

ARBETSRAPPORT NR 91

DE NYA SVENSKARNA MÖTER
SVENSKA MASSMEDIER

LENNART WEIBULL
INGELA WADBRING

1999

ISSN 1101-4679

Innehållsförteckning

Inledning	2
Syfte och uppläggning	2
Underlaget	2
Disponering	3
Invandrare och svenskar i SOM-undersökningarna	3
Metodsynpunkter	5
Medietillgång	5
Sverige	5
Västsverige och Göteborg	6
Slutsatser	8
Medievanor	8
Sverige	9
Västsverige och Göteborg	11
Slutsatser	15
En studie i Angered 1996	15
Dagstidningsläsning	16
Informationsval.....	17
Förtroende för olika medier	18
Sammanfattande slutsatser	19

Tabellförteckning

Tabell 1	Befolkningens struktur, nationellt och i Göteborgs kommun	4
Tabell 2	Medieinnehav efter medborgarskap och uppväxtplats, Sverige, 1998.....	6
Tabell 3a	Medieinnehav efter medborgarskap och uppväxtplats, Västsverige, 1998.....	7
Tabell 3b	Medieinnehav efter medborgarskap och uppväxtplats, Göteborg, 1998.....	7
Tabell 4	Medieanvändning efter medborgarskap och uppväxtplats, Sverige, 1998.....	10
Tabell 5a	Medieanvändning efter medborgarskap och uppväxtplats, Västsverige, 1998.....	12
Tabell 5b	Medieanvändning efter medborgarskap och uppväxtplats, Göteborg, 1998.....	13
Tabell 6	Tidningsläsning och prenumeration i Angered efter uppväxtplats, 1996	16
Tabell 7	Andel som anger att de vanligen får information om samhället från olika källor, efter uppväxtplats, Angered, 1996.....	17
Tabell 8	Förtroendet för medier, efter uppväxtplats, Angered, 1996.....	18

Inledning

Det svenska mediasystemet är i många avseenden unikt. Ett särskilt utmärkande drag är dagspressens starka ställning. I ett internationellt perspektiv är det bara Norge, Finland och Sverige som har en dagspress som når i stort sett alla grupper av medborgare. Ett annat viktigt drag är den starka public serviceverksamheten inom både radio och TV. Ett tredje drag är att massmedier överlag spelar en central roll för informationsspridning i förhållande till personliga kontakter. I Sverige är också tilltron till medier – men undantag för kvällspress – genomgående hög.¹

De som kommit till Sverige som invandrare eller flyktingar har inte sällan sin bakgrund i helt andra mediasystem. I exempelvis det forna Jugoslavien, i Turkiet eller i Somalia saknas i stort sett lokala dagstidningar med någon spridning att tala om; om större dagstidningar finns är de vanligen lösnummerförsålda och av tabloidtyp. Radion och televisionen består ibland av statliga propagandakanaler eller är organ för stridande gruppers politiska budskap. Konsekvensen är att man saknar läsvanor för dagspress, liksom man inte heller har den positiva grundinställning till radions och televisionens nyheter som är vanlig hos svenskar.

Den centrala frågan är då vad som händer när en invandrare med bakgrund i ett annat mediasystem plötsligt blir beroende vad som sägs i dagspress, radio och TV. Brandkatastrofen på Hisingen i Göteborg var en sådan situation.

Syfte och uppläggning

Vårt uppdrag har inte varit att direkt svara på frågan om hur invandrare förhöll sig till medier i anslutning till brandkatastrofen, utan istället att försöka ge en bild av förutsättningarna. Vårt syfte är att beskriva tillgången till medier och medievanor i allmänhet hos invandrare. Frågan gäller både hur de större svenska medierna och kanalerna används och vilken betydelse utländska kanaler kan ha. Utgångspunkten har varit att belysa medietillgång och medieanvändning både på nationell nivå och i Västsverige liksom i Göteborgs kommun.

Underlaget

Underlaget kommer från de årliga frågeundersökningar som genomförs av SOM-institutet vid Göteborgs universitet i samverkan med bland annat forskningsprogrammet Dagspresskollegiet vid Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Den ena är den riksrepresentativa studien Riks-SOM, den andra den västsvenska Väst-SOM. Båda undersökningarna genomfördes i form av postenkäter under hösten 1998 – huvuddelen av datainsamlingen

¹ För en mer omfattande genomgång av mediasystemet och medieanvändningen, se exempelvis följande: Hadenius, Stig och Weibull, Lennart (1999) *Massmedier. Press, radio och TV i förvandling*. Stockholm: Bonnier Alba SOU (1994:94) *Dagspressen i 1990-talets medielandskap*. Stockholm: Fritzes Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

skedde under oktober och november – med ett urval på 2800 respektive 2900 personer boende i Västsverige. Väst-SOM omfattar Göteborgs kommun med kranskommuner.

Svarsfrekvensen var relativt hög: närmare 70 procent i Riks-SOM och drygt 60 procent i Väst-SOM. Bortfallet bland invandrare är dock på grund av språksvårigheter betydligt större. Alla slutsatser måste därför tolkas med försiktighet. Som jämförelse används även en undersökning från 1996, genomförd i den invandrartäta stadsdelen Angered i Göteborg, som särskilt fokuserar på hur invandrare väljer mellan olika medier.

Disponering

Föreliggande PM har två huvuddelar. Den första belyser medietillgången. Där redovisas tillgången till olika medier i hushållet, särskilt teknisk medieutrustning av olika slag, och invandrarhushåll jämförs med svenskars hushåll. I den andra delen görs en översikt av medievanorna – dagstidningsläsning, radiolyssnande och TV-tittande – för invandrare och svenskar.

I varje del presenteras både uppgifter för Sverige som helhet, för Västsverige och för Göteborgs kommun. Allra först skall dock ges några allmänna uppgifter om de undersökta grupperna.

Invandrare och svenskar i SOM-undersökningarna

I beskrivningarna av medietillgång och medievanor har utgångspunkten varit att jämföra svenskar och invandrare. Definitionen av den senare gruppen rymmer dock flera komplikationer, som har konsekvenser för analysen av undersökningsdata. I våra studier har vi utgått från två olika definitioner. Den ena bygger på medborgarskap – svensk medborgare eller ej – den andra på platsen för uppväxten. I den senare har vi skiljt på personer uppvuxna i Sverige med föräldrar uppvuxna i Sverige, vilket i det följande är detsamma som 'svenskar', personer uppvuxna i annat land, vilket är detsamma som första generationens invandrare, och personer uppvuxna i Sverige men med minst en förälder uppvuxen utomlands, alltså andra generationens invandrare.

När det gäller definitionen som bygger på *medborgarskap* visar sig att undersökningsdata något underskattar andelen utländska medborgare. Endast cirka fem procent av svarspersonerna uppger sig inte vara svenska medborgare. Det låga antalet svarspersoner i gruppen (cirka 150) gör också svaren något osäkra.

Definitionen som bygger på platsen för *uppväxten* torde ge ett något bättre underlag. En översikt finns i tabell 1. Av alla svenskar i den nationella undersökningen är andelen som själva har vuxit upp utomlands eller har föräldrar som har vuxit upp utomlands knappt 15 procent. I Göteborgs kommun är andelen första och andra generationens invandrare nästan 25 procent. Både nationellt och i Göteborgs kommun utgör första och andra generationens invandrare likstora grupper.

En ytterligare komplikation är att invandrargruppen är mycket heterogen. Cirka 30 procent av första generationens invandrare i Sverige som helhet kommer från Norden, drygt 40 procent från

övriga Europa och knappt 30 procent från övriga världen. Fördelningen inom första generationens invandrare är nästan exakt densamma i Västsverige. Bland andra generationens invandrare är bilden ännu mera splittrad, vilket inte gör det meningsfullt att analysera ursprungsland.

Tabell 1 *Befolkningens struktur, nationellt och i Göteborgs kommun*

Befolkningsstruktur	Uppvuxen i Sverige		Uppvuxen utomlands		Förälder uppvuxen utomlands	
	Nationellt	Göteborg	Nationellt	Göteborg	Nationellt	Göteborg
Kön:						
Män	49	46	48	45	50	34
Kvinnor	$\frac{51}{100}$	$\frac{54}{100}$	$\frac{52}{100}$	$\frac{55}{100}$	$\frac{50}{100}$	$\frac{66}{100}$
Ålder:						
15-29 år	21	23	14	24	40	50
30-49 år	34	36	47	37	46	41
50-64 år	26	23	27	31	12	4
65-79 år	$\frac{18}{99}$	$\frac{18}{100}$	$\frac{13}{101}$	$\frac{8}{100}$	$\frac{3}{101}$	$\frac{4}{99}$
Utbildning:						
Låg utbildning	51	39	33	43	33	25
Medelhög utbildning	22	22	31	31	35	37
Hög utbildning	$\frac{27}{100}$	$\frac{39}{100}$	$\frac{36}{100}$	$\frac{26}{100}$	$\frac{33}{101}$	$\frac{39}{101}$
Antal svar (cirka)	2 935	653	250	103	221	90
Procent av befolkningen	86	77	7	12	6	11

Kommentar: Procenttalen på den nedersta raden anger fördelningen över uppväxtplats för Sverige som helhet och för Göteborgs kommun.

