

Det här verket har digitaliserats vid Göteborgs universitetsbibliotek.
Alla tryckta texter är OCR-tolkade till maskinläsbar text. Det betyder att du kan söka och kopiera texten från dokumentet. Vissa äldre dokument med dåligt tryck kan vara svåra att OCR-tolka korrekt vilket medför att den OCR-tolkade texten kan innehålla fel och därför bör man visuellt jämföra med verkets bilder för att avgöra vad som är riktigt.

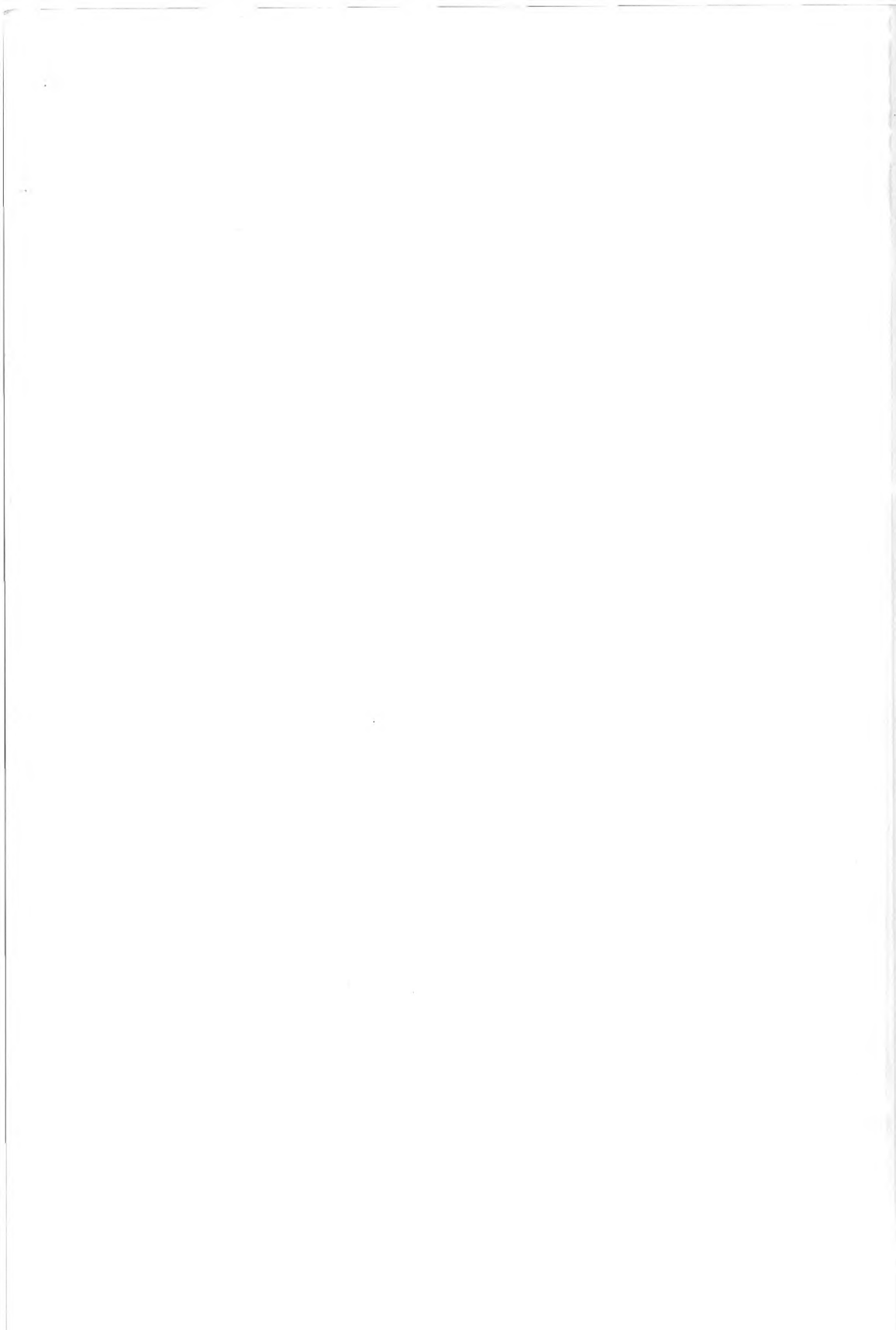
This work has been digitised at Gothenburg University Library.
All printed texts have been OCR-processed and converted to machine readable text.
This means that you can search and copy text from the document. Some early printed books are hard to OCR-process correctly and the text may contain errors, so one should always visually compare it with the images to determine what is correct.



Förtroendet för medierna

Maria Elliot

INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK OCH MASSKOMMUNIKATION · GÖTEBORGS UNIVERSITET



Förtroendet för medierna

TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon

Maria Elliot



Institutionen för journalistik
och masskommunikation
Göteborgs universitet

Akademisk avhandling för filosofie doktorsexamen
Institutionen för journalistik och masskommunikation
Göteborgs universitet

ISSN 1101-4652
ISBN 91-88212-15-7
© *Maria Elliot*
Omslag: *Roger Palmqvist*
Original: *Per Nilsson*
Tryckning: *Grafikerna i Kungälv 1997*

Innehåll

Kapitel 1 Inledning	1
Kapitel 2 Forskning om medieförtroende och trovärdighet	5
Prolog: Källtrovärdigheten utforskas	6
<i>Hovlandgruppens arbete</i>	6
Medietrovärdighet: Den amerikanska traditionen	9
<i>Arvet från källtrovärdighetsforskningen</i>	10
Medietrovärdighetens dimensioner	13
<i>Forskningsområdet befästs</i>	14
Källtrovärdighetsansatser	16
<i>Forskning i etikdebattens skugga</i>	17
<i>Medierna som samhällsinstitution</i>	19
<i>Det politiska perspektivet</i>	20
<i>Trovärdighet och kognitiva processer</i>	22
<i>Dagens syn på medietrovärdighet</i>	23
Källtrovärdighet efter Hovland	23
<i>Källtrovärdighet och påverkan</i>	24
<i>Informationsbehandlingsteorier</i>	25
<i>Källtrovärdighet och kommunikationseffekter</i>	26
Svensk trovärdighetsforskning	27
<i>Teori och empiri: Arvidson</i>	28
<i>Normativ teori: Hermerén</i>	29
<i>Experiment: Lundberg</i>	30
<i>Objektivitet och partiskhet</i>	30
Summering: Vad vi vet om medietrovärdighet	32
<i>Teoribildningen</i>	33
Kapitel 3 Förtroendebegreppet	37
Förtroendebegreppet	37
<i>Teoretiska perspektiv</i>	38
<i>Förtroendets natur</i>	40
Min syn på förtroendebegreppet	42
<i>Förtroendets motsats</i>	43
<i>Angägenhetsgrad</i>	43
Förtroendets betydelse i det senmoderna samhället	44

Kapitel 4	Förtroende för medier	49
	Medieförtroendet som attityd	49
	<i>Den kognitiva komponenten</i>	50
	<i>Den emotiva komponenten</i>	52
	<i>Den handlingsorienterade komponenten</i>	53
	Medierna som föremål för förtroende	54
	<i>Medier som förtroendeobjekt</i>	55
Kapitel 5	Tidigare synsätt	59
	Trovärdighet och kunskapsbildning	61
	<i>Trovärdighetskriterier</i>	63
	<i>Faktainnehåll och fiktion</i>	65
	Trovärdighet och förtroende	65
Kapitel 6	En analysmodell	67
	Utbyten av medier	67
	<i>Medievärden</i>	68
	Utbyten och medieegenskaper	69
	Perceptioner av mediers egenskaper	70
	Förtroenderrelevans	71
	Analysmodell	72
	Förtroende och expectancy-value-modellen	74
Kapitel 7	Förväntningar på medier	79
	Mikro- och makronivå	79
	Forskning om publikens utbyte av medier	80
	Förtroende och personliga utbyten av medier	81
	<i>Generell kunskap och information</i>	82
	<i>Identitetsbildning</i>	84
	<i>Socialisering och social interaktion</i>	85
	<i>Delaktighet i sambället</i>	87
	<i>Eskapism och pleasure</i>	88
	<i>Strukturering av tillvaron</i>	91
	Normativa förväntningar på systemnivå	94
Kapitel 8	Bilden av medierna	101
	Erfarenhetskunskap	101
	<i>Medievanor</i>	102
	<i>Tolkning och förståelse</i>	104
	Symbolkunskap	111
	<i>Mediefolklore</i>	111
	<i>Fina medier och fula: medieimage</i>	112
	<i>Status</i>	114
	Härledd kunskap	115
	Kunskap, mediebild och förtroende	116

Mediernas objektiva egenskaper	116
<i>Förmedlingsformen</i>	117
<i>Det faktiska medieinnehållet</i>	121
Kapitel 9 Frågeställningar	125
Kapitel 10 De empiriska analyserna	129
Analysunderlag	129
SOM-undersökningarnas förtroendemått	130
<i>Frågeformuleringarna</i>	131
<i>Undersökta medier och medienivåer</i>	131
<i>Svarsalternativen</i>	132
<i>Validitet</i>	134
Steg I Förtroendet för medierna	
Kapitel 11 Allmänhetens förtroende för massmedierna	141
Utgångspunkter	141
<i>Räckvidd</i>	142
<i>Etableringsgrad</i>	143
<i>Förmedlingsform</i>	143
<i>Bevakningsnivå</i>	144
<i>Profil</i>	145
<i>Status och sociokulturell image</i>	146
En översikt av medieförtroendet	148
<i>Förtroendestarka och förtroendesvaga medier</i>	148
<i>Förtroendesambanden mellan medierna</i>	150
<i>Förtroendeintensitet</i>	152
Stabilitet över tid	153
<i>Förtroendeandelar 1990-1993</i>	154
<i>Förtroendesambanden mellan medierna 1990-1993</i>	156
<i>Jämförelse med tidigare mätserier</i>	157
Specifika medier och generella medietyper	158
Förtroendeprofiler	160
<i>Antalet medier</i>	160
<i>Mediekombinationer</i>	161
Summering och diskussion	163
Kapitel 12 Individernas egenskaper och villkor	169
Utgångspunkter	169
<i>Medievanor och kunskapsunderlag</i>	169
<i>Sociala villkor</i>	170
<i>Värdering av medier och medieinnehåll</i>	171
Användning och förtroende	172
<i>Läsning av dagspress</i>	172

<i>TV-tittande</i>	175
<i>Radiohysnande</i>	177
Sociala villkor	178
<i>Förtroendet i grupper</i>	178
<i>Den lokala morgonpressen</i>	180
<i>Kvällspressen</i>	182
<i>Sveriges Television</i>	184
TV4	186
P4	188
Värdering av medier och medieinnehåll	190
<i>Genrepreferenser</i>	190
<i>Bedömning av tidningsegenskaper</i>	191
Summering och diskussion	193

Steg II Förtroendet för medieinstitutionerna

Kapitel 13 Institutionsförtroendet: Struktur och bas	201
Utgångspunkter	201
<i>Förtroendeförändringar</i>	202
<i>Medieinstitutionernas demografiska förtroendebas</i>	203
<i>Institutionerna som förtroendeobjekt</i>	203
Förtroendet för medieinstitutionerna 1993	204
Medieinstitutionernas förtroendebas 1993	205
<i>Dagspressinstitutionens förtroendebas</i>	205
<i>Radio/TV-institutionens förtroendebas</i>	206
Förtroendekonjunkturer 1986-1993	207
<i>Stort och litet förtroende</i>	208
<i>Förtroendeintensitet</i>	209
Medieinstitutionernas förtroendebas 1986-1993	210
<i>Dagspressinstitutionens förtroendebas</i>	211
<i>Radio/TV-institutionens förtroendebas</i>	214
Institutioner, medier och journalister	217
<i>Institutioner och enskilda medier</i>	217
<i>Dagspress och etermedier – eller bara medier?</i>	219
<i>Journalisterna och institutionerna</i>	221
Summering och diskussion	222
Kapitel 14 Erfarenhet, beroende och utvärderingsnormer	229
Förtroende och medieerfarenhet	230
Nyhetförmedlingens viktighet	232
Utvärderingsnormer	233
<i>Mediernas orientering mot politiker och publik</i>	234
<i>Medieetik</i>	236
<i>Trovärdighet</i>	238
Summering och diskussion	240

Steg III Samhällsförtroende och medieförtroende

Kapitel 15 Det svenska samhällsförtroendet	247
Analysaspekter	247
Samhällsförtroendet 1993	248
Förtroendeopinionens struktur	250
<i>Intensitet</i>	250
<i>Polaritet</i>	251
<i>Varken stort eller litet förtroende</i>	251
Samhällsförtroendet 1986-1993	253
<i>Förtroendebalanser</i>	253
<i>Stort och litet förtroende</i>	257
<i>Förtroendeopinionens struktur</i>	257
Dimensioner i samhällsförtroendet	258
Summering och diskussion	263
Kapitel 16 Samhällsinstitutionernas förtroendebas	267
Samhällsförtroendets demografiska bas	267
<i>Samhällsförtroendets utbredning</i>	268
<i>Genus</i>	269
<i>Ålder</i>	270
<i>Utbildning</i>	270
Samhällsförtroendets ideologiska bas	272
<i>Ideologi</i>	273
<i>Partisynpati</i>	274
Summering och diskussion	277
Kapitel 17 Sammanfattning och slutdiskussion	279
Allmänhetens förtroende för massmedierna	279
Betydelsen av mediernas egenskaper och villkor	282
Individernas egenskaper och villkor	285
Förändringen av medieförtroendet över tid	290
Slutord	293
Kapitel 18 Summary in English: Public Confidence in the Media	297
Research into Credibility	297
The Concept of Media Confidence	298
Issues	298
Results	300
Litteraturreferenser	303
Tabellbilaga	317
Figurbilaga	363

Förord

Denna avhandling är en slutrapport från projektet *Mediernas trovärdighet*, som är ett delprojekt inom ramarna för forskningsprogrammet *Journalistik och demokrati - studier kring medie kvalitet* vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Forskningsprogrammet finansieras av Humanist-samhällsvetenskapliga forskningsrådet och leds av Kent Asp, som också varit handledare för avhandlingsarbetet. Forskningsprogrammet *Dagspresskollegiet* under ledning av Lennart Weibull har finansierat merparten av det dataunderlag som de empiriska analyserna bygger på. Utan dessa personers insatser hade denna avhandling inte kunnat slutföras. Även Wahlgrenska stiftelsen har bidragit med visst ekonomiskt stöd för arbetets genomförande.

Därutöver har Bo Reimer bidragit med stöd, Monika Djerf Pierre med sympati, Magnus Anshelm med faktakontroll, Eric Elliot med översättningshjälp samt Peter Esaiasson och Mikael Gilljam med uppmaningar att få ändan ur vagnen - tack även till dessa.

Göteborg i februari 1997

Maria Elliot



Kapitel 1

Inledning

Människors förtroende för massmedierna har varit föremål för en hel del intresse på senare tid, både i offentlig debatt och i diskussioner gemene man emellan.

Vissa hävdar med beklämning och oro att människor saknar förtroende för medierna, eftersom medierna inte sköter sig som de borde. Detta, menar man, kommer i förlängningen att få konsekvenser för det demokratiska samhället.

Andra hävdar med lika stor beklämning och oro att människor tyvärr har förtroende för medierna trots att medierna inte sköter sig som de borde. Detta, menar man, kommer i förlängningen att få konsekvenser för det demokratiska samhället.

Den studie som presenteras här har inte som syfte att fastställa om människor har för mycket eller för lite förtroende för medierna. Min avsikt är i stället att belysa grundfrågan – hur det faktiskt förhåller sig med människors förtroende för massmedierna.

Min utgångspunkt är att förtroendet för ett medium inte enbart är en angelägenhet för de grupper som använder mediet. Man kan hysa – eller sakna – förtroende för ett medium utan att ha egna erfarenheter av det. Allmänhetens förtroende för medierna kan ses som ett kollektivt uttryck för mediernas ställning i samhället, för hur de värderas och för vilken angelägenhetsgrad de har. Samtidigt återverkar denna ställning på människors medieförtroende.

Jag ser förtroende för medier främst som en form av förväntan på mediet, en förvisning om mediets förmåga att erbjuda ett visst utbyte. Vilka utbyten som kan utgöra grund för förtroendet diskuterar jag mot bakgrund av sociologen Anthony Giddens teorier om villkoren för människors grundläggande trygghet i det senmoderna samhället.

Förväntningarna på ett medium formas utifrån de föreställningar som människor har om mediets beskaffenhet. Det människor förväntar sig av mediet bestäms dels av denna bild, dels av de värden som medierna har för individerna. Olika värden och olika föreställningar kan resultera i skillnader människor emellan när det gäller förväntningarna på medier – och därmed också förtroendet.

Människors föreställningar om medier bygger på kunskapsunderlag av tre olika typer: de egna erfarenheter som användning av medierna leder till, före-

ställningar som förmedlas av andra i individens omgivning samt deduktiva slutledningar som individen gör med ledning av det hon/han redan vet om medier. Förtroendet kan således baseras dels på människors egna erfarenheter av mediet, dels på föreställningar som de fått indirekt via den sociala miljön.

Mitt syfte med avhandlingen är tvåfaldigt: Dels vill jag teoretiskt belysa vad begreppet medieförtroende innebär, dels vill jag ge en empiriskt baserad bild av allmänhetens förtroende för de stora svenska medierna.

Den teoretiska begreppsanalysen görs mot bakgrund av den syn på förtroendebegreppet som återfinns i samhällsvetenskaplig teoribildning. Med utgångspunkt i denna begreppsanalys formulerar jag en analysmodell för medieförtroendets bakgrundsfaktorer enligt de principer som presenterats ovan. Modellen omfattar mediets faktiska egenskaper, de olika typer av kunskapsunderlag som kan ligga till grund för människors bild av mediets egenskaper och möjligheter, människors värderingar av denna bild, de utbyten som man förväntar sig av mediet och den relevans som dessa utbyten har för människors grundläggande trygghet i tillvaron.

Denna modell ligger sedan till grund för de empiriska analyserna, som görs med hjälp av de riksrepresentativa surveydata som samlats in av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Analyserna gäller främst de första åren av 1990-talet, men spänner i vissa fall även över perioden 1986-1993.

Tanken med de empiriska analyserna är inte att testa modellens förklaringskraft. Därtill räcker inte de data jag har tillgång till. Jag använder i stället modellen för att generera de frågeställningar som ligger till grund för analyserna.

Analysen av allmänhetens förtroende för medierna görs på tre nivåer: förtroendet för konkreta medietyper, förtroende för medierna som samhällsinstitutioner och förtroendet för medieinstitutionerna som en del av det generella samhällsförtroendet.

Frågeställningarna gäller dels hur medieförtroendet ser ut strukturellt och hur det har förändrats över tid, dels vilken betydelse olika medie- och individfaktorer har för förtroendet.

Framställningen är disponerad i två delar. I den första delen redovisas inledningsvis den tidigare forskning som finns om problemområdet. I kapitel 3 och 4 följer sedan diskussioner av innebörden av begreppet förtroende, dels i generell mening och dels beträffande medier. Kapitel 5 innehåller en motsvarande diskussion av begreppet medietrovärdighet.

I kapitel 6 redovisas analysmodellen, och i kapitlen 7 och 8 följer sedan en mer ingående belysning av två av modellens nyckelelement: människors förväntningar på medier och människors bild av medierna. Kapitel 8 innehåller dessutom en kortfattad genomgång av de faktiska egenskaper hos medier som kan vara av betydelse för förtroendet. Denna första del avslutas med kapitel 9, som presenterar de frågeställningar som den empiriska delen av undersökningen baseras på.

Den andra delen omfattar en empirisk belysning av den svenska allmänhetens förtroende för dagspress, TV och radio. I kapitel 10 presenteras en redovisning av metod och material. De empiriska analyserna är indelade i tre steg. Steg I omfattar analyser av förtroendet för medierna som konkreta medietyper. Kapitel 11 ger en översiktlig redovisning av förtroendet mot bakgrund av olika medieegenskaper och i kapitel 12 relateras förtroendet till individfaktorer.

Steg II består av analyser av förtroendet för medierna som samhällsinstitutioner. I kapitel 13 analyseras institutionsförtroendets struktur, demografiska förankring och utveckling över tid. Kapitel 14 belyser betydelsen av olika individfaktorer.

I steg III relateras förtroendet för medierna som institutioner till förtroendet för övriga samhället. Kapitel 15 innehåller analyser av samhällsförtroendets dimensioner och struktur samt hur medieförtroendet förhållit sig till det övriga samhällsförtroendet över tid. Kapitel 16 omfattar analyser av förtroendet för samhällsinstitutionerna dels i olika befolkningsgrupper, dels mot bakgrund av människors ideologiska orientering.

I kapitel 17 sammanfattas de resultat och diskussioner som redovisats i kapitel 11-16 och i kapitel 18 ges en kort sammanfattning på engelska.

Kapitel 2

Forskning om medieförtroende och trovärdighet

En genomgång av forskningsområdet medieförtroende stöter rätt omgående på ett problem. Förtroendet för medier existerar knappt som problemområde, om man med medieförtroende menar ett förhållningssätt hos publiken. Till och med termen medieförtroende är en gles förekommande företeelse inom den forskning som existerar beträffande publikens syn på och värdering av medier. Däremot finns en etablerad forskningstradition som sysselsatt sig med olika aspekter av trovärdighet som medieegenskap.

Det som finns i forskningen om medieförtroende som ett förhållningssätt förekommer insprängt i detta senare forskningsområde. Begreppsliga oklarheter gör det emellertid ofta svårt att särskilja de båda företeelserna. En forskningsgenomgång beträffande medieförtroende måste därför inrikta sig på forskningsområdet medietrovärdighet, även om detta inte utgör det egentliga problemområdet. Å andra sidan är publikens syn på medieegenskapen trovärdighet mycket nära knuten till medieförtroendet som publikegenskap.

I den forskningsöversikt som jag redovisar här ansluter jag mig till den terminologi som förekommer i de framställningar som ligger till grund för genomgången. Det innebär att det genomgående nyckelbegreppet är *trovärdighet*.

Mediernas trovärdighet har inte varit speciellt utforskat i Sverige, eller i Norden över huvudtaget. Insatser saknas inte, men forskningsvolymen är begränsad. Forskningen om medietrovärdighet har till övervägande del ägt rum i USA och då gällt tilliten till de amerikanska nyhetsmedierna¹. Trovärdighetsforskningens historia är därför i hög grad den amerikanska trovärdighetstraditionens historia, vilket präglar den forskningsöversikt jag redovisar här.

Forskningsgenomgången inleds med en kortfattad presentation av 1950-talets forskning kring kommunikatorns trovärdighet. Detta forskningsområde är egentligen inte någon regelrätt del av problemområdet medietrovärdighet, men den utgör dess närmaste förhistoria. Därefter följer en redogörelse för hur problemområdet mediers trovärdighet introduceras och etableras i USA och vad som gjorts inom den nordiska forskningen kring trovärdighet. Forskningsgenomgången omfattar också en kort redogörelse för vad som hänt inom källtro-

värdighetsforskningen med relevans för medietrovärdigheten efter 1950-talet. Avslutningsvis sammanfattas och diskuteras värdet av den forskning som gjorts kring medietrovärdighet.

Prolog: Källtrovärdigheten utforskas

1950-talet var en period då masskommunikationsforskarna på allvar började ifrågasätta den syn på mediernas effekter som dittills varit förhärskande. Tidigare hade man uppfattat medieinnehållets effekter på publiken som relativt okomplicerade och rätlinjiga. De studier som utfördes under 1930- och 1940-talen beträffande mediernas påverkanspotential utformades med utgångspunkt i detta synsätt. Resultaten blev emellertid motsägelsefulla och gav klen underlag för slutsatser om mediernas påverkansmakt. Man började ifrågasätta de tidigare utgångspunkterna och revidera synen på medieeffekter och -påverkan.

Samtidigt som denna nyorientering började göra sig gällande lade en forskargrupp under ledning av socialpsykologen Carl Hovland vid Yale University en fundamental grundsten för den forsatta forskningen om kommunikation och påverkan. Detta skedde inom ramarna för Yaleprogrammet för forskning om kommunikation och åsiktsförändring som pågick mellan 1946 och 1961 (Lowery och DeFleur 1983).

Hovlandgruppens arbete

Hovland och hans medarbetare arbetade med att kartlägga under vilka villkor människors åsikter kan påverkas genom kommunikation. I *Communication and Persuasion* (Hovland, Janis och Kelley 1953:11-30) lade de ut grundlinjerna för denna forskning.

Hovland et al betraktade åsiktpåverkan som en variant av inläring och tog sin utgångspunkt i psykologiska teorier om olika inlärningsincitament. Budskapsinnehåll, mottagarsituation och kommunikatorns egenskaper är de kommunikationsfaktorer som ansågs ha betydelse för inläring. Kommunikatorns egenskaper förmodades ha en egen, självständig effekt på mottagarens åsikter och bidra till att individen tar till sig ett budskap oberoende av innehållsfaktorn eller mottagarsituationen.

Kommunikatorns egenskaper antogs påverka mottagarens acceptansbenägenhet på flera olika sätt, bland annat via mottagarens identifikationsbehov eller rädsla för att möta ogillande. Särskilt viktig ansågs kommunikatorns, eller informationskällans², trovärdighet vara. Hovlandgruppen betraktade denna källenskap som mer oberoende av kommunikationskontexten än kommunikatorns övriga egenskaper.

Hovland et al urskiljde, på teoretisk grund, två huvudsakliga dimensioner i kommunikatorns trovärdighet:

- en *kompetensdimension* som gäller mottagarens uppfattning om kommunikatorns expertkunskap (expertise)
- en *tillförlitlighetsdimension* som gäller mottagarens förtroende för kommunikators avsikter (trustworthiness).

Kompetensdimensionen är kopplad till mottagarens godkännande av kommunikatorn. Ett sådant godkännande gynnar acceptansen av kommunikatorns budskap. Tillförlitlighetsdimensionen rör främst kommunikatorns ärlighet och frånvaron av avsikt att påverka mottagaren i en viss riktning. Detta riktar uppmärksamheten mot de egenintressen kommunikatorn kan ha och den sociala roll han/hon har gentemot mottagaren. Här handlar det inte om en faktor som direkt främjar acceptans hos mottagaren, utan om en faktor som eliminerar ett hinder för att acceptans äger rum. En misstanke hos mottagaren om att kommunikatorn är ute i manipulativa ärenden försvårar påverkan eftersom det kan leda till att mottagaren höjer garden.

En premis för Hovlandgruppens arbete låg i synsättet på var trovärdigheten egentligen har sitt säte: i objektiva kommunikatorsegenskaper eller i mottagarens subjektiva uppfattning om kommunikatorn. Hovlandgruppens utgångspunkt var att informationskällor kunde klassificeras efter trovärdighet utifrån renodlat objektiva kriterier.

En annan premis var synen på vad som i första hand utgjorde orsaken till mottagarens acceptans av kommunikatorns budskap. Den centrala påverkansfaktorn för Hovland et al var kommunikatorns objektiva trovärdighetskriterier. Mottagarens subjektiva värdering av kommunikatorn hölls för mindre betydelsefull.

Utifrån dessa premisser utförde Hovland och hans medarbetare flera undersökningar och kunde redovisa resultat som pekar mot att källtrovärdighet har betydelse för kommunikationseffekter: samma budskap tenderar att påverka människor mer om källan är trovärdig än om den inte är trovärdig. Men sambandet visade sig inte vara ovillkorligt; informationskällans kompetens och tillförlitliga avsikt behöver inte med nödvändighet leda till att mottagaren låter sig påverkas³. De fann också att de påverkans effekter som uppträder har en tendens att upplösas med tiden. Efter ett tag kan man inte se någon skillnad i åsiktpåverkan mellan dem som exponerats för en trovärdig källa och dem som exponerats för en icke trovärdig källa – båda grupperna uppvisar likartad grad av åsiktsförändring.

Hovlandgruppen förklarade detta med att den negativa effekten av låg kommunikatorstrovärdighet försvagas efter en tid. Detta lämnar utrymme för en fördröjd effekt av innehållet i budskapet på den grupp som exponerats för en lågtrovärdig källa.

Denna s k sleeper effect kom även i fortsättningen att bli föremål för intresse från påverkansforskarna (Schulman och Worall 1970; Pratkanis et al 1988). Den återkommande frågan var i vilken utsträckning det verkligen handlar om en fördröjd påverkans effekt bland dem som exponerats för en lågtrovärdig källa, som Hovland antog, eller om det möjligen kunde röra sig om en försvagning av effekten av trovärdighet bland dem som exponerats för en högtrovärdig källa. I båda fallen blir resultatet detsamma: en minskad skillnad i åsiktspåverkan mellan de olika publikgrupperna efter en tid. Det som visat sig hålla mest streck vid upprepade experiment är i första hand det senare – en minskning av effekten bland dem som mött en högtrovärdig källa (Hass 1981). Under vissa, mycket specifika förutsättningar har det emellertid visat sig att även det förra kan inträffa⁴.

Hovland och hans medarbetare noterade också att i vissa fall uteblir helt effekten av kommunikatorstrovärdighet på mottagarnas åsikter – trots att mottagarna upplever framställningen som ”fair and honest”. Vidare verkar källans trovärdighet inte spela någon roll för i vilken utsträckning mottagaren kommer ihåg sakinnehållet i budskapet efteråt; källtrovärdighet förefaller med andra ord gynna åsiktsförändring men inte med nödvändighet uppmärksamhet för och ihågkomst av informationsinnehållet.

Hovlandgruppens arbete med att försöka fastställa de faktiska effekterna av källtrovärdighet på mottagarnas åsikter gjordes huvudsakligen med hjälp av experiment. I experimentsituationen konfronterades försökspersonerna med kommunikatorer av olika trovärdighetsgrad, dvs källor som var olika beskaffade när det gällde expertkompetens och egenintresse beträffande kommunikationsinnehållet.

Experimenten utformades i avsikt att fastställa informationskällans möjlighet att påverka människors åsikter via kommunikation allmänt. Intresset var inriktat på den generella kommunikationens påverkanskraft – inte den kommunikation som sker via medier. Betydelsen av medietyp och den medierade kommunikationens villkor i förhållande till direktkommunikation prövades följaktligen inte. Det innebär att omständigheterna i experimenten var mycket olikartade de villkor som är giltiga för människors dagliga massmedieanvändning. I praktiken möter vi medierna och deras innehåll inom ramarna för en vardaglig rutin, en kontinuitet där vi redan på förhand har en viss föreställning om vad mediet kan erbjuda och vad vi själva vill få ut av det, och där en stor del av användningen motiveras av annat än renodlat informationsinhämtande. Dessutom har endast en mindre del av innehållet i medierna den öppet argumenterande eller polemiserande karaktär som utmärkte Hovland-experimentens kommunikationssituationer.

