

MEDIEVAL '94

Anförande vid folkrörelsernas  
Medieforum den 20 oktober 1994

Kent Asp

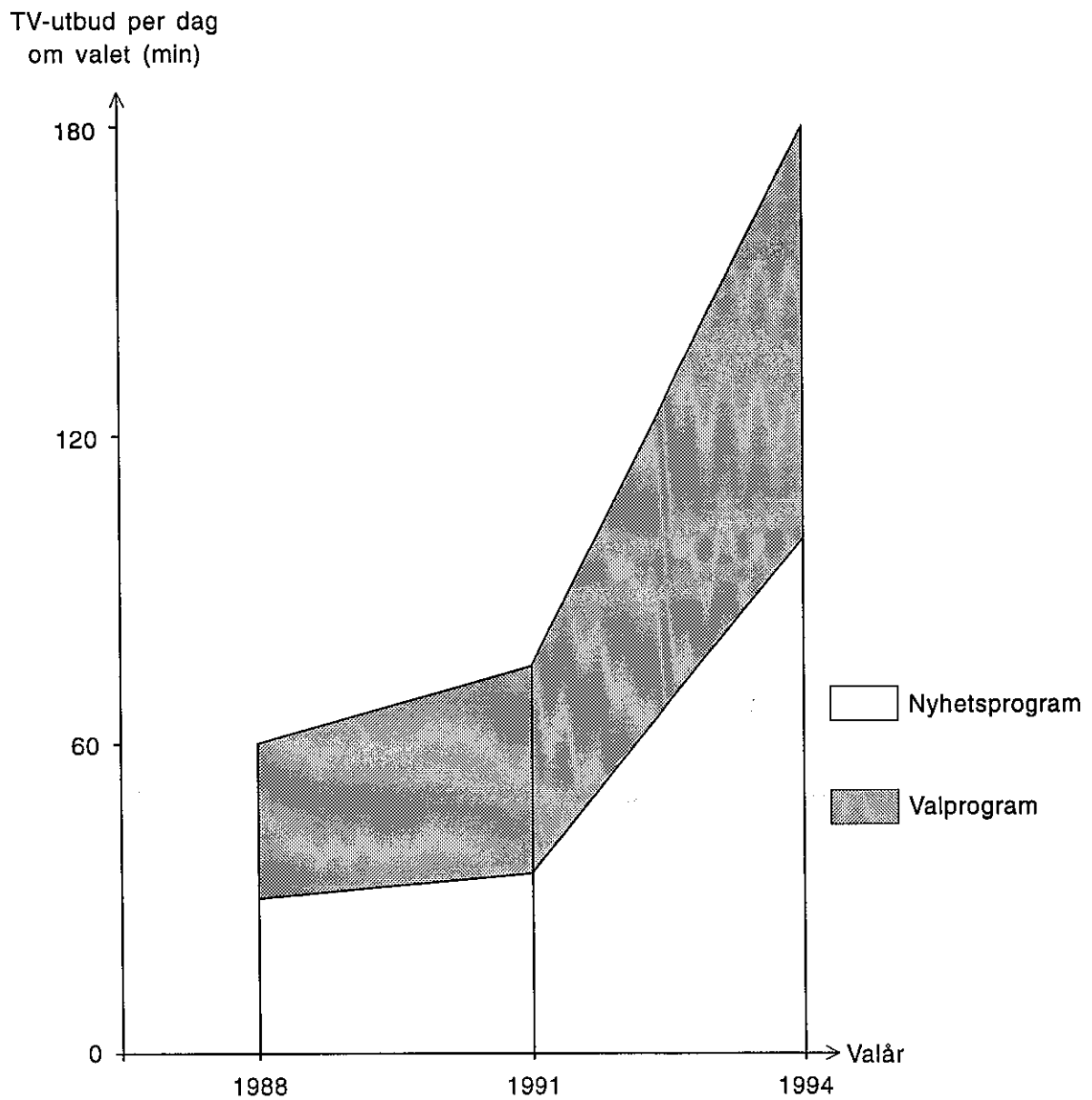
ARBETSRAPPORT NR 42  
1994

Journalistik och demokrati -  
studier kring mediekvalitet

ISSN 1101 - 4679

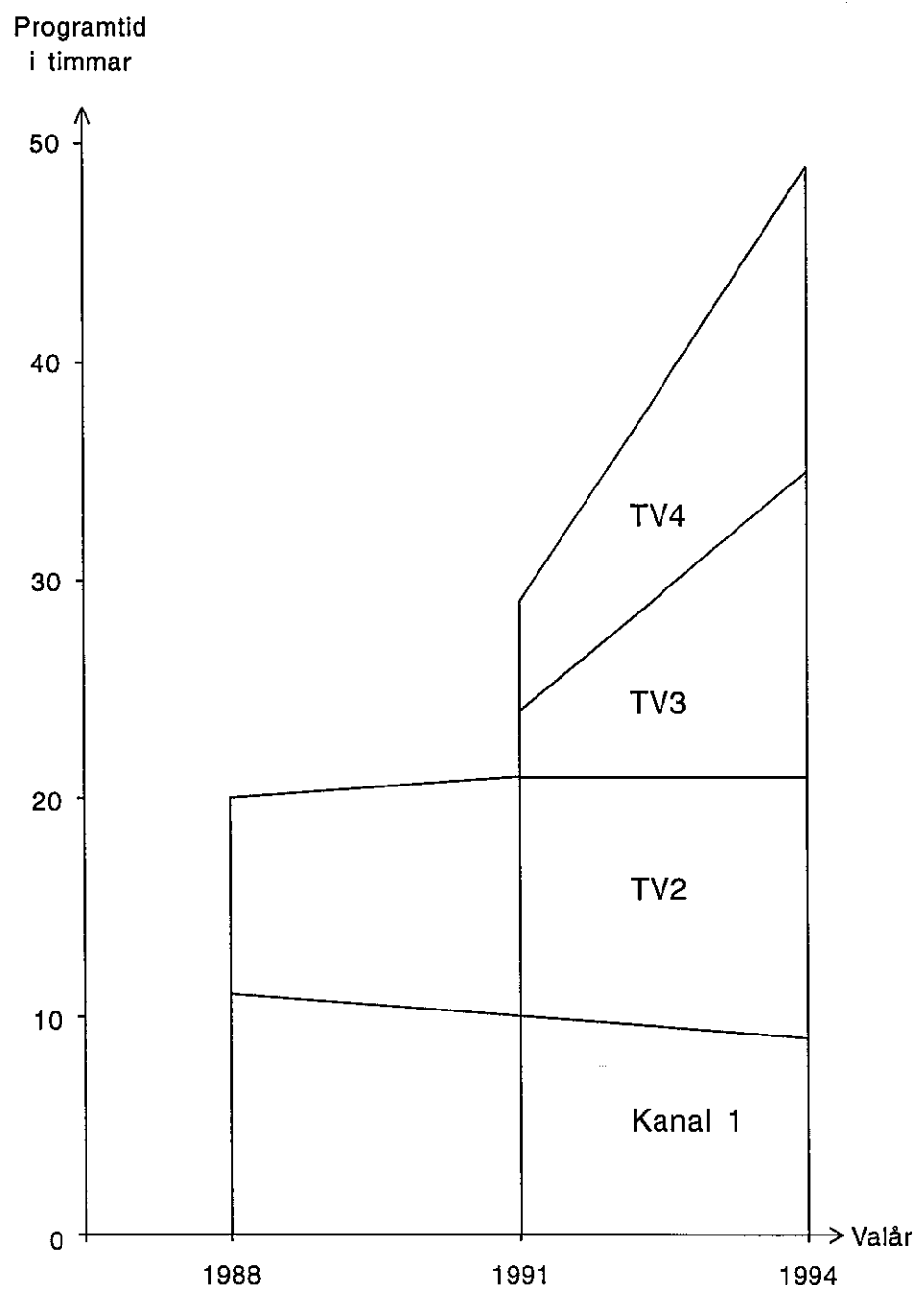


**Figur 1** Programutbudet om valet i svensk TV. (Kanal 1, TV2, TV3, TV4) i 1988, 1991 och i 1994 års val (utbud per dag om valet i nyhetsprogram och valprogram sex veckor före valdagen).



*Kommentar:* Utbudet om valet i nyhetsprogrammen har uppskattats till ca 1/3 av sändningstiden.

**Figur 2** Utbudet av valprogram i Kanal 1, TV2, TV3, och TV4 i valen 1988, 1991 och 1994 (programtid i timmar sex veckor före valet).



\*Figur 4 visar för det första att besparings- nedskärningstemat förekommer oftare i TV (14 procent) än i dagspressen (8 procent). Och för det andra att nedskärningstemat för ny näring i TV den sista valrörelseveckan - vilket däremot inte sker i storstadsmorgontidningarna. Här handlar det då i första hand om socialdemokraternas förslag till att införa karensdag för vård av sjukt barn.

#### FIGUR 4

### Blandade roller

En **tredje orsak** som gör det svårt att greppa 1994 års valrörelse - och det är nog den viktigaste - är att den sittande regeringen uppträdde som den redan avgått och uppträdde i medierna närmast som den var i opposition. Medan det största oppositionspartiet själva uppträdde - eller - behandlades i medierna som det redan satt på regeringstaburetterna.

Det är det här sista förhållandet som enligt min mening varit helt avgörande för hur medierna kom att spegla och rapportera från valrörelsen.

### Partiskheten i centrum

Jag visste självfallet inte, vid den tidpunkten, när jag lovade Örjan Wallquist att ställa upp på Medieforum vad jag skulle komma fram till för resultat. Men troligen föreställde jag väl mig att exempelvis Rapport, DN och GP som vanligt skulle behandla de båda regeringsalternativen på ett balanserat, ungefär likartat sätt i sin nyhetsbevakning. För det har de gjort i de senaste fem valen.

Och därför hade jag planerat att tala lite mer om mediernas informationsvärde i valrörelsen - om de ger ett bra eller dåligt informationsunderlag för medborgarnas ställningstagande i olika sakfrågor - just för att något knyta an till den efterföljande diskussionen om Public Service. Ungefär så som jag började här förut med att visa vad det nya medielandskapet fört med sig för medborgarnas möjligheter att informera sig om valet.

Men nu är resultatet av undersökningen av mediernas partiskhet - i varje fall vid ett första påseende - något överraskande. Så i fortsättningen tänker jag hålla mig till denna ur ett informationsperspektiv - trots allt inte helt oväsentliga fråga.

För en mer fullständig redovisning av resultaten får jag hänvisa till den undersökningsrapport som i ett antal exemplar finns tillgänglig i lokalen. Dessutom finns en kort sammanfattning av resultaten tillgänglig.

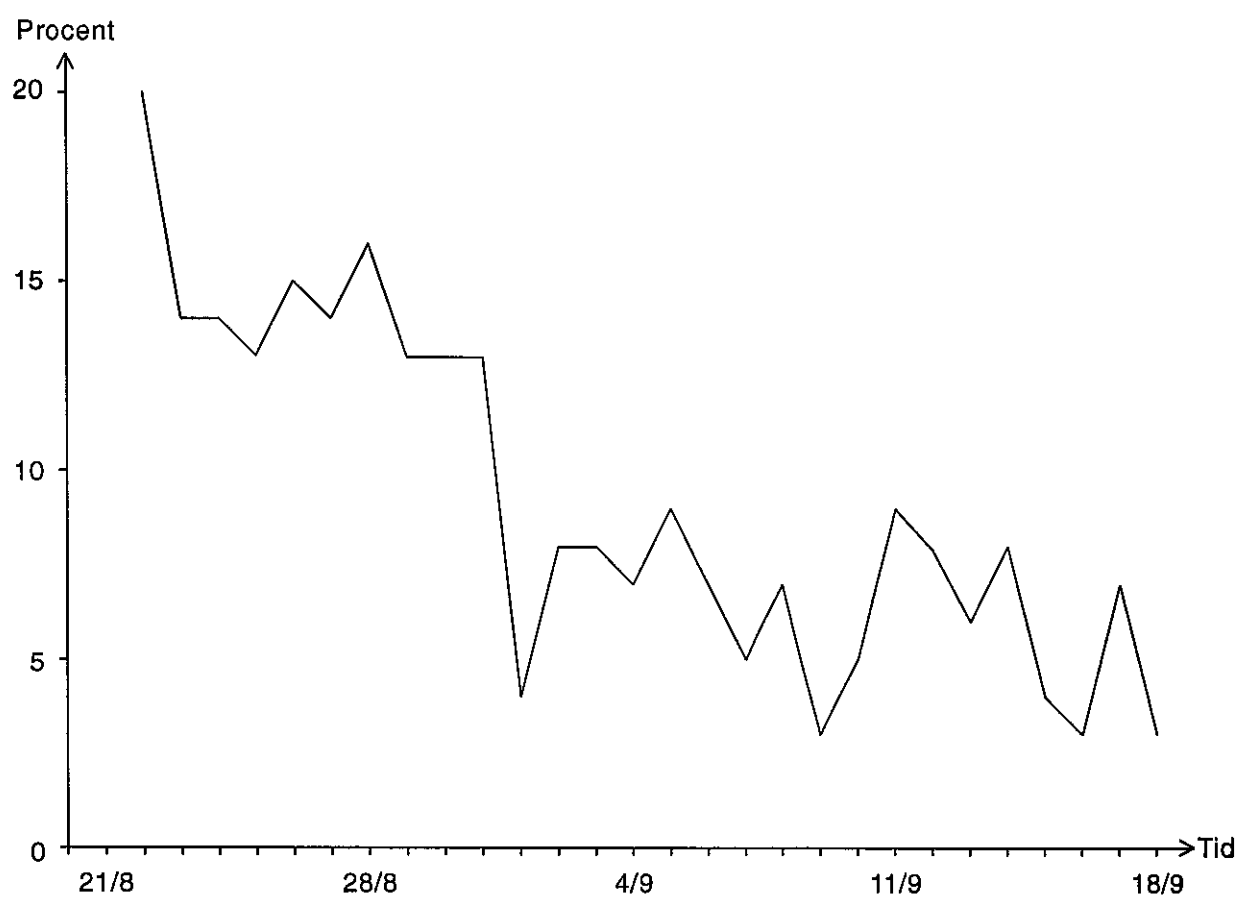
Jag skall här, av tidsskäl, så långt som möjligt låta bli att ta upp de teoretiska utgångspunkter som ligger till grund för studierna och sådana saker. I det fallet får jag hänvisa till rapporten - och de hänvisningar som i sin tur där ges till relevant litteratur (se Förklaringar i slutet av rapporten).