I jämförelse med svenskar med föräldrar uppvuxna i Sverige är första generationens invandrare särskilt överrepresenterad i åldersgruppen 30-49 år, andra generationen inte oväntat i åldersgruppen 15-29 år. Invandrargruppen som helhet har en högre utbildningsnivå än genomsnittet för svenskarna. Det är dock troligt att detta delvis kan vara en undersökningseffekt: högutbildade bland invandrare är mer benägna att svara på undersökningar än lågutbildade.

Första generationens invandrare i Göteborg är något yngre än genomsnittet för Sverige. Detsamma gäller andra generationens invandrare; i Göteborgs kommun är hälften av dessa under 30 år, i jämförelse med 40 procent för Sverige som helhet.

Eftersom ålder är en viktig faktor bakom många medievanor är det viktigt att ha gruppernas åldersstruktur som en bakgrund i tolkningar av olika resultat. Analyser av olika fritidsvanor visar exempelvis att den andra generationens invandrare har i stort sett samma profil som svenska ungdomar i samma ålder.

Metodsynpunkter

Det måste framhållas att ingen av de två definitionerna av invandrare är helt perfekt. Detta bidrar till att det i vissa analyser kan förekomma till synes motsägelsefulla svarsmönster då medborgarskap jämförs med uppväxtplats. Vi har dock i vår redovisning så långt som möjligt försökt att väva samman resultaten till en helhetsbild.

Metodmässigt finns dessutom anledning att understryka att en undersökning av detta slag – en postenkät med frågor på svenska² – till stor del utesluter de invandrare som inte behärskar svenska och inte har möjlighet att få hjälp med översättning. Detta bidrar till en överrepresentation för dem som behärskar svenskan, vilket i sin tur innebär att det i resultaten finns en överskattning av användningen av svenska medier.

Medietillgång

Frågan är då hur de invandrare som bosatt sig i Sverige har tagit till sig de svenska medierna. Vilken är deras medietillgång i förhållande till svenskarna – och finns det några skillnader mellan första och andra generationens invandrare? Tillgången till medier är en förutsättning för användning av dem, även om några likhetstecken inte kan sättas mellan innehav och användning.

Sverige

Hushållen i Sverige har numera en omfattande medieutrustning i vid mening. I stort sett alla har TV, telefon, video och text-TV. Stora grupper har dessutom CD-spelare och mobiltelefon, liksom de allra flesta hushållen har en dagstidningsprenumeration. En jämförande översikt mellan svenskar och invandrare finns i tabell 2.

De som i undersökningen uppgivit sig vara utländska medborgare har överlag lägre medietäthet i sina hushåll än svenska medborgare, men skillnaden är inte särskilt stor. Den största differensen framträder föga överraskande för dagstidningar: cirka 75 procent av svenskarna bor i hushåll med morgontidningsprenumeration, bland utländska medborgare boende i Sverige är motsvarande siffra drygt 40 procent. Också persondatorinnehav och internetanslutning är något lägre bland ickesvenskar.

Kabel-TV-tillgången är klart högre bland utländska medborgare än bland svenska. Ifråga om video, CD-spelare och hushållsparabol finns det ingen större skillnad.

² I den avslutningsvis redovisade specialstudien från Angered fanns dock möjlighet att få hjälp med översättningen av frågorna. Få utnyttjade dock den möjligheten. Snarast föreföll det fungera så att första generationens invandrare ibland fick hjälp av sina barn vid ifyllande av undersökningens frågeformulär. Det är troligt att detsamma gäller de två stora undersökningarna från 1998.

**Tabell 2 Medieinnehav efter medborgarskap och uppväxtplats, Sverige, 1998
(procent)**

Medieinnehav	Svensk medborgare	Utländsk medborgare	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
TV	98	91	98	94	98
Kabel-TV	43	56	42	52	54
Parabolantenn	21	22	21	25	23
Text-TV	79	75	80	79	78
Video	79	78	79	78	90
Persondator	55	44	55	45	67
Internet	36	24	37	25	39
Morgontidningspren.	73	42	75	43	63
Mobiltelefon	65	58	66	56	77
Fax	18	12	17	18	31
CD-spelare	76	72	76	70	93
Antal svar (cirka)	3 370	150	2 950	250	220

Källa: Riks-SOM 1998

När vi gör motsvarande analys efter uppväxt återkommer i huvudsak samma mönster, till exempel att dagstidningsprenumerationerna är färre och kabel-TV-tillgången är högre i invandrargruppen. Samtidigt visar sig betydande skillnader mellan första och andra generationens invandrare, vilka i flertalet fall har sin bakgrund i att den senare gruppen är yngre. Exempelvis är persondator-tillgång och internetanslutning – liksom tillgången till CD-spelare, video och mobiltelefon – högre bland andra generationens invandrare än bland svenskarna. Om vi jämför andra generationens invandrare med motsvarande åldersgrupp bland svenskar, visar sig att svenskarna i ännu högre grad har tillgång till persondator och Internet, men att det inte finns någon skillnad i fråga om CD-spelare, video och mobiltelefon.

En intressant iakttagelse är att andelen med tillgång till hushållsparabol är högre i första generationens invandrare (25%) än bland svenskar (21%). Med tanke på att de flesta svenskar med hushållsparabol dessutom bor i villa kan det vara rimligt att jämföra hushållsparabolinnehav bland svenskar och invandrare i flerfamiljshus. I en sådan jämförelse visar sig att andelen med hushållsparabol är nästa dubbelt så stor i invandrargruppen.

Västsverige och Göteborg

Jämförelsen mellan svenska och utländska medborgare i Västsverige både liknar och skiljer sig från genomsnittet för Sverige (tabell 3a). Likheten är att svenskarna överlag har en mer omfattande medieutrustning än invandrarna, skillnaden är att invandrarna i Västsverige generellt sett ligger lägre än invandrarna i Sverige som helhet. De utländska medborgarna i Västsverige förefaller klart mindre mediestarka. De ligger klart lägre på alla medier med undantag för hushållsparabol

och, något oväntat, fax. Om vi begränsar jämförelsen till endast Göteborgs kommun (tabell 3b) blir den lägre utrustningsnivån ännu tydligare.

Tabell 3a Medieinnehav efter medborgarskap och uppväxtplats, Västsverige, 1998 (procent)

Medieinnehav	Svensk medborgare	Utländsk medborgare	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
TV	96	86	96	89	94
Kabel-TV	48	42	46	49	59
Parabolantenn	20	24	19	23	21
Text-TV	75	62	76	74	76
Video	80	68	80	72	88
Persondator	58	45	59	44	71
Internet (alla)	37	27	37	23	49
Internet (bland datorinnehavare)	62	43	62	38	80
Morgontidningspren.	74	46	76	53	60
Pren. på GP	67	41	68	48	55
Mobiltelefon	63	47	64	45	75
Fax	18	21	18	21	24
CD-spelare	81	62	81	62	92
Antal svar (cirka)	1 515	100	1 235	150	135

Källa: Väst-SOM 1998

Tabell 3b Medieinnehav efter medborgarskap och uppväxtplats, Göteborgs kommun, 1998 (procent)

Medieinnehav	Svensk medborgare	Utländsk medborgare	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
TV	95	82	95	86	92
Kabel-TV	60	45	59	55	67
Parabolantenn	13	22	12	20	14
Text-TV	71	59	71	72	74
Video	75	63	75	70	87
Persondator	57	41	58	41	70
Internet (alla)	36	21	36	20	51
Internet (bland datorinnehavare)	60	34	60	34	79
Morgontidningspren.	72	38	75	47	58
Pren. på GP	66	36	68	44	53
Mobiltelefon	57	48	58	47	68
Fax	17	21	17	19	23
CD-spelare	79	62	81	59	89
Antal svar (cirka)	830	70	650	100	90

Källa: Väst-SOM 1998

Samma mönster återkommer, om än inte lika tydligt, då vi analyserar medieinnehavet efter uppväxt. Skillnaden mellan svenskarna och första generationens invandrare är till exempel klart större i Västsverige i fråga om tidningsprenumeration, mobiltelefon och persondatortillgång i hushållet. Det visar sig emellertid att detta inte gäller den andra generationens invandrare; i denna grupp är medieutrustningen på samma nivå i Västsverige som i Sverige som helhet. Samtidigt är det överlag samma åldersberoende skillnader mellan första och andra generationens invandrare i Västsverige.