Hovlands experimentresultat har med andra ord inte med självklarhet full relevans när det gäller betydelsen av *mediers* trovärdighet för åsiktsförändring. Hovlandgruppens största betydelse för forskningen om medietrovärdighet lig-

ger i första hand i att gruppen introducerade trovärdighetsproblematiken på forskningsagendan och erbjöd en utgångspunkt för fortsatt begreppsanalys. Hovland och hans medarbetare fördjupade sina studier i villkoren för kommunikationspåverkan under senare delen av 1950-talet, men nu med tonvikt på budskapets presentationssätt och individernas mottaglighet (Hovland et al 1957; Hovland och Janis 1959).

Hovlandgruppen var inte ensam om sitt förhållningssätt till trovärdighetsproblematiken. 1950-talets kommunikationsforskare betraktade trovärdighet som relevant enbart i samband med informationsskällan. När Joseph Klapper 1960 summerade vad den amerikanska masskommunikationsforskningen klarlagt beträffande massmediernas sociala och psykologiska effekter, urskiljde han fyra nyckelfaktorer för påverkan genom kommunikation: källan, mediet, budskapsinnehållet och de sociala aspekter som är knutna till mottagarsituationen (Klapper 1961:99-104). Trovärdighetsproblematiken aktualiserade han enbart i samband med källfaktorn. Att trovärdighet också skulle kunna vara relevant i samband med mediet och innehållet föresvävade uppenbarligen varken honom eller någon annan. Det blev en fråga som 1960-talets forskare tog till uppgift att ägna sig åt.

Medietrovärdighet: Den amerikanska traditionen

Trovärdighetsfrågorna började granskas mer systematiskt inom ramarna för den massmedierade kommunikationen ett tiotal år efter det att källtrovärdighetsproblematiken etablerats som forskningsområde. Startåret skulle kunna sättas till 1964. Då publicerade den amerikanska tidskriften *Journalism Quarterly* en artikel där författarna jämför olika nyhetsmediers trovärdighet och kartlägger hur olika grupper bedömer medierna i detta avseende (Westley och Severin 1964).⁵

Artikeln bröt i flera avseenden med den forskningsdiskurs, vars ramar slagits fast av 1950-talets studier av källtrovärdighet. Trovärdigheten gällde nu inte kommunikatorn, utan mediet. Det handlade inte längre om kommunikation generellt, utan om masskommunikation. De massmedier som i första hand studerades var nyhetsmedier: TV, radio, dagspress. Normen för trovärdighet fastställdes inte som tidigare av forskarna, utan publiken fick själv avgöra vad trovärdighet innebär. Framför allt: Huvudfrågeställningen gällde inte kommunikatorns eller meddelandets betydelse för åsiktsförändring, utan olika mediers trovärdighetsstatus hos publiken.

Ansatser i samma riktning hade förekommit vid enstaka tillfällen tidigare. I sin klassiska studie 1940 av hur den amerikanska allmänheten uppfattade Orson Welles radioutsända dramatisering *The Invasion from Mars* kartlade Cantril hur olika publikgrupper värderade och reagerade på den fingerade nyhetssänd-

ningen, bland annat mot bakgrund av uppfattningen om programmets autenticitet (Cantril 1966). 1946 redovisade Lazarsfeld och Field forskningsresultat som tydde på att publiken tenderade att betrakta radion som mer ärlig än dags-tidningarna när det gällde nyhetsförmedling (Lazarsfeld och Field 1946). Studier som hade som syfte att kartlägga egenskaper hos ett enstaka mediums publik, inklusive benägenheten att lita på mediet, hade också förekommit (Brinton et al 1957).

Anknytningen mellan dessa ansatser och en uttalad trovärdighetsproblematik får dock betraktas som relativt svag. Att mer systematiskt undersöka hur publiken värderar olika nyhetsmedier ur trovärdighetssynpunkt blev inte aktuellt förrän Westley och Severin publicerade sin studie.

Det nyvaknade intresset vid mitten av 1960-talet för att fördjupa kunskapen om hur olika publikgrupper ser på nyhetsmediernas trovärdighet kan kopplas till de återkommande opinionsmätningar som sedan 1961 hade visat att publiken hade större tillit till TV som informationskälla än dagspress, radio och tidskrifter (Roper 1967). Westley och Severins studie bekräftade TV:s ställning som det medium som publiken betraktade som mest "accurate and truthful". Man fann också att publikens trovärdighetsskattningar påverkas av socioekonomisk status och att användningen av det bedömda mediet spelar in.

Arvet från källtrovärdighetsforskningen

När forskningen om medietrovärdighet fått ett eget problemområde in-tecknat innebar det att en parallell forskningstradition etablerades vid sidan av den som gällde källtrovärdighet. I fortsättningen kom det också att innebära en arbetsfördelning mellan olika typer av forskarkompetenser. Medan i första hand socialpsykologiskt skolade forskare fortsatte att engagera sig i källtrovärdighetsproblematiken, främst i samband med åsiktsförändring, blev det främst medie- och journalistikforskare som handlade medietrovärdighetsfrågan.

Detta innebar inte att de båda forskningslinjerna löpte isolerade från varandra; forskningen om medietrovärdighet tillämpade i stor utsträckning både kunskaper och metoder som genererats av forskningen om källtrovärdighet.

Berlo, Lemert och Mertz

Undantag från arbetsdelningsprincipen förekom också, undantag som spelade stor roll för den fortsatta utvecklingen av forskningsområdet medietrovärdighet. Både forskningen om källtrovärdighet och forskningen om medietrovärdighet tillfördes nya förutsättningar när en grupp kommunikationsforskare utförde en studie för att fastställa vilka kriterier mottagarna har när de utvärderar informationskällor (Berlo, Lemert och Mertz 1969). Hovland och hans medarbetare hade antagit att källtrovärdighet består av de två grunddimensionerna kope-

tens och avsiktstillförlitlighet, men empiriska belägg för detta saknades ännu. Denna brist ville Berlo et al råda bot på genom att bekräfta och vidareutveckla Hovlandgruppens utvärderingskriterier beträffande källtrovärdighet.

Berlo et al anslöt sig således till den klassiska källforskningsstraditionen, men de avvek samtidigt från en av de hovlandiska premisserna. Berlo, Lemert och Mertz menade att källans egenskaper måste definieras utifrån mottagarens bedömningsgrunder, inte utifrån objektiva källkaraktäristika. Källtrovärdighet blev på så vis en varierande egenskap, beroende av mottagarnas perceptioner, i stället för en statisk egenskap, inneboende hos kommunikatorn.

För att kunna fastställa vilka bedömningar av kommunikatorn som spelar roll för publikens syn på källtrovärdighet tillämpade Berlo et al en analysmetod som utarbetats av socialpsykologiska forskare och som omfattar semantiska differentialskalor och faktoranalys. Analyserna pekade på tre utvärderingsdimensioner för trovärdighet:

- en trygghetsdimension – egenskaper som bland annat rör källans ärlighet och vänlighet
- en kvalifikationsdimension – källans kunskap och erfarenhet
- en dynamikdimension – källans grad av aggressivitet, aktivitet, energi och liknande.

I stort bekräftade Berlo, Lemert och Mertz Hovlandgruppens utgångspunkter. Trygghetsdimensionen uppvisar likheter med den hovlandiska tillförlitlighetskomponenten, och kvalifikationsdimensionen har sin parallell i Hovlands kompetenskomponent. Den tredje dimension som Berlo et al fick fram, dynamikdimensionen, antog man fungera som en förstärkande faktor för de två övriga, primära dimensionerna.

Med denna studie tillfördes både forskningen om källtrovärdighet och forskningen om medietrovärdighet betydelsefulla erfarenheter. Kunskapen om källtrovärdighet fick viktiga tillskott i och med den empiriska prövningen av Hovlands trovärdighetskriterier. Det nyformerade problemområdet medietrovärdighet fick vad som med tiden kom att bli en avgörande premis formulerad: att trovärdighet lokaliseras till publikens subjektiva bedömningar.

För båda forskningstraditionerna kom tillvägagångssättet med multidimensionell analys att spela stor roll i fortsättningen; detta innebar också att en viss typ av frågeställningar kom att prioriteras.

Emellertid finns också vissa svagheter i Berlos, Lemerts och Mertz' analys, främst beträffande den försöksmässiga karaktär som präglade experimenten, som gör att värdet begränsas något. De metodmässiga förutsättningarna och vissa inslag av motsägelsefullhet som kan återfinnas i resultaten begränsar möjligheterna att generalisera – vilket författarna själva påpekar. Dessutom kvarstår problemet med källforskningens relevans för medietrovärdighetsproblematiken:

Experimentens design gör att resultaten inte med nödvändighet behöver vara giltiga inom den kontext som publikens dagliga användning av medierna utgör.

Jacobson

Berlos, Lemerts och Mertz' insatser fick betydelse för medietrovärdighetsforskningen men kan inte sägas falla inom det egentliga forskningsområdet, eftersom frågeställningarna är begränsade till utvärderingen av kommunikatorn. Ett mer medierelaterat uttryck för hur erfarenheter från forskningen om källtrovärdighet i modifierad form befruktade medietrovärdighetsforskningen är Jacobsons ofta refererade artikel från 1969 (Jacobson 1969). Genom sin direkta medieinriktning blev artikeln en av grundstenarna för det vetenskapliga studiet av medietrovärdighet.

Distinktionen mellan kommunikationselementen kommunikator och medium var en viktig utgångspunkt för Jacobson. Han underströk att man måste skilja mellan personer och medier som informationskälla, och att trovärdighet innebär olika saker beroende på om begreppet knyts till det ena eller det andra⁶.

Jacobson utförde motsvarande analys som Berlo et al hade gjort, men beträffande publikens värdering av medierna i stället för värderingen av kommunikatorn. Hans viktigaste uppgift var att fastställa vilka medieegenskaper som publiken bygger sina trovärdighetsbedömningar på när de värderar nyhetsmedierna som informationskälla. Analysen genererade fyra dimensioner:

- en tillförlitlighetsdimension, som bland annat gäller mediets grad av trovärdighet och korrekthet beträffande sakuppgifter
- en objektivitetsdimension, som gäller vinklingen av stoffet och huruvida mediet uppfattas som personligt eller opersonligt
- en dimension som bland annat gäller egenskaper som viktighet, svårighetsgrad och djärvhet
- en dimension som bland annat gäller i vilken utsträckning mediet uppfattas som angenämt och avspänt.

Jacobsons dimensioner faller ut något annorlunda jämfört med Berlos, Lemerts och Mertz' analys. Detta styrker Jacobsons utgångspunkt att källtrovärdighet och medietrovärdighet är två olika företeelser, att källor och medier utvärderas på olika sätt. Eftersom de båda analysansatserna är gjorda utifrån olika trovärdighetsbegrepp kan man emellertid inte dra någon sådan slutsats med säkerhet – de båda undersökningarna är inte fullt jämförbara.

Medietrovärdighetens dimensioner

Medietrovärdighetens bedömningskriterier, eller dimensioner, fortsatte att locka utforskare. Ett flertal studier har ägnats åt frågan.

Singletary (1976) fann att sex olika faktorer kunde sägas konstituera en stor del av begreppet trovärdighet. Hans analys visade på en kunskapsdimension, som svarar för den största delen, en attraktionsdimension, en tillförlitlighetsdimension, en begriplighetsdimension, en dimension som rör graden av arrogans och slutligen en stabilitetsdimension.

Gaziano och McGrath (1986) fann å sin sida inga sådana specifika trovärdighetsfaktorer, utan löste upp människors bedömningar av medierna i detta avseende i en övergripande trovärdighetsdimension och en kompletterande dimension som gäller mediernas sociala ansvar. Trovärdighetsdimensionen inrymmer många aspekter, bland annat vinkling av nyheterna, innehållets korrekthet, journalisternas respekt för privatlivets helgd, vems intresse mediet gynnar och reportrarnas yrkesskicklighet. Den sociala ansvarsdimensionen är en mer renodlad moralfaktor som handlar om journalistisk etik.

Meyer (1988) genomförde en ny analys av Gazianos och McGraths material med delvis andra metoder. I hans analys föll Gazianos och McGraths övergripande trovärdighetsdimension ut som två skilda dimensioner: en som gäller tillförlitlighet i trängre mening, och en som gäller mediernas samhällsengagemang. Tillförlitlighetsdimensionen omfattar aspekter som grad av saklighet, vinkling, åtskillnad mellan fakta och åsikter osv. Samhällsengagemanget rör i vilken utsträckning medierna är patriotiska, bevakar allmänintresset osv.

En samlad utvärdering av dimensionsanalyserna visar att det har varit svårt att ringa in vilka konkreta egenskaper som publiken lägger in i begreppet trovärdighet. Det gängse tillvägagångssättet med faktoranalys har också kritiserats vid flera tillfällen (Cronkrite och Liska 1980; Infante et al 1983; Newhagen och Nass 1989). Kritiken har emellertid sällan följts upp i praktiken.

Problemen med dimensionsanalyserna har setts som knutna både till den statistiska metoden i sig och de teoretiska förutsättningarna för analysen. Framför allt har det teoretiska grundarbetet i form av begreppsanalys varit bristfälligt. Utfallet av analyserna har i stor utsträckning varit beroende av vilka bedömningsaspekter man fört in i analysen, och detta urval har oftast saknat teoretisk förankring och i vissa fall tett sig närmast godtyckligt. Utfallet har också varit beroende av vilket begrepp man relaterat dem till, dvs vilket trovärdighetsbegrepp som gjorts till föremål för undersökning. Detta har varierat mellan de olika studierna. Dessutom har det ibland varit oklart huruvida analysutfallet avsett bakomliggande orsaker till trovärdighetsbedömningarna eller trovärdighetsbedömningens substantiella innehåll.

Forskningsområdet befästs

1960-talet utgjorde den amerikanska medietrovärdighetsforskningen startsträcka. I början av 1970-talet var problemområdet inmutat och befäst. Då hade man lånat och vidareutvecklat erfarenheter från systerområdet källtrovärdighet och samtidigt lagt fundamentet till en egen diskurs.

Incitamenten till forskningen om medietrovärdighet skiljde sig markant från de incitament som var giltiga för forskningen om källtrovärdighet. Källtrovärdighetens forskningskontext utgjordes dels av ett allmän-teoretiskt intresse för den mänskliga kommunikationens betydelse, dels av mer pragmatiska frågeställningar knutna till bland annat propaganda, samhällskommunikation och marknadsföring.

Medietrovärdighetens forskningskontext var kopplad till helt andra incitament. Opinionsmätningar, framför allt de s k Roper-mätningarna, fortsatte under 1970-talet att visa att den amerikanska allmänheten tenderade att sätta TV framför övriga medier när det gäller trovärdighet och status som bästa nyhetskälla. I merparten av de studier kring medietrovärdighet, som utfördes från mitten av 1960-talet och ett femtontal år framöver, utgjorde dessa mätningar bakgrunden för frågeställningarna. "TV eller dagspress – vilket är mest trovärdigt?" kom att bli ett närmast obligatoriskt inslag i de olika undersökningarnas frågebatterier.

I praktiken innebar detta att TV kontrasterades mot dagspressen i rollen som nyhetsförmedlare medan radio och tidskrifter kom att inta en mer underordnad roll. Det fanns ett intresse för denna duell mellan TV och dagspress även utanför forskarsamhället. 1960- och 1970-talets expanderande mediemarknad utgjorde arena för en batalj mellan de ledande nyhetsmedierna om marknadsandelar, en kamp som i stor utsträckning handlade om att sälja reklamutrymme. Det fanns med andra ord ett starkt behov hos branschen av att kunna framhäva det egna mediets förtjänster som reklambärare genom att peka på att det sågs med mer gynnsamma ögon av publiken.

Funktionsperspektivet

En annan omständighet som också påverkade forskningen om medietrovärdighet vid denna tid och ett tag framöver är den generella teoribildning som var en vogue vid tillfället. Under 1960-talet hade masskommunikationsforskningens tämligen ensartade orientering mot effektstudier brutits. Frågeställningar som rörde det omvända perspektivet, publikens användning av medierna, aktualiserades och kom så småningom att sammanfattas i den s k uses and gratifications-modellen (Katz, Blumler och Gurevitch 1974).

Den bärande tanken i denna tradition är att publiken aktivt och målmedvetet väljer att ta del av massmedier för att fylla vissa behov; arten och graden av behovstillfredsställelsen styr sedan den fortsatta användningen av medierna. Detta

avvek från den utgångspunkt som både effektforskning och studier av kommunikation och påverkan dittills hade haft: att publiken är ett mer eller mindre passivt objekt för medieinnehållet och kommunikatorns avsikter att påverka. Detta riktade också uppmärksamheten mot olika mediers funktioner och användbarhet för publiken, och även deras tillgänglighet.

Inledningsvis präglades uses and gratifications-ansatsen av ett starkt rationalistiskt synsätt på publikens förutsättningar som medieanvändare. Ett tydligt uttryck för detta tänkande syns i Edelsteins studier om trovärdighet (Edelstein 1974; Edelstein och Tefft 1974).

Edelstein kopplade trovärdighetsproblematiken till frågan om mediers användbarhet och ifrågasatte sedan vikten av medietrovärdighet i ljuset av resultaten. Hans analyser indikerade att i vissa situationer spelar trovärdighet underordnad roll för synen på mediers användbarhet. De situationer han studerade och de bedömningar han intresserade sig för var emellertid starkt kognitivt och rationellt präglade. De rörde till exempel värdet av olika informationskällor vid identifiering och lösning av problem i omvärlden eller som underlag för åsiktsbildning i samband med aktuella politiska händelser.

Edelstein drog slutsatsen att trovärdighet inte handlar om en medieegenskap (eller synen på en medieegenskap), utan om ett grundläggande personlighetsdrag: generell godtrogenhet eller misstrogenhet gentemot omvärlden. Denna tankegång har emellertid inte vunnit insteg i problemområdets diskurs i någon större omfattning.

Mer genomslag fick Greenbergs och Roloffs likaledes funktionspräglade förklaring till varför publiken prioriterar TV som informationskälla: Människor tenderar att se TV som i första hand ett underhållningsmedium medan den renodlade informationsfunktionen primärt förknippas med dagspressen. Uppfattningen om TV som underhållningsagent gör att publiken ger TV mer frirum för trovärdighetsmissar medan pressen bedöms mer trovärdighetsmedvetet och kritiskt. Dessutom bedömer publiken TV huvudsakligen utifrån dess nationella, rikstäckande karaktär medan dagspressen i första hand bedöms utifrån sin lokalt förankrade funktion – en jämförelse som Greenberg och Roloff ansåg missgynna dagspressen när det gäller trovärdighet. (Greenberg och Roloff 1974)

Greenbergs och Roloffs tes var således att trovärdighetsforskarna dittills hade jämfört äpplen med päron: man hade jämfört TV med pressen på orättvisa villkor genom att inte uppmärksamma funktionsaspekten. Detta skulle kunna förklara att TV föll ut mer gynnsamt i opinionsundersökningarna.

Ett flertal efterföljande trovärdighetsstudier försökte reparera skadan genom att belysa funktionsproblematiken ytterligare. Frågeställningar om mediers tillgänglighet och funktion som lokala respektive rikstäckande nyhetsmedier var vanliga.

Utfallet av dessa forskningsansatser blev emellertid inte helt entydigt. Analyserna, som ofta byggde på jämförelsevis begränsade studier, fungerar inte riktigt som underlag för mer generella slutsatser. I flera fall blir resultaten motsägelsefulla.

Tesen att TV:s höga trovärdighet skulle bero på dess underhållningsfunktion fick inget stöd i en studie av Reagan och Zenaty (1979); här hade TV högre trovärdighet i den grupp som antogs använda mediet i informationssyfte än i den grupp som antogs titta för att få underhållning.

Mulder (1980) undersökte också betydelsen av användningsmotiv på trovärdighetsbedömningarna, men prövade enbart informationsfunktionen empiriskt. Han fann å sin sida att TV tillskrivs högre trovärdighet av den grupp som *inte* är primärt informationssökande, medan dagspressen tillskrivs högre trovärdighet i den grupp som säger sig aktivt söka information.

Tankegången om betydelsen av nyhetsnivå, dvs lokalt respektive nationellt bevaknings- och täckningsområde, prövades i ett par studier. I motsats till vad som tidigare hade antagits tenderade TV att framstå som mest trovärdigt även som lokalmedium och beträffande lokalnyheter, även om vissa lokala variationer kunde förekomma (Abel och Wirth 1977; Reagan och Zenaty 1979; Gantz 1981).

Man försökte också fastställa betydelsen av den lokala mediesituationen, men utan att kunna dra entydiga slutsatser. Reagan och Zenaty (1979) fann till exempel att en lokal monopolsituation på mediemarknaden *kan* men *behöver* inte ha betydelse för synen på lokala mediers trovärdighet. I en annan studie prövades antagandet att publiken litat mer på lokala medier än på medier med större regional täckning, eftersom det mindre mediet borde vara mer integrerat i det lokala samhället och därmed eftersträva konsensus med befolkningen (Salmon och Lee 1983). Utfallet gav visst men inte fullt stöd åt hypotesen. Däremot fann man att trovärdighet kan relateras till i vilken grad mediet svarar mot publikens behov av att få olika intresseinriktningar tillfredsställda.

Källtrovärdighetsansatser

Vid sidan av denna publikorienterade forskning förekom även fortsatta ansatser att tillämpa slutsatserna från forskningen om källtrovärdighet på olika aspekter av mediekommunikation. Atwood applicerade källtrovärdighetsforskningens utgångspunkter på det journalistiska nyhetsarbetet. I en studie belyste han hur journalister förhåller sig till trovärdigheten hos de informationskällor de träffar på i nyhetsarbetet (1966a), i en annan hur dessa källors trovärdighet påverkar journalisternas sätt att framställa dem i nyhetstexten (1966b). De mer tekniska aspekterna av medierad kommunikation uppmärksammades också, till exempel

kameravinkelns betydelse för hur publiken utvärderar källans egenskaper (McCain et al 1977).

Man gjorde även försök att fastställa den roll som medietypen spelar som kanal för källtrovärdighet. Det visade sig att medietyp och källegenskaper samspelar när det gäller betydelsen för åsiktsförändring hos publiken. TV tenderar att vara den mest gynnsamma kanalen för källor med hög trovärdighet, men den minst effektiva för källor med låg trovärdighet (Worchel et al 1975; Andreoli och Worchel 1978). Resultatets relevans beskärs emellertid av att den hovlandska traditionen med objektiva källkriterier för trovärdighet gör sig gällande – publikens åsikt om de olika kommunikatorernas trovärdighet lämnas utanför studien⁷.

Studierna utgör belysande exempel på att det fanns möjligheter att göra forskningen om källtrovärdighet mer relevant för medie- och masskommunikationsområdet. Huvuddelen av forskningen om källtrovärdighet fortfor emellertid att drivas inom den socialpsykologiska traditionen, utan explicita anknytningar till mediekommunikation. Jag återkommer till denna forskning i den senare delen av kapitlet.

Forskning i etikdebattens skugga

I början av 1980-talet inträffade en rad händelser som ställde trovärdighetsfrågan på sin spets för branschfolket inom nyhetsmedierna i USA. Opinionsmätningar, som visade på vikande förtroende för medierna generellt, cirkulerade. Den amerikanska nyhetsjournalistiken hamnade i ett tvivelaktigt ljus på grund av flera omständigheter: spektakulära förtalsrättegångar, utestängandet av pressen i inledningsskedet av USA:s invasion av Grenada och avslöjandet att en dagstidningsreporter fått ett ansett journalistpris för en artikeltext som visade sig vara fabricerad. Ett antal beslut i den amerikanska högsta domstolen ansågs på flera håll undergräva det tryckfrihetsskydd som den amerikanska konstitutionens First Amendment innebär. (Gaziano 1988; Fink 1988:13f; Dennis 1989:18f)

Detta initierade en branschintern diskussion om nyhetsmediernas faktiska arbetsätt och sociala funktioner, mediernas generella ansvar, tryckfrihetens villkor, publikens syn på dessa frågor och vilka åtgärder som kunde vara lämpliga för att förbättra nyhetsmediernas ställning och image.⁸

Denna miljö utgjorde under 1980-talet i huvudsak den kontext inom vilken den amerikanska forskningen om medietrovärdighet utvecklades. Men mediebranschen bidrog inte bara med att påverka klimatet för trovärdighetsforskningen. Ett antal branschorganisationer lät också genomföra surveystudier av amerikanska allmänhetens attityder till medier⁹. Detta material har sedan flitigt utnyttjats av amerikanska trovärdighetsforskare.

Mediebranschens involvering i trovärdighetsproblematiken styrde upp forskningen i linje med de intressen som låg branschen närmast. De dominerande forskningsfrågorna kom följaktligen att röra allmänhetens syn på mediernas arbetssätt och funktioner i samhället. Frågeställningarna i de trovärdighetsstudier som utfördes vid denna tid var ofta påfallande instrumentella och explicit inriktade på att generera underlag för trovärdighetsfrämjande åtgärder från mediernas sida.

Ett antal studier behandlade till exempel betydelsen för trovärdigheten av journalistisk stil, nyhetsurval och presentation (Mosier och Ahlgren 1981; Hale 1984; Haskins och Miller 1984). Det förekom också studier som kartlade de publiksegment som hade särskilt lågt förtroende i syfte att ge branschen underlag för strategiska insatser (Gaziano och McGrath 1987b), och studier som undersökte om dagstidningarnas bristande trovärdighet kunde förklaras av låg tidningsläsning (vilket den inte kunde) (Rimmer och Weaver 1987).

Andra studier satte trovärdigheten i samband med allmänhetens syn på det journalistiska hantverket och graden av åsiktsöverensstämmelse mellan journalistkår och allmänhet. Dessa studier visade bland annat att journalistkårens åsiktsmässiga och demografiska sammansättning fjärrar medierna från publiken på ett sätt som inte är gynnsamt för förtroendet (Gaziano och McGrath 1987a). Å andra sidan är det främst övertramp av enstaka journalister som retar publiken; i stort har allmänheten både förståelse och respekt för journalisternas yrkesroll (Izard 1985).

Generellt var utdelningen av dessa studier relativt begränsad – om man ser förbi branschens direkta behov av kartläggning och prövning av vissa tänkbara orsaksfaktorer och åtgärdsstrategier. Generaliserbarheten hos de empiriska resultaten var låg. På den teoretiska sidan saknades i stor utsträckning problematisering av begreppens innebörd, liksom tillämpning av mer principiella förklaringsmodeller. De ansatser att knyta upp trovärdighetsproblematiken till en mer allmän teoretisk ram som tidigare förekommit sattes på undantag.

Däremot innebar denna forskning i praktiken en förändring av synen på trovärdighetsbegreppets innebörd. Perspektivet vidgades till att låta medietrovärdighet omfatta fler aspekter än tidigare när det gäller mediernas verksamhet och roll. Mediernas samhälleliga uppdrag aktualiserades, liksom publikens normativa uppfattningar om vilka uppgifter medierna bör ha i samhället.

Eftersom detta inte skedde utifrån en genomarbetad begreppsanalys, resulterade det emellertid i att begreppet trovärdighet blev ännu vagare än tidigare. Trovärdighet fick på ett diffust sätt stå för publikens uppfattningar om mediernas status, uppgifter och prestationer i största allmänhet.

Forskningskontexten och incitamenten för trovärdighetsforskningen tedde sig med andra ord annorlunda under 1980-talet än vad de hade gjort under 1960- och 1970-talen. En genomgång av de amerikanska trovärdighetsstudierna visar att före början av 1980-talet var det vanligare med TV som föremål för

studierna än med dagspress. Upptagenheten under 1960- och 1970-talen av frågan om varför TV tillskrevs större trovärdighet ersattes under 1980-talet av en orientering mot frågeställningar relaterade till vad som upplevdes som bristande förtroende för dagspressen¹⁰.

Perspektivet försköts också under samma period från medieanvändningens funktioner för individen till medieinstitutionens uppgifter i samhället. Den sociala relevansen ersatte betydelsen på individnivå som ram för frågeställningarna.

Samtidigt visade den amerikanska trovärdighetsforskning som utfördes inom ramarna för etikdiskussionen drag av kontinuitet med källtrovärdighetsforskningen. Jakten på de underliggande trovärdighetsdimensionerna fick en renässans. Medicinnehållet blev åter intressant som förklaringsfaktor för trovärdighetsbedömningar efter en period som varit starkt orienterad mot demografiska faktorer. Nu gällde det emellertid inte de innehållsliga aspekter som kunde knytas till kommunikatorns egenskaper och avsikter, utan dem som kopplades till den journalistiska arbetsprocessen och nyhetsvärderingen.

Medierna som samhällsinstitution

1980-talets forskning om mediernas trovärdighet präglades som framgång i mycket stor utsträckning av mediebranschens angelägenheter. Mindre framträdande är en annan faktor som också bidrog till att utforma förutsättningarna för 1980-talets amerikanska trovärdighetsforskning, och som också kom att belysa medierna som samhällelig institution: de allt mer alarmerande rapporterna om ett minskat samhällsförtroende som började uppträda under 1970-talet.

Det var av naturliga skäl främst statsvetenskapligt orienterade forskare som ägnade sig åt förtroendet på denna övergripande institutionsnivå. I första hand var det förtroendeklyftan mellan allmänheten och de grupper som fattar och verkställer de politiska besluten som tilldrog sig uppmärksamhet, men intresset omfattade även andra samhällsinstitutioner än de politiska.

En av de mer omfattande studierna av samhällsförtroendet i USA publicerades av de amerikanska statsvetarna Seymour Martin Lipset och William Schneider vid mitten av 1980-talet (1987). Bakgrunden till studien var de signaler om sjunkande förtroende för framför allt politiker som hade gjort sig gällande i kölvattnet efter 1960-talens antikrigsrörelse, studentprotester och rasoroligheter, och som under 1970-talet hade förstärkts av Watergateskandalen, energikrisen och den ekonomiska lågkonjunkturen. På flera håll talade man om risken för en så omfattande förtroendeklyfta att det på sikt kunde hota fundamentet för det amerikanska politiska systemet.

Lipsets och Schneiders främsta syfte var att undersöka i vilken utsträckning de negativa attityderna till olika samhällseliga subsystem kunde tolkas som en så-

dan politisk legitimitetskris. Ett led i detta arbete var att kartlägga och analysera utvecklingen av förtroendet för olika samhällsinstitutioner från 1950-talet och framåt. Främst studerade de förtroendet för statsmakten, näringslivet och fackföreningsrörelserna, men också sådana institutioner som nyhetsmedierna.

Lipsets och Schneiders kartläggningar satte den information som redan fanns beträffande förtroendet för massmedierna i ett vidare perspektiv. Framför allt framgick att den nedgång av förtroendet för massmedierna, som hade uppmärksamats av trovärdighetsforskare sedan 1970-talet, inte var en isolerad företeelse. Tvärtom uppvisade de allra flesta institutioner i USA en minskning av förtroendet efter senare delen av 1960-talet, särskilt fram till mitten av 1970-talet.

Det minskade förtroendet var med andra ord inget som var unikt för medierna – det gällde hela det amerikanska samhället. Lipset och Schneider fann emellertid att förtroendet för medierna, framför allt dagspressen, uppvisade ett mönster som avvek från förtroendet för övriga samhällsinstitutioner. Trots den allmänna likheten i utvecklingen av förtroendet över tid tenderade medierna att betraktas med särskilda ögon och bedömas utifrån något annorlunda förutsättningar av allmänheten.