### Att gynnas - eller missgynnas

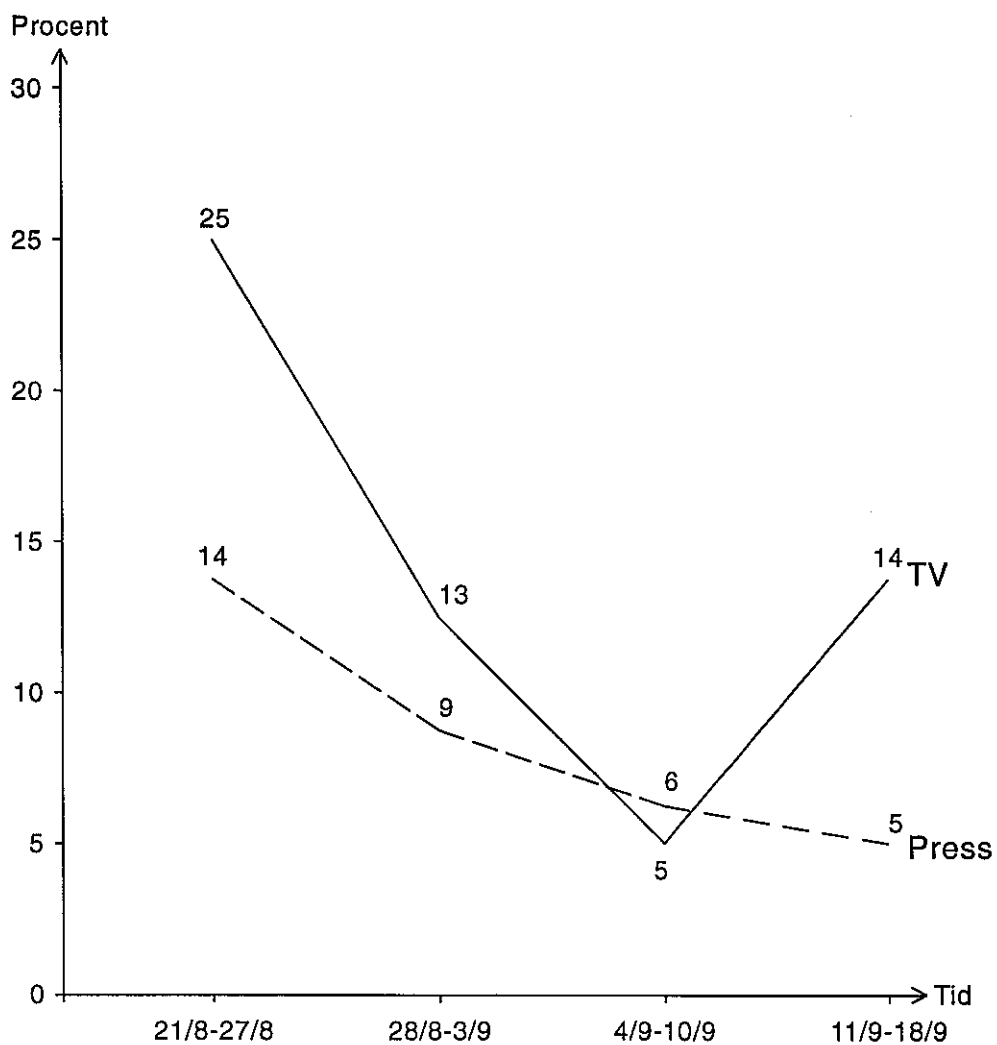
Men ändå helt kort: Enligt mitt sätt att se kan ett parti eller politisk riktning i princip gynnas eller missgynnas på tre olika sätt:

För det **första** kan en aktör gynnas eller missgynnas genom den bild medierna ger av **aktören** själv (t ex genom det sätt på vilket partiet framställs), för det **andra** kan en aktör gynnas eller missgynnas genom det sätt på vilket aktören själv **relateras** till olika **sakfrågor** eller sakförhållanden (t ex att ett parti förbinds med en sakfrågeprofil det själv önskar). Och för det **tredje** kan en aktör gynnas eller missgynnas genom att den **världsbild** aktören står för

**Figur 3** ...Antal artiklar/inslag med besparingstema under den sista månaden före valet 1994 (procent).



**Figur 4** Andel artiklar/inslag med besparingstema i TV:s nyhetsprogram (Rapport, Aktuellt och Nyheterna) och i storstadspress (SvD, DN, GP och Arb) under den sista månaden före valet 1994 (procent).



gynnas eller missgynnas i nyhetsmedierna (t ex genom den uppmärksamhet olika sakfrågor får).

Sammantagna, men också var sig, kan de tre sätten att gynna eller missgynna ett parti ge en uppfattning om mediernas **faktiska** partiskhet. Ett parti kan med andra ord **gynnas** i ett avseende (t ex genom stor uppmärksamhet) och **missgynnas** i ett annat avseende (t ex genom att det ständigt får framträda med en oönskad sakfrågeprofil i medierna).

I det följande kommer jag ta upp resultat som i tur och ordning belyser de tre partiskhetsaspekterna - behandlingen av partierna som **aktörer** i nyhetsrapporteringen, vilka **sakfrågeprofiler** de fått framträda med - och vilka **frågor** som tagits upp i valet.

Jag kanske bör nämna, innan jag kommer in på resultaten, att i 1994 års undersökning ingår följande nyhetsprogram inom etermedierna: **Aktuellt** (kl 21), **Kanal 1, Rapport** (kl 19.30), **TV2, Nyheterna** (19.30), **TV4, Ekot** (kl 17.45), **P1** samt nyhetsbevakningen på fyra storstadstidningar: **Svenska Dagbladet** (obund mod), **Dagens Nyheter** (ober), **Göteborgs-Posten** (lib) och **Arbetet** (s).

Och nu till resultaten.

### Nyhetsmedierna ger en likartad bild av valrörelsen

Det första sättet ett parti kan gynnas på är genom den uppmärksamhet det får. Det grundläggande antagandet bakom ett sådant synsätt är den enkla tanken att det i normalfallet är gynnsamt för ett parti att synas i nyhetsflödet.

I tabell 1 presenteras partiernas exponering som agerande och omtalade aktörer i nyhetsrapporteringen de fyra sista veckorna i 1994 års valrörelse. Och i tabell 2 redovisas resultaten för socialdemokraterna och de fyra borgerliga regeringspartierna sammantagna.

#### TABELL 1

#### TABELL 2

Det första som kan konstateras är den enastående likhet som finns mellan de åtta undersökta nyhetsmedierna. Och det gäller inte bara den uppmärksamhet som kom partierna till del, utan det gäller även de valfrågor som uppmärksammas (se tabell 10 längre fram). Oavsett vilket nyhetsprogram eller vilken tidning väljarna tar del av handlar valrörelsen i stort sett om samma frågor och samma partier.

### ... och så har det varit i de senaste valrörelserna

Den stora likheten mellan nyhetsmedierna är inget nytt för 1994 års valrörelse. Likheten har också varit stor i tidigare undersökta valrörelser, vilket bland annat illustreras av resultaten i tabell 3.

#### TABELL 3

Nyhetsmedierna tycks med andra ord i dethär avseendet tillämpa en och samma urvalsprincip. Ser vi till resultaten mer i detalj visar det sig att det i grova drag finns en överensstämmelse mellan partiernas exponering i medierna och partiernas styrka i väljaropinionen.

Det är dock knappst partiets ställning i valmanskåren som sådan som avgör storleken på medieexponeringen. Den nyhetsvärderingsprincip som ligger bakom är en allmän relevansbedömning där partiets betydelse eller politiska vikt blir det som avgör det utrymme ett



Tabell 1 Partiernas exponering som agerande och omtalade aktörer i nyhetsrapporteringen sista månaden före valet 1994 (procent)

	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB	Medel- värde	Medel- värde *
v	5	4	4	3	5	6	6	5	5	5
s	30	33	34	38	33	32	31	35	33	33
c	6	7	6	5	7	8	9	9	7	9
fp	14	8	10	13	13	12	13	11	12	14
m	19	20	22	24	19	17	17	21	20	22
kds	5	7	4	5	5	6	6	4	5	7
mp	8	10	4	5	6	6	6	3	6	6
nyd	3	1	2	2	3	4	5	4	3	3
"Borgerliga"	10	10	14	5	9	9	7	8	9	-
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	99
n=	825	620	602	502	5492	4738	3633	2580	-	-
totalt antal framträdanden										

Kommentar: "Borgerliga" står i tabellen sammantaget för de fall då den borgerliga fyrpartiregeringen och borgerliga som gemensam aktör (nästan alltid som omtalad aktör) uppträder i nyhetsrapporteringen. (\*) I denna tabellkolumn har "Borgerligas" exponering fördelats med en fjärdedel var på c, fp, m och kds.

Tabell 2. Partipolitiska aktörers exponering som agerande och om-  
talade aktörer i Sveriges Radios/Sveriges Televisions  
nyhetsrapportering sista månaden före valen 1979-1994  
(procent)

	1979	1982	1985	1988	1991	1994
vpk	4	6	5	5	7	4
s	27	29	36	33	36	31
"soc partier"	0	1	1	1	0	0
c	17	14	11	11	8	6
fp	26	13	10	12	10	11
m	13	15	20	9	15	19
"borgerliga"	3	7	10	7	7	11
"mitten"	3	9	0	0	0	0
kds	1	1	2	2	4	5
mp	-	2	2	13	4	7
nyd	-	-	-	-	5	2
övrig/ospec parti	6	3	3	7	4	4
Summa procent	100	100	100	100	100	100
n=totalt antal	1896	1804	2263	3463	2440	2147

Tabell 3. Socialdemokraternas och de borgerliga partiernas expo-  
nering i enskilda medier sista månaden före valet 1994  
(procent)

	s	Borgerliga
Rapport (RAP)	30	54
Aktuellet (AKT)	33	52
EKOT (EKO)	34	56
Nyheterna (NYH)	38	52
Svenska Dagbladet (SVD)	33	53
Dagens Nyheter (DN)	32	52
Göteborgs-Posten (GP)	31	52
Arbetet (ARB)	35	53

politiskt parti får i nyhetsrapporteringen. Och ett viktigt och enkelt kriterium på ett partis politiska tyngd är partiets ställning i opinionen.

### Partiernas uppmärksamhet

I figur 5 redovisas partiernas medieexponering i årets valrörelse. Det bör påpekas att i figuren har de "borgerliga" som gemensam aktör (fyrpartiregeringen och 'borgerliga') fördelats med en fjärdedel var på c, fp, m och kds. Det innebär att i detta fall att 2 procentenheter så att säga tillförs vardera parti. Mer om detta förfarande längre fram.

FIGUR 5

### Partiernas behandling

Att få synas, att få uppmärksamhet i nyhetsrapporteringen är dock bara ett av de sätt som ett parti kan gynnas eller missgynnas på. **Hur** partiet uppmärksammas när det väl framträder i nyhetsrapporteringen är kanske ännu viktigare för ett parti än hur ofta det får framträda.

För att på ett enkelt sätt få en en uppfattning om **hur** partierna uppmärksammas har jag sedan medievalsundersökningarnas början 1979 använt mig av ett sammanfattande index - som jag kallar för ett aktörsbehandlingsindex (AB-index). På detta sätt kan jag jämföra olika mediers behandling av partierna - och kanske inte minst viktigt - jag kan på detta vis direkt jämföra hur olika partier har behandlats över tid - i olika val.

I tabell 4 redovisas resultatet för årets val - hur samtliga partier behandlats i samtliga åtta undersökta nyhetsmedier.

AB-indexet anger - förenklat uttryckt - förhållandet mellan i vilket utsträckning ett parti får komma till tals som **agerande aktör**, dvs får säga något. Och hur partiet behandlas som **omtalad aktör** - i vilken utsträckning partiet utsätts för kritik eller negativa omdömen och i vilken utsträckning en aktör får beröm eller omnämns positivt.

TABELL 4

Som framgår av tabell 4 är likheten mellan de olika nyhetsmediernas sätt att behandla de olika partierna stor. Återigen kan vi alltså finna en likartad nyhetsvärdering hos de olika medierna.

### Partierna rangordnade

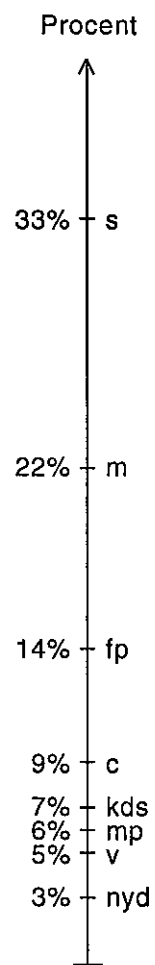
Men det betyder inte att alla partier behandlas likadant. Det visas i figur 6 - där partierna har rangordnats efter den behandling de fått som aktörer i nyhetsrapporteringen. Här gäller det sammanlagda resultatet - alltså medelvärdet för de åtta undersökta medierna.

FIGUR 6

I topp ligger **centerpartiet** och **miljöpartiet** - som alltså fått, när det gäller denna speciella partiskhetsaspekt, vill jag betona - den mest gynnsamma behandlingen. Skillnaden till **folkpartiet**, **moderaterna** och **vänsterpartiet** är emellertid inte stor. De kan därför sägas ligga i en grupp för sig.

Nästa grupp är **socialdemokraterna** och **kristdemokraterna**. Och i grupp för sig ligger **ny demokrati**.

**Figur 5** Partiernas exponering sista månaden före valet 1994 – medelvärde (procent).



*Kommentar:* Exponeringen av de "borgerliga" har fördelats med en fjärdedel var på c, fp, m och kds.

