet inte förklarades. Variabeln *(o)bekräftad* är kodad 1 om deltagaren tittade på en nyhet där antingen ordet obekräftad eller bekräftad användes medan 0 innebär att osäker eller säker användes. Robusta standardfel anges inom parenteserna. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

PUBLIKATIONER UTGIVNA AV INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION (JMG)

Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) har två publikationsserier:

- **JMG:s bokserie: Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation**

- **JMG:s arbetsrapportserie: Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation**

Redaktörer för JMG:s bokserie och arbetsrapportserie är professorerna Kent Asp och Lennart Weibull. Publikationer i de två serierna säljs genom institutionens försorg. Beställningar kan ske på den talong som finns efter publikationsförteckningen.

Mellan 1991 och 1994 utgavs även en särskild rapportserie. Titlarna i den finns förtecknade separat.

JMG:s bokserie Göteborgsstudier i masskommunikation (1980 – 1990)

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber. 521 sid.

2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm. 350 sid.

3. Lennart Weibull, Karin Björkqvist (1989) *Dagspressen och dess läsare*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International. (slut)

Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation (1990 – (Pris: 200 kr plus moms och porto)

1. Robert Burnett (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. (slut)

2. Roger Wallis (1991) *Internationalisation, Localisation & Integration*. 281 sid.

3. Ronny Severinsson (1994) *Tidningar i konkurrens. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950 - 1985*. 4. Bo Reimer (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Almqvist & Wiksell International. Stockholm. (slut)

5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*.

6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*.

7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies*.

8. Admassu Tassew (1995) *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*.

9. Monika Djerf Pierre (1996) *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961 – 1994*.

10. Tomas Andersson Odén (1996) *Principer på pränt. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

11. Margareta Melin-Higgins (1996) *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

12. Maria Elliot (1997) *Förtorendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

13. Kent Asp, Bengt Johansson och Larsåke Larsson (1997) *Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

14. Carlsson, Ulla (1998) *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

15. Johansson, Bengt (1998) *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

16. Wallin, Ulf (1998) *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

17. Larsson, Larsåke (1998) *Nyheter i samspel. Studier i kommunaljournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

18. Weibull, Lennart och Ingela Wadbring /red/ (1998) *Publik och medier 1996/1997. Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.

19. Lindstedt, Inger (1998) "Till de unga, till dem som ämna bliva tidningsmän". *Handböcker i journalistik*. Göteborgs universitet.

20. Dahlén, Peter (1999) *Från Vasaloppet till Sportextra. Radiosportens etablering och förgrening 1925 – 1995*. Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.

21. Löfgren Nilsson, Monica (1999) *På Bladet, Kuriren och Allehanda. Om ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen*. Göteborgs universitet.

22. Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart /red/ (2000) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*.

23. Andersson Odén, Tomas (2000) *Skaraborgar'n och Spionen. Tidningar i Västra Götaland genom 250 år*.

23. Ghersetti, Marina (2000) *Sensationella berättelser. En studie av nyheter från Angola 1987 och om Prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV*.

JMG:s rapportserie (avslutad 1994)