Förtroendet för den amerikanska pressen hade ständigt legat på eller under den genomsnittliga nivån för förtroendet för samhällsinstitutioner i de surveydata som Lipset och Schneider använde. Jämförelser mellan deras resultat och liknande studier i andra länder visar att pressen generellt tenderar att rangordnas mycket lågt jämfört med andra samhällliga institutioner. Det är enbart fackföreningarna som regelmässigt får lägre förtroendeandelar. (Listhaug 1984; Parisot 1988)

Lipset och Schneider tolkade sina resultat som att det inte förelåg någon legitimitetskris beträffande det amerikanska politiska systemet. Människor var kritiska mot det sätt på vilket verksamheten inom olika institutioner bedrevs – framför allt var de kritiska mot de människor som bar ansvaret för verksamheten – men de hade kvar sin tillit till institutionernas grundläggande samhällliga funktioner och existensberättigande.

För mediernas del är denna slutsats i linje med slutsatser som trovärdighetsforskare dragit beträffande publikens syn på det redaktionella arbetet: man kan kritisera vissa aspekter av verksamheten, men samtidigt hysa förtroende för mediernas verksamhet och målsättning i stort (Izard 1985).

Det politiska perspektivet

Lipset och Schneider ville till stor del förklara den allmänna nedgången av det amerikanska samhällsförtroendet med nyhetsmediernas arbetssätt. Människors förtroende för samhället är i stor utsträckning inte en fråga om egna, direkta erfa-

renheter, utan om uppfattningar om sakernas tillstånd som de bildar sig på andra, indirekta grunder. Medierna är en viktig sådan indirekt informationskälla.

Det minskade samhällförtroendet föll enligt Lipset och Schneider tillbaka på egenheter i mediernas sätt att bevaka samhälls skeenden. Framför allt gällde detta det politiska förtroendet, där tidigare studier hade kunnat relatera politisk misstro till exponering av framför allt TV:s politiska nyhetsbevakning (Robinson 1976; jfr även Miller et al 1979).

TV:s jämförelsevis höga trovärdighet hade inte bara noterats av medieforskare. Under 1970-talet uppmärksammade även statsvetenskapliga forskare förhållandet. Detta bidrog till att förnya intresset för massmediernas betydelse för den politiska opinionsbildningen, ett problemområde som efter en glansperiod under 1950-talet varit relativt eftersatt under 1960-talet. TV:s stora publik och nyhetsgenrens TV-anpassade presentationsform, framför allt med hjälp av nyhetsfilmen, bidrog också till att aktualisera TV:s politiska roll.

Robinson (1976) visade att användandet av TV för att få information om politiska frågor kunde leda till minskad samhällstilltro. Robinson förklarade detta med den sammantagna effekten av TV:s trovärdighet, TV-publikens karaktär och TV-journalistikens utformning. TV-publiken ansågs av Robinson vara mindre sofistikerad än dagspressläsarna – de har lägre socioekonomisk status och förmodades vara mindre kritiska mot nyhetsförmedlingen. Av den anledningen betraktade Robinson TV-publiken som en särskilt sårbar och påverkbar grupp när det gäller åsiktsförändring. I förening med TV:s höga trovärdighet kan TV-journalistikens negativism och institutionskritik av den anledningen få extra stort genomslag bland TV-tittarna.

Graber gjorde ett mer ingående försök att fastställa medietrovärdighetens betydelse för den politiska opinionsbildningen med hjälp av panelstudier och utförliga publikintervjuer (1988:141f). Hon fann det emellertid vara svårt att dra slutsatser om den generella betydelsen av trovärdighet. Framför allt berodde detta på människors benägenhet att differentiera sina trovärdighetsbedömningar: publiken gör olikartade värderingar av medierna i sig, politiker allmänt som medieaktörer, specifika politiker som medieaktörer respektive politikernas kampanjretorik.

Graber kunde emellertid konstatera att ett lågt förtroende för medier på en generell nivå inte behöver innebära bristande tillit till konkreta artiklar och inslag eller specifika medieorganisationer. Hennes slutsats var att det är först när nyhetsinnehållet strider mot de egna erfarenheterna som publiken uttrycker misstro mot nyhetsförmedlingen.

Den politiskt orienterade forskningen kring mediernas trovärdighet gällde i första hand trovärdighetens betydelse för effekter av medieinnehållet. Därvidlag visade denna forskningsansats mer likhet med källtrovärdighetsforskningen än vad den medieinriktade trovärdighetsforskningen gjorde, som nästan uteslu-

tande hade sysslat med att antingen kartlägga trovärdighetsbegreppets olika dimensioner eller villkoren för trovärdighetsbedömningarna.

Ett undantag utgörs av O'Keefe (1985), som undersökte betydelsen av medietrovärdighet i samband med effekten av TV på publikens omvärldsuppfattning när det gäller brottslighet. Han fann att omvärldsuppfattningen korrelerade mer med synen på TV:s trovärdighet än med exponeringen för mediet. Detta gällde både nyhetsinnehåll och underhållningsprogram.

O'Keefe varnar emellertid för slutsatsen att medietrovärdigheten ensidigt påverkar brottsuppfattningen. En på förhand existerande världsbild som är konsistent med TV:s bild kan leda både till mer exponering för och ökad trovärdighetsskattning av TV. I sådana fall är det snarare omvärldsuppfattningen som är orsak till trovärdighetsbedömningen än tvärtom.

Trovärdighet och kognitiva processer

Under 1980-talet växte ett nytt perspektiv fram som ram för studierna av de amerikanska mediernas trovärdighet. Socialpsykologiska teorier om de kognitiva processerna i samband med individens informationsbehandling blev grunden för frågeställningarna och den bakgrund mot vilken man ville tolka resultaten.

Forskarna konstaterade att synen på mediers trovärdighet är relaterad till mottagarens förhållningssätt till nyhetsinnehållet i flera avseenden. Engagemanget i de frågor som nyhetsbevakningen tar upp och samhörigheten med de grupper som berörs har betydelse (Vallone et al 1985; Gunther 1992), liksom intensiteten i engagemanget (Gunther 1988) och viktighetsbedömningen av det behandlade ämnet (Gunther och Lasorsa 1986).

Sambandet mellan engagemang och viktighetsbedömning å ena sidan och trovärdighetsbedömningar å den andra visade sig emellertid inte vara okomplicerat. Flera studier visade att ett engagemang på medelhög nivå och av måttlig intensitet är det mest gynnsamma villkoret för hög medietrovärdighet (Gunther och Lasorsa 1986; Gunther 1988, 1992). Detta förhållande förklaras med att olika typer av kognitiva processer är aktiverade i samband med informationsbehandlingen vid de olika engagemangsnivåerna¹¹. Detta tenderar att synas tydligare för TV än för press (Gunther 1988).¹²

Teorier om kognitiv respons har också använts som förklaringsgrund för trovärdighetsbedömningar i andra, mer specifika sammanhang, till exempel mot bakgrund av det kön som en tidningsläsare tillskriver journalisterna (White och Andsager 1991) och i förhållande till socialisationsprocessen som ram för synen på TV-reklam (Meyer och Hexamer 1981).

Dagens syn på medietrovärdighet

Den starka betoning av mottagarens inre processer, som det kognitiva perspektivet medför, betyder att forskningen om medietrovärdighet vid ingången till 1990-talet har en fundamentalt annorlunda utgångspunkt jämfört med trovärdighetsproblematikens upprinnelse på 1950-talet. Över decennierna har det skett en påtaglig förskjutning av tyngdpunkten från kommunikationsprocessens sändarsida till dess mottagarsida.

Tidigare trovärdighetsstudier var i huvudsak inriktade på att beskriva och förklara olika mediers trovärdighetsstatus med tonvikt på de skillnader som kunde finnas medierna emellan. Även de undersökningar som inbegrep publikens egenskaper hade som regel till syfte att ytterst belysa skillnaderna mellan medierna.

Nu har det också blivit angeläget att förklara *människors sätt* att bedöma mediers trovärdighet. Människors förhållningssätt till medier ses som något som kan variera från situation till situation, och det är lika legitimt att studera hur publiken bedömer ett medium i olika situationer som att studera hur publiken bedömer olika medier i en och samma situation. Att betrakta människors förtroende för medierna som en mer eller mindre statisk, oföränderlig disposition, vilket varit den underförstådda utgångspunkten för den stora mängd dimensionsanalyser som gjorts över åren, förkastas på flera håll helt.¹³

Att forskarintresset förskjutits från det sändarorienterade perspektivet till ett publikorienterat perspektiv är emellertid inte något som enbart utmärkt forskningen om medietrovärdighet. Det är giltigt för en stor del av den övriga forskningen om masskommunikation och har inneburit helt nya förutsättningar för vilka problemområden och frågeställningar som ter sig relevanta.

Även den fortsatta forskningen om källtrovärdighet, efter Hovlandgruppens pionjärbete, kom så småningom att präglas av en sådan utveckling.

Källtrovärdighet efter Hovland

Arbetet med att utforska påverkansprocessen utvecklades under 1960-talet efter Hovlandgruppens insatser under det föregående decenniet. Man betonade nu informationsmottagarens roll mer än tidigare och uppmärksammade olika mottagarfaktorer med betydelse för kommunikatorns möjligheter att påverka. Det var i första hand de villkor för påverkan som kan kopplas till individens mentala strukturer som stod i centrum för intresset: mottagarens engagemang i budskapets ämne, uppfattningarna om kommunikatorn, individens kognitiva förutsättningar, personlighetsdrag osv.

Källtrovärdighet och påverkan

Den sammanfattning av forskningsläget som Nowak et al presenterade 1966 visar att forskarna nu såg kommunikationspåverkan som något som inte primärt beror på att information enbart blir ihågkommen. Påverkan hänger samman med att stoff som individen konfronterats med har värderats och tolkats på ett särskilt sätt som resulterat i att det införlivats med individen och därmed förändrat den mentala strukturen. Det handlar således inte bara om att mottagaren skall ta emot, förstå och lagra information; det handlar också om att mottagaren skall integrera informationen med sina befintliga föreställningar om man skall kunna tala om åsiktpåverkan. Utöver den trovärdighetsfaktor som Hovland hade uppmärksammat urskiljde man dessutom en psykosocial dimension i relationen mellan mottagare och källa. Denna dimension omfattar mottagarens syn på källans status och prestige, mottagarens benägenhet att identifiera sig med källan mm. (Nowak et al 1966:97ff; jfr Maletzke 1972)

Påverkan handlar med andra ord om en process. Denna process började nu intressera forskarna, framför allt de olika steg som kan urskiljas i förloppet mellan konfrontation med ett meddelande fram till det eventuella slutgiltiga acceptandet av dess budskap (McGuire 1968). Källtrovärdigheten sågs i detta sammanhang inte som en faktor som påverkar människorna i sig, utan som en faktor som tillsammans med andra faktorer *motiverar* mottagaren till acceptans.

Frågeställningarna utvecklades och det teoretiska synsättet på begreppet påverkan förändrades under de följande åren, men de grundprinciper som Hovland och hans medarbetare hade etablerat i början av 1950-talet fortfor att vara giltiga. Framför allt kvarstod det mest grundläggande antagandet: att kommunikation rör sig om en enkelriktad, starkt effektorienterad process, där det centrala är i vilken utsträckning mottagaren påverkas i den av sändaren avsedda riktningen. De väsentliga frågeställningarna gällde fortfarande villkoren för sådan kommunikationspåverkan.

För källtrovärdighetens del handlade det om under vilka förutsättningar trovärdighet spelar roll för kommunikationspåverkan, dvs vilka faktorer knutna till kommunikationssituationen som kan intervensera med effekten av källans trovärdighet på mottagaren.

Dessa förutsättningar kunde gälla mottagarens auktoritetsberoende (Johnson et al 1968), kommunikationsinnehållets relevans för mottagaren (Johnson och Scileppi 1969), den individuella påverkansprocessen (Johnson och Izzet 1969; Schulman och Worrall 1970), den initiala åsiktsöversstämmelsen mellan kommunikator och mottagare (Rhine och Severance 1970) eller hur tilltalande mottagaren uppfattar kommunikatoren (Eagly och Chaiken 1975).

Samtidigt fortsatte analyserna av trovärdighetsbegreppets grunddimensioner utifrån Hovlands utgångspunkt (se t ex Eagly et al 1978).

1960- och 1970-talens forskning om källtrovärdighet resulterade i att man kunde slå fast att källans trovärdighet spelar roll för möjligheterna att påverka mottagarens åsikter, men att källtrovärdigheten samspelar med andra förutsättningar enligt ett inte helt okomplicerat mönster. Dessa förutsättningar inbegriper framför allt mottagarens initiala åsikter om och attityder till den ståndpunkt som källan argumenterar för. Riktningen av argumentationen, om det handlar om argument för eller emot, har också betydelse, liksom huruvida mottagaren är medveten om att källan kan ha avsikten att åstadkomma en påverkan.¹⁴

Detta samspel innebär att det inte heller är självklart *vilken* betydelse källtrovärdighet har. Under vissa omständigheter kan till exempel en källa med lägre trovärdighet åstadkomma större åsiktsförändring än en källa med hög trovärdighet¹⁵.

Forskningen var emellertid fortfarande sysselsatt med att pröva källtrovärdigheten i artificiella situationer, där en kommunikator argumenterade för eller emot en konkret ståndpunkt i ett isolerat sammanhang. Man arbetade fortfarande i huvudsak utifrån begränsade experiment, isolerade nedslag som tenderade att fragmentarisera resultatbilden. Forskningen utmärktes av svårigheter att höja kunskapsbildningen om källtrovärdighet över den specifika experiment-situationens villkor. Detta bidrog i sin tur till svårigheter att generera teoretiska modeller, modeller mot vilka man kunde dra slutsatser av mer generell giltighet och som kunde fungera som utgångspunkt för det fortsatta analysarbetet.

Informationsbehandlingsteorier

I slutet av 1970-talet uppmärksammades och diskuterades på flera håll den teoretiska begränsning som präglade forskningen om källtrovärdighet. Vissa ansåg att den låga generaliserbarheten och bristen på teoretiska ramverk medförde att källtrovärdighetens betydelse för kommunikationspåverkan ännu inte var vare sig klarlagd eller ens fullt belagd – trots den allmänna uppfattningen att trovärdiga källor främjar påverkans effekter (Sternthal et al 1978).

Det framfördes också kritik mot att forskningen kring källtrovärdighet försummat att mer precist undersöka på vilket sätt trovärdighetsfaktorn är kopplad till kommunikationspåverkan; det är väsentligt, menade man, att fastställa inte bara hur utan också varför och på vilket sätt källtrovärdighet kan ha betydelse (Sternthal et al 1978). Som framgått tidigare blev också de statistiska analysmetoder som i huvudsak hade varit i bruk ifrågasatta, framför allt i samband med analysen av trovärdighetsdimensionerna. Analyserna var otillräckliga som underlag för slutsatser om vilka trovärdighetskriterier som i praktiken är giltiga för människor (Cronkhitte och Liska 1980:102; Infante et al 1983). Kriterierna för utvärdering av en informationskälla visade sig dessutom variera beroende både på kommunikationsämne och -situation (Liska 1978).

Den teoriram som nu introducerades, och som blev stilbildande för studierna om källtrovärdighet, bygger på föreställningar om hur människor bearbetar information, dvs de kognitiva processerna i samband med informationsinhämtande och påverkan (Sterthal et al 1978; Eagly och Chaiken 1984; Petty och Cacioppo 1986a, 1986b; Chaiken 1987). Man utgick från att olika kommunikationssituationer leder till olikartade sätt att bearbeta inkommande information, vilket också innebär olika villkor för trovärdighetseffekter.

Studier inom ramarna för denna teoriansats har bland annat visat att källtrovärdighet kan få större genomslag när sakfrågan gäller något som individen inte har egna, direkta erfarenheter av, eftersom detta leder till en annan typ av kognitiv bearbetning än vad som är fallet med information som kan knytas till något självupplevt (Wu och Shaffer 1987). Personlighetstypens och kommunikationsmotivets betydelse för hur mottagarnas kognitiva processer ser ut i samband med olika typer av källor har också prövats (DeBono och Harnish 1988). Man fann att påverkansutrymmet för källgenskaper som trovärdighet är relaterat till mottagarnas typ av motivation för att ta del av budskapet, eftersom denna motivation i sin tur betingar sättet att bearbeta den inkommande informationen¹⁶.

Källtrovärdighet och kommunikationseffekter

Utvecklingen mot att arbeta med mottagarnas kognitiva processer och motivation utgör en pendang till den generella förändring beträffande synsättet på kommunikationsprocessen som gjort sig gällande bland dem som arbetade med medietrovärdighetsfrågor. Inom källtrovärdighetsforskningen såg man inte längre åsiktsförändring i termer av att en kommunikatorsstyrd kraft formar mottagaren uteslutande på sändarens villkor, en föreställning som reducerar informationsmottagaren till ett passivt objekt. I stället uppfattade man mottagaren mer som en aktiv part i kommunikationsprocessen, en part som av olika anledningar och i linje med egna intressen väljer att ta till sig kommunikatorns argument¹⁷.

Denna uppmjukning av den ursprungliga, mer rätlinjiga synen på källtrovärdighet innebar att trovärdighetens betydelse för mottagarens benägenhet att ta till sig ett kommunikationsinnehåll förbands med villkor. Det är inte alltid självklart att källtrovärdighet främjar påverkan.

Men det måste understrykas att den överväldigande delen av de socialpsykologiska experiment, som denna slutsats bygger på, definierar effekter på ett relativt osofistikerat sätt. Man har studerat effekter som beroendevariabler i form av omedelbara och uttryckliga förändringar (eller uteblivna förändringar) av manifesta åsikter och ställningstaganden. Påfallande ofta har experimenten gällt i vilken utsträckning försökspersonerna instämmer med en viss förfäktad ståndpunkt.

Inom masskommunikationsforskningen generellt har denna syn på medie- och kommunikationseffekter numera ersatts av en mer nyanserad uppfattning. De kommunikationseffekter på människor, som effektforskarna idag i första hand är intresserade av att studera, är inte de kortsiktiga, manifesta förändringarna på åsikter, kunskaper och känslor. Det är i stället de långsiktiga, indirekta effekterna på människors omvärldsuppfattning och värde- och normsystem, dvs den mentala miljö som sedan i sin tur formerar människans attityder och handlingsbenägenhet. Det är i detta avseende som massmedierna torde ha sin största betydelse som påverkanskälla. Dessa effekter uppträder emellertid gradvis, kumulerade under en längre tidsperiod och i samspel med andra faktorer. (Asp 1986; McQuail 1994b)

Detta innebär att de forskningsresultat om källtrovärdighet som genererats sedan fyrtio år har ett begränsat tillämpningsområde. Slutsatser om betydelsen av källans trovärdighet behöver inte vara relevanta när det gäller de effekter som masskommunikationsforskningen finner mest angelägna: effekter av massmedierna och dess innehåll.

Å andra sidan är relevansen en öppen fråga. Vi vet att källtrovärdighet kan ha betydelse för kommunikatorns möjligheter att påverka en mottagare. Det finns anledning att anta att samma mekanismer och samma kontextuella faktorer åtminstone till viss del är giltiga i samband med medietrovärdighet och indirekta, långsiktiga effekter. Frågan är i hur stor utsträckning.

Svensk trovärdighetsforskning

Den svenska forskningen om massmediernas trovärdighet är relativt begränsad. Huvuddelen är utförd under perioden från mitten av 1970-talet och ett tiotal år framöver. Ett litet antal studier har haft ambitionen att mer ingående analysera fenomenet eller begreppet medietrovärdighet (Arvidson 1977, 1980, 1981; Hermerén 1978b; Lundberg 1973). Därvidlag har man använt flera olika ansatser: surveystudier, experiment och teoretiska begreppsanalyser. Någon enstaka framställning har främst karaktären av översikt och kritisk utvärdering av befintlig forskning¹⁸. Den största volymen av de studier som gjorts inom området utgörs av deskriptiva redovisningar av surveydata¹⁹.

Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar²⁰ svarar för den gedignaste datainsamlingen av den svenska allmänhetens trovärdighetsbedömningar; under framför allt 1970-talet och fram till mitten av 1980-talet ingick trovärdighetsfrågor beträffande nyhetsmedierna i ett flertal större surveyundersökningar. 1977-1984 gjordes årliga mätningar av allmänhetens syn på medietrovärdighet²¹.

Sett i ett nordiskt perspektiv har forskning om mediers trovärdighet i första hand ägt rum i Sverige. Utöver denna har även viss forskning skett i Norge²².

Nedan redovisas mer ingående de svenska arbeten som spelat störst roll för utvecklingen av den svenska forskningen om medietrovärdighet.

Teori och empiri: Arvidson

Den mest grundliga forskningsinsatsen hittills beträffande de svenska mediernas trovärdighet svarar sociologen Peter Arvidson för. Under åren 1977-1981 utförde Arvidson ett antal studier som omfattar litteraturgenomgångar, teoriutveckling och empiriska undersökningar av den svenska allmänhetens bedömning av nyhetsmediernas trovärdighet (Arvidson 1977, 1980, 1981).

Den bristande begreppsanalys som dittills hade utmärkt den internationella trovärdighetsforskningen gjorde det till en angelägen fråga för Arvidson att utveckla en fungerande begreppsapparat, på teoretisk botten och med empirisk prövning. Ett annat syfte var att skaffa grundläggande kunskaper om hur allmänheten värderar nyhetsmedierna beträffande trovärdighet.

Som utgångspunkt avgränsar Arvidson forskningen om medietrovärdighet från de problemområden som rör frågor om objektivitet i medierna och frågor om källtrovärdighet i samband med kommunikation och påverkan (1977:9ff). Trovärdighetsforskningen rör till skillnad från objektivitetsforskningen allmänhetens bedömning av massmediernas objektivitet, inte mediernas objektivitet i sig. Trovärdigheten gäller vidare en egenskap som allmänheten tillskriver medierna, inte en objektivt given medieegenskap.

Arvidsons teoretiska ansats är explicit kopplad till nyhetsmediernas roll som förmedlare av verklighetsbilder; han ser trovärdighetsforskningen som en delaspekt av den forskning som har som uppgift att belysa kunskapsflödet verklighet-medier-publik. Medietrovärdighet som forskningsområde knyts således upp till anslutande forskningsområden ur ett nyhetsprocessperspektiv. (En närmare redovisning av Arvidsons begreppsapparat följer i kapitel 5.)

De viktigaste slutsatser som Arvidson drar av sina empiriska undersökningar beträffande publikbedömningar av mediernas trovärdighet är följande:

När det gäller medieanvändning, som många menat egentligen vara det som trovärdighetsindikatorerna utgör mått på (Nordström 1975), fann Arvidson att frågor om trovärdighet inte mäter individens medieanvändning, men att medieanvändning är kopplad till trovärdighetsbedömningarna. Individens efterhandsbedömning av ett mediums trovärdighet påverkas inte i särskilt hög grad av användningen av mediet, men det finns ett samband mellan förväntad trovärdighet och den generella användningen av mediet i fråga. Vad som påverkar vad fastställs inte i studien; Arvidsons uppfattning är att både medieanvändning och förväntningar om trovärdighet kan ses som uttryck för den bakomliggande socialiseringen till mediekonsument (1981:74f).

En tendens i mediebedömningarna är att morgonpress i vissa avseenden visar likheter med bedömningarna av radio, medan TV och kvällstidningar visar vissa likheter sinsemellan. Likheterna gäller betydelsen av vissa bakgrundsvariabler, men också de aspekter av medierna som publiken använder som underlag för trovärdighetsbedömningarna.

Bryts trovärdighetsbedömningarna upp på mer konkreta utvärderingar av mediekanaler visar det sig nämligen att olika aspekter är relevanta för olika kanaler. Arvidsons slutsats är dels att förväntningar om trovärdighet och efterhandsbedömningar av trovärdighet baseras på olika mediekanaler, dels att trovärdighetsvärdering är relaterad till olika kvaliteter för olika mediekanaler (1977:74f; 1981:106ff).

Beträffande värderingen av de olika medierna fann Arvidson, i överensstämmelse med de data som tidigare hade samlats in om allmänhetens trovärdighetsbedömningar av medierna, att etermedierna betraktas som mest trovärdiga, därefter morgonpress och sist kvällspress. Ju mer konkret bedömningsobjektet blir, desto mindre åtskillnad gör människor mellan olika medier. Vid övergripande bedömningar värderas olika tidningar mer olikartat än när man tar ställning till konkreta artiklar ur tidningar²³.

Normativ teori: Hermerén

Arvidson relaterade trovärdighetsproblematiken till objektivitetsforskningen samtidigt som han avgränsade det förra från det senare. Förhållandet på begreppsnivån mellan objektivitet och trovärdighet hos massmedier har också analyserats av filosofen Göran Hermerén (1978a, 1978b). Som utgångspunkter har han beträffande trovärdighet Arvidsons begreppsapparat och beträffande objektivitet Westerståhls²⁴.

Hermerén lyfter fram bristperspektivet som en viktig del av båda begreppens praktiska tillämpning: både trovärdighet och objektivitet kan sägas konstitueras av *frånvaron* av trovärdighets- respektive objektivitetsbrister. Han knyter trovärdighet kausalt till objektivitet genom att förutsätta att brister i mediernas objektivitet leder till brister i deras trovärdighet (Hermerén 1978b:25ff).

Enligt Hermerén borde trovärdighetsforskningen syssla med att fastställa objektiva kriterier för faktisk trovärdighet hos medier. Parallellen återfinnes i de kriterier som Westerståhl föreslagit för medieinnehållets saklighet och opartiskhet och som använts som mått på objektivitet i nyhetsförmedlingen (Hermerén 1978b:35).

Hermerén gör en distinktion mellan trovärdighet som ett normativt fastställande och en empirisk tillämpning av objektiva trovärdighetskriterier å ena sidan, och publikens subjektiva bedömning av mediernas trovärdighet å den andra. Dessa två aspekter behöver inte sammanfalla – publiken kan enligt Hermerén

mycket väl ha "fel" i sin bedömning, dvs avvika från de objektivt fastställda kriterierna. (Hermerén 1978b:6ff)

Experiment: Lundberg

Arvidson arbetade huvudsakligen med surveydata för att kartlägga trovärdighetsbedömningarna, även om en mindre del av det empiriska underlaget skaffats fram med hjälp av experiment (Arvidson 1980). Dan Lundberg (1973) har gjort ett mer utbyggt experiment för att pröva en av de faktorer som kan tänkas påverka människors syn på de svenska mediernas trovärdighet.

Lundberg utgår i huvudsak från en funktionsorienterad syn på hur människor förhåller sig till medierna. Ramen för studien är frågan om hur de olika informationsfunktioner, som kan knytas till ett budskap, påverkar användningen av innehållet. Antagandet är att de förväntningar som mottagaren har på budskapets nytta, och det sätt på vilket mediet svarar mot dessa förväntningar, betingar budskapets subjektiva relevans för mottagaren.

Lundbergs avsikt var att med hjälp av ett experiment testa hypotesen att i en situation som uppmuntrar användning av medieinnehållet i problemlösande syfte borde trovärdighetsfaktorn betraktas som mer relevant och därmed påverka den upplevda användbarheten i högre utsträckning än i situationer där innehållet används som stoff för social samvaro.

Testet ger emellertid inte fullt ut stöd för hypotesen; i stället visar det sig att trovärdighetsbedömningarna samvarierar med den upplevda nyttan av innehållet i båda situationerna, dvs med den upplevda nyttan generellt. Lundberg själv anger i en kritisk utvärdering av experimentet att feldefinierade eller -operationaliserade användningsindikatorer sänker experimentets testvärde.

Sannolikt ligger också en del av problemet i bristande validitet av en av premisserna, den som föreskriver att trovärdigheten är mer relevant i samband med rationell problemlösning än i samband med socialt samspel.

Trots de reservationer som författaren själv knyter till experimentets validitet är den tendens som framkommer av intresse. Lundberg finner ett samband mellan syn på mediernas trovärdighet och upplevd användbarhet av medieinnehållet; vid samma tid drar Edelstein motsatt slutsats utifrån sitt material (Edelstein 1974; Edelstein och Tefft 1974). Det bekräftar att människors trovärdighetsbedömningar av medier och medieinnehåll är av sammansatt natur och pekar mot att de är beroende av olika kontextuella faktorer.

Objektivitet och partiskhet

Arvidson och Hermerén har inte varit ensamma om att knyta trovärdighetsproblematiken till frågor om objektivitet. I Sverige har frågor om nyhetsförmed-

lingens objektivitet och partiskhet på ett naturligt sätt betraktats som kopplade till trovärdighetsproblematiken, även om denna koppling inte alltid explicitgjorts. Frågeställningarna och forskningskontexten har i dessa fall i stor utsträckning varit relaterade till ett statsvetenskapligt perspektiv, där det demokratiska samhällssystemets krav på informerade väljare ofta satts i förgrunden. I förlängningen har även frågor beträffande det journalistiska nyhetsarbetets principer och rutiner aktualiserats.

Bakgrunden till detta utgörs främst dels av det svenska partipresssystemet med dess öppna knytningar till politiska partier, dels av den klassiska svenska modellen för etermediernas organisation och syfte: ett företag med monopolställning och med skyldighet att arbeta i en public service-anda.

Beträffande den svenska partipressen har frågor om partipolitisk partiskhet ställts i centrum, på grund av farhågorna att partibindningarna kunde medföra att det "egna" partiet eller blocket gynnades även på nyhetsplats. Omstrukturen av den svenska dagspressmarknaden under 1960- och 1970-talen, då antalet utgivningsorter med enbart en tidning kraftigt ökade samtidigt som antalet orter med egen lokaltidning minskade, bidrog till att skapa oro för att utrymmet för politisk partiskhet ökat.

Beträffande Sveriges Radio utformades tidigt regelverk som innebar en skyldighet för företaget att bedriva nyhetsarbetet i radio och sedermera TV på ett sakligt och opartiskt sätt. Företagets monopolställning i kombination med uppdraget att främja folkbildningen gjorde det till en angelägen fråga att säkra objektiviteten i bevakningen av samhället. Den mer övergripande frågan om objektivitet kom därför ofta i förgrunden när det gällde innehållet i etermedierna.

En omfattande del av denna forskning består av studier av objektiva egenskaper i nyhetsförmedlingens innehåll i samband med specifika nyhetshändelser (se t ex Westerståhl 1968, 1971, 1972) eller i samband med valkampanjer (se t ex Westerståhl 1969; SOU 1975; Holmberg och Asp 1984; Asp 1986, 1991).

En annan – och för mina syften mer relevant – inriktning av dessa studier är hur publiken uppfattar mediernas innehåll när det gäller objektivitet och partiskhet. Westerståhls modell för medieinnehållets objektivitet följdes upp av en norsk statsvetare, Ragnar Waldahl, som utgick från Westerståhls kriterier i en studie av norska allmänhetens bedömning av objektiviteten i medierna (1982).

Waldahl lyfter fram mediernas betydelse för medborgarnas deltagande i samhällets politiska kommunikationsflöden. Den centrala frågan för Waldahl är hur publiken uppfattar mediernas nyhetsförmedling när det gäller dels den generella objektiviteten, dels pålitligheten. Med pålitlighet menar Waldahl i vilken utsträckning publiken anser att man kan lita på innehållet och att medierna ger en pålitlig bild av det skeende som skildras (81ff).