Tabell 4 Behandlingen av partipolitiska aktörer i nyhetsrapporteringen sista månaden före valet 1994 (AB-index)

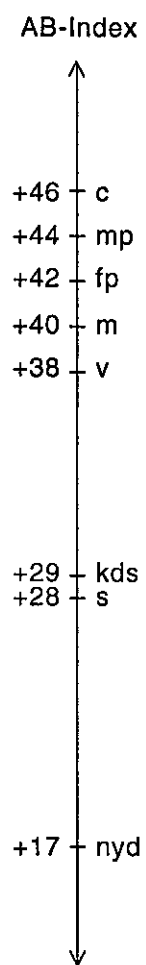
	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB	Medel- värde	Medel- värde *
v	+37	+35	+35	+29	+32	+41	+48	+46	+38	+38
s	+24	+27	+31	+25	+22	+26	+31	+38	+28	+28
c	+56	+51	+73	+63	+48	+63	+57	+57	+59	+46
fp	+54	+55	+60	+38	+41	+53	+49	+41	+49	+42
m	+55	+44	+42	+29	+44	+45	+46	+40	+43	+40
kds	+45	+39	+44	+39	+39	+38	+45	+26	+39	+29
mp	+48	+41	+52	+34	+33	+46	+58	+38	+44	+44
nyd	+23	+14	-11	-13	+20	+40	+35	+29	+17	+17
"Borgerliga"	+8	+10	+12	-11	+13	+12	+26	+9	+10	-
Borgerliga partier tot	+42	+39	+41	+31	+39	+43	+46	+35	+40	+40
Genom- snitt för 8 partier	+42	+38	+41	+31	+35	+44	+46	+39		

Kommentar: "Borgerliga" står i tabellen sammantaget för de fall då den borgerliga fyrapartiregeringen och borgerliga som gemensam aktör (nästan alltid som omtalad aktör) uppträder i nyhetsrapporteringen. (\*) I denna tabellkolumn har behandlingen av "Borgerliga" fördelats med en fjärdedel var på c, fp, m och kds.

Tabell 5 Behandlingen av socialdemokraterna och de borgerliga partierna tillsammans i 1994 och 1991 års val (AB-index)

	1994		1991	
	S	B	S	B
RAP	+24	+42	+47	+40
AKT	+27	+39	+40	+43
EKO	+31	+41	+42	+29
NYH	+25	+31	+43	+41
SVD	+22	+39	+35	+40
DN	+26	+43	+39	+37
GP	+31	+46	+41	+41
ARB	+38	+35	+49	+28
$\bar{x}$	+28	+40	+42	+37
min	+22	+31	+35	+29
max	+38	+46	+49	+43

**Figur 6** Behandlingen av partierna sista månaden före valet 1994 – medelvärde (AB-index).



*Kommentar:* Behandlingen av de "borgerliga" har fördelats med en fjärdedel var på c, fp, m och kds.

Jag vill påpeka att i figur 6 har behandlingen av de "borgerliga" (dvs fyr-partiregeringen och de borgerliga som gemensam aktör) fördelats med en fjärdedel var på de fyra koalitionspartierna. Effekten av detta förfarande blir att värdena för de enskilda borgerliga partierna blir lägre än om det enbart gäller partierna själva. Anledningen är att "borgerliga" som gemensam aktör mycket, mycket sällan framträder som agerande aktör i medierna, medan de däremot mycket ofta utsätts för kritik. Framst från socialdemokraternas sida (se tabell 6).

Både resultat med "borgerliga" redovisat för sig och resultat där "borgerliga" fördelas på de fyra borgerliga partierna är relevanta. Det viktiga är att tala om vad som i det aktuella fallet redovisas och vilken eventuell effekt det får på resultatet.

Allmänt sett gäller, och det har det gjort i alla valrörelser jag undersökt, att enskilda borgerliga partier (självfallet) får en något ökad uppmärksamhet och att de får en något sämre behandling, ett lägre AB-indexvärde, om de "borgerliga" som gemensam aktör fördelas på enskilda partier och försämringen blir mest påtaglig för de av de borgerliga partierna som får minst uppmärksamhet. I årets val påverkar förfarandet alltså i första hand kds och centerpartiet.

### Uppmärksamhet och behandling

Sammanfattar vi nu de två partiskhetsaspekterna - partiernas **uppmärksamhet** och **hur** partierna uppmärksammas, dvs den **behandling** partierna får när de uppmärksammas, får vi det resultat som presenteras i figur 7. Det gäller medieurvalet i sin helhet - och det handlar alltså om medelvärden för de olika partierna.

FIGUR 7

Som framgår av figur 7 kan partierna i stora drag hamna på fyra olika platser i diagrammet. **Moderaterna** är det enda parti som i årets tal både fått en stor uppmärksamhet - och en övervägande positiv behandling.

**Ny demokrati** - och i viss mån - **kds** kan sägas vara moderaternas motsats. De har syntts lite i nyhetsmedierna - och fick i årets val en övervägande negativ behandling.

**Socialdemokraterna** fick som vanligt - och inte överraskande - en stor uppmärksamhet. Men i årets val också - i jämförelse med de andra partierna - en övervägande negativ behandling.

Övriga partier - **folkpartiet**, **centerpartiet**, **vänsterpartiet** och **miljöpartiet** - fick i årets val, med visst undantag för folkpartiet, en liten uppmärksamhet i nyhetsmedierna, men en övervägande positiv behandling.

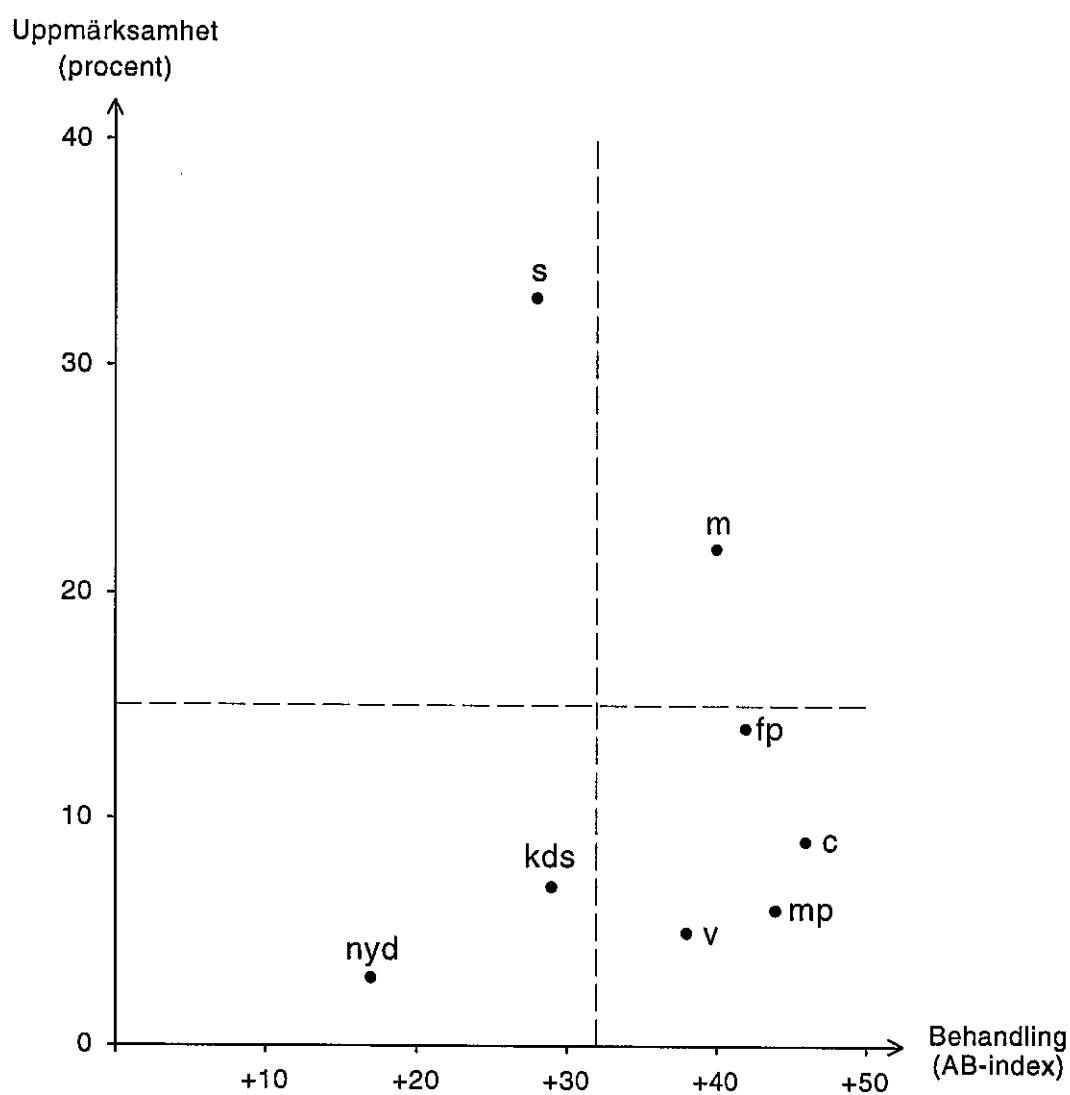
Detta resultat gäller för nyhetsrapporteringen i sin helhet. Nästa steg är att undersöka de enskilda medierna, nyhetsmedium för nyhetsmedium.

### Behandlingen av regeringsalternativen

När det gäller partiernas uppmärksamhet har vi redan sett att de olika medierna skiljer sig mycket litet åt (tabell 1). Skillnaden mellan medierna är dock något större när det gäller **hur** de olika partierna uppmärksammas, dvs hur de behandlas.

För att illustrera detta har jag i alla val sedan 1979 jämfört hur enskilda nyhetsmedier har behandlat de regeringsalternativ som stått mot varandra: Socialdemokraterna å ena sidan - och något varierande från val till val - det borgerliga regeringsalternativet. I årets val - liksom i 1991 års val - c, fp, m och kds.

**Figur 7** Partiernas uppmärksamhet och behandling i nyhetsrapporteringen månaden före valet 1994 (procent och AB-index).



*Kommentar:* Uppmärksamheten och behandlingen av den borgerliga regeringen/de borgerliga har fördelats med en fjärdedel var på c, fp, m och kds. De streckade linjerna i figuren anger mittpunkten mellan det minsta och det högsta uppmätta värdet på respektive variabel.



I figur 8 presenteras resultatet för de två senaste valen. Ett medium som ligger på nollpunkten i diagrammet visar att socialdemokraterna och det borgerliga regeringsalternativet har behandlats på samma sätt.

### FIGUR 8

Låt oss först kort se på resultatet när det gäller 1991 års valrörelse. I stort ser vi att alla undersökta medier behandlade de båda regeringsalternativen som aktörer på ett mycket likartat sätt, med en viss dragning mot en övervikt för socialdemokraterna.

Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten, men också Aktuellt, Nyheterna och Rapport ligger mycket nära nollpunkten. Och det har Göteborgs-Posten och Dagens Nyheter gjort i fem val i följd! Och Rapport och Aktuellt har gjort det fyra gånger i följd.

Arbetet och Svenska Dagbladet ligger på var sin kant. Men har under årens lopp alltmer närmat sig de andra nyhetsmedierna. Det gäller speciellt Svenska Dagbladet.

Vad har då hänt i årets val?

#### **Socialdemokraterna behandlades sämre än de borgerliga**

Socialdemokraterna har i 1994 års valrörelse fått en klart sämre behandling i nyhetsrapporteringen än det borgerliga regeringsalternativet.

I jämförelse med 1991 års val har samtliga undersökta medier i sin nyhetsbevakning 1994 gett en sämre behandling av socialdemokraterna. Och det gäller, som sagt, undantagslöst alla nyhetsmedier. Även Arbetet, det socialdemokratiska partiorganet.

**Arbetet** är dock fortfarande den tidning där socialdemokraterna får den mest gynnsamma behandlingen.

**Rapport, Svenska Dagbladet, Dagens Nyheter, och Göteborgs-Posten** ligger väl samlade och står alltså för en mycket likartat nyhetsvärdering. Även **Aktuellt** och **Ekot** kan räknas till denna grupp.

**Nyheterna** i TV4 uppvisar, efter Arbetet, minst övervikt för det borgerliga regeringsalternativet.

Resultatet är onekligen entydigt - och kanske för många - med tanke på valresultatet - också något överraskande.

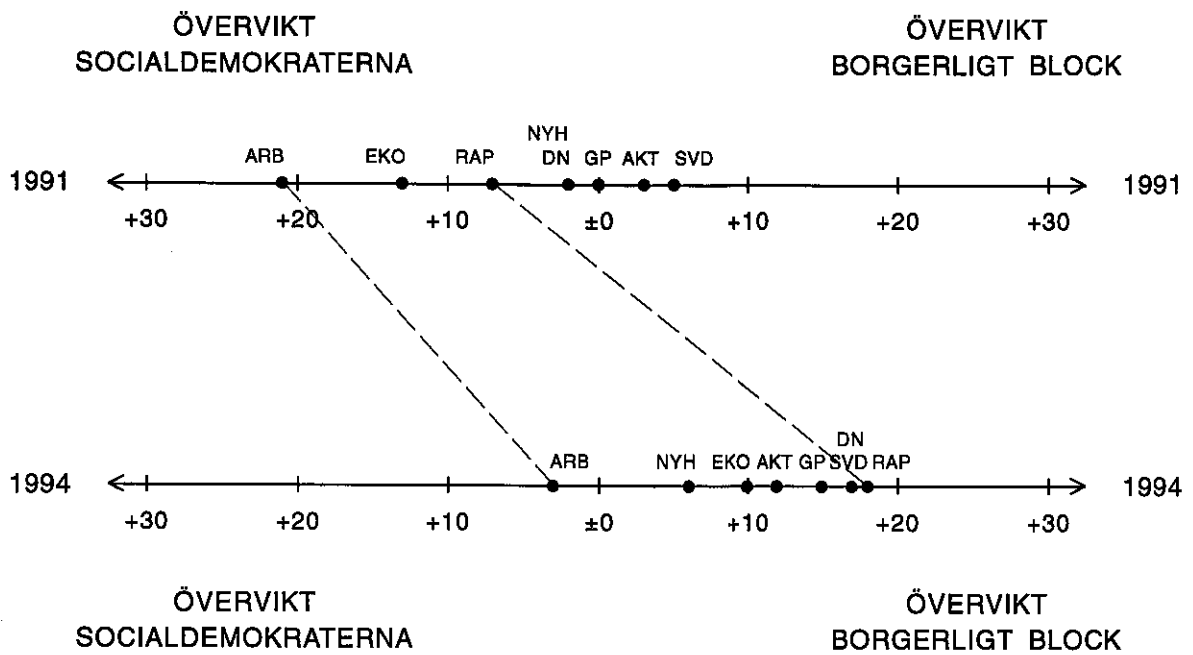
Vad är det då som döljer sig bakom det sammanvägda resultatet i figur 8. Är det de borgerliga regeringspartierna som fått en osedvanligt bra behandling i årets val - eller är det socialdemokraterna som fått en dålig behandling som nyhetsaktör?

