

SAMMA RÖSTER MED NYA ANSIKTEN
- En studie av Rapports innehålls-,
form- och presentationsmässiga för-
ändring över en tioårsperiod med
tyngdpunkt på begriplighet

Jakob Bjur & Jörgen Thörnqvist

ARBETSRAPPORT NR 53

ISSN 1101-4679

INNEHÅLL

ABSTRACT	2
TABELLER OCH FIGURER	3
1. INLEDNING	4
2. BAKGRUND	5
2.1 Massmedie- och informationsideologier	5
2.1.1 <i>Den frihetliga ideologin</i>	5
2.1.2 <i>Den sociala ansvars ideologin</i>	5
2.2 En ideologisk förändring?	6
2.3 Generella utvecklingstendenser i mediasystemet	7
2.3.1 <i>Kraftig expansion av medieutbudet</i>	7
2.3.2 <i>Marknaden spelar en allt större roll för medieutvecklingen</i>	8
2.3.3 <i>Internationalisering av mediasystemet</i>	8
2.4 Public service	9
2.5 Vilka eller vad avgör mediernas samhällsbild?	10
2.6 Masskommunikation och nyhetsmedier	11
2.7 Publiken	12
2.7.1 <i>Social bakgrund och den ojämlika kommunikationen</i>	12
2.7.2 <i>Social bakgrund och medieval</i>	13
2.7.3 <i>Socialt nätverk</i>	13
2.7.4 <i>Kunskapsklyftor</i>	14
2.7.5 <i>TV-nyheternas tittare - då och nu</i>	15
2.8 Preliminär problemformulering	16
3. TEORETISK DISKUSSION	17
3.1 En kommunikationsmodell	17
3.2 Meddelandets tillkomst	19
3.2.1 <i>Nyhetsvärdering</i>	19
3.2.2 <i>Journalistisk form</i>	20
3.2.3 <i>Medielogik och medieformat</i>	20
3.2.4 <i>Utrymmesaspekter</i>	21
3.2.5 <i>Tidsperspektiv</i>	21
3.3 Den förmedlade nyheten	22
3.3.1 <i>Form och innehåll</i>	22
3.3.2 <i>Korthetskrav</i>	23
3.3.3 <i>Bilden som nyhet</i>	24
3.3.4 <i>Berättarteknik (dramaturgi)</i>	25
3.3.5 <i>Vinkling</i>	27
3.3.6 <i>Personifiering</i>	27
3.3.7 <i>Serialisering</i>	28
3.3.8 <i>Presentation</i>	29
3.3.9 <i>Nyhetsankare</i>	29
3.3.10 <i>Intervjuer</i>	30
3.3.11 <i>Studiointervjuer</i>	30
3.3.12 <i>Upprepningar</i>	30
3.3.13 <i>Teknikens påverkan på presentationen</i>	31
3.4 Begriplighet	32
3.4.1 <i>Publikinriktade forskningstraditioner</i>	32

3.4.2	<i>Begriplighetsforskning</i>	33
3.4.3	<i>Receptionsanalys</i>	34
3.4.4	<i>Skillnader mellan begriplighetsforskning och receptionsanalys</i>	34
3.4.5	<i>Förståelse och begriplighet</i>	35
3.4.6	<i>Förståelseprocessen</i>	36
3.4.7	<i>Begriplighetsproblem och missförstånd</i>	37
3.4.8	<i>Kognitiva förhållningssätt vid TV-tittande</i>	37
3.4.9	<i>Nyheter, förståelse och minne</i>	38
3.4.10	<i>Begriplighetsforskningens resultat</i>	39
3.4.11	<i>Kunskaper och nyheter</i>	39
3.4.12	<i>TV-nyheters begriplighet</i>	40
3.4.13	<i>Presentation och begriplighet</i>	40
3.4.14	<i>Visuella hjälpmedel och begriplighet</i>	42
3.4.15	<i>Innehåll och begriplighet</i>	42
3.5	Kontentan av teorikapitlet	43
3.5.1	<i>Analysmodell</i>	44
3.5.2	<i>Innehållsmässiga faktorer</i>	46
3.5.3	<i>Presentationsmässiga faktorer</i>	46
3.5.4	<i>Form/dramaturgimässiga faktorer</i>	47
4.	SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	48
4.1	Frågeställningar	48
5.	METOD OCH MATERIAL	49
5.1	Olika angreppssätt	49
5.1.1	<i>Metodkombination</i>	50
5.2	Innehållsanalys	50
5.3	Från teori till empiri	51
5.4	Val av sändning	52
5.5	Tillvägagångssätt	53
5.6	Undersökningens kvalitet	54
6.	RESULTATREDOVISNING	55
6.1	Innehålls- och formaspekter	55
6.1.1	<i>Inslag</i>	55
6.1.2	<i>Land</i>	56
6.1.3	<i>Sakområde</i>	56
6.1.4	<i>Struktur</i>	59
6.1.5	<i>Perspektiv</i>	60
6.1.6	<i>Sammanfattning av innehållsaspekter</i>	62
6.2	Form- och presentationsaspekter	62
6.2.1	<i>Presentationsnivå</i>	62
6.2.2	<i>Personifiering och casestudy</i>	63
6.2.3	<i>Berättarteknik och serialisering</i>	64
6.2.4	<i>Sammanhang</i>	65
6.2.5	<i>Bildmaterialet</i>	67
6.2.6	<i>Intervjuer</i>	70
6.2.7	<i>Reportrar och korrespondenter</i>	72
6.2.8	<i>Flöde och programledarens roll</i>	75
6.2.9	<i>Inledande presentation</i>	76
6.3	Sammanfattning av resultat	79

7. SLUTDISKUSSION	81
7.1 Hur påverkas rapport av medieutvecklingen?	81
7.2 Begriplighet, relevans och intresse	83
7.3 Begriplighet som konkurrensmedel - vem vill göra begripliga nyheter och i sådana fall varför?	85
8. SAMMANFATTNING	87
LITTERATUR	89
BILAGOR	92
I Kvantitativa variabeldefinitioner	92
II Icke-kvantitativa variabeldefinitioner	98
III Kodschema	100
IV Kodbok	101
V Kompletterande tabeller	105

TABELLER OCH FIGURER

Figurer:

2:1 Publikens bakgrund, nyhetsmedieexponering och förståelse.	14
3:1 En kommunikationsmodell.	17
3:2 Delar av meddelandet.	22
3:3 Fönster mot TV-världen.	31
3:4 Olika aspekter av en nyhetshändelse.	41
3.5 Analysmodell för TV-nyheters förändring.	45
6:1 Tid fördelad över olika sakområden 1984/94.	57
6:2 Påannonser före och efter.	59
6:3 Rapports perspektivfördelning 1984/94.	60
6:4 Förekomst av sammanhang i inslagen.	65
6:5 Bildmaterialets illustrerande av inblandad, plats, orsak och konsekvens 1984/94.	68
6:6 Inledande presentation - ett exempel.	69
6:7 Förekomst av intervjuer.	70
6:8 Antalet intervjuer i reportage och feature.	71
6:9 Vilka som intervjuades i inslagen 1984/94.	72
6:10 Reportrars och korrespondenters agerande i reportage och featureinslag.	73
6:11 Per telefon - före och efter.	73
6:12 I bild på plats ... i händelsernas centrum.	74
6:13 I bild i studio - före och efter.	74
6:14 Den inledande presentationen av inslagen.	76
6:15 Grafisk symbol 1984 - ett exempel.	78
6:16 Grafisk symbol 1994 - ett exempel.	78
7:1 Begriplighets, relevans och intresse-triangeln.	83

Tabeller:

5:1 Undersökningsmaterialets datum.	52
5:2 Undersökningsmaterialets inslagsfördelning.	53
6:1 Inslagsfördelning 1984 och 1994 (sekunder och antal).	55
6:2 Inslagets fördelning på land (%).	56
6:3 Inslagets fördelning på olika sakområden 1984/94.	58
6:4 Sakområdets genomsnittliga inslagslängd.	59
6:5 Perspektiv fördelade över sakområdena utrikesfrågor, politik och ekonomi.	61
6:6 Presentationsnivå 1984/94.	62
6:7 Inslagsfördelning i avseende på personifiering och casestudy.	63
6:8 Kausalitetssamband i reportage och feature.	66
6:9 Bildmaterialets illustrering av inblandad, plats, orsak och konsekvens.	67
6:10 Inledande presentation relaterat till typ av inslag.	77

1. INLEDNING

Vi bestämde oss tidigt för att detta uppsatsarbete skulle behandla nyhetsförmedling av någon form. Efter många diskussioner och en närmast explorativ sökning av litteratur och annan information stod det klart att TV-nyheter var det vi ville undersöka. Ett betydande skäl till valet av TV-mediet var att mediasituationen i Sverige likväl i Europa under de senare åren har genomgått stora förändringar, och vi tyckte att det skulle vara intressant att se hur detta har påverkat informationsfunktionen i TV.

Som bekant har etermedierna avreglerats, monopolsituationen har bytts ut och marknaden har släppts in även på denna arena. Det har alltså uppstått ett nytt ovant konkurrensförhållande i den svenska etern. Den licensfinansierade public service TV:n har idag konkurrenser att "fightas" med, vilket skulle kunna leda till förändringar i programutbud, struktur och form. Under den senaste tiden har även tekniken inom den elektroniska journalismen gått fort framåt. Detta är synnerligen orsaker som gör det intressant att titta på om public service TV's sätt att förmedla nyheter har förändrats under en tioårsperiod.

SVT besitter sändningsrätten för två TV-kanaler med var sitt nyhetsprogram, vårt syfte har varit att undersöka TV2's rapport. Vi frågar oss hur rapport har förändrats under en 10 års period med avseende på form, innehåll och presentation samt vilka konsekvenser detta har för sändningarnas begriplighet. Utifrån vårt syfte ansåg vi att en innehållsanalys var den metod som skulle kunna svara på våra frågeställningar. Vi valde att skicka efter två veckors rapportnyheter från 1984 från Ljud och bild arkivet samt spela in två veckor 1994. Innehållsanalysen bestod av två delar dels en kvantitativ och dels en icke-kvantitativ, den senare valde vi att göra då vi ansåg att det annars skulle finnas risk att man missar intressanta och viktiga nyanser.

Uppsatsen följer en traditionell uppläggning, vi börjar med att i bakgrunden lägga fram och diskutera förändringar i medieideologiska frågor samt vart utvecklingen är på väg. Vilken roll har public service i denna utveckling och hur kan denna tänkas påverka nyhetsförmedlingen? Har public service samma möjlighet att uppfylla sin funktion som informationsförmedlande institution för sin publik?

Sedan följer vår teoretiska diskussion som är relativt omfattande. Den inleds med en kommunikationsmodell efter vilken resten av teorikapitlet är strukturerat. I kronologisk ordning följer sedan meddelandets tillkomst, den förmedlade nyheten samt begriplighet. I enlighet med vårt syfte ligger tyngdpunkten på den förmedlade nyheten och begriplighet.

Teoriavsnittet resulterar i en modell i vilken det utkristalliserar sig faktorer som ligger till grund för framställningen av ett analysinstrument. Efter teorikapitlet kommer uppsatsen syfte och frågeställningar tätt följt av diskussion av metod och material. I resultatredovisningen har vi valt att inte dela på den icke-kvantitativa och den kvantitativa undersökningen, utan vi kom fram till att framställningen skulle bli intressantare och få ett bättre flyt om resultaten sammanvävdes i presentationen. Efter resultatredovisning kommer en slutdiskussion där vi försöker binda ihop uppsatsen samtidigt som vi för en givande diskussion angående intresse, relevans och begriplighet. Utifrån detta presenterar vi en modell i form av en triangel där vi placerar in nyhetsredaktioner utifrån hur de förhåller sig till intresse, relevans och begriplighet i deras nyhetsförmedling. Slutligen följer en kortfattad sammanfattning av uppsatsen samt litteraturförteckning och bilagor.

2. BAKGRUND

Mediestruktur och massmedier har under historiens gång, på både gott och ont, genomgått kraftiga förändringar. Detta är en sanning, som med anledning av det senaste årtiondets tekniska utveckling av medierna och ideologiska förändring av mediestrukturen kommit att framstå allt tydligare. Det spekuleras ofta om ökande klyftor och ändrade sociala strukturer i det framväxande informationssamhälletsamhället. På den ena sidan den nya överklassen, de smarta, flexibla människor, som snabbt tillgodogör sig teknikens senaste finesser. På andra sidan den nya underklassen, de människor som inte hänger med. De halkar efter därför att de, i likhet med många äldre, saknar teknologisk kompetens och förmåga att sovra i det ökade flöde av information som översköljer dem.

Ökade kunskapsklyftor, är det den verklighet som framtidens kunskapssamhälle outhärligen måste leda till? Och hur tacklas i så fall problemet från samhällets sida? De nyhetsförmedlande organen utgör i detta sammanhang en mycket relevant informationsförmedlande länk. Hur televisionen som modernt massmedium och nyhetsmedium med stor räckvidd har formats och utformats är därmed av synnerligen stort intresse.

2.1 Massmedie- och informationsideologier

I uppbyggnad av nationella mediasystem har skilda stater utvecklat olika förhållningssätt till reglering av massmedier. Skillnaderna grundas i ideologiska synsätt som i avseende på synen på massmediers funktioner i samhället skiljer sig från varandra. Dessa ideologiska synsätt är i stort uppgjorda efter olika politiska ideologier. Hadenius och Weibull (1989) beskriver fyra stycken huvudmodeller av massmedie- eller informationsideologier: auktoritär, frihetlig, social ansvars och marxistisk ideologi. I diskussion av det svenska mediasystemets informationsideologi och dess förändring är det huvudsakligen den frihetliga och den sociala ansvars ideologin som är av intresse.

2.1.1 Den frihetliga ideologin

Utgångspunkten för den frihetliga ideologin är i grund och botten en positiv människosyn. Människorna är aktiva samhällsmedborgare och utnyttjar massmedier som främsta kanal för att föra fram åsikter såväl kritiska som positiva. Medborgarna skall med andra ord fungera som en tredje statsmakt vid sidan av regering och riksdag.

Censur av de fria massmedierna får ej förekomma. De oberoende medierna skall föra en fri och öppen debatt oavsett om den är kritisk emot etablissemang. Grunden för att detta skall kunna existera är att det råder en fri etableringsrätt och fri konkurrens. Här lyser det marknadsekonomiska tänkandet igenom, dvs om marknaden är fri så kommer medborgarnas efterfrågan leda till att de bästa varorna och åsikterna kommer fram. Denna ideologi påtalar alltså hur viktig den fria opinionsbildningen är för det demokratiska samhället. Ideologin utvecklades främst i England och Frankrike under mitten av 1700-talet. Den första svenska tryckfrihetslagen som grundades på den frihetliga ideologin skrevs redan 1766.

2.1.2 Den sociala ansvars ideologin

Ideologin är lite av en kritik till den frihetliga ideologin. Kritiken ligger i att den frihetliga synen tar avstånd från moraliska förpliktelser då friheten framförallt kommer ägarna av massmedierna till gagn medan konsumenterna kanske inte är fria att välja, utan istället styrs av starka kommersiella makter. Man har därför ansett att den frihetliga ideologin bör revideras och att vissa krav måste ställas på informationen genom intern kontroll. Massmedier har vissa moraliska förpliktelser gentemot medborgarna och tidningar och etermedier skall inte bara förmedla sådana nyheter som "säljer". Med andra ord skall man inte bara skriva om saker som är kommersiellt gångbara utan även föra en mer kritisk och obekvämlig nyhetstjänst.

Den sociala ansvarsideologin har kommit att kombineras med den frihetliga. Medierna skall stå fria från de politiska leden. Censur och andra pålagor får inte existera, utan medierna har utvecklat en slags självkontroll i vilken man utgår från vissa etiska regler. Den stora skillnaden mellan den frihetliga och den sociala ansvars ideologin är att i den förra ses staten som hämmande av mediernas utveckling medan staten i den senare ses som gynnande av densamma.

2.2 En ideologisk förändring?

De informationsideologier som beskrivs ovan måste närmast ses som mer renodlade exempel på olika tankar kring hur massmedier skall verka i samhället. Idag förhåller det sig så att dessa ideologier ytterst sällan framträder renodlat. Men lite av syftet med en systematik av denna typ är att man lättare kan förstå hur ett visst mediasystem förhåller sig till den politiska och ekonomiska situationen.

Under hela 1900-talet har nya tekniska innovationer reformerat mediasituationen, framförallt när etermedierna började göra sig gällande. Som alltid när samhället konfronteras med nyheter av mer sensationell art infinner sig ett restriktivt ställningstagande. Då det gäller radio och TV:s inträde på den massmediala himlen skapades först en konkurrensrädsla bland pressens folk. Vad skulle nu tidningarna göra för att kunna konkurrera med främst de rörliga bilderna?

”Men tidningarna drog snabbt sina slutsatser av publikens stora intresse för det nya mediet. Mer underhållning, mer personorienterad journalistik och fler bilder blev konkurrensmedlen på den kommersiella marknaden”. (Hultén L. J., 1991:10)

Citatet är ett bra exempel på hur massmedier anpassar sig till nya förhållanden som främst skapats genom ökad konkurrens och tekniska förändringar. Dessa förändringar har kanske framförallt på senare år genomsyrat etermedierna utveckling vilket även har ställt nyhetsprogrammen inför nya förutsättningar.

Vid etersändningarnas införande hävdade förespråkarna av den frihetliga ideologin att etersändningarna skulle vara avhängda staten, då det annars lätt skulle kunna uppstå ett slags beroendeförhållande som absolut inte skulle vara bra för en demokrati. Motståndarna påtalade istället att de tekniska begränsningarna inte tillät att det skulle råda fri etableringsrätt i etern. Europa kunde lära sig av utvecklingen i USA där ingen samordning eller enhetlig mediapolitik förekom vid införandet av etersändningar. Man fruktade den utveckling vilken i USA hade lett till att det rådde mer eller mindre kaos i etern.

Det var i England som idén om public service-konceptet skapades. John Reith, BBC:s förste chef, menade att just en enhetlig kontroll och samordning var nödvändigt för att medborgarna på bästa sätt skulle kunna tillgodogöra sig sändningarna. Då expansionen var som kraftigast var kontrollen viktig för att sändningar med landsomfattande räckvidd skulle lyckas. Som bekant beslöts även i Sverige att etersändningarna skulle kontrolleras av ett statligt monopolföretag. Sändningarna skulle finansieras av licensmedel och inte av reklamintäkter.

Redan 1924 slogs vissa principer fast för rundradiosändningar i Sverige (Hadenius & Weibull, 1989:140).

- Staten skall utfärda regler för verksamheten men inte ha ansvaret för enskilda program.
- Staten skall ha hand om sändaranläggningar och ha det tekniska ansvaret för distributionen av programmen till allmänheten
- Finansieringen skall ske med särskilda licensmedel.

- Radioföretaget skall låta programverksamheten präglas av saklighet och opartiskhet. Den skall också vara en del av folkbildningsarbetet och främja folkkupplysningen.

Med detta som bakgrund är det inte speciellt vågat att säga att Sveriges medieideologi präglas av en social ansvarskänsla gentemot medborgarna. I avtalet mellan staten och Sveriges Television AB står i paragraf 6 bland annat:

”Programutbudet skall som helhet präglas av folkbildningsambitioner. Det skall utformas så att utrymme ges åt en mångfald av olika åsikter och meningsriktningar och så att hänsyn tas till olika förutsättningar hos befolkningen.”

I paragraf 7 påtalas ytterligare SVT’s informations skyldigheter:

”Meddela nyheter samt kommentera eller på annat sätt belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor.”

Samhällsklimatet har genom diverse omstruktureringar under de senaste decennierna ändrats ganska markant. Detta är något som givetvis även har påverkat utvecklingen inom massmedierna, då främst etermedierna. Decentraliserings- och privatiseringstankar accentuerades i Europa till en början främst i dåvarande Thatchers England senare med allmän spridning. Samtidigt skapades genom tekniska framsteg förutsättningar för ett ökat utbud av medier. De kommersiella marknadskrafterna kom alltmer att intressera sig för de eterbundna sändningarna då dessa via satellittekniken och kabeliseringen av bostadsområden gav en helt ny marknad. Företag kunde nu oberoende av de statliga mediemonopolföretagen nå ut med sina reklamsnuttar rätt in vardagsrummet. Vi märker idag helt klart att Europa och även Sverige successivt präglats alltmer av en den frihetliga medieideologin.

2.3 Generella utvecklingstendenser i mediasystemet

Lennart Weibull beskriver i sin artikel ”Förändringstendenser i mediasystemet” (1991) medieutbudets utveckling i sex olika tendenser. Han ställer sig liknande frågor som vi har diskuterat: ”Vad betyder samhällets politiska, ekonomiska och sociala utveckling som en ram för mediasystemets förändring? Vilka mekanismer bestämmer egentligen mediernas utveckling?” I avseende på televisionens utveckling kan vi med stöd av Weibulls uppställning abstrahera tre huvudsakliga tendenser av oavvisligt intresse. De utvecklingstendenser som redovisas gäller främst utvecklingen under 1980-talet men vissa aspekter kan också ses i ett framtidsperspektiv.

2.3.1 Kraftig expansion av medieutbudet.

Under 1980-talet ökar volymen hos de flesta medier. Även SVT’s utbud ökade, främst under den senare delen av 80-talet, men det är inte public service-sändningarna som har expanderat mest. Den stora ökningen utgörs snarare av de redan nämnda satellitsändningarna och den ökade distributionen via kabel. Utbyggnaden av gemensamma kabelnät i städer och mindre orter gick snabbt då tekniken gjorde det ekonomiskt genomförbart.

På 90-talet kan vi dock se att mediemarknaden börjar bli mättad. Den stora expansionstiden börjar se sitt slut, istället ser vi hur medierna blir alltmer specialiserade på olika områden. Tydliga exempel på detta inom TV är de renodlade filmkanalerna, sportkanaler och nu senast har vi i Sverige kunnat bevittna TV 6: en kvinnokanal speciellt inriktad på att tillfredsställa de kvinnliga tittarnas behov.

”The signs of fragmentation and diversification are also very obvious on the ground and in the air: many more channels, more choice for consumers; new and alternative market opportunities for investment and exploitation; new kinds of communication employment; growth of independents; more profiling and specializing of channels;

corresponding segmentation of audiences into smaller more homogeneous cultural and economic categories." (Siune & Truetzschler, 1992:15)

Vi ser alltså idag en mer diversifierad målgruppsinriktad mediestruktur.

2.3.2 Marknaden spelar en allt större roll för medieutvecklingen.

Utvecklingen styrs mycket starkt av två parallella tendenser: reklamens intåg i och med de gränsöverskridande satellitsändningarna och den minskade statliga kontrollen. "Med tillspetsning kan påstås att mediasystemets utveckling i minskande grad består av offentliga insatser och i ökande grad av efterfrågan från marknaden - annonsörer och konsumenter." (Weibull, 1991:31) Weibull pekar på en utveckling som kan komma att ge en rad olika konsekvenser. Tendensen till likriktning och amerikanisering av utbudet som redan är tydlig kommer med all sannolikhet att förstärkas. Det kommer förmodligen bli svårare att upprätthålla en särnationell produktion. Samtidigt finns det en stor risk att denna utveckling kommer att leda till en ytterligare förstärkning av förströelseinslag på bekostnad av informerande stoff och smalare kulturprogram.

Det finns naturligtvis en del farhågor angående denna utveckling. Den amerikanske kulturforskaren Niel Postman har i sin bok "Amusing ourselves to death" (1985) uttryckt allvarliga varningar för konsekvenserna av TV-mediet dominans. Denna dominans skapar enligt honom uttryckligen en pek-värld, där en stor mängd olikartade händelser framhävs ett kort ögonblick för att sedan försvinna igen. Man får här svårt att skapa några sammanhängande tankar och fragmenteringen av medieinnehållet kan leda till en liknande fragmentarisering av publikens världsbild.

Marknadens ökade betydelse har främst varit förknippad med den successiva avregleringen av radio- och TV-sändningar. Sverige befinner sig likt Europa i en växlingsfas mellan den traditionella monopolsituationen och ett läge med ökande konkurrens mellan public service och nyttillkomna kommersiella kanaler. Ett så kallat dualt mediasystem har vuxit fram (Hultén, 1991). Då varken de kommersiella kanalerna eller public service tycks tillfredsställa efterfrågan hos publiken verkar det mest realistiskt att förvänta sig att Europa bibehåller detta "duala system".

2.3.3 Internationalisering av mediasystemet.

Det första tecknet på en internationalisering angående etermedier såg man tidigt då det gällde det faktiska innehållet såväl som programformer. Eftersom det är mycket kostsamt att producera egna program förekommer det givetvis en stor import av utländskt material. Detta material är till stor del amerikanskt, ett faktum som genom åren har driftats och som alltjämt diskuteras. Utgångspunkten för diskussionen är hur amerikaniseringen har påverkat mediasituationen samt om den har en demoraliserande effekt på det svenska samhället.

Men det som idag får oss att tänka på internationalisering är först och främst den högteknologiska utvecklingen som massmedierna genomgår. Kabel och satellitsändningarna har skapat ett helt nytt internationellt mediasystem. Hushållen får idag in sändningar från många olika sorters stationer i ett antal skilda länder, en ökning av utbudet som även skärpt konkurrensen och satt press på de nationella sändningsbolagen. Denna nyskapade konkurrens kan ses både positivt och negativt: samtidigt som utbudet ökas genom en hälsosam konkurrens finns risken för en likriktning av produktionen.

Televisionens globalisering framstår som mycket tydlig i den elektroniska journalismens utveckling. "...immediately visible as in television generally, and television news. Yet perhaps in no other field has globalization become so specifically. Every television viewer witnesses the process every day." (Gurevitch 1991: 178) Satellittekniken och utvecklingen av allt lättare mer mobila sändare har förenklats för att inte säga revolutionerat journalismens möjligheter att rapportera och vara på plats i händelsernas centrum. De bolag som förmedlar TV-nyheter världen över var som förstäligen är snabba med att anamma och utnyttja denna nya teknologi. Satellitlänkar kunna snabbt och direkt

förmedla nyheter med bilder från aktuella platser. Tidigare var detta omöjligt men nu kan världen bindas samman på ett helt annat vis.

McLuhans tankar kring "The global village", där teknologin för människor och nationer närmare varandra och de globala nätverken ger en känsla av minskade kulturella och geografiska avstånd verkar idag vara närmare sitt förverkligande än någonsin. I McLuhans resonemang ligger dock implicit antagandet att utvecklingen kommer att vara av *god* art, ett antagande som aldrig har stått oemotsagt. Samtidigt som den nya tekniken har ökat pluralismen räcker i de allra flesta fallen de nationella lagarna och avtal som tidigare i mångt och mycket reglerade utbudet inte till. Detta visar sig idag bli ett allt större problem, uppenbart är att de moderna massmedierna har en fundamental gemensam effekt. De når envägsvis ut till ett nästan obegränsat antal mottagare utan hinder av tid och avstånd. Detta ger då förutsättningar för direkt kontroll och styrning över stora områden och många människor (Pålsson, 1991).

Utvecklingen mot en alltmer frihetlig ideologi kan tyckas positiv i vissa aspekter och ur andra inte alls särskilt tilltalande. Men det är viktigt att skjuta till två modifieringar, fortfarande begränsas de reella valmöjligheterna av människors förutsättningar socialt, ekonomiskt, geografiskt och kunskapsmässigt. Man kan skilja på dessa sorters aspekter då det gäller tillgänglighet, i två kategorier: fysisk och psykisk. När regleringen av mediemarknaden minskar kommer ambitionen för människors medieval bli en fråga om deras intresse och förmåga att ta del av det som erbjuds.

2.4 Public Service

Begreppet public service har kommit att bli lite av ett honnörsbegrepp främst i kulturdebatten. Det är dock ganska svårt att fastställa själva betydelsen av begreppet framförallt som den historiska utvecklingen har påverkat och förändrat ursprungsbetydelsen. Det duala systemet som i Sverige växt fram under slutet av 1980-talet, med ett konkurrensförhållande mellan kommersiella och licensfinansierade kanaler, kan sägas ha gjort public service-begreppet än mer diffust. I Sverige har en vanlig översättning av public service idag kommit att bli "i allmänhetens tjänst" (Syvertsen, 1991:1).¹

När TV 4 fick koncessionen för den tredje markbundna TV-kanalen ställdes det vissa krav från statens sida. De fick exempelvis inte sända mer än 10% reklam och var tvungna att ha en nyhetsredaktion samt lokala fönster. Dessa åtaganden till trots är det inte legitimt att kalla sig för public service ... eller är det det? Problematiken har blivit aktualiserad av mediesituationen i Sverige, eftersom public service i kulturdebatten är mer eller mindre synonymt med kvalitet, oberoende och professionalism. Det är under sådana omständigheter inte särskilt konstigt att TV4 försöker skapa en public service image.

Diskussionen kring den svenska public service televisionens framtid har kommit att figurera relativt flitigt på storstadspressens debattsidor. I en intressant artikel i Dagens Nyheter, 17 april 1994, diskuterar Karl Erik Rosengren och Peter Hillve public service TV utifrån de första resultaten av ett stort internationellt massmedieforskningsprogram. Kontentan av denna forskning är i stort sett att de kommersiella kanalerna i regel utgör ett hot mot mångfalden, medan public service-kanaler tycks garantera en viss mångfald. De skriver vidare att public service-erans tidigare monopolföretag ofta kämpar i motvind och att det nu gäller att rädda den mångfald som de fram till idag erbjuds. Den kommersiella enfalden får inte bli allenarådande.

"Samtidigt har etermediernas kommersialisering och expansion medfört en kraftig och troligen bestående prisstegring på intellektuell, konstnärlig och underhållande talang." (Rosengren & Hillve, 1994)

¹För en mer ingående diskussion av Public Service, se vidare: Findahl, Hultén och Syvertsen (1991) *Medie Notiser* nr 4, NORDICOM-Sverige, Göteborgs Universitet.

Ofta är det de informativa programmen, som kanske retar företag och myndigheter och vilka dessutom inte har speciellt höga tittarsiffror som påverkas av den nya konkurrenssituationen. Antingen marginaliseras dessa program och förläggs till udda sändningstider eller så görs de mer tittarvänliga. Den 27 mars 1994 skrev Gunnel Törnander i Dagens Nyheter att det största hotet mot SVT är Birgit Friggebo och hennes medarbetare som uppenbarligen är mindre förtjusta i public service-TV än i den tredje markbundna kanalen, TV4. "Den kanal som nu byter ut sitt enda riktiga samhällsmagasin Kalla fakta, mot Kär och Galen med Lotta Engberg." Uppfyller detta deras avtal med staten som kallas "mångsidigt programutbud av god kvalitet"?

Detta är en fingervisning om intresset av att studera SVT's nyhetsprogramms utveckling och förändring under den senaste 10 års-perioden - den tid som det nya duala systemet har accentuerats.

"Vi får inte glömma att televisionen idag har blivit den största teatern, den inflytelserikaste nyhetsförmedlaren, den största underhållaren och den största folkbildaren i landet, den har blivit den nationella scenen och det nationella forumet för information och debatt."(Findahl, 1991:10)

Med tanke på detta torde det förefalla självklart att det finns TV-sändningar som riktar sig till mottagarna som samhällsmedborgare och inte bara som konsumenter. Det tycks även finnas en inneboende styrka hos public service-konceptet som trots hotande konkurrens har visat sig vara starkt och lyckats överleva ett samhälle som alltmer präglats av den fria ideologin.

2.5 Vilka eller vad avgör mediernas samhällsbild?

Frågan om orsaker eller förklaringar till samhällseliga företeelser kan undersökas på olika plan. Man får med en sådan ansats främst uppmärksamma de inom medierna verksamma aktörerna, både journalister och de som i vissa fall står som ägare till mediet vilka drar upp riktlinjerna för mediernas verksamhet. Men branschen kännetecknas av en ständig förändring, händelser inträffar, andra aktörer och omgivningar agerar. Detta skapar en omvärld, en gemensam kulturmiljö, som de som verkar inom medierna inte alls eller endast delvis kan påverka. Att belysa hur omvärldsrelationerna ser ut utgör således en viktig förutsättning för en analys av mediernas policy.

I dag pekar ofta mediaforskningen på hur nyhetsproduktionen, då framförallt inom TV i varje steg är bunden av olika *tekniker* och *rutiner* vilka sätter sin prägel på den förmedlade nyheten. Då det gäller policybesluten menar Westerståhl och Johansson (1985) att det som främst gäller är *vad* som skall rapporteras om samhället och *hur* det skall rapporteras. Två skilda slag av hänsyn eller motiv förutsättes härvid bestämma medieaktörens handlande.

1. Önskan att informera och/eller påverka mottagarna.
2. Önskan att beakta auditoriets intresse för meddelandet.

Den första typen av hänsyn är ett mål som är vanligt i alla slag av kommunikation. Men vad det gäller beaktandet av auditoriets intresse för meddelandet är det först och främst av vikt för masskommunikation, där man vill nå ut på bred front utan att genom direktkontakt med mottagarna kunna avläsa deras reaktion. Endast i den mån auditoriet observerar och intresserar sig för meddelandet är det meningsfullt att sprida det. Man kan nog idag utgå från att aktörerna tar hänsyn till båda dessa motiv i masskommunikationsprocessen. Men som vi vet har den kommersiella utvecklingen varit påtaglig vilket med stor sannolikhet har gjort att policyn överensstämmer med vad auditoriet efterfrågar. Ständiga tittarundersökningar är idag ett faktum.

Vad beträffar Sveriges Radio möter man denna dubbla hänsyn på flera olika sätt. Diskussionen om lyssnar eller tittarsiffror kontra programkvalité kan ses som ett uttryck medan t ex diskussionen om nyhetsförmedlingens mål kan ses som ett annat.

När tvåkanalsystemet TV1 och TV2 infördes bestämdes det även att man skulle i vardera kanalen ha var sitt kommenterande aktualitetsprogram. Men till en början hade dessa båda program en gemensam nyhetsredaktion, främst beroende på de höga kostnaderna. Men efter radioutredningen 1974 (SOU 1977:19) föreslogs dock att den s k centralredaktionen skulle upplösas och dess uppgifter skulle övertas av de båda TV-kanalernas nyhetsredaktioner liksom av ljudradions EKO-redaktion. Rundradions ansvar för informationsfriheten innebär ett krav på en undersökande och uppsökande journalistik. Vidare skall TV ge medborgarna den information som krävs för att orientera sig och kunna ta ställning politiska frågor samt ge de förtroendevalda information om olika opinioner. Etermedierna bör med andra ord ge utrymme för olika åsikter såväl sådana som kan tyckas besvärliga för etablissemangen som övriga värderingar i syfte att kommentera, stimulera till debatt och verka opinionsbildande (Westerståhl & Johansson, 1985).

Vi har än idag kvar samma nyhetsredaktioner, Aktuellt i Kanal 1 och Rapport i TV2, men deras sätt att rent formmässigt förmedla sina nyheter har säkerligen genomgått en förändring de senaste tio åren. Man kan även spekulera kring om nyhetsvärderingen har ändrats med tanke på att konkurrensen kanske har gjort att nyhetssändningarna har blivit mer *publikvänliga*. Samtidigt har den elektroniska tekniken genomgått en påtaglig förbättring, genom satelliters försorg är idag direktsändningar ingen ovanlighet. Dessutom torde även själva presentationen ha påverkats av tekniska framsteg, exempelvis den grafiska designen på de bakomliggande symbolerna och nya klipptechniker på inslagen. Nyhetsproduktionen är som sagt inom TV starkt bunden av olika tekniker och rutiner som påverkar *vad* för nyheter som förmedlas och *hur*.

2.6 Masskommunikation och nyhetsmedier

Vad vi hitintills har behandlat har endast rört en specifik sida av kommunikationsprocessen, nämligen sändaren och dennes förutsättningar till kommunikation i en samhällelig kontext. Vi skall snart, för att göra perspektivet fullständigt, vända oss mot kommunikationens andra part - mottagaren. Men först skall vi göra några avgränsande definitioner angående den typ av kommunikation och den typ av medium vi ämnar studera. Vi skall med andra ord definiera kommunikationsprocessens delar såsom de fortsättningsvis kommer att användas i uppsatsen.

Den typ av kommunikation vi i denna uppsats kommer att studera utgörs av masskommunikation. Hadenius och Weibull (1989) nämner fyra egenskaper som skiljer masskommunikationsprocessen från direkt kommunikation:

1. Masskommunikation är *indirekt*. Den måste medieras genom någon form av tekniskt medium.
2. Masskommunikation är *enkelriktad*. Feedback som direkt påverkar sändaren är omöjlig. Idag pågår utvecklingen av en ny generation massmedier. Dessa försöker utveckla interaktiv kontakt genom vilken mottagaren skall kunna styra och välja vad som medieras och hur det medieras. Interaktiv TV har utvecklats och provas redan idag i USA. Vilka konsekvenser dessa interaktiva medier kommer att få och hur pass revolutionerande de är kan och har diskuterats (Forum SVT 25/4). Vilken ståndpunkt man än tar i den diskussionen kommer masskommunikation även i framtiden, med nya tekniker, vara bra mycket mer enkelriktade än direkt kommunikation .

3. Masskommunikation är *opersonlig* eller *offentlig*. Sändaren vet inte vem eller vilka som är mottagare av meddelandet som kommuniceras. Meddelandet är således inte riktat till en specifik mottagare utan till en grupp.

4. Masskommunikationen är *samtidig*. Sändaren når genom massmedier en stor mängd mottagare vid ungefär samma tidpunkt.

Dessa fyra egenskaper som skiljer masskommunikationen från vanlig direkt kommunikation, får tydliga konsekvenser för masskommunikationsprocessen. De innebär begränsningar av möjligheten att föra fram ett budskap på ett effektivt sätt. Framförallt det faktum att kommunikationsflödet är enkelriktat försvårar reparerandet av missförstånd och kompletterandet av bortfallen information. Frånvaron av feedback i masskommunikationsprocessen gör att den dynamik som existerar i det mellanmänniska samtalet försvinner och med den stora möjligheter till begripligare kommunikation. Detta är en av masskommunikationens grundläggande förutsättningar som bör beaktas.

Masskommunikation förekommer i samhället genom en rad olika massmedier och en mycket stor del av det informationsflöde individen tar del av härrör från dessa. Tidningar, TV och radio är tre olika massmedier som ständigt överhöljer oss med aktuell information. Dessa är våra tre främsta nyhetsmedier. De fyller klart de fyra krav man ställer för att ett massmedium skall kunna kallas nyhetsmedium. Nyhetsmediet präglas av *aktualitet*, *universalitet*, *periodicitet* och *offentlighet*. Innehållet skall med andra ord vara nyheter och utbudet skall vara brett. Vidare skall detta distribueras med en viss regelbundenhet och vara tillgängligt för alla (Hadenius & Weibull, 1989).

Det specifika nyhetsmedium vi valt att studera är det med den största räckvidden, televisionen; och den specifika typen av masskommunikation, dess nyhetsförmedling. Sammanfattningsvis kan vi beskriva den problematik vi kretsar kring som i vilken grad televisionen, som nyhetsmedium, mäktar att fylla sin samhällsfunktion av informationsförmedlare för sin publik. En problematik som för oss mot publikum, i ett försök att ge massan ett ansikte.

2.7 Publiken

Nyhetsförmedlingen riktar sig som mycket annan masskommunikation till en anonym, obestämd massa. Denna massa eller publik är för ett nyhetsprogram mycket heterogen och till stora delar ett snitt av befolkningen. För att förstå masskommunikationsprocessen och dess möjligheter måste man även förstå mottagarna. Dessa utgörs av enskilda individer med olika bakgrunder och olika förutsättningar till kommunikation.

2.7.1 Social bakgrund och den ojämlika kommunikationen

Samhället kan ses som stratifierat i avseende på kommunikativ förmåga och olika skikt skiljer sig från varandra i förmåga till kommunikation. Sociolinguistisk forskning har visat att individens *sociala bakgrund* resulterat i en specifik användning av språket (Thunberg m. fl., 1979). Bernstein studerade detta utifrån olika klassers användning av språket. Han fann en skillnad i olika gruppers språkanvändning vilken han uttryckte som användning av "restricted code" (begränsad) respektive "elaborated code" (utvecklad). Den förra förekom främst inom arbetarklass medan den senare främst representerades i medel- och överklass. De två olika språktyperna skilde sig åt genom att den utvecklade koden var mer komplicerad såväl grammatiskt som i satskonstruktioner.

Utifrån Bernsteins värderande terminologi kan man lätt dra slutsatsen att individer som använder begränsad kod har svårare att kommunicera. Begreppen bör dock inte tolkas värderande på detta sätt. De två koderna lämpar sig olika bra beroende på vilken typ av kommunikation det rör sig om. Vissa typer av kommunikation lämpar sig bättre för att fylla vissa funktioner. Vid direkt interpersonell kommunikation lämpar sig den begränsade koden bättre och fungerar effektivare, då den är kortare, enklare och mer konkret än

den utvecklade koden. I förmedlande av mer abstrakta resonemang fungerar den utvecklade koden bättre (Bernstein enligt Thunberg m. fl., 1979).

De språkliga skillnaderna kan tillskrivas *individuella skillnader* och det *kommunikationsklimat* i vilket individen växer upp och kommunicerar. Detta skulle kunna benämnas som de klassiska faktorerna arv och miljö. I undersökningar av familjers kommunikationsklimat har man funnit att kommunikationen kan vara övervägande begreppsriktad respektive personinriktad (Thunberg m. fl., 1979). Familjer med ett dominerande begreppsriktat kommunikationsklimat uppmuntrar barnen till att hävda egna tankar och ståndpunkter i diskussioner utan att snegla alltför mycket på de personliga relationer som föreligger. I familjer med personinriktat kommunikationsklimat sätts istället de personliga relationerna i centrum. Undvikande av konflikter och undertryckande av kontroversiella ståndpunkter eftersträvas i detta kommunikationsklimat för att bibehålla och betona de relationer som finns i familjen.

2.7.2 Social bakgrund och medieval

Kommunikationsklimatet i familjen har visat sig påverka hur familjer förhåller sig till informations- och kommunikationsströmmar i samhället. I relation till kommunikationens funktioner gynnar det begreppsorienterade kommunikationsklimatet informations- och kontrollfunktionen medan det personorienterade gynnar den sociala funktionen. Vid TV-tittande har det visat sig att begreppsorienterade familjer i större omfattning tar del av faktaprogrammen i form av nyheter, debatter och liknande, medan de personorienterade familjerna söker fiktions- och underhållningsprogram (J. M. McLeod m. fl., 1972 enligt Thunberg m. fl., 1979).

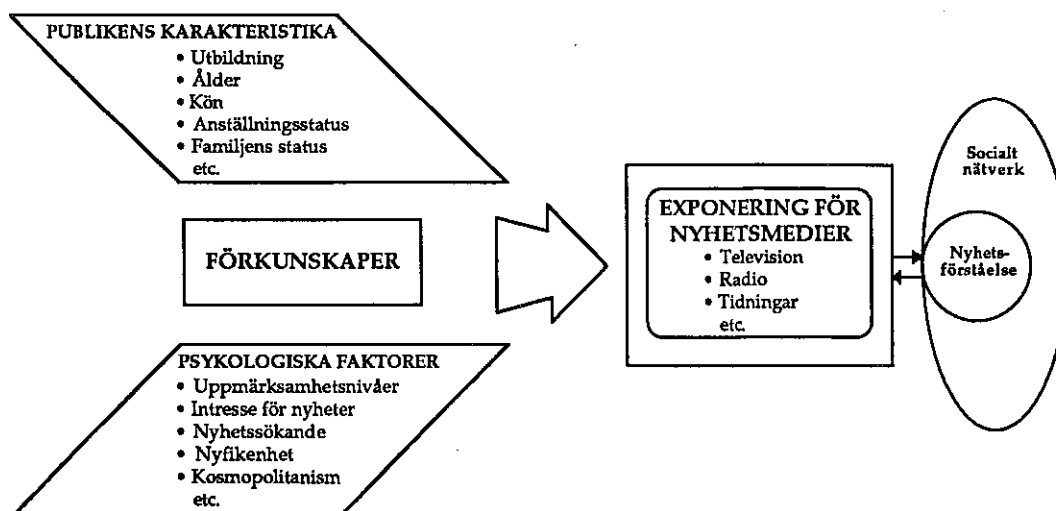
Liknande resultat har även nåtts i ny livsstilsforskning. Reimer (1994) påvisar ett allt tydligare mönster för massmedieanvändning bland ungdomar idag. Arbetarklassungdomar konsumerar ett mer fiktions- och underhållningsinriktat massmedieutbud än medel- och överklass som inriktar sig på det mer "seriösa" utbudet. Han spårar även nya användarmönster av TV-nyheterna som i framtiden kan leda till att en allt mindre grupp individer tar del av dessa medan den stora allmänheten söker sig mot alternativa informationskällor som den nya floran av "infotainment".

2.7.3 Socialt nätverk

Redan i uppväxtmiljön har man således spårat skillnader mellan individers sätt att kommunicera och exponering för massmedier. Uppväxtmiljön och den sociala bakgrunden sätter redan i familjens kommunikationsklimat grunden för individens framtida kommunikationspotential. Familjen är den närmaste delen av det *sociala nätverk* som omger individen och i vilket han/hon kommunicerar. Andra delar av det sociala nätverket är bekantskapskretsen, arbetskamraterna och alla andra som denne står i interpersonellt förhållande till. Detta individens sociala nätverk grundas i familjen för att sedan utvecklas under livets gång i och med att nya kontakter knyts och gamla bryts (Høyer, 1989).

Utifrån individens position i sitt sociala nätverk kommer han/hon att förvärva en kommunikationspotential i relation till andra. Denna kommunikationspotential är tätt sammanbunden med massmediebruk, till vilket den står i ett positivt förhållande (Thunberg m. fl., 1979) I teorier kring diffusion av nyheter har detta förhållande belysts t ex i två-stegshypotesen. Individer med en stor kommunikationspotential - opinionsbildare - har ett större och bredare massmediebruk än andra. Opinionsledare har också ett större kontaktnät än genomsnittsindividen och kommunicerar mera än denne. De exponerar sig i högre grad för massmedier och är mer motiverade att ta del av deras utbud. Intresset och uppmärksamheten är större och deras massmediebruk mer aktivt.