Waldahl betonar det subjektiva elementet i publikens bedömningar av mediernas pålitlighet: en viktig förutsättning för bedömningarna är överensstämmelsen mellan individens eget förhållningssätt och de underliggande värdering-

arna i medieinnehållet (87f). Liknande tankegångar om betydelsen av värdeöverensstämmelse mellan medier och publik för publikens trovärdighetsbedömningar hade tidigare framförts av Karl Erik Rosengren (1977, 1980).

Kent Asp har studerat publikens bedömningar av medieinnehållet när det gäller partiskhet. Han har funnit att både politiskt intresse och partisympati har betydelse för upplevelsen av om medierna gynnar eller missgynnar någon av de politiska partierna i nyhetsförmedlingen (1982:176f; 1988:35).

Asp har också jämfört mätningarna av publikens bild av mediernas partiskhet med mätningar av det objektiva medieinnehållet i de bedömda medierna. Han finner att överensstämmelsen generellt är relativt hög, men att detta i första hand gäller medier där publiken känner till vilket parti medierna stödjer. När det gäller medier som har en okänd eller diffus politisk profil finns större utrymme för avvikelser mellan publikupplevelsen och det objektiva medieinnehållet (1982:179ff, 1988:34ff).

Summering: Vad vi vet om medietrovärdighet

Här följer en sammanfattning av vad forskningen kommit fram till när det gäller medietrovärdighet.

Mediepubliken *gör klar skillnad* mellan olika medier när det gäller trovärdighet. Det vanligaste mönstret är att etermedierna, framför allt TV, bedöms mer gynnsamt än press²⁵. Som institution i samhället åtnjuter dagspressen som regel mindre förtroende än många andra institutioner. Det förefaller vidare inte finnas några enhetliga trovärdighetskriterier: i bedömningen av olika medier tar publiken fasta på *olika aspekter* av medierna.

Publiken differentierar inte bara sina trovärdighetsbedömningar när det gäller olika medier, utan också när det gäller bedömningen av ett enskilt medium. Mediet betraktas inte som ett homogent bedömningsobjekt, utan trovärdigheten varierar beroende på vad hos mediet det är som utvärderas. Publiken skiljer t ex mellan medierna som organisationer och de individer som är verksamma inom medierna²⁶: man kan ha lägre förtroende för journalisterna som yrkesgrupp än för medierna i sig. Man gör också åtskillnad när det gäller mediet, de aktörer som figurerar i mediet, de enskilda inslag som konstituerar medieinnehållet, och de utsagor som förekommer i inslagen. Likaså skiljer man mellan aktörer som generella grupper och enskilda aktörer specifikt.

När det gäller de omständigheter som betingar publikens syn på mediernas trovärdighet har forskarna arbetat med flera olika typer av förklaringsfaktorer. Mer elaborerade förklaringsmodeller saknas emellertid. Vissa slutsatser kan ändå utvinnas av de forskningsansträngningar som gjorts:

Mediernas trovärdighet kan knytas till grundläggande *demografiska* faktorer. Socioekonomisk status är en faktor som ofta visat sig skilja publikens bedöm-

ningar. *Användningsvanorna* beträffande ett medium är också relaterade till synen på mediets trovärdighet, men det har visat sig vara en vanskelig uppgift att fastställa vad som egentligen påverkar vad i detta fall.

Mediernas *funktioner* har sannolikt betydelse för hur medierna uppfattas i trovärdighetsavseende, men det är mer oklart om detta faller tillbaka på det subjektiva utbyte publiken har av medierna, eller om det mest handlar om de strukturella egenskaper hos mediet som olika mediefunktioner förutsätter. Att den subjektiva faktorn är relevant är emellertid uppenbart: upplevelsen av hur ett medium svarar mot de *egna behoven och intressena* är positivt relaterad till trovärdighetsskattningen av mediet.

Mediernas *förankring i samhället* spelar roll, både när det handlar om journalistikens sociala relevans och närheten till publiken. Ju mer integrerat ett medium är i den kontext där publiken är situationerad, desto gynnsammare tenderar trovärdighetsbedömningarna att bli.

Relationen mellan publiken och det *sakinnehåll* som medierna framställer har också visat sig vara av betydelse. Egna, avvikande erfarenheter av det som återges kan intervenera med i övrigt gynnsamma trovärdighetspremiss. Publikens attityd till den sakfråga som behandlas påverkar trovärdighetsbedömningarna, men efter ett komplicerat mönster.

Den forskning som explicit gällt medietrovärdighet har mest sysselsatt sig med att studera *villkoren* för trovärdighetsbedömningarna. De *konsekvenser* som mediets trovärdighet (eller bristande trovärdighet) medför har ägnats betydligt mindre utrymme. Det är främst inom forskningen om kommunikatorns trovärdighet som detta perspektiv återfinns. Till viss del har sådana frågeställningar också behandlats i samband med politisk opinionsbildning.

Kommunikatorns trovärdighet samspelar med upplevelsen av kommunikatorn och benägenheten att acceptera dennes budskap, men trovärdigheten determinerar inte acceptansen. Olika mottagarfaktorer intervenerar, bland annat mottagarens förhållning till den sakfråga budskapet gäller, mottagarens tidigare kunskaper och karaktären av mottagarens relation till omgivningen. Under vissa förutsättningar kan till och med en källa med lägre trovärdighet påverka mottagaren mer än en högtrovärdig källa.

Man har också kunnat koppla förtroende för TV till misstro mot samhället generellt och politisk misstro speciellt. Detta har förklarats med framför allt TV:s sätt att bevaka politiska och samhällsrelaterade skeenden.

Teoribildningen

Forskningen kring medietrovärdighet har avsatt en hel del empiriska studier, men teoriutvecklingen har generellt varit svag. Utbyggda förklaringsmodeller har i de flesta fall saknats och begreppsanalysen har varit eftersatt. Denna brist

på teoretiska utgångspunkter har försvårat möjligheterna att skriva in trovärdighetsproblematiken inom mer allmängiltiga teoriramar.

Den bristfälliga begreppsanalysen har gett utrymme för en inställning till begreppen trovärdighet, tillförlitlighet, tillit, tilltro och förtroende som ekvivalenta och ömsesidigt utbytbara²⁷. Vad som är publikegenskap och vad som är medieegenskap flyter in i vartannat i de studier som gjorts, och det är ofta svårt att avgöra vad som egentligen varit avsikten att belysa.

Som kommer att framgå är det min uppfattning att det är nödvändigt att göra en åtskillnad mellan förtroende för medier som ett bredare förhållningssätt hos publiken å ena sidan, och publikens mer specifika bedömningar av mediers trovärdighet å den andra. Förtroende och trovärdighet refererar till olika företeelser, företeelser som i hög grad är relaterade till varandra men som utgör egna begreppsliga entiteter.

I kapitel 4 redovisar jag ett förslag till en begreppsanalys beträffande förtroendet, i det påföljande kapitlet följer en mer kortfattad motsvarighet beträffande begreppet trovärdighet.

I sin helhet är min framställning emellertid främst inriktad mot allmänhetens förtroende för medierna. Som en inledning till detta redovisar jag först hur man sett på begreppet förtroende generellt.

Noter

1. Litteraturens tillgänglighet har naturligtvis varit en viktig omständighet vid forskningsgenomgången. Den utomnordiska litteratur som ligger till grund för översikten är sådan som publicerats i engelskspråkig form. Mycket få av dessa texter har sitt ursprung i områden utanför USA och England eller refererar till sådana texter. Detta utesluter naturligtvis inte att forskning om mediernas trovärdighet förekommer i andra länder (se t ex Marhuenda 1979; Bentele 1988; *NSK News Bulletin* 1991).
2. Det är vanligt att skilja mellan källa och kommunikator på så vis att källan ses som den som ytterst initierar ett budskap medan kommunikatorn är den som av publiken upplevs som informationsförmedlare. Den terminologi som är vanligast inom forskningen om kommunikation och åsiktspåverkan gör som regel inte denna åtskillnad. I den följande framställningen används därför källa och kommunikator synonymt. Begreppet källtrovärdighet används för att beteckna forskningsområdet, i enlighet med den engelska beteckningen *source credibility*.
3. Däremot fann Hovland och hans medarbetare att sådana källor i mycket stor utsträckning utvärderades positivt av publiken. Det innebär att en subjektiv uppfattning av källan som "fair and honest" inte heller behöver leda till acceptans av budskapet, en iakttagelse som Hovland et al utifrån sina utgångspunkter emellertid inte hade anledning att göra.
4. Sleeper effect kan inträffa under förutsättning att mottagaren först blir motiverad att ta till sig kommunikatorns information och sedan görs uppmärksam på kommunikatorns låga trovärdighet direkt efter exponeringen för budskapet (Pratkanis et al 1988).

5. Tannenbaum och McLeod (1963) hade tidigare kopplat trovärdighetsproblematiken till massmedierna som kanal, men deras studie präglas i stor utsträckning av källtrovärdighetsforskningens premisser. Tannenbaum och McLeod hanterar inte medietrovärdighet som ett självständigt problemområde på det sätt som finns inskrivet i Westley och Severins ansats.
6. Jfr även Weiss 1956; Sargent 1965.
7. Nyhetsuppläsare får gälla som högtrovärdig källa i samtliga experiment; hos Worchel et al (1975) gäller politiker som lågtrovärdig källa. Andreoli och Worchel (1978) nyanserade premisserna genom att i sitt experiment använda politiker av både hög och låg trovärdighetskvalitet. Emellertid gäller genomgående att klassningen av trovärdighet gjordes av forskarna, inte av försökspersonerna.
8. Se t ex MacNeil 1985; Meyer 1985; *Editor & Publisher* 1985.
9. Den mest omfattande är den studie som ASNE (The American Society of Newspaper Editors) lät utföra (ASNE 1985). Surveystudier gjordes också av The Gannett Center for Media Studies (Whitney 1985), *Los Angeles Times* (Shaw 1985) och *Times-Mirror* (Kohut och Robinson 1986).
10. På vissa håll hade man dock både ifrågasatt om det överhuvud taget funnits någon förtroendekris för medierna (Gaziano 1988) och hävdade att problemen varit giltiga även före 1980-talet (Dennis 1989:18).
11. En teori är att vid låga engagemangsnivåer avfärdas informationskanalen eftersom mottagaren uppfattar informationen som irrelevant och ointressant. Vid ett högt engagemang avfärdas också informationskanalen, men på grund av att man granskat innehållet ytterst kritiskt och avvisat allt som inte är konsistent med de egna uppfattningarna. Vid ett medelengagemang är publikens informationssökande aktivt men okritiskt, och förhållningssättet till informationskanalen är av den anledningen öppet och förutsättningslöst. (Gunther och Lasorsa 1986)
12. Senare studier har visat att attityden till den sakfråga som medierna presenterar kan lösas upp i flera olika dimensioner, som kan vara relaterade till trovärdighetsbedömningen på olika sätt. De samband som man tidigare hittat kan vara giltiga, men villkoren för detta är mer komplicerade än vad man tidigare antagit, eftersom de olika attityddimensionerna samspelar när det gäller attitydens betydelse för trovärdighetsbedömningen. (Stamm och Dube 1994)
13. Jfr Gunther 1992.
14. Jfr Hass 1981:154ff; O'Keefe 1990:143.
15. Detta vill man förklara med att om mottagaren redan förhåller sig gynnsamt visavis det som källan förespråkar, tenderar en lågtrovärdig källa att aktivera de förespråkande argumenten hos mottagaren - mottagaren behöver motivera för sig själv att han/hon instämmer med en ståndpunkt som förespråkas av en tvivelaktig källa. (Sterthal et al 1978)
16. Människor med ett starkt behov av att anpassa sitt beteende och sina attityder till omgivningens förväntningar påverkas lika mycket av en expertkälla oavsett hur starka eller svaga argument källan kan presentera, medan individer som är måna om att ge uttryck för sina individuella värden och föreställningar påverkas olika mycket beroende på om expertkällan har starka eller svaga argument. Detta förklaras med att mottagare med ett starkt anpassningsbehov är mindre beroende av källans expertstatus. För mottagare med ett värdeexpressivt behov är denna status mer relevant och därför granskar sådana mottagare argumenten noggrannare.
17. Jfr Cronkhite och Liska 1980:104ff.
18. Nordström (1975) gjorde en genomgång och utvärdering av trovärdighetsforskningen fram till mitten av 1970-talet. Av naturliga skäl blev det till övervägande delen den amerikanska forskningen som redovisades och diskuterades; vid denna tid fanns inte så mycket gjort

inom området på annat håll. Den kritik Nordström framför gäller både bristen på teoretisk ansats och förklaringsmodeller och de metoder som tillämpats. Han ser en risk att trovärdighetsstudierna i själva verket tagit mått på sådana saker som medieanvändningsvanor och olika mediers tillgänglighet. Liknande kritik har framförts av Arvidson i dennes genomgång och utvärdering av forskningen fram till mitten av 1970-talet (Arvidson 1977). Nordström presenterar också en översikt och utvärdering av de dataredovisningar som fanns tillgängliga beträffande den svenska allmänhetens syn på mediernas trovärdighet 1967-1974. Hans slutsatser är att dessa data visar på samma problem i Sverige som i USA: undersökningsmetoderna gör att resultaten blir svårtolkade och vanskliga att jämföra sinsemellan. Bristande analys av både de begrepp man vill mäta och deras relation till de medier man mäter gör att det är svårt att dra mer generella slutsatser.

19. Sporadiska mätningar av svenska allmänhetens syn på mediernas trovärdighet har förekommit sedan slutet av 1960-talet. Det har oftast rört sig om översiktliga undersökningar utförda av opinionsmätningstinstitut (se t ex *Den svenska marknaden* 1969; *Opinionen* 1993). Det har som regel gällt enstaka undersökningstillfällen eller kortare tidsserier, där sättet att genomföra undersökningen gjort det svårt eller omöjligt att relatera resultaten till andra data om svenska allmänhetens trovärdighetsbedömningar.
20. Idag: Styrelsen för psykologiskt försvar.
21. Se Törnqvist 1970, 1974, 1978-1984.
22. Se t ex Lund och Rolland (1986).
23. Arvidsons slutsats av detta är att det inte går att dra slutsatser från helhetsnivå till detaljnivå, dvs man kan inte av människors trovärdighetsbedömningar av medietyper dra slutsatsen att samma gäller vid det praktiska mötet med det konkreta utbudet. Människors trovärdighetsbedömningar av medier behöver med andra ord inte betyda något för bedömningen av innehållet (1981:11f,84f). Emellertid finns omständigheter av mätteknisk natur som skulle kunna förklara de resultat Arvidson har som grund för denna slutsats. Det är främst två av Arvidsons trovärdighetsmått som svarar för ytterligheterna i spännvidden över differenserna ("förtroende" och "tillförlitlighet"). Man kan göra vissa invändningar mot båda dessa mått. Beträffande förtroendet (förväntad trovärdighet) medger Arvidson själv att måttet lider av vissa mättekniska egenheter som bidrar till att eventuellt förstora skillnaderna mellan de olika mediernas rangordning (Arvidson 1980:36). Beträffande tillförlitligheten (efterhandsbedömning av trovärdighet på detaljnivå) bygger mätningen på bedömningen av två tidningsartiklar som tillskrivs olika presskanaler. Som ett generellt mått på det teoretiska begrepp som Arvidson betecknar tillförlitlighet är det tveksamt om enbart två enstaka artikel-exemplar ur tidningar utgör en tillräckligt god grund för slutsatser när det gäller människors bedömning av det konkreta innehållet i nyhetsmedierna allmänt. Spelrummet för tillfälligheter och genomslag av utomstående faktorer är tämligen stort i denna del av Arvidsons undersökning. De olikheter beträffande skillnader mellan olika medietyper som Arvidson observerar i sitt material skulle med andra ord kunna tillskrivas en kombination av mätteknik och slump. Arvidson påpekar även att tendensen inte håller streck helt och hållet (t ex 1981:126).
24. Se t ex Westerståhl 1977.
25. Detta gäller den västerländska kulturen. I Japan betraktas dagstidningarna som mer trovärdiga än TV (*NJK News Bulletin* 1991).
26. Detta är i enlighet med en allmängiltig tendens för människor att i förtroendeavseende göra skillnad mellan den institutionella basen för en samhällelig verksamhet och de individer som svarar för verksamheten (Lipset och Schneider 1987).
27. I engelskspråkig litteratur är credibility, accuracy, believability, trustworthiness, trust och confidence vanliga exempel på termer i omlopp.

Kapitel 3

Förtroendebegreppet

När vi talar om förtroende för massmedier syftar vi som regel på ett förhållningssätt hos individen. Att ha – eller sakna – förtroende för medier innebär att förhålla sig till massmedier på ett speciellt sätt.

Men vad innebär detta förhållningssätt? Det spontana svaret från gemene man blir sannolikt att det innebär att man kan lita på det som sägs i medierna, att det innehåll man tar del av är sant.

Det vore befängt att ifrågasätta en sådan vardaglig common sense-definition. Givetvis är medieförtroende relaterat till om man kan lita på innehållet. Frågan är emellertid om ett sådant synsätt räcker i ett sammanhang där man vill belysa företeelsen medieförtroende mer ingående. Kanske finns det andra, mindre självklara aspekter som bör lyftas fram.

En analys av begreppet medieförtroende förutsätter emellertid en uppfattning av vad förtroende innebär generellt. I detta kapitel redovisar jag inledningsvis olika synsätt på begreppet förtroende för att i nästa kapitel diskutera hur detta kan tillämpas på begreppet medieförtroende.

Förtroendebegreppet

Begreppet förtroende har i förstone en självklar klang. Förtroende – det vet man intuitivt vad det är. Men försöker man komma begreppet närmare in på livet, antar det gärna en undflyende karaktär. Att avgränsa och fastställa dess innebörd visar sig vara ett inte alldeles enkelt företag.

Vanliga synonymer till begreppet förtroende är *tillit* och *tilltro*. I de närmare bestämmningarna av de tre begreppen kan två dimensioner urskiljas: en rationell (att lita i motsats till att hysa skepsis eller tvivel), och en icke-rationell, mer affektivt betonad (att hysa tillförsikt, tro eller förtröstan). (*Bonniers svenska ordbok* 1989; *Ord för ord. Svenska synonymer och uttryck* 1977; *Svensk handordbok* 1977)

En alternativ betydelse av begreppet förtroende som ges av ordböckerna är *förtroligt meddelande* eller *hemlighet*. Denna betydelseaspekt kan i ett avseende underordnas den som gäller tillit och tilltro: tillit eller tilltro får betraktas som förutsättningar för att en förtrolighet skall komma till stånd. Samtidigt betonar

denna aspekt de inslag av intimitet och ömsesidig införståddhet som kan realiseras mellan de parter som är involverade i ett förtroendeförhållande.

Begreppet förtroende spänner med andra ord över ett relativt brett register av konnotationer, om vi ser till det vardagliga språkbruket. Begreppet låter sig inte beskäras till en snävt avgränsad, entydig innebörd.

Denna flertydighet och komplexitet avspeglar sig också i de teoretiska definitioner av begreppet förtroende som forskningen rymmer.

Teoretiska perspektiv

Som framgick av forskningsgenomgången i föregående kapitel har begreppet förtroende inte varit föremål för mer ingående analys inom medieforskningen¹. Inom andra forskningsområden har man emellertid visat större intresse för att ringa in begreppets teoretiska betydelse.

De tankegångar som jag redovisar här har jag främst hämtat från samhällsvetenskapligt orienterade forskare. Begreppet förtroende förekommer också inom individpsykologisk teoribildning. Erik Erikson (1950) och D.W. Winnicott (1965) till exempel diskuterar den utvecklingspsykologiska vikten av ett grundläggande förtroende i det lilla barnets förhållande till sin omvärld.

Jag har emellertid valt att främst använda mig av teorier om förtroende som utvecklats inom sociologiska och statsvetenskapliga diskurser. Dessa teorier är bättre lämpade för mitt syfte: Dels är själva begreppet oftare mer ingående definierat, dels är det relaterat till en kontext som är mer relevant för mitt ändamål.

Med en grov indelning kan vi sortera teoribildningen om förtroende i tre huvudgrupper av perspektiv: a) teorier om förtroendets roll för samhällets grundläggande organisation, b) teorier om förtroendet mellan sociala eller politiska aktörer eller system, och c) teorier om förtroendet som ett personlighetsdrag hos individen.

Sedan gammalt har samhällsteoretiker uppmärksammat den roll förtroendet spelar för den samhälleliga organisationen. I arbeten av bl a Locke, Tönnies och Durkheim framhävs betydelsen av medborgerligt förtroendet för upprätthållandet av en fungerande politisk och social ordning (Dunn 1988:82ff; Lewis och Weigert 1985; Eisenstadt och Roniger 1984:20ff; Kegley och Raymond 1990: 248).

I dessa teorier utreds emellertid inte begreppet särskilt ingående. Det är den roll som förtroendet som princip spelar på samhällelig makronivå som står i centrum. Med detta perspektiv kommer förtroendets substans, karaktär och aktörer på undantag.

I modern politisk och sociologisk teoribildning är det vanligt att se begreppet förtroende i relationsmässiga termer. Förtroende ses med utgångspunkt i att det präglar förhållandet mellan aktörer eller mellan individ och system. Förtroendet har med andra ord dels ett subjekt, dels ett socialt eller politiskt objekt: någon eller några har förtroendet för någon, några eller något i den sociala eller politiska omvärlden.

Inom den politiska forskningen har intresset i första hand gällt allmänhetens förtroende för de politiska institutionerna och det politiska systemet (Easton 1965; Gamson 1968; Lipset och Schneider 1987; Wiberg 1988; Holmberg 1981, Holmberg och Gilljam 1987; Assarsson 1995). Incitamenten bakom forskningen utgörs ofta av frågor om politisk legitimitet och makt. Det kan också handla om förtroende som ett bärande inslag i mellanstatliga politiska relationer (Kegley och Raymond 1989).

En tung del av den teoribildning som ser förtroende ur ett relationsmässigt perspektiv är av sociologisk härkomst och placerar begreppet inom ramarna för den sociala interaktionen. Interaktionen gäller dels generellt, både individer emellan och mellan individer och sociala system (t ex Simmel 1964; Luhmann 1979, 1988; Barber 1983; Giddens 1991a, 1991b), dels relationer mellan specifika aktörer (t ex Eisenstadt och Roniger 1984; Gambetta (red) 1988; Cinnamond 1993).

Betoningen av det interaktiva elementet varierar. Vanligtvis behandlas förtroende som en företeelse som är knuten till individen, en företeelse som är en del av individens respons på andra aktörer och vars relevans främst gäller interaktionen med dessa. Vissa forskare har emellertid givit det sociala växelspelet individer emellan en mer central roll. Cinnamond (1989) t ex betraktar förtroende som en del av den interaktion som äger rum mellan sociala aktörer.

Förtroende som social interaktion har också setts ur en fenomenologisk synvinkel, som ett fundamentalt inslag i vår dagliga tillvaro och verklighetsupplevelse. Schutz (1962) betraktar människors förlitan på validiteten i sina upplevelser av den sociala verkligheten som en form av grundläggande förtroende. Garfinkel (1963) kopplar förtroendebegreppet till människors förlitan på att de sociala medaktörerna respekterar de elementära spelreglerna när det gäller det dagliga sociala samspelet.

Vid sidan av dessa synsätt, där förtroende ses mot bakgrund av relationen mellan ett subjekt och ett objekt, finns också ett mer psykologiskt orienterat perspektiv på förtroende. Här betraktas förtroende i första hand som en del av individens personlighet. Förtroende ses som relevant främst i förhållande till det subjekt som hyser eller saknar förtroende. Objektet för förtroendet, eller relationen mellan subjektet och objektet, kommer i bakgrunden. En vanlig frågeställning i detta sammanhang rör under vilka principiella förutsättningar som individens benägenhet att visa tilltro eller misstro realiserar. Förtroendet relateras till hur individen väger olika handlingsalternativ, hur hon ser på olika aktörer och

hur hon bedömer risker. (Se t ex Deutsch 1958; Swinth 1967; Rotter 1971; Riker 1980)

Mitt synsätt ansluter sig till de teorier som ser förtroende som en individanknuten företeelse, men inte enbart som psykologisk variabel utan också som en variabel som faller tillbaka på den sociala, politiska och kulturella strukturen och som äger relevans för individens relationer till särskilda objekt i hennes omvärld.

Ett sådant synsätt är inte särskilt kontroversiellt; det är snarast att se som samhällsvetenskaplig mainstream. Men inom detta dominerande perspektiv finns betydande skillnader i hur man mer konkret ser på förtroendets natur och substans.

Förtroendets natur

Inom det dominerande synsättet på förtroende som en individföreteelse löper en viktig skiljelinje mellan att se förtroende som en handling som subjektet utför och att se förtroende som ett mentalt tillstånd hos subjektet. I båda fallen är förtroende knutet till individen, men med helt olika innebörd.

Förtroende som handling

De som betraktar förtroende som *en handling* ser det som ett rationellt val mellan att lita och att misstro. Denna syn på förtroendebegreppet utvecklas i Deutsch 1958, Luhmann 1979, Riker 1980 och Gambetta (red) 1988.

Enligt detta synsätt är förtroende en rationell strategi som individen utvecklar i syfte att hantera andra aktörers handlingsfrihet. Att A har förtroende för B innebär att A medvetet väljer att lita på att B inte kommer agera på ett sätt som tillfogar A skada, trots att det finns en risk för detta och att skadan i så fall blir stor. Förtroendet manifesteras i att A väljer att agera på ett visst sätt och utifrån vissa premisser trots att situationen medger alternativa handlingsätt och premisser. Om A *inte* har möjlighet att välja andra sätt att agera är förtroende inte relevant i situationen; då kan A bara hysa en passiv förhoppning om att ha turen att inte råka illa ut på grund av B.

Med denna syn på förtroende blir riskbedömningen central – bedömningen av vad vi kan vinna på att prisge oss åt en annan aktörs fria vilja vägt mot bedömningen av vad vi kan förlora om denne aktör sviker oss. Det som emellertid skiljer förtroendet från en enkel sannolikhetskalkyl är bedömningen att skadan om vi blir svikna är större än vinsten om vi inte blir svikna, samtidigt som vinsten av att lita är större än vinsten av att misstro². Att exponera sig för risken att bli utsatt för skada om sannolikheten att vi inte blir svikna är högre än san-

nolikheten att vi blir svikna är inte att betrakta som förtroende utan som vanligt sunt förnuft.

Förtroende som tillstånd

När det gäller förtroende som *tillstånd* är det vanligt att se det som en känslomässig präglad förväntan (se t ex Simmel 1964, 1978; Barber 1983; Dunn 1988; Giddens 1991a, 1991b; jfr även Arvidsons syn på begreppet medieförtroende). Giddens inbegriper även ett element av blind tillit som förutsätter "a leap to commitment, a quality of 'faith' which is irreducible" (1991b:19; jfr även Simmel 1978). På andra håll har man mer betonat inslaget av enighet och solidaritet med den sociala omgivningen (Simmel 1978; Eisenstadt och Roniger 1984; Dasgupta 1988) och att man identifierar sig med den eller dem man hyser förtroende för (Gamson 1968:54).

Den förväntan som förtroende består i kan antingen ses som en förväntan av mycket generell karaktär eller som mer avgränsad. I mer specifik form kan den vara relaterad antingen till andra människor eller till sociala eller politiska system.

På den mest generella nivån har förtroende uppfattats som en allmän förväntan på att tillvarons fundamentala ordning inte rubbas; detta gäller både "the natural order" och "the moral social order" (Barber 1983:9ff).

När det gäller förtroende för andra människor har detta setts som en förväntan på deras allmänna välvilja (Dunn 1988:74), på deras tillgivenhet och redbarhet (Giddens 1991a:33) och på att de skall behandla oss hederligt, värna om våra intressen och inte skada oss (Bok 1979:45).

Förtroende på systemnivå kan handla om en förväntan på att man som medborgare automatiskt får sina intressen tillgodosedda av makthavarna utan att behöva övervaka dem (Gamson 1968:54) och att makthavarna inte missbrukar sin maktposition (Barber 1983:14ff). Förtroende kan också ses som en förväntan på samhällets expertsystem, att det går att lita på deras teknologiska kompetens (Barber 1983:14ff; Giddens 1991a).

Synen på substansen i förtroendebegreppet skiljer sig med andra ord beroende på hur man uppfattar dess grundläggande natur. Saken kompliceras ytterligare av att även företrädare för den rationella, handlingsorienterade synen på förtroende kan se begreppet i form av en allmän förväntan. Luhmann skiljer mellan förtroende som rationell riskbedömning och förtroende som övertygelse om att generella förväntningar på omvärlden inte kommer på skam. I den senare formen av förtroende bortser individen från de risker som finns, eftersom ett erkännande av dessa skulle göra det omöjligt att leva. En individ som ständigt kalkylerar risken för att t ex träffas av nedfallande satellitskrot eller drabbas av cancer skulle inom kort finna tillvaron outhärdlig; i stället utgår vi i vår normala

tillvaro från att detta inte kommer att inträffa, även om det finns en faktisk risk för det (Luhmann 1988:97f).

Luhmann gör emellertid en mycket klar distinktion mellan dessa båda förtroendeformer och betraktar enbart den handlingsorienterade som teoretiskt intressant, medan Giddens är mer benägen att se dem som olika sidor av samma fenomen. Även Dunn inbegriper bägge aspekterna och ser förtroende både som "a human passion" och som "a modality for human action" (1988:73).³

Trots skillnader i synsätt finns ändå ett par återkommande inslag i diskussionerna kring förtroendebegreppet. Ett sådant inslag gäller förtroendets egenskap att vara *föregripande*. Förtroende, vare sig det gäller att välja handlingsstrategi eller att förvänta sig något av andra, innebär att man föregriper framtiden och gör antaganden om förhållanden, som ännu inte kommit till uttryck, eller händelser, som ännu inte har ägt rum. Man hanterar framtiden som om den vore känd.

Förtroende förutsätter således att man *saknar fullständig kunskap* om det man föregriper – förtroende kan sägas kompensera denna okunskap. Äger man full kännedom om det förtroendet gäller, är förtroende (eller misstro) inte längre relevant; då handlar det om logiska slutsatser. Å andra sidan förutsätter förtroende en *viss förkunskap* som kan tjäna som utgångspunkt för antagandena. Man kan inte hysa förtroende för det som är helt obekant. Förtroende innebär med Luhmanns formuleringar att man övertrasserar sitt informationskonto och extrapolerar in i framtiden utifrån det man redan vet (1979:32).

Min syn på förtroendebegreppet

Mitt eget synsätt på förtroendebegreppet ansluter främst till det synsätt som behandlar förtroende som ett tillstånd hos individen, ett tillstånd som har relevans för hennes relationer till aktörerna i hennes omvärld. Detta tillstånd innebär en känslomässigt färgad förväntan på det förtroendet gäller. En individ som har förtroende för någon utgår från att denne är välvilligt inställd, inte kommer att tillfoga individen skada utan tvärtom är benägen att gynna hans eller hennes intressen.