I figur 9 har de båda komponenterna i figur 8<sup>2</sup> skiljts ut. Dvs nyhetsmediernas behandling av socialdemokraterna respektive de borgerliga regeringspartierna redovisas var för sig.

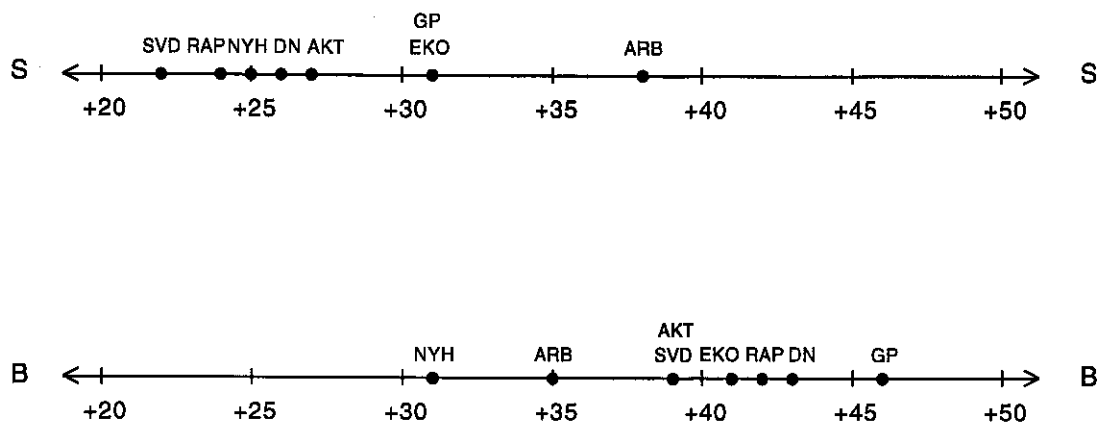
Sett i ett tidsjämförande perspektiv är det socialdemokraterna som fått en, så att säga, onormalt dålig behandling, medan de borgerliga har fått en, så att säga, normal behandling. AB-indexvärdena är exempelvis mycket lägre för socialdemokraterna än de var 1991, medan det borgerliga regeringsalternativet däremot får ungefär samma behandling som 1991.

Jag skall självfallet återkomma till dethär resultatet. Och försöka ge min förklaring till varför det blivit så här.

**Figur 8** Behandlingen av regeringsalternativen i nyhetsrapporteringen i 1991 och 1994 års val (AB-index).



**Figur 9** Behandlingen av socialdemokraterna och de borgerliga partierna sammanfattade i sista månaden före valet 1994 (AB-index).



Men innan jag gör det skall jag ta upp de andra sätt som ett parti kan gynnas eller missgynnas på i medierna.

### Nytt rekord i borgerlig sammanhållning

Ett parti kan som aktör exempelvis gynnas eller missgynnas genom det sätt på vilket medierna framställer samarbets- och konfliktmönstret mellan partierna. Det gäller t ex nyhetsmediernas bild av den borgerliga sammanhållningen (figur 10).

FIGUR 10

Bilden av den borgerliga sammanhållningen i medierna har de senaste valrörelserna blivit alltmer positiv. I början av 1980-talet låg konfliktnivån dubbelt så högt (40 procent negativa omdömen) som i 1991 och 1994 års valrörelser.

Det är med andra ord numera ovanligt att de borgerliga koalitionsbröderna kritiserar varandra i medierna - även om journalister ofta ställer frågor till borgerliga politiker på det temat. Och i årets valrörelse, som figur 10 visar, mer i etermedierna än i dagspressen. Men ändå blir resultatet för 1994 års valrörelse ett nytt rekord i borgerlig sammanhållning.

### Konfliktmönstret i valrörelsen

Socialdemokraternas huvudmotståndare i valrörelsen blev fyrpartiregeringen och "de borgerliga" som gemensam aktör, följt av moderaterna (tabell 6). Folkpartiet och centerpartiet, som enskilda partier, kritiserades däremot sällan av socialdemokraterna.

Den dominerande konfliktlinjen i medievalrörelsen kom därför att gå mellan socialdemokraterna och de borgerliga. Det skiljer sig något från konfliktmönstret i 1991 års valrörelse. Då spelade moderaterna en större roll som socialdemokraternas motståndare än i årets val.

TABELL 6

Det nya i årets val var att socialdemokraterna riktade en stor del av sin kritik mot kristdemokraterna. KDS framstod i medierna, efter moderaterna, som socialdemokraternas viktigaste politiska motståndare.

I valets slutskede diskuterades frågan om ett politiskt samarbete mellan folkpartiet och socialdemokraterna. Det hindrade inte, som också framgår av tabell 6, att folkpartiet i medierna kom att bli socialdemokraternas, efter moderaterna, viktigaste kritiker i medierna.

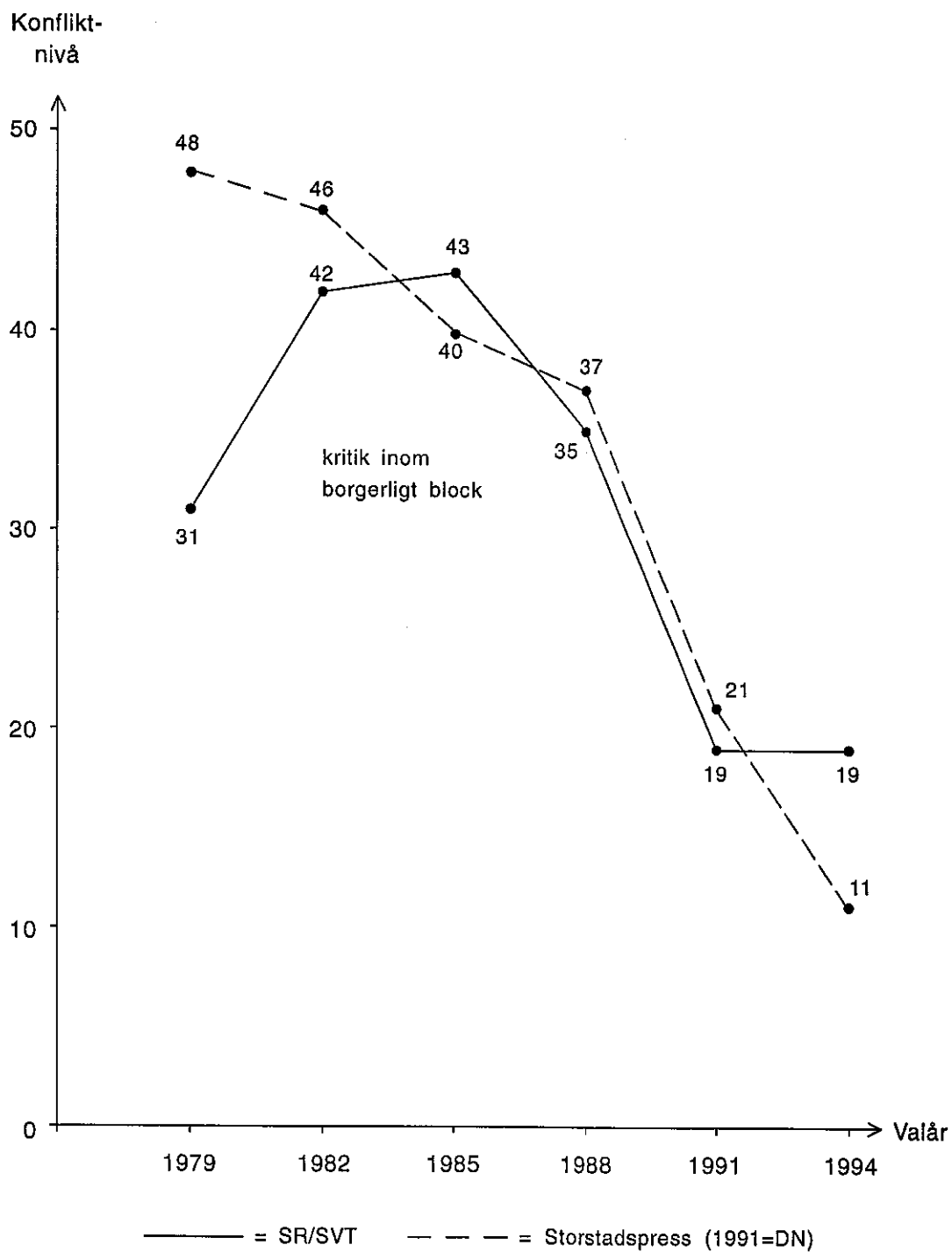
### Partiernas sakfrågeprofiler i medierna

Det **andra** huvudsättet som ett parti kan gynnas eller missgynnas på är genom den bild medierna ger av partiernas sakfrågeprofiler. En framgångsrik valrörelse för ett parti hänger starkt samman med om partiet lyckas komma fram i sina egna favoritfrågor - och undvika de frågor som man vet är negativa för partiet.

För att avgöra om ett parti gynnats eller missgynnats i dethär avseendet måste man dock ha en föreställning om vilken sakfrågeprofil partiet själv vill föra fram i valet. För att få reda på partiernas egna preferenser i årets val har partiernas **valmanifest** använts (se Förklaringar).

Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler och de sakfrågeprofiler som partierna får framträda med i nyhetsmedierna är överlag mycket stor i 1994 års valrörelse. Det

**Figur 10** Nyhetsmediernas bild av borgerlig sammanhållning i valen 1979-1994 (procentandel kritiska omdömen av samtliga uttalade omdömen mellan borgerliga aktörer).



Tabell 6 Socialdemokraternas motståndare i 1994 års valrörelse  
(procentandel kritiska/negativa omdömen)

Kritik <b>mot s</b> från:	TOT	Kritik <b>från s</b> mot:	TOT
v	2	v	4
s	3	s	4
c	10	c	3
fp	30	fp	6
m	44	m	28
kds	6	kds	9
mp	2	mp	5
nyd	0	nyd	1
"borgerliga"	3	"borgerliga"	40
s:a procent	100		100
n = antal kritiska/ negativa omdömen från partier	526		426
Procentandel kri- tiska/negativa omdömen från partier	71		
Totalt antal kri- tiska/negativa omdömen om s	745		

var den också i 1991 års valrörelse, men överensstämmelsen är ännu större i årets val.

Resultatet för varje enskilt parti och för varje enskilt nyhetsmedium redovisas, eftersom siffermaterialet är så omfattande, i appendix (tabell 7A-H).

### Moderaterna i topp

I tabell 8 presenteras resultatet - när det gäller överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler och partiernas sakfrågeprofiler - för nyhetsrapporteringen i sin helhet. Ju högre värde, desto större överensstämmelse (se Förklaringar).

TABELL 8

**Moderaterna** är i topp. De fick med andra ord i stor utsträckning tala om de sakfrågor de önskade - och i den utsträckning de ville. **Folkpartiet** följer tätt efter - och **vänsterpartiets** liksom **socialdemokraternas** egen sakfrågeprofil återspeglades också väl i nyhetsmedierna.

Värdena för de andra partierna - **centerpartiet**, **kristdemokraterna**, **miljöpartiet** och **ny demokrati** - är klart lägre.

Det här resultatet gäller för nyhetsmedierna i sin helhet. Ser vi till enskilda medier kan vi notera att det finns vissa skillnader. Det gäller exempelvis **Rapport** och den sakfrågeprofil som socialdemokraterna och moderaterna fick framträda med i TV2:s nyhetsprogram.

Socialdemokraternas egen sakfrågeprofil kom fram sämst i Rapport (Tabell 7B). Medan moderaterna kom fram bäst i Rapport (Tabell 7E).

Socialdemokraterna ville - enkelt uttryckt - framförallt prata om samhällsekonomin, det stora budgetunderskottet och statsskulden, och arbetslösheten. Men inte gärna om EU, miljöfrågor - och vad som partiet annars brukar vilja göra - om sociala välfärdsfrågor.

I Rapport fick socialdemokraterna främst komma till tals i sociala välfärdsfrågor - och inte så mycket om ekonomi och sysselsättning. Men de slapp, som de själva önskade, tala om EU och miljön.

Moderaterna uppvisade en mycket jämt fördelad sakfrågeprofil, där sociala välfärdsfrågor intog en central plats (vilket inte brukar vara fallet), liksom EU-frågan, samhällsekonomin och skattefrågor. Men partiet ville inte tala så mycket om miljöfrågor eller arbetslöshet.

I Rapport återspeglades moderaternas egen sakfrågeprofil mycket väl, även om moderaterna inte fick tala om EU-frågan i den utsträckning partiet själv ville.

Men det är viktigt att poängtera att även om det finns en klar skillnad i Rapportens sätt att spegla socialdemokraternas och moderaternas sakfrågeprofiler handlar det inte om att socialdemokraterna ges en helt missvisande sakfrågeprofil i Rapport.

### Partiernas valrörelseprofiler

Ett parti framträder inte enbart i **sakfrågor**, utan också i det som kan kallas **idéfrågor** och **maktfrågor** (regeringsfrågan). Även rapportering om s k **affärer** brukar förekomma, liksom det som kan ges samlingsbeteckningen **valrörelsen** som företeelse. Den senare kategorin handlar om alltifrån opinionsmätningar till reportage från valarbetarnas vardag.

I tabell 9 presenteras, vad som kan kallas, partiernas **valrörelseprofil** i nyhetsmedierna.

TABELL 9





1994 års medievalrörelse är sannolikt den mest sakfrågeinriktade av de sex valrörelser som har undersökts. Den handlade, som vanligt, inte särskilt mycket om idéfrågor. Regeringsfrågan blev dock något mer uppmärksammas än tidigare. Och rapporteringen kring politiska affärer var mycket liten.

Moderaterna var i stort sett det enda parti som förekom i samband med politiska affärer. Det var **Nyheter** i TV4 som till största delen stod för denna rapportering. Tjugo procent av moderaternas framträdanden i Nyheter handlade om vad som kan kallas affärer av olika slag.