De bakgrundsfaktorer vi ovan i korthet skissat på kan sammanfattas i en modell över vad som påverkar individers exponering för nyhetsmedier samt, i förlängningen även, deras förmåga till förståelse av nyhetsmedieutbudet.



Figur 2:1. Publikens bakgrund, nyhetsmedieexponering och förståelse.
(Källa: Omarbetning av figur från Robinson & Levy 1986:25)

Exponering för nyhetsmedier bestäms av både rent demografiska faktorer som kön, ålder och utbildning, och av psykologiska faktorer som bottnar i motivation att ta del av nyheterna. Dessa faktorer har dock inte någon direkt följd för nyhetsförståelsen utan inverkar genom att alstra ett visst mått av förkunskaper. Social bakgrund och uppväxtmiljö får följd för användning av språket såväl som val av utbildning. Valet av utbildning leder till en viss typ av arbete och individen omges av ett socialt nätverk i vilket han/hon blir mer eller mindre motiverad att exponera sig för nyhetsmedier. Alla dessa faktorer får indirekt verkan på nyhetsförståelsen genom uppbyggnad av ett visst mått av förkunskaper, vilka spelar en central roll i den aktiva förståelseprocessen.

Modellen är inte ämnad att uttrycka någon form av social determinism, men sociologisk forskning bekräftar dock gång på gång svårigheten för individen att frigöra sig från sitt sociala arv. Kommunikativa skillnader föreligger mellan olika samhällsskikt och får följd för såväl förmågan till kommunikation som för massmedieexponering. En konsekvens av dessa ojämlikheter i kommunikationsförmåga är att kunskapsklyftor, mellan de som har lätt respektive svårt att tillgodogöra sig information, har uppstått i samhället.

2.7.4 Kunskapsklyftor

Forskning kring kunskapsklyftor initierades runt 1970 av Tichenor och hans medarbetare. Målsättningen var att sätta upp en hypotes för hur information spreds i ett modernt massmediesamhälle. Bakgrunden till forskningen var misslyckade informationsprojekt som hade lett till att de som redan hade betydande information tog åt sig mera medan de som var i behov av information tog åt sig mindre. Slutsatsen drogs att i ett informations-samhälle med ett ständigt ökande massmedieutbud gynnas de kommunikativt överprivilegierade - något som inom sociologin benämns Matteus-syndromet.² Dessa har större möjligheter att tillgodogöra sig den ökande informationen (Tichenor enligt Findahl, 1988).

Massmediers försök att höja kunskapsnivån - upplysa samhällsmedborgarna - får samma effekt. Nyhetsförmedlingen som fyller en upplysande funktion i dagens samhälle är enligt Tichenor en skapare av kunskapsklyftor. När tiden för publiken att göra sig bekant med en nyhet är kort och utbudet av information blir varierat och oöversiktligt ökar kunskapsklyftan. Detta bör i synnerhet gälla nyhetsförmedlingen i etermedierna på grund av deras samtidigt. Kunskapsklyftan mellan människor på olika utbildningsnivåer ökar således

² Efter Bibelns Matteusevangeliet 13:12: "Ty den som har, han skall få, och det i överflöd, men den som inte har, från honom skall tas också det han har."

till följd av ökad information. Detta sker dock inte undantagslöst och i vissa situationer minskar istället klyftorna. Minskningar har spårats till två faktorer: förekomst av *informationstak* samt beroende av *psykologiskt avstånd* (Findahl, 1988).

Vid en massiv och långvarig massmediebevakning av en förhållandevis enkel händelse eller företeelse, planar efter en stund de överprivilegerades kurva ut. Orsaken är förekomsten av informationstak, dvs att det inte finns mer information kring händelsen att ackumulera. Om detta informationstak föreligger i verkligheten eller är påtvingat, som en begränsning av det som informeras om, varierar. Konsekvensen blir att de underprivilegerade hela tiden får ny information som de överprivilegerade redan besitter och kunskapsklyftan kommer då att minska dem emellan (Findahl, 1988).

Det andra fallet då kunskapsklyftorna minskar och då information sprids mer jämlikt är vid bevakning av en fråga som alla besitter liknande förkunskaper om. Detta gäller främst intensiva lokala konfliktfrågor nära knutna till den sociala omgivningen och vilka får konsekvenser för människors grundläggande förhållanden. Händelser som dessa kan betecknas vara på ett nära psykologiskt avstånd till individen, något som har central betydelse för deras begriplighet.

2.7.5 TV-nyheternas tittare - då och nu

Den medieutveckling vi belyst tidigare i bakgrunden har resulterat i ett utökat programutbud och ett ökat antal kanaler. Denna utbudsexplosion har framförallt skett under det senaste decenniet, efter att tidigare endast blygsamt ökat. Vad avser nyhetsförmedlingen har utbudet ökat sedan början av 80-talet genom att ett antal nya morgon- såväl som eftermiddags- och kvällssändningar tillkommit i Sveriges television. Dessutom har TV4, som den tredje markbundna kanalen, tillsammans med ett helt spektrum av kommersiella kanaler hjälpt till att utöka nyhetsutbudet ytterligare. Men vad har då detta fått för följder för konsumtionen av TV-nyheter?

Den svenska befolkningens TV-tittande kan betecknas som i det närmaste konstant (Findahl, 1993). Från att ha ökat något vid skapandet av en andra rikskanal i början av 70-talet har det hållit sig konstant över tid. Detta gäller såväl totaltittandet som konsumtionen av TV-nyheter. Totaltittandet har under perioden 1979-92 hållit sig på ett genomsnitt av 110-120 minuter per dag och person, medan nyhetskonsumtionen under samma period uppgått till 19-20 minuter per dag och person. Tittandet på nyheter har under tidens gång kännetecknats av en mycket stor stabilitet:

”Knappt 50 procent av befolkningen ser under en dag på ett längre TV-nyhetsprogram. Så var det för trettio år sedan då det bara fanns en kanal och så är det idag när det finns en uppsjö av nyhetsprogram att välja emellan.” (Findahl, 1993:274)

Om man ser till olika gruppers tittande på långa riksnyheter är skillnaden mellan män och kvinnors tittande obefintlig. Det är högre ju äldre åldersgrupp individen tillhör samt desto lägre utbildning personen ifråga har erhållit. Vidare har lojaliteten emot public service-kanalerna visat sig stark vad gäller just nyhetsprogrammen.

2.8 Preliminär problemformulering

Den starkt moderniserade västvärlden har under de senaste decennierna strävat mot utvecklandet av ett "informationssamhälle". Denna utveckling kännetecknas av att allt mer sofistikerade massmedier breder ut sig, statliga monopol avregleras, samhällskommunikationen internationaliseras och utvecklar ständigt nya tekniker. Utveckling har på detta sätt genom otroliga framsteg skapat ett spektrum av nya möjligheter...för vissa. Myntets baksida är vad som har betecknats som framväxten av ett två tredjedels samhälle. Ett samhälle med en ny underklass i de individer som inte kan klara sig i det nya systemet - de som inte har möjlighet att ta vara på systemets eventuella fördelar. Mot bakgrund av detta är det mycket intressant att studera informationsspridningen i vårt samhälle och dess effekter.

Det i särklass mest betydelsefulla nyhetsmediet vad gäller räckvidd är televisionen. Mediet betecknas av många människor som huvudkällan - "the main source" - till deras aktuella kunskap (Robinson & Levy, 1986). Det har även betecknats som ett mycket "demokratiskt" medium i den mening att det har hög tillgänglighet för en bred publik (Findahl, 1988; Høyer, 1989). Sveriges television har som ett statligt public serviceföretag haft starka ambitioner att upplysa samhällsmedborgare. Dessa ambitioner kan tydligt ses i dess avtal med staten samt i inriktningen på den forskning som har bedrivits vid PUB fram till nedläggandet 1993.

Under det senaste decenniet har Sveriges mediemarknad undergått stora förändringar. De statliga etermedierna har fått konkurrens, såväl inhemsk som från utlandet, och en teknisk utveckling har förändrat många av de förutsättningar som tidigare rådde. Distribuerandet och presenterandet av nyheter torde i enlighet med denna utvecklingen i många avseenden ha förenklats. Om detta är fallet skulle förmodligen en undersökning av nyheternas förändring över tid visa vad utvecklingen fått för följder. Den faktiska förändringen skulle, om den diskuterades utifrån konsekvenser för nyheternas funktion som informationsförmedlare till sin publik, kunna underställas ett delvis normativt utlåtande. Då givetvis ur ett specifikt perspektiv, i denna uppsats med mottagaren som måttstock.

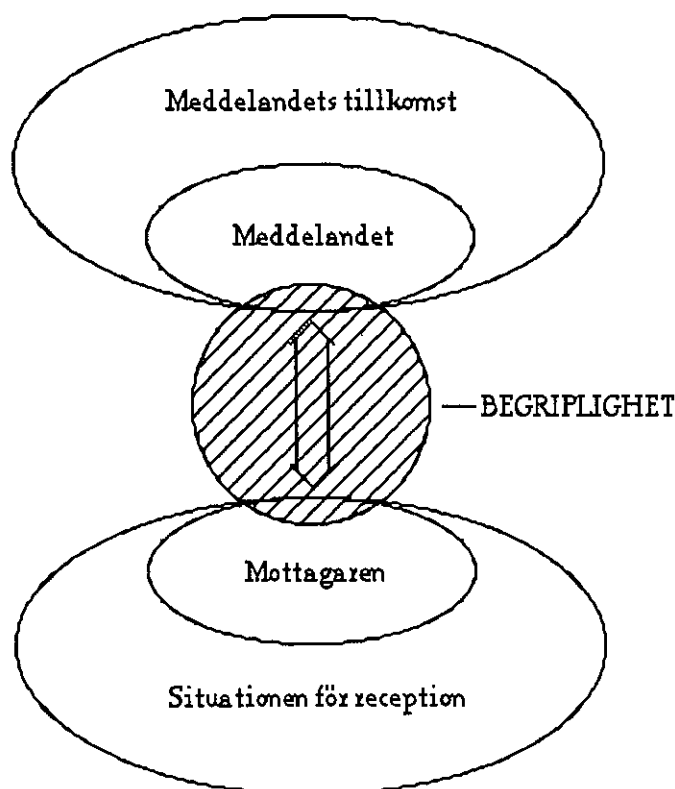
3. TEORETISK DISKUSSION

Det finns olika traditioner som studerar masskommunikationsprocessen utifrån delvis olika utgångspunkter. Vissa teorier tar dock sin utgångspunkt i mottagaren, andra i innehållet, medan de flesta försöker ge sken av att studera de båda. Detta förhållande har belysts av Katz & Liebes: "Some of us are studying the text of popular culture while others are studying their effects on audiences ... The former ... don't know anything about the audience, and the latter ... don't know anything about the texts." (1985, enligt Schrøder, 1987:8)

Modeller av kommunikation är ett fruktbart sätt att åskådliggöra olika traditioners syn på kommunikation. En modell är en förenkling av den verklighet man har för avsikt att beskriva. Kommunikationsmodeller ritar således upp en karta över kommunikationens delar och deras inbördes förhållande till varandra utifrån hur kommunikation skall beskrivas. Modeller bör således betraktas som idealbilder - vilket de är - och användas först och främst som hjälpmedel. Enskilda modeller lämpar sig olika bra för att beskriva olika saker (Fiske, 1982).

3.1 En kommunikationsmodell

Utifrån det perspektiv denna uppsats har på kommunikationsprocessen skall vi nu skissa en modell över de delar som ingår och deras betydelse i relation till varandra. Modellen är allmän och kan tillämpas på flera typer av kommunikation. Den kommer dock i denna uppsats främst att diskuteras med hänsyn till nyhetsrapportering i televisionen.



Figur 3:1. En kommunikationsmodell.

Modellen åskådliggör de olika element som krävs för att kommunikation skall kunna upp-rättas - meddelande och mottagare - samt de kontexter - meddelandets tillkomst och situa-tionen för reception - vilka dessa befinner sig i. Vid kommunikation kommer alla dessa

element att samverka och påverka vad som blir kommunikationens slutliga effekt. Pilen mellan mottagare och meddelande uttrycker den relation av kommunikation i vilken de två parterna är involverade. I denna relation förmedlas ett budskap som tolkas av mottagaren utifrån dennes förutsättningar och receptionssituation. Mottagaren tillskriver meddelandet mening och förståelse uppstår.

Begriplighetsforskning tar, i likhet med mycket annan kommunikationsforskning, relationen mellan meddelande och mottagare som sin utgångspunkt. Traditionen kan betecknas som publikinriktad och har mottagaren som sitt forskningsobjekt (Strand, 1994). Den är dock högst intresserad av innehållet och dess former som skapare av olika effekter hos publiken. Faktorer som påverkar begripligheten eller förståelsen föreligger enligt begriplighetsforskningen både i innehållet och hos mottagaren. En idealisk begriplighetsstudie undersöker således både ett manifest innehåll och dess effekter hos mottagaren dvs hela begriplighetens område. Slutsatser om förståelseeffekterna bör i en sådan studie dragas från både det specifika innehållet och den specifika mottagaren. Kommunikationsstudier av detta slag är dock komplicerade, ofta kostsamma och tidsödande. De förekommer inte i den utsträckning som skulle vara önskvärd. Detta kan, och bör man, konstatera innan man sällar sin egen studie till den billigare och mindre tidsödande - kort sagt den ofullständiga - typen.

Teorikapitlet kommer fortsättningsvis följa en disposition utifrån kommunikationsmodellen ovan. Modellens olika delar och deras betydelse för kommunikationsprocessen kommer diskuteras utifrån relevanta delar av kommunikationsforskningen. Den teoretiska genomgången utgör ett urval av teorier med grundligare genomgångar av de teorier som väger tyngst utifrån uppsatsens valda perspektiv. Forskning kring nyheter och begriplighet kommer att vara det centrum från vilket teorin byggs upp. Alternativa perspektiv och teorier får utgöra komplement till denna.

Inledningsvis kommer *meddelandets tillkomst* att diskuteras. Vad som blir en nyhet, samt hur nyheter formas och får sin specifika nyhetsmedieform kommer här att belysas.

Sedan följer ett delkapitel om *meddelandet i sig*, om vad den specifika nyhetsformen kännetecknas av. TV-nyheternas form, innehåll och presentation kommer här att diskuteras.

Begriplighet är föremål för nästa delkapitel i vilket begriplighetsforskningen presenteras. I avsnittet diskuteras dess premisser, förhållande till andra traditioner och resultat. Teorier om förståelseprocessen samt relationen begriplighet, förståelse, minne kommer även att behandlas.

Teorier om *mottagaren* och dennes förmåga till kommunikation samt om *situationen för reception*³ har diskuterats tidigare (se 2.8). Eftersom dessa ligger vid sidan av vårt direkta fokus kommer de fortsättningsvis i teorin att behandlas främst indirekt, som naturliga beståndsdelar av den kommunikationsprocess vi behandlar.

Teorikapitlet avslutas med en sammanfattning som har för avsikt att knyta ihop kapitlets tre delar till ett samlat teoretiskt ramverk. Tyngdpunkten i teorin ligger på nyhets- och begriplighetsforskningen. I sammanfattningen diskuteras denna forskning och dess resultat. Avsikten är att foga samman kunskaper om innehåll och mottagare till ett analysinstrument som skall kunna ligga till grund för en undersökning av nyheters förändring, och denna förändrings eventuella begriplighetsmässiga konsekvenser. Analysinstrumentet skall alltså kunna ligga till grund för en operationalisering av TV-nyheters förändring och begriplighet i ett antal avseenden.

³ Termen kan vara lite missvisande emedan vi uteslutande diskuterat psykologiska faktorer i det sociala nätverkets betydelse. Inom receptionsanalysen diskuteras situationen för reception i en mer fysisk bemärkelse som den direkta mottagarsituationen, i soffan framför TV:n (jmf. Morley, 1986). Detta angreppssätt faller dock utanför denna uppsats ramar, brukandet av termen till trots.

3.2 Meddelandets tillkomst

Om vi går tillbaka och tittar på vår kommunikationsmodell, ser man att vi med meddelandets tillkomst menar den första delen i förloppet. Det är likt en slags sfär som innesluter den specifika nyheten som vi mottagare får oss presenterade genom någon form av kanal (medium) – vilka händelser är värda att rapportera som nyheter? Det är frågan som har varit aktuell under en relativt lång tid. I en demokrati där yttrandefrihet är grundlagsbefästade torde ansvaret helt ligga hos de nyhetsförmedlande medierna och därmed indirekt hos journalisterna. Nyheterna presenterar ett mycket begränsat urval av aktuella händelser och förhållanden. Detta är inte speciellt svårt att förstå då en förmedling av alla händelser skulle varit omöjligt att genomföra. Men vad som har varit och är kärnan av detta urvalsförfarandet är att skeenden i verkligheten av nyhetsförmedlarna värderas på något sätt, dvs de har genom olika kriterier fastslagit vilka nyheterna medborgarna skall få.

3.2.1 Nyhetsvärdering

Vad är det då som utmärker det som blir en nyhet i våra medier. Det urval som redaktionen gör utgår ifrån vad man generellt sett kallar för en nyhetsvärdering. Studier kring nyhetsurval och värdering av nyheter har i huvudsak utförts på två sätt. Dels har den journalistiska arbetsprocessen analyserats, dels har man analyserat nyhetsutbudet och försökt urskilja vilka egenskaper som premieras då det gäller vilka händelser som blir nyheter (Hvitfelt, 1989).

Nyhetsurval under den journalistiska arbetsprocessen har framför allt analyserats mot bakgrund av begreppet "gatekeeper". Enligt detta begrepp anses oftast individen vara av central roll och personliga egenskaper förutsätts påverka nyhetsurvalet. Huvudresultaten från de många "gatekeeperstudierna", främst USA och Europa, är att nyhetsurvalet är delvis beroende på subjektiva, ganska personliga erfarenheter, inställningar och förväntningar hos journalisterna. Påverkansfaktorer existerar även i de organisatoriska och tekniska förutsättningar som exempelvis påverkar tid och utrymme för urval på en nyhetsredaktion. Men även mediespecifika förutsättningar - begränsningar och möjligheter sammanknytna med ett specifikt massmedium - påverkar värderingen av nyheter (se nedan *Mediologik 3.2.3*).

Forskare har kommit fram till att en händelse som innehåller vissa speciella element har en helt klart större chans att uppmärksammas. Bland annat har två norska forskare Östgaard och Galtung⁴ pekat på vilka nyhetskriterierna är. De har kommit fram till att det finns två huvudkomponenter som är avgörande för nyhetsvärderingen:

1. Identifikation

Händelsens förmodade betydelse för läsaren
Kulturell närhet
Intresse för eliten
Personifiering

2. Sensation

Ovanligt
Oväntat
Händelser med okänd utgång

De flesta analyser av nyhetsurval har alltså utgått från urvalprocessens slutresultat. Detta leder sålunda till att man uppmärksammar både urvalprocesser och bearbetning eller journalistisk form. Dessa delprocesser som är delvis överlappande.

Hvitfelt (1989) påtalar att västerländsk och svensk journalistik ofta har kritiserats för att vara alltför händelseinriktad. Kritikerna säger att det är yttre händelseförlopp, vars början

⁴ Enligt Hadenius & Weibull, 1989.

och slut är klart urskiljbara, som främst figurerar i nyhetsmedierna. Bakgrundsbeskrivningar och sammanhang utelämnas ofta. Konsekvenserna av denna händelseinriktning är att nyhetspubliken får en fragmentarisk bild av verkligheten. Det som utspelas verkar sakna orsaker och samband med andra händelser. Detta torde inte heller få positiva konsekvenser för nyheternas begriplighet.

Nyheter förmedlas som bekant inte enbart genom text, utan i allra högsta grad med bilder. Troligen bedöms bilder på liknande sätt som text, men vissa skillnader bör dock förekomma såsom värderingar av autenticitet, uttrycksfullhet och estetisk kvalitet (Hvitfelt 1989). TV som informationsmedium har alltmer kommit att betona sin roll som dominant. Därmed har bilders roll blivit viktigare i nyhetsvärdering eftersom TV är ett klart utpräglat bildmedium.

Nyheter berör givetvis människor på olika sätt. Begreppen vikt och relevans tar fasta på detta. Skillnaden mellan begreppen ligger i att relevans innebär betydelse för ett stort antal människor medan vikt innebär betydelse för mediets publik. Idealet är att en viktig nyhet också är intressant, det är journalistens uppgift att hitta och förena dessa kvaliteter. Men detta kan vara mycket svårt och då försöker man lösa det med att istället nå balans mellan nyheter. Viktiga nyheter är ofta "tung" dåliga nyheter och då balanseras dessa med intressanta, positiva "lätt". Dessutom är intressanta nyheter oftast tidlösa och kan användas när omdisponeringar måste göras i sista stund.

Även andra typer av överväganden styr nyhetsurvalet i nyhetsmedierna. Nyheterna måste vara anpassade till de speciella krav som finns inom varje nyhetsmedium och detta mediums format. Detta tar oss vidare till den journalistiska formen.

3.2.2 Journalistisk form

Den journalistiska bearbetningen av nyhetsmaterialet omformar de delar av verkligheten som uppmärksammas till en ny form. Man kan lite stygt säga att den journalistiska formen i sig medför en förvrängning av verkligheten. Bearbetningen som sker under nyhetsprocessen och den journalistiska formen som antas är säkerligen minst lika viktig som urvalet av nyheter. Journalistisk form är som sagt viktig att studera då en alltmer betydande del av nyhetsbudskapet ligger i hur det är utformat, och godtagbara intramediedata således bör utgå både från vad som bokstavligen påstås i en nyhetssändning och hur programmet är utformat (Hvitfelt, 1989).

Då det gäller TV har formen en central roll. Med hjälp av på- och avannonser, ljudillustrationer, påpekanden av programledare, bilder och filmade inslag byggs bilder upp av verkligheten som förmedlas. Människors tolkning beror som nämnts av ett antal individuella bakgrundsfaktorer. De olika delarna som bygger upp ett nyhetsinslag har därför olika betydelse för olika personer. Övergripande för den journalistiska formen är att dess bearbetning av ett material görs utifrån principer som har sina rötter klassisk dramaturgi, dvs syftet är att levandegöra verkligheten för publiken och därmed öka intresset för det som presenteras.

Den journalistiska formen är en produkt av den journalistiska bearbetningen av ett urval av händelser på en redaktion. Men den bestäms även av de villkor som hela nyhetsprocessen arbetar under och de egenskaper som finns hos de olika medierna - deras inneboende logik.

3.2.3 Medielogik

Hvitfelt urskiljer tre nivåer av den journalistiska formen. För det första finns en grundläggande och *allmän journalistisk form* som gäller samtliga medier. Detta är grundläggande konventioner som hjälper mottagarna att känna igen och förstå budskapet. För det andra finns en *mediespecifik journalistisk form* som alltså är beroende av mediets speciella logik. För det tredje torde den journalistiska formen i allmänhet skilja sig på vissa punkter från den form som utmärker just nyheter. Detta resulterar i sin tur i att olika me-

dier har en differentierad *mediespecifik nyhetsform*. Exempelvis så har TV som är ett audiovisuellt medium ett speciellt sätt att utnyttja bild och ljud för att förmedla nyheter.

Det är inte särskilt vågat att säga att vissa egenskaper, eller attribut hos ett visst medium, gör att speciella slag av innehåll lämpar sig bättre att presenteras i detta aktuella medium framför andra. Detta leder osökt till slutsatsen att man väljer att presentera nyheten på det sättet som exempelvis TV tillåter, dvs på det sättet som nyheten gör sig bäst. Dessutom medför mediets egenskaper att olika dimensioner betonas hos det som presenteras.

Mediets tillgänglighet är en viktig aspekt att ta fasta på. Detta avser främst den grad av psykisk eller fysisk aktivitet som i ett visst samhälle krävs av medborgarna för att de skall kunna använda sig av detta medium. Den fysiska tillgängligheten avser mediets spridning och dess typiska exponeringssituation, medan den psykiska tillgängligheten syftar på mediets uttrycksmöjligheter och kommunikationspotential. TV förefaller vara en lättillgänglig informationskanal och kräver i Sverige relativt lite psykisk såväl som fysisk aktivitet för sina mottagare (Høyer, 1989).

För att nu än mer och koncist koncentrera oss på medielogik och medieform kan sägas att det första begreppet brukar referera till de mer eller mindre uttalade reglerna och normerna som styr hur innehållet bör bearbetas för att så mycket som möjligt utnyttja ett visst mediums egenskaper. Medieformen däremot är huvudsakligen ett antal underordnade rutiner för hur man ska behandla olika teman eller händelser inom en genre. Man kan följaktligen likt Altheide se medieinnehållet som utformat för att passa medielogiken och medieformen som utformad att passa publikens preferenser och kunskaper (enl. Hvitfelt, 1989).

3.2.4 Utrymmesaspekter

Vad som framför allt är viktigt för medierna att ta hänsyn till är utrymmesaspekter, eller vad man kan kalla medieformat. Principen är den att allt innehåll i massmedierna tilldelas ett särskilt utrymme. TV-nyheter har ett mycket begränsat sändningsutrymme, vilket givetvis ställer höga krav på hur utbudet skall komprimeras. Den dominerande formen av TV:s informationsprogram är nyhetsmagasinen t ex Aktuellt, Rapport och på senare tid även TV4 Nyheterna. De har ett fixerat utrymme varje dag, cirka 30 min på vardagar, men om det har hänt något extra intressant kan programtiden förlängas.

Den fixerade sändningstiden som nyhetsprogrammen har påverkar givetvis vad som uppmärksammas och hur detta presenteras. Hvitfelt (1989) jämför TV's nyhetssändningar med morgontidningarnas framsida, bara det absolut viktigaste och intressantaste får plats.

En annan utveckling har gjort en ytterligare jämförelse möjlig: mellan TV-nyheterna och Tabloidtidningarna. I Storstockholm har Aftonbladet och Expressen sedan en tid tillbaka börjat komma ut på morgonen. En motiveringen till morgondistributionen är att de fått en alltför stor konkurrens av TV-nyheterna. En rimlig slutledning torde bli att de anser att nyheterna som förmedlas i TV fått mer av kvällstidningsformat och kvällstidningsinnehåll. Tanken är mycket intressant, men frågan är om TV:s nyhetsredaktioner anser sig bedriva kvällstidningsjournalistik. Detta är i vilket fall inte målet för public service-kanalerna, men kanske är detta en följd av den rådande avregleringen och ett led i den kommersialisering som vi har nämnt tidigare.

3.2.5 Tidsperspektiv

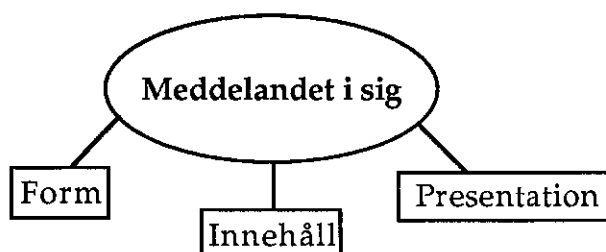
Generellt gäller att massmedierna arbetar med ett annat tidsperspektiv än det verkliga. Tidsperioder krymps eller skalas bort helt. Men vi som mottagare har lärt oss detta och normalt, fast i varierande omfattning, fyller vi i det som saknas så att sammanhang och konsekvenser erhålls. Man tar inte heller alltid hänsyn till de verkliga tidsförhållandena utan ordnar om så att händelsen kan presenteras på ett sätt som passar mediet. Nyhetsberättelserna ges en dramaturgisk effektiv uppbyggnad snarare än en verklighetstrogen. Skillnaderna mellan de olika medierna med avseende på attribut och logik är markanta. Mellan tryckta medier och TV förefaller det vara så att TV i allmänhet är mindre reglerat

av fasta koder, mer mångtydigt, mer öppet, mer konkret, mer allmänt och erbjuder rikare möjligheter till information (Hvitfelt, 1989). Men bristen med TV är att än så länge saknas en given feedback, dock finns tittarsiffror att referera till men de är mycket passiva.

Då TV är ett förhållandevis ytligt medium, samt begränsas av tid och utrymmesaspekter och där underhållning och liknande lämpar sig alldeles utmärkt, torde man kunna säga att det är svårt för de informativa programmen att erhålla ett åtråvärt djup. I princip skulle man kunna säga att medielogiken hos TV har visat att dess främsta funktioner avseende informationsprogram, är att tillhandahålla en grundläggande orientering och att engagera.

3.3 Den förmedlade nyheten

Nu skall vi försöka föra en intressant teoretisk diskussion angående den förmedlade nyheten utifrån form, innehåll och presentations aspekterna.



Figur. 3:2 Delar av meddelandet.

Med tanke på den bakgrundsdiskussion som vi har fört förefaller det inte särskilt kontroversiellt att påstå att själva nyhetens utformning och sättet vi får oss den serverad har ändrats. Med stor sannolikhet har utveckling och omstrukturering samt förfinad teknik skapat bättre informationsförutsättningar. För att höja attraktionsvärdet och fånga oss tittare har kanske nya knep kunnat utvecklas för att t ex öka begripligheten. Som vi vet har TV-som ett nyhetsförmedlande medium kommit att allt mer få en central roll angående samhällsinformationen. Men TV:n har även en funktion likt ett kulturellt kitt vilken ofta skapar gemensamma kulturella referensramar (Dahlgren 1990).

TV:n tillhör idag både vardagen samt står utanför den. TV-rutan markerar en slags gräns, men samtidigt utgör den en länk mellan vår vardag och vyer som ligger bortom denna. Medlingen och förlikningen över denna gräns sker främst genom att TV-nyheterna både kan definiera och legitimera olika sorters verklighetssfärer. Detta gör att nyheterna genom TV:s försorg erbjuder en slags orienteringskarta över olika områden av upplevelser och meningsproduktion (Dahlgren 1990).

Generellt sett bygger hela TV:s medlande roll på att gränsen mellan det rationella och det utomrationella är förhållandevis öppet, på detta sättet ger TV en psykisk och kulturell rörlighet för meningsproduktion som har få konkurrenter bland dagens samhällsinstitutioner.

3.3.1 Form och innehåll

Det har blivit alltmer angeläget för forskningen att studera den journalistiska formen närmare. Det är nämligen en självklarhet att form och innehåll inte går att skilja åt. Att hexameter och prosa har olika typografisk utformning styr exempelvis själva läsningen och ger olika innebörd åt texterna. Det förefaller också vara så att vissa typer av innehåll kräver en viss form, antingen av rent konventionella skäl eller därför att innehållet faktiskt inte kan komma till sin rätt i någon annan form. Med konventionella skäl menas de medel som journalistiken använder sig av för att underlätta för publiken att orientera sig i utbudet. Detta är särskilt betydelsefullt då det gäller massmedia därför att kommunikationssi-

tuationen för dessa medier är relativt flyktiga, då gäller det att vägleda mottagaren i själva produkten (Furhoff, 1991).

Formregler kan också vara rena disciplinmedel över redaktionen. Vad journalisterna upplever som formregler är i själva verket väl maskerade regler för innehållet. Hade dessa varit formulerade i policyn hade de till skillnad från nu säkerligen motarbetats. Det är intressant att studera formregler utifrån målsättningen att kunna skilja på rationella och irrationella formregler och de som främst har syftet att i själva verket styra innehållet. Medan en redaktionell policy oftast brukar beskrivas som diffus, gäller snarast motsatsen formen för det redaktionellt bestämda innehållet. Där finns regler som accepteras inom området eller specifikt för den aktuella redaktionen (Furhoff, 1991).

Under det senaste decenniet har det humanistiska synsättet kommit att bli mera framträdande i forskningen i fråga om nyhetsförmedling och journalistik. (Hadenius & Weibull, 1989). Man frågar sig vad som faktiskt utmärker de former som används, samt om/hur dessa har förändrats under åren. Nyheternas dramaturgi är ett exempel på en sådan form. När man analyserar nyheters form framhävs vikten av att det vi kallar form snarast är hur ett visst ämne skall behandlas.

Man kan tycka sig se att nyhetsförmedlingen har blivit allt mer beroende av formens makt över innehållet. Detta kan givetvis ses ur en positiv såväl som en negativ synvinkel, kritiken består i att det innehålle som förmedlas värderas för mycket utifrån det specifika mediets formkrav och att viktiga ingredienser kanske därmed förbises. Som exempel framhålls ofta att nyhetsprogram i TV tenderar att utformas som underhållningsprogram. Samtidigt kan man se detta ur ett *medielogiskt* perspektiv, dvs mediet som förmedlar nyheten utnyttjar de områden som de är bäst på. TV som är ett audiovisuellt medium torde då försöka på ett optimalt sätt att utnyttja sina bildmässiga fördelar gentemot övriga medier. Men fascinationen inför den berättarteknik som mediet hyser innebär ofta att frågorna om vad som passar i formen blir viktigare än innehållet i det som faktiskt förmedlas. Jämför med McLuhans formulering "The media is the message".

Vidare har alltså olika medier en mediespecifik nyhetsform. Nyheterna i radio och TV är som sagt uppbyggda på annorlunda sätt än nyheter i dagspressen. Artiklarna i pressen är oftast gjorda på det viset att det överraskande och sensationella i texten placeras så tidigt som möjligt, riktigt så går det inte till i TV eller radio. Den stora skillnaden mellan TV och radio är givetvis att TV är ett visuellt medium. Då både ljud och bild skall komponeras torde det vara betydligt mer komplicerat att producera TV-program än radioprogram. De tekniska aspekterna som vi flera gånger tidigare varit inne på har som förståeligt är en viktig roll i produktionen av TV-nyheter. Tillgång på bilder, reportage samt svårigheterna och möjligheterna med att rent dramaturgiskt kombinera ljud och bild styr i stor utsträckning det slutgiltiga nyhetsmeddelandet. Samtidigt är sändningarna tidsbegränsade vilket gör att det måste ske en komprimering av den ursprungliga nyheten.

3.3.2 *Korthetskrav*

Är en förkortning av ett händelseförlopp en våldtäkt på verkligheten? Även om det kan tyckas så är en komprimering av nyheter ett måste framförallt då vi pratar om etermedier. En nyhets viktighetsgrad behöver dock inte bli berövad av att meddelandet är kort. Placeringen i presentationsflödet har här säkerligen en stor inverkan då nyheter som placeras tidigt i sändningen torde uppmärksammas lättare. Generellt sett är alla nyheter i etermedierna relativt korta. Skälet är att man skall bibehålla tempot i sändningen. Insikten om korthetskravets vikt leder till en ganska intressant infallsvinkel. Är dagens nyhetssändningar av ett allt snabbare tempo, klipper man t ex in korrespondenter och bilder på snabbe och mer effektiva sätt?

"The copy editor's first task is to reduce the volume of news to a level where it approaches what the outlet can use. In the BBC newsroom the copytaster rejects about 90 per cent of incoming news agency copy, a typical ratio across the med."(Schlesinger enligt Bell, 1991:76)

Den vanligaste kritiken mot det rådande korthetskravet är att detta framtvingar en otillfredsställande journalistik. Komprimeringen av stora och svåra nyhetsmaterial kan ofta leda till att det i sin slutliga utformning får en obegriplig framtoning för publiken. Det kan också vara så att man, särskilt i etermedierna, tvingas koncentrera sig på en enda aspekt av ämnet - givetvis då den som gör sig bra och rymms inom den tilldelade tiden.

3.3.3 Bilden som nyhet.

Höijer och Findahl har i sin avhandling "Nyheter, förståelse och minne" diskuterat mycket kring bildens roll i TV-nyheterna. Deras arbete kring förståelse och begriplighet av TV-nyheter har gjort dem till något av auktoriteter på området. De är sålunda väl citerade av andra forskare som har intresserat sig för området och även vi har sedermera förkovrat oss i deras arbete.

Även om språket är huvudbärare av budskapen som skall förmedlas i TV-nyheterna så kan man absolut inte bortse från den centrala roll som bilden idag alltmer spelar. De nyhetsredaktioner över världen som arbetar med visuell nyhetsförmedling föredrar givetvis bildsatta nyheter framför endast en reporter i rutan. Tron på bildens genomslagskraft är stor. Inte minst visar detta sig genom att en mycket stor daglig publik sätter sig framför apparaterna och "konsumerar". Men populariteten säger givetvis ingenting om bildens förmåga att föra ut nyhetsinformation. Höijer och Findahl säger att det kan vara helt andra saker som skapar TV-nyheternas attraktionskraft. De påtalar även att det inte finns något inom forskningen kring bildens informativa roll som visar på någon inneboende informativ överlägsenhet hos bilden (Findahl & Höijer, 1984).

Massmediaforskare har frågat sig hur nyhetsinformation bäst förmedlas i radio eller i TV och när det gäller TV:n om det är bättre med tillhörande bilder eller med bara reportern i rutan. Liksom inom annan forskning har man här bortsett från innehållets betydelse och trott sig kunna finna en bästa metod. Det har dock inte visat sig vara så enkelt och resultaten på området har visat sig ytterst motstridiga (Findahl & Höijer, 1984).

Trots att många experiment har visat på att igenkännandet av bilder är starkt har innehållet i sig stor inverkan, ovana bilder kan vara svåra att minnas. Men när det gäller att minnas enkla och konkreta bilder jämfört med språklig information tycks olika experiment visa på att bilder lättare "biter sig fast". Hur fungerar då en kombination av bild och text - språklig information? Man skulle kunna föreställa sig att en sådan kombination skulle vara den optimala för att få informationen att nå fram, men Höijer och Findahl hävdar att det är svårt att med hjälp av forskningen som har bedrivits kunna peka på några egentliga bevis för att så är fallet. När det gäller enklare informationsföljder har det dock visat sig att bilden ökar hågkomst.

Denna något ambivalenta situation som råder inom forskningen kring bildens informativa roll har gjort att det råder ganska stor oenighet angående bildens roll exempelvis i TV-nyheter. Medan det bland praktikerna finns en allmän tro på bildens genomslagskraft torde med stor säkerhet kunna konstateras att bildens informativa roll varierar. Man kan inte ställa sig frågan om vilket som är bäst, bild eller utan bild. Hänsyn måste idag tas till en rad ytterligare aspekter: De teknologiska framstegen som leder till en allt mer komplex situation; TV-nyheternas uppläggning och produktion; samspelet mellan bild och ljud; samt hur klippning och olika kameravinklar skall användas.

I Höijer och Findahls egna studie, angående bilders inverkan på hågkomst av nyheten, delade de upp bilderna i olika kategorier. De prövade förutom studiereportern, tre typer av illustrationer: fotografiska bilder, schematiska teckningar samt rubriktexter. Deras resultat visade att när endast studiereportern förekom i bild, kom mottagaren betydligt

sämre ihåg nyhetsinformationen än när inslagen bildsattes. Illustrationerna gjorde det med andra ord enklare att uppfatta informationen, men det förekom ingen skillnad mellan de tre olika illustrationsbilderna. Detta berodde enligt forskarna att de olika illustrationernas innehåll var samma. Passar alltså bilderna ihop med innehållet ger de en positiv effekt. De måste tolkas och sättas in i ett sammanhang för att få en särskild innebörd. När sambandet mellan ljud, innehåll och bild är otydligt eller obefintligt uppstår istället ofta missuppfattningar.

TV-nyheternas bilder har några grundformer. Först och främst finns det neutrala bilder vanligen tagna framifrån på programledaren eller kommentatorn. Vidare finns det även grafiska symboler, fotografiska stillbilder och textplattor. Den nya datateknik som man idag kan använda har mer eller mindre revolutionerat den grafiska bildutveckling och har beskrivits som ett "Grafiskt grepp om tittarna" (Pagold, 1994:B3). I Sverige har dock public service kanalernas nyhetsprogram fortfarande ett relativt restriktivt förhållningssätt och rädslan att en alltför uppsluppen grafik och frekventa bildklipp kan komma att skada trovärdigheten är förmodligen stark. TV4:s nyheter tycks däremot tillhöra en annan skola där man anser att en färgsprakande grafik användning skapar den åtråvärda folkligheten. Vidare kan även filmade inslag ha olika former: film med speakertext, reportrar som talar direkt i kameran samt scener där både reporter och den intervjuade syns, ibland samtidigt, ibland genom att bilder på intervjuaren klipps in.

Bilderna kan i ett bildmedium som TV även skapa problem. Då ett bildmässigt stoff är prioriterat innebär detta samtidigt att många viktiga saker förbises därför att de inte kan ges en tillfredsställande bildsättning. Det förekommer dessutom ofta att när man inte har aktuella bilder till en händelse, så arrangeras en bildserie. Detta är ett sätt att försöka stärka intrycket av en nyhet som samtidigt kan leda till en försämrad begriplighet då bilden förmodligen inte riktigt har samma innehåll som själva händelsen. En arrangerad bild utmärks av att den ej är en direkt avspeglning av verkligheten utan snarare en förfälskning. I en del fall går det att klart urskilja om en bildserie är arrangerad, i andra fall inte. Bildarrangemangen tycks även öka till antal. Ett faktum som torde bero av att redaktionerna idag har mindre möjlighet att kontrollera den ursprungliga källan till det alltmer omfattande bildutbud som idag möjliggjorts av ny teknik och en allt snabbare bildförmedling.

Det föreligger så, som vi påpekade tidigare, att TV-mediets logik befrämjar en fiktiv och underhållande framställningsform, något som sålunda gäller även informativa program. Den våldtäkt på verkligheten, som vi tidigare lätt insinuerat, kanske existerar och intensifieras genom att man i nyheterna mer och mer dramatiserar, omformar, förstorar och vinklar olika händelseförlopp. Kan det vara så att en förfinad klipptechnik och andra yttre förändringsfaktorer har gjort att nyhetsförmedlingen har kommit närmare den underhållande spelfilmen?

3.3.4 Berättarteknik (dramaturgi)

Om nyheternas sändningar har kommit närmare den underhållande spelfilmsgenren är relativt svårt att säga, men det förefaller som om man rent erfarenhetsmässigt har förfinat de dramaturgiska "knepet". Att berättartekniken har blivit viktig beror mycket på att man vill presentera nyheterna på ett så välstrukturerat sätt som möjligt. Baktanken med detta är att tittarna skall känna igen sig och på så sätt lättare kunna följa och ta till sig det förmedlade budskapet.

Vad som vidare är viktigt för både förståelse och erinring, är att nyhetsförmedlingen kan uppfattas som ett meningsfullt sammanhang, en text eller budskap fungerar exempelvis inte lika bra om de har formen av en hop av enskilda fakta. En särskild form av språklig sammanbindning som främst TV-nyheterna använder sig av är att en bestämd del av texten direkt markerar, vad som är den samlade textens övergripande innehåll - dess tema. En sådan direkt markering av nyheternas tema kan kallas för "tematisk formulering". Dessa spelar som sagt en central roll i TV-nyheterna, man påannonserar tidigt vad som skall komma samt vilken struktur dagens program skall ha (Pittelkow, 1985).

Peter Dahlgren beskriver i en essä om "TV och våra kulturella referensramar" (1990) tre berättardimensioner som är typiska för TV-mediet. De tre är: *Berättardynamiken*, *berättarstrukturer* och *dramatiska laddningar/lösningar* och är mycket fruktbara för tillämpning på TV-nyheter

Med *berättardynamik* syftas formella element i själva TV-produktionen, som hur kameran arbetar, sekvensernas längd, allmänt tempo och grafiska hjälpmedel (se ovan *Bilden som nyhet* 3.3.3). Dessa skapar tillsammans något som man kan kalla för genrespecifika *konventioner*, vilka definierar tid och rum i TV-berättandet samt utgör en slags mall som orienterar tittaren och vägleder dennes upplevelser. Men dessa konventioner är inte statiska utan förändras mycket beroende på yttre omständigheter. Nyheterna idag jämfört med för 20 år sedan kan nog framstå som mycket snabbare och intensivare (jmf. tempoökningen ovan). Genom musik och klipp tekniker förstår vi exempelvis av vilken art nästa inslag skall vara. Rytmen i nyhetssändningarna har en given plats och man försöker skapa en flöde som följer en rytm utan några "hack". Rapport som är ett nyhetsprogram i en public service-institution intar en slags strikt hållning med en mjukt flytande mittemellanrytm. "Men rytmen har sina risker. Rapportens sändningar kan ibland kännas så lugnt och lagom inramade att nyheterna glider undan i den invanda koreografin." (Pagold, 1994:B3).

En relativt ny företeelse hos vissa nyhetsredaktioner är skapandet av den så kallade "redaktionella känslan". TV4 var först med att försöka förmedla ett djup genom att sända direkt från redaktionen, med medarbetarna sittande, arbetande i bakgrunden. Aktuellt bestämde sig också för att lämna den trånga studion och sända direkt från sin skraddarsydda redaktion. Rapport behöll dock sin sändning från studio, istället för den platta blå filt bakgrunden önskade dock även de sig ett nytt djup i bilden. Omläggningen skedde i samband med att morgonprogrammen infördes. Ett tungt skäl till att man inte började sända från sin redaktion som Aktuellt och TV4-nyheterna var att man som public service-kanal ville ha möjlighet till att sända dygnet runt samtidigt som redaktionen behöver arbetsro. Ett djup har Rapport ändå skapat genom en bakgrund med ett fejkat stadslandskap av obestämd europeisk art. De inblandade tycker att detta fyller sitt syfte, dvs att skapa ett djup i bilden och lugn för ögat när innehållet är upprörande (Tarschys, 1994).

De konventioner, som vi beskrivit ovan, säger oss bland annat att den rådande verkligheten har ett djup, att det finns mycket som ligger under eller bakom ytan, och att nyhetsorganisationen har förmågan att tränga in i sanningen. Dessa konventioner får oss att känna att programmet verkligen har förmedlat världen till oss. Djupet ger en ökad känsla av trovärdighet och om detta tredimensionella koncept inte existerade torde förmodligen sändningarna uppfattas som gammalmodiga. Enligt Dahlgren har TV börjat få ett berättardynamiskt språk som mer och mer verkar korsa genregränserna och som därmed bidrar till att skapa en mer enhetlig symbolisk TV-värld. Går vi då mot en situation där skillnaderna mellan fakta och fiktion kan komma att utjämnas?