Det är svårt att ange orsakerna till skillnaden mellan Göteborg och övriga landet. En tänkbar förklaring är att invandrarna i Västsverige, och då särskilt i Göteborg, har varit kortare tid i Sverige. Ett tecken på detta är att de är något yngre. En annan förklaring kan vara att de invandrare som bor i Göteborg har en annan bakgrund. Detta indikeras av att det är fler invandrare i Västsverige som kommer från länder utanför Norden än vad det är i Sverige som helhet.

Slutsatser

Även om det finns klara skillnader mellan svenskar och invandrare i fråga om medietillgång är ändå det allmänna intrycket att tillgången i invandrargruppen också är mycket god, inte minst bland andra generationens invandrare, där skillnaderna i förhållande till svenskarna är förhållandevis liten.

Om vi mot bakgrund av brandkatastrofen väljer att ta vår utgångspunkt i mediernas roll för informationsinhämtande finns det två iakttagelser att göra.

Den första iakttagelsen är att det medium som för svenskar är ett av de viktigaste för lokal information – de lokala morgontidningarna – finns i klart mindre utsträckning i invandrarhushåll. Andelen invandrare som har en morgontidningsprenumeration är troligen ännu lägre i verkligheten, eftersom en postenkät sannolikt överskattar tryckta medier något.

Den andra iakttagelsen är att de medier där skillnaderna i fråga om tillgång är som minst mellan svenskar och invandrare, är medier som vanligen används som nöje och underhållning, till exempel satellit-TV och video. Detta gäller dock bland svenskar. Det är troligt att den höga andelen för hushållsparabol i invandrarfamiljer snarare kan bero på att man vill följa satellitkanaler på sitt eget språk.

Medievanor

Att man har – eller inte har – tillgång till medier är en viktig, men inte avgörande, faktor bakom regelbundenheten i medievanorna. Det handlar även om typen av medium. Bland svenskar gäller å ena sidan att innehav av kabel-TV och hushållsparabol har lett till en större användning av satellitkanaler, å andra sida att nedgången i hushållsprenumeration för morgontidningar nästan

inte alls påverkar tidningsläsningen, eftersom man kan ha tillgång till tidningen på annan plats, till exempel på arbetsplatsen eller i skolan.

I Sverige läser eller tittar idag cirka 80 procent av allmänheten i någon slags dagstidning regelbundet. Med regelbundet menas då minst fem dagar per vecka. Procentandelen har fallit något sedan slutet av 1980-talet. Däremot ligger den regelbundna morgontidningsläsningen förhållandevis stabilt på 75 procent. Nedgångarna har framför allt gällt kvällspress. Exponeringen för TV en genomsnittlig dag ligger på cirka 85 procent och har ökat svagt sedan 1990-talets början, bland annat som en följd av TV4, men också av satellitkanalerna. Radions räckvidd ligger på drygt 80 procent, men det finns stora skillnader mellan de enskilda kanalerna. Störst publik har sedan mitten av 1990-talet Sveriges Radios P4-kanal med cirka 40 procent regelbundna lyssnare.

Sverige

När vi jämför svenska och utländska medborgare i Sverige, är det mot bakgrund av vad som framkommit i fråga om medieinnehav förväntat att den största skillnaden skall finnas ifråga om dagstidningsläsningen. Detta bekräftas delvis i tabell 4 – men med två viktiga modifieringar. För det första är skillnaden ifråga om morgonpress mellan svenskar och invandrare lägre när det gäller läsning än den var för hushållsprenumeration. För det andra gäller skillnaden just morgonpress, medan det för kvällstidningsläsning inte finns någon skillnad³.

När vi analyserar *dagstidningsläsningen* mot bakgrund av uppväxt är mönstret detsamma. Differensen mellan svenskar och första generationens invandrare har i fråga om regelbunden morgontidningsläsning nästan halverats i jämförelse med hushållsprenumeration. Räckvidden är också förhållandevis stor i den undersökta invandrargruppen (58%). Ännu mer överraskande är möjligen den relativt höga andelen läsare bland andra generationens invandrare. Dessa ligger på samma nivå som – eller till och med något över – svenskar i samma åldersgrupper. Att siffrorna för andra generationens invandrare ligger så pass mycket högre, är sannolikt ett uttryck både för bättre språkkunskaper och socialisation till svenska medievanor.

Även om kvällspressläsningen ligger jämförelsevis högt i invandrargruppen är den ändå mindre regelbunden än morgontidningsläsningen. Möjligen kunde man tänkt sig att kvällspressen skulle ha ett mera lättillgängligt innehåll än morgontidningen och därför skulle bli mera läst. Det är dock troligt att behovet av lokal orientering hos invandrare på samma sätt som hos svenskar ändå är det avgörande.

I *radio* är P4 bland svenskarna den dominerande kanalen. Detta innebär att denna också blir den stora nyhetskanalen både för lokalnyheter och Ekonyheter. Samma mönster finns i invandrargruppen, men på något lägre nivå, och med en större skillnad mellan lokala nyheter i P4, som ligger högre, och Ekonyheter i riksradien. När det gäller den privata lokalradion finns det ingen skillnad, medan närradion ligger högre i invandrargruppen. Särskilt om kravet för regelbundenhet

³ Vad som tidigare framhållits att en postenkät kan förväntas överskatta läsning av tryckta medier måste givetvis vägas in även i denna jämförelse

höjs, till minst 5 dagar i veckan (ej visat i tabell), visar det sig att utländska medborgare lyssnar mer på närradio än svenska: 10 procent bland utländska medborgare, 5 procent bland svenska.

Närradion är således den enda radiokanalen där invandrargruppen ligger något högre. Å andra sidan försvinner skillnaderna om vi utgår från uppväxtplats, möjligen beroende av att denna rymmer fler nordiska och nordeuropeiska invandrare. Bland andra generationens invandrare är närradiointresset lika lågt som bland svenskar i samma åldersgrupper.

Mönstren är inte lika tydliga när vi analyserar radiolyssnandet efter uppväxt, men de går i samma riktning. Yngre människors begränsade intresse för lokalnyheter i P4 slår igenom i andra generationens invandrare. Något överraskande är samtidigt att denna grupp har ett relativt lågt intresse för privat lokalradio.

Tabell 4 Medieanvändning efter medborgarskap och uppväxtplats, Sverige, 1998 (procent)

Medieanvändning	Svensk medborgare	Utländsk medborgare	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
Morgonpress:					
Minst 1 dag/vecka	87	73	89	73	84
Minst 5 dagar/vecka	79	62	77	58	68
Kvällspress:					
Minst 1 dag/vecka	53	51	53	48	56
Minst 3 dagar/vecka	26	25	25	24	27
Radionyheter:					
P4 lokalt > 3 d/v	44	36	46	34	20
Ekot i riksradiation > 3 d/v	43	29	45	28	35
Närradio > 3 d/v	8	11	8	9	9
Privat lokalradio > 3 d/v	19	18	19	12	15
TV-nyheter:					
Rapport > 3 d/v	42	40	42	50	25
Aktuellt > 3 d/v	39	36	39	48	27
Nyheterna > 3 d/v	29	32	29	36	27
SVT regionalt > 3 d/v	33	29	34	34	16
TV4 lokalt > 3 d/v	18	23	18	23	8
Övriga medier:					
Internet > 1 d/v	34	26	34	24	48
Veckotidning > 1 d/v	36	42	37	40	34
Bok > 1 d/v	31	29	31	34	31
Hyr videofilm > 1 g/mån	20	31	19	22	39
Antal svar (cirka)	3 370	150	2 950	250	220

Källa: Riks-SOM 1998

TV-nyheterna domineras bland svenskar av Rapport. Rapport, liksom Sveriges Televisions regionalnyheter, har dock främst en äldre publik, medan TV4s Nyheterna attraherar de yngre. När vi jämför efter medborgarskap visar sig det förväntade mönstret bland svenskarna. De utländska medborgarna har ett nyhetstittande som anmärkningsvärt nära överensstämmer med det svenska, med undantag för att de i större utsträckning tittar på nyheter i TV4.

När vi istället studerar nyhetstittandet efter svarspersonernas uppväxt, visar sig den första generationens invandrare i jämförelse med svenskar ha oväntat höga tittarsiffror för alla nyhetsprogram i TV – utom de regionala i SVT. Resultatet är svårförklarat. Möjligen är det en följd av att det nationella genomsnittet för första generationens invandrare innehåller förhållandevis fler nordbor, men detta förklarar ändå inte varför man ser nyheter i *större utsträckning* än svenskar. Att andra generationens invandrare ser mindre av SVTs TV-nyheter är däremot förväntat med tanke på deras lägre ålder. Detsamma gäller deras relativt omfattande tittande på TV4s Nyheterna.

Internetanvändningen bland skiljer sig inte oväntat mellan svenskar och invandrare, men differensen är mindre än vad som kunde förmodas med hänsyn till exempelvis dagstidningsläsningen – 34 procent bland svenska och 26 procent bland utländska medborgare använder Internet minst någon gång i veckan. Detta tyder på att användningen delvis kan vara riktad mot ickesvenska sajter.