### Ett smörgårdsbord av sakfrågor

Det **tredje huvudsättet** som ett parti kan gynnas eller missgynnas på är genom den uppmärksamhet olika frågor får i valrörelsen - utan att partiet självt behöver vara direkt inblandat.

Även om de samhällsekonomiska frågorna, med den statsfinansiella krisen i centrum, spelade en central roll i 1994 års medievalrörelse går det ändå inte att påstå att de dominerade valrörelsen. Många andra frågor togs också upp - och fördelningen mellan politikens olika sakområden är mycket jämn.

#### TABELL 10

Det framgår av tabell 10 som visar de sakfrågor som togs upp i nyhetsrapporteringen den sista valrörelsemånaden 1994. Det bör dock noteras att många enskilda sakfrågor, som vårdnadsbidrag och karensdagar, behandlades ur ett samhällsekonomiskt perspektiv. Men även mot denna bakgrund framstår 1994 års valrörelse i jämförelse med tidigare valrörelser närmast som ett "normalval" när det gäller de ekonomiska frågornas uppmärksamhet (tabell 11)

#### TABELL 11

### Frågor som slogs upp

Även om årets medievalrörelse erbjöd lite av ett smörgårdsbord av valfrågor slogs självfallet en del frågor upp mer än andra. I tabell 12 redovisas de fem mest uppmärksammade sakfrågorna i TV:s nyhetsprogram och i de fyra storstadsmorgontidningarna. Men också som en jämförelse - vilka frågor som låg på fem-i-topp-listan hos de politiska partierna och hos de svenska väljarna.

Det finns en viss skillnad mellan TV:s nyhetsprogram och de stora morgontidningarnas valbevakning. Dagspressen är mer samhällsekonomiskt inriktad och televisionen mer orienterad mot frågor som berör den sociala välfärden. Även EU-frågan får en större uppmärksamhet i dagspressen än i televisionen.

TV:s nyhetsprogram kan sägas vara mer inriktade på mjuka frågor - och pressen mer på hårda. Det enda nyhetsmediet som tar upp värdfrågor är exempelvis Nyheter i TV4. Men i stort är det ändå likheterna i urvalet av sakfrågor som dominerar.

EU-frågan tillhör, kanske något förvånande, de sakfrågor som placerar sig på fem-i-topp-listan, både i televisionen och i pressen.

Att bli karakteriserad som "en-fråga-som-kom-bort" garanterar alltid ett visst utrymme i medievalrörelsen, även om då uppmärksamheten inte i första hand tar upp frågans innehållsliga aspekter utan oftast spekulationer om varför frågan kom bort - och vad det kan tänkas få för konsekvenser osv.

Tabell 10 Sakfrågor i nyhetsrapporteringen sista månaden före val-  
dagen 1994 (procent)

	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB
Sysselsättnings- frågor	5	8	13	5	6	7	7	8
Samhällsekonomi	13	8	8	12	24	20	20	18
Personekonomi	2	2	1	4	2	2	1	2
Skattefrågor	8	5	7	3	5	7	4	4
Socialpolitik	8	6	6	11	3	5	2	6
Vårdfrågor	1	1	1	9	2	2	2	1
Familjepolitik	6	7	5	7	2	5	4	4
Skolfrågor	5	3	4	4	4	4	2	4
Bostadsfrågor	4	1	2	4	2	2	2	1
Miljöfrågor	2	2	1	0	4	3	6	4
Kultur, fritid	2	3	3	4	4	2	2	4
Flyktning/invandrar- frågor	6	6	2	4	5	3	2	2
Jämställdhetsfrågor	0	2	0	0	1	2	1	5
Jordbruksfrågor	2	2	2	0	1	1	2	1
Försvarsfrågor	4	3	4	3	3	3	3	2
Utrikes/internatio- nella frågor	8	3	10	5	3	4	3	4
Kärnkraft/energi	7	6	3	3	3	2	4	5
EU-frågan	7	7	15	6	12	12	14	10
Övrigt	10	25	13	16	14	14	19	15
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100
n =	107	85	110	81	739	508	555	364

antal artiklar/inslag där en enskild sakfråga dominerar

Kommentar: A-Ekonomi (Kanal 1) och Ekonomi-Ekot (P1) ingår inte i Aktuellt respektive Ekots resultat. Skulle dessa båda program tas med ökar självfallet andelen ekonomiska frågor i Aktuellt respektive Ekot.

Tabell 11 Sakfrågor i SVT (Rapport och Aktuellt) den sista månaden före valdagen 1979 - 1994 (procent)

	1979	1982	1985	1988	1991	1994
Sysselsättningsfrågor	7	16	8	1	6	6
Ekonomiska frågor	9	11	22	6	21	12
Skattefrågor	20	8	17	11	1	6
Sociala välfärdsfrågor	6	8	10	11	23	15
Miljöfrågor	10	3	5	22	8	2
Kärnkraft/energi	28	3	2	7	2	6
Löntagarfondsfrågan	2	20	7	1	1	1
EU-frågan	-	-	-	1	2	7
Övriga sakfrågor	16	31	29	40	36	45
Summa procent	100	100	100	100	100	100
n = antal inslag där en enskild sakfråga dominerar	238	177	199	243	153	192

Tabell 12 De viktigaste sakfrågorna i 1994 års valrörelse - i nyhetsmedierna, hos partierna och bland väljarna (procent)

Fem-i-topp i TV:s nyhetsprogram		Fem-i-topp i storstadspressen	
1. Sociala välfärdsfrågor	19	1. Ekonomiska frågor	23
2. Ekonomiska frågor	14	2. EU-frågan	11
3. EU-frågan	7	3. Sociala välfärdsfrågor	10
4. Sysselsättningsfrågor	6	4. Sysselsättningsfrågor	7
5. Skattefrågor	5	5. Skattefrågor	5
Fem-i-topp hos partierna		Fem-i-topp bland väljarna	
1. Ekonomiska frågor	16	1. Ekonomiska frågor	20
2. Sociala välfärdsfrågor	15	2. Sysselsättningsfrågor	19
3. Sysselsättningsfrågor	9	3. Social trygghet	10
4. EU-frågan	9	4. Miljöfrågor	10
5. Skattefrågor	7	5. Skattefrågor	9

**Kommentar:** Partiernas viktigaste sakfrågor är hämtade från partiernas valmanifest och väljarnas viktigaste sakfrågor utgör en bearbetning av SVT:s eftervalsundersökning. Se förklaringar.

## **Partiernas och väljarnas dagordning**

Ser vi till partiernas dagordning förekommer samma fem frågor i topp som på nyhetsmediernas dagordning. Och fyra av dem finns också med på väljarnas dagordning. Hos väljarna har miljöfrågan ersatt EU-frågan som en av de fem viktigaste valfrågorna.

På detta mycket allmänna plan tycks det alltså finnas en utbredd konsensus i det svenska samhället om vilka politiska frågor som är viktiga.

### **En summering**

Nu till en summering när det gäller nyhetsmediernas behandling av partierna i årets valrörelse.

#### **Socialdemokraterna gjorde sin sämsta medievalrörelse sedan valet 1979**

**Socialdemokraterna** fick som aktör, i jämförelse med tidigare valrörelser, en mycket ogynnsam behandling i nyhetsrapporteringen. Framförallt genom att partiet utsattes för mycket kritik. Det gällde i alla undersökta medier. Skillnaden mot 1991-års valrörelse är särskilt markant, då socialdemokraterna gjorde en bra medievalrörelse.

Socialdemokraternas egen sakfrågeprofil speglades dock förhållandevis väl i medierna. Socialdemokraterna fick visserligen ofta framträda i frågor som de själva inte önskade, men fick oftare komma till tals i sådana frågor de själva ville.

#### **Moderaterna gjorde sin bästa medievalrörelse någonsin**

**Moderaterna** i 1994 års valrörelse en mycket gynnsam behandling - både som nyhetsaktör och när det gällde partiets sakfrågeprofil. Resultaten tyder på att moderaterna har gjort sin bästa medievalrörelse någonsin.

Moderaterna, med Carl Bildt som dominerande figur, fick både stor uppmärksamhet och i mycket stor utsträckning tala om de sakfrågor de själva ville. Det gällde i alla undersökta medier, med ett visst undantag för Nyheterna i TV4, där partiet ofta förekom i samband med politiska affärer.

#### **Centerpartiet kom bort i valrörelsen - och framstod som profillöst i medierna**

**Centerpartiet** fick liten uppmärksamhet i nyhetsrapporteringen, men behandlades inte ogynnsamt. Det riktades mycket liten kritik i medierna mot partiet från de andra partiernas sida.

Centerpartiet kom därför bort i medievalrörelsen och partiets egen sakfrågeprofil speglades inte heller särskilt väl i medierna. I medierna kom därför partiet att framstå som profillöst.

#### **Folkpartiet spelade en central roll i valrörelsens slutskede**

**Folkpartiet** fick överlag en gynnsam behandling och en förhållandevis stor uppmärksamhet i nyhetsmedierna. Partiet fick i stor utsträckning ut sina valfrågor och kom genom partiledarens utspel i regeringsfrågan att spela en framträdande plats i valrörelsens slutskede.

Trots samarbetsinvierten från folkpartiets sida, fick socialdemokraterna i nyhetsmedierna mycket kritik från folkpartiet.

## **Kristdemokraterna gjorde en dålig medievalsörelse - och blev en av socialdemokraternas huvudmotståndare**

**Kristdemokraterna** gjorde i jämförelse med valet 1991 en mycket dålig medievalsörelse. 1991 gick kds fredat genom valsörelsen och utsattes för mycket liten kritik från partiernas sida och granskades sparsamt av journalisterna.

I 1994 års medievalsörelse blev däremot kds en av socialdemokraternas huvudmotståndare och utsattes för en hårdare journalistisk granskning.

## **Vänsterpartiet gjorde en bra medievalsörelse - men spelade en liten roll i nyhetsrapporteringen**

**Vänsterpartiet** gjorde i årets val en klart bättre medievalsörelse än i valet 1991. Men partiet fick inte någon större plats i nyhetsbevakningen och kom bland annat därigenom att framstå som profilöst i medierna.

Vänsterpartiet kan därför sägas ha gjort en bättre valsörelse i partiledarutfrågningar och debatter i radio och TV än i mediernas nyhetsrapportering.

## **Miljöpartiet fick en gynnsam behandling i medierna**

**Miljöpartiet** fick som aktör i nyhetsrapporteringen en mycket gynnsam behandling. Partiet fick i nyhetsmedierna större uppmärksamhet än vänsterpartiet och ungefär samma uppmärksamhet som centerpartiet och kds, men en betydligt gynnsammare behandling.

Partiet fick även i viss utsträckning ut sitt valbudskap i nyhetsmedierna, men i detta fall, liksom för vänsterpartiet, spelade partiledarutfrågningarna och debatterna i radio och TV en mycket viktigare roll för att få ut partiets valbudskap.

**Ny demokrati** spelade en marginell roll i medievalsörelsen. **Ny demokrati** fick som politisk aktör i nyhetsmedierna den minst gynnsamma behandlingen av samtliga partier. Partiet fick liten uppmärksamhet och fick inte heller komma till tals i några sakfrågor. Ny demokrati spelade därför en mycket marginell roll i nyhetsmediernas valbevakning.

## **Valjournalistik - tre teser**

Vad skall man då dra för slutsatser om 1994 års medievalsörelse - och då särskilt om nyhetsmediernas partiskhet.

Även om 1994 års medievalsörelse är lite svår att få grepp om - och i många avseenden var unik - kan mediernas bevakning enligt min mening passas in i ett mer generellt mönster.

Resultatet kan förenklat sammanfattas i tre punkter - eller om vi så vill - tre teser.

## **Medierna som motspelare och medspelare**

För det första står det klart att den **bild** press, radio och TV ger av valsörelsen kraftigt kan gynna eller missgynna ett politiskt parti. I årets val missgynnades socialdemokraterna kraftigt - och moderaterna gynnades.

Men, och det är viktigt, för Sveriges Radio och Sveriges Televisions del - och för TV4, fast i det fallet handlar underlaget endast om två val, finns det ingen systematik i den partiskhet som existerar. Det går inte att hävda att något parti eller politisk riktning systematiskt gynnas eller missgynnas i våra etermedier.

Nyhetsmedierna fungerar både som **medspelare** och **motspelare** till de politiska partierna. Rollen som medspelare och motspelare växlar mellan olika partier och från val till val. Tillfälligheter och händelser som inträffar under själva valkampanjen kan avgöra om medierna blir medspelare eller motspelare till ett parti.

I årets valrörelse blev medierna socialdemokraternas motspelare, i den förra valrörelsen fungerade de mera som partiets medspelare.

Även om det finns skillnader mellan olika nyhetsmedier är det likheterna i urval och tolkning och inte skillnaderna som är det mest utmärkande draget för modern svensk politisk journalistik. Det gör att om ett parti hamnar i ett ogynnsamt eller gynnsamt opinionsklimat, så slår det igenom i alla nyhetsmedier.

### Mediebilden avgörande för valresultatet

För det **andra** spelar den **bild** medierna ger av partierna och valrörelsen en viktig roll för partiernas valresultat.

Vid ett första påseende verkar detta - mot bakgrund av valresultatet i årets val - vara ett sanslöst påstående. Socialdemokraterna fick sin sämsta behandling i medierna sedan 1979 - samtidigt som partiet gjorde en av de största valvinsterna någonsin.

Och i 1991 års valrörelse gjorde socialdemokraterna en av sina allra största valförluster - samtidigt som partiet fick en mycket gynnsam behandling i medierna.

Hur går detta ihop?

Vi får inte glömma att det är mediebehandlingen av partierna under den sista valrörelsemånaden som undersökts. Det är alltså i första hand opinionsförändringarna under denna period det handlar om att förklara.

Och då kommer vi i ett annat läge.

Socialdemokraterna startade 1994 års valrörelse från en mycket stark ställning. Opinionsinstitutet visade, innan valrörelsen började, på siffror över 50 procent. Valresultatet blev till slut drygt 45 procent. Partiet förlorade alltså många röster under själva valrörelsen.