Berättarstrukturer är kanske en mer bekant dimension då vi här kommer fram till själva innehållet vilket kan studeras in i sina beståndsdelar. Vad det gäller TV-nyheter har innehållet självklart en egen berättarstruktur men den är som sagt ej statisk utan påverkas av utomstående förändringsfaktorer. Utifrån berättarstrukturens beståndsdelar såsom personifiering, problemen/konflikterna, förloppets olika faser, vinkling och serialisering kan den kartläggas. Cawelti (enligt Dahlgren, 1990) menar att det i själva verket enbart finns ett begränsat antal grundvariationer av berättarstrukturer. Inom västvärlden kan man identifiera dessa mönster i de olika genrerna: äventyr, romantik, melodramer, deckare osv. Vidare finns även det kulturellt specifika som gör berättandet konkret exempelvis, materialbilder, symboler, myter, stereotyper, teman, koder osv. Dessa kulturens arketyper är svåra att bortse ifrån inom såväl fiktion som faktaprogram.

Dramatiska laddningar och lösningar skapas genom att retoriska konventioner grundar gängse inställningar till händelser (nyhetsmeddelande). Händelsen färgas med konventioners språk för att appellera till vanliga värderingar och synsätt. Dramatiska laddningar

och lösningar används på detta sätt för att förstärka de normativa uppfattningarna. Sättet att presentera ett problem omfattar ofta själva lösningen inom ramen för den dramatiska logiken. En skandal inom den offentliga förvaltningen markerar de normativa gränserna och gör oss upprörda. När vi därpå får vi höra att en utredning har tillsatts lugnar denna symboliska rening oss - lösningen ter sig vara ett faktum.

3.3.5 *Vinkling*

En aspekt av hur journalistiken försöker åstadkomma höjdpunkter och kontroversiella synsätt är att försöka hitta intresseväckande infallsvinklar. Detta är ett sätt att skapa uppmärksamhet och intresse hos en helhet eller hos speciella grupper. Med vinkling menas att man inte riktigt redogör för händelsen i sin helhet utan försöker finna en slående "vinkel", ett drag av nyheten som är intressant att belysa. Man kan även likna vinklingsförfarandet med en förminskning, dvs mediets utrymme, som förståeligt växlar olika massmedier emellan, tillåter inte en helhetsbild utan en infallsvinkel är ett måste. Förminskningen bestäms av nyhetsprocessens villkor, och såväl strukturella som institutionella och personliga faktorer styr. Enligt journalistiska principer strävar journalisterna efter att redogöra för väsentligheter. Det är sällan något helhetsperspektiv presenteras utan att vissa aspekter betonas starkare än andra, som inte förväntas äga samma intressevärde eller engagerande karaktär.

Det finns naturligtvis risker med en alltför kraftig vinkling av händelser, idag är det framförallt, bland våra nyhetsmedier, tabloiderna som står för de kraftigaste vinklingarna. Gränsen mellan att man levandegör en abstrakt nyhet till att det sker en förvrängning av verkligheten är hårfin.

Hvitfelt (1989) refererar till en icke publicerad undersökning av journalister, i vilken det bl a frågades om typiska vinklingar. Följande vinklinsaspekter var de fem mest använda:

1. *Personifiering.*
2. *Den enskilde mot myndigheten* (David och Goliatprincipen), är en slags personifiering.
3. *Överdrifter och dramatik.* Nyheterna blir en dramatiserad verklighet.
4. *Politisering.* Vinkling utifrån mediets politiska uppfattning, inte intressant då det gäller public service då de skall vara opartiska.
5. *Negativitet.* En konsekvens av urvalsprocessen är att negativa nyheter oftare väljs ut.

Vinklingar är inga lögnar. De förstärker händelser, tendenser och förhållanden som redan finns och renodlar aspekter. Risker är endast att aspekter blir alltför renodlade, proportioner alltför överdrivna, indicier alltför sanna och verklighetsbilder alltför felaktiga.

3.3.6 *Personifiering*

Denna princip är så framträdande i nyhetsförmedlingen att den inte bara bör betraktas som den dominerande vinklinsprincipen utan även som ett av de mest grundläggande dragen hos den journalistiska formen (Hvitfelt, 1989). Detta sätt att förmedla en nyhet har accentuerats alltmer de senaste åren. Vad är då detta? Man torde kunna översätta personifiering med "personcentrerad nyhetsförmedling". Med "personcentrerad" avses dock inte att alla dessa nyheters form och innehåll är koncentrerade till enskilda personer, även om en utveckling eller ett skeende ofta förflyttas till individnivå för att försöka visa på hur detta påverkar gemene man. Personifieringen kan även inta andra skepnader.

Bell (1991) försöker kartlägga skillnader mellan den personcentrerade nyheten och de generellt sett mer översiktliga och objektiva nyheterna. I de icke personcentrerade nyheterna är en koncentrerad sammanfattning av nyheten mer eller mindre obligatorisk. När det gäller den personifierade nyheten är orienterande och utvärderande material lika obligatoriska. Vidare framställs den personifierade nyheten oftast på kronologiskt vis till skillnad från "vanliga nyheter" som nästan uteslutande börjar med själva poängen eller det viktigaste - likt en ingress. Karakteristiskt för de båda formerna är deras förkärlek för direkt citering. Fördelar med exempelvis ett ögonvittne är viktiga för båda formerna att utnyttja. Bell påtalar här att vikten av en personcentrad presentationsform är att den just är personlig (personal). Den relaterar till den aktuella personens egna erfarenheter ur dennes synvinkel, medan de vanliga nyheterna rapporterar andras upplevelser som reportern endast indirekt har bevittnat. Personifieringen har på detta sätt en positiv psykologisk effekt då det är lättare för en mottagare att identifiera sig med enskilda människor än med ett kollektiv.

Orsakerna till personifiering av nyheter kan vara flera. Den främsta torde dock vara att en nyhet som kan bli framställd i personliga termer av detta slag förefaller vara mer *newsworthy*, som Bell uttrycker det. Dessutom handlar personjournalistiken om begriplighet. Beskrivningar av abstrakta eller kollektiva skeenden utifrån enskilda människors erfarenheter levandegör och förenklar material som annars vore ointressant eller obegripligt för den genomsnittlige tittaren. I den tidigare refererade intervjuundersökningen av journalister (Hvitfelt, 1989) angavs följande skäl som de främsta motiven till personifierande journalistik:

1. *Identifikation*. Människor har ett behov av att identifiera sig med andra.
2. *Enkelhet och begriplighet*. Genom att personcentrera abstrakta nyheter blir de begripligare.
3. *Kommersialism*. Läsvärdet ökar när det handlar om personer. Ett motsvarande tittarvärde torde med tittarsiffror existera som motiv även för TV-nyheter.
4. *Enkelt att producera*. Journalister hävdar att det är enklare att göra sådana nyheter.

3.3.7 Serialisering

Med serialisering menar man att nyheterna har ett slags flöde som inte bara sträcker sig inom en sändning utan mellan sändningarna från dag till dag. Det kan bland annat yttra sig på det viset att man under en vecka har ett tema som behandlas likt serie men även en persons levnadsöde kan följas på detta sätt. Det är inte omöjligt att man kan koppla ihop viss serialisering med personifiering.

Tanken bakom serialisering hör förmodligen ihop med att man vill delvis skapa ett intresse för själva ämnet man behandlar och samtidigt göra meddelandet enklare och mer lättsmält för den stora allmänheten. Mer eller mindre vedertaget är att om det finns en chans för mottagarna att identifiera sig med händelseförloppet så ökar även deras möjlighet att ta till sig budskapet (Poulsen, 1993). Serialisering är kanske snarare än en identifikationshjälp en direkt följd av de nya konkurrensförhållanden inom de audiovisuella medierna. Utvecklingen har frambringat nya metoder att få tittarna att följa sändningarna. Serialisering kan i vissa fall utgöra en tillfredsställande dylik metod.

3.3.8 Presentation

Bakgrundsdjup, kameraklipp och grafiska hjälpmedel är en del av själva presentationen. Med hjälp av dessa och liknande tekniker försöker man bygga upp goda presentationsförutsättningar för nyhetsprogrammen. Grundmålsättningen med presentationen är att den utförs på ett sätt så att den skapar trovärdighet, men i dagens mediesituation verkar det även som att kraven på en mer intresseskapande presentation har kommit att betonas. Om man tar en titt på framtidens nyhetspresentation kommer, med stor sannolikhet, tempot att ökas. Den generation som idag växer upp med TV:n som ett givet inslag i vardagen kommer att vara betydligt mer förberedda på en mer tempofylld presentation. De kan på ett mycket enklare sätt tolka de medietypiska kännetecknen, som exempelvis avancerade ljudsättningar och kameraklipp utgör.

3.3.9 Nyhetsankare

Nyheterna framförs och ges ett trovärdigt ansikte av ett tungt och robust ankare som håller det redaktionella nyhetsskeppet på plats. Programledaren ges i sändningen en central roll som en slags ceremonimästare. För publiken utgör nyhetsankaret den mänskliga anknytningen, förbindelseleden mellan tittarna och TV-nyheternas hela berättarvärld. Det är därför viktigt att programledaren påbörjar och avslutar varje historia (Knowles, 1991).

Det är oftast programledaren som knyter ihop historierna och ger publiken ett sammanhang i händelserna. Huvudfunktionen och programledarens grunduppgift är just att hålla samman programmet och presentera de olika inslagen. Men man kan även se en ökning av nya roller i vilka programledaren i studion interagerar, med experter, andra reportrar eller med personer som har bjudits in i studion. De fungerar som en slags ställföreträdande umgängespartner, de skall återkomma regelbundet så att publiken känner igen dem som bekanta i verkliga livet (Jensen, 1986).

I de kommersiella kanalerna satsas det mycket på nyhetsankare, då en förtroendeingivande nyhetsuppläsare även kan skapa högre tittarsiffror. Det har visat sig att programledarens funktioner har varit relativt stora då det gäller hur publiken har tolkat budskapet. Genom betoning, kroppsspråk och blick i kameran kan programledaren insinuera betydelser som annars inte skulle urskiljas (Hvitfelt 1989).

Men är egentligen ett nyhetsankare en nödvändighet och behöver vi ett ansikte till att läsa en nyhetstext? Frågan ställdes i Dagens Nyheter av en skribent som var av uppfattningen att:

"Filmer direkt från händelsernas centrum försedda med speakerröst vore bättre TV än en stylad uppläsare i studion."(Lind, 1994:B1)

Lind skriver vidare att de internationella storkanalernas nyhetsförmedling, Sky News, CNN och BBC tränger in på platser och får tittaren att känna att fönstren mot världen öppnas. De verkar ta publiken till brännpunkterna i dagspolitiken på ett direktare sätt än de svenska, som ofta är "daddande". Men Lind blev även förvånad när det visade sig att nyhetsprogrammen var mer lika än hon tidigare hade trott. Överlag är nyhetsredaktionerna rädda att förlora trovärdighet och antager därför ofta ett konservativt förhållningssätt. Motsatsen till denna konservativitet är sällan intellektuell djärvhet utan snarare den popularitetsjakt som exempelvis TV4 ibland kan lida av.

Lind påtalar även BBC:s relativt stora variation av nyhetsuppläsare och det verkar även som om de inte är så hårt styrda då det gäller klädval och liknande, de ser mer ut som "levande människor". Kanske kan BBC tillåta dessa mänskliga variationer då de har ett så starkt kvalitetsrykte? Talstilen och dialogerna verkar även mer personliga och avslappnade än i det smattrande CNN eller det anonyma Aktuellt. Lind frågar sig även varför man inte får se mer av dessa politiska landskap man pratar om, istället visas de instängda, likriktade och stylade redaktionsrummen med de likaså ordnade hallåorna. Lind tycker att alla dessa anonymiserade uppläsare i försiktigt stylade kläder och stolar bör ersättas av sina röster och filmer från händelsernas centrum. Där är TV unikt som bildmedium.

En sådan utveckling som Lind eftersöker verkar idag inte vara särskilt intressant, snarare verkar det som sagt som om nyhetsankaret exponeras alltmer och får en allt centralare roll i nyhetsprogrammets profil. TV4-nyheterna påannonserar exempelvis sina sändningar tillsammans med programledarens namn. På det sättet anonymiserar de till viss del programmet samtidigt som de hoppas etablera en mer personlig relation med tittarna.

3.3.10 Intervjuer

Intervjuer är ett vanligt förekommande sätt att presentera nyheter på. Målet med intervjuer är att de intervjuade skall få ge sina synpunkter. Ett undantag är dock skildringar av ögonvittneskaraktär, där vittnet redogör för händelsen utan några värderande synpunkter. Om händelsen (nyheten) innefattar olika åsikter försöker man balansera presentationen genom att intervjua folk från de olika lägren.

Intervjuer är frekvent förekommande. Den stora mängden intervjuer i TV-nyheternas sändningar har givetvis ett direkt samband med mediets karaktär (Westerståhl & Johansson, 1985). Att låta publiken endast höra, eller se och höra en reporter läsa upp meddelanden om händelser av varierande art anses otillfredsställande. De journalistiska ambitionerna att åstadkomma omväxlande och intresseväckande program motiverar intervjuer.

Intervjuformen ger också utrymme för en betydligt större journalistisk insats. Det kraftiga inslaget av intervjuer motiveras av mediemässig hänsyn, Intervjuer lämpar sig alltså rent mediologiskt. Intervjuformen ger journalisterna en önskvärd rörelsefrihet och större möjlighet att utforma programmet efter egna önskemål. Huvudsyftet med intervjuer är att publiken skall få en mer levandegjord presentation och på det sättet en intresseväckande information. Emellertid är det givet att de många besluten kring intervjusituationen kommer att påverka budskapet som förmedlas, vilket i sin tur kan leda till att gränsen mellan intervjuer och de kommenterande beskrivningarna i stundom blir oklara (Hvitfelt, 1989).

3.3.11 Studiointervjuer

Ett nyhetsprogram kan använda sig av intervjuer i studiomiljön för att skapa en slags dialogbaserad presentationsform. Målsättningen är att få mottagaren att känna sig mer deltagande och aktiv i nyhetssändningen, het enkelt ett incitament till vidare diskussion i hemmen. Samtidig torde detta presentationssätt skapa en ökad trovärdighet då man direkt ser hur experten eller politikern besvarar frågor angående ett ämne eller förklarar hur saker och ting ligger till. Trovärdigheten förutsätter givetvis i någon mån att det är förtroendeingivande personer som intervjuas.

Frågan är om detta sätt att presentera nyheter skapar en högre förståelse hos mottagarna? Det beror säkerligen på vilket sätt som intervjun genomförs. I vissa fall torde en expert som är väl insatt på sitt område och använder sig av områdesspecifika termer snarare verka vilseledande. Samtidigt skapar sannolikt hans/hennes medverkande i programmet en högre hågkomst av och trovärdighet hos nyheten. Ihågkomst är dock inte detsamma som förståelse och det är säkert med beaktande av detta som nyhetsprogrammen istället väljer att intervjua en, i ämnet insatt, reporter med ett välartikulerat begripligt språk. På detta sätt minska det psykologiska avståndet till tittaren och göra nyheten begriplig.

3.3.12 Upprepningar

Ett sätt att presentera nyheter på, med avsikten att budskapens kärninnehåll framkommer på ett tydligare sätt, är att upprepa de delar av budskapet som anses vara de mest väsentliga. Det förefaller vara självklart att upprepa delar som orsak och verkan, då dessa innehållsaspekter har en stor betydelse för mottagarens förståelse av meddelandet.

Höjjer och Findahl (1984) skriver att det finns flera olika sorters teorier angående den roll som upprepningar spelar för minnet. Nelson förespråkar en variant som hävdar att repetitioners effekt består i att de ökar möjligheterna till att förvärva ett minnesspår. Fler repetitioner ger fler sådana tillfällen. Ju fler gånger nyhetspubliken exempelvis får höra platsen där en händelse ägt rum desto fler chanser får de att uppfatta platsinformationen. Men riktigt så enkelt är det inte, det visar inte minst det faktum att upprepning av orsak och

konsekvens även förbättrar minnet för plats och inblandad. De flesta teorier angående upprepning som skapandet av en minnesbild är av kvantitativ art, ju fler upprepningar desto bättre.

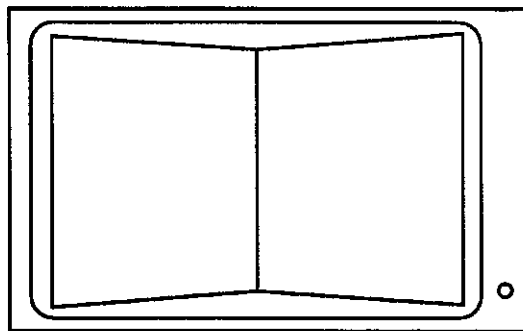
Det finns även teorier som för in kvalitativa aspekter. En av dessa är Mandlers teori, enligt vilken upprepningar sägs åstadkomma två typer av kodningsprocesser som skiljer sig kvalitativt. Upprepningar kan antingen leda till ökad integration av en uppgift eller till vad Mandler kallar "strukturell elaborering". Vad det gäller den första av dessa två typer, avser denna en uppgifts interna struktur. För ett ord kan det exempelvis vara dess stavning eller uttal. Upprepningen åstadkommer i detta fall att man lägger märke till nya detaljer hos ordet eller förhållandet, vilket gör att man senare lättare kan minnas själva meddelandet. Bristen med denna upprepningseffekt är att den sällan ger några varaktiga minnesförbättringar. Effekten av "strukturell elaborering" ger däremot, enligt Mandler, mer bestående minnesbilder. Enligt teorin placeras man här in händelsen i mer allmänna strukturella system. Kort sagt leder upprepningen till att man kan relatera en viss uppgift till andra kunskaper i minnet. Om det exempelvis gäller att förmedla information om en viss person kan man applicera ytterligare kunskaper om hans/hennes yrke, hobby etc för att på detta vis skapa en mer begriplig helhet (Höijer & Findahl, 1984).

Kunskaper om upprepningars effekter är säkerligen saker som man tagit fasta på när det gäller TV-nyheters utformning och presentation. Tänk bara på sättet att förmedla nyheter genom personifiering, man försöker skapa någon sorts strukturell helhet genom att ge händelsen en identitet.

3.3.13 Teknikens påverkan på presentationen

Överskriften kan tyckas vara något luddig. Vi anser dock att denna utveckling som nu sker inom det högteknologiska området är högst intressant att sammankoppla med de nya presentationsgreppen som informationsprogrammen har anammat. Tekniken har smugit sig in i programmen och reformerat vissa områden samtidigt som den har revolutionerat andra. Satellitsändningar har idag möjliggjort snabbare överföring av bilder och lett till att presentation av ett händelseförlopp kan ske direkt från den aktuella platsen. Det förekommer även att utrikeskorrespondenten och programledaren klipps ihop i rutan och för en diskussion sins emellan. Denna teknik gör att platsen där korrespondenten befinner sig, trots att den kan ligga på ett geografiskt fjärran avstånd, upplevs som psykologiskt nära, vilket i sin tur med stor säkerhet skapar en presentationsmiljö som sänker tröskeln till förståelsens pärlport.

Figur. 3:3 "Fönster mot TV-världen"



I framförallt utveckling av presentationsformer har, som påpekats tidigare (2.4), public service-kanalerna varit ganska restriktiva då de förmodligen varit rädda för att alltför stora förändringar skulle kunna ge negativa återverkningar på nyheternas trovärdighet. Detta är i vilket fall vad som idag står att läsa om public service's förhållande till innovationer. Om denna utmålade bild fortfarande står intakt kan endast en undersökning av nyhetssändningarna över tid avgöra. Ett projekt som vi inom kort skall återkomma till.

Dessförinnan skall en djupare redogörelse för ett antal för undersökningen centrala begrepp ske. Vi kretsar kring begriplighet, förståelse och minne och börjar från början.

3.4 Begriplighet

"IT IS IRONIC THAT COMMUNICATION researchers have expended so little energy studying the processes involved in the understanding of spoken discourse and written text... This oversight is difficult to understand given that comprehension is such a basic part of the communication process... Not only is message comprehension a kind of message effect, it is perhaps the primary effect that message exchanges produce."(Berger, 1989:75)⁵

Runt 1970 ledde en ny syn på masskommunikation till en omvärdering av stora delar av masskommunikationsprocessen. För det första hade *synen på effekter* ändrats och en intresseförskjutning skett från attityd- och beteendeeffekter till de varseblivningsprocesser och kognitiva processer som försiggår dessa. För det andra hade *synen på mottagaren* förändrats i det att man allt mer betonat dennes motiv för och tillfredsställelse av massmedieanvändning. Forskning kring "uses and gratification" ökade och kom att dominera medan mottagarens selektion och interpersonella kommunikation ådrog sig allt mindre intresse. För det tredje började *innehållsfaktorer* återigen behandlas som betydelsefulla för effekter av masskommunikationsprocessen (Asp, 1986).

Det är mot bakgrund av detta skifte från maktlösa till mäktiga massmedier vi måste se framväxten av de publikinriktade traditionerna: begriplighetsforskning och receptionsanalys.

3.4.1 Publikinriktade forskningstraditioner

Vid 70-talets början förelåg således en ny syn på masskommunikation och dess delar, vilken också fick direkta följder för hur masskommunikationsforskningen fortsättningsvis utvecklades. Den nya synen på mottagaren med betoning på individens motiv för och tillfredsställelse av massmedieanvändning ledde som sagt till att uses & gratificationsforskningen expanderade. Traditionen, vars rötter brukar spåras till tidigt 40-tal då Lazarsfeld och Herzog undersökte vad radiolyssnare fick ut av att följa följetonger, kom under sjuttioalet att kraftigt expandera. Under detta halva sekel fram till idag har den nått vida resultat som tillåter detaljerade och precisa studier över tid och i rum. Traditionen är ett exempel på ett lyckat och kontinuerligt kombinerande av substantiell teori, formella modeller och empiriska data (Rosengren, 1993).

Uses & gratification-forskningens kunde emellertid inte svara på alla nya frågor skiftet av synsätt genererade. Den nya synen på effekter med ett fokuserande på varseblivningsprocesser och kognitiva processer ledde till att nya forskningstraditioner utanför och i gränslandet till uses & gratifications område växte fram.

En forskningstradition som växte fram och fyllde detta tomrum vid denna tid var begriplighetsforskningen. En annan forskningstradition som delvis kan sägas vara en produkt av samma skifte är receptionsforskningen, eller var som kan betecknas som den "nya" mottagarforskningen. De två traditionerna behandlar mottagaren och den meningsskapande process som uppkommer vid mötet mellan tolkare och text. De gör det dock utifrån olika premisser och med olika mål. Skillnader och likheter, metodologiskt och ideologiskt, mellan dessa två traditioner skall här nedan försöka redovisas. Men först skisseras en kort presentation av de två.

⁵ För kortandet av citatet har brukats Höijer (1993:2).

3.4.2 Begriplighetsforskning

Empiriska studier av förståelse och begriplighet med inriktning på individens kognitiva bearbetning har sedan långt tid tillbaka bedrivits framförallt inom psykologisk forskning. Det har varit studier av förståelseprocessen med mål att karaktärisera vad som försiggår när människor förnimmar sin omvärld (e. g. Luria). Inom språkforskningen har begriplighet och förståelseprocessen studerats i läsares möte med texter. En del av denna forskning har utvecklats inom diskursanalysen som försökt skapa en teori om förhållandet mellan språk och samhälle.⁶ Begriplighetsforskningen på massmedieområdet (Höijer & Findahl, 1984; Findahl & Höijer, 1984; Bell, 1991; Robinson & Levy, 1986) är till stora delar grundad i teorier från kognitiv psykologi. Den studerar språket i massmedier och är en av de korsningar som uppstått mellan språk- och medieforskning (Strand, 1994).

Begriplighetsforskningens rötter sträcker sig tillbaka till tidigt femtiotal. Engelska BBC började då undersöka publikens förståelse av den informativa genren radio- och TV-program.⁷ Bakgrunden till studierna var konkreta informationsproblem som de var inriktade på att lösa. Kvantifierade experimentella försök med ett stort antal mottagare företogs för att mäta hur mycket dessa hade uppfattat av informationsprogrammens innehåll. Begriplighet var i dessa studier behavioristiskt formulerat som ett stimuli-respons-förhållande mellan mottagare och text och förståelse blev därmed synonymt med minne. Vad mottagarna verkligen förstod av programmen och hur de uppfattades behandlades inte. Denna tidiga begriplighetsforsknings resultat visade på att mottagarens utbildning och tidigare kunskaper hade störst inverkan på förståelse av nyheter (Höijer, 1993).

I Sverige växte begriplighetsforskningen fram under början av 70-talet, i en situation där massmediers innehåll återigen kom i fokus för masskommunikationsforskningen. Massmediers innehåll hade bevisligen effekter, om inte direkta så i alla fall indirekta, i form av delvis konstruktion av publikens världsbild (Asp, 1986). Det var därför viktigt att undersöka vad som förmedlades och på vilket sätt detta skedde. Ny forskning kring kunskapsklyftor i samhället visade samtidigt på stora skillnader mellan olika samhällskiktets tillgodogörande av samhällelig information. Eftersom kunskap betraktades som en förutsättning för att kunna utöva politiska påtryckningar och informerade "upplysta" medborgare sågs som en hörnsten i en väl fungerande demokrati, betraktades de växande kunskapsklyftorna mellan samhällsmedborgarna som ett allvarligt problem (Findahl, 1988).

Mot bakgrund av Sveriges Televisions public service-avtal med staten och de folkbildningsambitioner som förbundits med etermedier alltsedan deras introduktion i Sverige, hävdades medborgares rätt till begriplig information från TV. Televisionen skulle vara ett demokratiskt medium som kunde förstås av alla. Med sin genomslagskraft och räckvidd - som "the main source" (Robinson & Levy, 1986) av informationsdistribution i samhället - sågs televisionen som en möjlig överbyggare av klyftor. Mot denna bakgrund initierades begriplighetsstudier av främst nyheter i SVT (Findahl, 1988).

Begriplighetsforskningen på massmedieområdet växte som sagt fram under sjuttioalet blommade lite kring mitten av åttiotalet men tilldrager sig idag måttligt intresse. Höijer (1993) betecknar traditionen som mer eller mindre glömd, även på ett internationellt plan. En annan tradition som kan betecknas som mer levande är receptionsanalysen. I motsats till begriplighetsforskningen, vars undersökningsfält alltid varit relativt homogent vad gäller såväl undersökningsobjekt som metodologiska tillvägagångssätt, kan receptionsanalysen betraktas som en större och mer svårgripbar tradition.

⁶ Exempelvis van Dijk (1987) *News as Discourse* och (1988) *News Analysis*.

⁷ Studierna som åsyftas är Vernon (1950) *Intelligibility of broadcast news* och Belson (1952) okänd titel.

3.4.3 *Receptionsanalys*

Receptionsanalysen "... [is] covering various forms of qualitative empirical audience research which, to different degrees, seek to integrate social-scientific and humanistic perspectives on reception." (Jensen & Rosengren, 1990:213). Den kan ses som det allra senast utvecklade inom publikforskningen och har tagit sin utgångspunkt i de begränsningar som föreligger hos de traditioner som den härstammar ifrån.

Kritik har från receptionsanalytiker riktats mot både humanistiska och samhällsvetenskapliga metoder. För det första har receptionsanalysen ifrågasatt den humanistiska traditionens tolkande innehållsanalyser som källa till kunskap om användning och effekter av massmedieinnehåll. För det andra har samhällsvetenskapernas dominerande metodologier i empirisk massmedieforskning kritiserats, vilket har lett till debatt inom fältet om vad som skall vara föremål för massmedieforskning (e. g. "Rethinking communication"-debatten i *Journal of Communication*, 1993).

David Morleys *Nationwide Audience* (1980) beskrivs ofta som inledning på "upptäckten av publiken"⁸ och födelsen av receptionsanalysen. I *Nationwide Audience* studeras mottagares möte med nyhetsprogrammet *Nationwide's* ekonomiska nyheter och hur attityder och förhållningssätt till programmet får konsekvenser för hur mottagaren förstår det. Morley kom fram till att mottagaren kunde inta olika typer av läsningar utifrån sitt förhållande till programmet: oppositionell, dominant respektive förhandlande. Resultatet visade att i den mån mottagaren kunde identifiera sig med det i programmet förmedlade perspektivet, accepterades programmets innehåll.

Morley verkade inom Cultural studies-traditionen och byggde mycket av sina resonemang på denna. *Nationwide Audience* blev dock något av ett genombrott för en ny typ av studier. Dessa undersökte i vilken mån publiken ställde sig utanför den sociala ordningen genom att motarbeta massmediers "social construction of reality". Texters öppenhet och polysemiska karaktär - att texter inte har tillskrivits en mening eller information en gång för alla, utan är fria att tolkas utifrån mottagaren - framhövdes i dessa studier som oftast fokuserat på populärkultur (Jensen & Rosengren, 1990). Publiken har i studier som dessa tillskrivits makten över mening och därmed också över innehållet: "...Dallas has more meanings than Hollywood can control..." (Fiske, 1987:126). Exempel på ansatser i denna riktning är Radway's *Reading the Romance* (1984), Fiske's *Television Culture* (1987) eller Morley's *Family Television* (1986).

3.4.4 *Skillnader mellan begriplighetsforskning och receptionsanalys*

De två forskningstraditionerna har således både likheter och skillnader. Begriplighetsforskningen kan betecknas som en relativt samlad ansats medan receptionsanalys är mer mångfacetterad och eklektisk, en knypunkt för en hel rad traditioner. Några konkreta skillnader mellan begriplighetsforskning och receptionsanalys kan dock tydligt urskiljas. Höijer har i sin senare forskning, bland annat i en essä med det talande namnet "Från kunskapsförvärvande och begriplighet till upplevelser och reception", tecknat fem huvudsakliga skiljelinjer (1994, även Höijer, 1993):

- Begriplighetsforskningen har enbart inriktat sig på informativa genrer i massmedier såsom nyheter, samhällsreportage och faktaprogram. Receptionsanalysen har framförallt inriktat sig på fiktionsgenren. Detta gäller dock inte undantagslöst och Jensens (1986) undersökningar kring reception av TV-nyheter är ett bland exempel som kan ges på avvikelser från denna trend. En tydlig skillnad ligger dock i val av genre av texter och program.

⁸ Att receptionsanalysen skulle stå för upptäckten av publiken är ett påstående som förkastats från andra håll, se Curran, J. (1990) *The New Revisionism in Mass Communication Research: A Reappraisal* eller Höijer (1994).

- Begriplighetsforskningen använde huvudsakligen kvantitativa metoder medan receptionsanalysen är inriktad på användning av kvalitativa metoder. Vissa receptionsteoretiker anser det ligga i receptionsforskningens natur att använda sig av kvalitativa metoder och ibland har ett kvalitativt metodval inlemmats i definitioner av området.
- Begriplighetsforskningen var ideologiskt förankrad i föreställningen om att upplysta medborgare var en av grundbultarna i en fungerande demokrati. Kunskap och makt ansågs tätt sammanbundna och en ojämlikhet i kunskapsresurser medborgare emellan skulle resultera i ojämlika möjligheter att utöva politisk inflytande. Från detta perspektiv betonades medborgarens rätt till begriplig information.

Receptionsanalysen har däremot inte engagerat sig i kritik av texters innehåll. Detta främst på grund av att traditionens ideologiska premisser inte ger utrymme för normativa utsagor. Receptionsanalysen betonar textens öppenhet i förhållande till mottagaren som är skapare av mening. Mottagaren har i det närmaste all makt att skapa mening i tolkning av texten och följaktligen finns det enligt receptionsanalysen ingen mening i att kritisera textens form och innehåll.

- Begriplighetsforskningen antog att det fanns en bestämd information i texten vilken mottagaren hade möjlighet att uppfatta. Det kunde vara ett antal påstående argument eller idéer som fanns representerade i texten. Begriplighetsforskningen fokuserade alltså på det manifesta innehållet. Receptionsanalysen ser däremot texter som polysemiska och öppna dvs de innehåller olika betydelser utifrån vem som tolkar dem. Texten relativiseras och har inget manifest innehåll innan det ögonblick den tolkas av en mottagare. Texten har ingen mening, existerar inte, utan sin läsare. Receptionsanalysen har istället för manifest innehåll, som den mestadels förnekar, intresserat sig för latent strukturer hos innehållet. Dessa ideologier och myter studeras genom mottagarnas sociokulturella upplevelser, attityder och förhållningssätt till texterna (jmf. Fiske, 1982; Hartley, 1982).

Denna skiljelinje mellan begriplighetsforskningen och receptionsanalysen kan föras tillbaka till skillnader i syn på kommunikationsprocessens grundläggande natur. Begriplighetsforskningen med slutna texter av manifest innehåll kan således tillskrivas en processsyn på kommunikation. Kommunikation ses först och främst som en överföring av information i meddelanden. Receptionsforskningen med öppna och polysemiska texter med latent strukturer som får mening först i möte med mottagaren kan tillskrivas en semiotisk syn på kommunikation. Kommunikation ses som skapande och utbyte av betydelser (Fiske, 1982).

- Begriplighetsforskningen har fokuserat på mötet mellan text och publik ur ett kognitivt perspektiv. Den har med utgångspunkt i människans förståelseprocess försökt undersöka vad som är mer eller mindre begripligt hos ett innehåll och dess form. Sociala aspekter av förståelseprocessen har behandlats indirekt genom bakgrundsvariabler som kön, ålder och utbildning samt genom olika kunskapstest. Receptionsanalysen har däremot tagit sin utgångspunkt i det sociala och reception skiljs inte från sin sociala kontext. Man betraktar receptionen som en del av familjelivet eller vardagslivet och situationen för reception utgör en central faktor för receptionsanalysen (Morley, 1986; Jensen, 1987).

3.4.5 Förståelse och begriplighet

Vi har nu kommit till en punkt där vi måste ställa oss en enkel fråga: Vad är förståelse och vad är begriplighet? Utifrån begriplighetsforskningen kan vi göra en distinktionen mellan förståelse och begriplighet. *Förståelse* är resultatet av mottagarens möte med ett kommunicerat innehåll. *Begriplighet* är en innehållsmässig kvalitet och kan definieras som förståelsen hos en viss form och presentation att förmedla ett manifest innehåll till en publik. Distinktionen visar tydligt på tre antagande som begriplighetsforskningen vilar på: 1) att det finns homogena tolkningsgemenskaper, 2) att det är möjligt att skilja mellan meddelandens form, innehåll och publik, och 3) att det finns ett bestämt urskiljbart innehåll som förblir konstant även om det presenteras på olika sätt (Strand, 1994).

Antagandet om homogena tolkningsgemenskaper syftar på traditionens kognitiva inriktning. Begriplighetsforskningen är baserad på kognitivt inriktad psykologisk förståelseteori. Denna söker det allmänna i den meningsskapande aktivitet människan genomgår i möte med texter och bilder. Mening är något mångtydigt som förekommer på flera nivåer, och olika individer tar fasta på olika saker. Meddelandet kommer dock att sätta ramar för vad som är möjligt att tolka in i det (Höijer, 1994).

Att tolkning av texter följer vissa ramar har även betonats inom receptionsforskning. "Meaning is *variable* because the recipients may intervene and apply alternative frames of interpretation. That interpretation, however, is *patterned* by the political and social uses the conventional genres suggest." (Jensen, 1987:23) I genren och dess konventioner ligger ramar som begränsar tolkningsmöjligheterna av innehållet. Nyhetssändningar är enligt Jensen ett tydligt exempel på hur en genre erhåller en struktur av konventioner som påverkar såväl den generella upplevelsen som begripligheten. Det blir därför viktigt för varje receptionsstudie att ta hänsyn till strukturen i form och innehåll för att se hur denna påverkar mottagarens reception (Morley, 1981).

Begriplighetsforskningens och receptionsanalysens syn på textens ramar utgår ifrån två olika perspektiv och skiljer sig åt. När begriplighetsforskningen studerar mötet mellan mottagare och innehåll studeras mottagarens förståelse av innehållet som *ett kognitivt möte med ett manifest innehåll och dess specifika form*. Receptionsanalysen däremot studerar mötet mellan mottagare och innehåll som *en interaktion mellan mottagarens sociala och kulturella kontext och textens sociala och kulturella sammanhang*. Grovt generaliserat kan sägas att receptionsanalysen tar sin utgångspunkt i kommunikationens kontext medan begriplighetsforskningen studerar isolerade texter och individer.

3.4.6 Förståelseprocessen

Den mentala process som försiggår i mottagarens möte med text har framförallt studerats inom psykologisk forskning. Processen beskrivs oftast som ett antal steg genom vilka information väljs, lagras och tolkas. Den förståelseteori som Findahl & Höijer främst utgått ifrån i sin begriplighetsforskning (Findahl & Höijer, 1984; Höijer & Findahl, 1984) är psykologen A. R. Lurias.⁹ Luria som erhållit sina resultat genom studier av språkförståelse beskriver förståelseprocessen som verkande på flera plan samtidigt. Förståelsen av texter försiggår på tre olika nivåer förbundna med tre olika delar i hjärnan:

- Den första nivån rör analys av enskilda komponenter i språket. Bokstäver fogas till ord och leder till ordförståelse.
- Den andra nivån medger kombinerande av ord till större enheter i form av satser. Denna process är mer komplicerad och kräver att kognitiva scheman aktiveras för att ge mening åt de satser som har skapats. Minneskapaciteten hos individen spelar här roll främst genom korttidsminnet i vilket meningar befinner sig under processen. Långa satser med komplicerade innehållsrelationer blir svårast att analysera. Ett problem ligger då i korttidsminnets begränsning och ett annat i att skapa kognitiva scheman för att förstå hur element i satserna hänger samman.
- Den tredje nivån behandlar en språklig utsaga som helhet. Betydelser av satser och sekvenser fogas samman och inordnas i ett helhetsperspektiv. Nivån är enligt Luria av en helt annan psykologisk struktur än de två tidigare och läsaren måste här företa "resor bortom textens gränser". Detta innebär att ta hänsyn till den situation och det sammanhang som texten befinner sig, relatera den till sina kunskaper om världen och sina kunskaper om liknande texter. Här sker med andra ord mötet mellan textens och läsarens världsbilder och läsaren kan tänkas ställa sig frågan: "vad betyder detta med hänseende till det jag redan känner till?" (Findahl & Höijer, 1984)

⁹ Findahl & Höijer hänvisar till: *The Working Brain. An Introduction to Neuropsychology* (1973), och *Basic Problems of Neurolinguistics* (1976).

Nivåerna är verksamma vid förståelse av såväl bilder som texter och är enligt Luria allmängiltiga för hur förståelseprocessen fungerar. De samverkar på ett flexibelt sätt och bildar tillsammans en funktionell enhet. Förståelsen är inte i något ögonblick begränsad till en speciell nivå utan pendlar mellan del och helhet som ständigt relateras till varandra.¹⁰ De grundläggande principerna för förståelseprocessens organisation kan sammanfattas som växelverkan mellan: *analys av komponenter, skapande av syntes och holistiska perspektiv* (Höijer, 1994).

3.4.7 Begriplighetsproblem och missförstånd

Begriplighetsproblem kan i förståelseprocessen uppstå på alla de tre nivåerna. På den första nivån kan det vara frågan om svårigheter att uppfatta tal eller om obekanta ord. Angående bildsättning är det främst om den kompliceras med mycket zoomningar och snabba växlingar som den kan försvåra förståelse på denna nivå. På den andra nivån kan informationstunga och komplicerade meningar utgöra begriplighetsproblem. Detta gäller även fragmentiserad meningsstruktur samt när relationer mellan händelser inte är tydligt angivna. De mest komplicerade begriplighetsproblemen uppstår på den tredje nivån och rör innehållets totala organisation. Om innehållet inte följer en röd tråd utan faller sönder i flera olika teman, kan det bli problematiskt för läsaren att förstå vad texten egentligen handlar om. Detsamma kan hända när mycket är underförstått och läsaren inte besitter tillräckliga bakgrundskunskaper för att fylla ut de luckor som texten lämnar (Findahl & Höijer, 1984).

Begriplighetsproblem hos ett innehåll och dess form resulterar ofta i en felaktig förståelse - missuppfattning - hos mottagaren. Missuppfattningar har av tidigare begriplighetsforskningen mestadels helt bortsetts ifrån och avfärdats som oförståelse eller misslyckad kommunikation. Icke-förståelse och missuppfattning måste dock hållas isär och analyseras som två olika produkter av samma process - försöken att förstå (Bell, 1991). Missuppfattningar visar på förståelseprocessens aktiva och kreativa sidor och bör analyseras som ett led i en djupare förståelse av förståelsen i sig (Höijer & Findahl, 1984).

De tre vanligaste typerna av missuppfattningar som förekommer vid nyhetskonsumtion är sammanblandningar, övergeneraliseringar och utfyllnader. *Sammanblandningar* sker genom att olika nyhetsinslag med liknande innehåll blandas samman och får ny mening. I Findahl & Höijers undersökning skedde detta när två demonstrationer förekom i samma nyhetssändning. Den ena var en lugn cykeldemonstration mot bilismen i Göteborg, den andra en våldsam urartad demonstration i en förort till Paris. Platser och aktörer blandades samman av flera försökspersoner.

Övergeneraliseringar innebär att man ger en händelse en mer generell betydelse. Detta skedde genom att en händelse i Piteå bestämdes till Norrland, alternativt i Peru till Sydamerika. Jensen (1986) talar om ett liknande fenomen som "konstruktion av superteman". Individens strukturerar innehållet enligt superteman som krig, demonstrationer eller inrikespolitik och fäster sig inte vid det specifika hos inslaget.

Utfyllnader innebär att luckor i förståelsen fylls ut med kunskaper och erfarenheter som mottagaren redan besitter. Detta skedde genom att staten av flera mottagare sattes som långivare till ett företag i kris, istället den bank som gett lånet. Utfyllnad med rationella förklaringar skedde också. Orsaken till en fartygsgrundstötning förklarades av många som dimma och dålig sikt, medan man i inslaget nämnt att den i själva verket berodde på dåligt väder (Findahl & Höijer, 1985).

3.4.8 Kognitiva förhållningssätt vid TV-tittande

Förståelse är som beskrivits ovan en aktiv och kreativ process. Dahlgren (1990) har utifrån teorier om reception och förståelse skissat tre olika kognitiva förhållningssätt individen kan inta i TV-tittande. De tre står i dynamisk relation till varandra och samverkar i

¹⁰ Förståelseprocessen, såsom beskriven av Luria, liknar hermeneutikens definition av förståelse och dess hermeneutiska cirkel jmf. Holme & Solvang (1991).

olika kombinationer. Det första är det *lagrande* förhållningssättet som är inriktat på innehållet i ett program. En lagring i minnet - registrering och identifiering - av det man ser och hör sker utan någon vidare bearbetning. Det andra är ett *aktiverat* förhållningssätt i vilket tittarens minne, kunskaper och referensramar aktiveras. Mottagaren väger här in intresse och uppfattningar om vad som är relevant. Normativa överväganden leder till tillskott, förstärkning, ifrågasättande eller förändring av tidigare uppfattningar. Inom förhållningssättet ryms såväl analytiska såsom intuitiva processer. Det tredje och sista förhållningssättet är det *imaginära* som är tätt sammankopplat till det omedvetna. Denna psykiska dimension ligger bortom rationellt tänkande men spelar förmodligen stor roll för vårt skapande av mening.

Relaterat till förståelseprocessen kan vi säga att det lagrande förhållningssättet motsvarar de två första nivåerna, medan det aktiverade är synonymt med den tredje nivån. Det imaginära förhållningssättet, som enligt Dahlgren är speciellt aktivt vid TV-tittande, behandlas inte specifikt i Lurias modell av förståelse, och betonas inte inom begriplighetsforskningen. Inom receptionsforskningens upplevelseorienterade studier blir detta dock av central betydelse. Inom det irrationella spåras mycket av meningsskapande och upplevelser kring såpoperor och annan typ av fiktion.

Utifrån Dahlgrens kognitiva förhållningssätt kan vi säga att den faktaorienterade begriplighetsforskningens fokus ligger på det lagrande och det aktiverande. Receptionsanalysen fokuserar på det aktiverande och det imaginära förhållningssätten. De enskilda delarna som t ex språkliga kategorier tillskrivs av receptionsanalysen inte samma vikt som av begriplighetsforskningen (Strand, 1994). Med tyngdpunkt på meningsskapandet och upplevelsen utgör helheten mer än den enskilda delen.

3.4.9 Nyheter, förståelse och minne - Findahl & Höijer

Teoretiskt är det möjligt att göra en distinktion mellan minnes- och förståelseprocessen. Förståelse är kopplat till själva lyssnandet och tittandet medan minnet sköter den process genom vilken information lagras. Ett annat sätt är att se minnet som en *enkel* (simple) lagring och förståelse som en mer *utvecklad* (elaborated) lagring i vilken tidigare erfarenheter aktiveras (jmf. lagrande och aktiverande kognitiva förhållningssätt).

Praktiskt blir dock dessa distinktioner oanvändbara i det att man inte i praktiken kan skilja minne från förståelse. Begriplighetsforskningen kan klart belysa detta metodologiska problem. Vid studier av vad en mottagare har förstått av en nyhetssändning måste man först och främst utgå ifrån det som mottagaren minns. För att något skall kunna ha förstått måste det ha lagrats i minnet (Findahl & Höijer, 1985). En undersökning av förståelse måste dessutom analysera det lagrade och inte endast mäta kvantitet lagrad information i sig. Missförstånd, som vi behandlat ovan, visar nödvändigheten av ett sådant närmande. Man kan minnas något man inte förstått samtidigt som man kan missförstå något man minns.

För att sammanfatta vad vi menar med begriplighetsforskningens objekt måste vi således gå utöver processen av inläring och mekanisk lagring till en mer omfattande informationsbearbetning täckande en större del av förståelseprocessen.