När vi klassificerar svarspersonerna efter uppväxt visar sig att det i andra generationens invandrare finns en mycket hög andel Internetanvändare (48%), klart högre än genomsnittet för svenskar (34%) men något lägre än svenskar i samma åldersgrupper. Andra studier visar också på att det överlag finns mindre av sociala skillnader bland yngre internetanvändare.

Ifråga om övriga medier, läser utländska medborgare veckotidningar i något större utsträckning än svenskar, liksom de i större utsträckning hyr videofilmer regelbundet. Vad gäller veckotidningar är det framför allt de som är uppväxta utomlands som tar del av dessa i större utsträckning än svenskar, medan det ifråga om att hyra videofilm framför allt är andra generationens invandrare som gör detta mer än svenskar. Också här torde emellertid åldersfaktorn spela in; andra generationens invandrare är en ung grupp.

Västsverige och Göteborg

Den västsvenska mediesituationen skiljer sig inte på något avgörande sätt från det nationella genomsnittet i Sverige. Undantaget är gratistidningen Metro, som bara finns i Stockholm (sedan 1995) och Göteborg, där den startade 1998.

När det gäller skillnader i *dagstidningsläsning* mellan svenska och utländska medborgare avviker Västsverige klart från ett nationellt genomsnitt (tabell 5a). I förhållande till Sverige i stort är skillnaden i fråga om morgontidningsläsning större i Västsverige – i själva verket är det lika stor differens i fråga om regelbunden morgontidningsläsning som för prenumeration: 72 procent av svenskarna läser en morgontidning minst fyra dagar i veckan, 48 procent av de utländska medborgarna. Däremot läser de senare relativt sett oftare kvällstidningar, 38 procent läser minst två

gångar i veckan i jämförelse med svenskarnas 31 procent. En trolig förklaring till dessa avvikelser är invandrargruppen i Göteborg dels är mindre etablerad än riksgenomsnittet, dels att det finns en lokal kvällstidning i Göteborg.

Men det finns ytterligare en förklaring – gratistidningen Metro. Om Metro definieras som morgontidning krymper skillnaden mellan svenskars och invandrares morgontidningsläsning dramatiskt – från 24 till 11 procentenheter för läsning minst fyra dagar per vecka. Bland de utländska medborgarna är Metros räckvidd (minst två dagar per vecka) över 40 procent. Göteborgs-Posten når visserligen fler, men skillnaden i räckvidd mellan tidningarna är inte särskilt stor.

Tabell 5a Medieanvändning efter medborgarskap och uppväxtplats, Västsverige, 1998 (procent)

Medieanvändning	Svensk medborgare	Utländsk medborgare	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
Morgonpress*:					
Minst 2 dagar/vecka	82 (88)	61 (79)	83 (88)	71 (84)	69 (80)
Minst 4 dagar/vecka	72 (78)	48 (67)	74 (79)	58 (72)	58 (66)
GP > 4 dagar/vecka	68	43	70	51	55
Metro > 2 dagar/vecka	23	41	21	36	35
Kvällspress:					
Minst 2 dag/vecka	31	38	30	33	31
Minst 4 dagar/vecka	13	14	13	13	10
Radionyheter:					
Ekot i riksradien > 3 d/v	36	22	38	21	29
Privat lokalradio > 3 d/v	14	10	14	9	19
Närradio > 2 d/v	5	7	5	7	4
P4 lokalt > 2 d/v	34	33	36	34	16
TV-nyheter:					
Rapport > 3 d/v	63	56	63	67	49
Aktuellt > 3 d/v	62	50	64	56	47
Nyheterna > 3 d/v	52	51	52	53	41
SVT regionalt > 3 d/v	36	28	38	36	16
TV4 lokalt > 3 d/v	13	9	14	13	7
Öppna kanalen > 3 d/v**	0 (1)	3 (10)	0 (0)	3 (9)	1 (1)
Övriga medier:					
Internet > 1 d/v	39	27	38	24	57
Veckotidning > 1 d/v	27	27	27	31	22
Antal svar (cirka)	1 516	100	1 235	151	135

Källa: Väst-SOM 1998

* Siffrorna inom parentes är inklusive Metro

** Siffrorna inom parentes > 1 d/v

Kommentar: P4 lokalt innefattar kanalen som helhet, inte enbart nyhetssändningar.

Inom Göteborgs kommun (tabell 5b) är bilden i stort densamma som i Västsverige. Inom kommunen är dock skillnaderna mellan svenskarnas och invandrarnas morgontidningsläsning något större, även när Metro inkluderas. Metros räckvidd bland de utländska medborgarna i Göteborgs kommun är dock dryga 50 procent.

En analys efter uppväxt ger samma bild. Morgontidningsläsningen (58% minst fyra dagar i veckan) är något svagare och kvällstidningsläsningen (33% minst två dagar i veckan) något starkare bland första generationens invandrare i Västsverige (tabell 5a), i jämförelse med motsvarande grupp i landet som helhet. Metro står stark i bland både första och andra generationens invandrare – med 36 respektive 35 procent, i jämförelse med 21 procent bland svenskarna. Om vi begränsar oss till Göteborgs kommun (tabell 5b) så är andelarna 48, 44 respektive 28 procent. Det är således uppenbart att Metro inte bara är de yngres och kollektivtrafikresenärernas tidning utan också invandrarnas tidning.

Tabell 5b Medieanvändning efter medborgarskap och uppväxtplats, Göteborgs kommun, 1998 (procent)

Medieanvändning	Svensk medborgare	Utländsk medborgare	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
Morgonpress*:					
Minst 2 dag/vecka	83 (91)	56 (81)	84 (91)	66 (84)	73 (86)
Minst 4 dagar/vecka	73 (81)	42 (67)	75 (82)	53 (73)	59 (72)
GP > 4 dagar/vecka	67	37	70	45	56
Metro > 2 dagar/vecka	31	52	28	48	44
Kvällspress:					
Minst 2 dag/vecka	30	38	29	32	29
Minst 4 dagar/vecka	12	14	12	12	9
Radionyheter:					
Ekot i riksradien > 3 d/v	34	18	37	19	26
Privat lokalradio > 3 d/v	14	11	14	11	19
Närradio > 2 d/v	4	7	5	7	2
P4 lokalt > 2 d/v	44	40	46	48	28
TV-nyheter:					
Rapport > 3 d/v	63	54	65	62	45
Aktuellt > 3 d/v	62	51	63	54	47
Nyhetererna > 3 d/v	52	51	53	52	41
SVT regionalt > 3 d/v	50	34	52	45	28
TV4 lokalt > 3 d/v	24	23	24	24	18
Öppna kanalen > 3 d/v**	0 (1)	3 (12)	0 (1)	2 (11)	0 (0)
Övriga medier:					
Internet > 1 d/v	41	21	40	23	57
Veckotidn. > 1 d/v	25	25	26	29	22
Antal svar (cirka)	830	70	650	100	90

Källa: Väst-SOM 1998

* Siffrorna inom parentes är inklusive Metro

** Siffrorna inom parentes > 1 d/v

Kommentar: P4 lokalt innefattar kanalen som helhet, inte enbart nyhetssändningar.

Radiolyssnandet i Västsverige (tabell 5a) domineras av Sveriges radios Ekonyheter samtidigt som Ekot står något svagare i Västsverige jämfört med ett nationellt genomsnitt. Det gäller både svenskar och utländska medborgarna i regionen. Tendensen är densamma inom Göteborgs kommun (tabell 5b). I Väst-SOM ställdes ingen fråga om lyssnande på nyheter i P4, utan istället om nyhetslyssnande på privat lokalradio, och det regelbundna lyssnandet på dessa kanalers nyheter ligger naturligt nog lägre än för de nationella Ekonyhetererna. Ser vi däremot till P4 som *kanal* – alltså inte specifikt nyhetsprogram, även om mycket av innehållet har nyhetskaraktär – är det P4 som dominerar både i regionen och i Göteborgs kommun. De utländska medborgarna följer mönstret: högre lyssnande för P4 och mer omfattande lyssnande i Göteborgs kommun. I jämförelse med ett riksgenomsnitt är det mindre skillnad mellan svenska och utländska medborgares P4-lyssnande i Göteborg.

På samma sätt som i Sverige i stort har närradion en förhållandevis större spridning bland utländska medborgare i Västsverige. Även om andelarna är ytterst låga pekar de tydligt i sådan riktning, särskilt då svenska (2% minst fyra gånger per vecka) och utländska medborgare jämförs (5%). I Göteborgs kommun bortfaller dock skillnaderna.