I valet 1991 var läget annorlunda. Då uppvisade socialdemokraterna före valrörelsen opinionssiffror på under 30 procent, för att sedan hamna på ett valresultat på drygt 37 procent. Partiet vann alltså många röster under själva valrörelsen.

Jag skall inte fördjupa mig i denna fråga, men under de sex medievalrörelser som jag nu undersökt har jag kunna finna klara samband mellan den bild som ges av partierna i medierna och partiernas valresultat.

Men sambandet är inte så enkelt. Det finns ett växelspel mellan partiernas behandling i medierna och dess ställning i opinionen. En gynnsam behandling leder till bättre opinionssiffror, som i sin tur leder till större uppmärksamhet osv, osv. Partierna kan genom denna växelverkan hamna i **nedåtgående spiraler** och **uppåtgående spiraler** som kan vara mera eller mindre utsträcka i tiden.

Det är möjligt att **Centerpartiets** ställning i väljaropinionen och i nyhetsflödet är ett exempel på en sådan långdragen nedåtgående spiral. I Figur 11 presenteras partiets valresultat och partiets exponering i radio och TV från 1979 års val fram till årets val.

FIGUR 11

Det är alltså inte rimligt att enbart betrakta centerpartiets ställning hos valmanskåren som ett resultat av partiets exponering i medierna. Partiets ställning i opinionen påverkar också den uppmärksamhet partiet får i medierna.

### **Det är inte enbart journalisterna som bestämmer mediernas bild av partierna och valrörelsen**

Och för det **tredje**: Det är inte bara journalisterna som bestämmer den bild som ges av partierna och valrörelsen. Den **bild**, som alltså är ett så viktigt påverkansinstrument, bestäms också av partierna själva - och deras inbördes kamp.

Och då är vi slutligen inne på frågan om nyhetsmediernas partiskhet i 1994 års valrörelse. Var nyhetsmediernas bild av socialdemokraterna partisk? Var den orättvis?

Innan jag går in på den frågan vill jag påpeka att den undersökning som här presenteras genomförs inom ramen för ett **fristående vetenskapligt** forskningsprojekt, där jag i första hand är intresserad av att besvara frågan om nyhetsmediernas **faktiska** partiskhet. Huruvida denna faktiska partiskhet är **oskälig** eller ej behöver jag nödvändigtvis inte själv ta ställning till.

När det gäller den faktiska partiskheten är det, i varje fall för mig, uppenbart att resultaten visar att socialdemokraterna missgynnades i mediernas nyhetsrapportering.

Om denna faktiska partiskhet var oskälig eller ej är naturligtvis svårare att besvara. Under alla omständigheter bör vi ha klart för oss att slutsatser om mediernas faktiska partiskhet inte **automatiskt** är giltiga på den normativa nivån.

När vi fick fram resultatet - om exempelvis **Rapports** behandling av de båda regeringsalternativen - var det självklart att vi skärskådade resultatet ännu en gång.

Resultatet var - vid ett första påseende - en aning överraskande. Rapport har ju i tidigare val balanserat regeringsalternativen väl. Och det har Göteborgs-Posten och Dagens Nyheter också. Och nu hamnade de på ungefär samma plats igen. Det tydde ju trots allt på att resultatet inte var så märkligt.

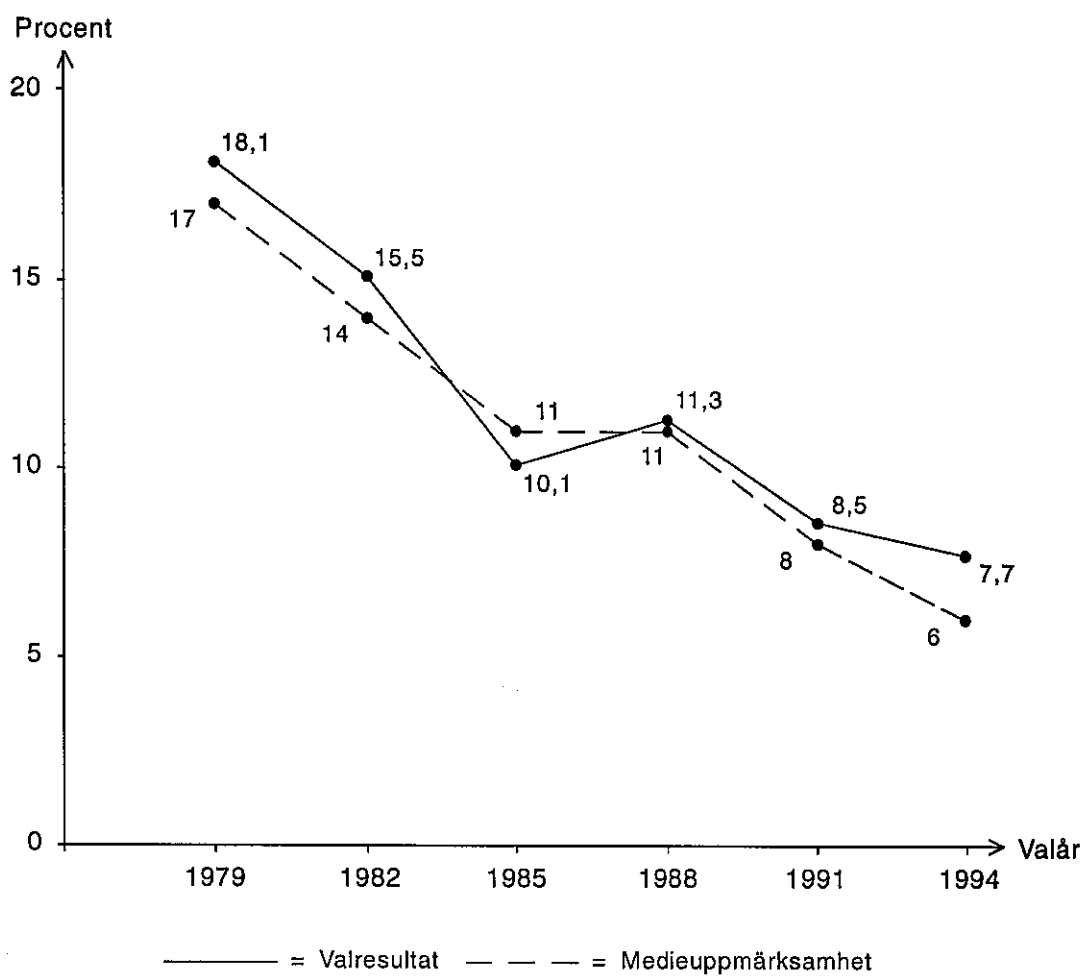
I årets val har det blivit vanligare med kommentarer och analys på nyhetsplats. Fanns det något där? Nej, de kommentarer som gavs av Rapport-medarbetarna var inte särskilt negativa gentemot socialdemokraterna. De var överhuvudtaget mycket neutralt hållna. Det gällde för analys och kommentarer i DN också.

Jag skall inte gå in på detaljer - men min huvudslutsats är att det är själva nyhetsurvalet - speglingen av valdebatten - som främst kom att missgynna socialdemokraterna - och gynna moderaterna. Partiskheten finns inte i redigeringen av nyhetsmaterialet.

För att ta ett mycket konkret exempel. I Rapport får moderaterna komma till tals 97 gånger och socialdemokraterna 96. Socialdemokraterna kritiseras 55 gånger, medan moderaterna utsätts för kritik 20 gånger. Det är nakna siffror som man kanske kan tycka sakna betydelse.

Men det är främst den här typen av nyhetsurval som resulterat i att socialdemokraterna har fått en sådan ogynnsam behandling i årets val.

**Figur 11** Centerpartiets uppmärksamhet i Sveriges Radios/Sveriges Televisions nyhetsprogram och Centerpartiets valresultat 1979-1994 (procent).





Och då har vi kommit dit där jag började. En viktig förklaring till att socialdemokraterna fick framträda så förhållandevis få gånger i förhållande till den kritik de fick i medierna var att socialdemokraterna i valrörelsen behandlades som om de redan var ett regeringsparti.

Valrörelsen kom därför i mycket stor utsträckning att handla om kritiska reaktioner på socialdemokraternas så att säga "regeringspolitik", och inte den sittande regeringens politik. Som för övrigt närmast uppträdde som den redan hade avgått och befann sig i oppositionsställning. Och kritiken mot socialdemokraterna kom inte bara från de politiska motståndarna utan också från marknadens aktörer, vanligt folk och experter.

Socialdemokraterna behandlades med andra ord som ett **oppositionsparti** när det gällde att få komma fram i nyhetsmedierna, men som ett **regeringsparti** när de kritiserades i medierna.

Frågan som då inställer sig är naturligtvis vilken roll som socialdemokraterna själva spelade för att det blev så här?

Det är uppenbart att socialdemokraterna tidigt såg sig vinnare i valet och som en kommande regering. Bland annat drog ju Ingvar Carlsson sig tillbaka för att planera vad som skulle hända efter valsegern.

Men det går naturligtvis inte fullt ut att rättfärdiga den ogynnsamma behandlingen genom att påstå att socialdemokraterna hade sig själva att skylla.

Eller att den ogynnsamma behandlingen i medierna under valrörelsen var det pris socialdemokraterna fick betala för att få ett friare mandat för sin politik efter valet och slippa en kritisk intern debatt om gapet mellan partiets retorik och faktiska politik.

Jag skall inte föra resonemanget vidare, utan bara konstatera att partierna själva i stor utsträckning är med om att skapa den bild som ges av dem i en valrörelse. Bilden skapas inte enbart av journalister.

### **Kvinnor och män i medierna**

Jag skall inte sluta riktigt här. Jag vill helt kort runda av med något helt annat som det brukar heta i våra nyhetssändningar.

Den nyvalda svenska riksdagen består av 40 procent kvinnor. Hälften av regeringen är kvinnor.

Hur såg det då ut i nyhetsmedierna under den valrörelse som ledde fram till dethär världsunika resultatet?

Svaret ges i tabell 13, där andelen kvinnor och män som fått framträda som huvudaktörer i nyhetsbevakningen presenteras.

#### **TABELL 13**

I topp ligger **Nyheter** i TV4 med 32 procent kvinnor. I botten ligger **Dagens Nyheter** med 17 procent. I genomsnitt är 24 procent kvinnor och 76 procent män.

Frågan är om den ökande kvinnorepresentationen i riksdag och regering ger något utslag i nyhetsrapporteringen framöver?

Vi får väl undersöka det i nästa val.

Tack.

Tabell 13

Kvinnor och män som huvudaktörer i nyhetsrapporteringen månaden före valet 1994 (procent)

	Huvudaktörer		S:a procent	Antal inslag/artiklar med personaktör
	Kvinnor	Män		
1. Nyheterna	32	68	100	105
2. Göteborgs-Posten	28	72	100	531
3. Arbetet	27	73	100	290
4. Rapport	26	74	100	117
5. Aktuellt	21	79	100	82
6. Svenska Dagbladet	21	79	100	519
7. Ekot	18	82	100	97
8. Dagens Nyheter	17	83	100	563
Medelvärde	24	76	100	

## PROJEKTMEDARBETARE

1994 års medievalsundersökning har utförts av Bengt Johansson, Anna Maria Andersson, Karin Fogelberg, Åsa Nilsson och Helene Svedberg.

## UNDERSÖKNINGEN

Samtliga undersökningar har sedan starten 1979 finansierats av **Riksbankens jubileumsfond (RJ)** och **Humanistiska samhällsvetenskapliga forskningsrådet (HSFR)** inom ramen för olika forskningsprojekt vid Göteborgs universitet och institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG).

Den nu aktuella undersökningen ingår i ett av HSFR stött forskningsprogram: **Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet** där det övergripande syftet är att i ett brett perspektiv och inom olika områden studera svensk samhällsjournalistik utifrån normativa utgångspunkter. Och i detta forskningsprogram ingår bl a studier av mediernas kvalitet som informationsunderlag för de svenska medborgarnas ställningstagande i de politiska valen, liksom studier av den kommande EU-omröstningen.

## UNDERSÖKNINGSPERIOD OCH URVAL

Analyserna av mediernas innehåll omfattar nyhetsrapporteringen i press, radio och TV de sista fyra veckorna för valdagen 1994. I medieurvalet ingår Nyheterna i TV4 och Sveriges Radios tre nyhetsredaktioner Rapport, Aktuellt och Ekots 18-sändning samt fyra stortstadstidningar: Svenska Dagbladet (obund m), Dagens Nyheter (ober) Göteborgs-Posten (lib) och Arbetet (s).

## FÖRKLARINGAR

### Aktörsbehandlingsindex (AB-index)

Avsikten med AB-indexet är att på ett enkelt sätt ge en sammanfattande bild av hur en aktör behandlas i medierna. AB-indexet anger - något förenklat uttryckt - förhållandet mellan i vilken utsträckning ett parti får komma till tals som agerande aktör, i vilken utsträckning partiet som omtalad aktör utsätts för "kritik" och i vilken utsträckning det får "beröm". På så sätt kan olika mediers behandling av olika aktörer jämföras. Och kanske inte minst viktigt - det går att jämföra hur olika aktörer har behandlats över tid, eftersom undersökningstekniken är densamma i val efter val.

Indexet bygger på följande komponenter:

1. antalet gånger som man får komma till tals som agerande aktör
2. antalet gånger man som omtalad aktör får beröm
3. antalet gånger man som omtalad aktör får kritik
4. antalet gånger man blir omtalad utan att någon värdering görs.

Aktörens totala uppmärksamhet delas sålunda in i fyra beståndsdelar, där de två första antas vara ett uttryck för en positiv behandling, den tredje för en negativ och den fjärde för en neutral behandling. AB-indexet beräknas sedan som skillnaden mellan antalet gånger en aktör får en positiv behandling (1+2) och antalet gånger en aktör får en negativ behandling (3) dividerat med det totala antalet gånger en aktör exponeras i medierna (1+2+3+4) multiplicerat med 100. Indexet kan variera mellan -100 och +100.