"...mycken information som vi tillägnar oss via TV inte är ett resultat av en medveten inläring, där vi försöker lära oss att komma ihåg. Istället är inläringen ett resultat av våra försök att förstå vad som händer, vad det hela handlar om. I sådana sammanhang är det våra tidigare kunskaper och erfarenheter som utgör förutsättningen för den inlärningsprocess som försiggår." (Findahl, 1988:90)

Citatet kan sägas sammanfatta begriplighetsforskningens objekt - den aktiva process igenom vilken vi försöker förstå ett innehåll. Detta objekt kan inte undersökas ensidigt i t ex en kvantitativ innehållsanalys eftersom förståelse skapas i interaktion mellan mottagare och innehåll. Analysen måste vara bredare och inbegripa flera av förståelseprocessens delar:

"Three main factors are at play here: the human comprehension process, the program content and the manner in which the content is presented. Any analysis of news telecasts from the viewer's point of view must take all three factors into account." (Findahl & Höijer, 1981:114)

3.4.10 Begriplighetsforskningens resultat

De flesta projekt inom senare begriplighetsforskningen har sysslat med experimentella studier av informationsinhämtande. Denna metod är en följd av forskningsobjektets breda karaktär såsom formulerad ovan av Findahl och Höijer. Begriplighetsforskningen är en publikinriktad tradition som genom mottagarstudier försöker utröna vad ett innehåll och dess specifika form får för följd för dess begriplighet för publiken. Förståelseprocessen ligger i senare studier, vilka har samlats under namnet "information-processing theory" (Robinson & Levy, 1986), i bakgrunden till resonering och slutsatser.

Begriplighetsforskningens resultat är i stort överensstämmande och en kropp av homogen begriplighetsteori kan extraheras från dessa. Forskningen har samlat sig kring olika områden: (1) produktionen av nyheter, (2) individuella mottagarfaktorer och då främst förkunskapers betydelse för förståelse, (3) nyheternas presentation, (4) visuella hjälpmedel, (5) nyheternas innehåll. Produktionen av nyheter behandlades redan i avsnittet om "meddelandets tillkomst", liksom de individuella mottagarfaktorerna i bakgrunden. Ett försök att sammanfatta huvudresultaten kring de övriga tre områdena (punkt 3-5) följer nedan, men först en liten inblick i den absolut viktigaste faktorn för nyhetsförståelse - mottagarens förkunskaper.

3.4.11 Kunskaper och nyheter

Vid förståelsen av information är förkunskaper den i särklass största påverkansfaktorn. Forskningen kring kunskapsklyftor har visat att Matteus-syndromet existerar och har stor genomslagskraft vid mottagande av samhällelig information. Begriplighetsforskningen har visat att detta i synnerhet gäller TV-nyheter:

"Att man kände till mycket eller hade goda allmänkunskaper betydde inte alltid att man också uppfattade mer av den information man fick via nyhetsprogrammet. Men att man kände till lite betydde nästan alltid att man inte heller tillgodogjorde sig så mycket av programinnehållet." (Findahl, 1988 citat från Findahl & Höijer, 1974)

Angående förkunskapers otvetydiga betydelse för förståelsen av nyheter står såväl tidig (Belson, 1952, enligt Höijer, 1994) som sen (Bell, 1991) begriplighetsforskningen enad. Vare sig det gäller en ensam nyhetssändning, en veckas nyheter eller en ännu längre periods nyheter är förkunskaper den största påverkansfaktorn av individers nyhetsförståelse (Robinson & Levy, 1986). Huvudresultatet av Findahl och Höijers forskning har av dem formulerats som att "nyheter är för de redan insatta" (1984).

Mottagarens förkunskaper kan vara generella eller specifika. Med en större generell kunskap ökas möjligheterna att sätta in nyheterna i de meningsfulla sammanhang som behövs för att förstå dem. De generella kunskaperna har ett starkt samband med utbildning. Ju högre utbildning desto bättre generella kunskaper och nyhetsförståelse. Den ökade nyhetsförståelsen är dock inte en direkt följd av utbildningen som sådan utan snarare en sekundäreffekt av att högutbildade individer tar del av och diskuterar nyheter på ett mer aktivt sätt (Höijer & Findahl, 1984).

Exponering för nyhetsmedier, i förlängningen förståelse av nyheter, påverkas på så sätt av intresse och graden av nyhetssökande. En motivationsfaktor kan vara att exponeringen ger någon form av fördel i det sociala umgänget, något som Levy och Windahl (1985) hävdar. De förklarar sambandet mellan utbildning och exponering för nyhetsmedier med att orientering i nyheter för välutbildade individer blir till "a coin of social exchange" dvs sociala poäng som kan öka deras kommunikationspotential i umgänge inom sitt sociala nätverk. I kretsar av lägre utbildade personer fyller nyheterna inte i samma utsträckning

denna sociala funktion. Motivationen och intresset för exponering för nyhetsmedier blir följaktligen lägre för lågutbildade individer.

Specifika kunskaper får den följd att det psykologiska avståndet är mindre till det individen har en speciell relation till. En tittare med specifika erfarenheter av eller kunskaper om Sydamerika kommer följaktligen att ägna mer uppmärksamhet åt och bättre förstå nyheter som utspelar sig där (Findahl & Höijer, 1984). De specifika kunskapernas, och därmed även de individuella erfarenheternas, betydelse för förståelsen av nyheter gör att en enskild individs förståelse av nyheterna måste förbli unik. Ingen individ erhåller exakt samma kunskaper och erfarenheter i livet som sin frände. Ett faktum som dock ej behöver stå i vägen för ytterligare sökande efter gemensamma och generella karakteristika hos den mänskliga förståelseprocessen.

3.4.12 TV- nyheters begriplighet

Begriplighetsforskningens primära resultat har visat att TV-nyheter är svårbegripliga. Vid undersökningar av hur mycket publiken kommit ihåg av nyheternas innehåll har resultaten varierat. Generellt rör det sig om cirka 20-30% av innehållet. Findahl & Höijer (1984) skrev sina avhandlingar om nyheters begriplighet och kom fram till en motsvarande siffra på 25%. Ihågkomsten varierade dock utifrån betonandet av orsak och konsekvens i inslagen. I de fall dessa betonades höjdes ihågkomstnivån generellt hos publiken till 30-40%. Robinson och Levy (1986) kom i sina undersökningar, en i USA och en i Storbritannien, fram till att en tredjedel av mottagarna förstod det huvudsakliga innehållet av kvällsnyheterna. Det lite högre resultatet i deras undersökningar är en följd av att de gav mottagarna "aided recall" i form av ledtrådar till rubriker och liknande som hjälp att återkalla nyheterna.

Den låga nivån av förståelse är förmodligen en direkt följd av TV-nyheternas grundläggande form. Nyhetstextens packande av maximal information i ett minimum av ord leder till att texten får en låg redundans - händelser skildras kort och graden av upprepning och utsvängningar är låg. Denna journalistiska form tillsammans med TV's mediologiska form som ett "samtidigt" medium, utan möjlighet till tillbakagång och korregering av missförstånd, är de två huvudsakliga skälen till de låga förståelsen av TV-nyheterna. Motsvarande låga förståelse finns inte i exempelvis tidningsläsning som har en annan mediologisk form (Bell, 1991). Den låga förståelsen är dock inte konstant utan påverkas av ett nyhetsinslags utformning och presentation. Så kan exempelvis olika sätt att presentera en nyhet, med tyngdpunkten på olika delar, påverka nyhetens begriplighet.

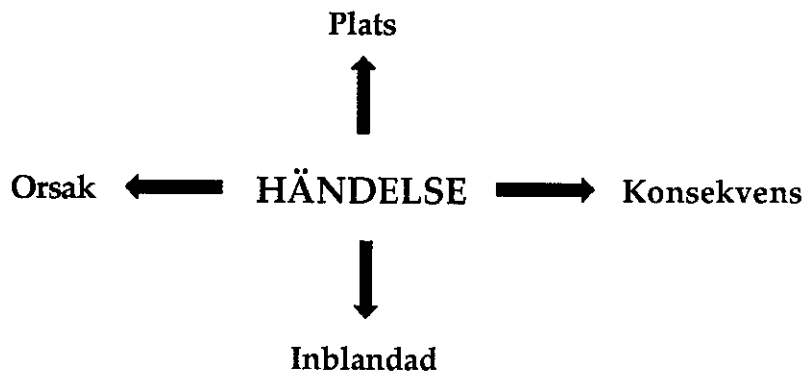
3.4.13 Presentation och begriplighet

Förändringar av nyheters struktur har visat sig få konsekvenser för begripligheten. De förändringar som strukturellt har visat sig påverka förståelsen rör för det första *strukturen inom själva inslaget*, för det andra *sändningens struktur som helhet*, dvs flödet mellan inslagen. Angående det enskilda nyhetsinslagets struktur har man funnit att vissa delar av den journalistiska formen ökar en nyhets begriplighet. Klassiska hårda nyhetsberättartekniker - vilka innebär att *vem, vad, när, var* finns direkt i nyhetens början - har visat sig resultera i en högre grad av ihågkomst (Wodak, 1987 enligt Bell, 1991). Findahl och Höijer fann ett liknande resultat i jämförelse av ihågkomst av inslag med eller utan betoning av plats och inblandad (Findahl & Höijer, 1984). Dessa resultat erkänner således den journalistiska formen som berättarteknik, men det finns andra aspekter av liknande resultat som motsäger den.

När det gäller ihågkomst av nyhetsmeddelande är det främst vissa händelseelement som får en framträdande roll i minnet. Den *plats* där händelsen utspelar sig samt *vem* som är inblandad. Vad som har orsakat händelsen och dess konsekvenser har mottagarna i regel mycket svårare att uppfatta. Detta har av Findahl och Höijer betecknats som den "sneda minnesbilden" (1984:115). Minnesbilden är sned på så sätt att orsak och konsekvens (*varför*) är svårare att återkalla medan plats och inblandad är det som mottagaren minns bäst. Fenomenet kan förklaras av att det oftast krävs mer mentalt arbete och aktiv tolkning

för att skapa ett kognitivt schema över orsaker och konsekvenser än motsvarande för inblandad och plats.

Kausala förhållanden är således svårare att föreställa sig men även mer krävande att illustrera. Nyheter innehåller nästan alltid inblandad och plats medan orsaker och konsekvenser ofta förbises i utformningen av en nyhetstext (Bell, 1991). Förmedlade utan kausala samband får nyheterna lätt en slags fragmentariserad form, lösryckta ur ett sammanhang, vilken gör dem mycket svåra att förstå. Utifrån förståelseprocessen är en trolig slutsats att det för mottagaren blir svårare att skapa ett kognitivt schema över hur nyhetens olika element är relaterade till varandra. I den aktiva process som det innebär att sätta in nyheten i ett meningsfullt sammanhang krävs tydliga kausala samband och om inte dessa finns ett inte oansenligt mått av förkunskaper (Höijer & Findahl, 1984).



Figur 3:4. Olika aspekter av en nyhetshändelse

Findahl och Höijer fann klara samband mellan kausalitet och begriplighet. Vid upprepning av orsak och konsekvens tillägnade sig publiken mer och förstod nyheter bättre, missuppfattningar minskade. Även vid upprepning av plats och inblandad ökade ihågkomsten, från 25% till mellan 30 och 40%, dock utan en motsvarande ökning i förståelse av nyheterna. Slutsatsen vi kan dra är att kausala relationer har en central roll för om, och hur en nyhet uppfattas av mottagaren. Nyheter kräver att man drar slutsatser om relationer och samband som många gånger kan vara underförstådda och osynliga för mottagaren. Ett sätt att göra nyhetssändningarna mer förståliga torde vara att göra kausala relationer mer framträdande för mottagaren.

Den andra strukturella nivån är sändningens struktur som helhet. Forskning kring denna nivå har framförallt rört den ordning i vilken olika typer av nyheter kommer och hur inslag klumpas ihop för att få ett lätt flöde. Den ordning i vilken inslag presenteras har visat sig få följder för vad mottagaren minns. Gunter (1987, enligt Bell, 1991) fann att det första inslaget var det som publiken mindes bäst. Den nyhet som har det högsta nyhetsvärdet är oftast förstanyhet, men nyhetsvärdering kan dock inte direkt relateras till ihågkomst (se nedan *Innehåll*). Robinson och Levy (1986) fann istället att den nyhet som de flesta kom ihåg var sistanyheten. Detta kan förklaras av att denna nyhet oftast är av en lättsammare och starkt intresseväckande karaktär, en så kallad "send-the-viewers-of-with-a-smile story" (Bell, 1991:233).

Vad gäller ytterligare resultat om inslagets placering relaterat till ihågkomst är samstämmigheten låg. Resultaten blir tydligare om de relateras till andra faktorer som nyheternas flöde. Nyheternas flöde karakteriseras ofta av att nyhetsinslag som är av en liknande karaktär klumpas ihop för att nyhetssändningen skall få en klarhet och ett attraktivt flöde. Denna typ av ihopklumpning kan dock visa sig motverka förståelsen av nyheter. "The persistent tendency of television news editors to employ 'packaging' in an attempt to enhance clarity and learning may not so much improve the viewers' memory as actually impair it." (Gunter, 1983 citerad i Robinson & Levy, 1986:137). Angående flöde kan såle-

des televisionens nyhetsmedieformat tänkas motverka mottagarens förståelse av nyheterna.

De negativa effekterna av ihopklumpning kan förklaras av de missförstånd som diskuteras i relation till förståelseprocessen (se ovan). Sammanblandningar ökar när liknande nyheter kopplas samman i en nyhetssändning. De olika händelsernas platser, inblandade, orsaker och konsekvenser blir för mottagaren svårare att hålla isär och risken för missförstånd ökar (Höijer & Findahl, 1984). Denna typ av "meltdown effects" skulle med stor sannolikhet minskas genom att ihopklumpning av lika nyheter minskade och att dessa inte gavs exakt samma utformning, något som inbjuder mottagaren till användning av "super-teman" (Jensen, 1986).

3.4.14 Visuella hjälpmedel och begriplighet

Bilders begriplighet är ett område av begriplighetsforskningen som uppvisat många olika resultat av vilka få är samstämmiga. I vissa experiment har en nyhet blivit begripligare på grund av att den illustrerats med bilder. Findahl och Höijer (1984) har som nämnts tidigare (se *Bilden som nyhet* 3.3.3) genomfört undersökningar av bilders betydelse. Deras resultat kan sammanfattas som att bilder inte generellt kan sägas underlätta förståelsen av nyheter. I många fall så ökar ihågkomsten och förståelsen av nyheter avsevärt vid användandet av såväl rörligt och grafiskt som av stillbildsmaterial i jämförelse med då endast reportern förekommer i bild. I andra fall kan bilder leda till distrahering och vara ett hinder för förståelse vilket sker främst när text och bild inte sammanfaller utan i stället i viss mån motsäger varandra. Bilder borde i dessa fall utelämnas men så sker sällan.

Findahl och Höijer fann att bilders precis som nyhetstexters begriplighet till stor del berodde av hur tydligt kausala samband uttrycktes. Då bilder skildrade inblandad eller plats ledde inte detta till någon nämnvärd ökning av ihågkomst eller förståelse av nyheten. När istället orsak och verkan illustrerades med någon form av bild ökade både ihågkomsten och förståelsen. Den sneda minnesbilden har följaktligen verkan även i förståelseprocessens behandlande av bilder (Höijer & Findahl, 1984). För att en nyhet skall vara begriplig bör den således vara bildsatt med särskild tyngdpunkt på att illustrera händelsens orsak och konsekvens samt med bilder som stämmer bra överens med det som nyhetstexten uttrycker. Bilder som inte fyller någon förstärkande funktion i relation till meddelandet bör utelämnas då de kan vara källor till missförstånd (Robinson & Levy, 1986).

En dominerande sanning bland televisionens nyhetsskapare tycks vara att en bild säger mer än tusen ord. Om bilder kan sägas att de förmodligen ökar nyhetens trovärdighet då de ger tittaren en känsla av att vara på plats i verkligheten, vad de dock inte alltid gör är att öka nyhetens begriplighet. Med den nya tekniska utvecklingen som gör kameror allt lättare och överföringen av bilder allt snabbare och smidigare finns det idag en möjlighet att skildra allt fler nyheter med bilder direkt från plats. Men det ökande utbudet av bilder är av skiftande kvalitet och vissa bilder är så "öppna" för tolkningar att de skulle kunna härröra från vad som helst. Vissa av dessa bilder fyller ingen funktion mer än som en rörelse på skärmen. Användning av bilder kan på grund av att televisionen är ett så pass utpräglat bildmedium bli ett självändamål (Robinson & Levy, 1986).

3.4.15 Innehåll och begriplighet

Att en nyhets begriplighet till stor del beror av vad dess innehåll består av kan betraktas som en trivial sanning. Vissa ämnesområden är svårare än andra - utrikespolitik är oftast svårare än kuriosa händelser - medan det som sker på ett nära avstånd till individen, som denna kan ha egen erfarenhet av, förstås lättare än det som utspelar sig erfarenhetsmässigt långt ifrån individen. Både det specifika ämnesområdet och dess erfarenhetsmässiga avstånd kan förklaras av innehållets psykologiska avstånd till individen.

Psykologiskt avstånd är inte synonymt med geografiskt avstånd utan utgår ifrån den specifika individ som tolkar nyheten. Det psykologiska avståndet bestäms av en individs kunskaper och erfarenheter av verkligheten (Höijer & Findahl, 1984). Den mottagare som besitter specialkunskaper i ekonomi får förmodligen mer ut av börsnyheter än ge-

mene man, precis som ornitologen förnimmer mer av lyssnande på fågelsång än gemene man. På liknande sätt uppfattar man fler och djupare aspekter av en nyhet om den rör något man själv har erfarenhet av. Ett reportage om vårdpersonalens utsatta arbetssituation uppfattas annorlunda av en person som jobbat inom vården än av en person som inte har någon direkt erfarenhet av arbetssituationen alls. Det psykologiska avståndet hos en nyhet skiftar således från person till person, men det hindrar inte att man kan resonera om nyhetens begriplighet även generellt, utifrån psykologiskt avstånd.

Vissa sakområden kan betecknas som varande på ett långt psykologiskt avstånd från individen. Exempel på sådana är utrikesfrågor, politik och ekonomi med andra ord den typ av nyheter som betecknas som tunga och svårbegripliga. Dessa sakområden rör händelser som de flesta individer inte har direkt erfarenhet av och som är mycket svåra att identifiera sig med. Sakområden som befinner sig på ett närmare psykologiskt avstånd utgörs av sociala frågor som sjukvård, kulturella frågor som utbildning, underhållning och allmänna samhällsfrågor. Dessa sakområden har de flesta haft direkt eller indirekt erfarenhet av och det blir för individer lättare att identifiera sig med händelserna. Man skulle kunna tänka sig att det är möjligt att minska det psykologiska avståndet till individen genom att ta fasta på perspektiv och aspekter som rör individen. Detta är också ett skäl som av journalister nämns när de motiverar användning av personifiering som journalistisk presentationsform (Hvitfelt, 1989).

Psykologiskt avstånd har på detta sätt större inverkan på förståelseprocessen än vad rent geografiska avstånd har. Ibland kan de båda givetvis sammanfalla t ex i skildrande av en militärkupp i centralamerika, en händelse som torde ligga långt ifrån en svensk medborgares erfarenhetsramar såväl sakområdesmässigt som geografiskt. En social fråga som föräldraförsäkringar i USA kan däremot vara lätt att förstå trots att denna ligger på ett ungefärligen lika fjärran geografiska avstånd. En inrikespolitisk tvist i en finansfråga befinner sig på ett mycket nära geografiskt avstånd men däremot på ett mycket långt psykologiskt avstånd. Det psykologiska avståndet kan således överbrygga geografiska distanser samtidigt som det kan skapa oöverskridliga universum.

Förkunskaper och erfarenheter är starkt sammanlänkade med psykologiskt avstånd och utgör sidor av samma mynt. Med förkunskaper minskar det psykologiska avståndet, med minskat psykologiskt avstånd ökar möjligheterna att ta till sig ytterligare förkunskaper. Nyhetsförståelsen kan, som vi tidigare nämnt, karakteriseras som en process i vilken mottagaren ställer sig frågan: "Vad betyder detta med hänsyn till vad jag redan känner till sedan tidigare?" (Höijer & Findahl, 1984:42). Ett visst mått av förkunskaper är således en förutsättning för all nyhetsförståelse.

Begriplighetsforskningen har även studerat nyhetsvärdering i direkt relation till ihågkomst och begriplighet. I vissa fall har det visat sig att nyhetsvärden har fått en motsvarande ökad ihågkomst hos mottagaren. Detta gäller bl a det negativa och det spektakulära som placeras långt fram i mottagarens minne. Att skildra nyheter med hjälp av kända personer eller unika händelser har på ett liknade sätt ökat ihågkomsten (Bell, 1991). Andra nyhetsvärden som man dock inte kunnat relatera till ihågkomst är konflikt, relevans, konsonans och geografisk närhet (Robinson & Levy, 1986).

3.9 Kontentan av teorikapitlet

Vi har nu nått teorikapitlets slut och det är dags att summera vad vi har kommit fram till angående TV-nyheternas förmedling och den kommunikationsprocess som omgärdar denna. Inledningsvis beskrevs Nyhetens tillkomst och vad som styr den urvalsprocess i vilken nyheten får sitt innehåll. Nyhetsvärdering, journalistisk form och TV's mediologiska format diskuterades som tre olika formare av innehållet, men även utrymmesaspekter spelar kanske här en större roll än vad som är önskvärt.

Vid en undersökning av om en skillnad föreligger i nyhetsvärdering och journalistisk form skulle man fördelaktligen kunna undersöka den balans mellan olika *sakområden*, *perspektiv* och *geografisk rapportering* som förekommer i olika nyhetssändningar. Om det är så att TV's mediologiska format är starkare betonat och i högre grad ligger till grund för valet av inslag, skulle man kunna spåra förändringen i användning av rörligt *bildmaterial* och andra typer av *presentationsformer*. Utrymmesaspekter kan delvis spåras i hur mycket tid en nyhet får men framförallt i vad som inte förekommer i sändningen.

Vidare i teorikapitlet presenterades "Den förmedlade nyheten". Här fördes en diskussion angående den förmedlade nyheten utifrån *form*, *innehåll* och *presentation*. Med andra ord de former ett nyhetsinnehåll kan ges samt olika former som förekommer i presentation av nyheter. Om det föreligger form- och presentationsmässiga skillnader över tid skulle dessa kunna undersökas genom en studie av förekomsten av olika typer av presentationsformer i skilda nyhetssändningar. Exempelvis kan man studera förekomst av *vinkling*, *serialisering*, och olika typer av dramaturgiska *berättartekniker*. Vilka är exempel sådana presentationsformer som kan tänkas ha påverkats och påverkat presentationen. Men även förekomsten och användningen av *bildrutan* (*tex symboler*) bakom nyhetsuppläsaren är intressant att iakttä i en presentationsmässig undersökning. Olika typer av *bildmaterial* har med stor sannolikhet påverkats över tid, något som även kan väntas av användningen av *intervjuer* som presentationsform.

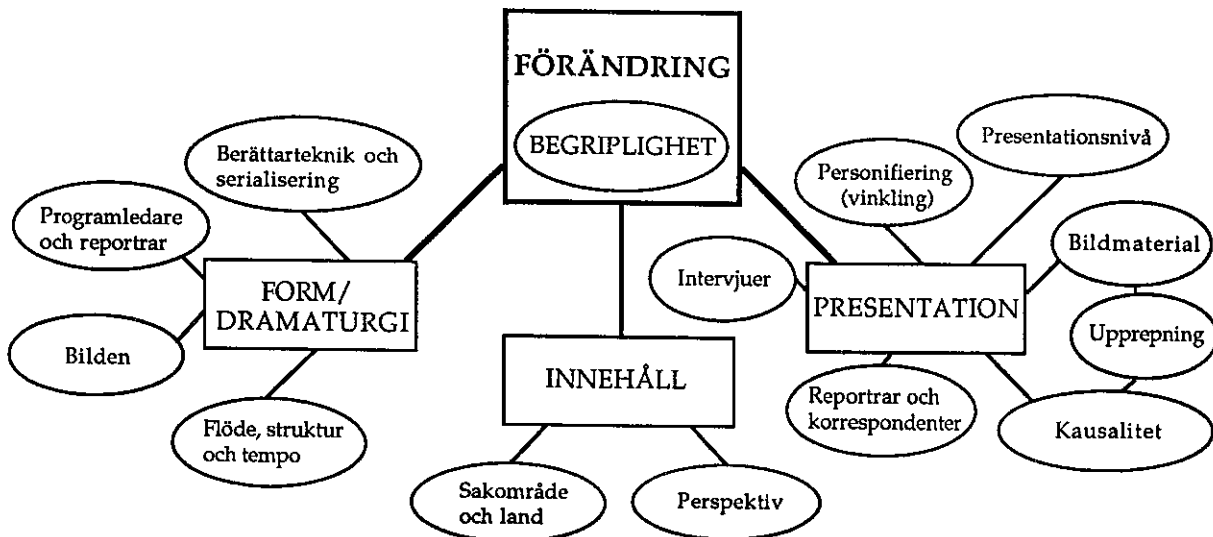
Slutligen kan man studera skillnader i sändningarnas *flöde*, *struktur* och *tempo*, det vill säga hur sändningen flyter framåt och knyts samman till en helhet, hur sändningarna är strukturerade i avseende på t ex inslagstyper samt i vilken hastighet sändningen lunkar. I flödet spelar personerna som agerar i rutan i och utanför studion huvudrollerna. Hur dessa personer, *programledaren*, *reportrar* och *korrespondenter*, förekommer, agerar och rent tekniskt klipps samman får givetvis konsekvenser för hur en nyhetssändnings flöde ser ut.

I teorikapitlet följde sedan en presentation av Begriplighet utifrån främst två publikinriktade forskningstraditioners resultat: Begriplighetsforskning och receptionsanalys. Här redogjordes för grunderna i den mänskliga förståelseprocessen, hur den fortgår och vad störningar kan resultera i för slags förståelseproblem. Vidare diskuterades i delkapitlet de specifika kognitiva förhållningssätt som antas vara aktiverade vid TV-tittande, för att avslutas med resultat från forskning kring TV-nyheters begriplighet. Huvudresultaten kan sammanfattas som att vissa *innehåll* är lättare att förstå än andra och att förståelsen kan underlättas med hjälp av ett tydligt betonande av nyheternas *kausala samband* såväl i text som i bild.

Om man studerar TV-nyheters förändring över tid bör ett jämförande utifrån de ovan nämnda faktorerna ge en tydlig kartläggning av förändring. Om man däremot företar sig att studera TV-nyheters begriplighet, bör man utgå från mottagaren - dennes förståelse av nyheter - och analysera förståelsen utifrån mottagarens specifika och allmänna förkunskaper. En annan möjlighet är dock att studera innehållet i sig utifrån olika innehålls- och presentationsfaktorer man på förhand vet har konsekvenser för nyheters begriplighet. Detta tillvägagångssätt är inte helt fullständigt i det avseendet att man till mycket stor del förbiser den individuella mottagaren. Vi har dock valt att studera begriplighet på just detta sätt trots att en kombination av de båda tillvägagångssätten skulle vara att föredra.

3.9.1 Analysmodell

Nedan följer den analysmodell efter vilken uppsatsens undersökning skall utformas och genomföras. Målet är således att deskriptivt redogöra för den förändring TV-nyheter genomgått över tid. Med hjälp av analysinstrumentet skall det vara möjligt att fånga dels den allmänna förändringen av TV-nyheter, dels hur denna ser ut på ett antal specifika områden vilka är nära knutna till begriplighet. Modellen skall således kunna ligga till grund för en operationalisering av TV-nyheters förändring. Den är också utformad så att den, om inte fullständigt så i alla fall delvis, skall kunna ligga till grund för en operationalisering av begreppet begriplighet i avseende på TV-nyheter.



Figur 3:5. Analysmodell för TV-nyheters förändring.

Förändring är i modellen uppdelad i tre delar: form/dramaturgi, innehåll och presentation. Till dessa tre delar har i sin tur knutits mer specificerade underområden/faktorer. Vi har redan tidigare i teorikapitlet (se avsnitt 3.5.1) redogjort för omöjligheten i att skilja ett innehåll från sin presentationsmässiga form och har nu anledning att återkomma till detta. De tre delarna i modellen är en teoretisk konstruktion för att göra förändring överblickbar och har ingen faktisk förankring i verkligheten. Anledningen till att vissa faktorer placerats i anslutning till en viss del av modellen och inte till en annan är således att vi ansett det mest fruktbart och enkelt att placera faktorerna just där och ej annorstädes i modellen. Kausalitet exempelvis placerats som en presentationsmässig aspekt fast den lika gärna skulle kunnat betraktas som innehållsmässig. Modellens delar är således inte de facto ömsesidigt uteslutande, utan snarare omöjliga att skilja från varandra.

Det finns dock en skiljelinje i modellen som i viss mån bestämmer var en faktor hamnar: skiljelinjen mellan form/dramaturgi och presentation/innehåll. De faktorer som placerats under form/dramaturgi är av en mer övergripande karaktär än de faktorer som har anslutits till innehåll och presentation. Intervjuer, vinkling, bildmaterial och sakområden är tillsammans med de andra innehålls- och presentationsfaktorerna tydligare bundna till enskilda nyhetsinslag än vad formfaktorerna kan sägas vara.

Formfaktorn struktur är exempelvis i en nyhetssändning relaterad till följderna av sakområden, deras antal, längd och placering. Tillsammans med antalet intervjuer och typer av bildmaterial kommer strukturen att resultera i att sändningen får ett visst tempo och ett flöde, i vilket programledaren och reportrarna har en centralt sammanbindande roll. Flöde struktur och tempo är följaktligen flerdimensionella faktorer vilka innefattar och beror av ett antal innehålls- och presentationsfaktorer som t ex sakområden, intervjuer och bildmaterial. Dessa beror mer av sändningen som helhet än av de enskilda inslagen i sig. På samma sätt kan berättarteknik och serialisering, bilden samt programledare och reportrar sägas vara beroende av flera olika faktorer och knutna till en mer övergripande nivå med sändningen som helhet i fokus.

De två av skiljelinjen skapade halvorna representerar följaktligen som vi ser det två olika nivåer. I en analys av de olika faktorerna skulle det därför vara fruktbart att till viss del betrakta dessa två halvur skilda perspektiv. En innehålls- och presentationsmässig analys skulle kunna ta sin utgångspunkt i de enskilda inslagen, medan en form/dramaturgimässig analys istället kunde utgå från den hela nyhetssändningen. På så sätt skulle både del och helhet kunna rymmas i en kombinerad analys.

Analysinstrumentet är vårt försök att begripligt åskådliggöra de faktorer som vi anser på ett tillfredställande sätt kan beskriva TV-nyheters förändring på ett antal centrala punkter. Några är direkt och andra indirekt relaterade till TV-nyheters begriplighet. Nedan följer en presentation av de i modellen representerade faktorerna. Presentationen utgår ifrån de tre delar till vilka dessa i modellen har bundits och inleds med innehållsfaktorer för att sedan i tur och ordning behandla presentations- och form/dramaturgifaktorer.

3. 9. 2 Innehållsmässiga faktorer

- **Sakområde:** Med detta vill vi undersöka vad själva nyheten handlar om. Rapport har en lång tradition av tunga och hårda nyheter och kommer förmodligen redan i valet av nyheter att ställa höga krav på förförståelse hos tittarna. Sakområdet kommer att få konsekvenser för begripligheten hos innehållet genom att vissa typer av ämnen har visat sig vara mindre tillgängliga andra mer. Hårda nyheter som nationalekonomi, utrikespolitik och arbetsmarknad är exempel på skeenden som för den genomsnittlige tittaren kan tänkas vara på ett fjärran psykologiskt avstånd. Mjuka nyheter som sociala frågor, sjukvård och nöje befinner sig oftast på ett betydligt närmare psykologiskt avstånd. De är ofta i högre grad intresseskapande och lättare att förstå. Hårda och mjuka nyheter kan vara en fruktbar distinktion i vissa avseenden, en viktig kompletterande aspekt utgör dock det perspektiv utifrån vilket nyheten presenteras.

- **Perspektiv:** Oberoende av sakområde kan presentationen utgå från olika perspektiv. Val av perspektiv är med all sannolikhet ett noggrant övervägt val utifrån den redaktionella policyn. Detta val av perspektiv kan få stor betydelse för begripligheten. Hårdare nyheter kan genom att presenteras ur ett socialt, något mjukare, perspektiv göras mer tillgängliga för publiken, alternativt motsatt förhållande.

- **Land:** Den geografiska fördelning av inslagen visar till vilken del av världen nyhetsrapporteringen är koncentrerad. Land och sakområde skapar i sändningarna en grundläggande balans, som eventuellt förändras över tid.

3.9.3 Presentationsmässiga faktorer

- **Presentationsnivå:** På samma sätt som man kan välja att presentera en nyhet ur ett specifikt perspektiv kan man välja att presentera ett skeende på olika nivåer. Med detta avses t ex det faktum att en händelse kan få ett antal olika konsekvenser på olika nivåer; ett skatteförslag eller ett krig får konsekvenser såväl samhälls- som individekonomiskt. En presentation av en dylik nyhet i ekonomiskt perspektiv kan koncentreras till samhälle eller individ. Presentationsnivån utgör således en ytterligare dimension, kompletterande innehållsfaktorn perspektiv.

- **Personifiering:** För att öka intresset för ett specifikt nyhetsmaterial utnyttjas olika sorters vinklingar. Vissa av dessa är naturliga delar av den journalistiska former som t ex att intensifiera och framhäva höjdpunkter av skeenden i verkligheten. Andra används för att minska det psykologiska avståndet till vad som förmedlas. Personifiering är en sådan typ av vinkling som i vissa avseenden kan öka begripligheten.

- **Kausalitet:** Ett innehålls begriplighet påverkas starkt av tydligheten i dess immanenta struktur. Nyheter som förmedlas utan fullständiga kausala samband får lätt en fragmentarisk form lösryckta ur sitt sammanhang. En målsättning för nyhetsproducenter borde därför vara att göra kausala samband mer framträdande.

- **Upprepning:** I nyheternas form utgör upprepningen ett medel för att öka redundansen och därmed begripligheten. Men för att upprepningar skall leda till en ökad begriplighet är det av central betydelse att rätt saker betonas. Den sneda minnesbilden gör att människor minns platser och inblandade mer än orsaker och konsekvenser. Upprepning av orsaker och konsekvenser har visat sig främja ihågkomst och underlätta förståelse.

- Bildmaterialet: Av central betydelse då televisionen presenterar sina nyheter via ett bildmedium är givetvis bildmaterialet. Trots att språket är huvudbärare av det informativa budskapet kan absolut inte bildens kommunikativa betydelse bortses ifrån. Bilden fungerar som ett komplement i nyhetsförmedlingen men har alltmer kommit att bestämma de audiovisuella nyheternas utformning. På samma sätt som språklig upprepning har bilder effekter för hur tydligt ett innehåll framstår.

- Intervjuer: En central del av varje inslag utgörs av de källor som får ge materialet trovärdighet i form av intervjuer. De journalistiska ambitionerna att åstadkomma omväxlande och intresseväckande nyheter motiverar användning av detta presentationssätt. Huvudsyftet med intervjuer är förmodligen att ge publiken en mer levandegjord presentation men man kan också tänka sig att inslaget av intervjuer motiveras av mediemässig hänsyn - att det lämpar sig rent mediologiskt. Intervjuer kan vara av olika slag med olika typer av personer.

- Reportrar och korrespondenter: I uppbyggandet av varje reportage utgör reportrarna/korrespondenterna mycket viktiga delar. De intervjuar inblandade, redogör för olika skeenden och ger inslaget sin inneboende struktur. På vilket sätt reportrar och korrespondenter presenterar nyheter och uppträder i inslagen skulle mycket väl kunna förändras över tid; vissa presentationsformer kan bli otidsenliga då ny teknik tillåter nya; sättet att presentera nyheter kanske till viss del styrs av det övriga medieutbudet och påverkas av andra genrer samt av ökad konkurrens. Vilka typer av presentationsformer dominerar i sådana fall över tid och på vilket sätt agerar reportrar/korrespondenter i dessa?

3.9.4 Form/dramaturgimässiga faktorer

- Flöde, struktur och tempo: Med flöde avser vi hur inslagen i en specifik sändning knyts samman. Programledarens och redaktionens samspel har en central roll för detta flöde. Strukturen i en nyhetssändning kan förändras i avseende på i vilken ordning olika inslag presenteras, och om olika typer av inslag som exempelvis telegram kommer klumpvis eller utspritt. Ett nyhetsprogramms tempo är resultatet av sändningens flöde och struktur med andra ord med vilket tempo strukturen får sitt flöde. Varje inslag har i sig ett tempo som kan spåras i antal klipp och zoomningar samt i hur mycket material och intervjuer personer man försöker infoga i det.

- Bilden: Förutom den rent inslagsmässiga bildsättningen kan man fokusera på den generella bildkvaliteten och valet av bilder för att bilda inslagen. Verkar valet av bilder ha förändrats över tid och i så fall på vilket sätt. En annan fråga man kan ställa sig är om bildrutan disponeras annorlunda: förekommer de fler saker i rutan, t ex symboler, och på vilket sätt framställs i sådana fall dessa?

- Programledare och reportrar: Med hjälp av denna faktor vill vi se hur programledarens roll som "nyhetsankare" har förändrats. I vilken mån är programledaren central för sammanfogandet av sändningen? Har ankaret tappat greppet? Vid sidan av programledaren existerar hela tiden reportrar, i studion och ute på fältet i reportagen. Hur framställs dessa och vilka roller spelar de i sändningarna, i reportagen och i samspel med programledaren?

- Berättarteknik: I den dramaturgiska uppläggnings av inslag finns vissa standardlösningar för hur man väljer att berätta nyheter. Hur ser dessa dramaturgiska konventioner ut? Har de konventioner som styr berättartekniken förändrats över tid och i så fall hur? Kan det vara så att en förfinad teknik och andra yttre förändringsfaktorer har gjort att nyhetsförmedlingen har kommit närmare den underhållande spelfilmen?

- Serialisering: Med serialisering avser vi undersöka hur de enskilda sändningarna anknyter till varandra. Nyheter skulle kunna förekomma runt ett och samma tema och sträcka sig över flera dagar. Målsättningen med analys av denna faktor är att spåra om den konventionella nyhetsgenren i avseende på "metaflöde", från en sändning till en annan, fått en ny form.

4. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet med vår undersökning är att utröna om rapporters TV-nyheter i public service har förändrats under en 10-årsperiod. Undersökningen ämnar belysa form-, innehålls- och presentationsmässig förändring och föra en diskussion av förändringen utifrån dess konsekvenser för nyheternas begriplighet.

Varför? Televisionen är den i särklass största informationsförmedlande institutionen i samhället. Detta massmedium har under det senaste decenniet liksom massmedier i allmänhet genomgått omfattande förändringar. En allt snabbare teknisk utveckling har resulterat i att kostnader har sänkts, avstånd förkortats. För nyhetsförmedlingen har detta inneburit en ny situation i vilken material enklare och snabbare kan distribueras. Samhällsutvecklingen har i västvärlden också skapat ett klimat i vilket avreglering av massmedieinstitutionerna har blivit allt vanligare. De statliga etermediernas tidigare monopolställning har i Europa främst bytts ut mot ett dualt system, där de kommersiella krafterna har släppts in i de tidigare så heliga etermedierna. Denna generella medieutvecklingen som vi har diskuterat i bakgrunden har med stor sannolikhet fått konsekvenser för TV's viktiga samhällsroll som informationsförmedlare. Med bakgrund av detta är det högst intressant att undersöka hur public service-nyheterna har förändrats under det senaste årtiondet.

För att nyheterna skall kunna förmedlas till en publik krävs att de är begripliga. Trots att begripligheten borde vara ett viktigt mål har det dock visat sig att TV-nyheter överlag är närmast obegripliga. Men skulle inte tekniska innovationer och ökad konkurrens kunna leda till att nyhetsproducenterna pedagogiskt och dramaturgiskt utnyttjar dessa nya förutsättningar till att göra nyheterna begripligare? Man skulle kunna tänka sig att begriplighet idag utgör ett konkurrensmedel i kampen om tittarna. Genom att titta på den faktiska förändringen av rapporters TV-nyheter över tid ämnar vi beskriva hur den generella förändringen ser ut, och hur denna i vissa avseenden har påverkat nyhetsprogrammets begriplighet.

4.1 Frågeställningar

1. Hur har rapporters TV-nyheter förändrats i avseende på;
 - a. *innehållsmässiga* aspekter hos inslagen rörande sakområde och land samt perspektiv?
 - b. *formmässiga* aspekter hos sändningarna rörande bilden, berättarteknik och serialisering, programledare och reportrar samt flöde, struktur och tempo?
 - c. *presentationsmässiga* aspekter hos inslagen rörande kausalitet, upprepningar, bildmaterial, intervjuer, presentationsnivå, personifiering samt reportrar och korrespondenter?
2. Vilka konsekvenser får dessa förändringar för nyheternas begriplighet?

5. METOD OCH MATERIAL

Alla som någon gång har ägnat sig åt forskning av något slag vet att valet av metod är en nyckelfråga. Kunskaper i metod är inget självändamål utan ett verktyg för att uppnå sin målsättning med undersökningen. I Vilhelm Auberts svar på frågan "Vad är forskning?" beskrivs metoden enligt följande:

"En metod är ett tillvägagångssätt, ett hjälpmedel man använder för att lösa problem och komma fram till ny kunskap. Alla hjälpmedel, vilka som helst, som fyller den funktionen tillhör metodarsenalen."¹¹

Utan grundläggande kunskaper i och förståelse för metodfrågor blir det mycket svårt att nå sina målsättningar med en undersökning. Det är med andra ord viktigt att ha en medvetenhet i metodvalet. Det torde vara självklart att välja en metod som man klarar av samtidigt som den är anpassad efter ens syfte. Metoden bör på detta vis ge för undersökningen intressanta och relevanta resultat.

Det är mycket sällan självklart vilken metod som skall användas i ett givet tillfälle, utan frågan bör prövas från fall till fall. Faktorer som tid, kostnad och tillgänglighet borde egentligen inte vara något hinder, men faktum är att så ofta är fallet, oavsett på vilken nivå forskningen genomförs. Det finns många erkända metoder inom forskarvärlden. Ett faktum som förutom att det givit forskare ett helt spektrum av möjligheter även lett till kraftig rivalitet mellan olika synsätt på skilda angreppssätt. Skillnaderna har främst bestått i synen på *kvalitativ* och *kvantitativ* forskning.

5.1 Olika angreppssätt

Kvalitativ forskning. Grundmålsättningen för kvalitativ metod är att försöka överskrida den kvantitativa forsknings subjekt - objektförhållande som existerar mellan forskare och undersökningsenheterna. Framväxten av resultat sker i en regelbunden växelverkan mellan teori och empiri, forskare och undersökningsenheter. I denna process kommer som förståeligt är både normativa och kognitiva element i forskarens uppfattning att spela in.

Detta kvalitativa angreppssätt i vilket förförståelse och empati är nyckelord, grundar sig på hermeneutisk vetenskap. "Vetenskap som bedriver tolkningar av detta förstående slag kallas hermeneutisk."¹² (Thurén, 1991:46)

Kvantitativ forskning.

"If you can't count it, it doesn't count"
(Holsti 1969¹³)

Kvantitativ metod var något absolut, den enda riktigt vetenskapliga metoden med vars hjälp man på ett objektivt vis kunde fastslå hur olika samhällsliga förhållanden egentligen var beskaffade. Idealet var givetvis hämtat från naturvetenskapen. Men har man verkligen fog för denna självskrivna optimism? Man har framförallt på senare tid börjat ifrågasätta den kvantitativa metoden, som även den helt klart har sina begränsningar.

Ett grundläggande problem för den kvantitativa metoden är att människor generellt sett sätter för stor tilltro till siffror och statistiska resultat vilket ofta kan leda till missförstånd och feltolkningar. Men man bör vara medveten om att bakom siffrorna ligger även ett arbete som påverkas av värderingar och förkunskaper.

¹¹ Enligt Hellevik, 1990:13.

¹² Hermeneutik kan beskrivas som tolkningslära.

¹³ Enligt Holme & Solvang, 1986 :154.

De kvantitativa metoderna har utan tvekan sin vetenskapliga bakgrund i den positivistiska andan. Strävan efter den absoluta kunskapen anser positivisterna vara lösningen på sanningen. De menar att man bör grunda vetenskapen på en kärna av "säker" kunskap och inte på antaganden. Dessa "hårda fakta" ger en solid grund för vetenskapen att bygga vidare på.

5.1.1 Metodkombination

Det förefaller ofta vara så i metodsammanhang att det inte finns någon grund för att hävda ett enda angreppssätt som det rätta. Det verkar vara mer fruktbart att se dessa angreppssätt - metoder - som jämlika verktyg, tillgängliga för forskaren i försöken till utmejslande av en klarare bild av samhällets uppbyggnad. Många gånger är det säkerligen en klar fördel om man kan kombinera både en kvalitativ och kvantitativ ansats. Man kan t ex genomföra en kvalitativ förundersökning för att sedan utifrån resultaten kunna utforma en relevant och intressant kvantitativ undersökning. Givetvis kan man även gå tillväga på motsatt vis genom att starta med en kvantitativ ansats. Dylika kombinationer torde rimligtvis genom ökad metodologisk bredd höja undersökningens giltighet.

5.2 Innehållsanalys

Innehållsanalys (content analysis) utvecklades ursprungligen som en teknik för att fastställa innehållet i främst massmedier i kvantitativa termer. Den första sammanställningen av de innehållsanalytiska metoderna gjordes 1952 av Bernhard Berelson i hans numera välciterade "Content analyses in communication research"¹⁴, vilken innehåller en sammanställning av metodens användningsområden. Berelson påtalar fyra centrala kriterier för klassiska analysen:

- *Objektivitet*, två skilda forskare skall med hjälp av samma instrument nå samma resultat. En god överensstämmelse (hög "reliabilitetskoefficient") är att eftersträva.
- *Systematik*, en systematiskt gjord undersökning utifrån en klart definierad metod.
- *Kvantitet*, variablerna skall kunna beskrivas kvantitativt, frekvens, omfång, mm skall kunna beräknas.
- *Manifest*, det som klart uttalas, som står i texten och är tillgängligt för varje iakttagare skall mätas. Inga dolda budskap skall försöka avslöjas.