Rapporter från Avdelningen för masskommunikation

1. Lennart Weibull (1984) *Dagspress och etermedier i Sverige 1979- 1983*. (slut)
 2. Jan Strid och Lennart Weibull (1984) *Läsvanor och Läsintressen. 1979-1983*. (slut)
 3. Ingela Strid och Lennart Weibull (1984) *Annonbladsläsning i Sve- rige*.
 4. Ronny Severinsson (1985) *Publiken möter kabel-TV*. (slut)
 5. Lennart Weibull (1985) *Närradiolyssnandet i Stockholm 1984*. (slut)
 6. Bo Reimer och Lennart Weibull (1985) *Dagspress på arbetsplatsen*.
 7. Informatörer i Sverige: Arbetsmarknad Framtidsutsikter (1986) Utdrag ur utredningen om informationsutbildning i Sverige (UHA- rapport 985:13)
 8. Ingela Strid och Lennart Weibull (1986) *Mediesverige 1986*.
 9. Bo Reimer (1986) *Läsaren och tidningen*.
 10. Rutger Lindahl (1986) *Nyheten om mordet på Olof Palme*.
 11. Monika Djerf (1986) *Funktioner hos kabel-TV*.
 12. Anders Ohlsson (1986) *Att svara eller inte svara - det är frågan*.
 13. Ronny Severinsson (1987) *Den nya medieframtiden - TV via satellit och kabel*.
 14. Ingela Strid och Lennart Weibull (1988) *Mediesverige 1988*.
 15. Ronny Severinsson (1989) *Agerande och utveckling inom dagspressen i Västergötland*.
- Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (avslutad 1994)
1. Emanuelsson, Eva & Karlsson, Kristina (1991) *Informatörer inför 90-talet*. Pris: 90 kronor.
 2. Wallin, Ulf (1991) *Bilden av EG*. Pris: 120 kronor.
 3. Wallin, Ulf (1992) *EG - Hot eller löfte? Argument i dagspress, radio och TV för och emot svenskt EG-medlemskap*. Pris: 100 kronor.
 4. Flodin, Bertil (1993) *Samhällskommunikation under 80-talet. En kunskapsöversikt*. Pris: 150 kronor.
 5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94*. Pris: 200 kronor.
- #### **Arbetsrapporter**
- Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation (1980 — 1990) (Pris: 60 kr + moms och porto)*
1. Lennart Weibull (1984) *Trender i massmedieanvändningen*.
 2. Bo Reimer (1985) *Tidningsläsning i södra Halland*.
 3. Lennart Weibull (1985) *Läsvanor för svensk morgonpress 1979-1984*.
 4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) *Sport i medierna*.

5. Lennart Weibull (1985) *Masskommunikationen i Sverige. Några reflektioner om läget 1985*.
6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) *Internaliserad kultur. Ett forskningsprogram om värden, individer och massmedier*.
7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. A Review Essay*.
8. Bo Reimer (1985) *Values and the Choice of Measurement Technique. The Rating and Ranking of Postmaterialism*.
9. Lennart Weibull (1986) *Press, radio, TV och nya medier i Japan*.
10. *Nyhets spridningen om mordet på statsminister Olof Palme. En sam- manställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning 2-4 mars 1986*.
11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) *Kassettidningsläsning på Gotland*.
12. Lennart Weibull (1986) *Massmediernas framtida utveckling*.
13. Ronny Severinsson (1986) *Tidningsläsning i Södermanland*.
14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986) *Tidningsläs- ning i Kalmar län*.
15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986). *Läsvanor 1986*.
16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren (1986). *Maps of Culture: Macro and Micro*.
17. Maria Elliot (1986). *Allmänhetens syn på massmediernas trovärdig- het*.
18. Lennart Weibull (1986) *Tendenser i svensk dagstidningsläsning*.
19. Bo Reimer (1986) *Social Space and the Structuring of Communica- tion Processes*.
20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) *Actions and Reac- tions - the Nordic Countries in Age of Satellite Broadcasting*.
21. Lennart Weibull (1987) *Massmediernas räckvidd 1985/86*.
22. Ronny Severinsson (1987) *Dagspressutvecklingen i Västergötland*.
23. Keith Roe (1987) *The Swedish Moral Panic over Video 1980-84*.
24. Bo Reimer (1987) *Dagens Nyheter i västra Sverige*.
25. Ann-Marie Hellerström (1987) *Lokal-TV- ett reellt alternativ till satellit-TV*.
26. Ronny Severinsson (1987) *Skarborgspressens innehåll 1950-1985*.
27. Ronny Severinsson (1987) *Tidningsläsning i Essunga, Götene och Vara*.
28. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Gästrikland - presenta- tion av en läsarundersökning*.
29. Bo Reimer (1988) *Reading Postmaterialism*.
30. Lennart Weibull (1988) *Publicistisk sed. Ett forskningsprogram om ett regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik*.