Även när vi analyserar radiolyssnandet efter svarspersonernas uppväxt, istället för medborgarskap, återkommer samma tendenser. Ekonyhetererna i riksradien är de nyheter som har störst andel lyssnare. Andra generationens invandrare skiljer emellertid ut sig ifråga om lyssnande på nyheter i privat lokalradio – precis som svenskar i motsvarande åldersgrupp lyssnar de mycket på de kanaler som huvudsakligen innehåller musik. Det gäller både Västsverige och Göteborgs kommun. Bland första generationens invandrare ligger P4-lyssnandet på i stort sett samma nivå som bland personer uppvuxna i Sverige; bland andra generationens invandrare ligger det lågt. Ånyo är det åldersfaktorn som slår igenom; unga svenskar lyssnar lika lite på P4.

I Västsverige (tabell 5a) är det främst första generationens invandrare som lyssnar något oftare på närradio, och detsamma gäller i Göteborgs kommun (tabell 5b). Andra generationen invandrare saknar helt närradiointresse, ligger betydligt lägre och i stort sett på samma nivå som svenskar i samma åldersgrupper, framför allt i Göteborgs kommun.

TV-tittandet på nyheter i Göteborg har i stort sett samma karaktär som ett riksgenomsnitt. De publikstarka programmen är Rapport, Aktuellt och SVT:s regionala nyheter Västnytt, medan Nyheterna i TV4 ligger något lägre. Bland utländska medborgare är tendensen likartad, men i jämförelse med det nationella genomsnittet har framför allt Nyheterna en högre andel tittare i Västsverige (tabell 5a). Tendensen är exakt densamma i Göteborgs kommun (tabell 5b).

I Göteborgs kommun finns även Öppna kanalen, som över kabel bland annat sänder program producerade av invandrarorganisationer avsedda för den egna gruppen. Bland svenska medborgare har Öppna kanalen knappast någon publik; endast någon procent av dem som har tillgång till den ser den någon gång i veckan. Bland de utländska medborgare som har svarat i undersökningen är motsvarande andel 15 procent. Detta torde snarast vara en underskattning, eftersom det är sanno-

likt att denna kanal når fler i den grupp som på grund av språkproblem inte svarar på en postenkät.

Om vi analyserar Öppna kanalens publik efter svarspersonernas uppväxt visar sig denna attraherar främst första generationens invandrare (12%), medan andra generationens ligger i stort på samma nivå som svenskarna (0%).

Vi har också för Västsverige och Göteborg sökt belysa *internetanvändningen* bland svenskar och invandrare. Inte oväntat är denna högre bland svenska än bland utländska medborgare. Det intressanta är emellertid att den är klart högre bland andra generationens invandrare (57% minst en gång i veckan) än bland genomsnittet för svenskar (40%). Siffrorna gäller både Västsverige och Göteborgs kommun. Jämför vi med svenskar i samma ålder som andra generationens invandrare, visar sig dock svenskarna ha en något högre internetanvändning än andra generationens invandrare, men skillnaderna är inte stora.

Slutsatser

Huvudtendensen är att invandrargruppen, oavsett hur den definieras, använder svenska nyhetsmedier i mindre utsträckning än svenskar. Resultatet är knappast överraskande. Andra medievanor från hemländerna, språkproblem och liknande skapar trösklar inför de svenska medierna. Tröskeln är särskilt hög för dagstidningsläsning, undantaget gratistidningen Metro.

Däremot finns det inte något belägg för att det skulle finnas något ointresse för svenska nyheter – eller nyheter från Sverige. Tvärtom tyder de relativt höga siffrorna för lokal morgonpress och för radionyheter på en vilja att orientera sig i det nya samhället. Det stora genomslaget för Metro bland invandrare i Västsverige och Göteborg är ett annat bra exempel på informationsintresset. Resultaten pekar dessutom på att intresset för den lokala informationen, precis som hos svenskar, är större på mindre orter.

Ett annat intressant mönster är att den andra generationens invandrare uppvisar betydande likheter i medievanor med svenskar i samma ålder. Likheter tyder på att man är på väg att växa in i det nya samhällets mediasystem. Hur detta inväxande kommer att utvecklas är dock svårbedömt, eftersom det är först i åldersgruppen 30 till 40 år som det går att urskilja om det traditionella svenska mediasystemet anammats eller ej.

En studie i Angered 1996

Angered är en förort till Göteborg som skiljer ut sig dels genom sin stora andel invånare med annat ursprung än det svenska — cirka 50 procent av angeredsborna har utländsk bakgrund och cirka 20 procent är fortfarande utländska medborgare, jämfört med cirka sju procent i Göteborg som helhet — dels genom den stora del av invånarna som anser sig tillhöra arbetarfamiljer. Ungefär 70 procent av de svarande uppger att de tillhör arbetarfamilj, att jämföra mot cirka 35 procent i Göteborgs kommun som helhet.

Hösten 1996 genomförde forskningsprogrammet Dagspresskollegiet i samverkan med Göteborgs-Posten och SOM-institutet en frågeundersökning i Angered. Undersökningen hade som ett av flera teman att belysa medievanorna i området.

Dagstidningsläsning

Tidningsläsningen i Angered skiljer sig en del gentemot hur det ser ut både i Göteborgs kommun och Sverige som helhet, precis som befolkningssammansättningen gör det. De totala siffrorna för läsning av en morgontidning är betydligt lägre – knappa 50 procent i Angered mot dryga 70 procent i övriga Göteborg.

Tabell 6 Tidningsläsning och prenumeration i Angered efter uppväxtplats, 1996 (procent)

Läsning och prenumeration	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
Prenumeration	69	42	45
Läser morgontidning > 4 d/v	72	40	54
Läser GT > 4 d/v	12	10	18
Läser GP Angered varje vecka	63	47	56
Antal svarande	288	185	93

Källa: Kom-SOM Angered 1996

Två av de viktigaste skillnaderna mellan Angered och övriga undersökta områden är klasstillhörighet och den stora andelen invandrare, vilket också torde vara två av de viktigaste förklaringarna till tidningsläsningsmönstret. Ser vi till de skillnader som finns mellan människor med olika uppväxt blir bilden klart differentierad.

De som är uppväxta i Sverige ligger – både ifråga om prenumeration och läsning – nästan på samma nivå som göteborgare generellt. De nya svenskarna uppvisar en något annorlunda bild. Andra generationens invandrare tar del av de svenska tidningarna i högre utsträckning än de som är uppväxta utomlands. Ifråga om att prenumerera på en morgontidning är skillnaden inte stor, men läsningen skiljer ut sig något mer; nästan hälften av andra generationens invandrare läser en morgontidning minst fyra dagar i veckan.

Kvällstidningen ser ut att vara något viktigare för de nya svenskarna än för de gamla. Andra generationens invandrare läser GT i förhållandevis stor utsträckning – nästan var femte läser den lokala kvällstidningen minst fyra dagar i veckan, vilket är en relativt hög siffra. En förklaring är ålders- och klassammansättningen hos andra generationens invandrare.

Det är emellertid inte bara uppväxtförhållanden som spelar roll vad gäller förhållningssättet till tidningarna, utan också en mängd andra faktorer spelar in. Exempelvis är skillnaderna i tidnings-

läsning mellan män och kvinnor större i Angered än i Göteborg som helhet. En tänkbar förklaring till detta är att kvinnor och män från vissa samhällen lever relativt olikartade liv; man deltar inte i samhällslivet på samma sätt och då blir också tidningen som informationskälla använd på olika sätt.

Sedan undersökningen genomfördes i Angered 1996 har situationen dock ändrats kraftigt. Hösten 1998 hade gratistidningen Metro drygt 30 procent regelbundna läsare i Angered, samtidigt som Göteborgs-Postens räckvidd också ökat något.

Informationsval

Förutom tidningar finns det andra möjligheter att ta del av information om samhället. Svartspersonerna i Angeredsstudien fick ta ställning till ett antal sådana kanaler (tabell 7).

Tabell 7 Andel som anger att de vanligen får information om samhället från olika källor efter uppväxtplats, Angered, 1996 (procent)

Källor	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
Svensk radio/TV	96	89	85
Lokala dagstidningar	87	78	85
Svenska dagstidningar i övrigt	69	73	85
Familj, släkt, vänner	67	67	80
Arbetskamrater	62	48	66
Informationsblad, anslagstavla	33	30	44
Föreningar	23	14	33
Utländska tidningar/radio/TV	12	48	23
Antal svarande	288	185	93

Källa: Kom-SOM Angered 1996

Massmedierna spelar ofta en avgörande viktig roll för människors möjligheter att få information om samhället; radio och TV är de alternativ som de allra flesta anger, vilket är två relativt lättillgängliga medier. Att också tidningar är så vanliga källor kan synas vara en paradox eftersom man i Angered inte i så stor utsträckning läser en morgontidning. Det finns flera tänkbara förklaringar till att svenska tidningar ändå är så vanliga som källor för samhällsinformation:

En förklaring är naturligtvis att man inte med nödvändighet behöver läsa tidningen så ofta som *fyra* dagar i veckan för att få information om samhället; tidningen kan vara en viktig informationskälla även om den läses mer sällan. En annan förklaring till att så många anger dagstidningar, skulle kunna vara att angeredsborna i begreppet 'lokala dagstidningar' också räknar in exempelvis GP Angered. Genom den får man de verkligt lokala nyheterna om det samhälle vari man lever.