Mot bakgrund av detta kan individen välja att agera på ett sätt som innebär ett risktagande om förtroendet visar sig sakna grund. Jag ser med andra ord inte förtroende som uteslutande *konstituerat* av det rationella valet mellan olika handlingsalternativ, utan i en vidare mening. Att betrakta förtroende som ett tillstånd innebär att man ser det som en möjlig bakomliggande *orsak* till att man väljer att agera på ett visst sätt.

Förtroendets motsats

Termen förtroende är en positiv bestämning. Det är inte självklart hur man skall betrakta motpolen till att hysa förtroende. Vanligen används uttrycket *misstro* för detta ändamål, men detta begrepp kan relateras till begreppet förtroende på olika sätt. Misstro kan ses som motsatsen till förtroende, den negativa polen av en dimension där förtroende utgör den positiva polen. Förtroende och misstro kan också betraktas som två mer eller mindre åtskilda dimensioner, där det handlar om att hysa eller sakna förtroende respektive misstro, och där avsaknad av förtroende inte med nödvändighet innebär närvaron av misstro och vice versa.

Denna problematik har inte diskuterats särskilt utförligt i litteraturen. Hart betraktar politisk misstro som en följd av det politiska ledarskapets tillkortakommanden när det gäller att förtjäna allmänhetens förtroende, dvs som en förtroendebrist. Detta i motsats till dem som betraktar politisk misstro som ett uttryck för medborgerlig alienation eller, ännu värre, anomi. (Hart 1978)

Luhmann berör problematiken utifrån samma utgångspunkt: misstro är motsatsen till förtroende och som sådant ett funktionellt alternativ till förtroende (1979:71f). Denna ansats följs upp av Kegley och Raymond som karaktäriserar misstro som att lita till sig själv när förtroende i stället innebär att man litar på andra (1990:256).

Jag ser det som mindre lyckat att uppfatta förtroende och misstro som varandras restposter. Som fenomen har förtroende respektive misstro delvis sin egen bas och sin egen substans. Förtroende måste med andra ord betraktas som en positiv företeelse, något som antingen finns eller saknas.

Misstro ser jag som en särskild, egen dimension som måste definieras utifrån egna villkor. Att sakna förtroende *kan* innebära att hysa misstro, men att sakna förtroende innebär inte med *nödvändighet* att hysa misstro.

Angelägenhetsgrad

Att förtroende är en positiv egenskap, något man i olika grader hyser eller saknar, innebär inte att förtroendedimensionen saknar negativ pol. Här kommer en annan aspekt på förtroendebegreppet in: frågan om förtroendets viktighet eller angelägenhetsgrad för individen.

Som egenskap torde förtroende vara av olika vikt för människor. För vissa individer väger förtroende tyngre – att ha eller sakna förtroende spelar större roll för dessa människor än för andra. Det kan handla om förtroende i förhållande till omvärlden generellt, eller förtroende för vissa objekt eller i vissa situationer.

Ju större betydelse förtroende har för en individ, desto mer negativt ter sig avsaknaden av förtroende. På motsvarande sätt blir förekomsten av förtroende mer positivt ju viktigare det är.

Denna angelägenhetsdimension ansluter till det emotionella elementet i förtroende, framför allt till Giddens "leap to commitment". Förtroendets angelägenhetsgrad går hand i hand med vidden av detta språng.

Förtroendets betydelse i det senmoderna samhället

Medieförtroendets relevans för människor har inte behandlats med någon större utförlighet i litteraturen; däremot har betydelsen för individen av förtroende som förhållningssätt för individen diskuterats. Detta har skett dels mot bakgrund av individens psykologiska utveckling, dels mot bakgrund av människans villkor i det moderna samhället.

Giddens återkopplar förtroende som generell attityd till individens psykologiska trygghet. Mot bakgrund av D.W. Winnicott, Erik Erikson och Harold Garfinkel knyter han förtroendebegreppet till den enskilda individens "ontological security". Med en sådan ontologisk trygghet menar Giddens:

(...) the confidence that most human beings have in the continuity of their self-identity and in the constancy of the surrounding social and material environments of action. A sense of the reliability of persons and things, so central to the notion of trust, is basic to feelings of ontological security; hence the two are psychologically closely related. (Giddens 1991a:92)

Denna ontologiska trygghet grundläggs på ett tidigt stadium i individens liv, i relationen mellan barnet och, i första hand, modern. Det förtroende som utbildas här är av avgörande betydelse för individen:

Trust established between an infant and its caretaker provides an "inoculation" which screens off potential threats and dangers that even the most mundane activities of day-to-day life contain. Trust in this sense is basic to a "protective cocoon" which stands guard over the self in its dealings with everyday reality. (Giddens 1991b:3)

Människans villkor i det moderna samhället, framför allt det senmoderna, sätter emellertid frågan om förtroende på sin spets.

Giddens har sammanfattat skillnaderna mellan villkoren för ontologisk trygghet i det förmoderna samhället och motsvarande villkor i det moderna samhället (1991a:100ff). Basen för trygghet i det traditionella samhället fanns på lokal nivå, i den sociala närhet och de täta släktband som utmärkte de förmoderna samhällsbildningarna. Religionen utgjorde en referensram för förstå-

else av tillvaron och med hjälp av traditionerna kunde individen relatera sig till ett historiskt sammanhang.

Idag finns inte denna bas för trygghet. Styrprinciperna för människans vardagliga tillvaro har lyfts ut ur de konkreta, lokala sammanhangen och lokaliserats till abstrakta system utanför människors egna praktiska erfarenheter. Människors sociala relationer är inte givna på samma sätt som tidigare – individen måste själv i stor utsträckning skapa sitt eget nät av sociala kontakter. Religionen och traditionen har förlorat sin tidigare betydelse som ankare i människors ontologi och levnadssätt; idag har vi större utrymme att välja bland värden, normer, ideal, identiteter, livsdrömmar och livsstilar.

Vår förmåga att kontrollera våra villkor har således ökat i vissa avseenden men minskat i andra. Det är framför allt det senare som får betydelse för vårt behov av förtroende. Numera är vi i stor utsträckning hänvisade till abstrakta system som vi har små möjligheter att påverka men som förutsätter tillit – dels teknologisk expertkunskap, dels substituerande system som får stå för något annat än vad de i fysisk mening är: pengar, biljetter, frimärken, kontrakt, skuldsedlar, hotellvouchers, aktier (Giddens 1991a, 1991b).

Den moderna människans tillvaro förutsätter att vi litar på expertsystemen, annars skulle vi inte utan vidare åka flygplan eller hiss, äta hjärtmedicin, gå över en bro eller använda ett gasolkök. Den förutsätter också att vi kan lita på att andra människor respekterar överenskommelsen om att en hundralapp representerar det monetära värdet 100 svenska kronor, att ett frimärke står för erlagt brevporto eller att ett hyeskontrakt står för en överenskommelse om vem som har besittningsrätten till en lägenhet.

I det gamla samhället utgjordes hoten mot människors trygghet främst av de faror som alstrades av naturen, t ex sjukdom och naturkatastrofer, och fysiska övergrepp av andra människor. Idag lever vi i ett risksamhälle, ett samhälle där de påtagligaste hoten mot vår fysiska överlevnad inte är naturkrafter utan mänskligt skapade risker.

Den industriella revolutionen, och den teknologisk-vetenskapliga expansion som följde, har skapat ett samhälle där riskfaktorn gör sig gällande på ett helt annat sätt än i tidigare samhällen. De fysiska följderna av de vetenskapliga framstegen – miljöföroreningar, genetiska skador på djur och människor, ekologiska katastrofer, antibiotikaresistenta bakteriestammar osv – utgör nu ett hot av global dignitet mot människan, både som enskild individ och som ras. Till detta kommer de risker som den moderna vapenindustrin skapat i och med kärnvapen och kemiska stridsmedel. (Beck 1992; Giddens 1991a)

Den moderna människans tillvaro är kringgärdad av risker på ett annat sätt än förr. Dagens risker och gårdagens faror utgör vidare olika slags hot mot människors trygghet. Risken som fenomen är lokaliserad till framtiden, till eventualiteter, till ännu icke inträffade men tänkbara händelser. Risker existerar i och med att den är medvetandegjord. De utbredda insikterna om tänkbara hot,

inte minst genom massmediernas förmedling, tillsammans med det sekulariserade samhällets brist på förtröstan innebär att människor i det moderna samhället har ett helt annat förhållande till de faror som hotar än vad man hade förr. I en sådan tillvaro sätts förtroendet som förhållningssätt på sin spets.

Niklas Luhmann (1979) är inne på beslätade tankegångar när han betonar förtroendet som ett medel att reducera den ökande komplexiteten i det moderna samhället. Framför allt är det nödvändigt för människan att behärska den otaliga mängd eventualiteter som framtiden inrymmer – annars kan framtiden inte uthärdas. Att sätta sin tillit till att endast ett fåtal av alla tänkbara scenarion kommer att inträffa innebär att människan i en mening kontrollerar framtiden, gör den mer förutsägbar.

Även insikten om de eventualiteter framtiden rymmer utgör enligt Giddens ett hot mot människans ontologiska trygghet. Den moderna människans villkor utmärks av att vara frikopplad från traditionen när det gäller de livsval som måste göras, samtidigt som spektrat av tänkbara identiteter som står individen till buds har vuxit. Detta innebär nya möjligheter, men också nya risker. En sådan reflexivitet – att ständigt revidera synen på sig själv utifrån den ståndpunkt av kritisk granskning som modern kunskapsteori förordar – kan skapa tvivel beträffande de existentiella grunderna för det egna jaget. Inget är längre självklart eller säkert, inget är beständigt, kanske tillvaron egentligen saknar mening.

Det här är teorier som i första hand refererar till människors grundläggande villkor i det samhälle de lever i och till förtroende som ett principiellt förhållningssätt. Att hysa förtroende blir, sett ur dessa perspektiv, en fråga om överlevnadsstrategi i en omvärld som förutsätter tillit för att kunna uthärdas och hanteras. I en mångtydig och ambivalent tillvaro, där morgondagen är mättad med osäkerhet och risk och där stora delar av vår vardag ligger utanför vår direkta kontroll, får förtroendet sin särskilda betydelse.

Så långt har det gällt förtroende som ett generellt begrepp. I nästföljande kapitel diskuteras hur detta kan tillämpas på förtroendet för medier och vad medieförtroende innebär.

Noter

1. Undantaget Arvidsons arbeten (1979, 1981); se föregående kapitel.
2. Detta har lett till en viss förtjusning i att tillämpa spelteorier på förtroendebegreppet, framför allt "fångarnas dilemma" (se t ex Swinth 1967; Deutsch 1973; Riker 1980).
3. Det engelska språkbruket inbjuder till sådana distinktioner genom uttrycken "trust" och "confidence". I den engelska översättningen av Luhmann har termen "trust" använts för den rationella riskkalkylen, medan "confidence" betecknar de allmänna förhoppningarna på

tillvaron. Samma distinktion återkommer i andra engelska texter. Jag har inte betraktat denna distinktion som avgörande; det är den form som författaren själv lyfter fram som väsentlig som fått utgöra underlag för min framställning.

Kapitel 4

Förtroende för medier

Överför man den principiella innebörd av begreppet förtroende som kan urskiljas ur de teoretiska diskussionerna till medier innebär det följande: Förtroende för medier kan ses som en känslomässigt präglad förväntan på medier, baserad på tidigare kännedom om medier och med relevans för individens relation till medier.

Att se förtroende som ett tillstånd innebär att se förtroende som något som finns latent hos en individ, som involverar fler mentala aspekter än den kognitiva och som inte i sig är direkt observerbart. Detta synsätt på förtroende ligger nära det som man brukar avse med *en attityd*. I teoribildningen kring förtroende har man också vid ett flertal tillfällen uttryckligen anknutit till attitydbegreppet (se t ex Gamson 1968; Griffin och Patton 1971; Lewis och Weigert 1985).

Attitydbegreppet har spelat en central roll inom framför allt socialpsykologisk forskning. I synnerhet har man arbetat med attitydbegreppet som förklaringsgrund för socialt beteende. Begreppet har också varit aktuellt inom problemområdet kommunikation och påverkan, men då i första hand som mått på det hos informationsmottagaren som förändras vid påverkan.

En mer ingående analys av begreppet medieförtroende kan med fördel ta sin utgångspunkt i attitydbegreppet.

Medieförtroendet som attityd

I stora drag tänks attityden som företeelse vara förankrad i de tre grundläggande aktiviteter och tillstånd man kan urskilja hos människan: tanke, känsla, handling. Till sin substans är attitydbegreppet en etablerad föreställning inom olika livsåskådningsläror – triaden tanke, känsla, vilja återkommer som en fundamental syn på mänskligt varande¹.

Inom den samhällsvetenskapliga och beteendevetenskapliga forskningsvärlden har attitydbegreppet emellertid betraktats och hanterats på olika sätt (se t ex Fishbein och Ajzen 1975:21ff, 1980:12ff; Bagozzi 1989). Det cirkulerar olika föreställningar om hur man bör se attitydens struktur, funktion och relevans. Ett par premisser kan dock betraktas som relativt väl förankrade i forskarkonsen-

sus. Attityden ses generellt som ett inlärt mönster som innebär ett konstant sätt att reagera. Detta mönster är i första hand latent hos individen och kommer till uttryck i manifesta reaktioner av kognitiv, emotiv eller handlingsmässig natur (Nowak et al 1966:145ff; Fishbein och Ajzen 1975:5ff).

Fyra attitydkomponenter har figurerat i teoribildningen. En utgörs av kunskapsmässiga föreställningar av renodlat deskriptiv natur, en annan av mer värderande, åsiktsmässiga föreställningar. Den tredje komponenten är av emotiv karaktär, och den fjärde gäller benägenheten att agera på olika sätt.

De två första komponenterna är båda kopplade till tänkandet och kan ses som närmare knutna till varandra än till de övriga två, som gäller känslor respektive handlingsberedskap.

Förhållningssättet till den emotiva komponenten varierar. Fishbein och Ajzen vill inskränka hela attitydbegreppet till denna komponent – det är det affektiva, känslbetonade inslaget som enligt dem konstituerar den konstans som är attitydens mest kännetecknande drag (Fishbein och Ajzen 1975:11ff). Andra har helt bortsett från denna irrationella, ”vilda” känslomässiga komponent, som inte alltid betraktas som helt rumsren.

När det gäller förtroendebegreppet använder jag den attitydmodell som även Lewis och Weigert tillämpat beträffande förtroende (1985). Det innebär att attityden löses upp i följande tre komponenter:

- en kognitiv, tankemässig komponent
- en emotiv komponent, bestående av känslor
- en komponent som gäller vår benägenhet att reagera handlingsmässigt.

Komponenternas relativa vikt för attityden som helhet varierar, menar Lewis och Weigert. Detta bestäms av situationen. Olika inbördes styrkeförhållanden mellan komponenterna leder till olika typer av förtroende. Den emotiva komponenten spelar större roll i nära relationer medan den kognitiva har större betydelse i mer formella relationer (1985:464f).

Den kognitiva komponenten

Den kognitiva komponenten utgörs av de olika tankemässiga föreställningar om mediet som är knutna till det som individens förväntan på mediet gäller (jfr Lewis och Weigert 1985:464).

En individ kan emellertid ha många föregripande föreställningar om medier som i någon mening kan betecknas som förväntningar. Det är inte rimligt att automatiskt innefatta samtliga dessa i förtroendebegreppet. Frågan blir då vilka specifika förväntningar som skall definieras in.

Även om teoribildningen kring begreppet förtroende generellt som regel lämnat olika besked om vilka förväntningar som konstituerar förtroende, kan

man ändå urskilja en gemensam bakomliggande faktor. Samtliga specifikationer har rört sådana sociala eller politiska *utbyten* av andra aktörer som antas vara av värde för oss eller upplevs som betydelsefulla, t ex att bli välvilligt bemött, bli älskad, bli hederligt behandlad eller få sina intressen tillvaratagna (Dunn 1988; Giddens 1991a; Bok 1979:45; Gamson 1968; Lewis och Weigert 1985)².

Mot bakgrund av detta kan de förväntningar som utgör medieförtroendets kognitiva komponent beskrivas som *föregripande föreställningar om att mediet kan erbjuda utbyten som är betydelsefulla för individen*.

Att mediet i individens öga utmärks av detta behöver inte nödvändigtvis innebära förefintlighet av något positivt. Det kan också handla om uteblivandet av något som individen betraktar som negativt³. Förtroende har av vissa betraktats som en förväntan på att tekniska expertsystem fungerar som de skall eller att allmänt erkända symbolsystem inte förnekas (Giddens 1991a; Barber 1983). Detta innebär inte en förväntan om ett positivt utbyte i sig, utan en förväntan att man inte sviks beträffande vissa grundläggande antaganden om att normal-tillståndet skall fortgå. Bryts detta förväntade, normala tillstånd, råkar man illa ut (hissen du åker med visar sig vara felmonterad och störtar i ett tolv våningar djupt hisschakt, kassabiträdet vägrar att ta emot din sedel med hänvisning till att den bara är en papperslapp utan betalningsvärde)⁴. För mediers del kan man t ex tänka sig att det kan vara väsentligt för vissa människor att slippa bli illa berörda av möten med framställningar av sexualitet eller realistiskt våld.

De föreställningar om medier som utgör människors förtroende för medier är med andra ord en funktion av vilka värden medier kan ha för människor. Eftersom medier, medieinnehåll och medieanvändning kan ha olika betydelse och värde för olika människor, innebär detta att många olika utbyten av medier i princip är relevanta som giltig grund för förtroendet. Men förtroende är inte bara en fråga om att förvänta sig värdefulla utbyten. Förtroende är också en fråga om att hysa vissa känslor och vara benägen att agera på ett visst sätt. I praktiken kan det visa sig, att enbart vissa utbyten av medier ackompanjeras av de övriga komponenterna i medieförtroendet och därmed blir relevanta som underlag för förtroende.

Det faller emellertid utanför de praktiska möjligheterna för min analys att slutgiltigt fastställa hur det förhåller sig med detta. Som en preliminär utgångspunkt kommer jag därför att anta, att alla värden hos medier kan vara relevanta för medieförtroendet. Ett värde som under alla omständigheter måste betraktas som särskilt relevant är det värde som *trovärdigheten* står för. Forskningen om medier har regelmässigt kopplat samman begreppen trovärdighet och förtroende, även om arten av denna koppling som regel inte gjorts till föremål för närmare studier. Jag kommer att gå närmare in på begreppet trovärdighet och kopplingen mellan förtroende och trovärdighet i ett särskilt kapitel längre fram.

Det som kan sägas utmärka de föreställningar om medier som inryms i medieförtroendets kognitiva komponent är att de är av stabil karaktär; de för-

ändras mer svårligen än övriga föreställningar som individen har om mediet – tröskeln för revidering utifrån empirisk evidens är höjd (jfr Good 1988:38ff).

Vi kan med andra ord tala om förtroende i termer av en mer eller mindre stark övertygelse om att mediet besitter möjligheten att erbjuda individen ett visst, värdefullt utbyte (jfr Giddens uppfattning om "blind faith" som ett karaktäristiskt drag för förtroende).

Den emotiva komponenten

Det centrala i den emotiva komponenten i medieförtroendet är den *speciella känslomässiga kvaliteten* som förtroende rymmer, dvs hur det känns att hysa förtroende. Denna kvalitet är allmängiltig på samma sätt som känslor som glädje, lugn, ilska, dvs varje individ har sin version av dem upplevelsemässigt – och ofta flera olika versioner – men i sina grunddrag finns en minsta gemensam nämnare, något som är artspecifikt.

Jag utgår från att detta känslomässiga inslag är av samma art som beträffande förtroende generellt. Jag ser ingen anledning att förtroende för medier skulle vara av annan emotiv karaktär än förtroende för andra objekt. Tvärtom, det som gör medieförtroende till förtroende är i stor utsträckning just denna känslomässiga kvalitet.

Det ligger i sakens natur att denna förtroendekvalitet inte fullt ut kan över sättas till andra, ekvivalenta termer. I så fall vore det inte någon förtroendespecifik kvalitet. Det hindrar inte att man skaffar ett grepp om vad förtroendets emotiva komponent innebär. Litteraturen kan emellertid inte bidra i större omfattning till att karaktärisera denna aspekt av förtroendet, inte ens på de håll där man uttryckligen pekar på att den finns. Begrepp som identifikation, solidaritet, enighet med sociala omgivningen och trygghet har, som framgått tidigare, nämnts. Lewis och Weigert (1985:464) vill helst se förtroendeattitydens emotiva komponent i negativa termer, som något som kommer till uttryck i och med den starka affektiva reaktion som följer på ett sviket förtroende.

För egen del uppfattar jag begreppen trygghet och förtröstan som nyckelbegrepp i sammanhanget. Att känna förtroende är framför allt att känna sig trygg, trygg i förvissningen om att få något som är av avgörande betydelse. Giddens beskriver, med utgångspunkt i Erikson och Winnicott, det lilla barnets grundläggande förtroende som ett värn mot det ontologiska kaos och den existentiella ångest som hotar bortom det dagliga livet (Giddens 1991b:36ff). Även om förtroendet för medier inte behöver utgöra det viktigaste inslaget i människans ontologiska grundval, tror jag att den trygghetskvalitet som finns i medieförtroendet bäst förstås mot bakgrund av hennes behov av "ontological security".

Denna emotiva kvalitet har olika stor betydelse. Lewis och Weigert utgår från att den emotiva komponenten i förtroendet har större betydelse i individens relation till primärgrupper än i övriga relationer (Lewis och Weigert 1985:464).

Den handlingsorienterade komponenten

Den handlingsorienterade komponenten innebär en benägenhet hos individen att agera eller handla på ett speciellt sätt. Det som avses här är inte de konkreta uttrycken för denna benägenhet, dvs det faktiska handlandet, utan en latent disposition att agera på ett särskilt vis.

En typ av agerande gäller individens *användning* av mediet. Förtroende för ett medium får betraktas som kopplad till benägenheten att välja att använda mediet, antingen i speciella situationer eller i form av ett rutinmässigt upprepande, en återkommande vana.

Medieförtroendet torde få en särskilt avgörande betydelse för benägenheten att använda ett medium i sådana tillfälliga situationer som ställer extra krav på individen. Det kan gälla behovet av en viss typ av information, men det kan också gälla andra typer av behov – till exempel att tillfälligtvis kunna fly mentalt från akuta bekymmer.

Att hysa förtroende för ett visst medium gynnar i det läget att individen söker sig till eller ägnar extra stor uppmärksamhet åt just det mediet. På motsvarande vis kan bristande förtroende innebära att mediet väljs bort som informationskälla eller lisa i en sådan situation, även om mediet normalt ingår i en individs vanemönster.

Medieförtroendet blir med andra ord av extra stort intresse både i samband med samhälleliga katastroflägen och med mer personliga krissituationer. Förtroendet fungerar då som en selekterande faktor som kan överflygla individens normala informations- och användningsrutiner.

Basen i människors medieanvändning är emellertid inte de behov som är relaterade till akutsituationer. Det är de regelmässigt återkommande användningsvanorna som utgör stommen i användningsmönstren. Rimligtvis har förtroendet betydelse för publikens benägenhet att välja att använda ett visst medium och att sedan upprätthålla denna vana⁵. Men förtroendet får inte ses som den enda – eller kanske ens mest betydelsefulla – faktorn bakom etablerandet av sådana användningsvanor. Att hysa förtroende för ett medium innebär en grundläggande orientering mot mediet. Att använda ett medium behöver dock inte med nödvändighet förutsätta förtroende för mediet; det kan finnas helt andra orsaker bakom valet att ta del av mediet. Man får emellertid anta att det i sådana fall inte föreligger direkt misstro mot mediet – som regel torde det avhålla individen från att upprätta en användningsvana.

En annan typ av handlingsbenägenhet som kan skrivas in i förtroendet är den handling som det innebär att *acceptera* innehållet i mediet.

Förtroende är relaterat till benägenheten att internalisera föreställningar, värden och normer som förmedlas via ett medium. Förtroende innebär att detta görs mer villigt än om det hade gällt motsvarande stoff från alternativa källor, mer villkorslöst och i större utsträckning utan den prövning som inkommande information normalt underkastas innan individen är beredd att inlemma stoffet i sin föreställningsvärld.⁶

I förlängningen av detta finns också benägenheten hos individen att *ta mediet som utgångspunkt för sitt agerande generellt*. Detta aktualiserar teoribildningen inom den rationella skolan, den inriktning som ser förtroende som det strategiska valet mellan olika handlingsalternativ. Även om min syn på förtroendebegreppet inte ansluter till denna skola, kan vissa tankegångar därifrån bidra till att belysa förtroendets handlingsorienterade komponent: Förtroende för medier innebär en benägenhet hos individen att (i vissa sammanhang) grunda sitt handlande i mediet, trots att skadan för individen kan bli stor om detta visar sig vara ett misstag. Det kan t ex handla om att hävda en viss ståndpunkt som mediet lanserat, trots att prestigeförlusten blir stor om den visar sig vara ohållbar, eller att lita på att mediets negativa rapportering om ett läkemedel är korrekt, trots att avbruten behandling medför medicinska risker.

Medierna som föremål för förtroende

Förtroendet för medierna gäller deras förväntade förmåga att kunna erbjuda ett visst, av individen värdesatt utbyte. Utbytet är således det centrala, men förtroendet är samtidigt knutet till ett bestämt objekt. Frågan är då *vad* på mediasidan som kan göras till föremål för människors förtroende.

När det gäller förtroende har det varit vanligt att inom teoribildningen urskilja två nivåer: förtroende för andra personer och förtroende för system (se t ex Luhmann 1979; Barber 1983; Giddens 1991b; Lewis och Weigert 1985). Simmel (1964) gör en något annorlunda distinktion och skiljer i stället mellan föremål, personer och kollektiv som objekt för förtroende. Wiberg (1988:295) accepterar å sin sida enbart individer som möjliga objekt.

Easton (1965:177ff) urskiljer tre olika föremål för politisk tilltro: det politiska organisationssystemet i praktisk mening, den politiska institutionen i samhället och de individer som för tillfället upprätthåller den politiska makten. Att skilja mellan den politiska institutionens normer, roller och struktur å ena sidan och de människor som är ansvariga för besluten å den andra har visat sig vara en nödvändighet för analyserna av det politiska förtroendet. Bl a Lipset och Schneiders studie av det politiska förtroendet i USA visar att medborgarna kan

ha förtroende för det förra samtidigt som de misstror de senare (Lipset och Schneider 1987).

Medier som förtroendeobjekt

Som företeelser omfattar de stora massmedierna flera nivåer och element som kan vara aktuella som förtroendeobjekt.

På den mest övergripande makronivån tar sig medierna formen av institutionaliserade system i samhällslivet. Under denna nivå finns olika mediekategorier, som bygger på generaliserade och schematiska egenskaper hos medierna: morgontidningar, radio, TV. Under dessa generaliserade kategorier sorterar sedan de konkreta medieorganisationerna, dvs de enskilda tidnings- och programföretagen.

Så långt är det en relativt okomplicerad sak att urskilja hierarkiska förtroendenivåer. Men inom ramarna för varje specifik medieorganisation finns ytterligare nivåer och departement. De olika redaktionella avdelningarna skulle kunna göra sig gällande som oberoende föremål för förtroende; det är inte osannolikt att publiken gör förtroendeskillnad mellan till exempel ledaravdelningen, nöjesredaktionen och kommunbevakningen. Samma gäller för de människor som är verksamma inom eller bakom redaktionerna.

Utöver de organisatoriska och personella delsystemen finns också det som publiken möter i första hand: utbudet. Detta kan skiftas i genrer, enstaka artiklar eller program, enstaka utsagor eller aktörer i innehållet osv.

Det är emellertid knappast meningsfullt att tala om förtroende alltför långt ned på mikronivån. Det förtroendet gäller måste kunna tillskrivas ett ansvar för och inflytande över det utbyte som medierna ger. Det behöver inte innebära att endast individer eller kollektiv kan göras till objekt för förtroende. En aktör eller en grupp av aktörer kan representeras eller symboliseras av något som inte är detsamma som aktörerna. Det är vanligt att människor betraktar t ex TV eller *Göteborgs-Posten* som självständiga enheter, som kan karaktäriseras på ett visst sätt, och som inte är samma som summan av de olika kollektiv som driver verksamheten.

Dessutom förutsätter förtroende per definition något som inte är självklart eller givet, men som människor ändå kan ha en viss uppfattning om.

Det rimliga är därför att förtroendet för medier är begränsat till företeelser som är av avgränsad, formaliserad och återkommande karaktär, men som samtidigt är så pass övergripande och komplexa att de rymmer eventualiteter och alternativa utfall.

En uppställning över tänkbara objekt för medieförtroendet skulle kunna se ut som följer:

- medierna som samhällseliga institutioner (t ex svensk dagspress)
- medierna som generaliserade kategorier av medier (t ex TV)
- enskilda medieorganisationer (t ex *Södermanlands Nyheter*)
- kollektiv inom medierna generellt (framför allt journalister)
- kollektiv inom generaliserade mediekategorier (t ex kvällspressjournalister)
- kollektiv inom enskilda medieorganisationer (främst journalisterna)
- enskilda avdelningar inom en medieorganisation (t ex redaktionen för *Rapport* i TV2, ledarredaktionen, tidningsägarna)
- enskilda personer som är verksamma inom medieorganisationen.

Dessutom tillkommer de tänkbara förtroendeobjekt som, utöver mediarbetarna, kan figurera i utbudet. Man kan diskutera i vilken utsträckning bedömningen av dessa påverkar individens förhållningssätt till medierna. Det förefaller emellertid rimligt att se det som en möjlighet, särskilt i två avseenden:

Att regelbundet exponera *aktörer* med stort förtroendekapital i debattsammanhang, i paneler, som expertkommentatorer osv torde kunna återverka på förtroendet för mediet. Om mediet uppfattas som en arena för dessa personer, kan förväntningarna på aktörerna smitta av sig på mediet. Detta ligger närmare till hands för radio och TV, som tillåter att aktörerna gör sig gällande på ett annat än i tryckta medier, där berättaren/journalisten med nödvändighet får en mer aktiv roll.

En annan typ av förtroendeobjekt i utbudet utgörs av *rollfigurerna* i fiktion-innehållet. Det händer att individer i publiken knyter sig så hårt till en sådan rollfigur, att man talar om en parasocial relation (Horton och Wohl 1956). Det förtroende som kan inrymmas i en sådan parasocial relation kan färga av sig på den kommunikationskanal som exponerar rollfiguren.

En individs förtroende kan inte differentieras mer än vad individens känedom om mediestrukturen och medieorganisationerna tillåter. Förtroende för enskilda avdelningar inom medierna, t ex, förutsätter med andra ord att individen har identifierat olika redaktionella enheter. Saknas sådan kunskap får man anta att förtroendet relateras till nivån närmast ovanför. En person som har förtroende för nyhetsförmedlingen i en TV-kanal, men som saknar kunskaper om hur TV:s redaktionella struktur ser ut, kommer således sannolikt att knyta förtroendet till kanalen som helhet. Detta innebär emellertid inte, att en mer insatt tittare med nödvändighet inskränker sitt förtroende enbart till nyhetsredaktionen. Även i sådana fall torde förtroendet kunna gälla TV-kanalen som helhet.