31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) *Läsvanestudien 1986. Huvudresultat och metodjämförelse.*
32. Magnus Anshelm (1988) *Sverige - nu - SOM 86 - en jämförelse av två undersökningar.*
33. Rutger Lindahl och Lennart Weibull (1988) *Palme i amerikanska ögon. En studie av den amerikanska pressens behandling av nyheten om mordet på statsminister Olof Palme 1986.*
34. Magnus Anshelm (1988) *Massmediernas räckvidd 1986/87 - en analys av Mediebarometern.*
35. Ingela Strid (1988) *Svenska folkets intressen 1973-1982. En sekun- därbearbetning av Testologens mätningar av intressen.*
36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) *Mått på mätning - En förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade mått.*
37. Britt Börjesson (1988) *Brott och publicitet. Kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet.*
38. Lennart Weibull (1988) *Rapport från kontaktresa till Uruguay 10-22 april 1988.*
39. Gunilla Jarlbro (1988) *En kvalitativ studie av hur människor upplever tidningsinnehåll.*
40. Monica Löfgren (1988) *Kabel-TV i Göteborg.*
41. Lennart Weibull (1988) *Lokal-TV via kabel. Synen på en ny kanal bland andra medier.*
42. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Värmland. Presentation av en läsaruundersökning från våren 1977.*
43. Keith Roe (1988) *Adolescents' VCR Use: How and Why.*
44. Monika Djerf (1989) *Finns det funktionsdimensioner i mediean- vändningen? En faktoranalys.*
45. Karin Björkqvist (1989) *Det politiska tidningsvalet.*
46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) *Läsvanor och läsintressen.*
47. Monika Djerf (1989) *Massmedier och beslutsfattare: en litteratur- studie.*
48. Britt Börjesson (1989) *Pressens självsanering. Ett regelsystems framväxt.*
49. Magnus Anshelm (1989) *Mediebarometern resultat från 1988/99.*
50. Lennart Weibull (1989) *Rapport från en andra kontaktresa till Uruguay. Om massmedier, utbildning och forskning i social kommuni- kation samt Instituto Comunicacion y Desarrollo.*
52. Monica Löfgren (1989) *Nyhetsidningen 8 sidor - innehåll, sprid- ning och läsning.*
53. Keith Roe (1989) *Notes on the Concept of Aggression and its (Mis) Use in Media Research.*
54. Charlotta Kratz (1989) *Tidningsläsning i Kalmar och på Öland.*
55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989) *City 103 och dess lyssnare - en undersökning om lyssnandet på svenska arbetsgiva- reföreningens närradiostation i Göteborg.*
56. Karin Björkqvist (1990) *Mediebarometern under åttiotalet.*
57. Roger Wallis (1990) *Music, music everywhere, and so much of it the same.*
58. Charlotta Lekvall och Patrik Vult von Steyern (1990) *City 103 och tre livsstilar.*
59. Margareta Melin (1990) *Kommunaktuell - studier av tidningens spridning och abonnenternas läsvanor.*
60. Maria Elliot (1990) *Förtroendet för medierna.*
61. Keith Roe (1990) *Never Has so Much Been Written by so Many about so Few, or, Why Youth Research?*
- Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskom- munikation (1990 -(Pris: 80 kr + moms och porto)**
1. Ronny Severinsson (1990) *Massmedier, allmänhet och flyktingfrågor i Sverige och Sjöbo. En fallstudie på Sjöbo.*
2. Ronny Severinsson (1990) *Tidningsläsning i Nordvästra Skåne.*
3. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne. En presen- tation av en läsaruundersökning.*
4. Bo Reimer (1990) *Kulturdiskussioner - Inlägg i tre eviga debatter.*
5. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i Jönköping. En presentation av en läsaruundersökning.*
6. Charlotta Kratz (1991) *Verklighetsval och kapital. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av stock- holmstidningar utanför Stockholm.*
7. Deanna Huthman (1991) *Dynamisk public relations. En explorativ studie av Public Relations i fyra företag.*
8. Admassu Tassew (1991) *Public service broadcasting concept and prac- tice: a preliminary overview of the ideals and some swedish experience.*
9. Ronny Severinsson (1991) *Tidningsvanor i Gästrikland 1989. Pre- sentation av en läsaruundersökning.*
10. Lennart Weibull (1991) *Publik och medier i samspel. En analys gjord för MedieSverige 1991.*
11. Monica Löfgren (1991) *Massmediernas räckvidd 1979 - 1990.*
12. Lennart Weibull (1991) *Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning.*
13. Charlotta Kratz (1991) *Tidningsläsning i Södra Halland 1990, jämförelser med situationen 1984.*
14. Margareta Melin (1991) *Från kulturteori till journalistkultur. En litteraturöversikt över diskussionerna kring kulturbegreppet.*