Den påtagligt positivistiska syn på analystekniken som Berelson hyste, har från många håll kritiserats. Framförallt den hårda betoningen på kvantifiering har orsakat diskussion. Det har även växt fram en alternativ innehållsanalys, en *kvalitativ*, med vilken man försöker finna vad innehållet "egentligen" säger. Risken med denna sortens innehållsanalys är att man helt lämnas åt forskarens värderingar och att undersökningen blir endast skenbart objektiv.

Den strikta artskillnad mellan kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys, som nu ter sig som ett givet faktum, är dock inte här och nu i denna uppsats av avsevärd vikt och fruktbart. Snarare torde det i vårt fall vara mera fruktbart att inte stirra sig blind på begreppen kvalitativ och kvantitativ. Istället borde vår målsättning oavsett inriktning vara att gå systematiskt tillväga, följa bestämda och uttalade regler vid undersökningen, noga förklara tillvägagångssätt och urval osv, för att undvika missförstånd och klargöra våra intentioner. Man skall även av undersökningen kunna kräva den allmängiltighet som kan uppnås genom fruktbar teoretisk anknytning och relevant empiriskt material.

¹⁴ Enligt Weibull, 1973.

Vi kommer fortsättningsvis använda begreppen kvantitativ respektive icke-kvantitativ angående de förhållningssätt och metoder vi i uppsatsen använt. Med hjälp av denna distinktion avser vi slippa att dras in i en alltför komplicerad diskussion angående dikotomin kvantitativ och kvalitativ.

Vid en analys av kommunikationsinnehåll brukar man skilja innehållets *substans* (vad?) från dess *form* (hur?). Med substans menas vad stoffet innehåller, t ex vad som förmedlas i en nyhetssändning. Form syftar istället på framställningen, vilken karaktär har exempelvis en nyhetssändning. I vårt teorikapitel har vi som sagt kommit fram till att *form*, *innehåll* och *presentation* är kategorier som bland annat betingar en sändnings begriplighet.

Vissa faktorer ur framförallt formkategorin har visat sig vara mycket svåra att kvantifiera på ett tillfredsställande sätt. Faktorer som serialisering, dramaturgi, programledarens roll, flöde, struktur och tempo har vi därför även valt att undersöka på ett icke-kvantitativt sätt. Något som dock inte innebär att vi förbiser vikten av att systematisera dessa variabler. Med denna del av innehållsanalysen, som vi har valt att kalla icke-kvantitativ, hoppas vi kunna finna mer generella förändringar angående formen och, i viss mån även, presentationen. En ytterligare målsättning är att knyta an eventuella förändringar till hur de har påverkat nyheternas begriplighet.

5.3 Från Teori till Empiri

Utifrån vårt syfte att spåra förändringen av TV-nyheterna i rapport över tid och se vilka konsekvenserna har blivit för begripligheten ansåg vi att en innehållsanalys var den mest fruktbara och den enda möjliga metoden. Men för att uppfylla detta syfte har vi också funnit att endast ett kvantitativt tillvägagångssätt framstår som otillräckligt. Vissa typer av förändringar är svåra att kvantifiera och bör därför undersökas mer kvalitativt. Vi har därför valt att göra två parallella undersökningar, på två olika nivåer, för att få ut så mycket som möjligt ur vårt material.

Våra frågeställningar kretsar kring form, innehåll och presentation. De två undersökningarna tar i avseende på dessa fasta på olika nivåer (jmf 3.9.1 Analysmodell). Den första är en mer övergripande icke-kvantitativ analys med hela nyhetssändningar som undersökningsenheter. Analysen utgår från helhet och överliggande strukturer i sändningarna. Exempelvis studeras hur inslag sammankopplas och ges sin plats i nyhetssändningen som helhet eller hur ett nyhetsflöde ser ut från dag till dag. Den belyser vidare även de enskilda inslagens dramaturgiska uppläggning, kameraklipp och -vinklar, programledarens roll, bildspråk, symboler, grafik, teckningar med andra ord det generella flödet, strukturen och tempot. Analysen söker de kvalitativa förändringar som inte kommer att fångas av den kvantitativa studien och utgör därmed en bakgrund såväl som ett nödvändigt komplement till densamma.

Den andra och mer preciserade nivån analyserar vi genom en kvantitativ innehållsanalys i vilken de enskilda inslagen utgör analysenheter. Utifrån exempelvis sakområde, perspektiv, vinkling, kausalitet och förekomst av illustrationer kartläggs systematiskt inslagens presentations- och innehållsaspekter.

För att få en mer ingående presentation av hur de olika variablerna kodades samt de eventuella problem som uppstod i anslutning till kodningsarbetet hänvisas till variabeldefinitionerna i bilaga I och II. För en överblick av de rent praktiska verktygen hänvisas till kodschema och kodbok i bilaga III, respektive IV. Nedan följer även en presentation av vårt tillvägagångssätt, men först en inblick i det material vi har studerat.

5.4 Val av sändning

Som framgått, har vi valt att undersöka nyhetsprogrammet *rapports* sändningar. Huvudskälet till att vi valde *rapport* är att det är Sveriges största informationsprogram publikmässigt sett. Då vi vet att televisionen anses vara ett kraftigt medium samtidigt som nyheterna i public service har en informationsskyldighet gentemot de svenska medborgarna, blir det inte mindre intressant att undersöka om sändningarna har påverkats av den samhälleliga utvecklingen vilken vi påtalade i vårt bakgrundskapitel.

Målsättningen är alltså att kartlägga eventuella förändringar i *rapports sätt att förmedla nyheter*, exakt vad som förmedlas är således av sekundärt intresse. Vi har valt att undersöka hur sändningarna var utformade för tio år sedan i jämförelse med idag, då det är främst under denna period som det skett en förändring av etermediernas förhållande. Vi beställde således sändningar från två skilda veckor under april 1984 (från ljud och bild arkivet): 2:e - 8:e respektive 16:e - 22:e april. Olyckligtvis fick vi lite problem med den andra av de två veckorna. Det visade sig att sändningen påskdagen den 21 april hade utgått, men även den 17:e april kom inte med i undersökningen då det videoband på vilket sändningen skulle finnas visade sig vara tomt. Tidsmässiga aspekter gjorde tyvärr att detta bortfall inte kunde korrigeras. Men vi anser inte detta påverka helhetsresultatet, då vi antar att form- och presentationsmässiga aspekter är av den fasta karaktär att de inte ändras från sändning till sändning, utan snarare successivt och kontinuerligt över mer vidsträckta tidspann.

Sändningarna 1994, är även de inspelade under två skilda veckor, 25:e - 31:e mars och 4:e - 10:e maj. Under följande dagar har vi specialstuderat *rapports* sändningar:

Tabell 5:1 Undersökningsmaterialets datum.

rapport 1984			rapport 1994		
	vecka 1 april	vecka 2 april		vecka 1 mars	vecka 2 maj
Dagar			Dagar		
måndag	2:e	16:e	måndag	28/3	9:e
tisdag	3:e	-	tisdag	29/3	10:e
onsdag	4:e	18:e	onsdag	30/3	4:e
torsdag	5:e	19:e	torsdag	31/3	5:e
fredag	6:e	20:e	fredag	25/3	6:e
lördag	7:e	-	lördag	26/3	7:e
söndag	8:e	22:e	söndag	27/3	8:e

Vi är väl medvetna om att vårt undersökningsmaterial inte är representativt för sina respektive år rent ämnesmässigt, men detta anser vi inte vara något större problem för vår undersökning då det framförallt är form- och presentationsmässiga aspekter vi ämnar undersöka. Givetvis kan det förekomma snedvridning angående sändningarnas sakområde och liknande innehållsmässiga drag. Hur inslagen utformats och presenterats 1984 respektive 1994 tror vi oss dock kunna redogöra för med hjälp av detta material. Sammanfattningsvis kan vi, trots dess olika tillkortakommanden på vissa områden, utifrån vårt syfte betrakta detta undersökningsmaterial som både fruktbart och tillräckligt.

Till följd av att två dagar bortföll undersöktes således 12 dagar 1984 medan sändningarna 1994 kom att representeras av 14 dagar. Det existerar därmed, inom det totala materialet, en viss överrepresentation av sändningar och inslag från 1994.

Tabell 5:3 Undersökningsmaterialets inslagsfördelning

	Antal dagar	Antal inslag	% av alla
Rapport 1984	12	158	43
Rapport 1994	14	206	57
S:a	26	364	100

N=364

5.5 Tillvägagångssätt

Vår analysmodell utgör grunden till vår kodbok som finns i Bilaga IV. De faktorer som strukturerats i modellen har i kodboken operationaliserats i form av variabler (se Bilaga I). Med hjälp av dessa empiriskt mätbara analysvariabler hoppas vi kunna mäta eventuella förändringar och samtidigt fånga begriplighetsaspekten i sändningarna. Utifrån kodboken kodades följaktligen rapporters nyhetssändningar 1984 och 1994.

Själva kodningen gick till på följande vis. Först genomfördes en provkodning för att se om några intressanta infallsvinklar hade förbisetts. De fyra första sändningarna kodade vi tillsammans, för att sedan koda resterande sändningar var och en för sig. Tanken bakom detta tillvägagångssätt var att vi tillsammans skulle skapa en slags kodningserfarenhet, så att vi när vi sedan kodade på var sitt håll enklare skulle kunna genomföra detta på ett konsekvent sätt. Kodningsarbetet var ett mycket tidsödande arbete och i vissa fall relativt svårt. I de fall då vi varit tveksamma på hur inslaget skulle kodas spolade vi tillbaka och tittade på det återigen, en procedur som i vissa fall upprepats flera gånger.

När vi i stort sett hade kodat alla program visade det sig att vi hade felkodat tidsvariabeln. Vi var således tvungna att koda om majoriteten av inslagen tidsmässigt, vilket var jobbigt. Arbetet visade sig dock vara fruktbart då vi nu tillsammans såg alla inslagen återigen. Vi kan beteckna denna extra kodning som en säkerhetskodning vilken torde öka undersökningens reliabilitet.

Som vi redan påtalat skall vi även genomföra en icke-kvantitativ undersökning, i vilken vi främst kartlägger generella förändringar. Här går vi tillväga på ett lite annorlunda sätt och systematiken på denna nivå av undersökningen ligger i att vi ställer oss ett antal delfrågor

(se Bilaga II) som grundar sig på analysmodellens icke-kvantitativa faktorer. Utifrån dessa frågor analyserar vi sålunda materialet. I de avseenden vi anser frågorna relevanta för slutsatserna i resultatet analyserar vi dem mer djupgående. Vi har exempelvis ingående studerat de grafiska symbolernas former och systematik, medan t ex ljudillustrationer inte visade sig lika betydelsefulla och fruktbara för analys. Ett av skälen till detta tillvägagångssätt är att vi ansåg det vara mer fruktbart att ha relativt fria tyglar till en början så att inte intressanta nyanser i inledningsskedet skulle kunna förbises.

5.6 Undersökningens kvalitet

Att inhämta information är något vi gör dagligen. Om vi vill veta hur mycket vi väger stiger vi upp på en våg, vi vet då att vi får information om hur mycket vi väger. Vi kanske tror vi vet hur tillförlitligt instrumentet är, att vågen slår fel på två kilo. Men när vi själva konstruerar ett mätinstrument uppstår det problemet att vi inte på ett lika självklart sätt vet att vi får information om just det vi vill. Inte heller vet vi hur pass säker informationen är. Det är alltså viktigt att man har en hög grad av metodmedvetenhet, att man försäkra sig om att man undersöker det man avser att undersöka och mäter det man ämnar mäta. Att inhämta giltig eller valid information är en grundläggande förutsättning för att kunna genomföra en lyckad undersökning. Samtidigt måste vi också veta att vi gör det på ett tillförlitligt sätt - att vi har god reliabilitet.

Reliabiliteten bestäms av hur mätningarna utförs och hur noggrann man är vid bearbetningen av information. Det handlar även om hur väl undersökningsinstrumentet motstår slumpinflytanden av olika slag, det är alltså viktigt att försöka få ned de slumpmässigt betingade mätfelen. De vore enfaldigt att tro att man helt kan utestänga fel av slumpmässig karaktär. Vi har givetvis försökt att minimera de slumpmässiga felen så mycket som möjligt genom att följa ett systematiskt och standardiserat mönster i vår undersökning. Vi är väl medvetna om att kravet på hög reliabilitet främst är förknippad med kvantitativa undersökningar där man "slaviskt" skall följa sitt mätinstrument på ett objektivt sätt, och där undersökningen skall få samma resultat även om en annan forskare genomför undersökningen. Det är ingen idé att förneka att vi stötte på problem i vår kvantitativa innehållsanalys då vissa inslag var svåra att koda objektivt, men vi försökte att genomföra mätningen så systematiskt som möjligt.

En faktor som torde höja reliabiliteten är det faktum att vi var två stycken som kodade inslagen. Men problemet med en innehållsanalys av detta slag är att det till syvende och sist är så att i vissa fall påverkas kodningen av undersökarnas förmåga. Vi har dock haft en målsättning att öka reliabiliteten genom att utarbeta och redovisa instruktioner och rutiner för undersökningens olika faser. En annan faktor som torde höja undersökningens reliabilitet är att vi faktiskt gjorde en gemensam säkerhetskodning då det visade sig att vi första gången hade felkodat tidsvariabeln på flertalet inslag.

Validiteten är beroende av vad man mäter och om detta är utklarat i frågeställningen. Hög reliabilitet är ingen garanti för hög validitet, men det är en förutsättning. Konstruktionen av ett instrument som mäter det vi avser att svara på, är ibland svårare än vad man kan tro. Med hjälp av aktuell litteratur, tidigare forskning och undersökningar som har behandlat ämnet tror vi oss ha skapat goda förutsättningar för utformandet av ett giltigt mätinstrument. Problemet med att kunna uttala sig kring sändningars begriplighet ligger i att en stor del av denna process ligger hos mottagaren, vilken vi ej undersöker. Men vi utgår som sagt ifrån antagandet om något som vi kallar en "homogen tolkningsgemenskap", dvs i vårt fall att man kan skilja på begripligheten hos olika budskap utan att se till den individuella mottagaren och dennes specifika förutsättningar. Vi är väl medvetna om problematiken med en dylik generalisering och är på detta område återhållsamma när vi analyserar resultatet.

Vi valde även att genomföra en parallell icke-kvantitativ systematisk undersökning där vi hoppas att finna intressanta resultat angående den mer övergripande förändring vilken också kan påverka begripligheten i sändningarna. Denna mer kvalitativt inriktade undersökning tror vi kan höja undersökningens totala värde och validitet ytterligare genom att fånga in faktorer som i en renodlad kvantitativ undersökning hade gått förlorade.

6. RESULTATREDOVISNING

Nedan föreligger nu vår resultatredovisning med inbyggd analys. Vi börjar med att presentera och analysera resultaten kring de innehållsaspekter vi undersökt, för att sedan fortsätta med presentationsaspekterna. Form-/dramaturgifaktorer förekommer i de båda delarna och har presenterats i de sammanhang de fungerat bäst. Analys och diskussion kring de eventuella konsekvenserna för begriplighet förs resultatredovisningen igenom i anslutning till de enskilda faktorerna. Slutligen sker en sammanfattning av huvudresultatet.¹⁵

6.1 Innehålls- och formaspekter

6.1.1 Inslag

De tolv nyhetssändningarna 1984 och de fjorton 1994 innehöll sammanlagt 364 inslag. Den totala inslagsfördelningen med avseende på typ av inslag och längd såg ut på följande sätt:

Tabell 6:1. Inslagsfördelning 1984 och 1994 (sekunder och antal).

Inslag	G. snitt (sek.)	Antal inslag (%)
Telegram 1984	27	37
Reportage 1984	163	44
<u>Feature 1984</u>	<u>180</u>	<u>19</u>
s:a	370	100
N=158		
Telegram 1994	21	34
Reportage 1994	144	47
<u>Feature 1994</u>	<u>175</u>	<u>19</u>
s:a	340	100
N=206		

Vad vi kan konstatera är att inslagens längd har blivit kortare, detta gäller generellt för telegram, reportage och feature. Den största tidsmässiga förändringen föreligger hos telegrammen som har minskat med hela 22%.¹⁶ Reportage (12%) och featureinslag (3%) har även de blivit kortare men inte i samma utsträckning. Fördelningen av olika typer av inslag visade sig vara tillnärmelsevis konstant, med en svag ökning av antalet reportage på bekostnad av antalet telegram. Den balans som fanns mellan korta och långa inslag i en sändning 1984 kvarstår ännu 1994 trots att inslagen generellt sett blivit kortare.

Förändringen ligger alltså i ett ökat tempo i sändningarna. Inslagens balans är den samma medan deras längd har förkortats. Denna tempoökning har alltså resulterat i ett ökat antal inslag per nyhetssändning. År 1984 innehöll en nyhetssändning i genomsnitt drygt 13 inslag medan samma tal var knappt 15 tio år senare. Tempoökningen skulle kunna tänkas få negativa konsekvenser för sändningarnas begriplighet. En ökad fragmentarisering, minskad omfattning i bakgrundsframställningen eller hafsigt presentation kunde vara exempel på dylika negativa konsekvenser. Så behöver dock inte vara fallet. Erfarenhet och teknisk utveckling kan vara faktorer som gjort det möjligt att på en kortare tid tydliggöra samma nyhetshändelser. Den tempomässiga ökningen kan alltså inte direkt relateras till begriplighet utan ger mer indirekta effekter.

¹⁵ Frågeställningarna kommer att besvaras enligt följande: frågeställning 1a i 6.1; 1b i 6.1-6.2; 1c i 6.2 och frågeställning 2 i 6.1-6.2.

¹⁶ Minskning: $(27-21)/27=22\%$

Sändningarnas struktur vad gäller typer av inslag förefaller så väl 1984 som 1994 vara mycket heterogen. Telegram, reportage och feature blandas i sändningarna om vart annat förmodligen med målsättningen att skapa ett behagligt flöde för att behålla intresset och den koncentration som skulle kunna tänkas finnas, hos tittaren. Vissa mönster finns dock i inslagsfördelningen över en sändning. Sändningarna inleds, efter påannonseringen, alltid med några reportage av aktuell karaktär och ej med telegram eller feature. Featureinslagen finns i större utsträckning representerade i slutet av sändningen än i början och mitten. Telegram presenteras ibland i block om två till fem stycken. Denna klumpvisa presentation av telegram har ett klart samband med det totala antalet inslag i en sändning; ju fler inslag som förekommer i en sändning desto större sannolikhet att telegram presenteras klumpvis. Detta sker följaktligen oftare i 1994 års sändningar som generellt innehåller fler inslag per sändningstillfälle.

6.1.2 Land

I avseende på geografisk fördelning av nyheterna har vi i vårt material inte funnit några skillnader som skulle kunna tyda på en förändring av nyhetsvärdering på detta område. I åtanke vid analys av dessa resultat bör man dock ha att enstaka större nyhetshändelser skulle kunna tänkas snedvrída ett urval. Detta får troligen mest tidsmässiga konsekvenser i att andra inslag minskar i längd samtidigt som ett huvudinslag utökas. Därför har vi valt att presentera resultatet i procent av antal inslag.

Tabell 6:2. Inslagens fördelning på land (%).

Land (%)	1984	1994
Sverige	57	57
Norden	4	2
Västeuro.	11	14
Östeuro.	3	8
USA	6	2
Övrigt	19	17
s:a	100	100
N=364	158	206



1. Sverige 2. Norden 3. Västeuropa 4. Östeuropa 5. USA 6. Övrigt

Vårt material visar på en minimal förändring av inslagens geografiska fördelning. Framförallt angående antalet inhemska inslag var överensstämmelsen spöklik. Ett stort antal av sändningens inslag (57%) vigdes såväl 1984 som 1994 till nyheter av svensk härkomst och koncentrationen till västvärlden (75-78%) var markant.

Nyheters geografiska härkomst är som vi tidigare diskuterat i teorikapitlet svår att direkt relatera till begriplighet. Förklaringar finns snarare i mottagarens psykologiska närhet till den specifika nyheten. Mottagarens förkunskaper och erfarenheter kring nyheten spelar en långt större roll för den faktiska förståelsen än den geografiska (kulturella) närheten.

Ett ytterligare resultat angående land är den strukturella uppdelning i inrikes- och utrikesnyheter. Utrikesnyheterna presenteras alltid i ett block i mitten av nyhetssändningen och bara undantagsvis var och en för sig. Detta skedde endast för utrikeshändelser som hade ett såpass högt nyhetsvärde att de placerades först eller en så lättsam karaktär att de placerades sist. Både före och efter utrikesblocket presenteras de inrikesnyheter som annars dominerar sändningarna. Blockdelning i inrikes- och utrikesnyheter är mycket markant under de båda undersökta perioderna.

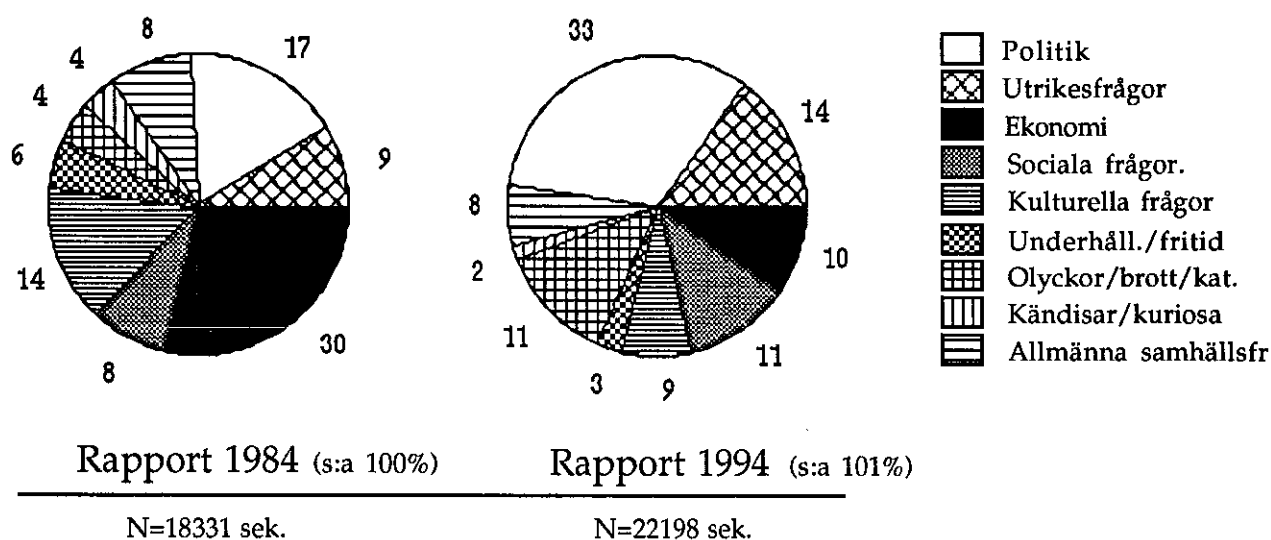
6.1.3 Sakområde

Fördelningen av inslag på olika sakområden säger mycket om ett nyhetsprogramms policy. Genom en studie av på vilka sakområden tyngdpunkten i ett nyhetsprogram ligger kan man spåra den nyhetsvärdering som styr det redaktionella urvalet. Olika nyhetsredaktioner har till viss del skilda urvalskriterier och vissa nyheter kan komma att värderas olika.

Ett mål med vår studie av sakområdesfördelningen är således att se om man kan finna några övergripande förändringar i prioriteringar av sakområden.

Rapports innehåll ser olika ut vid de två tillfällena vi studerat, men det föreligger ändå stora likheter i tyngdpunkt. Vad gäller urvalet av sändningar är som vi påpekat tidigare vissa variabler särskilt känsliga för en eventuell snedvridning i materialet. Sakområdena torde vara en sådan känslig variabel och resultatet som följer bör därför tolkas med försiktighet.

Figur 6:1. Tid fördelad över olika sakområden 1984/94.



Tyngdpunkten i rapporters sändningar ligger såväl 1984 som 1994 på tunga nyheter. Utrikesfrågor, politik och ekonomi utgör vid dessa två tillfällen 56-57 % av den totala nyhetsprogramtiden. Balansen mellan tunga och lätta nyheter har således inte förändrats över tid. Förändringen föreligger istället inom de två olika blocken.

Rapport utgjordes 1984 till 30% av ekonomi och till 17% av politik. Ekonomi var i dessa sändningar det klart dominerande sakområdet följt av politik och kulturella frågor. Tio år senare har det skett en total omsvängning i dessa förhållanden och sändningarna domineras istället av politik som utgör 33% av sändningstiden följt av utrikesfrågor (14%) som näst mest representerat sakområde. Politik förekommer 1994 dubbelt så mycket som tio år tidigare medan ekonomi endast utgör en tredjedel av vad den gjorde 1984. Förändringen är mycket omfattande och om den inte är en produkt av en snedvridning i urvalet skulle den kunna vara ett klart uttryck för en redaktionell policy-förändring.

Vid en närmare granskning av materialet kan man dock dra slutsatsen att förändringen till stor del beror av ett snett urval. De två veckorna vi valt 1984 domineras till stor del av en pågående avtalsrörelse i vilken olika förbund vid olika tillfällen förhandlar och strandar. Detta har lett till att sakområdet ekonomi - som innehåller arbetsmarknadsfrågor - blivit mer omfattande än i en "vanlig" vecka. Om denna iakttagelse stämmer kan man anta att arbetsmarknadsfrågor, som innehåller en såväl politisk som ekonomisk dimension, i de senare sändningarna blivit ersatta av rent politiska frågor som t ex partipolitik. En sammanslagning av sakområdena politik och ekonomi 1984 och 1994 ger 47% respektive 43% och till en stor del torde omfördelningen vara av ovan nämnd karaktär. Sakområdet ekonomi har dock minskat mer än vad politik har ökat och omfördelning har skett även till andra sakområden.

Den största förändring som skett inom blocket av lättare nyheter gäller olyckor, brott och katastrofer. Från att 1984 ha utgjort 4%, utgör olyckor, brott och katastrofer 1994 hela

11% av programtiden. Denna sakområdeskategori förekommer oftast i form av telegram men ökningen av förekomst utgörs helt av reportage och featureinslag medan andelen telegram är densamma. Brott, olyckor och katastrofer har således börjat presenteras i nya former - som reportage och feature - och förekommer oftare 1994 än 1984.

Detta är en begriplighetsmässigt positiv utveckling då det negativa och det spektakulära placeras långt fram i mottagarens minne. Brott, olyckor och katastrofer är intresseväckande nyheter som är lättillgängliga utan större förkunskaper - jämlika nyheter. Men man kan ställa sig frågan om utveckling är positiv ur ett samhällsfostrande perspektiv? Begriplighet är en viktig del i nyhetsförmedlingen men bör således inte betraktas som ett självändamål. En diskussion av begriplighet i sig är i vissa tillfällen inte relevant om den inte ges ytterligare dimensioner, i detta fall i förhållande till nyheter relevans (se vidare *Slutdiskussion 7.2*).

Övriga förändringar angående sakområden kan summeras som att utrikes- och sociala frågor har ökat medan kulturella frågor minskat i förekomst. Förändringar inom resterande sakområden är närmast försumbara och utgörs av ett så pass litet antal inslag att vi avstår från diskutera dessa. Sammanfattningsvis kan man konstatera att balansen mellan tunga och lätta sakområden är densamma vid de två tillfällena. I avseende på sin orientering mot tunga nyheter har rapport inte förändrats och den redaktionella policyn angående olika sakområdets prioritet verkar ligga fast.

De aspekter vi hittills berört angående sakområden har behandlat nyhetsvärdering, men en annan och i avseende på begriplighet intressantare aspekt är hur olika sakområden presenteras i avseende på inslagstyp och tid. Tunga nyheter som utrikesfrågor, politik och ekonomi ligger oftare än lättare sakområden på ett långt psykologiskt avstånd från individen. Människor har oftast inte någon direkt erfarenhet av dessa händelser och de kan betecknas som svårbegripliga. Ett sätt att öka begripligheten är att ge tydligare bakgrundsinformation för att på så sätt sätta in individen i en bredare kontext än bara händelsen i sig. Begriplighet kan i detta avseende sägas vara relaterat till rent tidsmässiga aspekter. Det finns större möjlighet att tydliggöra och underbygga information i ett längre reportage än i ett kort telegram, ett samband som vi funnit t ex angående kausalitet (se nedan *Sammanhang 6.2.4*).

Tabell 6:3. Inslagsfördelningen på olika sakområden 1984/94.

Sakområde	Utrikesfrågor		Politik		Ekonomi	
	1984	1994	1984	1994	1984	1994
Inslag (%)						
Telegram	41	29	41	34	33	58
Reportage	47	58	52	58	60	32
Feature	12	13	7	8	7	10
s:a	100	100	100	100	100	100
N-värde	17	24	29	65	43	31
N=209						

Vid en studie av de tre¹⁷ tunga sakområden som dominerar rapporters sändningar framträder vissa förändringar över tid. Utrikesfrågor och politik behandlas 1994 oftare än 1984 i form av längre reportage och featureinslag än som kortare telegram. I 1984 års sändningar var 41% av utrikesfrågorna och de politiska inslagen presenterade som telegram. Motsvarande förhållande är 1994 för utrikesfrågor 29% samt för politik 34%. Sakområdet ekonomi har däremot följt en utveckling mot allt kortare inslag, nära en fördubbling av antalet telegram samtidigt som reportagen nästan decimerats till hälften.

¹⁷ Kulturella frågor är av lika stor omfattning som utrikesfrågor men har på grund av att dessa är svårare att direkt relatera till psykologiskt avstånd och begriplighet utelämnats.

Tabell 6:4. Sakområdets genomsnittliga inslagslängd.

Samma tendens visar sig vid studie av medellängden på de inslag som förekommit inom enskilda sakområden. Inslag om utrikesfrågor och politik har blivit längre. Vad vi tidigare betecknat som en tidsmässig tempoökning, i vilken balansen mellan telegram, reportage och feature är densamma medan inslagen generellt har blivit tidsmässigt kortare, gäller följaktligen inte dessa två tunga sakområden.

Genomsnitt(sek.)	1984	Inslag	1994	Inslag
Sakområde				
Utrikesfrågor	100	17	127	24
Politik	106	29	112	65
Ekonomi	126	43	71	31
Sociala frågor	155	10	168	14
Kulturella fr.	145	18	189	11
Underh./fritid	115	9	60	11
Olyck./brott/kat.	62	12	83	30
Kändisar	78	10	52	7
<u>Allm. samh. fr.</u>	<u>143</u>	<u>10</u>	<u>131</u>	<u>13</u>
Snitt/s:a	116	158	108	206
N=364				

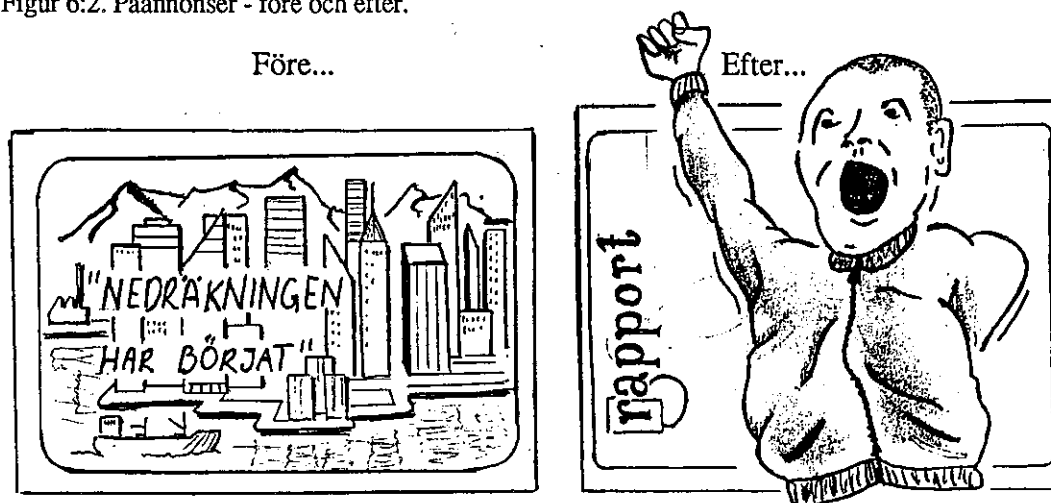
Den generella tempoökningen är således, i avseende på de tyngre sakområdena, endast giltig för ekonomi. Den mycket kraftiga minskningen av genomsnittslängden på de ekonomiska inslagen beror till viss del på nya typer av ekonomiska telegram som börsnyheter. Börsnotiser förekom i urvalet 1994 sex gånger och det kortaste inslaget var på endast tre sekunder. Främsta orsaken är dock de arbetsmarknadsfrågor som vi tidigare nämnt dominerade 1984 års ekonomiska reportage. Dessa var långa och omfattande reportage, med diskussioner av konsekvenser för de olika inblandade parterna, och höjde genomsnittslängden på de ekonomiska reportagen 1984.

Övriga sakområden som följer den övergripande tendensen och minskar i medellängd är underhållning/fritid, kändisar/kuriosa samt allmänna samhällsfrågor. Sakområden som går stick i stäv med denna trend är, förutom de redan nämnda utrikesfrågorna och politiska inslagen, även sociala och kulturella frågor samt olyckor/brott och katastrofer.

6.1.4 Struktur

I undersökning av strukturen angående sakområden i sändningarna har vi funnit vissa mönster. Varje sändning börjar alltid med en påannonsering i vilken sändningens huvudsakliga innehåll - ett urval av fyra till sex nyheter - presenteras. Påannonseringen bestod 1984 oftast endast av stillbilder eller tecknade illustrationer men undantag i form av rörliga bilder förekom (ca. ett per sändning). Bilderna kompletterades undantagslöst av rubriker som sammanföll med programledarens presentation. En nyhet om Hongkongs framtida ihopslagning med Kina annonseras av programledaren som följer: "Nedräkningen har börjat [paus] för Hongkong".

Figur 6:2. Påannonser - före och efter.



Påannonserna har 1994 blivit av ett helt annat format. De är tillnärmelsevis alltid rörliga och består av ett kort utdrag ur en dramatisk höjdpunkt i det kommande inslaget. Rubriker av det slag som fanns 1984 förekommer överhuvudtaget inte utan nyheten presenteras utslutande i ord. Längs den vänstra kanten står under tiden för påannonserns rapportens logotyp skriven vertikalt över bildrutan, med en liten jordglob snurrande under r:et.

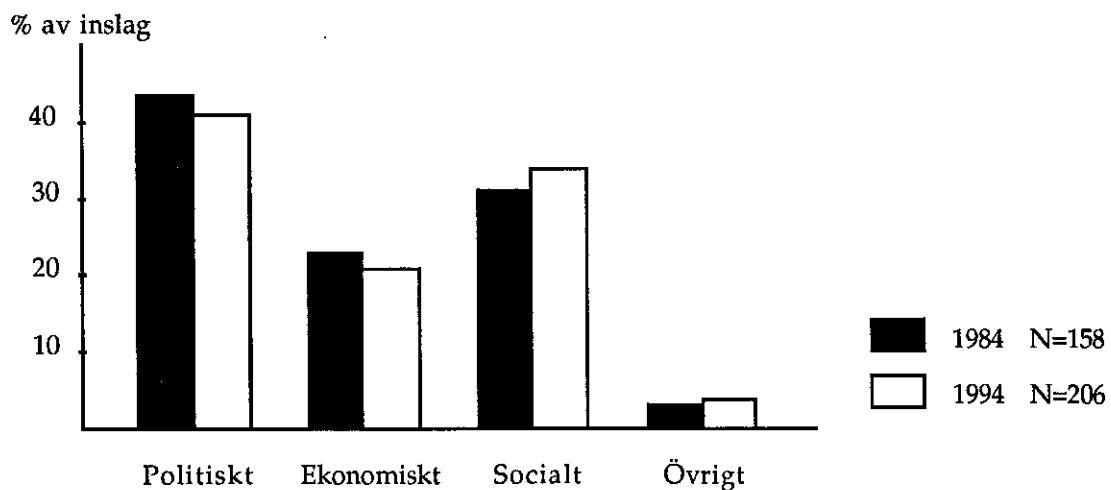
Efter påannonserna följer såväl 1984 som 1994 den nyhet som tillskrivs det största nyhetsvärdet. Rapportens orientering mot tunga nyheter speglas i dessa förstanyheter som nästan alltid rörde sakområdena utrikesfrågor, politik och ekonomi. Undantag som bekräftar regeln utgjordes t ex av en sportbragd. Resten av sändningarnas struktur angående sakområdets fördelning var relativt svår att inringa och vi fann inget generellt strukturellt mönster för något av åren.

Ett tydligt strukturellt drag i rapport är att de sista inslagen i varje sändning är av en lättare karaktär. En klar ihopklumpning av nyheter om kändisar /kuriosa och underhållning/fritid sker i slutet av varje sändning. Robinson och Levy (1986) kallar denna typ av lättsamma inslag för "send-the-viewer-off-with-a-smile stories", vilket innebär featuraktiga nyheter av intresseväckande karaktär. I 1984 års sändningar är exempel på dylika inslag: en porträttering av Skansen-björningarnas första våraäventyr, eller fyndet av tidigare ej utgivna Zarah Leander inspelningar. Den avslutande delen inslag av lättare karaktär finns således representerad såväl 1984 som 1994, men har över tid ökat i såväl tidsmässig volym av sändningen som i antal inslag. Från att 1984 ha bestått av ett till tre inslag består den 1994 av två till fem.

6.1.5 Perspektiv

Vi har således konstaterat att rapportens tyngdpunkt ligger på traditionellt sett tunga nyheter. I fördelningen över olika sakområden har vi i vårt material inte funnit några större förändringar. En annan aspekt på hur innehållet behandlas är dock ur vilket perspektiv nyheten förmedlas. I följande figur illustreras hur rapportens perspektivfördelning såg ut vid de två undersökningsperioderna.

Figur 6:3. Rapportens perspektivfördelning 1984/94.



Den totala inslagsfördelningen vad avser perspektiv har som man kan utläsa av tabellen inte förändrats nämnvärt. Rapporten har en tradition av en tung nyhetsförmedling med koncentration på sakområdena politik, ekonomi och utrikesfrågor och domineras såväl 1984 som 1994 av nyheter förmedlade ur ett politiskt perspektiv. Det sociala perspektivet är efter det politiska det mest förekommande men har då en klar centrering till de sakområden som kan betraktas som mindre tunga. Ekonomiskt/tekniskt perspektiv är, om vi bortser från det som placerats som övrigt, det minst förekommande perspektivet i rapporten.

Detta beror till stor del av att många ekonomiska inslag behandlas ur ett politiskt perspektiv. Arbetsmarknad är ett exempel på ett sådant ekonomiskt sakområde.

Den förändring vi kan utläsa av figuren är relativt liten vad gäller de enskilda perspektiven men den sammantagna tendensen är av intresse. En minskning av antalet inslag som skilddras ur politiskt (-2,5%-enheter) eller ekonomiskt/tekniskt (-2%-enheter) perspektiv kan skönjas samtidigt som det sociala perspektivet har ökat med 3%-enheter. Förändringen kan tyckas vara marginell men i en undersökning av de sakområden som står för den huvudsakliga förändringen kan man utläsa två olika tendenser.

Tabell 6:5. Perspektiv fördelade över sakområdena utrikesfrågor, politik och ekonomi.

Sakområde	Utrikesfrågor		Politik		Ekonomi	
	1984	1994	1984	1994	1984	1994
Sändning						
Perspektiv (%)						
Politiskt	94	75	97	83	32	19
Ekonomiskt/tek.	6	4	3	8	53	77
<u>Socialt</u>	<u>0</u>	<u>21</u>	<u>0</u>	<u>9</u>	<u>14</u>	<u>3</u>
s:a	100	100	100	100	99	99
N-värde	17	24	29	65	43	31

N=209

Vid undersökning av valda perspektiv i skildring av olika sakområden fann vi att det perspektiv som dominerade varje sakområde 1984 fortfarande var detsamma 1994. Överensstämmelsen gällde till stor del även val av alternativt perspektiv, men det är på rapportens dominerande sakområden vi har funnit förändring av alternativt perspektiv.

Det politiska perspektivet som 1984 var totalt dominerande inom utrikesfrågor och politik har 1994 uppblandats. Socialt perspektiv som inte överhuvudtaget nyttjades 1984 förekommer i en allt högre grad inom båda dessa sakområden. Orsaken till denna första tendens vi funnit är sannolikt ett resultat av att internationella konflikter/frågor har kommit att alltmer speglas ur ett socialt perspektiv. Exempel på sådana inslag om utrikesfrågor som 1984 inte förekom i vårt material är Bosnienkonfliktens sociala konsekvenser för befolkning eller för FN-soldaterna, konflikten mellan Palestina och Israel angående Västbankens invånare, samt EU-medlemskapets eventuella konsekvenser för svenskarna. Politik förmedlad ur ett socialt perspektiv utgörs främst av inbördeskrig och dess konsekvenser t ex Rwanda och situationen i Ukraina inför valet.

Förändringen mot ett ökat användande av ett socialt perspektiv i politik och utrikesfrågor leder till att dessa nyheter presenteras för individen på ett närmare psykologiskt avstånd. I denna nya typ av socialrealistiska reportage framställs i stället för ett abstrakt skeende individerna bakom och mitt i händelsernas centrum. Möjligheten till identifikation torde öka engagemanget och intresset för nyhetsinslag som för mottagaren annars tett sig irrelevanta. Nyheter med denna perspektivförändring kan betecknas som mer begripliga.

Den andra tendensen ligger inom det ekonomiska sakområdet. Koncentrationen till skildring av ekonomiska frågor ur ett ekonomiskt perspektiv har ökat över tid. År 1984 fanns det en stor andel (46%) alternativa perspektiv i skildring av ekonomiska nyheter medan denna andel 1994 har sjunkit till endast 22 %. Skälet till att koncentrationen har ökat så markant ligger i att sändningarna 1984 dominerades av arbetsmarknad och en pågående avtalsrörelse. Många av dessa inslag tillhör sakområdet ekonomi, skildrat ur ett politiskt perspektiv. Om man helt tar bort arbetsmarknadsfrågor från ekonomiområdet kvarstår ändå tendensen, om än inte lika stark.

Konsekvensen av denna senare förändring får en negativ effekt för ekonominyheternas begriplighet. Dessa inslag blir med sin renodlade ekonomiska inriktning mycket fjärran från en generell mottagares begreppsvärld. De börstelegram som är en ny företeelse 1994 är ett lysande exempel på "nyheter för de redan informerade". Utan bakgrundsfakta ges ett skeende och dess uppenbara konsekvenser till ett nollställt publikum: "Stockholmsbörsen steg på morgonen med 1,4 procent, för att senare på eftermiddagen stabiliseras. Å så vädr..."

6.1.6 Sammanfattning av innehållsaspekter

De resultat vi ovan presenterat kan kort sammanfattas i att innehållet med några få undantag förändrats föga. Den innehållsmässiga uppbyggnaden av sändningarna i avseende på inslag, land, sakområden och perspektiv visade sig vara mycket lika. Rapportens nyhetsinnehåll koncentreras till de tyngre sakområdena utrikesfrågor, politik och ekonomi och skildras huvudsakligen ur politiskt eller ekonomiskt perspektiv. Nyheterna är koncentrerade till västvärlden i allmänhet och till Sverige i synnerhet.

De förändringar som vi har funnit ligger främst i ett ökat tempo. Balansen i inslagsfördelningen mellan telegram, reportage och feature är densamma medan inslagens längd generellt har förkortats. Vad gäller sakområden kan vi se att politik har fått ökat utrymme medan ekonomi har givits minskad tid samt att en större del av programutrymmet 1994 vigs åt olyckor, brott och katastrofer. Angående användning av olika perspektiv fann vi två tendenser: ökat socialt perspektiv på politik och utrikesfrågor samt en ökning av ekonomiskt perspektiv på ekonomiska nyheter.

6.2 Form- och presentationsaspekter

6.2.1 Presentationsnivå

En presentationsaspekt vilken är nära relaterad till perspektiv, som vi belyst strax ovan, är presentationsnivå. Medan perspektiv har behandlats som en aspekt av innehållet har vi valt att definiera presentationsnivå som en presentationsmässig aspekt. Målsättningen med att studera på vilken nivå nyheterna presenteras är att se om nyheterna har förändrats i sina skildringar av främst händelsers och skeendens konsekvenser.

Tabell 6:6. Presentationsnivå 1984/94.

I tabellen finns tre olika kategorier av presentationsnivåer representerade. Det intressanta resultatet ligger i den totala överensstämmelsen mellan presentationsnivåerna över tid. Rapportens förändring i avseende på presentationsnivå är obefintlig.

Sändning	1984	1994
Presentationsnivå (%)		
Individnivå	33	33
Samhällsnivå	62	63
Övrigt	5	3
s:a	100	99
N=värde	158	206
N=364		

Tabellkommentar: Bakom kategorin övrigt döljer sig konsekvenser på global och företagsnivå två områden som inte blev representerade i den utsträckning vi väntat. Dessa två har därför slagits samman.

Resultatet kan tyckas underligt men faktum är att det inte skett någon förändring mellan nivåerna. Om vi däremot ser på de olika nivåerna i sig och relaterar dem till nyheters perspektiv kan vi se att det skett en förändring vilken bekräftar ett tidigare resultat. När vi relaterade samhällsnivå till perspektiv fann vi att det politiska perspektivet dominerade såväl 1984 (63%) som 1994 (60%). Detta hade vi väntat men att förändringen av olika perspektiv på denna presentationsnivå var såpass överensstämmande hade vi inte väntat (se bilaga V:2).

En noterbar omfördelning fann vi istället på individnivå. Det sociala perspektivet dominerade 1984 (69%) fast i ännu större utsträckning 1994 (78%). Men framförallt inom det ekonomiskt/tekniska perspektivet har det skett en intressant minskning som bekräftar tidigare resultat. Renodlingen av det ekonomiska perspektivet som vi tidigare talat om som en förändringstendens kan spåras i att det ekonomiskt/tekniska perspektivet 1984 utgjorde 19 % av inlagen medan samma siffra 1994 var 9% (se bilaga V:1). Ekonominyheter skildras 1994 inte med inriktning på individ och konsekvenser för dennes privatekonomi. Denna typ av nyheter som fanns 1984, har 1994 ersatts av ren nationalekonomi och till viss del företagsekonomi. Ekonomiska nyheter presenteras 1994 således oftare på ett långt psykologiskt avstånd från mottagaren, ett faktum som tidigare även visat sig i anslutning till val av perspektiv.