### Partiernas egna sakfrågeprofiler

Partiernas egna sakfrågeprofiler bestäms med utgångspunkt från partiernas valmanifest. Att fastställa vilka valbudskap som partierna vill föra ut till väljarna är inte oproblemiskt. Ett av problemen är av källkritisk natur: vilka dokument eller källor skall ligga till grund för att få reda på partiernas valbudskap? I detta speciella fall bör dokumentet uppfylla följande krav:

1. det måste i princip föreligga före valkampanjens start
2. det skall vara offentligt och rikta sig till en bred publik
3. det skall ligga på samma formmässiga nivå som medierna (och väljarna eftersom det även används för jämförelser med väljarna)
4. det skall ha ungefär samma utformning och vara av samma omfattning hos samtliga partier.

Jag har i tidigare studier valt att utgå ifrån partiledarnas valupptaktstal eftersom dessa bäst uppfyller de ställda kraven. I 1994 års valrörelse har det emellertid hållits få traditionella valupptaktstal. Därför har partiernas valmanifest/valprogram använts, eftersom alla partier i årets val har haft skrivna valprogram utformade på ett likartat sätt. Peter Esaiassons forskningsprojekt Partiernas Opinionspåverkan har välvilligt ställt materialet till förfogande.

### Överensstämmelsekoefficienten

Överensstämmelsekoefficienten (ÖK) visar graden av likhet eller överensstämmelse mellan två procentfördelningar. En koefficient på 1.0 innebär en total överensstämmelse och en koefficient på 0 en total brist på överensstämmelse. Se Asp, Mäktiga massmedier (1986 s 136) för en redovisning av hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) är konstruerad och hur den beräknas.

## **VÄLJARNAS VIKTIGASTE VALFRÅGOR**

Resultatet i tabell 12 bygger på en bearbetning av fråga 11 i SVT:s vallokalsundersökning (VALU 94): "Hur viktiga var följande frågor för Ditt val av parti i årets riksdagsval? Kryssa för de tre frågor som var viktigast för Dig."

Resultatet i tabell 12 är beräknat med antal svar som procentbas och inte som vanligtvis är fallet med antalet svarspersoner som procentbas. Anledningen till detta förfarande är att möjliggöra jämförelser med mediernas och partiernas dagordning.

Dessutom har svaren på alternativen "Budgetunderskottet och statsskulden" förts till svarsalternativet "Svenska ekonomin" (det förra är onekligen en del av det senare). Svar där båda alternativen angetts har räknats som "ett svar".

## FÖRKORTNINGAR

RAP = Rapport kl 19.30 (TV2)

AKT = Aktuellt kl 21.00, söndag kl 18.00 (kanal 1)

EKO = Ekoredaktionens 18-sändning

NYH = Nyheterna kl 22.00 (TV4)

SR = Sveriges Radio

SVT = Sveriges Television (Rapport och Aktuellt sammantagna)

DN = Dagens Nyheter

SVD = Svenska Dagbladet

GP = Göteborgs-Posten

ARB = Arbetet

## LITTERATURHÄNVISNING

För en ingående redogörelse för undersökningarnas uppläggning och genomförande se "Politisk journalistik - studier i mediernas partiskhet och makt" av Kent Asp i Ulla Carlsson (red) Forskning om journalistik, Nordicom, 1988:4. Den första studien, av 1979 års valrörelse, publicerades i Kent Asp m fl Väljare Partier Massmedia, Liber, 1982. För en mer ingående redogörelse för innehållsstudiernas allmänna teoretiska utgångspunkter och en diskussion kring slutsatser om medieinnehållsegenskaper på deskriptiv och normativ nivå hänvisas till kapitel 5 "Massmedierna som informations- och opinionsförmedlare" i Holmberg och Asp Kampen om kärnkraften, Liber, 1984 och Kent Asp Mäktiga massmedier, Akademi-litteratur, 1986, (kapitel 1, 3 och 5-8). För en redogörelse av 1988 års medievalrörelse se kapitel 3 "Medierna och valrörelsen" av Kent Asp i Gilljam och Holmberg (red) Rött blått grönt, Bonniers, 1990.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

A

Egen profil	Vänsterpartiet									
	Sakfrågeprofil i:									
	RAP	AKT	EKO	NVH	SVD	DN	GP	ARB		
1. Sysselsättningsfrågor	10	0	0	0	11	7	14	8		
2. Ekonomiska frågor	10	0	34	49	8	20	15	6		
3. Skattefrågor	5	0	25	0	8	7	8	8		
4. Sociala välfärdsfrågor	21	0	75	33	16	11	21	16		
5. Miljöfrågor	6	0	0	0	2	9	5	11		
6. EU-frågan	6	10	0	33	0	23	15	17		
7. Övrigt	33	70	0	0	17	32	31	29		
	100	100	100	100	100	100	100	100		
Antal utsagor	111	10	4	3	6	48	54	60		
ÖK =	-	.59	-	-	.79	.85	.90	.80		

Medelvärde = .79

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

B

Egen profil	Socialdemokraterna									
	Sakfrågeprofil i:									
	RAP	AKT	EKO	NVH	SVD	DN	GP	ARB		
1. Sysselsättningsfrågor	16	13	21	10	8	7	10	12		
2. Ekonomiska frågor	36	11	19	16	24	17	20	20		
3. Skattefrågor	7	8	9	10	8	14	7	8		
4. Sociala välfärdsfrågor	6	24	13	14	30	13	18	21		
5. Miljöfrågor	1	0	3	0	2	1	3	1		
6. EU-frågan	4	3	6	8	7	5	4	4		
7. Övrigt	30	42	37	31	38	38	35	34		
	100	100	100	100	100	100	100	100		
n = antal utsagor	111	66	68	72	48	404	330	247		
ÖK =	-	.69	.80	.79	.78	.80	.72	.78		

Medelvärde = .77

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

C

Egen profil	Centerpartiet									
	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB		
1. Sysselsättningsfrågor	12	20	17	34	7	6	8	9		
2. Ekonomiska frågor	12	10	22	22	17	21	19	14		
3. Skattefrågor	12	15	28	11	7	12	7	3		
4. Sociala välfärdsfrågor	6	10	5	0	7	5	7	12		
5. Miljöfrågor	12	10	17	11	13	9	18	16		
6. EU-frågan	6	0	0	0	12	7	5	11		
7. Övrigt	40	35	11	22	37	40	36	35		
n = antal utsagor	100	100	100	100	100	100	100	100		
ÖK =	17	20	18	9	136	134	130	89		
Medelvärde = .74	.75	.72	.66	.71	.78	.76	.76	.78		

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

D

Egen profil	Folkpartiet									
	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB		
1. Sysselsättningsfrågor	5	6	11	0	8	8	9	11		
2. Ekonomiska frågor	10	12	11	31	22	14	20	24		
3. Skattefrågor	18	17	26	19	10	13	11	15		
4. Sociala välfärdsfrågor	21	24	26	25	15	26	19	18		
5. Miljöfrågor	0	0	0	6	1	2	4	1		
6. EU-frågan	8	6	4	0	5	3	6	1		
7. Övrigt	38	35	22	19	39	34	31	30		
n = antal utsagor	100	100	100	100	100	100	100	100		
ÖK =	38	17	27	16	190	174	146	72		
Medelvärde = .82	.82	.86	.77	.69	.83	.89	.91	.82		

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

	Moderaterna									
	Egen profil	RAP	AKT	EKO	NVH	SVD	DN	GP	ARB	
1. Sysselsättningsfrågor	6	7	2	12	0	5	7	9	7	7
2. Ekonomiska frågor	12	15	31	4	22	19	16	19	14	14
3. Skattefrågor	9	15	17	14	16	13	16	15	11	11
4. Sociala välfärdsfrågor	16	15	14	6	13	11	11	12	11	11
5. Miljöfrågor	1	2	0	4	0	1	1	0	2	2
6. EU-frågan	15	5	5	17	3	14	12	11	4	4
7. Övrigt	41	41	31	43	46	37	37	34	51	51
n = antal utsagor	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ÖK =	145	59	42	51	32	342	267	189	175	175
Medelvärde = .83	-	.89	.73	.82	.78	.89	.88	.84	.84	.84

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

	Kristdemokraterna									
	Egen profil	RAP	AKT	EKO	NVH	SVD	DN	GP	ARB	
1. Sysselsättningsfrågor	6	0	0	0	10	1	4	5	8	8
2. Ekonomiska frågor	6	9	19	0	20	21	15	10	8	8
3. Skattefrågor	4	9	12	22	0	5	3	3	0	0
4. Sociala välfärdsfrågor	21	8	25	11	50	29	24	37	16	16
5. Miljöfrågor	6	0	0	0	0	5	1	5	4	4
6. EU-frågan	11	0	0	0	0	4	1	5	0	0
7. Övrigt	46	74	44	67	20	35	52	35	64	64
n = antal utsagor	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ÖK =	56	12	16	9	10	79	72	65	25	25
Medelvärde = .72	-	.64	.75	.67	.53	.76	.82	.80	.78	.78

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.



Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

	Miljöpartiet									
	Egen profil	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB	ARB
1. Sysselsättningsfrågor	3	0	0	9	0	9	5	4	7	7
2. Ekonomiska frågor	19	28	15	9	0	24	12	8	53	53
3. Skattefrågor	16	0	10	19	100	4	12	3	7	7
4. Sociala välfärdsfrågor	4	0	0	18	0	6	8	16	7	7
5. Miljöfrågor	15	22	10	0	0	8	8	13	13	13
6. EU-frågan	12	29	5	9	0	23	25	19	13	13
7. Övrigt	31	21	60	36	0	26	30	37	0	0
n = antal utsagor	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ÖK =	69	14	20	11	1	53	60	75	15	15
Medelvärde = .71	-	.67	.71	.72	-	.76	.81	.74	.58	.58

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

Tabell 7 A-H Överensstämmelsen mellan partiernas egna sakfrågeprofiler inför valet 1994 och partiernas sakfrågeprofiler i enskilda nyhetsmedier (procent)

	Ny demokrati									
	Egen profil	RAP	AKT	EKO	NYH	SVD	DN	GP	ARB	ARB
1. Sysselsättningsfrågor	8	0	-	0	0	0	3	13	18	18
2. Ekonomiska frågor	6	0	-	0	100	47	21	11	9	9
3. Skattefrågor	0	0	-	0	0	6	7	3	5	5
4. Sociala välfärdsfrågor	18	0	-	100	0	23	43	25	18	18
5. Miljöfrågor	5	0	-	0	0	6	0	0	4	4
6. EU-frågan	5	0	-	0	0	0	4	0	0	0
7. Övrigt	58	100	-	0	0	18	22	48	46	46
n = antal utsagor	100	100	-	100	100	100	100	100	100	100
ÖK =	63	4	-	1	1	17	28	37	23	23
Medelvärde = .66	-	-	-	-	-	.47	.53	.80	.82	.82

Kommentar: Se förklaringar hur partiernas egna sakfrågeprofiler är beräknade och hur överensstämmelsekoefficienten (ÖK) beräknas.

## PUBLIKATIONER FRÅN INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK OCH MASSKOMMUNIKATION

Från och med 1 juli 1990 publiceras tre serier av avhandlingar och rapporter vid Institutionen för journalistik och masskommunikation:

1. Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation.
2. Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation.
3. Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation.

Redaktör för de tre serierna är professor Lennart Weibull. De två serierna *Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation* och *Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation* säljs genom avdelningens försorg. Beställningar kan ske på den talong som finns efter publikationsförteckningen.

Fram till den 1 juli 1990 utgavs rapporterna istället vid Avdelningen för Masskommunikation och hade följande namn: *Göteborgsstudier i masskommunikation*, *Rapporter från Avdelningen för masskommunikation* och *Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation*.

***Skrifter utgivna efter den 1 juli 1990:***

### **Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation**

1. Robert Burnett (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*
2. Roger Wallis (1991) *Internationalisation, Localisation & Integration*  
Pris: 200 kronor.
3. Ronny Severinsson (1994) *Tidningar i konkurrens. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950 - 1985.*  
Pris: 200 kronor.
4. Bo Reimer (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity.* Almqvist & Wiksell International, Stockholm.

## Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation

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 - *Samhällskommunikation under 80-talet. En kunskapsöversikt*.  
Pris: 150 kronor.

## Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation

1. Ronny Severinsson (1990) *Massmedier, allmänhet och flyktingfrågor i Sverige och Sjöbo. En fallstudie på Sjöbo*  
Pris 60 kronor.
2. Ronny Severinsson (1990) *Tidningsläsning i Nordvästra Skåne*  
Pris 60 kronor.
3. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne. En presentation av en läsarundersökning*  
Pris 60 kronor.
4. Bo Reimer (1990) *Kulturdiskussioner — Inlägg i tre eviga debatter*  
Pris: 60 kronor
5. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i Jönköping. En presentation av en läsarundersökning*  
Pris: 60 kronor
6. Charlotta Kratz (1991) *Verklighetsval och kapital. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av stockholms-tidningar utanför Stockholm*  
Pris: 60 kronor
7. Deanna Hultman (1991) *Dynamisk public relations. En explorativ studie av public relations i fyra företag*  
Pris: 60 kronor
8. Admassu Tassew (1991) *Public service broadcasting concept and practice: a preliminary overview of the ideals and some swedish experience*  
Pris: 60 kronor

9. Ronny Severinsson (1991) *Tidningsvanor i Gästrikland 1989. Presentation av en läsarundersökning*  
Pris: 60 kronor
10. Lennart Weibull (1991) *Publik och medier i samspel. En analys gjord för MedieSverige 1991*  
Pris: 60 kronor
11. Monica Löfgren (1991) *Massmediernas räckvidd 1979 - 1990*  
Pris: 60 kronor
12. Lennart Weibull (1991) *Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning*  
Pris: 60 kronor
13. Charlotta Kratz (1991) *Tidningsläsning i Södra Halland 1990, jämförelser med situationen 1984*  
Pris: 60 kronor
14. Margareta Melin (1991) *Från kulturteori till journalistkultur. En litteraturöversikt över diskussionerna kring kulturbegreppet*  
Pris: 60 kronor
15. Charlotta Kratz (1991) *Från icke-läsare till allätare. Fyra läsartyper i Stockholm och i landsorten*  
Pris: 60 kronor
16. Kent Asp (1992) *Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse*  
Pris: 60 kronor
17. Ronny Severinsson (1992) *Med eller utan prenumeration i Eskilstuna och Katrineholm - Presentation av en läsarundersökning från hösten 1990*  
Pris: 60 kronor
18. Karin Björkqvist-Hellingwerf (1992) *MEDIEBAROMETERN 1979-1991*  
Pris: 60 kronor
19. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Dagspress och medievanor. En analys av läsvanestudien 1991*  
Pris: 60 kronor
20. Lennart Weibull och Karl Erik Rosengren (1992) *Sweden's view of the world. A Descriptive Report from the First Two BALTICOM Surveys*  
Pris: 60 kronor
21. Monica Löfgren-Nilsson (1992) *Kvinnligt, manligt, journalistiskt - journalisters syn på nyhetsvärdering*  
Pris: 60 kronor