15. Charlotta Kratz (1991) *Från icke-läsare till allätare. Fyra läsartyper i Stockholm och i landsorten.*
16. Kent Asp (1992) *Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetspro-gram under 1991 års valrörelse.*
17. Ronny Severinsson (1992) *Med eller utan prenumeration i Eskil- stuna och Katrineholm. Presentation av en läsa rundersökning från hösten 1990.*
18. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Mediebarometern 1979-1991.*
19. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Dagspress och medievanor. En analys av läsvanestudien 1991.*
20. Lennart Weibull och Karl Erik Rosengren (1992) *Swedes' view of the world. A Descriptive Report from the First Two BALTICOM Surveys.*
21. Monica Löfgren Nilsson (1992) *Kvinnligt, manligt, journalistiskt - journalisters syn på nyhetsvärdering.*
22. Monika Djerf-Pierre (1992) *A Toaster With Pictures. The Evolution of American Broadcasting 1921-1991.*
23. Charlotta Kratz (1992) *En fråga om smak. Om stabila och rörliga grupperns kulturella preferenser.*
24. Thomas Östberg (1992) *Sportjournalistik - en analys av fyra dagstid- ningar 1961 - 1991.*
25. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Mediebarometern 1979 - 1992.*
26. Carin Nilsson, Åsa Widgren (1993) *Videotex - massmedium eller ej? En litteraturstudie och begreppsanalys.*
27. Margareta Melin (1993) *Var finns kvinnorna? En analys av manligt och kvinnligt i kurslitteraturen vid Journalisthögskolan i Göteborg.*
28. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Läsvanestudiens mått på läsva- nor. En analys av två mått mått på läsvanor.*
29. Gunilla Jarlbro (1993) *HIV-aktuellt - En läsundersökning.*
30. Monica Löfgren Nilsson (1993) *Klimat och kön - Journalisters bedömningar av arbetsklimatet på nyhetsredaktioner.*
31. Bengt Carlsson, Inger Lindstedt, Lennart Weibull (1993) *Studieresa till amerikanska högskoleutbildningar i journalistik, medier och kommu- nikation - En personlig reserapport.*
32. Håkan Hvitfelt, Lennart Weibull (1993) *Pendeln har svängt - En reserapport från Kina.*
33. Ulf Wallin (1993) *Den franska folkomröstningen - En analys av rap- porteringen om den franska folkomröstningen om Maastrichtfördraget i svensk press, radio och TV samt i övriga nordiska länders press.*
34. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Tidningsläsning i Luleå och Kiruna*
35. Tomas Andersson (1994) *Jönköpings-Posten och Smålandsposten - två småländska tidningsstrategier.*
36. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Mediebarometern 1979 - 1993.*
37. Bengt Johansson (1994) *Att studera massmediernas innehåll. En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation.*
38. Maria Edström, Maria Jacobson (1994) *Massmediernas enfaldiga typer. Kvinnor och män i mediebruset den 17 mars 1994.*
39. Ingela Wadbring, Lennart Weibull (1994) *På konsumenternas sida. En analys av hur konsumentfrågorna speglas i göteborgspresen.*
40. Bo Reimer (1994) *Kulturell identitet och massmedieanvändning på Åland.*
41. Olof Hultén, Carin Nilsson (1994) *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993. Undersökning av sändningstid och programkategorier.*
42. Kent Asp (1994) *Medieval 94'.* Anförande vid Folkrorelsernas Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring medie-kvalitet.
43. Margareta Melin (1995) *Can Women Become Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*
44. Margareta Melin (1995) *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*
45. Ingela Wadbring (1995) *Sista ordet är inte sagt än! - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid journalistutbildningen i Göteborg.*
46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Tidningsläsning i Gästrik- land.*
47. Gunilla Jarlbro (1995) *Barn, ungdom och reklam.*
48. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Mediebarometern 1979 - 1994.*
49. Lennart Weibull (1995) *Journalister om Journalisten. Redovisning av en läsundersökning från hösten 1994.*
50. Kent Asp (1995) *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont. En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.*
51. Monica Löfgren Nilsson (1995). "Pennskaften" *Female Journalists in Sweden.*
52. Gunilla Jarlbro (1995) *Våldsbrott i svensk press. En jämförelse mel- lan åren 1983 och 1993.*
53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist (1995) *Samma röster med nya ansikten. En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmäs- siga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.*
54. Dino Viscovi (1995) *Med Loket mot framtiden. Om unga arbetar- klassmän, invandrare, EU och massmedier.*
55. Ingela Wadbring (1995) *Tidningsläsaren - vem är det? En analys av olika grupperns tidnings- användning.*
56. Marina Ghersetti (1996) *Jakten på den försvinnande publiken. Om besök och besökare på svenska biografer.*
57. Kent Asp (1996) *Sverigebilden i TV-nyheterna. En undersökning av Stockholmsdominansen i Rapport (1986 - 1995) och Nyheterna (1991 - 1995).*
58. Lennart Weibull (1996) *Bio, film och samhälle 1995. En analys av svenskarnas biobesök, filmpreferenser och syn på film och samhälle*
59. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug - en litteraturoversigt ud fra et humanistisk-samfundvidenskabeligt perspektiv.*