6.2.2 Personifiering och casestudy

I vår undersökning har vi med vinkling avsett att ta fasta på nyheter som beskrivs utifrån en person eller en fallstudie. Vid studier av relevant litteratur och iakttagelser av andra nyhetsprogram förefaller det som om utvecklingen går mot mer fall- och personcentrerade nyheter. Vårt material styrker dock inte att så skulle vara fallet för rapport.

Beträffande hur stor del av inlagen som är person- eller fallcentrerade 1984 respektive 1994 är resultaten närmast kusligt lika. Denna typ av vinkling förekommer i 16,5% av inlagen både 1984 och 1994 och överensstämmelsen är alltså total. Undersöker man materialet djupare finner man dock inlagsmässiga skillnader åren emellan.

Tabell 6:7. Inslagsfördelning i avseende på personifiering och casestudy.

Inslag	Telegram		Reportage		Feature	
	1984	1994	1984	1994	1984	1994
Sändning						
Personifiering och casestudy (%)						
Förekommer	2	1	19	13	40	51
<u>förekommer ej</u>	<u>98</u>	<u>99</u>	<u>81</u>	<u>87</u>	<u>60</u>	<u>49</u>
s:a	100	100	100	100	100	100
N=värde	58	71	70	96	30	39

N=364

Tabellen visar att featureinslagen vinklas mer 1994 (vartannat inslag) än 1984 (i två av fem inslag) samtidigt som vinklingen i reportagen 1994 har minskat något. Men de två förändringarna uppväger alltså varandra, eftersom totalvinklingen är konstant över tid. Det generella syftet med att vinkla nyheterna genom personifiering eller fallstudier är att man levandegör ett abstrakt och mer kollektivt skeende utifrån en enskild individs konkreta situation. På detta sätt kan nyhetsmaterial som annars skulle te sig ointressant och obegripligt för den genomsnittlige tittaren, förenklas genom att det engagerar på ett närmare psykologiskt avstånd.

Vinkling av nyheter har dock inte endast positiva effekter för förståelsen. Det kan i vissa fall få till följd att mottagaren förstår den konkreta fallstudien som skildrats utan att för den skull tillgodogöra sig det större skeende som nyheten var ämnad att belysa. En flyktig flickas splittrade tillvaro och utsatta situation kan lätt uppfattas medan de förändrade asylregler som var nyhetens essens förbises. Begriplighet kan på detta sätt betecknas som ett flerdimensionellt begrepp, och en förståelse på ett ytplan garanterar ej en fullständig förståelse av nyheten utifrån dess sammanhang, orsaker och konsekvenser (Hvitfelt, 1989).

6.2.3 Berättarteknik och serialisering

Berättartekniken i reportage- och featureinslag följer i rapport ett urskiljbart mönster. Ett mönster av dramaturgiska konventioner vi vill beskriva som förhållandevis svaga, dvs att de inte bygger på dramatiska laddningar och lösningar i den utsträckning de hade kunnat göra. Inslagen innehåller den dramaturgiska form som ligger i den journalistiska mediologiska formen för televisionen, men genomsyras ej av en utpräglad dramatisk uppläggning. En stark dramatisk uppläggning är exempelvis ett reportage om fiffel och båg inom statlig förvaltning i vilket sekvensen med en fallande domarklubba återkommer efter varje uppräknad indicium som talar för att brott faktiskt skett.

Anledningen till fokuserandet av olika berättartekniker var iakttagelser av nyhetsprogramms utveckling i allmänhet. Våra referenspunkter i detta avseende har tagits från samtida nyhetssändningar i Nyheterna i TV 4 och Aktuellt som dramaturgiskt sett har utvecklat nya tekniker att bygga upp reportage. Dessa nya berättartekniker har vi dock inte funnit representerade i de rapport-sändningar vi studerat. Vad vi har uppmärksammat är istället att de dramaturgiska konventioner som rapport hade 1984 genomgått en förhållandevis liten förändring. Framförallt featureinslagen, som är förhållandevis långa, har förändrats föga. Många av 1984 års reportage och featureinslag skulle mycket väl rent formmässigt kunna återfinnas i en nyhetssändning 1994.

De nya berättarteknikerna, som inte fått fötfa i rapport-sätt att förmedla nyheter, är svåra att entydigt värdera utifrån begriplighetsmässiga kriterier. Enligt begriplighetsforskningen finns det i dessa tekniker åtskilliga faktorer som kan försvåra förståelseprocessen. Exempelvis ett ökat antal zoomningar och klipp eller att ljud och bild i mindre utsträckning förstärker varandra. Samtidigt är det viktigt att inse att dessa negativa konsekvenser i förståelseprocessen är olika för olika mottagare, och kanske kompenseras av en positiv effekt i höjd intressenivå. Ett generellt uttalande om dessa berättartekniker bör således inte göras eftersom slutsatser endast kan dras utifrån det enskilda fallet och den specifika mottagaren.

Att rapport inte skulle ha förändrats under de tio år som skiljer de två undersökningstillfällena förefaller kanske orimligt. Så är heller inte fallet. De förändringar vi har lyckats spåra ligger dock inte i den berättartekniska uppläggnings - såsom vi definierat denna - utan inom andra områden som t ex bildmaterial, intervjuer och reportrar, vilka kommer att behandlas vidare nedan.

I analys av rapport kartlade vi olika sätt att knyta ihop nyhetshändelser av liknade karaktär. Inom sändningen talar vi i detta avseende om flöde, men när denna typ av flöde sträcker sig över en enskild sändnings gränser har vi betecknat fenomenet som serialisering. Serialisering som vi systematiskt sökt i nyhetssändningarna förekom ej under de tolv dagar vi studerade 1984. Nyheter sträckte sig givetvis över flera dagar men serialiserades inte med annonsering av fortsättningar eller med hänvisning till tidigare delreportage.

Sändningarna 1994 innehöll däremot tre tydliga exempel på hur nyhetshändelser serialiserats. Detta gällde en featureserie om satanism, pedofilism och ritualmord, en serie reportage om rättssystemets höga kostnader för skattebetalarna samt en serie reportage om det nya pensionssystemets konsekvenser för olika samhällsgrupper. Dessa reportage och featureinslag sammanbands med klara annonseringar från programledaren: "I rapport i morgon får ni möta den kvinnogrupp ..." (satanismserien); "I morgon granskas det nya pensionssystemets konsekvenser för kvinnorna ..." (pensionsserie).

I avseende på serialisering har vi alltså i vårt material funnit en klar förändring mot en ökad serialisering. Denna förändring anser vi dock inte endast vara en följd av ett snett urval eftersom det i 1984-sändningarna förekom nyheter som mycket väl hade kunnat serialiserats på ett liknande sätt. Ett exempel på detta är ett antal reportage om avtalsrörelsen som förekom 1984 utsträckt över flera dagar. Denna serie reportage liknar i uppbyggnad

och följd till stor del serien reportage om det nya pensionssystemet 1994, men kom inte att serialiseras 1984.

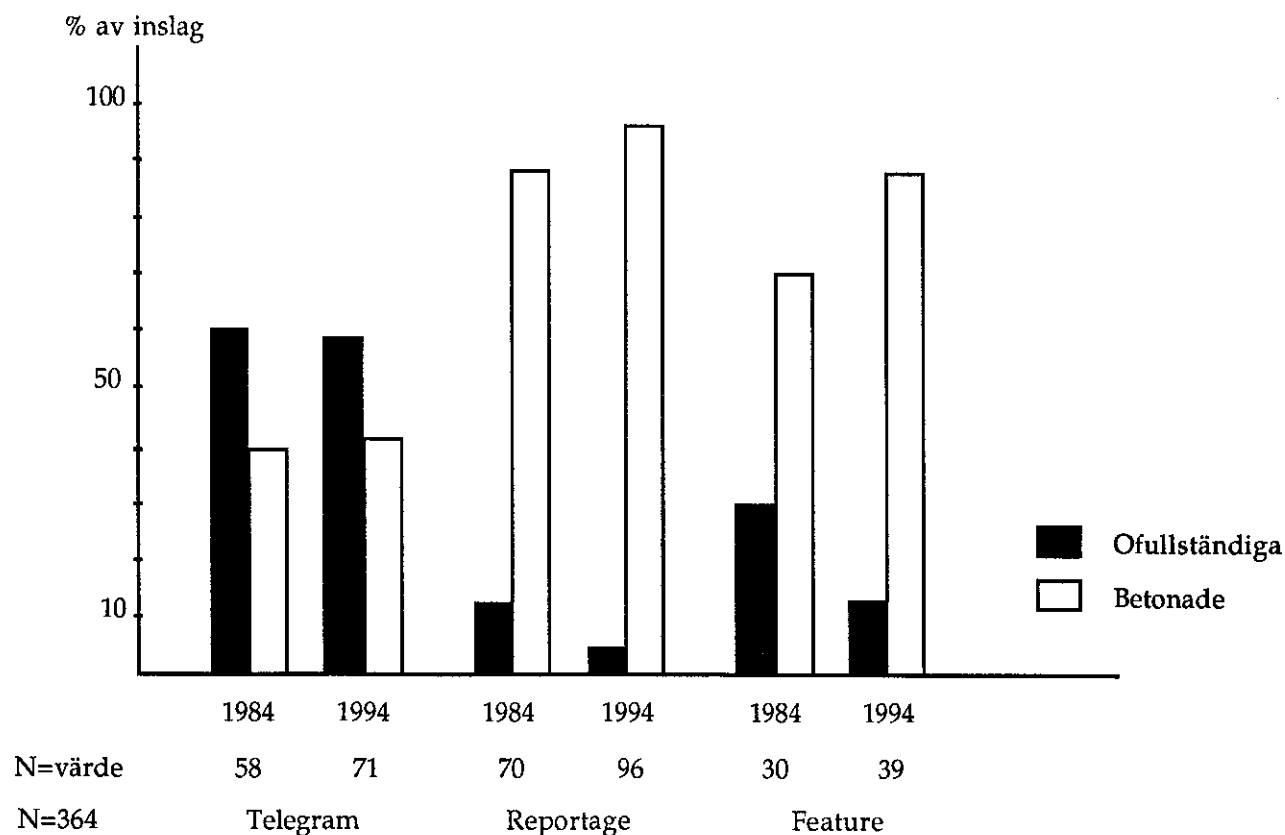
6.2.4 Sammanhang

De presentationsmässiga förändringar vi hittills har presenterat kan vara svåra att direkt relatera till nyheterens begriplighet. Vad gäller sammanhang är kopplingen till begriplighet mer påtaglig. I vår teori har vi bl a presenterat resultat från undersökningar av kausala samband (Findahl & Höjjer) och deras betydelse för nyheterens begriplighet. Utifrån begriplighetsforskningens resultat framstod det tidigt självklart att undersöka hur vårt material såg ut i avseende på kausala förhållanden.

Vi undersökte kausala samband utifrån om dessa inte fanns, endast fanns nämnda eller klart framgick dvs var betonade. För att tydligare kunna åskådliggöra vårt resultat har vi valt att dela in sammanhanget i två olika nivåer: ofullständigt respektive betonat. Ofullständiga är således inslag som saknar antingen orsak, konsekvens eller de båda. Betonade inslag innehåller både orsak och konsekvens. Dessa kan vara ensidigt eller dualt upprepade, men både orsak och konsekvens måste förekomma.

Vid en helhetsöversikt av inslagens kausala innehåll kan man se en ökad betoning av dessa generellt sett. År 1984 var 66,5% av de totala inslagen betonade i avseende på orsak eller konsekvens. Samma siffra var 1994 hela 76% och det har således skett en förbättring, kausala samband framgår tydligare i de senare sändningarna. Denna totala förändring kan dock vara missvisande då skildringen av kausala samband är högst tidsberoende. I ett telegram som är generellt sett mycket kortare än ett reportage är det svårare att belysa en händelse ur flera aspekter och att ge den nödvändiga bakgrundsinformationen till den händelse som skildras. Kausala samband är följaktligen intressant att relatera mer ingående till de olika inslagsformerna.

Figur 6:4. Förekomst av sammanhang i inslagen.



Den generella ökningen i betoning av kausala samband ligger hos reportage och featureinslag. I framförallt featureinslagen har betoningen ökat markant men även inom reportage betonas kausala samband tydligare. Av 1994 års reportage innehåller 96% tillfredsställande belysning av kausala förhållanden med både orsaker och konsekvenser representerade. En 100-procentig betoning anser vi dock vara möjlig i reportage och featureinslag då det tidsmässiga utrymmet i dessa inslagstyper finns. Och resultatet borde således tolkas som avvikelse från total betoning istället för förekomst av betoning.

Vid en djupare analys av den markanta ökningen vad gäller featureinslagen ser vi att det är främst dessa som står bakom den generella förbättringen. Featureinslagens kausala samband har istället för att inte förekomma eller vara ensidigt representerade kommit att bli upprepade och klart betonade. Detta illustreras tydligt i nedanstående tabell.

Tabell 6:8. Kausalitetssamband i reportage och feature.

Inslag	Reportage		Feature	
	1984	1994	1984	1994
Sändning				
Sammanhang (%)				
Endast orsak/konsekvens eller ingetdera	13	4	30	13
Förekomst av orsak och konsekvens	23	34	27	23
Upprepningar av orsak/ <u>konsekvens eller båda</u>	<u>64</u>	<u>62</u>	<u>43</u>	<u>64</u>
s:a	100	100	100	100
N-värde N=235	70	96	30	39

Tabellkommentar: För att göra tabellen mer överskådlig har vi utelämnat telegrammen. Dessa har heller inte förändrats mer än marginellt.

De tre olika nivåerna kan ses som tre olika graderingar på nyheternas kvaliteter i avseende på belysande av inslagens sammanhang. Ju längre ner i tabellen desto fullständigare är nyhetens sammanhang. Featureinslagen har, som vi sagt ovan, vad avser sammanhang genomgått en verklig förbättring. Vad reportagen beträffar kan vi däremot se att den ökning vi tidigare påpekat (figur 6.4) utgörs av förekomst och inte av upprepning. Upprepningar av kausala samband har istället minskat marginellt och man kan inte tala om en radikal förbättring av reportagen.

Denna intressanta förändring vi har spårat angående featureinslagen hör med stor sannolikhet samman med framväxten av ett nytt slags featureinslag som vad beträffar form och presentation ligger mycket nära det vanliga reportaget. Vi har gjort vissa systematiska observationer av denna typ av featurereportage. Featurereportaget kännetecknas av att det är nära relaterat till en aktuell händelse samtidigt som det är av klar featurekaraktär. Detta sammanbinds ofta, som vi i våra sändningar iakttagit, med ett telegram från en aktuell händelse som är mer eller mindre relaterad till featurereportagets innehåll. Exempel på inslag vi har placerat i denna kategori av feature är utlandsreportage som skildrar krigets vardag i Bosnien eller Inkathapartiets stöd hos Kwazuluprovinsens invånare inför valet i Sydafrika.

Kausala samband är den faktor inom begriplighetsforskningen som efter förkunskaper tydligast kunnat relateras till nyheters begriplighet. Den aktiva process som det innebär att sätta in nyheten i ett meningsfullt sammanhang kräver tydliga kausala samband och om dessa inte finns, ett inte oansenligt mått av förkunskaper. Nyheter som saknar kausala

samband får lätt, lösryckta ur sitt sammanhang, en slags fragmentariserad form vilken gör dem mycket svåra att förstå. Slutsatsen vi har dragit är att när kausala relationer blir tydligare framställda ökar nyheternas begriplighet.

Vårt resultat visar på en generell ökning i rapportens betoning av nyheters sammanhang. Orsak och konsekvens betonas allt oftare 1994 i såväl telegram som i reportage och feature. I avseende på kausala samband har rapport således genomgått en reell förbättring med den följd att inslagens begriplighet sannolikt har ökats.

6.2.5 Bildmaterialet

Bildmaterialet har registrerats utifrån hur en nyhetshändelse illustreras i avseende på inblandad, plats, orsak och konsekvens. Valet av att studera dessa delars förekomst är den samma som för studien av sammanhang ovan. Med ett betonande av kausala samband kan tillgängligheten hos nyheten ökas. Den tekniska utvecklingen har revolutionerat möjligheterna att bilda nyheterna, en utveckling som kan ha fått kvalitativt positiva konsekvenser för hur kausala relationer skildras i bild.

Tabell 6:9. Bildmaterialets illustrering av inblandad, plats, orsak och konsekvens.

Sändning	Inblandad		Plats		Orsak		Konsekvens	
	1984	1994	1984	1994	1984	1994	1984	1994
Bildmaterial (%)								
Nyheten illustreras...								
rörligt	65	72	57	71	20	25	16	26
med karta	3	1	6	3	0	0	1	0
med annan illustration	13	8	8	2	13	12	8	8
med karta/illustration och rörliga bilder	6	4	6	4	1	4	0	1
<u>inte alls</u>	<u>13</u>	<u>14</u>	<u>23</u>	<u>19</u>	<u>67</u>	<u>59</u>	<u>75</u>	<u>65</u>
s:a	100	99	100	99	101	100	100	100
N-värde	158	206	158	206	158	206	158	206
N=364								

Vid en snabb överblick av tabellen kan man se att det går en klar skiljelinje mellan inblandad/plats och orsak/verkan. Tabellen bildar med hjälp av skiljelinjen två delar som är inbördes relativt lika men som klart skiljer sig från varandra. Det mönster som vi tidigare funnit för kausala samband - att orsak och konsekvens är svårare att framställa i nyheterna - är tydligt gällande även för bildsättningen av nyheter. Inblandad och plats illustreras nästan alltid medan orsak och konsekvens förekommer mer sällan.

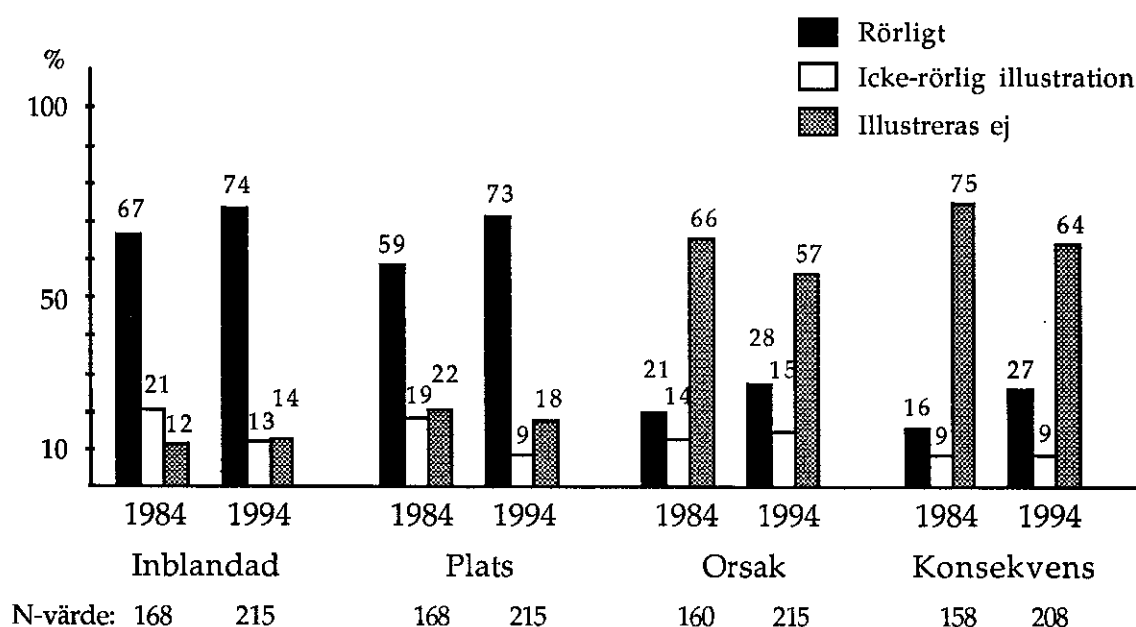
I nyheterna illustrerades, under de sammanlagt 26 dagar vi studerat, inblandad och plats i 83% (medelvärde) av inslagen medan orsak och konsekvens illustrerades endast i 34% av inslagen. Generellt förekommer i bilder inblandad oftare än plats och orsak oftare än konsekvens. De inslag i vilka inblandad och plats inte förekommer är nästan uteslutande (till 89 %) telegram. Sambandet är mediologiskt mycket tänkbart då man kan anta att inslag med bildmaterial ges mera tidsmässigt utrymme. Nyheter med ofullständigt bildmaterial rörande inblandad och plats blir följaktligen presenterade i telegrammens kortare form snarare än som reportage eller feature. Sambandet mellan telegram och ofullständigt bildmaterial gäller även bildmaterial om orsak och konsekvens, men skillnaden i förhållande till reportage och feature är inte lika påfallande emedan orsak och konsekvens illustreras dåligt i såväl telegram som reportage och feature. Av de olika typerna illustrationer var rörliga bilder det i särklass mest förekommande sättet att bilda inslagen, något som ur mediologiskt perspektiv även förefaller naturligt. Kartor och andra illustrationer som teckningar och grafiska figurer förekommer mer spar-

samt, och även kombinerade med rörliga bilder var dessa sällsynta. Illustrering i form av kartor är minst förekommande med undantag för vid illustrering av plats där kartor kan tänkas vara mer förekommande än "annan illustration", ett resultat som dock inte går att utläsa av tabellen.

Sammanfattningsvis kan sägas att inblandad och plats illustreras ofta medan orsak och konsekvens illustreras sällan samt att det mest förekommande sättet att illustrera är i form av rörliga bilder. Den tendens vi såg vid behandling av sammanhang ovan återkommer i bildmaterialet. Orsaks- och konsekvensförhållanden illustreras något oftare 1994 än 1984 och de kausala relationerna framställs följaktligen även i bildmaterialet tydligare. Findahl och Höijer (1984) fann i undersökning av bilder att betoning av kausala samband ledde till att inslag förstods bättre. Utifrån deras slutsatser kan man säga att bildmaterialet 1994 som i högre utsträckning förstärker nyheternas kausala sammanhang torde få positiva konsekvenser för begripligheten. I avseende på bildmaterial är 1994 års inslag sålunda begripligare än de som förekom i 1984 års sändningar.

Nedan följer nu en beskrivning av den förändring som föreligger mellan 1984 och 1994 i avseende på typer av bildmaterials förekomst.¹⁸

Figur 6.5. Bildmaterialets illustrerande av inblandad, plats, orsak och konsekvens 1984/94.



Diagrammet visar på två förändringar som skett mellan 1984 och 1994. Andelen rörliga bilder har i nyheternas bildmaterial ökat samtidigt som andelen icke-rörliga illustrationer har minskat. Ökningen av rörligt bildmaterial är generell, inblandad 10 %, plats 24 %, orsak 33 %, konsekvens 69% och har förmodligen sin främsta förklaring i ökade tekniska möjligheter att få bildmaterial direkt från plats. En ytterligare förklaring torde dock vara rent mediologisk, dvs att televisionen är ett medium som kan förmedla rörliga bilder och för att utnyttja mediets fulla potential bör det fyllas av rörliga bilder i stället för andra typer av illustrationer. En följd av ett sådant resonemang blir att rörliga bilder prioriteras och får företräde i förhållande till andra typer av illustrationer.

¹⁸ Fortsättningsvis kommer på grund av uppsamlingskategorin "karta/illustration och rörliga bilder" rörliga bilder bestå av nyss nämnda plus kategorin "rörligt". En ny kategori i form av icke rörliga illustrationer bestående av "karta", "annan illustration" och "karta/illustration och rörliga bilder" skapas för att presentera dessa. Nedan förekommer alltså kategorierna *rörligt*, *icke-rörlig illustration* samt *illustreras ej*. N-talen kommer följaktligen öka då en kategori i dessa har räknats två gånger.

En explosionsartad utveckling av bildutbudet har under senare år skett med ett växande antal nyhetsbyråer som helt och hållet (Visnews) eller till stor del (CNN) koncentrerat sig på ett bildutbud. I 1994 års sändningar kan detta spåras i att nyhetsbyråernas logotyper förekommer i något av bildens hörn på de bildinslag som härstammar direkt från nyhetsbyråerna. Förutom ett ökat utbud av bildmaterial har den tekniska utvecklingen resulterat i allt lätthanterligare kameror (sändare) och allt mer sofistikerade möjligheter för reportrar/korrespondenter att överföra bilder direkt från plats. Bilder kan 1994 sändas i det närmaste simultant via satellit till hemmaredaktionen. Detta har resulterat i nya typer av reportage-former och kommer behandlas vidare nedan (se vidare *Reportrar och korrespondenter* 6.2.7)

Det är svårt att dra några direkta slutsatser om hur val av olika typer av illustrationer påverkar begripligheten, t ex om en grafisk illustration är mer begriplig än en rörlig sekvens. Begriplighetsforskningen presenterar inga entydiga resultat på denna punkt och även vi undviker att spekulera. Minskningen av icke-rörliga illustrationer gäller endast i bildsättning av inblandad och plats, en minskning med 33 respektive 53 %. För orsak och konsekvens är förändringen närmast obefintlig. Förändringen kan i sändningarna ses i att inblandade endast undantagsvis illustreras med stillbilder 1994. Teckningar liknade tidningsformat i form av akvareller förekommer inte heller i samma utsträckning som 1984. Användningen av kartor har, som vi såg tidigare (tabell 6:9), minskat över tid och förekommer mycket sällan 1994.

Dessa förändringar är dock inte helt sanningsenliga då de icke-rörliga illustrationerna till viss del överförs till själva presentationen av inslagen. I de grafiska symboler som visas vid sidan av programledaren förekommer 1994 såväl kartor som olika former av sofistikerade grafiska symboler (se nedan *Inledande presentation* 6.2.9). Ett exempel är nyheter från valet i Sydafrika för vilka presentationsymbolen bestod av den afrikanska kontinenten på vilken Sydafrika markerats med ljusare färger och en flagga till hälften svart till hälften vit till hälften inskjuten under landet (se bilden).



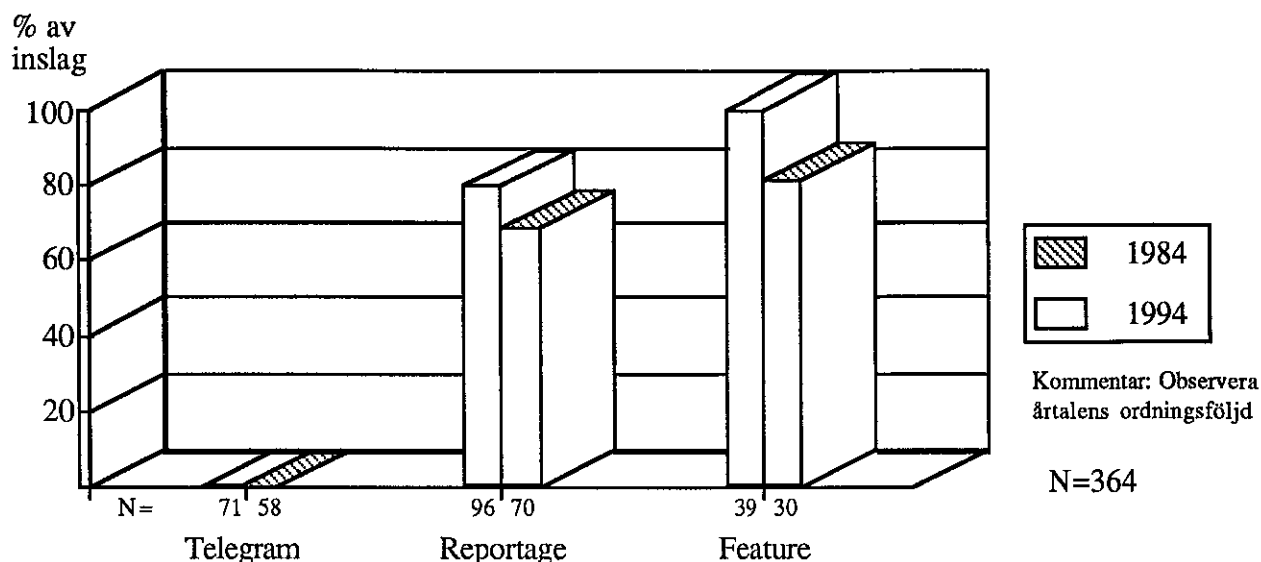
Figur 6:6. Inledande presentation
- ett exempel.

Minskningen av icke-rörliga illustrationer i inslagen kan således sägas ha kompenserats, om inte helt så i alla fall delvis, av nya användningsformer.

6.2.6 Intervjuer

Vårt undersökningsmaterial visar på en klart ökad användning av intervjuer i rapporters nyhetsinslag. I figuren nedan illustreras hur den generella förekomsten av intervjuer fördelats över olika inslagstyper.

Figur 6.7. Förekomst av intervjuer.

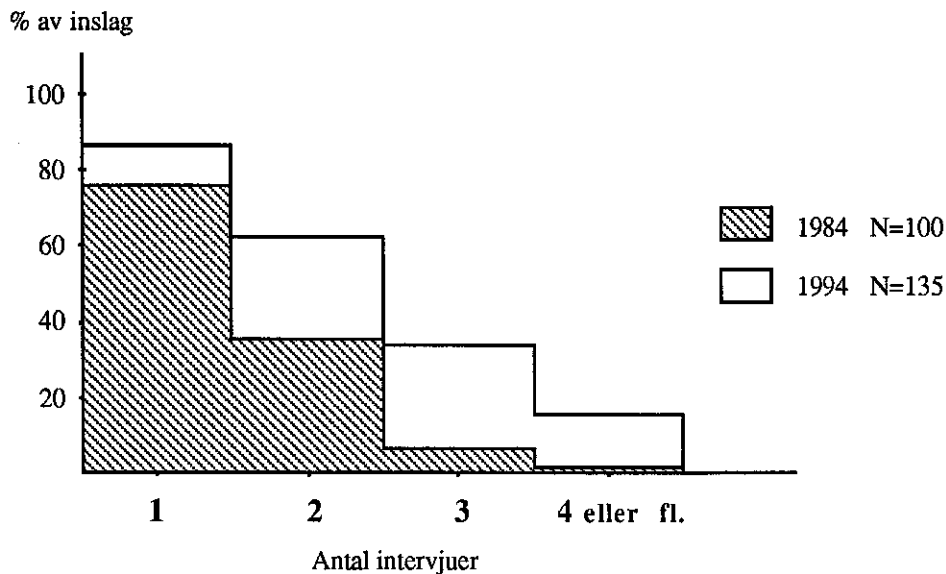


Figuren ovan visar alltså på förekomst av intervju i inslag och det kan således vara flera intervjuer i ett och samma inslag. Att det inte förekommer några intervjuer i telegraminslagen varken 1984 eller 1994 var väntat. Inslagstypen är tidsmässigt begränsad och kan inte utan uppenbara problem innehålla intervjuer. Då intervjumaterial till ett inslag finns att tillgå sker presentationen istället i form av reportage eller feature. Förändringen och den generella ökningen av intervjuer finns således i reportage och feature. Värt att notera är att intervju fördelningen mellan reportage och feature är densamma 1984 som 1994, fast på en högre nivå. Featureinslagen står för den högsta förekomsten av intervjuer och 1994 innehöll alla featureinslag någon form av intervju.

Orsaken till att det oftare förekommer intervjuer i reportage- och featureinslagen torde vara, dels en strävan efter att levandegöra nyheterna genom att höra fler "röster", dels att det 1994 tekniskt sett blivit enklare att genomföra intervjuer. Den senare tekniska aspekten har vi lyckats spåra på andra håll i denna undersökning; exempelvis befinner sig korrespondenter och reportrar 1994 oftare på den aktuella platsen vilket är underlättande när man skall genomföra en intervju (se vidare nedan Reportrar och korrespondenter 6.2.7).

Förutom att det 1994 oftare förekommer intervjuer har även antalet intervjuer per inslag ökat, och detta relativt mycket. Nedan skissas hur antalet intervjuer i reportage- och featureinslag fördelar sig under de två undersökningsperioderna.

Figur 6:8. Antalet intervjuer i reportage och feature.



Vad vi kan utläsa av figuren är som vi redan påtalat att det är vanligare med intervjuer 1994. Presentationen av nyheter innehåller allt oftare intervjuer. I 1994 års sändningar innehåller hela 86 % av de längre inslagen minst en intervju, medan motsvarande andel 1984 är 76 %. Vi kan samtidigt se att inslagen generellt sett innehåller fler intervjuer 1994. I 36% av reportage och featureinslagen 1984 förekom minst två stycken intervjuer, medan minst två intervjuer 1994 förekom i drygt 60% av inslagen. Inslag med tre, fyra eller fler intervjuer förekommer 1994 fem till åtta gånger oftare än tio år tidigare.

I vårt undersökningsmaterial från 1994 har funnits inslag som har haft fler än fyra intervjuer. Inslag av den typen där det förekommer så många intervjuer har en speciell karaktär. De är som förståeligt tidsmässigt långa samtidigt som de behandlar ämnen i vilka det är lämpligt att låta många röster komma till tals. Ett exempel på ett sådant inslag är ett reportage som belyste situationen inför valet i Italien 1994. De olika partiledarna intervjuades samtidigt som privatpersoner fick vädra sina lungor såväl som åsikter. Ett liknande inslag förekom 1984 och var då även utformat på ett liknande sätt, dock med något färre röster.

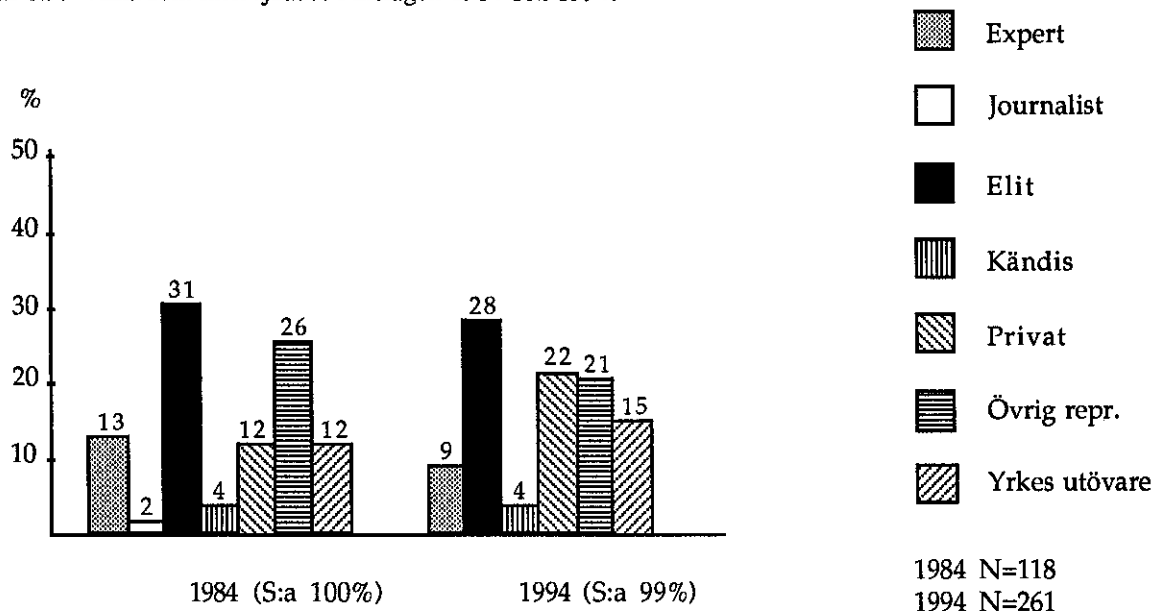
Skillnaden mellan 1984 och 1994 vad gäller användningen av intervjuer är att det 1994 kan förekomma flertalet intervjuer även i inslag som inte alls är typiska flerin-tervjuinslag. Åtskilliga intervjuer kunde återfinnas i stort sett i vilket längre inslag som helst. Man märkte ofta att reportern 1994 hade för syfte att låta intervjuas så många personer som möjligt, ibland kanske onödigt många. Inslag av denna sort kan ibland bli något röriga då det är svårt att veta vad de tillfrågade svarar på och om de alls svarar på samma fråga.

Ökningen av intervjuer leder osökt tankarna till en generell tendens som vi tidigare berört (6.1.1 och 6.2.5), nämligen sändningarnas ökade tempo. Tempoökningen förefaller inte bara utgöras av att sändningarnas inslag har blivit kortare och således fler. Också inom själva inslagen har tempot ökat genom att nyheterna presenteras med hjälp av exempelvis ett mer omfattande bildmaterial och av allt fler intervjuer.

De redaktionella valen av personer som fick komma till tals skilde sig inte mycket mellan 1984 och 1994. De personer som framförallt tillfrågades i de intervjuer som gjordes var *elit* (politiker eller mäktiga företagsledare) eller *övriga representanter* (fackföringsfolk

eller mindre betydande kommunalpolitiker) men relativt ofta tillfrågades även *experter* (en som är extra bra på något) och *yrkesutövare* (mekanikern på golvet eller sjuksköterskan vid sängen). Mer sällan förekom kändisar och journalister. Den mest intressanta skillnaden undersökningsperioderna emellan utgör emellertid det ökade antalet tillfrågade *privatpersoner* (se nedan figur 6:9). År 1984 tillfrågades i 12% av det totala antalet intervjuer privatpersoner medan denna andel 1994 hade stigit till hela 22%, detta är alltså närmast en fördubbling av denna sortens intervjuer.

Figur 6:9. Vilka som intervjuades i inslagen 1984 och 1994.



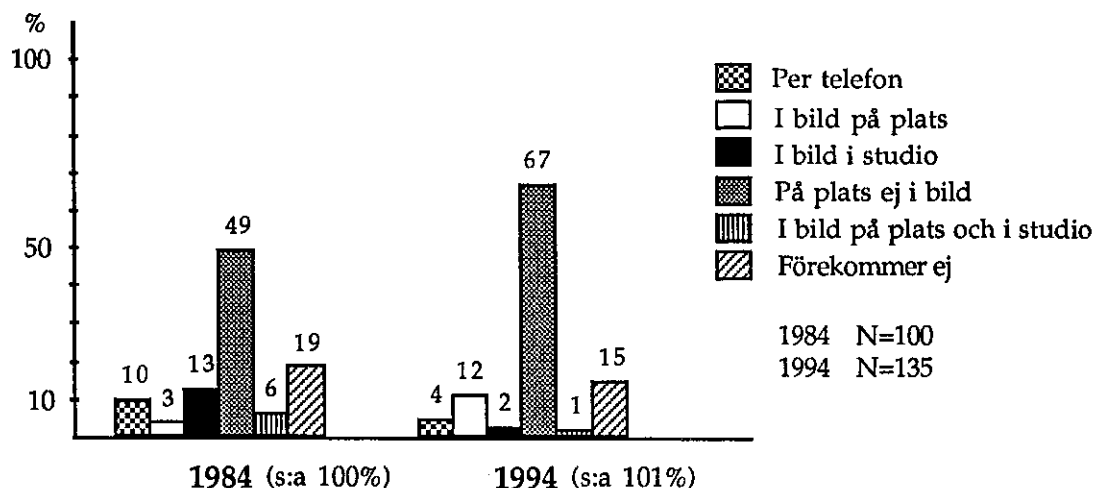
De intervjuer med privatpersoner som förekom 1984 var oftast enstaka och i ett inslag begränsade till en person. 1994 har det blivit vanligare att man låter flera privatpersoner komma till tals i samma inslag. Då det förekom fler än fyra intervjuer hände det att fler än två privatpersoner kom till tals, något som exempelvis skedde i, det strax ovan nämnda, valreportaget från Italien. Utveckling skulle kunna vara ett tecken på att nyhetsförmedlarna försöker skapa en socialt och psykologiskt sett närmare nyhetsförmedling, för att på så sätt öka chansen till att vi som mottagare enklare skall kunna identifiera oss med förloppet. Lyckas man med detta torde det höja nyhetens intressnivå vilket är en god förutsättning för att kunna skapa en begriplig nyhetsförmedling.

6.2.7 Reportrar och korrespondenter

Vi har ovan både i anslutning till perspektiv, bildmaterial och intervjuer refererat till nya typer av presentationsformer som växt fram i reportage och feature. Dessa är till stor del resultat av nya tekniska möjligheter, men säkert även av att vissa typer av presentationsformer föråldrats medan nya växt fram och kommit att ligga mer rätt i tiden. Studiosamtalen var enligt vår förståelse en modern presentationsform som borde finnas och vi undersökte förekomsten av denna. Det visade sig i anslutning till nyhetsinslagen bara utspelas vid ett enda tillfälle (undantaget de samtal om helgvädet med John Pohlman som förekom två gånger). Studiosamtalen har följaktligen inte i rapport blivit en vedertagen presentationsform.

Klara förändringar i hur reportrar och korrespondenter uppträdde i studio och på fältet visade sig dock i en rad andra presentationsformer vi undersökt. I figuren nedan representeras fem olika sätt på vilka reportrar och korrespondenter kan agera i de längre nyhetsinslagen.

Figur 6:10. Reportrar och korrespondenters agerande i reportage och featureinslag 1984/94.

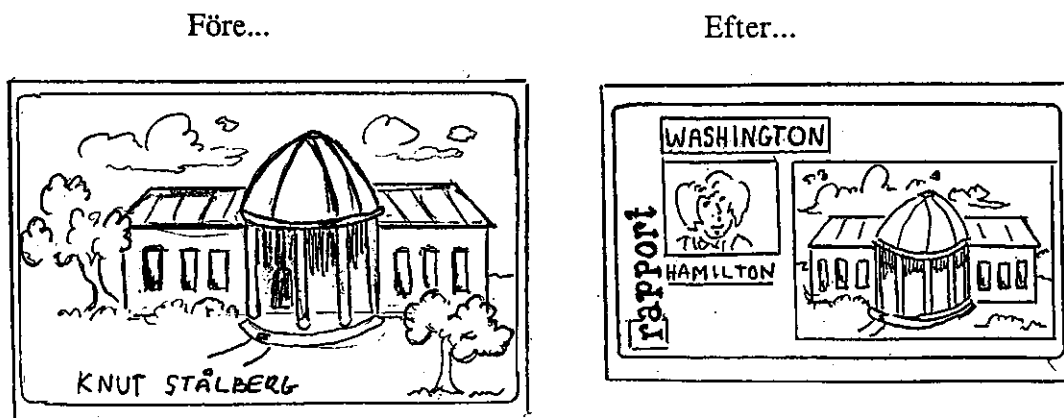


Tabellkommentar: Telegram har i detta sammanhang utelämnats på grund av att det bara undantagsvis kan förekomma reportrar och korrespondenter i telegrammens korta form. I rapporters sändningar gavs alltid inslag med reportrar och korrespondenter reportage- eller featureformat och kategorin "förekommer ej" dominerar följaktligen telegrammen till 100 %.

Per telefon innebär att en korrespondent rapporterar till studion via telefon och inte själv förekommer i rörlig bild. Presentationsformen används mest i anslutning till utrikesnyheter. En minskning i användning av denna presentationsform har skett över tid förmodligen till följd av nya möjligheter att presentera nyheten på mer intresseväckande sätt i vilka korrespondenten syns i bild. Telefonrapportering förekom 1984 i en tiondel av reportage och featureinslagen och var en dominerande presentationsform för aktuella utrikesnyheter. År 1994 har detta dominansförhållande skiftat och endast i 4 % av inslagen förekommer telefonrapportering.

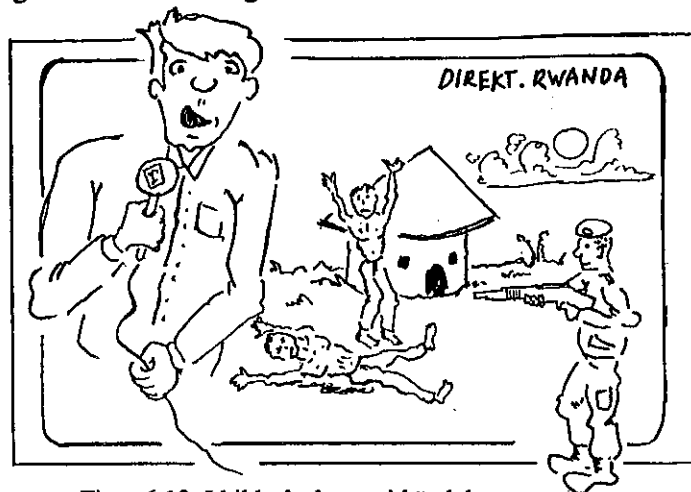
Vissa grafiska förändringar har skett mellan de två tillfällena. Tidigare visades vid telefonrapportering en heltäckande stillbild från platsen det rapporterades från, på vilken korrespondentens namn var skrivet under rapportlogotypen. Exempelvis Knut Stålbjergs namn tecknat mot bakgrunden av ett fotografi på vita huset i Washington för en telefonkommentar från USA. År 1994 täcker inte fotografiet på vita huset hela rutan och på vänster sida syns istället ett fotografi på korrespondenten och dennes namn samt en rapportlogotyp.

Figur 6:11. Per telefon - före och efter.



I bild på plats visas korrespondenten/reportern i rörliga bilder i vilka denne, oftast med mikrofonen i högsta hugg, rapporterar från själva "händelsernas centrum" (Figur 6:12). Detta är en presentationsform som har blivit allt vanligare över tid. Ett reportage av denna typ kan t ex röra någon form av sammankomst, en demonstration eller en partistämma, en kuliss mot bakgrund av vilken reportern förmedlar sitt budskap. I 1994 års sändningar förekom denna typ av agerande i 12 % av reportage och featureinslagen medan motsvarande siffra 1984 var endast 3 %.