En individ kan således hysa förtroende för medierna i flera avseenden. Som Lipset och Schneider har visat behöver dessa olika förtroendeavseenden inte gå hand i hand med varandra. Man kan t ex hysa stort förtroende för mediet som

sådant, samtidigt som man är mer misstrogen mot dess journalister (Izard 1985; jfr också Wiberg 1988:296). Det är emellertid rimligt att anta att vissa aspekter betyder mer än andra när det gäller förtroendet för mediet som helhet.

Man bör dock akta sig för att se förtroendet på en överordnad nivå enbart som summan av förtroendet på de underordnade. Förtroendet för t ex TV som övergripande medietyp är naturligtvis präglad av synen på de konkreta TV-kanalerna, men som en generell typ av medium står TV också för något annat.

Förtroende för medier innebär att man förväntar sig att få ett utbyte av särskild betydelse. Bland de förväntningar som inryms i medieförtroendet spelar trovärdighet en framträdande roll. I nästa kapitel diskuterar jag kortfattat hur man kan betrakta begreppet trovärdighet och hur förtroende och trovärdighet är relaterade till varandra.

Noter

1. Jfr Berglind 1977:50ff.
2. Detta gäller i viss mening även dem som ser förtroende som rationell strategi. Gambetta (1988:218) och Dasgupta (1988:53) understryker att begreppet förtroende inte är relevant då andras handlingar saknar betydelse för oss.
3. Jfr McLeods och Beckers avoidance-begrepp (McLeod och Becker 1974).
4. Palmgreen och Rayburn (1985:67f) använder ett liknande resonemang i sin expectancy-value-modell för att förklara medieanvändning: Närvaron (i publikens subjektiva öga) av positivt värderade attribut hos mediet innebär ett motiv att använda mediet. Saknas sådana attribut får det som följd att publiken söker sig till andra, mer fruktbara alternativ. Uppfattar publiken att mediet besitter negativt värderade attribut medför detta ett aktivt undvikande av mediet, medan avsaknaden av sådana negativa attribut får till följd att publiken kan tänka sig att använda mediet om inga mer ändamålsenliga alternativ finns, enligt principen om minst dåliga alternativ. Skillnaden mellan detta synsätt och mitt synsätt på vad förtroende är återfinns i vikten av attributens *betydelse* för publiken. Palmgreen och Rayburns modell föreskriver att motivet bakom medieanvändning knyts till hur attributen värderas på en positiv-negativ-skala. Mitt förtroendebegrepp bygger på att attributen dessutom skall ha en viss betydelse för publiken innan de blir intressanta som underlag för förtroende.
5. Jfr expectancy-value-modellen inom den funktionsorienterade användningsforskningen, där publikens generella attityd till att använda mediet ses som en av de närmast bakomliggande faktorerna bakom exponering för ett medium (Swanson och Babrow 1989).
6. Jfr Axelrod 1973:1250f.

Kapitel 5

Medietrovärdighet

Förtroende för medier aktualiserar med nödvändighet frågan om mediers trovärdighet. Människors syn på mediers trovärdighet är av given relevans för förtroendet, inte minst med tanke på att mediernas kunskapsvärde alltid har intagit en framskjuten ställning både i den samhälleliga debatten om medier och i forskningen.

Här diskuterar jag begreppet medietrovärdighet dels med utgångspunkt i de definitioner som tidigare forskare arbetat med, dels mot bakgrund av medievärdets kunskapsbildning.

Tidigare synsätt

I den tidigare forskningen har man varit mer sysselsatt med fenomenet/begreppet trovärdighet än med fenomenet/begreppet förtroende när det gällt medier. Trots det är det relativt tunnsätt med definitioner av vad medietrovärdighet innebär. Som framgått av forskningsgenomgången har man diskuterat var trovärdigheten har sitt säte, om den ytterst skall ses som en objektiv medieegenskap eller som en publikbedömning, men begreppets innebörd har enbart undantagsvis gjorts till föremål för problematisering.

I det följande redovisas de ansatser som tidigare gjorts för att ringa in substansen i begreppet medietrovärdighet.

Göran Hermerén urskiljer tre tänkbara preciseringar av att ett objekt tillskrivs trovärdighet (1978b:11):

- 1) att det är *möjligt* att tro på objektet, att det finns förutsättningar för tilltro oavsett om tilltron är realiserad;
- 2) att objektet är *vårt* att tro på, dvs att det ur normativ synpunkt är eftersträvarsvärt att tro på det;
- 3) att objektet *faktiskt hålls* för trovärdigt.

Dessa innebörder behöver inte ses som konkurrerande alternativa definitioner av trovärdighetsbegreppet, utan kan i stället betraktas som tre olika aspekter av trovärdighetsproblematiken. Tillämpade på medier (och under viss frihet) riktar

den första preciseringen intresset mot de *egenskaper* som medier har som trovärdighetsobjekt, hur dessa egenskaper ser ut och i vilken grad medierna besitter dem.

I den andra preciseringen betonas *värdet* av att tro på ett visst medium. Det knyter trovärdighetsproblematiken till de funktioner och den relevans medietrovärdighet har för publik, samhälle eller den grupp som utgör bedömningskollektiv.

Den tredje preciseringen är relaterad till i vilken utsträckning *publiken tillskriver* medier trovärdighet. Det väsentliga här är inte vilka egenskaper medierna har eller vilket värde medietrovärdighet utgör, utan hur bedömnarna faktiskt förhåller sig till medierna, hur olika medier bedöms ur trovärdighetssynpunkt.

Samtliga dessa aspekter får betraktas som relevanta i samband med innebörden av begreppet medietrovärdighet.

En mer regelrätt definition av begreppet trovärdighet erbjuds av den amerikanske socialpsykologen William McGuire, en definition som emellertid inte gäller trovärdighet generellt utan begreppet källtrovärdighet:

The source's believability reflects the extent to which his message is perceived by the recipient as being correct and in accord with empirical evidence.
(McGuire 1973:230)

Ur detta härleder McGuire sedan de hovländska källtrovärdighetskriterierna kompetens och tillförlitlig avsikt (Hovland et al 1953): För att mottagaren skall uppfatta informationsinnehållet som sakligt, korrekt och i enlighet med verkligheten, krävs att kommunikatorn kan tillskrivas sakkunskap och ärliga avsikter (McGuire 1973:230).

En mer utbyggd begreppsanalys görs av Peter Arvidson (1977:24f; 1981:6-9, 129-132), som dessutom explicit knyter an till problemområdet medietrovärdighet. I Arvidsons begreppsapparat definieras grundbegreppet trovärdighet på följande vis:

Allmänheten anser massmediet trovärdigt om allmänheten anser att den verklighetsbild massmediet förmedlar är förenlig med den verklighetsbild allmänheten utgår ifrån som riktig (...). (Arvidson 1981:8)

Nyckelelementet är således passningen i bedömarens öga mellan mediebild och verklighetsuppfattning, med bilden av verkligheten som norm. Grundtanken i Arvidsons definition, att medietrovärdighet är en fråga om medieinnehållets relation till verkligheten, återfinnes hos McGuire men där i en mindre utvecklade form.

Arvidson gör vidare skillnad mellan de trovärdighetsbedömningar som publiken gör som utvärderingar i efterhand, och den trovärdighetssyn som kommer till uttryck i publikens förväntningar på mediernas framtida trovärdighet. Det senare går under beteckningen förtroende i Arvidsons begreppsapparat.

Bedömningarna i efterhand handlar om rationella utvärderingar av mediernas prestationer där perspektivet är begränsat till överensstämmelsen med verkligheten. Förväntningarna på mediets framtida trovärdighet svarar dels mot en helhetssyn på mediernas sätt och förmåga att återge verkligheten, dels mot individens egen benägenhet att kunna – och vilja – uppdatera sin bild av verkligheten.¹

Arvidson gör dessutom en distinktion mellan sådana trovärdighetsbedömningar och -förväntningar som gäller helheten, dvs på organisations- eller kanalnivå, och sådana som gäller enstaka delar av medieutbudet, dvs artiklar och programinslag. Den senare nivån utgör enligt Arvidson basen för publikens trovärdighetsbedömningar, den påtagliga sida av medierna som publiken möter i vardagspraktiken. Helhetssynen på medier konstrueras av publiken med utgångspunkt i denna konkreta basnivå.²

Det som alltså utmärkt de få definitioner av medietrovärdighet som tidigare förekommit är medieinnehållets relation till den verklighet som skildras. Denna utgångspunkt innebär att det är *mediets återgivning av verkligheten* som utgör den yttre ramen för trovärdighetsproblematiken – det är i förhållande till mediernas verklighetsåtergivning som trovärdighetsaspekten blir relevant för publiken.

Mediernas återgivning av verkligheten ses ofta som ett flöde, från den objektivt existerande verkligheten eller journalisternas uppfattning om och förväntningar på denna verklighet förmedlad av medierna till publiken. Särskilt framkommer detta synsätt i den diskurs som tidigare varit vanlig inom forskningen om nyhetsförmedling³.

Ett sådant perspektiv tenderar att reducera publikens roll i sammanhanget till passiva informationsmottagare i stället för aktiva informationsanvändare. Att se begreppet trovärdighet i en sådan kontext, knuten enbart till mediernas verklighetsåtergivning och till en publik som ses som en kollektiv slutstation för nyhetsprocessen, är ett perspektiv som begränsar synen på den betydelse och relevans som bedömningarna av mediernas trovärdighet har för publiken.

En alternativ utgångspunkt är att i stället sätta publiken i centrum och ta utgångspunkten i det som gör att trovärdigheten hos medier blir mer intressant: människans kunskapsprocess. Detta är min avsikt med den följande framställningen. Trovärdighet ses här som en subjektiv bedömning som publiken gör av medier, och inte som en objektiv egenskap hos mediet.

Trovärdighet och kunskapsbildning

Med kunskapsbildning menar jag den kontinuerliga process som människan är involverad i hela sitt liv, och som utgör en förutsättning för att hon skall leva

och överleva, som fysik organism, som psykologisk existens och som social varse.

I sin interaktion med omgivningen tar individen fortlöpande in information för att bilda olika typer av kunskaper. Denna kunskapsprocess som människan ständigt är engagerad i omfattar samtliga aspekter av hennes tillvaro. Kunskapen gäller inte bara de manifesta tillstånden och händelserna i omvärlden. Människan behöver dessutom få underlag för kunskap om den sociala verkligheten. Hon behöver till exempel veta vilka sociala konventioner och värden som gäller, vad dessa står för och hur de kan kopplas till hennes sociala målsättningar. Hon behöver kunskap om sig själv och sin identitet i olika avseenden och hur hon kan uppnå njutning och tillfredsställelse.

Det är i denna kontext som bedömningen av mediers trovärdighet skall ses. Det är medieinnehållets värde i denna totala kunskapsprocess som är det centrala elementet i trovärdighetsbegreppet.

Beträffande trovärdighetsbegreppets principiella innebörd kan man då säga följande: Bedömningen av mediers trovärdighet handlar om en bedömning av om innehållsstoffet äger *giltighet som underlag för kunskapsbildning*. Med giltighet menas att stoffet, helt eller delvis och i någon form, är möjligt och önskvärt att införliva med den egna världsåskådningen.

Ett sådant synsätt på trovärdighetsbedömningens innebörd och relevans ger en annan ram än den som Arvidson använder. I Arvidsons begreppsanalys utgörs den norm publiken använder vid trovärdighetsbedömningen av uppfattningen om verkligheten; publikens bild av verkligheten blir det facit mot vilket medieinnehållet prövas. Mitt synsätt innebär att det inte är individens *verklighetsuppfattning* i sig som betingar trovärdighetsbedömningen; mitt synsätt innebär att det är individens *behov av kunskap*, och möjligheter att göra bruk av kunskaperna, som utformar normerna för trovärdighet. I vilken utsträckning individen sedan verkligen internaliserar informationen är en annan fråga, och här kommer bl a den acceptansbenägenhet som förtroendet kan innebära in i bilden. Trovärdigheten gäller enbart individens bedömning av om stoffet är giltigt som underlag för kunskapsbildning.

Detta innebär att trovärdighetsbedömningarna knyts till människans socialiseringsprocess och bildandet av en världsåskådning, en världsåskådning som rymmer både deskriptiva föreställningar om omvärlden och ett värde- och normsystem (jfr Nordenstreng 1978:105f). Det är här vi återfinner de viktiga betingelserna för individens kunskapsbildning, och därmed också betingelserna för bedömningar av medietrovärdighet.

Att individens världsåskådning utgör den yttersta ramen för trovärdighetskontexten har aktualiserats av Karl Erik Rosengren, som menar att trovärdighet hänger samman med de grundläggande värden som ett samhälle omfattar (Rosengren 1977:209f). Medietrovärdighet blir i det avseendet i stor utsträckning en fråga om överensstämmelse med tidigare existerande uppfattningar, med de

principiella kognitiva scheman som strukturerar vår förståelse av omvärlden och hur vi behandlar den information som vi fortlöpande tar in.

Samtidigt hänger medietrovärdighet via kunskapsprocessen samman med det behov vi har av att uppdatera och expandera vår befintliga världsbild (jfr Arvidson 1981:131), vårt behov av ny stimulans och nya intryck.

Trovärdighetskriterier

Som jag ser bedömningen av medietrovärdighet är det inte en bedömning av en manifest, entydig och objektivt given trovärdighetskvalitet hos mediet. Trovärdighetsbedömningen bygger på ett antal andra mediedimensioner, egenskaper som är relevanta för ett avgörande om innehållet är värt att internaliseras. Trovärdighetsklassningen kan alltså ses som en sammanfattning eller slutsats av dessa egenskaper.

Denna slutledning sker som regel inte i form av medvetna resonemang hos individen, utan på ett mer omedvetet plan, med samma automatik som vi alltid använder när vi prövar värdet av inkommande information från omvärlden (jfr Axelrod 1973:1250ff).

Utvärderingsprocessen behöver inte med nödvändighet innebära en positiv prövning av trovärdighet. Den kan också tänkas bestå i en prövning av om det finns brister i trovärdigheten (jfr Hermerén 1978b); om en sådan negativ prövning inte ger utfall betyder det att trovärdighet föreligger. Trovärdighet blir då en fråga om att vissa medieegenskaper *inte* får finnas, t ex inslag av osaklighet eller för bedömaren främmande referensramar.

Utvärderingen av de trovärdighetsrelevanta medieegenskaperna förutsätter normer för hur dessa skall vara beskaffade och hur de skall viktas i förhållande till varandra. Tillsammans utgör de trovärdighetsrelevanta medieegenskaperna och normerna *kriterier för trovärdighet*, det vill säga kriterier för *vilka egenskaper* som skall bedömas och *hur* dessa skall bedömas för att trovärdighet (eller trovärdighetsbrist) skall sägas föreligga.⁴

Frågan blir då vilka konkreta medieegenskaper publiken använder som underlag för trovärdighetsbedömningar av medier. I forskningen om källtrovärdighet har två egenskaper betraktats som självklart kopplade till bedömningen av källans trovärdighet: källans sakkunskap och kompetens inom det område frågan gäller, och källans avsikter – att hon eller han är objektiv och inte ute efter att manipulera i den ena eller andra riktningen (Hovland, Janis och Kelley 1953).

Även om de empiriska beläggen för detta inte är helt entydiga (jfr Berlo, Lermert och Mertz 1969), förefaller det rimligt att anta att kompetens och frånvaro av manipulativa avsikter är relevanta kriterier för bedömning av informationskällor, och att bedömningen av källan i sin tur har eller kan ha betydelse för medietrovärdigheten som helhet.

Men också andra egenskaper kan vara aktuella som underlag för trovärdighetsbedömningar av källan. Cronkhite och Liska pekar på informationsmottagarnas syn på sådant som källans tillgång till information, källans motivation att vara objektiv och källans medvetenhet om eventualiteten att behöva stå till svars i efterhand. De framhåller också betydelsen av informationsmottagarens målsättningar och behov för bedömningen av källans trovärdighet: det är kommunikationssituationens relevans för informationsmottagaren som utgör ramen för bedömningen av källtrovärdighet (Cronkhite och Liska 1980:126f).

Det förefaller vidare rimligt att föreställa sig att även andra medieegenskaper än de som kan knytas till källan utgör underlag för publikens trovärdighetsbedömningar. Under vissa omständigheter, bland annat då innehållet har hög relevans för bedömaren, kommer utvärderingen av indirekta indikatorer som källans personliga egenskaper i bakgrunden till förmån för utvärdering av sakinnehållet i sig (Petty och Cacioppo 1986a, 1986b; Chaiken 1980, 1987). I andra fall saknas en för publiken identifierbar källa, vilket innebär att bedömaren tvingas ta fasta på annat än källegenskaperna.

Vilka egenskaper hos mediet eller innehållet som utgör underlag för trovärdighetsbedömningarna beror i stor utsträckning på den kontext som är giltig i det specifika fallet. En av trovärdighetsbedömningarnas viktigaste bakomliggande faktorer är människors behov av kunskap. Men människor skiljer sig beträffande den kunskap de sätter värde på och behöver. De skiljer sig också beträffande hur de väljer att använda medier för att skaffa kunskap. Olika medier kan med andra ord svara mot olika kunskapsfunktioner; samtidigt kan ett och samma medieinnehåll användas för olika typer av kunskapsbildning.

På samma sätt kan normerna för bedömningen av en trovärdighetsrelevant medieegenskap variera både individer och medier emellan: de krav som en individ har på till exempel korrekthet behöver inte omfattas av en annan individ; det som ter sig som korrekt i ett medium behöver inte vara det i ett annat medium.

Det är rimligt att anta, att de trovärdighetskriterier som tillämpas av publiken varierar (åtminstone delvis) beroende på *typ av kunskapsbildning*. Att informera sig om olika argument i en valkampanj skiljer sig avsevärt från den kunskapsbildning som är aktuell när man vill skaffa sig en känsla för tillämpningen och giltigheten av gruppattribut eller att orientera sig om de allmänna skeendena i hemortskommunen.

Kraven på korrekthet i återgivningen av sakförhållanden generellt torde vara högre ställda på de prestigeladdade morgontidningarnas politiska bevakning än på kvällstidningarnas rapportering kring olyckor och brott. I det senare fallet är spelrummet för sakfel sannolikt högre, vilket innebär att ett övertramp här inte betraktas som lika gravt som om det förekom i rapporteringen om budgetpropositionen.

På motsvarande sätt bedöms sannolikt ett sifferfel i ett sporttelegram ("matchresultat: 3-2" när det egentliga resultatet är 2-2) som mer gravt av den

intresserade publiken än ett liknande sifferfel i ett daghemsreportage ("Elvira, 3 år" när Elvira egentligen är 2 år).

Faktainnehåll och fiktion

Allt medieinnehåll kan i princip göras till föremål för prövning som underlag för kunskapsbildning, men trovärdighetsbedömning är aktuellt enbart i samband med stoff som behandlar sådant som individen har behov av i sin faktiska kunskapsprocess⁵. Man måste emellertid vara medveten om att det inte bara är det traditionella informationsinnehållet i medierna som kan tjänstgöra som kunskapsunderlag.

Mediernas fiktioninnehåll, till exempel TV-serier med välkända miljöer och situationer och teman som publiken själv har erfarenhet av, kan i många fall te sig mer vardagsnära och relevant än nyhetsinnehållets rapporter om avlägsna angelägenheter. Detta bidrar till att mediernas fiktioninnehåll ofta är lättare för publiken att relatera sig till, och därmed också mer relevant att utvärdera, ta ställning till och också lära sig något av, till exempel hur man hanterar en familjekris eller problem på arbetsplatsen (jfr Lewis 1991:152f; Livingstone 1990).

Studier av hur TV-publiken förhåller sig till en TV-serie som *Dallas* har också visat, att många tittare gärna tar ställning till realismen i serien (Ang 1985).

Nyhetsinnehållet kan å sin sida ofta utgöra underlag till kunskap som avviker från den traditionella omvärldsorientering som vanligtvis förknippas med denna innehållstyp. Nyheterna kan vara en källa till kunskap om tillvarons grundläggande villkor (t ex vilka som är onda och vilka som är goda) eller tillämpas i en mycket instrumentell och praktisk anda (vart man inte skall förlägga semesterresan, vilket hattmode som är *comme il faut* i anspråksfulla sammanhang) (jfr Livingstone 1990:189f).

Trovärdighet och förtroende

Trovärdighetsbedömningarna kan således ses som en del av förtroendet för medierna, som ett inslag i de förväntningar som människors medieförtroende inrymmer. Att betrakta ett medium som trovärdigt är en god början till att också hysa förtroende för mediet – men trovärdighet behöver inte med absolut nödvändighet leda till förtroende; det beror på den vikt som kunskapsbildningen har för individen. Men eftersom människors behov av kunskapsbildning i bred bemärkelse är grundläggande, så är det rimligt att anta att trovärdighetsbedömningen är av central betydelse för de flesta människors medieförtroende.

Det ligger i sakens natur att trovärdighetsbedömningen är mer rationell till sin karaktär än förtroendet som totalt förhållningssätt eftersom den är en del av den kognitiva komponenten. Trovärdighetsbedömningen är närmare knuten till utvärdering av medier medan förtroendet som helhet handlar om en förväntan på medier. Förtroendet är präglad av sin emotiva karaktär, medan trovärdighetsbedömningen är mer instrumentellt orienterad.

Det är emellertid inte rimligt att se trovärdighetsbedömningen enbart som ett efterhandsbetyg, eftersom det är i form av kumulerade utvärderingar och därmed också förväntningar som trovärdighetsbedömningarna spelar roll för publiken.

Noter

1. I sin begreppsapparat låter Arvidson begreppet trovärdighet stå som överordnat begreppet förtroende. Mitt sätt att relatera förtroende och trovärdighet till varandra innebär att trovärdigheten inte får en sådan överordnad betydelse. Trovärdighet ses som ett av de medieattribut som svarar mot det förtroendegrundande värdet kunskapsbildning – inget av begreppet intar en mer överordnad funktion än det andra.
2. En mer ingående diskussion av Peter Arvidsons definitioner återfinnes i Elliot 1990.
3. Se t ex Hvitfelt 1989; McQuail 1987:208f.
4. Jfr Rosengrens et al syn på begreppet medie kvalitet: Mediekvalitet är inte att se som en objektiv medieegenskap, utan som *relationen* mellan sådana medieegenskaper å ena sidan och de krav och normer som publiken har beträffande medierna å den andra (Rosengren et al 1990:2). Medietrovärdighet är att betrakta som en medie kvalitet i dessa termer.
5. Man kan naturligtvis diskutera i vilken utsträckning trovärdighetsbedömningar också görs utifrån *eventualiteten* att bilda kunskap. Det innebär att man i så fall måste skilja mellan en reell trovärdighetsbedömning som är relaterad till ett faktiskt kunskapsbehov, och en mer formell trovärdighetsbedömning som är relaterad till en situation med ett tänkt kunskapsbehov ("Om jag hade varit intresserad av att lära mig något om travsport, skulle jag i så fall använda mig av något i det här reportaget?"). Det normala, det som utmärker publikens förhållningssätt till medier i praktiken, torde emellertid i första hand präglas av det förra – trovärdighetsbedömningarna spelar roll endast i de situationer när de har faktiskt betydelse.

Kapitel 6

En analysmodell

Det *utbyte* en individ förväntar sig av mediet är av central betydelse för medieförtroendet. Detta utbyte är relaterat till vilka *värden* hos medier som är giltiga för individen. Utbytet av ett medium står emellertid också i ett intimt förhållande till mediets *egenskaper*. Att ett medium kan erbjuda ett visst utbyte beror i huvudsak på att mediet genom att besitta vissa egenskaper har kapacitet till detta.

I detta kapitel skisserar jag en analysmodell för medieförtroendets kognitiva komponent, förväntningen att mediet skall ge ett visst förtroenderrelevant utbyte, där bilden av mediers egenskaper och mediers värden utgör centrala element.

Utbyten av medier

Förtroendet innebär, att mediet förväntas erbjuda vissa, särskilda utbyten för individen. Med utbyte menar jag något som tillför individen något som individen själv värderar positivt. Det utbyte man främst tänker på i samband med medier är utbytet av *medieinnehållet*, men människors utbyte av medier gäller fler aspekter än så.

Utbytet kan vara relaterat till *medieanvändningen* som aktivitet i sig. Att medieanvändning t ex kan utgöra en form för umgänge är särskilt tydligt beträffande TV. När det gäller TV har man kunnat påvisa två dimensioner i människors förhållningssätt (Rubin 1984; Rubin och Perse 1987). Den ena är instrumentell och är bl a inriktad på att skaffa information och underlag för socialt samspel. Den andra är rituellt präglad: här är TV-tittandet som aktivitet mer betydelsefullt än det program man tittar på. Men också tryckta medier kan lätt knytas till sådana utbyten; för många läsare är morgontidningsläsning en ritual som inleder den nya dagen, eller kanske ett sätt att skaffa sig en stund för sig själv. Att morgontidningsläsningen har mycket av vanemässighet över sig har bl a visats av Lenart Weibull (Weibull 1983).

Utbytet kan också vara knutet till egenskaper hos *mediekanalen*. Bl a Meyrowitz har pekat på att tryckta medier och elektroniska medier erbjuder helt olika former för upplevelser (Meyrowitz 1985).

En annan källa till utbyte av medier är den *image och status* som kommer mediet till godo. Att exponera en anknytning till ett medium med en viss image, genom användning eller på annat vis, kan t ex vara ett sätt att markera en viss gruppstillhörighet eller en viss social ställning.

Medievärden

Oavsett vad utbytet gäller är det kopplat till de *värden* som medier och medieanvändning kan ha för människor. Värdet refererar till en grundläggande prioritering, en potential som medier besitter för individen, anledningen till att utbytet är just ett utbyte (jfr Harding et al 1986:2f). I viss mening kan utbytet betraktas som en konkretiserad form av värdet.

När det gäller värdebegreppet generellt¹ är det vanligt att man urskiljer två olika dimensioner: en normativ dimension, som är kopplad till det för individen eftersträvansvärda, och en dimension som är mer orienterad mot vad individen *faktiskt* åstundar².

Värden är inte synonymt med grundläggande mänskliga behov, men värden kan genereras av dessa. Vissa värden kan sägas vara en kulturell formulering av behoven. Men värden genereras också av källor utanför människan, av den kultur och de sociala sammanhang hon lever i. Många värden har socialt, kulturellt eller ideologiskt ursprung, t ex jämställdhet och skönhet. I vilken utsträckning dessa externt genererade värden är självständiga eller ytterst faller tillbaka på de bakomliggande behoven hos individen kan naturligtvis diskuteras.

Emellertid utgör sådana målsättningar och önskvärda tillstånd personliga värden för individen först när dessa har internaliserats. Ett värde på individnivå förutsätter att det har subjektiv giltighet för individen.

Värden kan betraktas som en referensram för individens attityder och normer, som är mer specifika tillämpningar av de generella värdena (jfr Reich och Adcock 1975; Rokeach 1973). De utbyten människor har av medier kan ses som en sådan tillämpning. De generella värdena betingar individens utvärdering av medier och gör att vissa av de utdelningar mediet kan ge blir mer betydelsefulla än andra.

Flera olika utbyten kan falla tillbaka på samma värde: om förströelse betraktas som ett bakomliggande värde hos medier, innebär det att individen kan få utbyte av medierna i form av t ex tidsfördriv och underhållning. Vilken användningsaktivitet och vilket medieinnehåll som ger bäst utbyte, och vilket utbyte som bäst svarar mot det bakomliggande värdet förströelse, varierar emellertid individer emellan; för någon är det underhållningsutbytet av engelska situationskomedier, för en annan kompistittandet på TV-sända fotbollsmatcher, för en tredje tidsfördrivet att lösa korsordet i tidningen, för en fjärde avkopplingen med att lyssna på radiomusik i sängen på söndagsmorgnar.

I praktiken är det problematiskt att empiriskt fastställa mediernas värden, eftersom dessa inte är fullt ut medvetet formulerade eller identifierade av individen som just "de värden medier har för mig"³.

I den utsträckning vi kan ringa in de värden medier har för människor, är det inte sannolikt att vi hittar en hundraprocentigt konform struktur. De värden som är giltiga kan variera individer emellan. Likaså kan värdenas koppling till olika medier variera från individ till individ: Det som gör att ett medium har ett visst värde för en person behöver inte ha betydelse för en annan, trots att värdet i sig har samma giltighet för båda.

Men förmodligen skulle vi ändå finna vissa mönster. Medievärdena får betraktas som underordnade individens generella värdestruktur. Vad som är giltiga värden för människor, och hur dessa är kopplade till medierna, får i stor utsträckning ses som underkastat sociokulturella och ideologiska normer och värderingar, värderingar som strukturerar människor i inbördes relativt homogena grupper.

Utbyten och medieegenskaper

Varför uppfattar en individ att ett medium ger ett visst utbyte? Individens konfrontation med en konkret upplevelse av utbyte är naturligtvis en källa till sådana föreställningar, men relationen mellan människors utbyten av medier och synen på mediers egenskaper är inte alldeles okomplicerad.

Lichtenstein och Rosenfeld (1983:99) har redovisat en studie av Davis och Woodall som pekar på att människor kan uppfatta att medier ger ett visst utbyte, trots att detta utbyte inte realiseras. I studien uppgav människor att de tittade på TV-nyheter eftersom det gav dem kunskaper om omvärlden. Trots detta visade tester att deras kunskaper inte ökade nämnvärt som resultat av nyhetstittandet. Föreställningen om att mediet gav ett utbyte spelade större roll för dessa tittare än det faktiska, mätbara utbytet, dvs effekten.

Den omedelbara slutsatsen av detta är att det främst är människors *subjektiva föreställning* om upplevt utbyte som har betydelse.

Individen kan också tillskriva ett medium kapaciteten att erbjuda ett visst utbyte mot bakgrund av det som individen uppfattar som mediets egenskaper. Källan till uppfattningen om att ett medium ger ett visst utbyte blir då inte främst *upplevelsen av ett faktiskt utbyte*, utan uppfattningen att mediet besitter *vissa egenskaper*, egenskaper som förknippas med ett visst utbyte⁴.

Detta kan ha varit en anledning till TV-tittarnas upplevelse av utbyte i Davis och Woodalls studie. Eftersom TV-nyheternas innehåll har en viss karaktär, och det dessutom är nyhetsprogrammets uppgift att informera, så *blir* man följaktligen informerad om händelser och tillstånd i omvärlden om man tittar på TV-nyheter.

Davis och Woodalls studie aktualiserar emellertid också en annan möjlighet: Att tittandet på TV-nyheter inte egentligen handlar om att informera sig, utan främst faller tillbaka på ett behov av att skapa rutiner och kontinuitet i tillvaron (Silverstone 1988, 1994), ett behov som individen inte har medvetandegjort. Eftersom vår kultur inte är tillåtande när det gäller till synes irrationellt beteende, blir det naturligt för människor att konstruera en anledning till TV-nyhetstittandet. Motivet att informera sig är en rationalisering som ligger nära till hands beträffande TV-nyheter.