22. Monika Djerf-Pierre (1992) *A Toaster With Pictures. The Evolution of American Broadcasting 1921-1991*  
Pris: 60 kronor
23. Charlotta Kratz (1992) *En fråga om smak. Om stabila och rörliga gruppers kulturella preferenser*  
Pris: 60 kronor.
24. Thomas Östberg (1992). *Sportjournalistik - en analys av fyra dagstidningar 1961 - 1991.*  
Pris: 60 kronor.
25. Karin Björkqvist-Hellingwerf (1993) - *Mediebarometern 1979 - 1992.*  
Pris: 60 kronor.
26. Carin Nilsson, Åsa Widgren (1993) - *Videotex - massmedium eller ej? En litteraturstudie och begreppsanalys.*  
Pris: 70 kronor
27. Margareta Melin (1993) - *Var finns kvinnorna? En analys av manligt och kvinnligt i kurslitteraturen vid Journalisthögskolan i Göteborg.*  
Pris: 70 kronor
28. Karin Björkqvist-Hellingwerf (1993) - *Läsvanestudiens mått på läsvanor. En analys av två mått mått på läsvanor.*  
Pris: 70,- kronor
29. Gunilla Jarlbro (1993) - *HIV-aktuellt - En läsarundersökning.*  
Pris: 70,- kronor.
30. Monica Löfgren-Nilsson (1993) - *Klimat och kön - Journalisters bedömningar av arbetsklimatet på nyhetsredaktioner.*  
Pris: 70,- kronor.
31. Bengt Carlsson, Inger Lindstedt, Lennart Weibull (1993) - *Studieresa till amerikanska högskoleutbildningar i journalistik, medier och kommunikation - En personlig reserapport.*  
Pris: 70,- kronor.
32. Håkan Hvitfelt, Lennart Weibull (1993) - *Pendeln har svängt - En reserapport från Kina.*  
Pris: 70,- kronor.
33. Ulf Wallin (1993) - *Den franska folkomröstningen - En analys av rapporteringen om den franska folkomröstningen om Maastrichtfördraget i svensk press, radio och TV samt i övriga nordiska länders press.*  
Pris: 70,- kr.
34. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) - *Tidningsläsning i Luleå och Kiruna. Presentation av en läsarundersökning.*  
Pris: 70,- kr.

35. Tomas Andersson (1994) - *Jönköpings-Posten och Smålandsposten - två småländska tidningsstrategier.*  
Pris: 70,- kr.
36. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) - *Mediebarometern 1979 - 1993.*  
Pris: 70,- kr.
37. Bengt Johansson (1994) - *Att studera massmediernas innehåll. En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation.*  
Pris: 70,- kr.
38. Maria Edström, Maria Jacobson (1994) - *Massmediernas enfaldiga typer - Kvinnor och män i mediebruset den 17 mars 1994.*  
Pris: 70,- kr.
39. Ingela Wadbring, Lennart Weibull (1994) - *På konsumenternas sida. En analys av hur konsumentfrågorna speglas i göteborgspressen.*  
Pris: 70,- kr.
40. Bo Reimer (1994) - *Kulturell identitet och massmedieanvändning på Åland.*  
Pris: 70,- kr.
41. Olof Hultén, Carin Nilsson (1994) - *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993 : Undersökning av sändningstid och programkategorier.*  
Pris: 70,- kr.
42. Kent Asp (1994) - *Medieval 94'. Anförande vid Folkkrörelsens Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval).* Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet.  
Pris: 70,- kr.

***Skrifter utgivna före den 1 juli 1990:***

**Göteborgsstudier i masskommunikation**

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige.*  
Stockholm: Liber.
2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje.*  
Almqvist & Wiksell International, Stockholm.
3. Lennart Weibull, Karin Björkqvist (1989) *Dagspressen och dess läsare.*  
Stockholm: Almqvist&Wiksell International.

## 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) *Annonsbladsläsning i Sverige*.  
Pris: 35 kr.
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*.  
Pris: 35 kr.
7. *Informatörer i Sverige: Arbetsmarknad Framtidsutsikter* (1986) Utdrag ur  
utredningen om informationsutbildning i Sverige (UHÄ-rapport 1985:13)
8. Ingela Strid och Lennart Weibull (1986) *Mediesverige 1986*.  
Pris: 45 kr.
9. Bo Reimer (1986) *Läsaren och tidningen*.  
Pris: 55 kr.
10. Rutger Lindahl (1986) *Nyheten om mordet på Olof Palme*.  
Pris: 40 kr.
11. Monika Djerf (1986) *Funktioner hos kabel-TV*.  
Pris: 55 kr.
12. Anders Ohlsson (1986) *Att svara eller inte svara - det är frågan*.  
Pris: 55 kr.
13. Ronny Severinsson (1987) *Den nya medieframtiden —TV via satellit och kabel*.  
Pris: 50 kr.
14. Ingela Strid och Lennart Weibull (1988) *Mediesverige 1988*.  
Pris: 95 kr.
15. Ronny Severinsson (1989) *Agerande och utveckling inom dagspressen i  
Västergötland*.  
Pris: 100 kr.

## Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation

1. Lennart Weibull (1984) TRENDER I MASSMEDIEANVÄNDNINGEN  
Pris: 60 kr.
2. Bo Reimer (1985) TIDNINGSLÄSNING I SÖDRA HALLAND  
Pris: 60 kr.
3. Lennart Weibull (1985) LÄSVANOR FÖR SVENSK MORGONPRESS.  
1979-1984.  
Pris: 60 kr.
4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) SPORT I MEDIERNA.  
Pris: 60 kr.
5. Lennart Weibull (1985) MASSKOMMUNIKATIONEN I SVERIGE.  
Några reflektioner om läget 1985.  
Pris: 60 kr.
6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) INTERNALISERAD KULTUR. Ett  
forskningsprogram om värden, individer och massmedier.  
Pris: 60 kr.
7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) MILESTONES IN MASS  
COMMUNICATION RESEARCH: MEDIA EFFECTS. A REVIEW ESSAY.  
Pris: 60 kr.
8. Bo Reimer (1985) VALUES AND THE CHOICE OF MEASUREMENT  
TECHNIQUE. The Rating and Ranking of Postmaterialism.  
Pris: 60 kr.
9. Lennart Weibull (1986) PRESS, RADIO, TV OCH NYA MEDIER  
I JAPAN.  
Pris: 60 kr.
10. NYHETSSPRIDNINGEN OM MORDET PÅ STATSMINISTER OLOF  
PALME. En sammanställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning  
2-4 mars 1986.  
Pris: 60 kr.
11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) KASSETTIDNINGSLÄSNING  
PÅ GOTLAND.  
Pris: 60 kr.
12. Lennart Weibull (1986) MASSMEDIERNAS FRAMTIDA UTVECKLING.  
Pris: 60 kr.
13. Ronny Severinsson (1986) TIDNINGSLÄSNING I SÖDERMANLAND.  
Pris: 60 kr.



14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986)  
TIDNINGSLÄSNING I KALMAR LÄN.  
Pris: 60 kr.
15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986).LÄSVANOR 1986.  
Pris: 60 kr.
16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren.(1986). MAPS OF CULTURE: MACRO  
AND MICRO.  
Pris: 60 kr.
17. Maria Elliot (1986). ALLMÄNHETENS SYN PÅ MASSMEDIERNAS  
TROVÄRDIGHET.  
Pris: 60 kr.
18. Lennart Weibull (1986) TENDENSER I SVENSK DAGSTIDNINGSLÄSNING.  
Pris: 60 kr.
19. Bo Reimer (1986) SOCIAL SPACE AND THE STRUCTURING OF  
COMMUNICATION PROCESSES.  
Pris: 60 kr.
20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) ACTIONS AND REACTIONS -  
THE NORDIC COUNTRIES IN AGE OF SATELLITE BROADCASTING.  
Pris: 60 kr.
21. Lennart Weibull (1987) MASSMEDIERNAS RÄCKVIDD 1985/86.  
Pris: 60 kr.
22. Ronny Severinsson (1987) DAGSPRESSUTVECKLINGEN I  
VÄSTERGÖTLAND.  
Pris: 60 kr.
23. Keith Roe (1987) THE SWEDISH MORAL PANIC OVER VIDEO 1980-84.  
Pris: 60 kr.
24. Bo Reimer (1987) DAGENS NYHETER I VÄSTRA SVERIGE.  
Pris: 60 kr.
25. Ann-Marie Hellerström (1987) LOKAL-TV- ETT REELLT ALTERNATIV  
TILL SATELLIT-TV.  
Pris: 60 kr.
26. Ronny Severinsson (1987) SKARABORGSPRESSENS INNEHÅLL 1950-  
1985.  
Pris: 60 kr.
27. Ronny Severinsson (1987) TIDNINGSLÄSNING I ESSUNGA,  
GÖTENE OCH VARA.  
Pris: 60 kr.

28. Karin Björkqvist (1988) TIDNINGSLÄSNING I GÄSTRIKLAND  
- presentation av en läsarundersökning.  
Pris: 60 kr.
29. Bo Reimer (1988) READING POSTMATERIALISM  
Pris: 60 kr.
30. Lennart Weibull (1988) PUBLICISTISK SED: Ett forskningsprogram om ett  
regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik.  
Pris: 60 kr.
31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) LÄSVANESTUDIEN 1986.  
Huvudresultat och metodjämförelse.  
Pris: 60 kr.
32. Magnus Anshelm (1988) SVERIGE - NU - SOM 86 - en jämförelse av två  
undersökningar.  
Pris: 60 kr.
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.  
Pris: 60 kr.
34. Magnus Anshelm (1988) MASSMEDIERNAS RÄCKVIDD 1986/87 - en  
analys av Mediebarometern.  
Pris: 60 kr.
35. Ingela Strid (1988) SVENSKA FOLKETS INTRESSEN 1973-1982  
En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen.  
Pris: 60 kr.
36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) MÅTT PÅ MÄTNING - En  
förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet  
hos linje- och ketegoribaserade mått.  
Pris: 60 kr.
37. Britt Börjesson (1988) BROTT OCH PUBLICITET  
Kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet.  
Pris: 60 kr.
38. Lennart Weibull (1988) RAPPORT FRÅN KONTAKTRESA TILL URUGUAY  
10-22 april 1988. under 1900-talet.  
Pris: 60 kr.
39. Gunilla Jarlbro (1988) EN KVALITATIV STUDIE AV HUR MÄNNISKOR  
UPPLEVER TIDNINGSSINNEHÅLL.
40. Monica Löfgren (1988) KABEL-TV I GÖTEBORG  
Pris: 60 kr.

41. Lennart Weibull (1988) LOKAL-TV VIA KABEL  
Synen på en ny kanal bland andra medier  
Pris: 60 kr.
42. Karin Björkqvist (1988) TIDNINGSLÄSNING I VÄRMLAND  
Presentation av en läsarundersökning från våren 1977.  
Pris: 60 kr.
43. Keith Roe (1988) ADOLESCENTS' VCR USE: HOW AND WHY  
Pris: 60 kr.
44. Monika Djerf (1989) FINNS DET FUNKTIONSDIMENSIONER  
I MEDIEANVÄNDNINGEN? - En faktoranalys.  
Pris: 60 kr.
45. Karin Björkqvist (1989) DET POLITISKA TIDNINGSSVALET  
Pris: 60 kr.
46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) LÄSVANOR OCH LÄSINTRESSEN  
Pris: 60 kr.
47. Monika Djerf (1989) MASSMEDIER OCH BESLUTSFATTARE:  
EN LITTERATURSTUDIE  
Pris: 60 kr.
48. Britt Börjesson (1989) PRESSENS SJÄLVSANERING  
Ett regelsystems framväxt  
Pris: 60 kr
49. Magnus Anshelm (1989) MEDIEBAROMETERN Resultat från 1988/99  
Pris: 60 kr
50. Lennart Weibull (1989) RAPPORT FRÅN EN ANDRA KONTAKTRESA TILL  
URUGUAY. Om massmedier, utbildning och forskning i social kommunikation  
samt Institutode Comunicacion y Desarrollo.  
Pris: 60 kr
51. Monica Löfgren (1989) TVÅ STATSRÅDS FALL I PRESSEN  
Pris: 60 kr.
52. Monica Löfgren (1989) NYHETSTIDNINGEN 8 SIDOR -  
innehåll, spridning och läsning  
Pris: 60 kr.
53. Keith Roe (1989) NOTES ON THE CONCEPT OF AGGRESSION  
AND ITS (MIS) USE IN MEDIA RESEARCH  
Pris: 60 kr.
54. Charlotta Kratz (1989) TIDNINGSLÄSNING I KALMAR OCH PÅ ÖLAND  
Pris: 60 kr.

55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989)  
CITY 103 OCH DESS LYSSNARE - en undersökning om lyssnandet på  
Svenska Arbetsgivareföreningens närradiostation i Göteborg  
Pris: 60 kr.
56. Karin Björkqvist (1990)  
MEDIEBAROMETERN UNDER ÅTTIOTALET  
Pris: 60 kr.
57. Roger Wallis (1990) MUSIC, MUSIC EVERYWHERE, AND  
SO MUCH OF IT THE SAME...  
Pris: 60 kr.
58. Charlotta Lekvall och Patrik Vult von Steyern  
CITY 103 OCH TRE LIVSSTILAR  
Pris: 60 kr.
59. Margareta Melin (1990) KOMMUNAKTUELLT - studier  
av tidningens spridning och abonnenternas läsvanor  
Pris: 60 kr.
60. Maria Elliot (1990) FÖRTROENDET FÖR MEDIERNA  
Pris: 60 kr.
61. Keith Roe (1990) NEVER HAS SO MUCH BEEN WRITTEN BY  
SO MANY ABOUT SO FEW, OR, WHY YOUTH RESEARCH?  
Pris: 60 kr.