Rapportering i bild på plats har till stor del förmodligen ersatt rapporteringen per telefon som 1984 förekom i större utsträckning än 1994. För detta talar att ett reportage från plats i vilket man ser aktörerna och reportern ger en känsla av närvaro, autenticitet och ett högre nyhetsvärde. Då den tekniska utvecklingen 1994 tillåter en allt lättare bildproduktion bör denna presentationsform som mer nyhetsmässigt eftersträvansvärd troligtvis ersätta den förra.



Figur 6:12. I bild på plats ... i händelsernas centrum.

Att reporterna oftare befinner sig på plats torde skapa positiva förutsättningar för ett ökat intresse med ökad koncentration hos mottagarna som följd. Tunga nyheter som befinner sig på ett långt psykologiskt avstånd gentemot mottagaren kan få en ökat attraktionsvärde om reportern direkt från platsen kan tydliggöra förhållandet, t ex genom intervjuer eller väl valda kommentarer. Det är svårt att uttala sig om huruvida begriplighetsnivån höjs, men ökade förutsättningar för en höjd intressenivå skapas, vilket kan vara en god start.

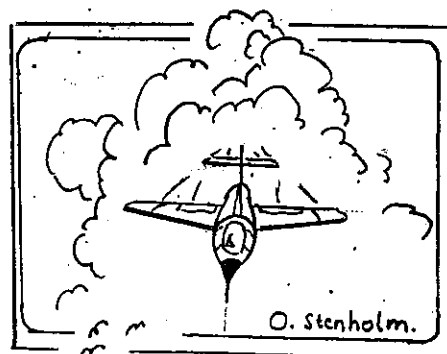
I bild i studio utgör reportern en avlastning för nyhetsankaret. Reportern läser i studion upp specifika nyheter och skulle mycket väl kunna betecknas som en studioreporter. Denna presentationsform förekom flitigt 1984 i 13 % av reportage och featureinslagen medan den tio år senare i det närmaste helt försvunnit (3 %). I de tidigare sändningarna langade nyhetsankaret över fortsättningen av ett reportage till en reporter som satt bredvid och läste i direktsändning. Dessa reportrar sattes in i helbild mot en blå bakgrund, vilken de totalt dominerade genom att t o m vara större än nyhetsankaret själv. Deras namn annonserades i nedkant av bilden medan de läste sitt reportage.

Figur 6:13. I bild i studio - före och efter.

Före...



Efter...



Presentationsformen som den var utformad 1984 existerar inte 1994 utan har givits en helt annan form. I de två inslag som kan betecknats som att reportern var i bild i studio var det fråga om djupare politiska analyser av utrikespolitiska konflikter och reportern satt framför en annars osynlig del av kulisserna. Men i de presentationsformer som har ersatt omtalad återstår endast namnet som annonseras i rutans nederkant och rösten som rapporterar. De personer som agerade i denna presentationsform 1984 hörs 1994 endast som kommenterande röster eller intervjuande reportrar. En iakttagelse som kan sammanfattas i en mer generell förändringstendens i rapport: samma röster och nya ansikten.

På plats ej i bild innebär att det finns en reporter ute på fältet som intervjuar men som sedan inte förekommer i bild. Detta är den mest förekommande presentationsformen såväl 1984 (49 %) som 1994 (67 %) och den har inte genomgått några direkta formmässiga förändringar över tid. Reportern kommenterar de rörliga bilder som förekommer, intervjuar personer och presenterar analyser av skeenden. Den kraftiga ökningen av att reportern agerar på plats men ej i bild är en följd av att studioreportrarna i 1994 års sändningar försvunnit ur bild och istället agerar på detta sätt. Att det just blivit denna presentationsform som ersatt de äldre har också att göra med de ökade antalet intervjuer som genomförs i nyhetsinslagen 1994. Aktiva intervjuande reportrar har alltså blivit en allt vanligare syn trots att de inte alltid syns.

I bild på plats och i studio är en kombination av den intervjuande rollen på fältet och studioreporterrollen. I detta avseende görs inte skillnad på om reportern på fältet syns i bild eller ej. Presentationsformen är vad avser studioreporterrollen synonym med "i bild i studio" och har genomgått en liknande utveckling som denna. Studioreportrarna som i det närmaste försvunnit i senare sändningar gör att presentationsformen har sjunkit med fem procentenheter för att 1994 endast förekomma i ett enda reportage. Reportrarna agerar 1994 endast på fältet i denna typ av reportage och inte längre i studion.

Förekommer ej innebär att en reporter i reportaget förekommer, men endast som kommentator av nyheten och inte som en aktiv intervjuare eller som studioreporter. Detta är den näst vanligaste presentationsformen och förekommer 1984 i 19 % av reportage och featureinslagen för att 1994 återfinnas i 14 % av desamma. Det är förmodligen även här det ökade intervjuandet och reportrarnas mer aktiva roll på fältet som resulterat i den sänkta frekvensen. Minskningen föreligger dock endast i featureinslagen och inte i överhuvudtaget i reportagen där presentationsformen istället ökat med 12 %.

6.2.8 Flöde och programledarens roll

Resultatet av studien av reportrars och korrespondenters agerande i reportage och featureinslag kan sammanfattas i några generella iakttagelser angående sändningarnas flöde och programledarens roll. Programledaren har en mycket central roll i nyhetsförmedlingen i rapport. Under de tolv dagar vi studerade 1984 agerade fyra stycken olika programledare (ankare).¹⁹ Dessa hade en klar roll som "cermonimästare" och ledare av flödet av sändningen. Programledaren inleder alltid inslagen och avslutar dem oftast. Den avslutande funktionen kan dock i vissa fall framstå något diffus, trots att vi mycket aktivt tagit del av inslagen har vi vid vissa tillfällen haft svårt att avgöra om programledaren avslutat den eller ej. Dessa svårigheter ter sig vara speciellt knutna till personliga egenskaper hos nyhetsankaret och har uppstått på grund av programledarens sätt att behandla sina manuskript. En bladdring i manuset kan ibland betyda nytt inslag ibland inte, ett problem som sällan uppstår 1994 då klarare markeringar ackompanjerar varje inslagsbyte (se nedan *Inledande presentation* 6.2.9).

Då det förekommer tvära innehållsmässiga kast i sändningen såsom övergång från inrikes- till utrikesnyheter hjälper programledaren publiken att finna den röda tråden genom kommentarer som "och nu utrikes/inrikes/telegram/vädret". Stilmässigt kan man säga att programledarnas framtoning ter sig relativt alldaglig. De manliga programledarna bär

¹⁹ Dessa fyra var: Ewonne Winblad, Olle Stenholm, Bengt Öste och Claes Elfsberg.

kostymer och har en strikt framtoning medan Ewonne Winblad bär ett antal stickade kreationer av anspråkslös karaktär.

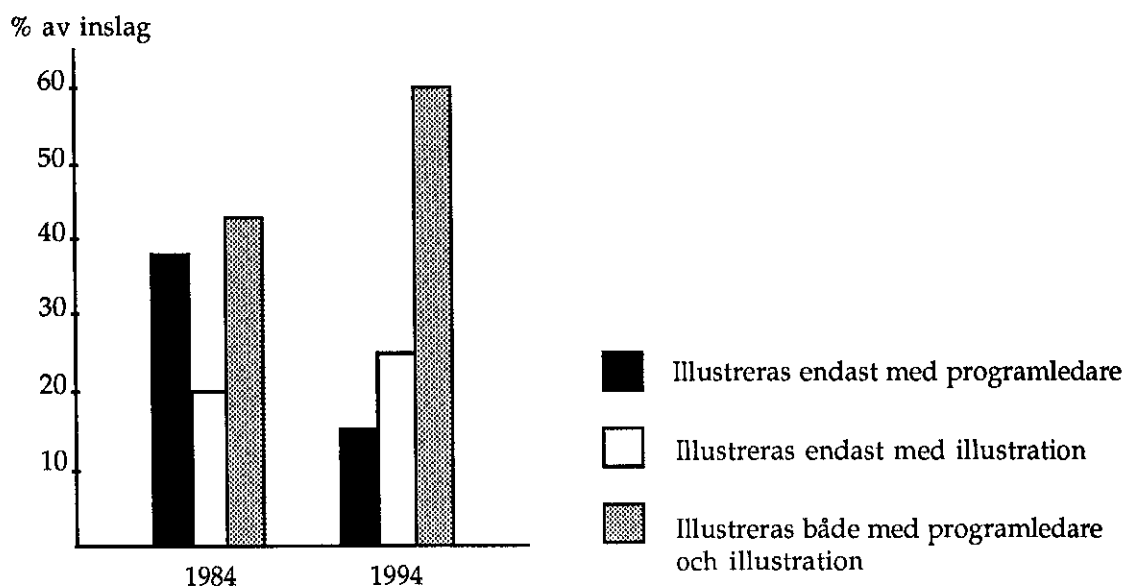
Förmedlingen av nyheterna har 1994 om möjligt än mer kommit att centreras kring programledaren. År 1984 förekom det i samband med olika typer av inslag, som vi sett ovan, andra reportrar i bild i studio som kommenterade inslag. Denna presentationsform har helt försvunnit i 1994 års sändningar och studioreportrar illustreras ej längre i bild. Under de två veckor vi studerade rapport förekom fem stycken programledare.²⁰ Antalet nyhetsankare har med andra ord ökat. Vi kan också spåra en klar omsvängning i könsfördelningen, i 1994 års sändningar är programledaren oftare en kvinna.

Sammanfattningsvis kan vi således konstatera att ett stort antal nya kvinnliga förmågor trätt in i sändningarnas centrum medan endast en man har försvunnit ut, nämligen Bengt Öste. Många av de reportrar man såg kommentera i bild 1984 syns ej mer 1994 utan känns endast igen på sina röster - samma röster med nya ansikten. Rapportens nya ansikte utåt har även blivit mer inbjudande och samtliga nyhetsankare har idag väl stylade kläder och makeup som matchar den djupblå bakgrunden. Till och med Pohlman har fått överge sina bruna kostymer. Med allt färre synliga personer som vid sidan av nyhetsankaret har en aktiv roll i studion, har programledaren blivit en allt centralare gestalt i nyhetsdramaturgins uppläggning. År 1994 kretsar allt mer kring detta nyheternas epicentrum i vilket ankret tagit positionen av allsmäktig "cermonimästare" i nyheternas tempel.

6.2.9 Inledande presentation

Med avseende på programledarens inledande presentation av inslagen, har vi kunnat spåra en intressant förändring. Figuren nedan visar på den övergripande förändringen av presentationsformen oavsett vilken typ av inslag det är.

Figur 6:14. Den inledande presentationen av inslagen.



N=värde 158 204

N=362

Bortfall=2 Kommentar: I bortfallet ingår två telegram som presenterades i samband med andra telegram. Mellan telegrammen lämnade man inte tillbaka till studion för ny presentation och dessa föll således utanför den ovan redovisade variabelns kategorier.

²⁰ Dessa fem var: Ulla Carin Lindquist, Claes Elfsberg, Bo Holmberg, Lena Lundkvist, Lotta Bouvin-Sundberg.

Att det endast är programledaren som presenterar inslaget (Illustreras endast med programledare) utan några grafiska illustrationer i bakgrunden, förekom 1984 i 37% av inslagen medan det 1994 endast förekommer i 15% av inslagen. I de fall då programledarens inledande presentationsroll är minimal eller ej förekommande, (Illustreras endast med illustration) kan vi dock inte märka en lika klar förändring. Detta presentationsätt är dock något mer använt 1994. Orsaken till att det ej har skett någon större förändring kan med all sannolikhet bero på att denna presentationsform främst hör ihop med inslag av telegramform (se tabell 6:10) och dessa är ju tidsmässigt korta vilket inte ger utrymme till några större presentationsförändringar.

Ett väntat resultat med tanke på vad vi sagt ovan är att de inledande presentationerna av inslagen som innehåller både programledaren och en tillhörande grafisk illustration förekommer allt oftare 1994 (60%) än 1984 (43%). Man väljer alltså 1994 att allt oftare använda sig av grafiska illustrationer som ett medel för att visuellt, redan i inledningen, peka på inslagets innehåll. För att åskådliggöra hur dessa presentationsmässiga förändringar har fördelats över olika inslagstyper har vi valt ut följande illustrativa tabell.

Tabell 6:10. Inledande presentation relaterat till typ av inslag.

Inslag	Telegram		Reportage		Feature	
	1984	1994	1984	1994	1984	1994
Sändning						
Presentation (%)						
Illustreras endast med programledare	14	11	36	11	83	28
Illustreras endast med illustration	52	68	0	1	3	5
Illustreras med både programledare och illustration	<u>34</u>	<u>20</u>	<u>64</u>	<u>88</u>	<u>13</u>	<u>67</u>
s:a	100	99	100	100	99	100
N-värde	58	69	70	96	30	39

N=362
Bortfall=2

Att telegrammen i stor utsträckning presenteras endast med illustration visar denna tabellen mycket klart. Vi kan dessutom se att detta har blivit allt vanligare då telegrammen 1994 oftare är bildsatta utan att programledaren visas i bild.

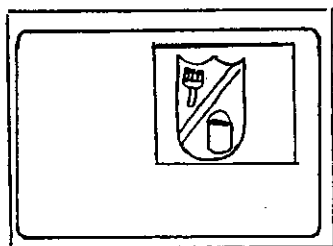
Vad gäller reportagen ser vi något som snarare än en förändring är en förstärkning mot att reportagen 1994 presenteras både med programledare och en grafisk illustration. Även featureinslagen dominerades 1994 till 67% av presentation med både programledare och illustration, medan endast 13% av dessa inslag presenterades på detta sätt 1984. Featureinslagen dominerades istället 1984 av att endast programledaren presenterade inslagen. Det förefaller alltså som om presentationen av reportage och feature 1994 har kommit närmare varandra.

Dagens teknik tillåter mer sofistikerade grafiska illustrationer och detta utnyttjar onekligen rapport mer frekvent i sina inslagspresentationer. Samtidigt har man även 1994 börjat kombinera dessa illustrationer med nyttjandet av olika kameravinklar som överensstämmer med hur nyheten presenteras. I samband med filmningen rakt framifrån används alltid någon sorts grafisk illustration, medan man i de presentationer som sker ur en vinkel snett framifrån nöjer sig med den befintliga bakgrunden.

Kombinationen av symboler och kameravinklar ger tillsammans med den språkliga presentationen 1994 års sändningar en behaglig rytm. De sändningar som producerats 1984 efterlämnar jämförelsevis en påfallande känsla av platthet. Den platta filtbakgrunden med rapportlogon ger ingen djupetskänsla och symbolerna är när de förekommer inte lika genomtänka och illustrativa. De grafiska symbolerna används 1994 på ett mer enhetligt sätt och är konsekvent återkommande. Vi vill hävda att de grafiska illustrationerna genom dessa egenskaper, gör det lättare för mottagaren av nyheter att följa sändningens flöde och registrera varje byte till ett nytt inslag.

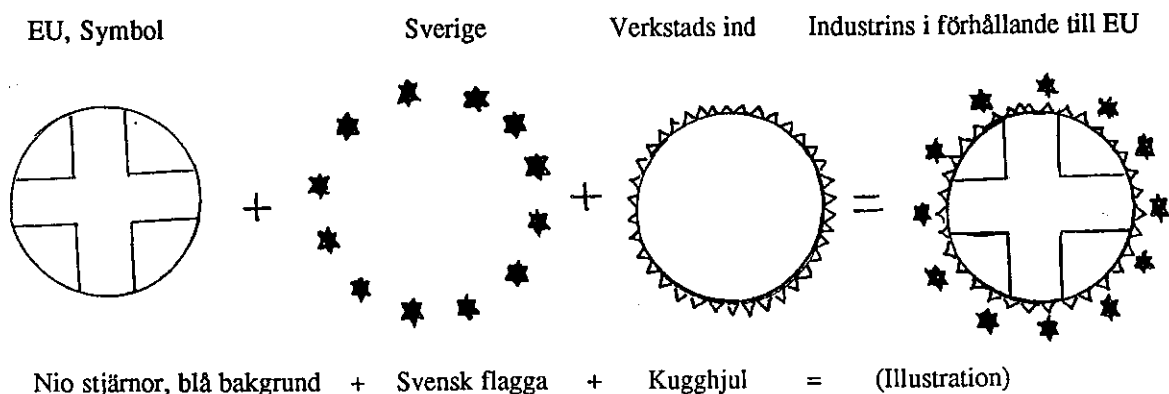
Samtidigt som de grafiska symbolerna 1994 tycks ha en mer avskiljande effekt på sändningen har de även rent visuellt utvecklats på ett ytterst intressant vis. I vårt material 1984 var utbudet av grafiska symboler i presentationssyfte helt klart begränsat. De illustrationer som förekom var i vissa fall dåligt och enformigt utformade. Ett exempel på en illustration som helt klart var bristfällig, var en som användes till ett inslag som handlade om en enskild målares kamp i en arbetsfråga gentemot facket. Presentationsillustrationen bestod av fackklubben Målarettans symbol. Tanken bakom att använda denna symbol var kanske rätt, men det grafiska återgivandet av symbolen var alldeles för dåligt vilket gjorde att det var svårt att förstå sammanhanget mellan symbolen och presentationen. Givetvis fanns det en och annan illustration 1984 som var bra, men det märks tydligt att den grafiska tekniken i och med datatekniken har utvecklats vilket har lett till en mindre grafisk explosion.

Figur 6:15. Grafisk symbol 1984 - ett exempel.



I 1994 sändningarna utnyttjas de grafiska illustrationerna flitigt. De är även mer varierande, och utformade på ett sätt som mer överensstämmer med inslagets innehåll än som var fallet 1984. Utöver denna rent visuella förbättring har även ett systematiskt kombinerande av olika sorters symboler blivit praxis. Systematiken består i kombinationen av illustrationer på ett sätt som gör att nyhetens innehåll nästan kan utläsas bara genom att titta på symbolen, givetvis under förutsättning att man känner till de illustrationsmässiga konventionerna.

Figur 6:16. Grafisk symbol 1994 - ett exempel.



Det finns många liknande symbolkombinationer i 1994 års sändningar. Ett ytterligare exempel är hur en nyhet angående fredsförhandlingar mellan Palestina och Israel symboliserades. Presentationen illustrerades med hjälp av de två ländernas flaggor och en fredsduva mellan dem. I många av dessa grafiska klart innehållsrelaterade illustrationer förekommer 1994 även kartor, ett faktum som troligen ligger bakom den minskade användningen av kartillustrationer som bildmaterial inom inslagen (se ovan *Bildmaterialet* 6.2.5).

Dessa grafiska symbolernas utveckling är intressant. Vi har idag förmodligen utan överdriven medvetenhet om detta faktum blivit vana vid dessa illustrationer i bakgrunden vid nyhetspresentationen. Om de helt plötsligt tagits bort hade sändningarna förmodligen känts ofullbordade. En intressant fråga är dock fortfarande vilka konsekvenser de inledande presentationerna har för sändningarnas begriplighet?

Det är helt klart så att rapport medvetet har utarbetat konventioner för symbolernas konstruktioner. Införstådd med dessa konventioner kan mottagaren, som vi ovan påtalet, förmodligen lättare följa sändningarnas flöde och struktur genom tolkande av inslagens inledande symbolkombinationerna. Illustrationerna i sig torde dock inte leda till någon ökad förståelse av själva inslaget då de inte tillför några förståelsen unika attribut. Det kan även finnas en viss risk med denna sortens illustrationer, nämligen att de av mottagaren ges alltför stor uppmärksamhet. En felplacerad koncentration som om den inte leder till missförstånd, så åtminstone till en ytligare nyhetsförståelse - skruva ner ljudet och prova själv!

6.3 Sammanfattning av resultat

Vi skall nu försöka att kortfattat redovisa de huvudresultat som vi presenterat i analysen, framförallt med inriktning på vilka konsekvenser dessa kan ha för sändningarnas begriplighet. Vissa faktorer som vi valde att undersöka var svåra att direkt relatera till sändningarnas begriplighet, medan andra som hade en mer teoretisk grund i begriplighetsforskningen enklare kunde knytas till begriplighet.

Rapports innehållsmässiga aspekter visade sig inte ha genomgått några större förändringar. Rapport koncentreras fortfarande 1994 till traditionellt tunga nyheter, vad vi dock lyckades spåra var att olyckor, brott och katastrofer har fått ett större utrymme i sändningarna. Detta skulle kunna betecknas som en positiv förändring i avseende på begripligheten då nyheter av detta slag är intresseväckande och således lättförståeliga. Men det finns en baksida, frågan är hur relevanta sådana intresseväckande nyheter är? Det blir en avvägningsfråga mellan intresse och relevans (se vidare *Slutdiskussion* 7.2).

En annan intressant iakttagelse är att rapportens inslag 1994 har blivit kortare och följaktligen fler, det är ett tydligt tecken på ett ökat tempo i sändningarna. Vilka konsekvenser detta har på inslagens begriplighet är svårt att säga, men spekulativt sett skulle man kunna tänka sig att sändningen blir mer sönderryckt och fragmentarisk vilket då kan leda till att mottagaren får svårt att förstå sammanhanget vilket skapar en uppenbar risk för en "melt-down effect".

Valet av perspektiv verkar i rapport ligga relativt fast, dock kan vi skönja att man 1994 något oftare använder sig av ett socialt perspektiv. Utifrån mottagarens synvinkel kan denna tendens ses som positiv då de sociala perspektiven kan leda till en högre identifikationsgrad och i längden även till en högre nyhetsförståelse. Ett annat tecken som talar för att rapport oftare har en social inriktning på nyheterna är att de individrelaterade nyheterna har fått ett ännu tydligare socialt perspektiv.

Vad som främst är intressant med avseende på begriplighet, är hur inslagen betonas med tanke på de kausala sammanhangen. Resultaten visar att sändningarna 1994 var tydligare betonade i avseende på orsak och konsekvens vilket enligt begriplighetsforskningen skapar högre förståelse hos mottagaren. Utan att sticka ut hakan för mycket visar alltså vårt resultat att rapporters inslag idag rent sammanhangsmässigt är lättare att förstå för den genomsnittlige mottagaren. Det visade sig också att de kausala sambanden 1994 oftare illustrerades rörligt. Huruvida detta påverkar begripligheten är svårare att uttala sig om då forskarna har en ambivalent inställning angående rörliga bilders effekter. Det är svårt att säga om en rörlig illustration är förträffligare än stillbilder med tanke på begriplighet. Att man idag oftare har rörligare bilder hör snarare ihop med den tekniska utvecklingen än någon sorts medvetenhet angående begriplighet.

I rapport 1994 förekommer oftare intervjuer av olika slag, ökningen är ganska markant och det visade sig att framför allt privatpersoner oftare kommer till tals. Detta bekräftar den tendens som vi påtalade tidigare, att rapport idag har en tydligare individ- och socialinriktning vilket som sagt torde minska det psykologiska avståndet. Andra faktorer som är värda att notera i samband med begriplighet är den nya grafiska presentationsteknik de nyttjar. De välutformade illustrationer som finns i bakgrunden vid inledning av en nyhet förekommer frekvent 1994 och är långt mycket bättre utformade än 1984. Illustrationerna fyller en god funktion då det gäller sändningarnas rytm, de hjälper tittaren att skilja på de olika inslagen. Dessa grafiska illustrationer följer ett systematiskt uppbyggnadssystem och känner man till rapporters grafiska konventioner ger de med all sannolikhet en ökad inlevelse i presentationen. Men frågan är hur många det är som har uppfattat dess relativt komplexa uppbyggnad.

7. SLUTDISKUSSION

Vi har härmed kommit fram till den avslutande diskussion som skall ge nyheternas förändring den begripliga form de förtjänar. Resultatet av vår undersökning har givit en beskrivning av hur den faktiska förändringen av rapporters nyhetssändningar ser ut och vilka konsekvenser denna kan tänkas få för dessa nyheters begriplighet. Men det finns fortfarande ett antal frågetecken kring utvecklingens drivkrafter och förändringens grunder. Vi skall genom denna avslutande diskussion försöka räta ut dessa frågetecken och sprida ytterligare ljus över vårt undersökningsområde. Detta genom att spekulera kring tre ytterligare frågor som arbetets fortskridande kommit att ställa:

- Vilket förhållande har den förändringen som Rapporters TV-nyheter undergått till andra vittomspännande förändringstrender i samhället? På vilket sätt kan teknisk utveckling och ökad konkurrens spåras i nyheternas förändring?
- Hur förhåller sig begriplighet till intresse och relevans som målsättningar för nyheternas utformning? Kan man se en förändring i tyngdpunkt över tid, eller en skillnad olika nyhetsprogram emellan?
- Kan begriplighet utgöra ett konkurrensmedel? Vem har intresse av att göra nyheter begripliga och i sådana fall varför?

7.1 Hur påverkas rapport av medieutvecklingen?

Utvecklingen inom medieområdet har under det senast årtiondet genomgått markanta förändringar. Som vi har diskuterat i bakgrunden har det blåst nya medieideologiska vindar. Förändringen har främst bestått i att man har övergått från en social ansvarsideologi till en mer frihetlig ideologi. De tidigare så strikt monopolstyrda etermedierna fick nu bevittna en successiv avreglering med följd att marknaden alltmer kom att styra utbudet. Denna för många så åtråvärda avregleringen resulterade i en kraftig expansion av medieutbudet inom etern med en åtföljande ny konkurrenssituation. Samtidigt som detta skedde har även tekniken nått stora framsteg inom informationsutvecklingen, detta har i vissa fall lett till något som kan liknas vid en klappjakt på att nyttja och få kontroll över de nya "fördelarna".

Denna utveckling som är av mer generell karaktär har följaktligen även satt sina spår hos de nyhetsförmedlande institutionerna framförallt inom etermedierna. Hur har då rapport som är vårt undersökningsobjekt kunnat bemästra och bekräfta sin position som ett nyhetsorgan inom public service?

Avregleringen ledde till att rapport genast kom i en ny situation, tidigare behövde de bara bekräfta sin position som fri och självständig trots att man indirekt var beroende av staten, men nu har alltså ytterligare en problembild tillkommit i samband med kommersiell konkurrens. Att hävda sig i konkurrensen och samtidigt uppfylla de statliga avtalen är ett problem som hela SVT-koncernen tampas med. Risker med ett konkurrensförhållanden av detta slag är att rapport, som traditionellt sett har fört en relativt tung inriktning på sina nyheter, tappar tittare till de kanske mer välsmakande och lättare nyheterna som presenteras i den kommersiella kanalen TV4. Detta kan i sin tur leda till att rapport blir tvungna till att ta till samma knep som de kommersiella kanalerna för att behålla sina tittare.

Vår undersökning visar dock på en tudelad utveckling som i vissa aspekter överensstämmer med dessa farhågor men i andra inte alls. I "Televisionens möjligheter och begränsningar" (1988) ger Findahl några riktlinjer på vad han anser vara en typisk kommersiell inriktning på nyheterna. Fler korta telegram, färre längre inslag, mer våld och olyckor, mer humor, mer emotionella inslag och ett ökat tempo. Om vi följer dessa riktlinjer som kriterier på vad som är mer kommersiell nyhetsförmedling, kan vi utifrån vårt undersök-

nings resultat säga följande: Vårt resultat har visat att rapport idag oftare har inslag med våld, olyckor och katastrofer av olika slag. Inslagen är ofta av den karaktären att man har en reporter på plats som kommenterar katastrof förhållandet, detta gäller om det är tidsmässigt utdragna incidenter. Vi har även kunnat spåra en ökning av mer lättsamma och humoristiska inslag, dessa har man för vana att placera i slutet av sändningarna för att göra humoristisk avslutning på en kanske annars så allvarlig sändning - "send-the-viewer-of-with-a-smile stories". En annan tendens som överensstämmer med dessa kriterier är att vi har kunnat finna ett ökat tempo i sändningarna samt i inslagen, man får idag oftast plats med fler inslag per sändning samtidigt som man i själva inslagen har ett tydligare tempo, exempelvis hinner man med fler intervjuer i dagens inslag.

Men något som vi dock inte har funnit i vårt material är att det idag skulle finnas fler korta telegram och färre längre inslag. För rapport är det snarare så att de längre featureinslagen har tagit tid från de kortare inslagen. Man verkar idag satsa på mer tydliga inslag där man oftare betonar de kausala förhållandena och följaktligen blir inslagen längre. Vårt resultat visar att rapport idag har fler medellånga (runt 130 sek.) inslag medan de riktigt långa inslagen på över 200 sek har blivit färre. Rapport har ej heller fått fler inslag av typen "emotionella", dessa skulle säkerligen i sådant fall koncentrerats till de personcentrerade inslagen som, i motsats till vad vi trodde, inte förkom oftare 1994.

Utifrån kriterierna på typisk kommersiell inriktning av nyheterna kan vi sammanfattningsvis slutleda att rapport trots allt har lyckats stå emot den kommersiella konkurrensen och kunnat behålla sin särart. Det vore orimligt att tro att rapport inte skulle anamma några av de nya förändringstrenderna då det trots allt är viktigt att förnya sig och inte hamna i något konservativt bakvatten. Så länge dessa förnyelser inte skadar utan istället utvecklar nyheternas samhällseliga informationsfunktion är detta endast välkomna förändringar.

Ett av skälen till den relativt snabba avreglering som skedde under slutet av 80-talet kan man nog tillskriva de teknologiska framstegen som ledde till ekonomiskt genomförbara förändringar av etermedierna. Men det finns även andra mindre övergripande tekniska framsteg som exempelvis TV-nyheterna skulle kunna nyttja för att förbättra sina inslag. De förändringar som vi har lyckats spåra som vi anser höra ihop med en mer utvecklad teknologi är följande:

Satelliter och ökat antal mer specialiserad bildbyråer har gjort att inslagen allt oftare kan kombineras med rörliga bilder där även en reporter på plats enklare med hjälp av tekniken kan kommentera, levandegöra och skapa förutsättningar för intressant nyhetsförmedling. Man kan ibland med fog vara skeptiskt inför vissa bildsatta nyheter. Ibland förefaller det vara så att bilderna har blivit ett självändamål och inte ett viktigt komplement. Det är viktigt att betona bildernas relevans och inte tillskriva dem en allt för stor roll.

Sättet att presentera nyheterna har även förändrats genom teknikens försorg, vi har tidigare pratat om en "grafisk explosion". Utveckling angående hur man med hjälp av olika grafiska symboler vid sidan av nyhetsuppläsaren försöker tydliggöra nyhetens immanenta innehåll har gått fort framåt. I dagens rapport nyttjar man sofistikerade symbolkombinationer som om man är insatt i konventionerna fyller en tydliggörande funktion. Men frågan är hur många som verkligen har snappat upp dessa ofta rent visuellt tydliga men ändå kombinationsmässigt komplexa symboler. Oavsett om dessa symboler kommit till folks medvetande är de om man jämför dem med de symboler som existerade 1984, långt mycket lättare att sammankoppla med nyheten. De grafiska symbolerna hjälper även till att strukturera sändningarna på ett behagligt vis då man med hjälp av dessa kan utläsa när ett nytt inslag skall komma.

En annan intressant iakttagelse är att man idag på rapport mer satsar på kvinnliga nyhetsuppläsare. Detta kan vara ett tecken på att den tidigare så självskrivna manliga trovärdigheten har kommit att omprövas, kvinnorna kanske anses som folkligare och på det sättet mer psykologiskt tillgängliga. Eller är det kanske så att jämlikhetstankar även har kommit

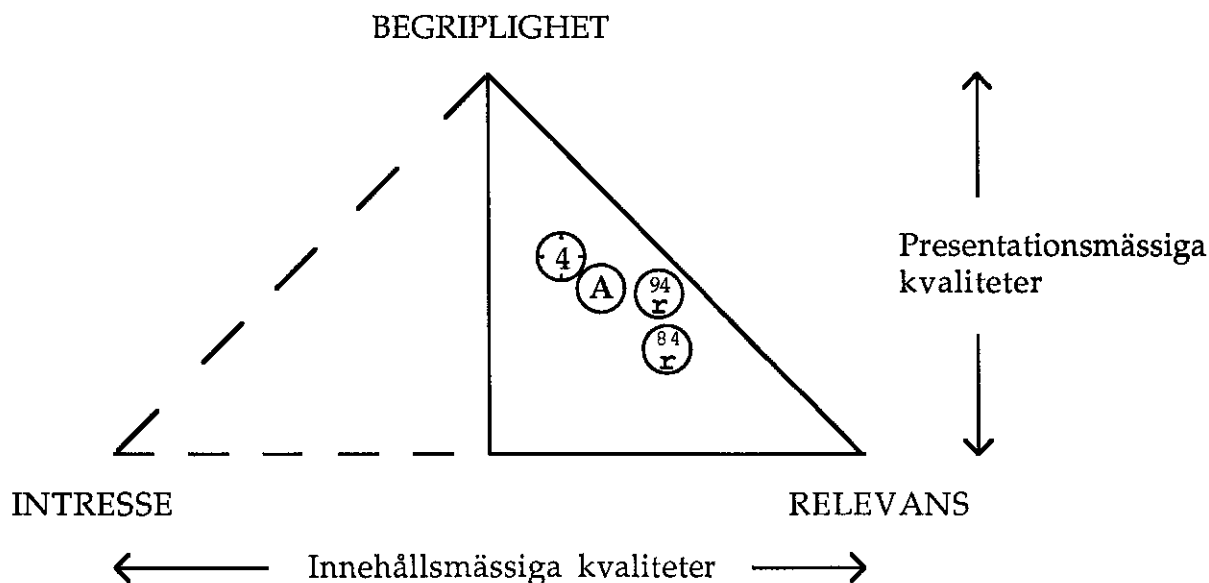
att figurera i SVT's korridorer samtidigt som man försöker nå ut till en växande skara av samhällsmedvetna kvinnor?

7.2 Begriplighet, relevans och intresse

Med begriplighet som normativ måttstock uppstår ibland vissa problem. Begriplighet är en förutsättning för att nyheterna skall kunna förmedla samhällsinformation till en bred allmänhet. För alla begriplig och därmed demokratisk nyhetsförmedling bör dock inte uppnås på bekostnad av andra kvaliteter som t ex den förmedlade samhällsinformationens relevans. Intresseväckande nyheter kan exemplifiera denna problematik då de kan sägas öka begripligheten hos nyheterna genom att i högre grad engagera publiken i ett skeende. Men ett ökat intressevärde hos innehållet garanterar dock ingen motsvarande ökning i samhällelig relevans utan förhållandet är snarare oftast det omvända.

Slutsatsen man måste dra är att begriplighet inte skall behandlas isolerat som ett mål i sig. Begriplighet är inte ett självändamål och bör relateras till andra kvaliteter som spelar stor roll i samband med val och utformning av nyheter, t ex två så betydelsefulla som intresse och relevans.²¹ Begreppet riskerar annars att bli helt endimensionellt och missvisande. Ett sätt att relatera de tre till varandra är att se intresse och relevans som två motpoler på ett kontinuum ur vilket begriplighet reser sig som en ytterligare dimension knuten till de båda. Figuren är förenklad och framställd i ett heuristiskt syfte för att en diskussion av relationerna mellan intresse, relevans och begriplighet skall kunna föras.

Figur 7:1. Begriplighet, relevans och intresse - triangeln.



Basen i figuren utgörs av ett kontinuum mellan intresse och relevans. *Intresse* definieras i figuren som enbart engagerande för individen. Det kan röra sig om vissa typer av nyhetsvärden som det spektakulära, det unika eller det våldsamma. *Relevans* definieras däremot som det relevanta ur ett samhällsperspektiv - för individen som samhällsmedborgare i en demokrati. Den horisontella basen i figuren kan således sägas beteckna innehållsmässiga kvaliteter hos nyheterna. Målet för nyheterna i en public service kanal blir att placera sig så långt till höger som möjligt i figuren där de fyller sin mission som "upplysare av samhällsmedborgarna" bäst. För reklamfinansierade kanaler som inte i samma utsträckning är

²¹ Observera att begreppen intresse och relevans i det följande avsnittet inte är synonyma med namne begrepp i diskussion av nyhetsvärdering.

bundna av dessa samhällsupplysande förpliktelser faller det sig naturligare att lägga tyngdpunkten på det folk har intresse av att se. Med prioritering på vad folk vill ha skulle dessa nyhetssändningar med stor sannolikhet hamna mer åt vänster i figuren.

Den vertikala dimensionen i figuren från baslinjen till *begriplighet* representerar nyheter-
nas presentationsmässiga kvalitet i avseende på begriplighet. Ju högre upp i figuren nyhe-
terna hamnar desto begripligare är presentationen. Axeln mellan begriplighet och relevans
kan sägas illustrera ett samband som finns dem emellan - med en ökad begriplighet avtar
relevansen. Detta skulle kunna betecknas som ett nyhetsförmedlingens dilemma. En
maximal relevans leder till obegriplighet samtidigt som en maximerad begriplighet leder
till en begränsad relevans - vissa tyngre innehåll kan inte behandlas på grund av att de in-
nehållsmässigt är alltför komplexa. Sambandet mellan intresse och begriplighet är inte
entydigt och mycket mer komplext. Detta har i figuren sträckats för att i denna uppsats
förbli ett ospekulerat provisorium.

Målsättningen för en samhällsupplysande nyhetsförmedlingen måste bli att finna den per-
fekta balansen mellan begriplighet och relevans för att sedan vid den valda balansen för-
söka nå en så hög begriplighet i presentationen som möjligt. Var på axeln denna perfekta
balans finns är förmodligen omöjligt att säga. Vad man dock kan fastslå som norm för
nyhetsförmedlingen är att den fränsett skillnader i balans alltid skall sträva efter en maxi-
mal tydlighet i sin presentation. Att befinna sig *på* axeln mellan begriplighet och relevans
borde således vara varje nyhetsredaktions slutliga mål i avseende på nyheter-
presentation.

I figuren 7:1 ovan har vi placerat in olika nyhetsprogram efter deras innehålls- och pre-
sentationsmässiga profil. Rapports sändningar 1984 och 1994 finns representerade uti-
från de resultat denna uppsats har fått fram till. Men vi har även i figuren försökt placera
in Aktuellt och TV 4's Nyheterna. Detta har dock skett på något lösare grunder, och är
mer uttryck för aningar och fingertoppskänsla än frukten av hårt vetenskapligt arbete.

Den förändring som rapport genomgått under den period vi studerat kan sammanfattas i
två tendenser. Ett svagt närmande av intresse på bekostnad av samhällelig relevans vad
avser innehållets karaktär samt en ökad begriplighet i avseende på presentation av nyhe-
terna. Ökningen av innehållets intressedimension utgörs framförallt av olyckor, brott och
katastrofer samt de "send-the-viewer-of-with-a-smile"-reportage som blivit allt fler och
mer tidskrävande. Den ökade begripligheten i presentationen är främst resultatet av ett
tydligare framställande av kausala samband i ord och bild. Men även ett antal andra för-
ändringar som i presentationsmässigt hänseende har tydliggjort sändningarna 1994 kan
tänkas ha fått positiva konsekvenser för nyhetspresentationens begriplighet. Förflytt-
ningen över tid blir för rapport snett upp åt vänster i figuren. En förflyttning som kan be-
tecknas som svagt negativ för samhällsrelevansen och starkt positiv för rapportens begrip-
lighet.

Aktuellt och TV 4's nyheterna har i figuren placerats till vänster och lite högre upp än
rapport. Aktuells sändningar är mycket svåra att placera in i figuren på grund av att de
består av två delar: dels de vanliga nyhetsinslagen, dels A-ekonomi. Uppdelningen har
resulterat i att de vanliga nyhetsinslagen avlastats från det tunga och obegripliga sakområ-
det ekonomi och fått en mer intresse- och relevansmässig karaktär. I figuren har A-ekonomi uteslutits
och aktuellt-markeringen står endast för de ordinarie nyhetsinslagen. TV 4's nyheter har
vi placerat ytterligare till vänster om Aktuellt då vi uppfattat dess innehåll som varande av
en mer intresseorienterad karaktär. Dessa sändningar är vad gäller presentationens be-
griplighet även placerade högre upp i förhållande till både rapport och Aktuellt. Begrip-
lighetsnivån TV 4 nått är dock följderna av innehållets lättsammare karaktär, en begrip-
lighetsnivå som för rapport inte skulle vara möjlig ens med maximal tydlighet i sin presenta-
tion.

7.3 Begriplighet som konkurrensmedel - vem vill göra begripliga nyheter och i sådana fall varför?

Rapport har enligt vad vårt resultat visar i många avseenden blivit begripligare idag än vad det var för tio år sedan. Dessa slutsatser grundas först och främst på att framställandet av kausala samband i text såväl som i bild blivit fullständigare och mer klart betonade, men även på att innehållet i vissa avseenden förändrats. Slutsatserna är i denna uppsats dragna utifrån forskning kring begriplighet och förståelseprocessen och begreppet är operationaliserat utifrån dessa. Men vad som blir definierat som mer eller mindre begripligt beror i hög grad på vem man frågar och det existerar följaktligen konkurrerande definitioner.

Våren 1993 fick TV 4-reportern Rolf Porseryd ett av Publicistklubbens journalistpris med motiveringen att han hade utvecklat begripligare TV-nyheter. I motiveringen var det här istället för betoning av kausalitet och innehåll framförallt presentationsformen som man hade tagit fasta på. Presentationens närhet till skeendet som det rapporterades om, att reportern var på plats mitt i vimlet i verkligheten och att han var i direkt kontakt med människor på plats, betecknades i motivationen som faktorer som skulle öka nyheternas begriplighet. Antagandet vilar förmodligen på att ökad trovärdighet och möjlighet till identifikation leder till en motsvarande ökning av mottagarens intresse och i förlängningen även av dennes förståelse av nyheten, ett antagande som förmodligen stämmer och kan betraktas som oförvitlig. Leder då vissa presentationsformer som utspelar sig på plats i bild och ett ökat antal intervjuer till att en nyhet blir begripligare?

Om så skulle vara fallet har vår undersökning visat att den tekniska utvecklingen och dess moderniserande av presentationsformerna, helt självständigt, leder till en för begripligheten positiv utveckling. Detta är givetvis en förhastad och onyanserad slutsats. Vissa presentationsformer har förenklat nyhetsförståelsen t ex närmandet av skeendet, medan annan utveckling kan tänkas ha försvårat förståelsen t ex bildmaterialanvändningen. De gäller följaktligen att inte glömma enkelheten och pedagogiken bakom den komplexa tekniken.

Frågan om vem som vill göra begripliga nyheter blir följaktligen tudelad: vem vill göra pedagogiska, kausalt tydliggjorda nyheter och vem vill göra presentationsmässigt attraktiva nyheter? På den sista frågan är svaret att alla de svenska nyhetsredaktionerna idag stävar efter en presentationsmässig utveckling, vissa snabbare som TV4 och Aktuellt, andra långsammare som rapport. På detta område märks tydligt spridandet av nya presentationsformer och konkurrensen mellan de olika kanalerna. Det kommer förmodligen inte att dröja länge innan vi ser studiosamtal och berättartekniskt annorlunda reportage i rapport, presentationsformer som redan existerar som stående inslag hos de två ovan nämnda konkurrenterna.

På frågan om vem som vill göra pedagogiska, kausalt tydliggjorda nyheter är svaret ett annat. Den tekniska utvecklingen ger stora möjligheter till framhävan av skeendens kausala samband. Material kan lättare sammanlänkas till den kontext förståelsen av ett inslag kräver. Det är dock i många fall komplicerat att framhäva nyhetens kausala samband och det måste finnas en vilja och en strävan mot begriplighet som mål för att det i vissa fall skall vara möda värt. I rapportens nyhetsredaktionella miljö existerar 1994 denna vilja och strävan och inslagen har i avseende på framställande av kausala samband förbättrats i jämförelse med 1984. Men ger denna förbättring några konkurrensmässiga fördelar? Är det inte endast sändningarnas attraktivitet som i slutändan får avgöra såväl innehåll som presentation?

Intressanta frågor för en fortsatt studie, men vi sätter här punkt med att ytterligare tänk-
värt scenario. Till följd av den tekniska utveckling och kommersialism som dominerar
massmedier alltmer, finns det i framtiden förmodligen anledning att omvärdera nyheterna
(Sørenssen, 1994). När "broadcasting" blir till "narrowcasting" - utbudet blir allt mer in-
dividindriktat och massmediekonsumtionen blir en direkt följd av vad publiken vill betala
för att se - blir nyhetssändningar av det traditionella slaget en underhållningsgenre medan
en speciell informationsgenre av nyheter växer fram för den resonerande publiken.

8. SAMMANFATTNING

För bara tio år sedan rådde det fortfarande statligt monopol på etermedierna precis som på kollektivtrafiken och systembolaget. Men sedan dess har det skett stora förändringar inom synen på detta monopol förhållande då det gäller etermedierna. I bakgrunden beskriver vi hur samhällsutvecklingen har påverkat mediasituationen i allmänhet och etermedierna i synnerhet. Vi påtalar en ideologisk förändring i synen på hur man skall handskas med etermedierna. Tidigare rådde den sociala ansvars ideologin där etermedierna sågs som ett mycket kraftfullt medium och därför skulle dessa med statlig översyn producera program i medborgarnas intresse. Detta skulle då säkra den åtråvärda mångfalden där olika åsikter och meningsriktningar skulle få utrymme. Men trycket från marknaden har kommit att bli för stort. Idag har en medieideologi som alltmer präglas av den frihetliga ideologin där statens inblandning främst ses som hämmande för pluralismen kommit att bli rådande.

Som en av många katalysatorer för denna ideologiska förändringen kan man nog se den tekniska utvecklingen. Tekniken inom etermedierna har under denna tioårs period utvecklats markant vilket har underlättat marknads och kommersialismens intrång, internationaliseringen har således blivit ett faktum. Med detta som bakgrund tyckte vi att det var intressant att studera hur public service's nyhetsprogram rapport har påverkats av denna utveckling och vilka konsekvenser detta kan få för sändningarnas begriplighet.

I teorikapitlet beskriver vi inledningsvis olika kriterier på vad som gör att en händelse blir en nyhet överhuvudtaget. Nyhetsprogram i TV har som vi vet en specifik sändningstid och måste därför göra ganska grova urval. Dessutom finns det något som heter *medielogik* dvs nyheter som lämpar sig speciellt för det aktuella mediet har med all sannolikhet större chans att komma med.