Människor i ens omgivning – familj, släkt, vänner samt arbetskamrater – är också en viktig källa för att få reda på vad som händer i samhället. Detta gäller alldeles särskilt dem som är andra generationens invandrare; det sociala kontaktnätet spelar en stor roll. Föreningar, informationsblad samt anslagstavlor är ytterligare källor som i högre utsträckning anges av andra generationens invandrare än av andra.

Utländska medier – tidningar, radio och TV – anges som informationskälla framför allt av dem som inte är uppväxta i Sverige. Att ta del av vad som händer i det 'gamla' samhället går i stort sett inte att göra utan att ta del av medier från just det landet. Å andra sidan är det då knappast information om det *svenska* samhället som dessa människor tar del av via denna kanal.

Förtroende för olika medier

En stor del av den svenska befolkningen har ett relativt stort förtroende för medierna. Det gäller också i Angered, men i lägre utsträckning än för göteborgare eller svenskar generellt.

Tabell 8 Förtroendet för medier efter uppväxtplats, Angered, 1996 (procent)

Medium	Uppvuxen i Sverige	Uppvuxen utomlands	Förälder uppvuxen utomlands
GP Angered	91	82	93
TV4 lokalt	86	81	85
Västnytt	85	80	83
Göteborgs-Posten	82	76	84
P4 lokalt	82	66	83
Närradio	79	62	70
Arbetet	70	57	67
P2	62	44	54
GT	57	54	62
City 107	51	46	68
Antal svarande	288	185	93

Källa: Kom-SOM Angered 1996

Störst förtroende har angeredsborna för den lokala gratistidningen GP Angered, den lokala morgontidningen Göteborgs-Posten och de regionala TV-nyheterna i SVT och TV4. Också bland göteborgarna i övrigt är det Göteborgs-Posten och de regionala TV-nyheterna Västnytt som åtnjuter störst förtroende. Ifråga om de båda sistnämnda medierna finns heller inga skillnader mellan dem som är födda i Sverige, andra generationens invandrare och dem som är födda utomlands. Ifråga om GP Angered däremot, kan noteras att de som är uppväxta utomlands i något mindre utsträckning anser att rapporteringen är tillförlitlig, i jämförelse med dem som är uppväxta i Sverige eller är andra generationens invandrare. Trots detta, är GP Angered det medium som också de som är uppväxta utomlands anser vara mest tillförlitligt.

Varför förtroendet för medierna generellt är något mindre i Angered än i Göteborg, är en fråga man kan ställa sig. Ett tänkbart svar på den frågan skulle kunna vara att den rapportering som ges

om Angered, är negativ – vilket också de flesta svarspersonerna anser – och därmed blir den heller inte trovärdig. En tidning som GP Angered har Angeredsperspektivet i sin rapportering – och blir därmed det mest trovärdiga mediet.

Sammanfattande slutsatser

Sammanfattningsvis kan man säga att analyserna av medietillgång och medievanor bland svenskar och invandrare ger ett värdefullt perspektiv vad gäller människor som inte kommer från Sverige, alternativt är andra generationens invandrare. De flesta kvantitativa studier har aldrig någon möjlighet att ens studera invandrarna som en grupp – även om det också förstås hade varit önskvärt att kunna visa heterogeniteten *inom* gruppen invandrare – eftersom dessa i varje sådan studie blir för få.

Vi kan konstatera att medievanorna ser annorlunda ut i invandrargruppen i jämförelse med svenskar. Generellt är medietillgång och medieanvändning något mindre. Men detta hindrar inte att medierna är även för invandrargruppen är en av de viktigaste källorna för information om vad som händer i det svenska samhället.

Vilken roll medierna spelar – eller *kan* spela – för människor med utländsk härkomst i ett samhälle som det svenska är en intressant fråga att fortsätta fundera över. Är det till exempel möjligt att betrakta medierna som en viktig beståndsdel för integration i ett nytt samhälle? Är det till och med så att det är just genom användningen av svenska medier som man definierar sig som svensk?

Sådan frågor är centrala då medieanvändningen betraktas i ett demokratiskt perspektiv. För att kunna delta i samhällslivet som helhet är det viktigt att kunna använda det språk som finns i det nya landet – vilket man tar till sig genom att bland annat använda medier. Detta är särskilt viktigt i fråga om dagstidningar genom att dessa av tradition har en nyckelroll i det svenska politiska samtalet och därmed fungerar som en viktig beståndsdel i den svenska demokratin.

Men medieanvändning är inte bara en fråga om demokrati, utan också ett band till den egna kulturen eller traditionen. För invandrare med många kontakter till sitt gamla hemland är det givetvis av stor vikt att kunna hålla sig orienterad om vad som händer där. Vi har redan av den höga andelen hushållsparaboler i invandrargruppen fått stöd för antagandet att tittandet på det egna hemlandets TV är något viktigt. Från en tidigare SOM-undersökning (1995) vet vi dessutom att utländska medborgare regelbundet köper utländska tidningar och tidskrifter regelbundet: närmare hälften köper då och då utländska dagstidningar, drygt två tredjedelar utländska tidskrifter. Också i lokalsamhället finns kanaler på det egna språket som har relativt många användare; i Göteborg är det främst den så kallade Öppna kanalen.

Vilket medium man väljer att ta del är inte bara en fråga om information, det handlar i hög grad om identitet och samhörighet. Invandrargruppens splittrade medievanor är ett tydligt uttryck för hur invandrargruppen hela tiden balanserar mellan två skilda kulturer. I medievanorna ingår å ena sidan hemlandets eller det egna språkområdets medier, å andra sidan de svenska. Den första generationens invandrare har en övervikt för de förra, den andra generationen för de senare.

PUBLIKATIONER UTGIVNA AV INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK OCH MASSKOMMUNIKATION (JMG)

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

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

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

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

JMG:s bokserie

Göteborgsstudier i masskommunikation (1980 -- 1990)

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber. 521 sid.
2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm. 350 sid.
3. Lennart Weibull, Karin Björkqvist (1989) *Dagspressen och dess läsare*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International. (slut)

Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation (1990 --

1. Robert Burnett (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. (slut)
2. Roger Wallis (1991) *Internationalisation, Localisation & Integration*. Pris: 200 kronor. 281 sid.
3. Ronny Severinsson (1994) *Tidningar i konkurrens. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950 - 1985*. Pris: 200 kronor. 278 sid.
4. Bo Reimer (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Almqvist & Wiksell International. Stockholm. (slut)

5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*. Pris: 200 kronor. 271 sidor.
6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Pris: 210 kronor. 216 sidor.
7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies*. Pris: 200 kronor. 323 sidor.
8. Admassu Tassew (1995) *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*. Pris: 200 kronor. 235 sidor.
9. Monika Djerf Pierre (1996) *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961 - 1994*. Pris: 275 kronor. 486 sidor.
10. Tomas Andersson Odén (1996) *Principer på präny. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Pris 200 kronor, 168 sidor.
11. Margareta Melin-Higgins (1996) *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Pris 200 kronor, 171 sidor.
12. Maria Elliot (1997) *Förtorendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, Pris: 275 kronor, 364 sidor.
13. Kent Asp, Bengt Johansson och Larsåke Larsson (1997) *Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet. Pris 200 kronor, 310 sidor.
14. Carlsson, Ulla *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1998
15. Johansson, Bengt *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.
16. Wallin, Ulf *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.
17. Larsson, Larsåke *Nyheter i samspel. Studier i kommunjournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.
18. Weibull, Lennart och Ingela Wadbring (red) *Publik och medier 1996/1997*. Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.

JMG:S RAPPORTSERIE (avslutad 1994)

Rapporter från Avdelningen för masskommunikation

1. Lennart Weibull (1984) *Dagspress och etermedier i Sverige 1979-1983.* (slut)
2. Jan Strid och Lennart Weibull (1984) *Läsvanor och Läsintressen. 1979-1983.* (slut)
3. Ingela Strid och Lennart Weibull (1984) *Annonsbladsläsning i Sverige.*
4. Ronny Severinsson (1985) *Publiken möter kabel-TV.* (slut)
5. Lennart Weibull (1985) *Närradiolyssnandet i Stockholm 1984.* (slut)
6. Bo Reimer och Lennart Weibull (1985) *Dagspress på arbetsplatsen.*
7. Informatörer i Sverige: Arbetsmarknad Framtidsutsikter (1986) Utdrag ur utredningen om informationsutbildning i Sverige (UHÅ-rapport 985:13)
8. Ingela Strid och Lennart Weibull (1986) *Mediesverige 1986.*
9. Bo Reimer (1986) *Läsaren och tidningen.*
10. Rutger Lindahl (1986) *Nyheten om mordet på Olof Palme.*
11. Monika Djerf (1986) *Funktioner hos kabel-TV.*
12. Anders Ohlsson (1986) *Att svara eller inte svara - det är frågan.*
13. Ronny Severinsson (1987) *Den nya medieframtiden - TV via satellit och kabel.*
14. Ingela Strid och Lennart Weibull (1988) *Mediesverige 1988.*
15. Ronny Severinsson (1989) *Agerande och utveckling inom dagspressen i Västergötland.*

Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (avslutad 1994)

1. Emanuelsson, Eva & Karlsson, Kristina (1991) *Informatörer inför 90-talet.*
Pris: 90 kronor.
2. Wallin, Ulf (1991) *Bilden av EG.*
Pris: 120 kronor.
3. Wallin, Ulf (1992) *EG - Hot eller löfte? Argument i dagspress, radio och TV för och emot svenskt EG-medlemskap.*
Pris: 100 kronor.