60. Ylva Brune (1996) *Vålberg i nyheterna - en kamp mellan tolknings- mönster.*
61. Karin Björkqvist Hellingwerf (1996) *Mediebarometern 1979 - 1995.*
62. Ingela Wadbring (1996) *Den journalistiska vägen - vadan och varthän? En studie om kvinnliga och manliga journaliststudenter i Göteborg.*
63. Ylva Brune (1996) *Svenskar, invandrare och flyktingar i rubrikerna.*
64. André Jansson (1996) *TV-tittarna och det sociala rummet - En studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning.*
65. Bo Reimer (1996) *Inte utan relevans - Om ungdomars användning av massmedier.*
66. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug i hverdagslivet - en kvalitativ interview-undersøgelse om ti menneskers computer- og Internetbrug i privatsfæren.*
67. Ebba Sundin (1997) *Barn och massmedier - En forskningsöversikt.*
68. Monica Löfgren Nilsson (1997) *Hon och han i journalistutbildningen - Ett pedagogiskt projekt.*
69. Bertil Flodin (1997) *Medborgarna och EU-informationen - En studie av inställning, aktivitet och kunskap hos svenska folket inför folkomröstningen 1994*
70. Maria Edström (1997) *Kön och journalistik - att utvidga medieverk- ligheten. En litteraturoversikt*
71. Larsåke Larsson (1997) *Forskningsöversikt - Kommunjournalistik.*
72. Torsten Malmström och Lennart Weibull (1997) *Snöstormen den 17 november 1995.*
73. Anna Maria Andersson (1997) *Vem är den svenske journalisten? - En studie av journalistikåren i yrkesliv och vardagsliv 1994 - 1995.*
74. André Jansson (1997) *Svensk dagstidningsläsning i förändring. Resultat från Riks-SOM-studien 1996.*
75. Britt-Marie Leivik Knowles (1997) *Inter-organisatorisk kommunikation mellan myndigheter och medier. Forskningsöversikt över myndigheters och mediers interaktion i samband med allvarliga samhällsstörningar.*
76. André Jansson (1997) *Sätt att se på TV. En kvantitativ problemati- sering av den selektiva TV-publiken.*
77. Sigurd Høst och Ronny Severinsson (1997) *Avisstrukturen i Norge og Sverige - 1960 til 1995. Arbeidsrapport nr. 1 fra prosjektet Norsk- svensk dagspresseutvikling.*
78. Anders Lithner och Ingela Wadbring (1997) *Ungdomars dagstid- ningsläsning.*
79. André Jansson (1997) *Tidningsvärden i morgon- och kvällspress.*
80. Tomas Andersson Odén (1997) *Pressen i Skaraborg. Tidningar och redaktörer från 1793 och framåt.*
81. Magnus Andersson (1997) *Populärmusik: såväl Wu-Tang Clan som Pat Bone.*
82. Birgitte Christiansen och Annika Bergström (1998) *Tidningars symbol- & bruksvärde. Kvalitativa intervjuer med några av Göteborgs- Postens & Hallands Nyheters läsare.*
83. Erik Fjellman och Jan Sjögren (1998) *Nyhetsläsning på Internet - Svenska CNN från ett användarperspektiv.*
84. Ronny Severinsson /red/ (1998) *Lokalt innehåll i norska och svenska tidningar. Fyra redaktörer läser varandras tidningar.*
85. Anna Maria Andersson, Birgitte Christiansen & Karin Fogelberg (1998) *Vad tycker tittarna? En publikstudie av två underhållningspro- gram.*
86. André Jansson (1998) *Dagstidningsläsning 1997. En tabellrapport från Dagspresskollegiet.*
87. Kent Asp (1988) *Medierna och giftutsläppet i Hallandsåsen.*
88. Ronny Severinsson (1988) *Marjasin i medierna. En innehållsanalys på uppdrag av Medieakademin.*
89. Annika Bergström (1988) *Tidningar, radio och TV i västra Små- land.*
90. Annika Bergström (1999) *Internet i svenska hushåll hösten 1997.*
91. Lennart Weibull och Ingela Wadbring (1999) *De nya svenskarna möter svenska massmedier.*
92. Liselotte Englund (1999) *Katastroffjournalistikens dilemman. En forskningsöversikt med etiska och psykologiska perspektiv.*
93. Josefine Sternvik (1999) *Dagspressens ungdomssatsning.*
94. Maria Domellöf (1999) *Mycket nöje! Nöjesjournalistik i förändring.*
95. Annika Bergström (1999) *Internet i medielandskapet.*
96. Anna Maria Jönsson (2000) *Radio och TV i allmänhetens tjänst? Allmänhetens syn på public service-verksamheten.*
97. Liselotte Englund (2000) *Kvalitetseffektivitet i Public Service- radi- on. En kunskaps- och forskningsöversikt med förslag till indikatorer på radiokvalitet.*
98. Kent Asp, Bengt Johansson och Åsa Nilsson (2000) *Medievalsun- dersökningen 1998. Teknisk rapport.*
99. Magnus Fredrikson (2000) *Var skall jag kryssa? - En studie av RSV:s och dagspressens personvals information inför valet 1998.*
100. Stina Bengtsson (2000) *Personvalet och journalisterna - 16 svenska journalister om det första svenska personvalet 1998.*

Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (2001-)

1. Annika Bergström & Ingela Wadbring (2001) *Medierna i vardagslivet. En metodologisk skiss över hur det är möjligt att använda dagböcker som insamlingsmetod i medieforskningen.*
2. Kent Asp & Magnus Fredriksson (2001) *Bilavgaserna och den allmänna opinionen. Åsikter och handlingsberedskap.*
3. Tomas Andersson Odén (2002) *2001 års publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver - i siffror.*
4. Gabriella Sandstig (2002) *Organisation och kön. En strategisk litteraturöversikt av ämnesområdena organisation och kön applicerat på forskningsprojektet "Kvinnorna i journalistkulturen".*
5. Therese Eriksson (2002) *Gratistidningsmarknaden i Sverige 2001.*
6. Rudolf Antoni (2002) *Publikens publik. Aktuell forskning kring användning och värdering av medier.*
7. Rudolf Antoni & Therese Eriksson (2002) *Läsvanestudien. En tabellrapport.*
8. Gabriella Sandstig (2003) *Orons platser. En granskning av människors upplevelser av rädsla och otrygghet.*
9. Tomas Andersson Odén (2003) *2002 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.*
10. Ingela Wadbring (2003) *2002 års Publicistiska bokslut. Del 2 Om läsares och medarbetares syn på tidningar.*
11. Tomas Andersson Odén & Ingela Wadbring (2003) *Teknisk rapport för publicistiska bokslut.*
12. Mariann Björkemarken (2003) *Jönköpings Lokal-TV Förening. Utvecklingen av en lokal TV-verksamhet.*
13. Kent Asp (2003) *Medieval 2002 - partiskheten och valutgången. En studie av valrörelsens medialisering.*
14. Petra Sintorn (2003) *Publicistiska bokslut - hyllvärmare eller redskap för förändring?*
15. Oscar Westlund (2003) *Betala för nyheter på internet?*
16. Bengt Johansson, Lisa Henricsson & Annelie Karlsson (2003) *Hur farligt är Göteborg? Risker i GP:s lokálnyheter.*
17. Gabriella Sandstig (2004) *Att undersöka otrygghet - en metodstudie.*
18. Tomas Andersson Odén (2004) *2003 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.*
19. Ulrika Andersson (2004) *2003 års Publicistiska bokslut. Del 2 Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir.*
20. Josefine Sternvik (2004) *Ögonrörelser och dagstidningsläsning - en forskningsöversikt.*
21. Valpuri Mäkinen (2004) *En tidning för alla? Om invandrares användning av och attityder till medier i allmänhet och dagstidningar i synnerhet.*
22. Eva Berglie (2004) *Jakten på lycka. En teoriutvecklande studie av tredjepersonseffekten.*
23. Åsa Nilsson (2004) *Mediers räckvidd. En jämförelse av mätmetoder och undersökningar.*
24. Oscar Westlund (2004) *www.lokaltidning.se . Prenumeranterns attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning.*
25. Karin Fogelberg (2005) *Media Literacy. En diskussion om medieundervisning.*
26. Mira Öhlin (2005) *Fågel, fisk eller... Om klassresenärers medievanor.*
27. Tomas Andersson Odén (2005) *2004 års publicistiska bokslut. Om tidningars redaktioner och innehåll.*
28. Anna Maria Jönsson (2005) *Mångfalden i journalistkåren - studier av social sammansättning, samhällssyn och nyhetssyn i den svenska journalistkåren.*
29. Tomas Andersson Odén (2005) *President Chavez i press, radio och TV. Mediebevakningen av folkomröstningskampanjen i Vene-zuela, augusti 2004.*
30. Ulrika Andersson (2005) *Journalister och deras läsare. En studie av tidningsjournalisters syn på läsare och läsarundersökningar.*
31. Ulrika Andersson, Ingela Wadbring (2005) *I gratistidningsland.*
32. Carl Bergholtz, Johan Olsson (2005) *Unga dagstidningsläsare i ny mediasituation.*
33. Åsa Nilsson, Lennart Weibull, Annette Hill (2005) *Synen på icke-fiktion i TV. Resultatredovisning.*
34. Ulrika Andersson (2005) *Nya svenskar och svenska medier.*
35. Ulf Wallin, Johannes Bjerling, Christoffer Lärkner (2006) *Barnen i nyheterna om tsunamin. En studie av mediernas rapportering under första månaden.*
36. Oscar Westlund (2006) *Media and Communication studies in Sweden. Disciplinary Boundary Construction - a theoretical contribution to Theory of Science.*
37. Oscar Westlund (2006) *Känslor av medieförtroende.*