Detta reser i sin tur frågan om äkta och falska utbyten av medieanvändning, och därmed korrekta och inkorrekta föreställningar om de utbyten som medier kan erbjuda. Att fastställa sådana distinktioner ter sig vanskligt; det förefaller dock rimligt att anta att ju mer genuint utbytet ter sig för individen, desto större roll spelar föreställningen om detta för medieförtroendet.

Under alla omständigheter utgör människors *uppfattningar om mediers egenskaper* en viktig faktor bakom de utbyten som människor förväntar sig att medier skall ge.

Perceptioner av mediers egenskaper

I princip torde samtliga egenskaper som går att tillskriva ett medium kunna relateras till förväntningar beträffande de utbyten som mediet kan erbjuda.

Det som ligger närmast till hands för människor att ha föreställningar om när det gäller medierna är *innehållet*. Men det finns många andra aspekter av medier och mediers verksamhet som kan ingå i människors bild av medier.

Det tillhör inte ovanligheten att människor har mer eller mindre välgrundade föreställningar om den *yrkeskår* som är verksam inom medierna: kompetens, yrkesetik, partisympatier och förhållande till nyhetsideologin är några exempel på aspekter som till och från utvärderas av gemene man.

Synen på vad som utmärker medierna som *förmedlingskanal* kan också utgöra underlag för bilden av medierna, t ex mediets tekniska förutsättningar, formerna för informationsöverföring, samt sociokulturell, ekonomisk och praktisk tillgänglighet från publikens synpunkt.

En annan aspekt svarar mot uppfattningar om medierna som *producent* av ett utbud: perceptioner av medieföretagets policy och målsättning, produktionsvillkor, relationen till källor och andra utommediala aktörer, prisvärde, leveranspålitlighet osv. På mer övergripande nivå blir synen på mediernas *sambällleliga funktioner* relevanta.

Utöver detta brukar som regel också perceptioner av mediernas *status och image* ingå i människors föreställning om medier.

Med utgångspunkt i alla dessa perceptioner tillskriver människor medierna vissa egenskaper av beskrivande eller värderande karaktär. Sammantagna utgör dessa attribut bilden av mediet.

Attributen kan ligga nära det som kan betraktas som objektivt givna egenskaper hos mediet; i sådana fall är ofta relationen mellan attributen och de bakomliggande objektiva medieegenskaperna relativt okomplicerad och väl förankrad i allmän konsensus (till exempel en tidnings partisignatur).

I andra fall är förhållandet mellan attribut och medium mindre självklart. Värderande attribut korresponderar som regel inte med givna medieegenskaper. De värderande attributen betingas av de normer som är giltiga för utvärderingen, och dessa normer kan variera grupper emellan och över tid (attributet ”god underhållning” kan tjäna som exempel på detta). Men också vissa mer beskrivande attribut kan göras till föremål för olika uppfattningar: Det kan råda enighet runt vilken officiell partisignatur en tidnings ledarskribenter arbetar under men motstridiga åsikter om den egentliga ideologi som i praktiken präglar redaktionens arbete.

Det är mot bakgrund av den kännedom om mediet, som alla dessa attribut sammantaget innebär, och de konkreta upplevelserna av utbyte som individens förväntningar på medierna formas.

Förtroenderrelevans

Medier har flera olika värden för människor och kan erbjuda flera olika utbyten, men det är inte rimligt att tänka sig att alla utbyten, som en individ kan ha av medier, är relevanta för individens medieförtroende. Det finns således en *selekerande faktor*, som skiljer de utbyten som kan kvala in i medieförtroendet från de utbyten som inte kan det utan som bara leder till en allmänt positiv värdering av mediet.

Tills vidare lämnar jag denna faktor som öppen fråga. Här nöjer jag mig med en kort diskussion av vad denna faktor kan tänkas vara relaterad till.

Den kan vara ett uttryck för den enskilda individens benägenhet att hysa förtroende generellt. Detta kan ses som ett personlighetsdrag – vissa människor är mer tillitsfulla till sin läggning än andra. I bakgrunden kan individens psykologiska utvecklingshistoria ha varit en faktor som format benägenheten – och behovet av – att hysa förtroende för sin omvärld.

Människans behov av förtroende kan också relateras till hennes villkor i det senmoderna samhället. Vi kunde tidigare se att förtroende generellt betraktas som ett sätt för individen att förhålla sig till en komplex värld, en värld som omgärdas av risker, som upprätthålls av avlägsna system av experter och abstrakta symboler. Hur en enskild individ är situationerad i denna struktur kommer att

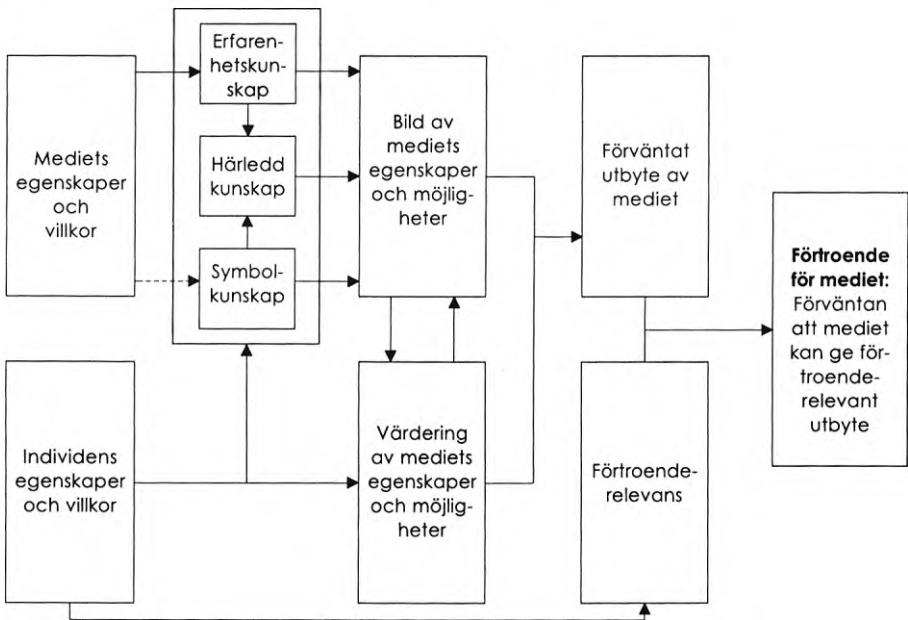
avgöra hur viktigt förtroendet blir i ena eller andra avseendet. Den speciella betydelse som medier får i detta sammanhang kan vara det som främst avgör vilka värden hos medier som är förtroendegrundande.

Naturligtvis kan det också förhålla sig så att de värden som av olika anledningar väger tyngst för individen, som är viktigast, betingar vilka medieutbyten som förtroendet grundar sig i. I så fall blir denna selekterande faktor inte någon fråga om kvalitativ selektion, utan en enkel viktning av värdets tyngd, en viktning som betingas av individens generella värdestruktur.

Analysmodell

I figur 6:1 presenteras en analysmodell över förtroendets kognitiva komponent som formulerats mot bakgrund av den diskussion jag redovisat ovan.

Figur 6:1. Analysmodell över medieförtroendets kognitiva komponent



Förtroendets kognitiva komponent, individens förväntan om att ett medium ger ett visst, för förtroendet relevant utbyte, faller närmast tillbaka på två faktorer:

- de utbyten som individen generellt förväntar sig av mediet
- en förtroendefaktor som selekterar de förtroendereklevanta utbytena från de övriga.

De förväntningar som individen har beträffande utbytet av mediet är en funktion av:

- bilden av mediets egenskaper och möjligheter
- värderingen av mediets egenskaper och möjligheter mot bakgrund av de värden som är giltiga för individen.

De egna konkreta erfarenheter man fortlöpande får av medier utvärderas och utfallet integreras som ett stabilt inslag i individens uppfattning om medier. De generaliseras till föreställningar om medier i mer allmän mening. De övergår till en förhandsinställning, en förväntan, som kan gälla mer övergripande och abstrakta nivåer av medier, medieinnehåll och mediers betydelse än de ursprungliga efterhandsutvärderingarna.⁵

Så kan en läsare till exempel ta del av en artikel i en tidning, denna kortsiktiga momentana utvärdering som då görs läggs till de tidigare föreställningar läsaren har om tidningen och liknande tidningar och bidrar på så vis till att bekräfta – eller förändra – vissa mer generella föreställningar läsaren har om den tidning hon/han nyss läst, om tidningstypen som sådan, kanske också om tidningar eller medier i allmänhet. Samtidigt anpassas förväntningen på vad hon/han kommer att stöta på hos mediet i framtiden till detta.

Bilden av mediet, och de förväntningar som följer av denna bild, kan således i viss mening ses som kumulerade medieutvärderingar, baserade på våra egna erfarenheter av medier. Men individens generella bild av och förväntningar på medier bildas inte enbart ur sådana kumulerade medieutvärderingar. Det är inte enbart egna erfarenheter som utgör underlag för vår bild av mediet – vi hämtar också underlag från andra håll, t ex allmänt vedertagna föreställningar om medier som cirkulerar i samhället. Dessa integreras också i den bild vi har av medierna och de förväntningar vi har på dem. Dessutom tillkommer de slutledningar som människor gör utifrån den tidigare kunskapen om medier.

Den bild som människor har av medierna bygger således på kunskapsunderlag från tre källor:

- egna praktiska erfarenheter av medier
- föreställningar om medier som förmedlas av omgivningen, främst via andra människor och symbolmiljön
- deduktiva slutsatser som individen själv genererar utifrån det hon eller han redan vet om mediet.

De första två typerna av kunskap kan betecknas *erfarenhetskunskap* och *symbolkunskap* (Nordenstreng 1978:101). Den tredje, som förutsätter någon av de övriga två, kan betecknas *härledd kunskap*.

Förtroendet för ett medium är således inte bara en angelägenhet för dem som använder eller har använt mediet. Förtroendepubliken omfattar samtliga individer som har någon föreställning om mediet i fråga. Med tanke på massmediernas penetration av dagens samhälle innebär det att medieförtroendet blir en angelägenhet för alla.

Bakom erfarenhetskunskapen finns slutligen ett objektivt existerande kunskapsunderlag i form av:

- medierna och deras faktiska beskaffenhet.

Medierna finns också bakom symbolkunskapen, men i en mer indirekt bemärkelse.

Bakom människors värderingar av mediet, eller bilden av mediet, finns de förutsättningar som individen själv har med sig vid mötet med medierna. Värderingarna av medierna faller i stor utsträckning tillbaka på individens generella värdestruktur, som i sin tur kan ses som ett resultat av insocialisering i en viss sociokulturell miljö. Individens situation i övrigt har också betydelse för hur hon eller han värderar medierna: livssituation, social position, socio-ekonomiska villkor osv.

Förtroende och expectancy-value-modellen

En sådan analysmodell över de kognitiva elementen i förtroendet för medier ligger nära ett av elementen i uses and gratifications-modellen, som försöker förklara människors användning av medier⁶.

I uses and gratifications-modellen betraktas människors grundläggande psykologiska och sociala behov som den yttersta drivkraften bakom valet av och användningen av medier. Behoven gör sig inte gällande i sin grundform. De artikuleras, med hjälp av individens generella *värdestruktur* och hennes *föreställningar om medier*, i en uppsättning *tänkbara funktioner* som medier kan ha och som individen *värdesätter*, t ex tidsfördriv, underlag för beslut eller stoff för samtalsämnen med omgivningen. Dessa funktioner tjänstgör sedan som motiv bakom medieanvändningen. Människors erfarenheter av olika mediers förmåga att fylla dessa behovsrelaterade funktioner påverkar sedan den fortsatta användningen av mediet⁷. (Jag har kursiverat de komponenter i modellen som närmast ansluter till medieförtroendet.)

Den roll som föreställningen om mediers egenskaper har för medieanvändningen har studerats mer ingående med hjälp av expectancy-value-modellen.

Denna modell utvecklades ursprungligen inom socialpsykologisk teoribildning om rationellt handlande (Ajzen och Fishbein 1980; Fishbein och Ajzen 1975). Palmgreen och Rayburn förde in expectancy-value-elementet i modifierad form i uses and gratifications-forskningen (Rayburn och Palmgreen 1984; Palmgreen och Rayburn 1985). Detta element har sedan vidareutvecklats av framför allt Swanson och Babrow (Swanson 1987; Swanson och Babrow 1989).

Enligt Swanson och Babrow samspekar föreställningen att mediet har vissa egenskaper, eller får vissa konsekvenser för individen, med individens värdering av dessa egenskaper (eller konsekvenser) utmed en positiv/negativ-dimension. Tillsammans bildar föreställningarna och värderingarna en expectancy-value-bedömning: individens bedömning av i vilken utsträckning mediet besitter positiva eller negativa egenskaper.

Denna bedömning påverkar dels individens generella benägenhet att söka utbyte av mediet, dels hur individen värderar den faktiska användningen av mediet. Värderingen av användningen påverkas också av den generella benägenheten att söka utbyte hos mediet.

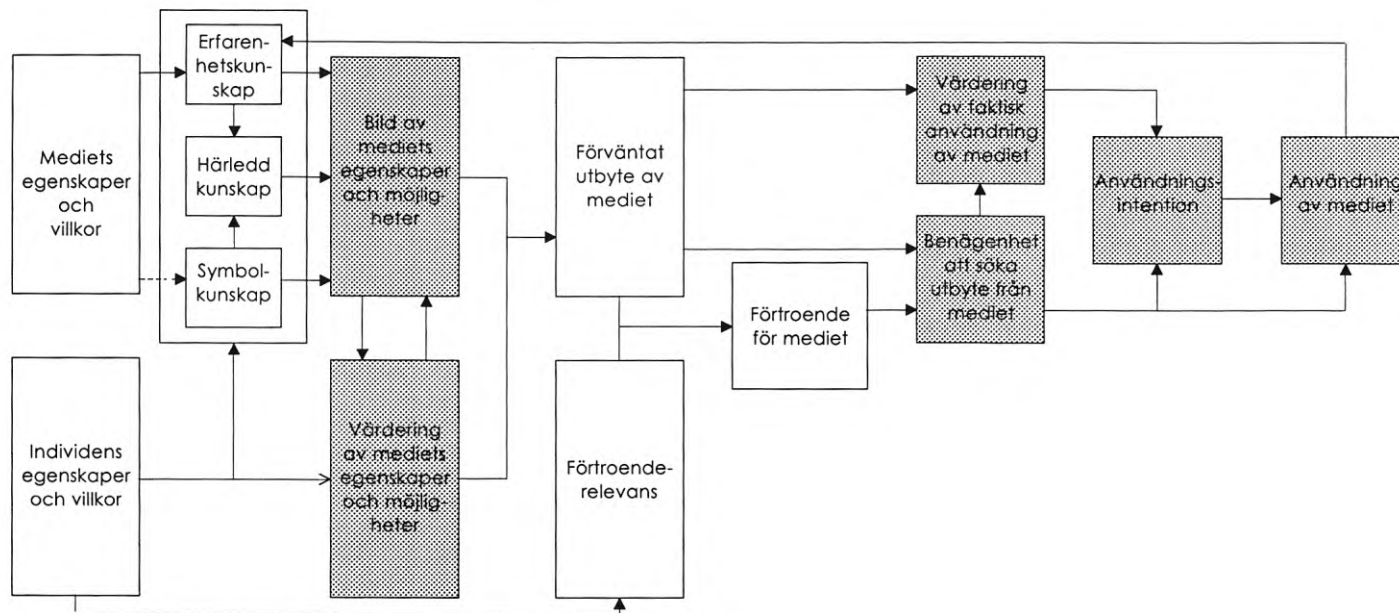
Både benägenheten att söka utbyte och värderingen av medieanvändningen betingar i sin tur individens intentioner att använda mediet. Intentionerna utgör sedan den närmast bakomliggande orsaken till att en faktisk användning av mediet kommer till stånd. Den generella benägenheten att använda mediet för att få utbyten har inflytande över den faktiska medieanvändningen både indirekt, via intentionen, och direkt. Värderingen av medieanvändningen påverkar den faktiska användningen endast indirekt genom intentionen.

Modellen visar flera beröringspunkter med mitt sätt att se förtroendebegreppets struktur och bakomliggande faktorer. Medieförtroendets kognitiva komponent svarar mot expectancy-value-omdömet: en föreställning om att mediet ger ett positivt värderat utbyte. Medieförtroendets handlingsorienterande komponent återkommer i expectancy-value-modellens generella benägenhet att vända sig till mediet för att få utbyte.

I sin helhet kan Swanson och Babrows expectancy-value-modell ses som relevant för medieförtroendet i samband med individens realisering av den handlingsorienterande komponenten. Figur 6:2 visar hur modellen över medieförtroendet kan integreras med expectancy-value-modellen.

Individen får på olika sätt en bild av mediets egenskaper och möjligheter. Denna bild samspekar med individens värderingar av dessa egenskaper och möjligheter och påverkar dels individens värdering av att faktiskt använda mediet, dels föreställningen om vilket utbyte som individen kan förvänta sig av mediet. Om utbytet är förtroenderelevant leder detta till förtroende för mediet. Förtroendet förstärker benägenheten att söka utbyte från mediet. Denna benägenhet påverkar sedan värderingen av faktisk användning av mediet, intentionen att använda mediet och ytterst användningen av mediet. (Värderingen av användningen påverkar inte den faktiska användningen direkt, utan endast indirekt genom

Figur 6:2. Modellen över medieförtroende integrerad med Swanson och Babrows expectancy-value-modell (skuggade komponenter återfinns i expectancy-value-modellen)



intentionen.) Användningen av mediet återkopplar därefter på bilden av mediet genom de erfarenheter som individen får av mediet.

Förtroende för medier kan med andra ord ses som ett specialfall av expectancy-value-bedömning. Skillnaden ligger i värdemomentet. Förtroendet är inte ett utfall av en allmän värdering av hur positiva eller negativa mediets egenskaper eller konsekvenser är; förtroendet är resultatet av en *särskild typ* av utvärdering av mediet – att mediet ger ett visst, förtroenderrelevant utbyte. Förtroendet innebär en speciell typ av förstärkning av benägenheten att söka utbyte hos mediet.

I de följande två kapitlen redovisar jag en mer ingående belysning av bakgrundsfaktorerna i analysmodellen över människors förtroende för medier (modell 6:1). De värden medier kan ha för människor och vilka medieutbyten som kan vara relevanta för medieförtroendet diskuteras i kapitel 7. Betydelsen av människors bild av medierna för förtroendet, med avseende på de olika typerna av kunskapsunderlag, behandlas i kapitel 8.

Noter

1. Se t ex Spates 1983 för en översikt av värdebegreppet.
2. Se Reimer 1994a:46 för en diskussion av dessa två dimensioner.
3. Se Spates 1983 för diskussion om problemen med empiriska mätningar av människors värden.
4. Man kan också föreställa sig, att det finns ett samspel mellan dessa både källor: Individen erfår ett utbyte, och validerar detta med att föra tillbaka utbytet till de medieegenskaper som förefaller vara relevanta. En intressant situation uppstår om individen *inte* kan validera sin upplevelse av utbyte genom mediets egenskaper. Kommer hon då att förkasta sin upplevelse av utbyte, eller kommer hon att rycka på axlarna och fortsätta att tillskriva mediet utbyte?
5. Distinktionen mellan utvärderingen i efterhand och förhandsinställningen kan egentligen bara göras fullt ut i princip, som en analytisk åtskillnad mellan två perspektiv på att värdera medier. I praktiken kan de två perspektiven inte skiljas fullständigt åt. De vävs in i varandra och interfererar genom en ömsesidig växelverkan: den förväntan man har på mediet bygger på mer konkreta utvärderingar, som i sin tur färgas och styrs av de förhandsinställningar man har gentemot mediet. Momentant existerar rena utvärderingar som efterhandsbedömningar av medier. Man kan emellertid diskutera vilken betydelse dessa har för individen i denna form av isolerade, kortsiktiga omdömen. Enligt min mening existerar de mer beständigt först då de integrerats med mer varaktiga mentala strukturer, strukturer som sedan utgör den grund på vilken vi bygger våra förhandsinställningar och förväntningar. Arvidson ser saken på ett annat sätt. I sin teoretiska begreppsapparat över problemområdet medieförtroende och medietrovärdighet lägger Arvidson lika stor vikt vid utvärderingarna i efterhand som vid förhandsinställningen till medier. Det senare betecknar här trovärdighet och det senare förtroende. (Arvidson 1977, 1981)

6. Eftersom det engelska uttrycket "gratification" saknar svensk motsvarighet i form av en i det här sammanhanget adekvat term, föredrar jag av praktiska skäl att använda den engelska beteckningen.
7. För mer ingående redovisningar av uses and gratifications-modellen, se Blumler och Katz 1974 och Rosengren et al 1985.

Kapitel 7

Förväntningar på medier

Enligt modellen som presenterades i kapitel 6 får de utbyten, som människor kan ha av medier, en central betydelse för medieförtroendet. Det är dessa utbyten som utgör kärnan i individens förväntningar på medier.

De utbyten som utgör grund för medieförtroendet är sådana som har en särskild förtroenderlevant betydelse för individen. Vad innebär denna särskilda betydelse? Och vilka utbyten blir mot bakgrund av detta relevanta som grund för medieförtroendet? Eller uttryckt på ett annat sätt: Vilka förväntningar på medier ligger inlagda i människors medieförtroende?

Detta behandlas i den följande framställningen. Som jag tidigare påpekat gör jag emellertid inte några anspråk på att fullt ut kunna besvara dessa frågor. Jag saknar möjligheter att studera dem närmare, och empirisk forskning på denna punkt saknas helt. Här får jag nöja mig med en diskussion av vad som kan göra olika förväntningar på medier relevanta för medieförtroendet. Diskussionen förs med utgångspunkt i Giddens teorier om betingelserna för individens ontologiska trygghet i det moderna samhället (se kapitel 3).

Mikro- och makronivå

I teoribildningen kring förtroende generellt är det vanligt med en distinktion mellan interpersonellt förtroende och systemförtroende. Förtroende innebär olika saker beroende på om det gäller aktörer på individnivå, eller om det gäller samhällsinstitutioner eller andra mer abstrakta och övergripande system.

En motsvarande distinktion kan göras även beträffande medier. På mikro-nivå relateras människors förtroende till medierna i den form som man möter dem inom ramarna för de vardagliga rutinerna: som konkreta medieorganisationer. Bedömningsperspektivet på den här nivån är främst knutet till det subjektiva utbyte som publiken har av medierna i egenskap av enskilda individer med en personlig uppsättning värden, önskningsar, behov och lustar. Förtroendet kommer mer att likna det som gäller förtroende mellan individer.

På makronivå relateras människors förtroende till medierna i form av abstrakta system, som samhällsinstitutioner som tillskrivs vissa samhälleliga uppgifter och vissa maktpositioner – på gott och på ont. Det ligger inte särskilt nära

till hands att man upplever sig ha praktiska erfarenheter eller ett personligt utbyte av medierna som institutioner. Utbytet är av indirekt karaktär och bedömningsperspektivet mer normativt och ideologiskt orienterat. Det handlar mindre om publikens egen nytta och mer om hur man ser på mediernas allmänna samhällsnytta (och samhällsfara). Den kognitiva komponenten i medieförtroendet får större betydelse för individen på bekostnad av den emotiva, som blir viktigare när det gäller förtroendet för enskilda medier.

De förväntningar man har på medier är således olikartade beroende på om det gäller de enskilda medierna eller medieinstitutionen. Den forskning som finns att tillgå gäller emellertid främst människors personliga utbyten av medier.

Forskning om publikens utbyte av medier

De utbyten som människor kan ha av medier har främst studerats inom *uses and gratifications*-traditionen och de forskningsinriktningar som brukar sammanfattas med beteckningen *cultural studies*.

Inom *uses and gratifications*-forskningen har man studerat de funktioner som medier kan ha för sin publik. Funktionerna har i detta sammanhang betraktats som den bakomliggande förklaringen till varför människor väljer att använda ett visst medium. Beroende på de behov som är aktuella hos en individ väljer man att använda mediet som ett funktionellt alternativ för att tillfredsställa behovet.¹

Att *uses and gratifications*-modellen enbart är inriktad på de mediefunktioner som fungerar som drivkraft bakom medieanvändning innebär en viss begränsning för mitt syfte. De utbyten människor har av medier behöver inte med nödvändighet också fungera som användningsincitament. *Uses and gratifications*-forskarna har själva uppmärksammat inkongruensen mellan publikens användningsmotiv och publikens faktiska utbyte av medieanvändningen: medieanvändning har visat sig kunna ge utbyten som publiken inte hade räknat med på förhand och som inte utgjort motivet för att man sökte sig till mediet (McLeod, Bybee och Duvall 1982; Palmgreen et al 1985:27)². Att sådana mer eller mindre slumpmässigt ertappade utbyten existerar pekar på att medier har värden som inte primärt ger sig till känna som motiv för användning.

Det synsätt på människor och medieanvändning som *uses and gratifications*-modellen inbegriper har mött invändningar. Modellen, har man menat, är alltför funktionalistisk och rationell. Den tar inte hänsyn till den medieanvändning som inte är direkt relaterad till människors psykologiska eller sociala behov, utan som är mer rituell och självtillräcklig till sin karaktär, som bygger på användningshandlingens inneboende lust och tillfredsställelse. (Se t ex Elliott 1974; Carey och Kreiling 1974; Murdock 1989; Lewis 1991; Morley 1992).

Kritikerna har framför allt framhållit, att uses and gratifications-ansatsens synsätt innebär att människor frikopplas från de sociokulturella kontexter som omger dem och som i stor utsträckning styr deras sätt att orientera sig vis à vis medier. Av den anledningen har dessa forskare gett företräde åt frågeställningar som rör det bruk människor gör av medierna i sociala och sociokulturella sammanhang.

En stor del av dessa studier har gjorts inom cultural studies-traditionen, som utmärks av en stark betoning av de populärkulturella inslagen i medieutbudet. Framför allt har bruket av TV fått en mycket framträdande plats i forskningen. Detta har inneburit att en del av medieutbudet som tidigare intagit en mindre prominent ställning inom masskommunikationsforskningen nu fått en mer ingående belysning. En begränsning är att de insikter och kunskaper om människors utbyte av medier som cultural studies frambringat i mindre utsträckning är giltiga för traditionella nyhetsmedier som dagspress.

Ett annat problem rör det faktum att människors sociokulturella bruk av medierna är starkt kulturbundna. De empiriska studier som utförs inom cultural studies gäller i första hand förhållanden i Storbritannien och USA. Det är inte självklart att de kunskaper som dessa studier genererat också är giltiga i den svenska mediekulturen.

Det finns emellertid all anledning att anta, att den västerländska kulturen i stort har många av de strukturer och processer gemensamma som är avgörande i detta sammanhang, strukturer och processer som utgör den kontext i vilken människor använder och förhåller sig till medier. I betydande utsträckning torde med andra ord de kunskaper som cultural studies-forskningen frambringat också vara aktuella för den svenska publikens bruk av medierna.

I den följande diskussionen har jag valt att inte vara alltför strikt i min hantering av begreppet utbyte. Det finns en analytiskt meningsfull distinktion mellan begreppen utbyte, värde och funktion, men min bedömning är att denna distinktion inte är särskilt fruktbar i detta sammanhang. En mer generös tillämpning fångar lättare upp de aspekter som kan bidra till att belysa människors förtroende för medier.

Förtroende och personliga utbyten av medier

De personliga utbyten som människor kan ha av medier i sin vardag kan klassificeras i sex kategorier (jfr även McQuail 1987:73, 1994b:320; Dobos och Dimmick 1988:340ff; Lull 1990:28ff; DeFleur och Ball-Rokeach 1989:305ff). Dessa kategorier gäller:

- Generell kunskap och information
- Identitetsbildning

- Socialisering och social interaktion
- Delaktighet med samhället
- Eskapism och pleasure
- Strukturering av tillvaron

Generell kunskap och information

Mediers kunskaps- och informationsvärde tar sig olika former. Uses and gratifications-forskningen gör en distinktion mellan tre olika funktioner hos medier i detta avseende (jfr McQuail 1994b:320; Dobos och Dimmick 1988:340ff):

Övervakning

Genom mediernas nyhetsförmedling får publiken en allmän känsla av att ha kontakt med och överblick över vad som pågår i omgivningen, dvs en generell omvärldsorientering.

Information

Denna mer pragmatiskt och praktiskt inriktade informationsfunktion rör orientering om konkreta aktuella händelser och tillstånd, praktiska råd för vardagslivet, underlag för beslutsfattande osv.

Kunskapsbildning

Denna funktion är mindre inriktad på det instrumentella informationsinhämtandet beträffande dagshändelser och praktisk nytta, utan rör i stället kunskapsbildning i djupare bemärkelse.

Samtliga dessa funktioner är relevanta för medieförtroendet, men på olika sätt. Mediernas övervakningsfunktion kan knytas direkt till individens ontologiska trygghet. Ett rimligt antagande är att för de individer som har en klen grundtrygghet är denna funktion av större betydelse än för andra.

De övriga två kunskapsvärdena, instrumentell information och kunskapsbildning, har en mer kognitivt orienterad relevans för människors medieförtroende. Bedömningen av mediernas trovärdighet torde spela större roll för människors medieförtroende i dessa två avseenden än när det handlar om det mer affektiva överblicksvärdet.

Mediernas prestationer beträffande den instrumentella informationen är förmodligen det som människor har lättast att utvärdera ur trovärdighetssynpunkt. Samtidigt torde mediernas betydelse för den mer djupgående kunskapsbildningen ha större relevans för medieförtroendet. Dessa grundläggande kunskapsprocesser är av yttersta vikt för människans existens.

Kunskapsprocessen

I den traditionella samhällsvetenskapliga kommunikationsforskningen betraktas kommunikation vanligen enbart ur transmissionssynvinkeln, dvs som överföring av information från en sändare till en mottagare. Cultural studies-ansatsen tar fasta på andra aspekter av kommunikationsprocessen. Man lägger tonvikten på den betydelse som kommunikationen spelar för att skapa och i tiden upprätthålla den kultur som knyter samman människor i samhälleliga värdegemenskaper, och därmed också den betydelse som kommunikation har för människans kunskapsprocesser. Kommunikation blir på så sätt mindre en fråga om en mekanistisk överföring av information och mer en fråga om att möjliggöra delaktighet i de gemensamma värden och normer som konstituerar ett samhälle.³

Länkad till dessa tankegångar finns uppfattningen om att människors upplevda verklighet är en sociokulturell konstruktion. I bakgrunden här finns framför allt det kultursociologiska synsätt som den brittiske kulturteoretikern Raymond Williams gjorde sig till en av de främsta företrädarna för under 1950- och 60-talen, och den kunskaps sociologiska teoribildning som fick genomslag med hjälp av Peter Bergers och Thomas Luckmanns framställning *The Social Construction of Reality* 1966.