4. Flodin, Bertil (1993) *Samhällskommunikation under 80-talet*. En kunskapsöversikt. Pris: 150 kronor.
5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet*. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94. Pris: 200 kronor.

Arbetsrapporter

Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation (1980 -- 1990) (Pris: 60 kr + moms och porto)

1. Lennart Weibull (1984) *Trender i massmedieanvändningen*.
2. Bo Reimer (1985) *Tidningsläsning i södra Halland*.
3. Lennart Weibull (1985) *Läsvanor för svensk morgonpress 1979-1984*.
4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) *Sport i medierna*.
5. Lennart Weibull (1985) *Masskommunikationen i Sverige*. Några reflektioner om läget 1985.
6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) *Internaliserad kultur*. Ett forskningsprogram om värden, individer och massmedier.
7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. A Review Essay*.
8. Bo Reimer (1985) *Values and the Choice of Measurement Technique*. The Rating and Ranking of Postmaterialism.
9. Lennart Weibull (1986) *Press, radio, TV och nya medier i Japan*.
10. *Nyhets-spridningen om mordet på statsminister Olof Palme*. En sammanställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning 2-4 mars 1986.
11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) *Kassettidningsläsning på Gotland*.
12. Lennart Weibull (1986) *Massmediernas framtida utveckling*.
13. Ronny Severinsson (1986) *Tidningsläsning i Södermanland*.
14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986) *Tidningsläsning i Kalmar län*.
15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986). *Läsvanor 1986*.
16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren (1986). *Maps of Culture: Macro and Micro*.

17. Maria Elliot (1986). *Allmänhetens syn på massmediernas trovärdighet.*
18. Lennart Weibull (1986) *Tendenser i svensk dagstidningsläsning.*
19. Bo Reimer (1986) *Social Space and the Structuring of Communication Processes.*
20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) *Actions and Reactions - the Nordic Countries in Age of Satellite Broadcasting.*
21. Lennart Weibull (1987) *Massmediernas räckvidd 1985/86.*
22. Ronny Severinsson (1987) *Dagspressutvecklingen i Västergötland.*
23. Keith Roe (1987) *The Swedish Moral Panic over Video 1980-84.*
24. Bo Reimer (1987) *Dagens Nyheter i västra Sverige.*
25. Ann-Marie Hellerström (1987) *Lokal-TV- ett reellt alternativ till satellit-TV.*
26. Ronny Severinsson (1987) *Skaraborgspressens innehåll 1950-1985.*
27. Ronny Severinsson (1987) *Tidningsläsning i Essunga, Götene och Vara.*
28. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Gästrikland - presentation av en läsundersökning.*
29. Bo Reimer (1988) *Reading Postmaterialism.*
30. Lennart Weibull (1988) *Publicistisk sed. Ett forskningsprogram om ett regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik.*
31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) *Läsvanestudien 1986. Huvudresultat och metodjämförelse.*
32. Magnus Anshelm (1988) *Sverige - nu - SOM 86 - en jämförelse av två undersökningar.*
33. Rutger Lindahl och Lennart Weibull (1988) *Palme i amerikanska ögon. En studie av den amerikanska pressens behandling av nyheten om mordet på statsminister Olof Palme 1986.*
34. Magnus Anshelm (1988) *Massmediernas räckvidd 1986/87 - en analys av Mediebarometern.*
35. Ingela Strid (1988) *Svenska folkets intressen 1973-1982. En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen.*
36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) *Mått på mätning - En förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade mått.*

37. Britt Börjesson (1988) *Brott och publicitet*. Kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet.
38. Lennart Weibull (1988) *Rapport från kontaktresa till Uruguay 10-22 april 1988*.
39. Gunilla Jarlbro (1988) *En kvalitativ studie av hur människor upplever tidningsinnehåll*.
40. Monica Löfgren (1988) *Kabel-TV i Göteborg*.
41. Lennart Weibull (1988) *Lokal-TV via kabel*. Synen på en ny kanal bland andra medier.
42. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Värmland*. Presentation av en läsarundersökning från våren 1977.
43. Keith Roe (1988) *Adolescents' VCR Use: How and Why*.
44. Monika Djerf (1989) *Finns det funktionsdimensioner i medieanvändningen? En faktoranalys*.
45. Karin Björkqvist (1989) *Det politiska tidningsvalet*.
46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) *Läsvanor och läsintressen*.
47. Monika Djerf (1989) *Massmedier och beslutsfattare: en litteraturstudie*.
48. Britt Börjesson (1989) *Pressens självsanering*. Ett regelsystems framväxt.
49. Magnus Anshelm (1989) *Mediebarometern resultat från 1988/99*.
50. Lennart Weibull (1989) *Rapport från en andra kontaktresa till Uruguay*. Om massmedier, utbildning och forskning i social kommunikation samt Instituto Comunicacion y Desarrollo.
52. Monica Löfgren (1989) *Nyhets tidningen 8 sidor - innehåll, spridning och läsning*.
53. Keith Roe (1989) *Notes on the Concept of Aggression and its (Mis) Use in Media Research*.
54. Charlotta Kratz (1989) *Tidningsläsning i Kalmar och på Öland*.
55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989) *City 103 och dess lyssnare - en undersökning om lyssnandet på svenska arbetsgivareföreningens närradiostation i Göteborg*.
56. Karin Björkqvist (1990) *Mediebarometern under åttiotalet*.
57. Roger Wallis (1990) *Music, music everywhere, and so much of it the same...*

58. Charlotta Lekvall och Patrik Vult von Steyern (1990) *City 103 och tre livsstilar*.
59. Margareta Melin (1990) *Kommunaktuellt - studier av tidningens spridning och abonnenternas läsvanor*.
60. Maria Elliot (1990) *Förtroendet för medierna*.
61. Keith Roe (1990) *Never Has so Much Been Written by so Many about so Few, or, Why Youth Research?*

Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (1990 -
 (Pris: 80 kr + moms och porto)

1. Ronny Severinsson (1990) *Massmedier, allmänhet och flyktingfrågor i Sverige och Sjöbo*. En fallstudie på Sjöbo.
2. Ronny Severinsson (1990) *Tidningsläsning i Nordvästra Skåne*.
3. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne*. En presentation av en läsarundersökning.
4. Bo Reimer (1990) *Kulturdiskussioner - Inlägg i tre eviga debatter*.
5. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i Jönköping*. En presentation av en läsarundersökning.
6. Charlotta Kratz (1991) *Verklighetsval och kapital*. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av stockholmstidningar utanför Stockholm.
7. Deanna Hultman (1991) *Dynamisk public relations*. En explorativ studie av Public Relations i fyra företag.
8. Admassu Tassew (1991) *Public service broadcasting concept and practice: a preliminary overview of the ideals and some swedish experience*.
9. Ronny Severinsson (1991) *Tidningsvanor i Gästrikland 1989*. Presentation av en läsarundersökning.
10. Lennart Weibull (1991) *Publik och medier i samspel*. En analys gjord för MedieSverige 1991.
11. Monica Löfgren (1991) *Massmediernas räckvidd 1979 - 1990*.
12. Lennart Weibull (1991) *Masskommunikation som ämnesområde*. Ett försök till empirisk bestämning.