38. Kent Asp (2006) *Journalistkårens partisympatier*.
39. Jonas Ohlsson (2006) *Partiernas press*
40. Ulrika Hedman (2006) *Har ni nåt webbigt? En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanalpublicering: Redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärde samt medielogik*
41. Anna Bolin (2006) *In whose interest? A journalists`view of their responsibilities and possibilities within the mainstream press in Sri Lanka*
42. Kent Asp (2006) *Rättvisa nyhetsmedier. Partiskheten under 2006 års medievalsörelse*
43. Marina Ghersetti (2007) *Bilden av funktionshinder. En studie av nyheter i Sveriges Television*
44. Malin Dellgran (2007) *Konsten att förhandla. Om journalister i en kommersiell tv-kultur*
45. Johannes Bjerling (2007) *Partiledarutfrågningarna i SVT 2006*
46. Ulrika Andersson (2007) *Fokus på unga vuxna. Sociala förändringar och växande medieutbud skapar nya medievanor bland unga*
47. Oscar Westlund (2007) *Mobiltelefonianvändning. En forskningsöversikt*
48. Jonas Ohlsson (2007) *Göteborgsakademiker 2006. Medieinnehav och medieanvändning bland unga högutbildade*
49. Ingela Wadbring (2007) *Från annonsblad till tidningar. Decenniers utveckling av lokala gratistidningar.*
50. Oscar Westlund (2007) *Mobiltelefonen som multimedium och nyhetsmedium. Ett användarperspektiv.*
51. Gabriella Sandstig (2007) *Förtroendet för polisen. En analys av medborgarnas syn på polisen och dess roll i samhället 1986 - 2006.*
52. Sandra Byström, Björn Danielsson, Bengt Johansson (2007) *Regionala TV-nyheter i medielogikens tid. En studie av Västnyttens bevakning av Västra Götalandsregionen.*
53. Mathias A Färdigh (2008) *Mediesystem i Europa. En studie av de europeiska ländernas mediesystem utifrån ett användarperspektiv.*
54. Tomas Andersson Odén, Johannes Bjerling (2008) *A-press med borgerliga ägare.*
55. Therese Blomqvist, Maja Norin (2009) *"Sjuning, åttning, nining Tidning!" -Förskolebarns föreställningar om dagstidningen*
56. Ulrika Hedman (2009) *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete. Nättidningarnas användarskapade innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv.*
57. Magnus Ekström, Björn Granstrand (2009) *Dagstidningen på 3,5 tum? En nutids- och framtidsstudie av svensk dagspress förhållande till mobila tjänster.*
58. Johan Cedersjö, Roger Gustavsson (2009) *Hot eller möjlighet? En kvantitativ studie av svenska landsortsbaserade dagspressjournalisters inställning till användarskapat innehåll.*
59. Marina Ghersetti (2009) *Personer med invandrarbakgrund i SVTs nyhetsprogram. En innehållsanalys av Rapport, Aktuellt, Sport- nytt och Kulturnyheterna 2001.*
60. Marina Ghersetti (2009) *Terrorattackerna i USA. Sveriges Radios rapportering om den 11 september 2001.*
61. Monica Löfgren Nilsson (2009) *Kvinnor, män och nyheter i televisionen. En innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år.*
62. Johannes Bjerling, Jonas Ohlsson (2010) *En introduktion till logistisk regressionsanalys.*
63. Diana Jacobsson (2010) *Viruset och vaccinet. En undersökning av pressens rapportering kring vaccinationen i samband med svininfluensan 2009.*
64. Marina Ghersetti, Tomas A. Odén (2010) *Snöovädret i medierna vintern 2009-2010.*
65. Marina Ghersetti (2011) *Olika men ändå lika. Rapporteringen om riksdagsvalet 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar.*
66. Mira Hjort, Signe Oskarsson, Madelene Szabó (2011) *Jättekliv eller tidsfördriv. En studie i hur svenska journalister använder sociala medier som arbetsverktyg.*
67. John Rejnäs, Martin Gunséus (2011) *GP.se - om publiken själv får välja. En studie i publikens delningsvärdering.*
68. Carl Malmer (2012) *Professionell men personlig. En publikstudie av läsares uppfattningar om journalisters aktivitet på twitter.*
69. Ingrid Lord (2013) *Institutioners organisatoriska lärande från samhällskriser. En studie av redaktioner, myndigheter och resebyråer i samband med tsunamivarningen 2012.*