Vidare i teorin påtalar vi hur den förmedlade nyheten påverkas utifrån form, innehåll och presentation. Här diskuteras en rad faktorer som kan tänkas ha förändrats dvs har blivit påverkade av den generella utvecklingen. Dessutom är baktanken med de faktorer som tas upp, t ex *personifiering, serialisering, bilden* och *berättarteknik* att de kan kopplas till hur nyheterna har förändrats med tanke på begriplighet.

Slutligen i teorin tar vi upp en relativt omfattande diskussion generellt kring begriplighet och mer specifik forskning i ämnet. Begriplighet presenterades utifrån främst två publikinriktade forskningstraditioners resultat: Begriplighetsforskning och receptionsanalys. Här redogjordes för grunderna i den mänskliga förståelseprocessen, hur den fortgår och vad störningar kan resultera i för slags förståelseproblem. Vidare diskuterades i delkapitlet de specifika kognitiva förhållningssätt som antas vara aktiverade vid TV-tittande, för att avslutas med resultat från forskning kring TV-nyheters begriplighet. Huvudresultaten kan sammanfattas som att vissa *innehåll* är lättare att förstå än andra och att förståelsen kan underlättas med hjälp av ett tydligt betonande av nyheternas *kausala samband* såväl i text som i bild.

Som verktyg i vår undersökning använde vi oss av en innehållsanalys av en dubbel karaktär, dvs en kvantitativ och en icke-kvantitativ innehållsanalys för att inte missa några viktiga nyanser. I resultatredovisningen valde vi att presentera resultatet på ett sätt som så mycket som möjligt överensstämde med uppläggningsen av teorin, dvs utifrån form-, innehåll- och presentationsaspekter.

Rapports innehållsmässiga aspekter visade sig inte ha genomgått några större förändringar. Rapport koncentreras fortfarande 1994 till traditionellt tunga nyheter, vad vi dock lyckades spåra var att olyckor, brott och katastrofer har fått ett större utrymme i 1994 sändningarna, detta skulle kunna betecknas som en positiv förändring i avseende på begripligheten då nyheter av detta slag är intresseväckande och således lättförståeliga.

Men det finns en baksida, frågan är hur relevanta sådana intresseväckande nyheter är? Det blir en avvägningsfråga mellan intresse och relevans.

En annan intressant iakttagelse är att rapporters inslag 1994 har blivit kortare och följaktligen fler, det är ett tydligt tecken på ett ökat tempo i sändningarna. Vilka konsekvenser detta har på inslagens begriplighet är svårt att säga, men man skulle kunna tänka sig att sändningen blir mer sönderryckt och fragmentarisk vilket då kan leda till att mottagaren får svårt att förstå sammanhanget vilket skapar en uppenbar risk för en "meltdown effect".

De perspektiv som rapport använder sig av verkar ligga relativt fast, dock kan vi skönja att man 1994 något oftare använder sig av ett socialt perspektiv. Detta är bra om man ser det utifrån mottagarens synvinkel som enklare kan identifiera sig med sådana nyheter vilket då även kan leda till högre förståelse. Resultaten visar att sändningarna 1994 var tydligare betonade i avseende på orsak och konsekvens vilket enligt begriplighetsforskningen skapar högre förståelse hos mottagaren. Det visade sig också att de kausala sambanden 1994 oftare illustrerades rörligt, men att man idag oftare har rörligare bilder behöver inte vara ett tecken på medvetenhet i begriplighet utan kan höra ihop med den tekniska utvecklingen. Andra intressanta resultat som uppsatsen visar är att intervjuer har ökat i antal och att det vid presentation av inslag idag utnyttjas diverse väl genomtänkta och välgjorda grafiska illustrationer, vilka underlättar förståelsen av flödet och indelningen av inslagen.

LITTERATUR

Asp, K. (1986). *Måktiga massmedier - Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur AB.

Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford & Cambridge MA: Blackwell.

Berger, C. R. (1989). Goals, Plans and Discourse Comprehension. I J. J. Bradac (red.) *Message Effects in Communication Science*. Newbury park: Sage.

Cantor, M. G. and Cantor, J. M. (1992). *Prime time television - Content and control*. London : Sage Publications.

Dahlgren, P. (1990). TV och våra kulturella referensramar. I U. Hannerz (red.) *Medier och kulturer*. Helsingborg: Carlsson Bokförlag.

Findahl, O. (1988). *Televisionens möjligheter och begränsningar som informations- och kunskapsförmedlare*. Sveriges Radio/PUB, nr 9.

Findahl, O. (1991). *Public service en bräcklig konstruktion*, Medie Notiser nr 4, NORDICOM-Sverige, Göteborgs Universitet.

Findahl, O. (1993). *Nationell television*. I U. Carlsson (red.) *Mediesverige 1993 - Statistik och analys*. NORDICOM-Sverige, Göteborgs universitet.

Findahl, O and Höijer, B. (1981). Media content and human comprehension. I K. E. Rosengren (ed.) *Advances in Content Analyses*. Beverly Hills: Sage.

Findahl, O. och Höijer, B. (1984). *Begriplighetsanalys. En forskningsgenomgång och en tillämpning på nyheter i radio och TV*. Lund: Studentlitteratur.

Findahl, O och Höijer, B. (1985). Some Characteristics of news memory and comprehension. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, (4):379-396.

Fiske, J. (1982). *Kommunikationsteorier, en introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand. (1984).

Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Methuen.

Furhoff, L. (1991). *Makten över journalistiken*. Stockholm: Natur & Kultur.

Gurevitch, M. (1991). The Globalisation of Electronic Journalism. In J. Curran and M. Gurevitch (ed.) *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.

Hadenius, S. och Weibull, L. (1973). *Press radio TV*. Andra reviderade upplagan. Stockholm: Aldus.

Hadenius, S. och Weibull, L. (1989). *Massmedier - En bok om press, radio och TV*. Fjärde reviderade upplagan. Stockholm: Bonniers.

Hartley, J. (1982). *Understanding the news*. London: Methuen.

Hellevik, O. (1990). *Forskningsmetoder i sociologi och statsvetenskap*. Stockholm: Natur & kultur.

Hillve, P. och Rosengren, K. E. (1994). *Slå samman Kanal 1 och TV2*. I Dagens Nyheter 17 april.

Holme, I. M. och Solvang, B. K. (1986). *Forskningsmetodik - Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.

Hultén, L. J. (1991). *Rollen, ideologin, produktionen och journalistiken*, Medie Notiser nr 4, NORDICOM-Sverige, Göteborgs Universitet.

Hultén, O. (1991). *Public service och konkurrensen*, Medie Notiser nr 4, NORDICOM-Sverige, Göteborgs Universitet.

- Hvitfelt, H. (1989). *Nyheterna och Verkligheten - Byggstenar till en teori*. Rapport 1989:1, Göteborgs universitet.
- Höijer, B. (1990). Studying Viewers Reception of Television Programmes: Theoretical and Methodological Considerations. *European Journal of Communication*, 5:29-56.
- Höijer, B. (1993). *Reception reconsidered from comprehension perspectives*. Arbetskopior till paper till XI Nordiska Konferensen i Masskommunikationsforskning, Trondheim 8-11 augusti 1993.
- Höijer, B. (1994). Från kunskapsförvärvande och begriplighet till upplevelser och reception. I Ulla Carlsson et al. (red.) *Kommunikationens korsningar*. Göteborgs universitet. NORDICOM-Sverige 4:97-108.
- Höijer, B. och Findahl, O. (1984). *Nyheter, förståelse och minne*. Lund: Studentlitteratur.
- Høyer, S. (1989). *Små samtaler og store medier - En bok om kommunikasjon mellom mennesker og med medier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Jensen, K. B. (1986). *Making sense of the news: Towards a theory and an empirical model of reception for the study of mass communication*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jensen, K. B. (1987). Qualitative Audience Resource: Toward an Integrative Approach to Reception. *Critical Studies in Mass Communication*, 4:21-36.
- Jensen, K. B. and Rosengren, K. E. (1990). Five Traditions in Search of the Audience. *European Journal of Communication*, 5:207-238.
- Knowles, L. B.-M. (1991). *Nyhetsdramaturgin i Rapport och Aktuellt - En analys av Berättartekniken i två TV-nyhetsprogram*. C-uppsats i Medie- och kommunikationsvetenskap, Göteborgs universitet.
- Levy, M. R. and Windahl, S. (1985). The concept of audience activity. In K. E. Rosengren et al. *Media Gratification Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage.
- Lind, I. (1994). *Varför behövs ett ansikte till att läsa en nyhetstext?* I Dagens Nyheter 12 april, B:1.
- Morley, D. (1981). The 'Nationwide' Audience: A Critical Postscript. *Screen Education*, 39:3-14.
- Morley, D. (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Pagold, S. (1994) *Grafiskt grepp om tittarna*. I Dagens Nyheter 12 april, B:3.
- Patel, R. och Davidson, B. (1991). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Pittelkow, R. (red.) (1985). *Analys af TV - Mediet og dets mottagere*, Köpenhamn: Medusa.
- Postman, N. (1985). *Underhållning till döds*. Stockholm: Prisma.
- Poulsen, I. (1993). *Understanding as an operational category in qualitative research*. Arbetskopior till paper till XI Nordiska Konferensen i Masskommunikationsforskning, Trondheim 8-11 augusti 1993.
- Pålsson, R (red.) (1991). *Den tredje supermakten - Massmedia ibland oss*. Helsingborg: Carlssons.
- Radway, J. (1984). *Reading the Romance*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Reimer, B. (1994). *The most common of practices - On mass media use in late modernity*. Stockholm: Almqvist & Wiksell international.
- Robinson, J. P. and Levy, M. R. (1986). *The Main Source*. Beverly Hills: Sage.
- Rosengren, K. E. (1993). From Field to Frog Ponds. *Journal of Communication*. 43(3):6-17.
- Schrøder, K. C. (1987). Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research. *European Journal of Communication*, 2:7-31.

- Siune, K. and Treuzschler, W. (1992) *Dynamics of Media Politics - Broadcast and Electronic Media in Western Europe*. London: Sage Publications.
- Strand, H. (1994). *Korsningar mellan medie- och språkforskning*. I U. Carlsson et al. (red.) *Kommunikationens korsningar*. Göteborgs universitet. NORDICOM-Sverige 4:85-96.
- Syvetsen, T. (1991). *Begreppet "public service" i mediedebatten*, Medie Notiser nr 4, NORDICOM-Sverige, Göteborgs Universitet.
- Sørensen, B. (1994). Nordiska TV-nyheter Fra "Nachricht" til "Neuigkeit?" I P. Dahlgren (red.) *Den mångtydiga rutan - Nordisk forskning om TV*. Stockholm.
- Tarschys, R. (1994). *Miljön viktigt inslag i TV-nyheterna*. I Dagens Nyheter 12 april, B:1.
- Tengström, E. (1987). *Myten om informationssamhället - Ett humanistiskt inlägg i framtidsdebatten*. Stockholm: Raben & Sjögren,
- Thunberg, A-M., Nowak, K., Rosengren, K. E. och Sigurd, B. (1979). *Samverkansspiralen - Människan i informations- och kommunikationssamhället*. Stockholm: Liber Förlag.
- Thurén, T. (1991). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Stockholm: Runa.
- Törnander, G. (1994). *Största hotet mot SVT heter Birgit Friggebo*. I Dagens Nyheter 27 mars, B:1.
- Weibull, L. (1991). *Förändringstendenser i mediasystemet*. I U. Carlsson (red.) *Mediesverige 1991 - Statistik och analys*. NORDICOM-Sverige, Göteborgs universitet.
- Westerståhl, J. & Johansson, F. (1985). *Bilden av sverige - Studier av nyheter och nyhetsideologier i TV, radio och dagspress*. Stockholm: Raben & Sjögren.

Andra källor:

- Avtal mellan staten och Sveriges television AB*. Avtal träffat enligt 5 och 6 §§ radiolagen (1966:755).
- Forum*, SVT 25/4 Kanal 1. En debatt kring den nya medieutvecklingen.
- SVT (1993) *Vision, strategier och mål - Sveriges television mot 2000*. Stockholm.

Bilaga I: Kvantitativa variabeldefinitioner

Nedan förklaras hur de olika variablerna kodades samt vilka problem som uppstod med kodningen. Detta gäller den kvantitativa analysen.

• **Typ av inslag:** Denna variabeln valde vi att dela upp i tre analyskategorier.

- *Telegram*, hit har vi kodat inslag som har varit korta rent tidsmässigt och av uppläsande karaktär. För att inslaget skall kodas enligt denna kategorin har vi krävt att det är programledaren som förmedlar nyheten (händelsen). Programledaren behöver dock ej finnas i bild men dennes röst bör höras.

- *Reportage*, kategorin avser inslag som oftast är längre tidsmässigt sett. Inslagen har även en slags "scoop" karaktär, dvs händelsen skall ha ett nyhetsvärde och helst inte tidigare varit förmedlad. Man försöker alltså beskriva en händelse som har värderats som viktig så ingående som möjligt. Med tanke på formen, så är det inte längre programledaren som förmedlar nyheten utan en annan reporter antingen på plats eller som kommentator i studion. Intervjuer och andra knep är ett vanligt sätt att enligt denna kategorin åskådliggöra en händelse.

- *Feature*, är ett slags reportage fast skillnaden ligger i (som vi har kodat) att man här inte förmedlar ett skeende eller en händelse i samma utsträckning utan det centrala är själva förhållandet. Inslag enligt denna kategorin försöker iscensätta förhållanden på ett intresseväckande sätt. Ofta är det så att en nyhet av något slag har föranlett själva featurereportaget. Kriget i Bosnien kan vara själva nyheten men featureinslaget tar istället fasta på förhållandet och beskriver t ex soldaternas vardag eller byinvånarnas situation. Man kan säga att featureinslaget inte har något riktigt nyhetsvärde i sig utan snarare ett rent intresseväckande eller uppseendeväckande värde.

De problem som vi stötte på när det gäller dessa kategorier, var relativt triviala. Det av intresse värt att nämna är att i vissa fall var det svårt att direkt se skillnaden mellan feature och reportage, främst i de nya sändningarna. Men vi försökte hålla en konsekvent linje och följa våra definitioner.

• **Inslagets längd:** Inslagen har vi mätt i sekunder. Vi har mätt från och med när programledaren inleder inslaget till att han/hon avslutar, eller när man på annat sätt blir varse om att inslaget är slut.

• **Land:** Denna variabel är med för att vi rent geografiskt skall kunna bestämma nyhetens ursprung och på så sätt ge den en karaktär.

- Vilka länder som vi har kodat till de två första kategorierna bör inte ge några problem.

- *Västeuropa*, hit har länder som Schweiz, Österrike och de tillhörande EU (ej Danmark) kodats.

- *Östeuropa*, avser de länder i Europa som tidigare tillhörde Warszawapakten samt forna Jugoslavien och Albanien.

- *USA*, i denna kategorin har vi utöver USA även kodat in Kanada.

- *Övrigt*, det är alltså de länder som inte har ringats in i ovanstående kategorier. Det visade sig att under våra tidsperioder var det främst "mellan östern" i form av Israel, Palestina och Afrika (Ruanda, Sydafrika) som gömde sig bakom denna kategori.

• **Sakområde:** Denna variabel har för uppgift att beskriva vilka konkreta sakområden eller ämnen som rapport tar upp i sina sändningar. Här är det viktigt att man har klart för sig vad man kodar, t ex om regeringen och oppositionen debatterar kring budgetpropositionen är det en politisk fråga i allmänhet, men sakområdet är dock alltid det debatten handlar om, nämligen ekonomi, närmare bestämt nationalekonomi.

- *Utrikesfrågor*, här hamnar nyheter som avser frågor som berör förhållandet *mellan* länder. Den innefattar olika länders utrikespolitik, krig och krigshändelser samt allmänt internationella frågor som exempelvis, kapprustning, "partnerskap för fred" etc. Hit har kriget i forna Jugoslavien kodats då flera av de krigande regionerna har blivit erkända stater.

- *Politik*, denna kategorin avser dels partipolitiska frågor, dels andra frågor som rör den politiska situationen i ett land. Med partipolitiska frågor menar vi de politiska partiernas allmänna agerande och strategi, personfrågor och ideologiska frågor. Om det har varit så att inslaget har koncentrerats konkret på partierna och på deras företrädare och inte på den aktuella sakfrågan kodas inslaget till denna kategorin. Frågor som rör den politiska situationen är mera allmänna beskrivningar om det politiska läget i ett land, t ex när man porträtterade det politiska läget i Italien innan valet 1994. Andra exempel på inslag som kodas till kategorin är demonstrationer, inbördeskrig, våldsamheter, mänskliga rättigheter, valfrågor mm. Hit har även andra politiska frågor som inte har passerat in någon annanstans kodats.

- *Ekonomi*, denna kategori kan sägas vara tvådelad pga att den dels består av arbetsmarknad, dels av ekonomi. Med ekonomi menas frågor på nationell och på företags-/organisationsnivå. Skulle det vara så att något inslag handlar om en specifik kommuns ekonomi kodar vi detta under nationalekonomi. Frågor som gäller de fackliga organisationerna skulle man kunna tänka sig att koda under "Företag/organisationsekonomi" men detta kodas här under arbetsmarknad.

- *Sociala frågor*, under denna kategori kodas frågor som rör samhällets sociala sektor. Vårdfrågor i allmänhet som barn-, äldreomsorg och medicin men även invandrar och flyktingfrågor faller under detta område. Inslag som behandlar individers sociala problem utgör också en viktig del i denna kategori.

- *Kulturella frågor*, här placerar vi inslag som "finkultur", denna kategori är dock något svårkodad men hit kodas generellt sett kultur som enligt samhället anses vara finkultur och som inte kan placeras under populärkultur, denna kategorins kodning kan dock erkännas vara något subjektiv. Till kategorin räknas även religion, utbildning, vetenskap/forskning samt mediefrågor.

- *Underhållning och fritid*, Här återfinns framförallt nyheter från underhållning såväl inom sport som och andra nöjen (populärkultur), fritid, resor och turism.

- *Olyckor, brott och katastrofer*, under denna rubrik kodas något som populärt kallas "eländesrapportering". Det finns givetvis olika sorters katastrofer men hit kodas mer fysiska, naturkatastrofer som jordbävning, orkaner osv. Psykiska och sociala katastrofer som exempelvis kriminalitet som ett socialt problem förs däremot till de sociala frågorna.

- *Känt folk och "human interest"*, denna kategori kan användas lite som en restkategori för inslag av allmänmänskligt intresse och som inte kan kodas under någon annan kategori. Exempelvis inslag angående kungligheter, kändisreportage eller andra kuriosa händelser.

- *Allmänna samhällsfrågor*, hit kodas de kulturgeografiska inslagen, dvs sådana som behandlar samhället utseende och planeringsfrågor, det kan t ex gälla stadsplanering av olika slag, var ska industrierna ligga? hur skall kollektivtrafiken förbättras? Till denna

kategorin räknas även inslag kring arbetsmiljö såväl som geografiska miljöfrågor t ex ozonskiktets uttunning. Allmänna servicefrågor tillskrivs även denna kategorin.

Problem vid kodning av sakområdet: Det har gått relativt smärtfritt att koda sakområde-svariabeln, självklart har ett och annat frågetecken uppenbarat sig men genom att successivt och systematiskt följa våra definitioner har vi försökt att koda så konsekvent som möjligt. Ett generellt problem som uppstod var att det ibland var svårt att skilja på om själva inslaget ämnesmässigt behandlade ett politiskt agerande eller om det var själva sakfrågan som var i centrum. Har vi kommit fram till att inslaget var baserat på det politiska agerandet har det kodats under variabelvärdet 20 Politik, i annat fall har det kodats utifrån det ämne som diskuterades.

• **Perspektiv:** Målet med denna variabeln är att kunna visa i vilket sammanhang de olika sakområdena sätts in dvs ur vilken synvinkel beskrivs nyheten för oss mottagare. Nyhetsinslag kring EU-frågan kan exempelvis vara beskrivna ur ett *politiskt perspektiv*, där de politiska partierna, intresseorganisationer och andra organiserade grupper i samhället debatterar och lägger fram sina perspektiv i EU-frågan. Området kan även ges ur ett *socialt perspektiv*, där nyhetsinslaget pekar på sociala konsekvenser av ett medlemskap i EU. Ämnet kan även beskrivas ur ett *ekonomiskt perspektiv*, ur en sådan synvinkel påtalar man t ex hur ett EU - medlemskap skulle påverka näringslivet och den nationella ekonomin.

Vi har valt att koda datamaterialet utifrån fyra olika perspektiv.

- *Politiskt perspektiv*, till denna kategori kodas inslag som behandlar frågor som tas upp i samband med en politisk beslutsprocess, eller att den rör grupper och organisationer som agerar för vissa politiska beslut. Ett tecken på att det rör sig om ett politiskt perspektiv är att sakområdet (ämnet) bearbetas inom någon politisk församling (ex riksdagen) eller att särskilda aktörer är med, exempelvis aktionsgrupper eller politiska partier. Ett kännetecken på att perspektivet skall kodas under denna kategori är att ämnet kan sättas in i ett av tre stadier av den politiska beslutsprocessen: Artikuleringsstadiet, när ämnet med krav tas upp av partier, individer eller andra organisationer. Beslutsfattandestadiet, då beslutet tas i de folkvalda församlingarna. Till sist verkställandestadiet, i vilket implementering genomförs och de politiska konsekvenserna av beslutet får sin verkan. De inslag med perspektiv som kan knytas till ett eller flera av dessa tre stadier har kodas som speglade ur politiska perspektiv.

- *Ekonomiskt/tekniskt perspektiv*, med detta perspektiv avses att se samhället ur en ekonomiskt synvinkel, dvs när inslagen har ett perspektiv som ser samhället som ett ekonomiskt system. För att inslagen skall kodas under denna kategorin förutsätts att nyheten endast ses ur ett ekonomiskt eller tekniskt perspektiv, inga politiska aspekter får förekomma. Hit hör nyheter som, med produktion och konsumtion som ledord, ser samhället som en produktionsenhet.

Till detta perspektiv kodas beskrivningar av arbetsmarknaden t ex strejker och avtalsförhandlingar. Fackliga aktörer resulterar ofta i ett ekonomiskt perspektiv. Men om de riktar sina krav mot de politiska beslutsfattarna är perspektivet ett politiskt och kodas därför där. Exempelvis om SAF lägger fram ett förslag till regeringen om att den solidariska lönepolitiken bör ändras är detta ett politiskt perspektiv. Samtidigt som om SAF och "beklädnads" löneförhandlar är det ett ekonomiskt perspektiv.

Samtidigt kodas även hit inslag som har en teknisk prägel.

- *Socialt perspektiv*, räknas sådana ämnen som ser samhället som bestående av ett antal sociala relationer. Inslag som förs hit handlar alltså om människor i allmänhet - relationsförhållanden dvs hur de har det, mänskliga händelseförlopp, vad de sysslar med mm. Generellt sett kan man alltså föra hit sakområden där mänskliga aspekter sätts i centrum.

- *Övrigt*, Kan man säga i princip handlar om ickepolitiska, ickeekonomiska händelser, där människorna inte har en central roll, Man kan se detta perspektiv som ett slags restperspektiv. Men perspektivet kan dock ses som ett kulturellt då inslag kring utställningar kodas hit vilka inte ses ur någon annan synvinkel.

Skulle det vara så att det förekommer flera perspektiv i ett inslag vilket inte förefaller vara särskilt ovanligt, har perspektiv variabeln kodats uppifrån och ner dvs rangordningsmässigt 1. politiskt 2. Ekonomiskt 3. Socialt 4. Övrigt. Det är viktigt att se perspektivkodningen i relation till sakområdeskodningen, vissa inslag leder osökt till klara perspektiv. Exempelvis statsministern intervjuas om en regeringsmotion, politiskt (ämne), politiskt (perspektiv). Arbetsmarknadsfrågor där två fackliga organisationer förhandlar om löner har följaktligen ett ekonomiskt perspektiv.

Trots att variabeln torde bli enklare genom att koda i rangordning, har det i vissa inslag varit relativt svårt att urskilja om det var ett politiskt eller ekonomiskt perspektiv. Men vi tror oss ha löst de mest problemfyllda inslagen på ett konsekvent sätt.

• **Presentationsnivå:** Denna variabel har vi skapat som ett slags komplement till perspektivet för att tydligare kunna se på vilken nivå som konsekvenserna belyses. Ibland förekommer det att inslagen presenteras på flera nivåer men då har vi kodat inslaget till den nivån som varit mest betonad.

- *Samhällsnivå*, hit kodas inslag som presenteras på ett sätt som visar händelsens konsekvenser för samhället, inslaget kan givetvis ha vilket perspektiv som helst av de ovan nämnda men konsekvenserna tillskrivs samhället. Som t ex hur påverkas samhället utifrån det ekonomiska perspektivet, budgetunderskott, arbetslöshet etc.

- *Individnivå*, inslag med som koncentrerar sig på vilka konsekvenser nyheten har för människorna räknas hit. Oftast hör det sociala perspektivet ihop med denna nivån. Men även politiska och ekonomiska inslag kan presenteras med att påvisa konsekvenser för individen.

- *Globalt*, denna presentationsnivån är säkerligen inte särskilt vanlig, men exempel på inslag som presenteras med tanke på globala konsekvenser kan vara beslut om organisationen "Partnerskap för fred".

- *Företagsnivå*, Om det är så att ämnet presenteras utifrån ett eller flera företag och hur de påverkas av förhållandet kodas inslaget till denna nivån, ofta är det frågan om en "case study"(se nedan).

Att koda denna variabel har inte varit så komplicerat, det har framgått relativt klart till vilket nivå presentationen har koncentrerats.

• **Vinkling:** Denna variabeln innehåller inte alla aspekter av vinklingar, utan den är utformad med bakgrund av vår teori angående vad som påverkar inslagens begriplighet, Med tanke på att psykologisk närhet är en viktig aspekt tror vi oss med hjälp av denna variabeln kunna mäta möjligheten av identifikation i inslagen.

- *Personifiering*, hit räknas inslag som förmedlar en händelse eller förhållande utifrån en individ. T ex, mobbning på arbetsplatser kan presenteras utifrån en drabbad enskild person.

- *Case study*, kan sägas vara en slags personifiering, men skillnaden ligger i att man istället för att sätta en individ i centrum väljer att förmedla händelsen utifrån ett specifikt fall. Exempel på en nyhet som kodas hit kan vara om man vill förklara utvecklingen på den svenska arbetsmarknaden genom att visa hur ett företag har påverkats i en fallstudie.

- *Personifierad Casestudy*, då vi provkodade visade det sig att det fanns inslag som kombinerade de två ovan vinklingarna så vi ansåg att denna kategorin var nödvändig.

• **Sammanhang:** Denna variabeln mäter förekomsten av det kausala förhållandet i inslagen. Den kodas efter om endast orsak, endast konsekvens, både och eller om ingendera förklaras. Med hjälp av denna variabeln försöker vi även fånga huruvida orsakssammanhangen betonas. Upprepning kan i detta fallet översättas med en klar språklig betoning av orsaks och (eller) konsekvensförhållandet. Ytterligare upprepning i form av bild undersöks med hjälp av variabelerna kring bildmaterialets innehåll (se nedan, bildmaterialets innehåll).

Variabeln ifråga är av central betydelse för vår uppsats, därav har mycket tid och noggrannhet lagts ned vid kodningen av sammanhanget. Att kontrollera om orsak och konsekvenser förekom i inslaget vållade inga större problem. Däremot var det lite mer komplicerat att finna gränsen för vad som var klar betoning (upprepning) och inte. Därför var det vanligt att vi fick spola tillbaka inslaget för att analysera det ytterligare.

• **Intervjuer:** Hit kodas direkta intervjuer, telefonintervjuer och presskonferenser. Intervjuerna har delats in i följande kategorier:

- *Expert*, är en person som har tillfrågats i egenskap av att vara specialist inom sitt ämnesområde. Vidare skall experten ha akademisk examen i det ämne han/hon uttalar sig i. Denna utbildningsmässiga status kan emellanåt vara svår att veta, men då kodar vi utifrån vilken benämning intervjupersonen har fått i inslaget. Ekonomer, psykologer, utredare och professorer är exempel på personer som återfinns här.

- *Journalist*, hit räknas personer som intervjuas pga de är journalister.

- *Elit*, de som tillhör denna kategorin är maktbärande i samhället, ministrar och riksdagsledamöter, andra partiledare och direktörer för stora företag som t ex IKEAs Ingvar Kamprad. Vidare hör även hit högt uppsatta medlemmar i andra organisationer som exempelvis fackföreningar. Denna definition gäller även på internationell nivå.

- *Kändis*, personer som tillfrågas endast beroende på deras kändisskap.

- *Privatperson*, denna kategori avser personer som tillfrågas för att de anses tillhöra allmänheten.

- *Övrig representant*, hit kodas de representanter som inte tillhör elitskiktet utan befinner sig längre ner i hierarkin. Hit kodas även chefer för mindre företag. De har en position som representant.

- *Yrkesutövare*, är sådana personer som intervjuas i egenskap av de tillhör i inslaget den aktuella yrkeskåren.

Att koda de olika inslagens intervjupersoner har inte vållat några problem, det framställs tydligt vilken position de tillfrågade har och formen av inslagen ger en försmak av varför de tillfrågas.

• **Bildmaterialets innehåll:** Denna variabel har vi utformat med hjälp av Findahl och Höjers modell, vilken beskriver hur en händelse bör vara utformad för att den skall uppfattas som en helhet och därmed ses som begripligare. Här är målsättningen att mäta hur väl bildmaterialet är utformat utifrån följande fyra aspekter

- *Inblandad*, hit räknas de som nyheten handlar om eller drabbade, det kan vara organisationer, partier, länder och privatpersoner.

- *Orsak*, denna kategorin är utformad utifrån sammanhangsvariabeln, hit räknas de bilder som illustrerar orsaken till händelsen.

- *Plats*, här kodas de bilder som illustrerar händelsens geografiska eller fysiska plats. Kodningen av denna kategorin kan nog bli något missvisande då platsen ofta illustreras rörligt trots att den inte alls är av någon central betydelse för själva nyheten.

- *Konsekvens*, även denna är en sammanhangsvariabel, syftet med denna är att se om nyhetens eller händelsens konsekvenser illustreras i form av bilder.

De fyra variabler som belyser bildmaterialets innehåll, mäts alla utifrån följande aspekter. "Illustreras rörligt", med detta menas alltså att t ex de inblandade som två partiledare visas med rörliga bilder. "Illustreras med karta" hit räknas exempelvis då händelsens plats illustreras med en karta, detta är en vanligt förekommande form främst i telegram. "Illustreras med annan illustration" kan innebära grafiska bilder, teckningar, siffror och stillbilder. Exempelvis kan en nyhets orsak illustreras med siffror, vilka påtalar sjunkande arbetslöshetstal som orsak till den ökande konsumtionen. "Illustreras med karta och rörliga bilder och annan illustration" här placeras de inslag vars bildmaterial innehåller alla aspekterna.

• **Inledande presentation:** Med denna variabel avser vi att kontrollera själva formen av presentationen av inslaget, dvs programledarens inledning.

- *Illustreras endast med reporter*, Hit kodas de inslagen som inleds endast med programledaren utan någon grafisk illustration i bakgrunden.

- *Illustreras endast med illustration*, med detta avses de inslagen som inleds och slutförs med illustrationer tillhörande nyheten och utan programledaren i bild. Hit kodas främst telegram.

- *Illustreras med både reporter och illustration*, till denna kategorin räknas de inledningar som anförs av programledaren och en grafisk illustration i bakgrunden.

• **Inslagens kommentering, korrespondent/reporter:** Målsättningen med den här variabeln är att försöka ta fasta på hur inslagen kommenteras, dvs hur ser reportrarnas arbetssätt ut.

- *Via telefon*, hit räknas de inslagens kommentarer som förmedlas via telefon. Oftast är de kommentarerna från händelsens centrum, men de behöver för den delen inte vara direkt.

- *I bild på plats*, med detta menas att reportern inte bara finns på platsen utan han/hon för även ett kommenterande referat i bild på platsen ofta med själva händelsen i bakgrunden, t ex som när en reporter stod mitt i ett valmöte inför valet i Italien.

- *I bild i studio*, här avses när en annan reporter än programledaren visas i studion och kommenterar nyheten.

- *På plats ej bild*, Till denna kategorin kodas inslag som det framgår att reportern är på plats och exempelvis genomför intervjuer men inte visas i bild.

- *På plats och dessutom i studio*, är en kombination av de ovanstående kategorierna.

- *Förekommer ej*, behöver inte betyda att det inte existerar en kommenterande reporter i inslaget. Utan det kan vara en reporter som inte finns på plats ej heller i bild eller på telefon.

Bilaga II. Icke-kvantitativa variabeldefinitioner (hela sändningar)

Trots att dessa variablerna har en mer kvalitativ prägel är det viktigt att systematisera dem. Vi har valt att ställa ett antal frågor som vi anser vara intressanta att besvara. Dessa frågor har för avseende att komplettera vår kvantitativa undersökning och ge den nödvändiga kontext som krävs för att göra relevanta tolkningar och adekvat analys. Här följer de form-/dramaturgimässiga variabler som vi valt att ge en mer övergripande karaktär.

• *Flöde, struktur och tempo*

- Hur ser påannonserna i början av sändningarna ut, med tanke på formmässiga kvalitéer? På vilket sätt knyts dessa an till resten av sändningen?
- I vilken ordning presenteras nyheterna? Kan man se en uppdelning gällande sakområden, vad presenteras först respektive sist?
- Har ordningen ändrats över tid?
- Vilken struktur har hela sändningar? Förekommer blockbildning av inslag och i sådana fall enligt vilket mönster? Presenteras exempelvis telegrammen klumpvis eller utspritt?
- Har sändningarnas tempo förändrats över tid, dvs förekommer det oftare att man ändrar kameravinklar eller att nyhetsinslagen generellt sett har förkortats? Ett delsyfte med detta är även att se om intervjuerna som görs i reportagen har intensifierats i avseende på tempo samt om de förekommer oftare?

• *Serialisering*

- Hur ofta och på vilket sätt förekommer tematisering av nyheter, dvs nyheter som följer samma tema under sändningen eller från dag till dag? Jämför 1994 med 1984.
- På vilket sätt annonseras serialisering dvs hur knyts de olika inslagen ihop?
- Kan man spåra någon ökning/minskning angående sättet att skildra nyheter likt en serie (ex, en persons levnadsöde, ett företags utveckling eller ett lands pågående förändring)?

• *Berättarteknik*

- Hur ser sändningarna ut rent dramaturgiskt, har berättartekniken förändrats? I vilken utsträckning bygger berättandet på dramatiska laddningar och lösningar?
- Har de dramaturgiska konventionerna ändrats? Har nyhetsgenren kommit allt närmare den underhållande spelfilmen?
- Har en ökad teknisk utveckling förändrat berättartekniken?
- På vilket sätt bildklipps nyhetsreportagen?
- På vilket sätt används ljud när det gäller att rent formmässigt presentera nyheten, har det skett någon förändring?

- **Programledaren**

- På vilket sätt framställs programledaren?
- Har hans/hennes roll förändrats över tid?
- Vilka knep utnyttjar programledaren för att sammanfoga sändningen? Med andra ord på vilket sätt skapar han/hon ett flöde i sändningen?
- Är det vanligare eller ovanligare att programledaren byts ut från dag till dag?
- Har förhållandet mellan kameran och programledaren förändrats, med tanke på hur vinklar ändras, zoomningar etc?
- Är programledaren stylad? I så fall hur?
- Hur ser programledarens arbetsplats ut? Hur är bakgrunden utformad?

- **Bilden**

- Lyckas man att få bildernas innehåll att överensstämma med nyhetens innehåll?
- Hur har de grafiska presentationssymbolerna förändrats över tid i avseende på form och innehåll?
- Hur ser inslagens bildsättning med tanke på kvalitet? Är det bildmässiga innehållet 1994 generellt sett bättre än 1984?

Bilaga III: Kodschema

ID-nummer	P	DAG	I	LÅNGD	L	SÄKOR.	Φ	PN	V	S	INTERVIEW	SS	SD	BILD	MATERIAL	Φ											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	

V1 V2 V3 V4 V5 V6 V7 V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 V16 V17 V18 V19																											

V1 V2 V3 V4 V5 V6 V7 V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 V16 V17 V18 V19																											

V1 V2 V3 V4 V5 V6 V7 V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 V16 V17 V18 V19																											

V1 V2 V3 V4 V5 V6 V7 V8 V9 V10 V11 V12 V13 V14 V15 V16 V17 V18 V19																											

Bilaga IV: Kodbok

Variabler och koder:

Positioner:

ID nr.

V1. Program	1
1. Rapport 1984 2. Rapport 1994	
V2. Dag (1-14)	2-3
V3. Typ av inslag	4
1. Telegram 2. Reportage 3. Feature	
V4. Inslagens längd (sekunder)	5-7
V5. Land	8
1. Sverige 2. Norden 3. Västeuropa 4. Östeuropa 5. Usa 6. Övrigt	
V6. Sakområde	9-10
10. Utrikesfrågor	
20. Politik 21. Inrikespolitik 22. Utrikespolitik	
30. Ekonomi 31. Nationalekonomi 32. Företagsekonomi 33. Arbetsmarknad	
40. Sociala frågor 41. Sjukvård 42. Barnomsorg 43. Äldreomsorg 44. Invandrar-/flyktingfrågor 45. Sociala problem	
50. Kulturella frågor 51. Finkultur 52. Religion 53. Utbildning	

54. Vetenskap och forskning	
55. Mediefrågor	
60. Underhållning och fritid	
61. Nöjen (Populärkultur)	
62. Sport	
63. Fritid	
64. Resor och turism	
70. Olyckor, brott och katastrofer	
71. Olyckor	
72. Brott mot enskild person	
73. Övriga brott	
74. Katastrofer	
80. Känt folk och human interest	
81. Kändisar	
82. Kuriosa händelser	
90. Allmänna samhällsfrågor	
91. Bostäder	
92. Stadsplanering	
93. Miljö	
94. Arbetsmiljö	
95. Allmänna servicefrågor	
V7. Perspektiv	11
1. Politiskt	
2. Ekonomiskt/tekniskt	
3. Socialt	
4. Övrigt	
V8. Presentationsnivå	12
1. Samhälls-	
2. Individ-	
3. Globalt	
4. Företags-	
5. Övrigt	
V9. Vinkling	13
1. Personifiering	
2. Casestudy	
3. Casestudy och personifiering	
4. Förekommer ej	
V10. Sammanhang	14
1. Orsak	
2. Konsekvens	
3. Orsak och konsekvens	
4. Orsak upprepas	

- 5. Konsekvens upprepas
- 4. Orsak och konsekvens upprepas
- 5. Förekommer ej

V11. (A). Intervjuer med 15 V11 (B) 16 V11 (C) 17 V11 (D) 18

- 1. Expert
- 2. Journalist
- 3. Elit
- 4. Kändis
- 5. Privatperson
- 6. Övrig representant
- 7. Yrkesutövare
- 8. Förekommer ej

V12. Studiosamtal (Dvs dialog) 19

- 1. Expert
- 2. reporter, journalist
- 3. Elit
- 4. Övrig representant
- 5. Förekommer ej

V13. Studiodiskussion (Reporter +) 20

- 1. Expert - Expert
- 2. Expert - Elit
- 3. Elit - Elit
- 4. Övrig representant - Elit
- 5. Övrig representant - Expert
- 6. Övrig representant - Övrig representant
- 7. Förekommer ej

Bildmaterialets innehåll (belyser bilden följande...)

V14. Inblandad 21

- 1. Illustreras rörligt
- 2. Illustreras med karta
- 3. Illustreras med annan illustration
- 4. Illustreras med både karta och rörliga bilder
- 5. Illustreras ej

V15. Orsak 22

- 1. Illustreras rörligt
- 2. Illustreras med karta
- 3. Illustreras med annan illustration
- 4. Illustreras med både karta och rörliga bilder
- 5. Illustreras ej

V16. Plats	23
1. Illustreras rörligt	
2. Illustreras med karta	
3. Illustreras med annan illustration	
4. Illustreras med både karta och rörliga bilder	
5. Illustreras ej	
V17. Konsekvens	24
1. Illustreras rörligt	
2. Illustreras med karta	
3. Illustreras med annan illustration	
4. Illustreras med både karta och rörliga bilder	
5. Illustreras ej	
V18. Presentation	25
1. Illustreras endast med reporter	
2. Illustreras endast med illustration	
3. Illustreras med både reporter och illustration	
4. Förekommer ej	
V19. Korrespondent/reporter	26
1. Per telefon	
2. I bild på plats	
3. I bild i studio	
4. På plats ej i bild (intervjuar)	
5. På plats i bild och i studio	
6. Förekommer ej	

Bilaga V: Kompletterande tabeller

Presentationsnivå:

Individnivå (1)

	v2 PROGRAM PROGRAMSÄNDNING		SUM
	v8 PERSPEKTIV Presentationsperspektiv		
	84 RAPPO	94 RAPPO	
Politiskt	9.6	7.2	8.3
Ekonomiskt/tekniskt	19.2	8.7	13.2
Socialt	69.2	78.3	74.4
Övrigt	1.9	5.8	4.1
SUM	100.0	100.0	100.0
N=	52	69	121

** Inkludert: 121 ** Utelatt: 243 ** Totalt: ~~364~~ **

349

Samhällsnivå (2)

	v2 PROGRAM PROGRAMSÄNDNING		SUM
	v8 PERSPEKTIV Presentationsperspektiv		
	84 RAPPO	94 RAPPO	
Politiskt	63.3	60.0	61.4
Ekonomiskt/tekniskt	21.4	26.2	24.1
Socialt	12.2	11.5	11.8
Övrigt	3.1	2.3	2.6
SUM	100.0	100.0	100.0
N=	98	130	228

** Inkludert: 228 ** Utelatt: 136 ** Totalt: 364 **

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 Diversty 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.
5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU.*
Pris: 200 kronor.

6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dags-tidningsläsning på 1990-talet.*
Pris: 210 kronor.
7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies.*
Pris: 200 kronor.

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.
5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94.*
Pris: 200 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 stockholmstidningar 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) *Swedes' 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 Folkrorelsernas Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet.*
Pris: 70,- kr.
43. Margareta Melin (1995) - *Can Women Becom Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*
Pris: 70,- kr.
44. Margareta Melin (1995) - *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*
Pris: 70,- kr.

45. Ingela Wadbring (1995) - *Sista ordet är inte sagt än! - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid journalistutbildningen i Göteborg.*
Pris: 70,- kr.
46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) - *Tidningsläsning i Gästrikland.*
Pris: 70,- kr.
47. Gunilla Jarlbro (1995) - *Barn, ungdom och reklam.*
Pris: 70, kr.
48. Karin Björkqvist-Hellingwerf (1995) - *Mediebarometern 1979 - 1994.*
Pris: 70,- kr.
49. Lennart Weibull (1995) - *Journalister om Journalisten. Redovisning av en läsundersökning från hösten 1994.*
Pris: 70,- kr.
50. Kent Asp (1995) - *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont. En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.*
Pris: 70,- kr.
51. Monica Löfgren Nilsson (1995) - *"Pennskaften" Female Journalists in Sweden.*
Pris: 70,- kr.
52. Gunilla Jarlbro (1995) - *Våldsbrott i svensk press. En jämförelse mellan åren 1983 och 1993.*
Pris: 70,- kr.
53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist - *Samma röster med nya ansikten. En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmässiga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.*
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) *Annonstidningsläsning 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 fördelningssegenskaper 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.
Pris: 60 kr.
39. Gunilla Jarlbro (1988) **EN KVALITATIV STUDIE AV HUR MÄNNISKOR UPPLEVER TIDNINGSSINNEHÅLL**.
Pris: 60 kr.
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 Instituto de 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.

BESTÄLLNINGAR

Till institutionen för journalistik och masskommunikation
Sprängkullsgatan 21
411 23 GÖTEBORG
tel. 031 - 773 10 00

Undertecknad beställer härmed följande skrifter från Institutionen för journalistik och masskommunikation:

Rapporter:

<i>Titel</i>	<i>Författare</i>	<i>Nummer</i>
.....		
.....		
.....		

Arbetsrapporter:

<i>Titel</i>	<i>Författare</i>	<i>Nummer</i>
.....		
.....		
.....		

Namn:.....

Adress:

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.
5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU.*
Pris: 200 kronor.

6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dags-tidningsläsning på 1990-talet.*
Pris: 210 kronor.
7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies.*
Pris: 200 kronor.

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.
5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94.*
Pris: 200 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 stockholmstidningar 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) *Swedes' 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 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 göteborgspresen.*
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 Folkrorelsens Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet.*
Pris: 70,- kr.
43. Margareta Melin (1995) - *Can Women Becom Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*
Pris: 70,- kr.
44. Margareta Melin (1995) - *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*
Pris: 70,- kr.

45. Ingela Wadbring (1995) - *Sista ordet är inte sagt än! - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid journalistutbildningen i Göteborg.*
Pris: 70,- kr.
46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) - *Tidningsläsning i Gästrikland.*
Pris: 70,- kr.
47. Gunilla Jarlbro (1995) - *Barn, ungdom och reklam.*
Pris: 70, kr.
48. Karin Björkqvist-Hellingwerf (1995) - *Mediebarometern 1979 - 1994.*
Pris: 70,- kr.
49. Lennart Weibull (1995) - *Journalister om Journalisten. Redovisning av en läsundersökning från hösten 1994.*
Pris: 70,- kr.
50. Kent Asp (1995) - *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont. En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.*
Pris: 70,- kr.
51. Monica Löfgren Nilsson (1995) - *"Pennskaften" Female Journalists in Sweden.*
Pris: 70,- kr.
52. Gunilla Jarlbro (1995) - *Våldsbrott i svensk press. En jämförelse mellan åren 1983 och 1993.*
Pris: 70,- kr.
53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist - *Samma röster med nya ansikten. En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmässiga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.*
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) *Annonbladsläsning 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) SKARABORGPRESSENS 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 fördelningssegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade 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.**
Pris: 60 kr.
39. Gunilla Jarlbro (1988) **EN KVALITATIV STUDIE AV HUR MÄNNISKOR UPPLEVER TIDNINGSSINNEHÅLL.**
Pris: 60 kr.
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.

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.