13. Charlotta Kratz (1991) *Tidningsläsning i Södra Halland 1990, jämförelser med situationen 1984.*
14. Margareta Melin (1991) *Från kulturteori till journalistkultur. En litteraturöversikt över diskussionerna kring kulturbegreppet.*
15. Charlotta Kratz (1991) *Från icke-läsare till allätare. Fyra läsartyper i Stockholm och i landsorten.*
16. Kent Asp (1992) *Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse.*
17. Ronny Severinsson (1992) *Med eller utan prenumeration i Eskilstuna och Katrineholm. Presentation av en läsundersökning från hösten 1990.*
18. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Mediebarometern 1979-1991.*
19. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Dagspress och medievanor. En analys av läsvanestudien 1991.*
20. Lennart Weibull och Karl Erik Rosengren (1992) *Swedes' view of the world. A Descriptive Report from the First Two BALTICOM Surveys.*
21. Monica Löfgren Nilsson (1992) *Kvinnligt, manligt, journalistiskt - journalisters syn på nyhetsvärdering.*
22. Monika Djerf-Pierre (1992) *A Toaster With Pictures. The Evolution of American Broadcasting 1921-1991.*
23. Charlotta Kratz (1992) *En fråga om smak. Om stabila och rörliga gruppers kulturella preferenser.*
24. Thomas Östberg (1992) *Sportjournalistik - en analys av fyra dagstidningar 1961 - 1991.*
25. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Mediebarometern 1979 - 1992.*
26. Carin Nilsson, Åsa Widgren (1993) *Videotex - massmedium eller ej? En litteraturstudie och begreppsanalys.*
27. Margareta Melin (1993) *Var finns kvinnorna? En analys av manligt och kvinnligt i kurslitteraturen vid Journalisthögskolan i Göteborg.*
28. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Läsvanestudiens mått på läsvanor. En analys av två mått på läsvanor.*
29. Gunilla Jarlbro (1993) *HIV-aktuellt - En läsundersökning.*

30. Monica Löfgren Nilsson (1993) *Klimat och kön - Journalisters bedömningar av arbetsklimatet på nyhetsredaktioner.*
31. Bengt Carlsson, Inger Lindstedt, Lennart Weibull (1993) *Studieresa till amerikanska högskoleutbildningar i journalistik, medier och kommunikation - En personlig reserapport.*
32. Håkan Hvittfelt, Lennart Weibull (1993) *Pendeln har svängt - En reserapport från Kina.*
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.*
34. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Tidningsläsning i Luleå och Kiruna. Presentation av en läsarundersökning.*
35. Tomas Andersson (1994) *Jönköpings-Posten och Smålandsposten - två småländska tidningsstrategier.*
36. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Mediebarometern 1979 - 1993.*
37. Bengt Johansson (1994) *Att studera massmediernas innehåll. En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation.*
38. Maria Edström, Maria Jacobson (1994) *Massmediernas enfaldiga typer. Kvinnor och män i mediebruset den 17 mars 1994.*
39. Ingela Wadbring, Lennart Weibull (1994) *På konsumenternas sida. En analys av hur konsumentfrågorna speglas i göteborgspresen.*
40. Bo Reimer (1994) *Kulturell identitet och massmedieanvändning på Åland.*
41. Olof Hultén, Carin Nilsson (1994) *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993. Undersökning av sändningstid och programkategorier.*
42. Kent Asp (1994) *Medieval 94'.* Anförande vid Folkrorelsernas Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring medie kvaliteten.
43. Margareta Melin (1995) *Can Women Become Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*
44. Margareta Melin (1995) *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*
45. Ingela Wadbring (1995) *Sista ordet är inte sagt än!* - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid journalistutbildningen i Göteborg.

46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Tidningsläsning i Gästrikland.*
47. Gunilla Jarlbro (1995) *Barn, ungdom och reklam.*
48. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Mediebarometern 1979 - 1994.*
49. Lennart Weibull (1995) *Journalister om Journalisten.* Redovisning av en läsarundersökning från hösten 1994.
50. Kent Asp (1995) *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont.* En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.
51. Monica Löfgren Nilsson (1995) *"Pennskaften" Female Journalists in Sweden.*
52. Gunilla Jarlbro (1995) *Våldsbrott i svensk press.* En jämförelse mellan åren 1983 och 1993.
53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist (1995) *Samma röster med nya ansikten.* En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmässiga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.
54. Dino Viscovi (1995) *Med Loket mot framtiden.* Om unga arbetarklassmän, invandrare, EU och massmedier.
55. Ingela Wadbring (1995) *Tidningsläsaren - vem är det?* En analys av olika gruppers tidningsanvändning.
56. Marina Ghersetti (1996) *Jakten på den försvinnande publiken.* Om besök och besökare på svenska biografer.
57. Kent Asp (1996) *Sverige bilden i TV-nyheterna.* En undersökning av Stockholmsdominansen i Rapport (1986 - 1995) och Nyheterna (1991 - 1995).
58. Lennart Weibull (1996) *Bio, film och samhälle 1995.* En analys av svenskarnas biobesök, filmpreferenser och syn på film och samhälle.
59. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug - en litteraturoversigt ud fra et humanistisk-samfundsvitenskapligt perspektiv.*
60. Ylva Brune (1996) *Välberg i nyheterna - en kamp mellan tolkningsmönster.*
61. Karin Björkqvist Hellingwerf (1996) *Mediebarometern 1979 - 1995.*
62. Ingela Wadbring (1996) *Den journalistiska vägen - vadan och varthän?* En studie om kvinnliga och manliga journaliststudenter i Göteborg.
63. Ylva Brune (1996) *Svenskar, invandrare och flyktingar i rubrikerna.*

64. André Jansson (1996) *TV-tittarna och det sociala rummet* - En studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning.
65. Bo Reimer (1996) *Inte utan relevans* - Om ungdomars användning av massmedier.
66. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug i hverdagslivet*- en kvalitativ interviewundersøgelse om ti menneskers computer- og Internetbrug i privatsfæren.
67. Ebba Sundin (1997) *Barn och massmedier* - En forskningsöversikt.
68. Monica Löfgren Nilsson (1997) *Hon och han i journalistutbildningen* - Ett pedagogiskt projekt.
69. Bertil Flodin (1997) *Medborgarna och EU-informationen* - En studie av inställning, aktivitet och kunskap hos svenska folket inför folkomröstningen 1994
- 70.. Maria Edström (1997) *Kön och journalistik - att utvidga medieverkligheten*. En litteraturöversikt
71. Larsåke Larsson (1997) *Forskningsöversikt - Kommunjournalistik*.
72. Torsten Malmström och Lennart Weibull (1997) *Snöstormen den 17 november 1995*.
73. Anna Maria Andersson (1997) *Vem är den svenske journalisten?* - En studie av journalistkåren i yrkesliv och vardagsliv 1994 - 1995.
74. André Jansson (1997) *Svensk dagstidningsläsning i förändring. Resultat från Riks-SOM-studien 1996*.
75. Britt-Marie Leivik Knowles (1997) *Inter-organisatorisk kommunikation mellan myndigheter och medier*. Forskningsöversikt över myndigheters och mediers interaktion i samband med allvarliga samhällsstörningar.
76. André Jansson (1997) *Sätt att se på TV. En kvantitativ problematisering av den selektiva TV-publiken*.
77. Sigurd Høst och Ronny Severinsson (1997) *Avisstrukturen i Norge og Sverige - 1960 til 1995*. Arbeidsrapport nr. 1 fra prosjektet Norsk-svensk dagspresseutvikling.
78. Anders Lithner och Ingela Wadbring (1997) *Ungdomars dagstidningsläsning*.
79. André Jansson (1997) *Tidningsvärden i morgon- och kvällspress*.
80. Tomas Andersson Odén (1997) *Pressen i Skaraborg. Tidningar och redaktörer från 1793 och framåt*.
81. Magnus Andersson (1997) *Populärmusik: såväl Wu-Tang Clan som Pat Bone*.

82. Birgitte Christiansen och Annika Bergström (1998) *Tidningars symbol- & bruksvärde. Kvalitativa intervjuer med några av Göteborgs-Postens & Hallands Nyheteras läsare.*
83. Erik Fjellman och Jan Sjögren (1998) *Nyhetsläsning på Internet - Svenska CNN från ett användarperspektiv.*
84. Ronny Severinsson /red/ (1998) *Lokalt innehåll i norska och svenska tidningar. Fyra redaktörer läser varandras tidningar.*
85. Anna Maria Andersson, Birgitte Christiansen & Karin Fogelberg (1998) *Vad tycker tittarna? En publikstudie av två underhållningsprogram.*
86. André Jansson (1998) *Dagstidningsläsning 1997. En tabellrapport från Dagspresskollegiet.*
87. Kent Asp (1988) *Medierna och giftutsläppet i Hallandsåsen.*
88. Ronny Severinsson (1988) *Marjasin i medierna. En innehållsanalys på uppdrag av Medieakademin.*
89. Annika Bergström (1988) *Tidningar, radio och TV i västra Småland.*
90. Annika Bergström (1999) *Internet i svenska hushåll hösten 1997.*
91. Lennart Weibull och Ingela Wadbring (1999) *De nya svenskarna möter svenska massmedier.*

BESTÄLLNINGAR

Till institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG)
Sprängkullsgatan 21
411 23 GÖTEBORG
tel: 031 - 773 12 17
fax: 031 - 773 45 54

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

JMG:S bokserie

Titel	Författare	Nummer
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		

JMG:s arbetsrapportserie

Titel	Författare	Nummer
.....		
.....		
.....		
.....		

Namn:.....

Adress:.....

.....

.....