70. Magnus Fredriksson, Josef Pallas (2014) *Den medialiserade myndigheten. En analys av svenska myndigheters anpassningar till medielogiken*
71. Anna Erwander, Hugo Lindkvist (2014) "Det här var dagen då anonyma tonåringar via sociala medier startade ett upplopp i Göteborg". *En studie över gestaltningen i fyra svenska tidningar av gatuoroligheterna i samband med "Instagramhändelserna" i Göteborg i december 2012.*
72. Martin Spaak (2015) *Falska larm och äkta stormar. En studie av allmänhetens syn på myndigheter och medier i samband med SMHI:s varning inför stormen Simone 2013.*
73. Maria Edström, Josefine Jacobsson (2015) *Räkna med kvinnor. Global Media Monitoring Project. Nationell rapport Sverige*
74. Maria Jervelycke Belfrage (2016) *Både slumpmässig och planerad. Ungas nyhetskonsumtion i sociala medier.*
75. Monica Löfgren Nilsson (2017) *Journalisternas trygghetsundersökning. Journalisters utsatthet under 2016.*
76. Maria Jervelycke Belfrage (2018) "Om jobb och bostäder och hur det ligger till i andra länder - det är ju det man vill veta mer om". *En studie om ungas behov av nyheter och samhällsinformation i den digitala medieekologin.*
77. Magnus Fredriksson, Daniel Lövgren, Josef Pallas (2018) *Bortom uppdraget. En analys av svenska myndigheters kommunikationsaktiviteter under Almedalsveckan*
78. Maria Jervelycke Belfrage (2018) *Tvästegshypotesen och teorin om opinionsledare – i en ny och snabbt föränderlig medieekologi.*
79. Magnus Fredriksson, Mathias Färdigh, Anton Törnberg (2018) *Den kommunikativa blicken. En analys av principerna för svenska kommuners kommunikationsverksamheter*
80. Orla Vigsö (2019) *Satirteckningar i svensk dagspress 1890-2017*
81. Magnus Fredriksson, Christian Mossberg (2020) *En fråga om tillgång, kvalitet och arbetsvillkor. Mediebildens av äldreomsorgen i fyra svenska lokaltidningar.*
82. Jacob Sohlberg, Bengt Johansson (2020) "Uppgifterna om det misstänkta knivdådet är ännu osäkra..." *Ett experiment om användandet av journalistiska osäkerhetsmarkörer.*

De flesta av rapporterna finns tillgängliga på JMGs hemsida.
<http://www.jmg.gu.se/publicerat/arbetsrapporter/>

Institutionen för journalistik, medier och
kommunikation Box 710
405 30 GÖTEBORG

TEL 031 - 786 5179 e-post christina.jones@jmg.gu.se