Williams betonar att människans verklighet är just en mänsklig verklighet. De sinnesdata, de perceptioner och erfarenheter som en individ har av den yttre världen måste tolkas, måste ges form och betydelse, för att bli meningsfulla. Verkligheten återspeglas med andra ord inte av det mänskliga medvetandet – den återskapas av det. Detta återskapande förutsätter regler eller modeller. Dessa matriser är inte naturgivna, utan finns inskrivna i de olika sociokulturella konventioner, värden och synsätt som omger individen. Matrisererna är således en mänsklig produkt och därmed blir också den verklighetssyn, den verklighet som individen återskapar, till viss grad en kulturell artefakt. (Williams 1961)

I USA var kunskaps sociologerna Berger och Luckmann inne på liknande tankegångar. Med utgångspunkt i framför allt Alfred Schutz' fenomenologiska skola riktade de uppmärksamheten mot den kunskap och verklighet som är giltig för gemene man i motsats till yrkesfilosofernas abstrakta epistemologi. Med verklighet menas i detta sammanhang människors sociala verklighet – alltså främst värden, normer och föreställningar om vilka verklighetskategorier och -aspekter som är mest giltiga. Kunskapen, det man vet, är en common sense-kunskap, "the knowledge I share with others in the normal, self-evident routines of everyday life" (Berger och Luckmann 1984:37). I likhet med Williams betonar Berger och Luckmann den relativa, kulturbundna karaktären av denna common sense-kunskap.

Berger och Luckmann beskriver den kunskapsprocess som ligger bakom en individs (eller en kulturgrupps) verklighetsuppfattning som en dialektisk växelverkan mellan människans egen verklighet och den verklighet som finns utanför henne och som hon uppfattar som objektiv. Mänskliga verksamhetsmönster ten-

derar att bli institutionaliserade och få karaktären av objektivt givna normer. Dessa normativa avgränsningar av vad som är nödvändigt och värt att veta internaliseras sedan i sin objektiverade form av individerna via socialisationsprocessen. På så vis samspelar den subjektiva verkligheten med den objektiva i konstruktionen av människors vetande, människors upplevda verklighet. (Berger och Luckmann 1984)

Gemensamt för Williams och Berger och Luckmann är alltså synen på människans kunskap och subjektiva verklighet som en sociokulturell och därmed mänsklig konstruktion. Gemensamt för dem är också betoningen av den betydelse som kommunikationen har för dessa kunskapsprocesser. Matriserna för verklighetsuppfattningen, de gemensamma värdena, prioriteringarna och betydelseerna samt objektiveringen av mänsklig verksamhet och internaliseringen av dessa institutionaliserade normer – allt detta skapas, vidmakthålles och förmedlas med hjälp av kommunikationsprocesser.

Då en betydande del av dagens kultur och samhällliga kommunikationsprocesser förmedlas av massmedierna, innebär detta att medierna spelar en nyckelroll när det gäller de grundläggande kunskapsprocesserna i samhället. Individen är med andra ord i stor utsträckning hänvisad till medierna för att få underlag för sin verklighetsuppfattning. Det utbyte som individen får härvidlag har rimligen en mycket stor relevans för hennes förtroende för medier.

Mediernas kunskapsvärde blir extra betydelsefullt i ett samhälle där avståndet mellan kunskap och människor har ökat i och med de moderna expertsystemen. De kunskapsressurser som tidigare fanns på en lokal nivå – t ex läkekonst och sätt att bruka jorden eller bygga hus – är nu i hög grad lokaliserade till den vetenskapliga institutionen och de industriella komplexen. Medierna själva har i stor utsträckning blivit ett sådant expertsystem.

Risksamhället är ytterligare en omständighet som understryker mediernas stora betydelse för människors ontologiska trygghet. Risksamhället kräver förtroende, och förtroende kräver en viss kunskap. När det gäller de globala hoten av olika slag är medierna en mycket viktig kunskapskälla – både beträffande faktaunderlag och beträffande riskdefinitioner.

Identitetsbildning

En särskild typ av kunskapsbildning gäller etablerandet av den egna identiteten. För att kunna fungera som ett subjekt behöver individen skapa en självbild. Som process kräver identitetsbildningen stoff utifrån. Genom att sedan få de värden och normer, som individen gjort till sina egna, förstärkta och de egna erfarenheterna legitimerade bekräftar individen sin identitet.

Identiteten är emellertid inte fixerad. Den utsätts för kontinuerliga omprövningar. Att forma sin identitet får betraktas som en ständigt pågående process,

ett projekt (Giddens 1991b). I en tid då traditionen inte längre föreskriver vem man är och vart man är på väg kommer betydelsen av andra källor att öka. Medierna är en viktig sådan källa.

Mediernas betydelse när det gäller detta "reflexiva projekt" har särskilt uppmärksammats inom forskningen kring ungdomars livsstilar och kulturer. I dessa grupper är det tydligt att medierna inte bara erbjuder stoff för reflexion av den egna identiteten, utan också utgör en kanal för att ge uttryck för den (se t ex Fornäs 1990; Reimer 1996).

Ett annat exempel på hur människor kan använda medier i identitetsarbetet visas av studier av kvinnors förhållningssätt till TV-fiktion, framför allt tvåloppror. Genom att leva sig in i de olika rollfigurerna som dessa TV-kosmologier erbjuder kan kvinnor på ett konstruktivt sätt pröva alternativa identiteter (Ang 1990; jfr även Liebes och Katz 1990).

Giddens tillskriver identitetsbildningen en avgörande funktion för individens ontologiska trygget. Att mediernas betydelse i detta sammanhang ökar, och att denna betydelse får en extra vikt av den risk för existentiell kris som den moderna tidens reflexivitet innebär, medför att mediernas identitetsbildande funktion kan spela roll för medieförtroendet.

Socialisering och social interaktion

Socialisering och social interaktion betecknar en rad utbyten som individ kan ha av medierna i det sociala livet. Genom medierna får man inte bara underlag för socialisationsprocessen, t ex genom kunskaper om de regler som gäller för socialt samspel. Medierna kan också användas mer konkret i relationerna med andra människor. James Lull har urskiljt olika sätt för TV att utgöra en social resurs för människor (Lull 1990:28ff). Beträffande social interaktion tillskriver han TV flera olika användningsområden.

TV förser oss med samtalsämnen och gemensamma referensramar i de sociala relationerna, t ex för exemplifiering eller illustration ("Han var lika sexig som Bobby Simone i *På spaning i New York*").

TV-tittandet kan användas som form för sociala relationer (jfr Morley 1986). Att se på TV kan t ex vara en rutiniserad form för familje- eller kamratumgänge. TV-tittande kan också användas för att *undvika* sociala kontakter ("Jag tittar på TV – tala inte med mig").

TV kan både ge underlag till och utgöra form för utövandet av sociala roller: "Vad var det jag sa! (Pappa vet bäst)" respektive "Inget TV-tittande efter klockan åtta, barn! (Se så god mor jag är)" – för att inte tala om den stillsamma kamp som varje kväll utspelas i otaliga vardagsrum beträffande makten över fjärrkontrollen. I Morleys studie över TV-tittandet i familjer framgår hur regleringen av

TV-tittandet utgör en struktur inom vilken de olika familjemedlemmarnas inbördes relationer slås fast (Morley 1986).

Ett särskilt tydligt uttryck för mediernas sociala betydelse är de parasociala relationer som kan uppstå mellan en individ och ett medium. Särskilt TV erbjuder sådana möjligheter (jfr Meyrowitz 1985:118ff).

En parasocial relation är en relation som ensidigt kan etableras av en tittare med en TV-figur av något slag: en hallåa, en nyhetsuppläsare, en rollfigur i en TV-serie, en frågesportledare. Tittaren förhåller sig till TV-personan på samma sätt som till en individ som man känner personligen och har direktkontakt med. Tittaren engagerar sig i personen, upplever det som en gemenskap att se program där personen deltar, kan simulera samtal framför TV-rutan och skriver ibland också brev till sin paravän.⁴

Parasociala relationer kan uppstå även mellan publiken och gestalter i de tryckta medierna – romanfigurer, framträdande tidningsjournalister, personer som ofta förekommer i nyhetsspaltarna – men TV:s förmedlingsform innebär förutsättningar som i betydande utsträckning underlättar en sådan paradoxal ”intimitet med miljoner”⁵.

Ytterligare en social betydelse som medier kan ha för människor ligger i den symboliska funktion som mediet har som föremål (jfr Morley 1992:213ff). Innehavet av vissa apparater eller vissa tidskriftsprenumerationer anger social status, markerar vilka ambitioner man har och vilken kulturell värdegemenskap som man strävar efter att tillhöra. Att äga en TV-apparat kan på vissa håll i världen vara eftersträvänsvärt eftersom ägandet är kopplat till hög prestige och markerar välstånd – även om strömförsörjning saknas, som t ex hos de i dessa sammanhang gärna återopade Muria-fiskarna i Sri Lanka (Morley 1992:214). Att kunna exponera vissa statustidskrifter på soffbordet kan också te sig värdefullt – inte för intet har begreppet ”prestigetidningar” myntats.

På motsvarande vis kan vissa medier fungera kulturellt repellerande och vara laddade med negativa betydelser. Det blir angeläget att *inte* kunna kopplas till innehav av t ex videobandspelare, TV, skvallertidningar och andra medier som från tid till annan stämplats som vulgära eller tarvliga i vissa kretsar.⁶

Detta symbolvärde hos medierna ansluter också till det som ovan anfördes om mediernas betydelse för individens identitetsbildning. Att exponera en viss uppsättning mediepreferenser kan ha till syfte att visa vem man är och vilken värdegemenskap man identifierar sig med.

Medierna kan således erbjuda ett socialt utbyte genom såväl innehåll och användaraktivitet som genom mediet som objekt. Denna sociala dimension hos medierna torde spela en påtaglig roll för människors trygghet. Enligt Giddens har det sociala kontaktnät som individen själv upprättar ersatt släkt och grannskap som en viktig bas för individens ontologiska trygghet. Genom att underlätta denna sociala interaktion kan medierna komma att få en stor betydelse för människor, en betydelse som skapar förtroende.

Delaktighet i samhället

Samhället och nationen som företeelser är för abstrakta och för vidsträckta för att fullt ut kunna erfaras personligen av de människor som lever i dem. Medierna kan överbrygga detta genom att skapa en känsla av samhörighet och förutsättningar för identifikation med nationen. Genom mediernas åskådliggörande av stora nationella tilldragelser kan publiken både relatera sig till "Nationen – vi" och till ett historiskt sammanhang (se Chaney 1986; Cardiff och Scannell 1987).

För svenskt vidkommande har Orvar Löfgren (1990) pekat på betydelsen av medierna i det svenska nationsbygget från 1800-talet och framåt. Folkskolans läsebok, de massproducerade oljetrycken och Carl Larssons bilder är exempel på medier och medieinnehåll som bidrog till att forma uppfattningen om det unikt svenska. I radion bildade uppläsarna skola för vad som gällde som riks-svenska. TV:n skapade förutsättningar för ett stort, nationellt "vi": den svenska tittarfamiljen, dvs alla vi som tittar på *Karusellen*, *Kalle Ankas julafton*, *Melodifestivalen* osv. På så vis bidrog medierna till att utforma svenskheten: de erfarenheter som alla svenskar har gemensamt.

I bevakningen av de nationella evenemangen ges publiken inte bara möjlighet till identifikation med nationen. De ges framför allt möjlighet till delaktighet i de offentliga, nationella processerna. Medierna har närmat den offentliga sfären till den privata och gjort den tillgänglig för publiken. Det offentliga skeendet har flyttat in i vardagsrummet, det offentliga yttrandet har vardagliggjorts. Den offentliga sfären, den stora världen utanför det vardagliga, förlänas vanlighet, familjäritet och begriplighet av framför allt TV:s rapportering. (Frith 1983; Thompson 1990; Scannell 1989)

Ett flertal forskare har påpekat de elektroniska mediernas betydelse i detta sammanhang. Framför allt beror detta på den offentliga karaktär som dessa medier har fått i det moderna massmediesamhället.

Före massmediernas breda samhälleliga genombrott under 1900-talet utgjorde tidningspressen tillsammans med kaffehusen, salongerna och klubbarna kanalen för det offentliga samtalet. Men det var inte en offentlighet som var tillgänglig för hela samhället; det var enbart den framväxande borgarklassen som hade tillträde till detta offentliga rum. (Habermas 1984)

De moderna massmediesystemen skapade en ny typ av offentlig sfär, utan rumsliga begränsningar och öppen för alla. Människor fick förändrade förutsättningar för insyn och också deltagande i den offentliga sfären. (Thompson 1990)

Särskilt betydelsefull i denna nya offentlighet var etermedierna:

The world, in broadcasting, appears as ordinary, mundane, accessible, knowable, familiar, recognizable, intelligible, shareable and communicable for whole populations. It is talkable about by everyone. This world does not exist else-

where. It is not a reflection, a mirror, of a reality outside and beyond. It is one fundamental, seen but unnoticed, constitutive component of contemporary reality for all. (Scannell 1989:152)

Medierna synliggör dessutom de långa historiska förlopp som konstituterar en betydelsefull del av den nationella och kulturella basen för ett samhälle. Dessa förlopp kommer bl a till uttryck i sådana cykliska tilldragelser som kyrkliga högtider, läsårsavslutningar, de olympiska spelen, riksdagens högtidliga öppnande, etc. Den regelbundet återkommande exponeringen av dessa händelser bidrar till att skapa en långsiktig kontinuitet i människors historieuppfattning (Scannell 1988).

Klaus Bruhn Jensen har gjort en utförlig receptionsanalys av hur amerikanska TV-tittare uppfattar TV-nyheterna (1986, 1990). Jensens slutsats är att TV-nyheternas viktigaste betydelse bestod i att få publiken att känna delaktighet med samhället. Denna funktion vägde tyngre än informationsfunktionen och den sociala relevansen. I politiskt avseende, en sfär där mediernas nyhetsförmedling har givits en tungt vägande betydelse, verkade nyheterna främst fungera som ett sätt för tittarna att få sin politiska kompetens bekräftad. I mycket liten utsträckning var man inriktad på att konvertera de kunskaper som nyheterna kunde ge till konkret politiskt agerande, t ex deltagande i politisk opinionsbildning.

Det primära i förtroendesammanhang gäller inte främst den betydelse som medierna otvivelaktigt har för etablerandet och upprätthållandet av nationell enhet och nationalkultur. Det som spelar störst roll här är publikens möjlighet att via medierna känna delaktighet i samhällseliga processer och det man brukar kalla "de stora sammanhangen".

Detta blir extra betydelsefullt för människors trygghet i det moderna samhället, där avstånden mellan individerna och samhället har expanderat. De stora sammanhangen var mindre i det förmoderna samhället. Idag är de stora sammanhangen så stora att den enskilda individen riskerar att bli marginaliserad. Medierna kan överbygga detta avstånd, och bidra till att koppla upp individen till omvärlden – inte bara kunskapsmässigt utan också beträffande känslan av delaktighet med omgivningen (jfr McLuhan 1994; Real 1989).

Eskapism och pleasure

Mediernas kapacitet att erbjuda människor avkoppling, stimulans, spänning och njutning har ofta aktualiserats ur ett kritiskt perspektiv. Publikens användning av framför allt fiktion innehåll har betraktats som verklighetsflykt i en negativ bemärkelse. Människor ges tillfälle att undvika de verkliga problemen genom att drömma sig bort i en falsk fantasivärld. På så vis blir publiken passiviserad och pacificerad.⁷

Men att medierna kan erbjuda människor en tillfällig flykt från de egna problemen, rastlösheten och ledan behöver inte ses som problematiskt – tvärtom.

Jib Fowles (1992) har betonat de funktionella aspekterna av TV-tittande för människors psykologiska välbefinnande. Fowles återupplivar en av de äldsta föreställningarna om de symboliska framställningarnas funktion för människan: den aristoteliska katharsisteorin. Fowles jämför TV-tittandet med drömkaktivitet och menar att TV-tittande har samma renande och terapeutiska funktioner för individen som drömmandet: både TV-tittandet och drömlivet leder till att psykiska spänningar minskar och att individen kan avreagera sig de anspänningar och det tryck som ansamlas i psykets undermedvetna. Att titta på TV är att rensa själen.

Ett mindre funktionellt perspektiv är att se medier som ett gränssnitt mellan illusion och verklighet. I denna övergångszon kan fantasin få fritt spelrum, tittarna kan roa sig med att leva sig in i olika situationer, rekonstruera alternativa identiteter och utforska tänkbara scenarion. TV-tittandet fungerar också som ett frirum där tittaren slipper kraven både utifrån yttervärlden och inifrån det egna jaget, ett utrymme för "lustfylld glömska" (Höijer 1991).

En del medieforskare har tagit denna bruksmöjlighet hos TV-mediet som utgångspunkt och fört fram en psykoanalytiskt grundad föreställning om att televisionen har liknande betydelse för individen som det s k övergångsobjektet.

Övergångsobjektet spelar enligt psykologiska teorier en viktig roll i det lilla barnets separation från modern och gradvisa insikt om att vara en egen individ (Winnicott 1951). Detta övergångsobjekt (ofta en nalle, ett gosedjur eller en tygtrasa) utgör en brygga både mellan barnet och modern och mellan barnets subjektiva inre verklighet och yttervärlden. Övergångsobjektet är betydelsefullt i barnets utveckling mot att bli en egen individ, samtidigt som det fungerar som ett gränsområde mellan fantasi och verklighet där barnet kan testa olika fantasi-föreställningar.

När nallen spelat ut sin roll och barnet fullföljt individuationsprocessen, kvarstår emellertid övergångsområdets princip som ett utrymme för den vuxna individens kreativa verksamhet och realitetsprövning, ett utrymme som också kan användas för lek och vila. TV-tittandet kan utgöra en sådan sfär där individen fortlöpande prövar föreställningar som är relaterade till distinktionen mellan subjektiv inre verklighet och den objektiva yttervärlden och definitionen av jaget och inte-jaget. På så vis kan individen skapa en realistisk bild av skillnaden mellan yttre och inre verklighet och sig själv som social individ (Silverstone 1994:13ff).

Därigenom kan TV-tittandet vara relaterat till de djupa psykologiska skikt där individens grundläggande ontologiska trygghet utbildas. Peter Dahlgren är inne på liknande tankegångar när han tillskriver TV en medlande och förlikande/försonande roll mellan olika psykiska och sociala domäner: det tillåtna och

det förbjudna, det vardagliga och det bortomvardagliga, det kända och det okända, det rationella och det utomrationella (Dahlgren 1990:74ff).

Pleasure

Denna konstruktiva eskapism är kopplad till ett begrepp som har fått en framträdande ställning inom cultural studies när det gäller det bruk människor gör av medierna: pleasure. Den njutning, det välbehag och nöje som kan finnas inlagt i människors medieanvändning är en väsentlig aspekt av mediernas betydelse.⁸ Det är inte bara kopplat till mediernas innehåll; så kan t ex också själva tittaraktiviteten när det gäller TV eller bio vara mättad med välbehag (Stam 1983:23f; jfr även Mulvey 1975).

Ett exempel på vilken betydelse pleasure kan ha är Kim Schröders studie av publikens förhållande till TV-melodramen *Dynasty* (1988). För många av de intervjuade låg det ett nöje i att betrakta intrigen som ett narrativt pussel, som tittaren själv kunde lösa. Kunskaper om TV-genren som sådan och tidigare erfarenheter av serien, dess handling och personage, gjorde tittarna i stånd att förutsäga det fortsatta handlingsförloppet och knyta ihop de trådar som kunde spinnas ur intrig och dialog. Man behärskade spelet.

Andra tittare markerade kritisk distans till rollfigurerna och fann i stället välbehag i att få sin egen kulturella överlägsenhet bekräftad. Generellt erbjöd TV-seriens återgivning av olika livssituationer en nöjsam utmaning:

(...) regular *Dynasty* viewers need and like the programme because somehow its signifying structures stimulate the pleasurable attempt to make sense of the human condition in post-industrial capitalist society. (Schröder 1988:68)

Också nyhetsinnehållet kan erbjuda liknande utbyten. En viktig aspekt av mediernas nyhetsbevakning är dess karaktär av drama. Publiken tar inte bara del av nyheterna för att skaffa sig sakinformation eller en översikt av det aktuella tillståndet i omvärlden. Att ta del av nyheterna innebär att kunna gå in och ut i de olika roller som nyhetsjournalistiken erbjuder publiken, beroende på vilket stoff som avhandlas och hur det framställs: rollen som konsument, som nationell patriot, som partipolitisk sympatisör, som medlem av en viss social klass osv (Carey 1989:20f). TV-nyheterna kan ses som ett drama som publiken kan engagera sig i på ett sätt som gör själva deltagandet till ett självändamål (Dahlgren 1985).

Möjligheterna att kunna utvinna dessa emotionella kvaliteter ur tillvaron är av mycket stor betydelse för människor. Medierna omfattar alla de traditionella former som mänskliga kulturer har utvecklat för detta ändamål: konst, drama, dans, musik, lekar osv. Medierna tillgängliggör alla dessa former på ett bekvämt och allestädes närvarande sätt. Även om detta utbyte av medier inte är direkt länkat till människors ontologiska trygghet, så kan det ändå utgöra en viktig del av de förväntningar på medier som konstituterar människors medieförtroende.

Strukturering av tillvaron

En aspekt av medieanvändning gäller struktureringen av tid och rum.

Den tidsmässiga struktureringen gäller framför allt etermedierna, eftersom deras utbud är låst i tiden. Möjligheterna för människor att själva välja när de skall ta del av ett visst programinnehåll styrs i praktiken av programtablåerna. Den cykliska karaktären hos etermediernas utbud är en annan faktor. TV-utbudets sammansättning utgör en ram för publiken att ingjuta sitt vardagsliv i. De återkommande programpunkterna blir hållpunkter för hur vardagslivet och familjeumgänget organiseras och hur de dagliga rutinerna skall läggas upp (Morley 1986; Hobson 1980; Modleski 1982).

Den tidsmässiga dimensionen är främst knuten till själva användaraktiviteten. Den rumsliga dimensionen kan sägas vara kopplad till både användning och innehåll. Ett exempel på det förra är det bruk människor gör av medierna för att avgränsa sig gentemot omgivningen – att upprätta ett eget ”rum”. Användningen av t ex TV-melodramer och populärlitteratur kan för kvinnor bli ett sätt att upprätta ett sådant rum i familjesammanhanget, att dra en gräns gentemot de praktiska och sociala krav som familjen och omgivningen i övrigt ställer på henne⁹ (Hobson 1982; Ang 1985; Radway 1987).

Detta specifikt kvinnliga rum kan också konstituera en kvinnlig motvärld genom ett aktivt bortval av de ”manliga” innehållsgenrerna, dvs sådant innehåll som män tenderar att preferera¹⁰ (Hobson 1980). På så vis kan även medieinnehållet bidra till att strukturera tillvaron rumsligt.

De elektroniska mediernas speciella möjlighet att spränga publikens begränsning i rummet har framför allt luckrat upp den betydelse som det fysiska rummet har haft som social determinant, hävdar Meyrowitz som också menar att detta fått långtgående sociala konsekvenser för det amerikanska samhället:

I have argued that electronic media, especially television, have had a tremendous impact on Americans' sense of place. Electronic media have combined previously distinct social settings, moved the dividing line between private and public behavior toward the private, and weakened the relationship between social situations and physical places. The logic underlying situational patterns of behavior in a print-oriented society, therefore, has been radically subverted. Many Americans may no longer seem to "know their place" because the traditionally interlocking components of "place" have been split apart by electronic media. Wherever one is now – at home, at work, or in a car – one may be in touch and tuned-in. (Meyrowitz 1985:308)

Genom medierna, och särskilt etermedierna, kan människor idag få tillgång till sociala världar som de tidigare varit helt utestängda från. Detta ger dem helt andra förutsättningar att utveckla sina sociala roller (Meyrowitz 1994).

Möjligheten för individen att kunna situationera sig i tid och rum är av stor betydelse för hennes ontologiska trygghet, menar Giddens. Detta är särskilt gil-

tigt i det moderna samhället, där tids- och rumsdimensionerna blivit mer abstrakta än tidigare. (Giddens 1991a)

För det förmoderna samhällets människor var tid och rum i stor utsträckning samma sak som här och nu. De omständigheter som man uppfattade vara av betydelse för tillvaron var de som låg inom de egna erfarenhetshorisonterna. Tidsuppfattningen var knuten till det man kunde se: himlakropparnas positioner, årstiderna, sanden som rann i timglasets. Idag har människans rumsuppfattning expanderat våldsamt, långt bortom det hon själv kan ha egna erfarenheter av, och tiden mäts med standardiserade, abstrakta enheter.

Medier har, som Meyrowitz påpekar, bidragit till denna utveckling, men de kan också användas för att återerövra tryggheten i att kunna överblicka och kontrollera tid och rum.

En annan strukturerande egenskap hos medier gäller kontrollen av tillvaron i stort.

Individens tidiga erfarenheter av ontologisk trygghet utgör ett grundskydd mot de hot som tillvaron rymmer, ett grundskydd som också har betydelse för individens benägenhet att som vuxen visa tillit mot omgivningen. Men detta skyddshölje har inga garantier på livstid. Det måste bekräftas och förnyas.

En viktig mekanism som vidmakthåller individens grundtrygghet är rutiner – vanor och rutiner är ett effektivt sätt att hålla det ontologiska kaoset från fars-tun (Giddens 1991a:98). Medier kan i detta sammanhang tillskrivas en särskild betydelse, både när det gäller användningen och när det gäller innehållet.

Medieanvändning präglas i mycket stor utsträckning av regelmässighet och vana (Weibull 1983). Särskilt gäller detta de medier som vi dagligen använder oss av. För många av oss omfattar de vardagliga rutinerna morgontidningsläsning till frukost, radiolyssnande i bilen till jobbet eller i lunchrummet och TV-tittande på vissa tider under kvällen. Många av oss har erfarenhet av människor i vår omgivning som kan uppvisa ett närmast neurotiskt förhållande till viss medieanvändning – den tvångsmässige *Dagens Eko*-lyssnaren, den devota *Rederiet*-tittaren eller den notoriske kvällstidningsbläddraren.

Medierna präglas även innehållsligt av regelbundenhet och förutsägbarhet. För många som ögnar igenom tidningen på morgonen eller lyssnar på radionyhetererna är den första prioriteringen att förvissa sig om att inget mer omstörtande har hänt – att allt fortfarande är (i stort sett) som vanligt. Först därefter blir det aktuellt att sätta sig in i det som trots allt har inträffat.

Silverstone har framhållit TV:s speciella betydelse i detta sammanhang. I den moderna människans pressade och osäkra tillvaro kan TV utgöra en strukturerande faktor som kan förläna stadga åt vardagslivet (Silverstone 1994:15f).

Detta beror inte bara på TV-utbudets cykliska karaktär. Det beror också – kanske framför allt – på TV:s funktion som mytbärare.

Medierna som mytbärare

I vardagligt tal står begreppet myt ofta för en framställning som är falsk, som döljer sanningen. I andra sammanhang står begreppet myt för raka motsatsen: ett åskådliggörande av det som verkligen är äkta i ett samhälle, en kulturs sanna natur. Det är i denna senare bemärkelse som begreppet myt används här.

I myterna artikuleras i koncentrerad form en kulturs grundläggande värden och normer, dess mest angelägna prioriteringar och legitima handlingsmodeller. Myter och folklöre utgör ett uttryck för samhällets mest essentiella kategorier – moraliska, estetiska och kognitiva – och vidmakthåller därmed basen för common sense-verkligheten. Myten kan ses som ”a culture thinking about itself” (Silverstone 1988:23ff)¹¹.

Ursprunget till mytbildning och folklöre finner vi i det förlitterära samhället. Mytens form präglas av den muntliga traditionens narrativa särmerken: stilisering och renodling, formalisering och typifiering av skeenden och aktörer, återkommande teman, välbekanta och lätt identifierbara element (Silverstone 1988:29).

Myterna, och behovet av myter, försvann inte i och med den litterära traditionen och medierna. Myterna finns kvar. Vi känner igen dem både till form och innehåll i dagens massmedier – kanske främst i TV. Ett tydligt exempel är de tvåloperorna och andra TV-serier. Populärkulturen över huvud taget rymmer mycket av mytens form och funktion.¹²

Också i mediernas bevakning av stora kollektiva och officiösa evenemang finns den mytiska funktionen närvarande. Återgivandet av företeelser som kungliga bröllop, stora sportevenemang, Nobelfesten, midsommarfirandet etc bekräftar och befäster den sociokulturellt stora symboliska betydelse som dessa tilldragelser har.

Särskilt etermedierna har visat sig väl skickade att öppna dörren för publiken till den offentliga världens evenemang. I många länder blev både radio och TV redan från starten en betydelsefull agent för den nationella kulturen (Scannell 1988).

I mediernas nyhetsförmedling hittar vi ett av de av de tydligaste uttrycken för mediernas mytbärande funktion. Nyheterna erbjuder publiken enkla svar på svåra frågor, förmedlar godtagbara lösningar på ogripbara problem. Nyheterna försäkrar sin publik om att tillvarons skeenden och förlopp kan ges ett välkänt ansikte, att det obegripliga kan göras förklarligt. (Bird och Dardenne 1988)

Detta faller i stor utsträckning tillbaka på nyhetsrapporteringens specifika genredrag: den regelbundenhet och förutsägbarhet som präglar nyhetsgenren, både till form och innehåll. TV-nyheternas starkt formaliserade struktur kan fungera som ett sätt att betvinga den kaotiska omvärlden, att gjuta det avvikande och skrämmande i en välbekant form, att tygla de risker och hot som alltid finns närvarande. Denna symboliska kontroll av tillvaron bidrar till att bygga

upp publikens ontologiska trygghet. (Silverstone 1994; jfr även Giddens 1991a: 92ff)

For example the weather, the most consistently watched television programme (...) provides constant reassurance (even in times of bad weather) both of the ability to control the elements (albeit only through talk and graphics and, particularly on US weather shows, by reporters who rival air hostesses both in their claims for the ownership of the object, "I have today a few clouds for you", and their ability to project confidence), and to encourage or reassure the viewer that tomorrow will be (basically) all right. (Silverstone 1994:16)

Normativa förväntningar på systemnivå

När det gäller de värden som medier har för människor som samhällsinstitutioner är kunskaperna klena. Det är främst människors personliga utbyten av enskilda medier som varit föremål för intresse. Beträffande medier på systemnivå handlar det mest om teoribildning av utpräglat normativ karaktär och där perspektivet är samhällets, inte individernas.

Det ligger emellertid nära till hands att anta, att de förväntningar som människor har på medierna som institutioner i samhället ansluter till den samhällsligt sanktionerade synen. Genom socialisationen övertar individen i stor utsträckning de samhällsligt definierade värdena.

Här följer en överblick av dessa normativa teorier om mediernas samhällliga värden och uppgifter. En sådan överblick kan sedan tas till utgångspunkt för en diskussion av vilka utbyten som kan ligga i människors förtroende för medierna på systemnivå.

Massmediernas karaktär och framskjutna ställning, både i samhället i stort och i människors vardagsliv, gör medierna till en samhällslig angelägenhet. Som sådan har de varit föremål för en hel del normativa föreställningar om vilka uppgifter de bör fylla och vilka krav samhället kan ställa på dem.

De normativa teorier som finns i detta avseende rör dessa krav och förväntningar på hur medierna borde fungera som delsystem i samhället, vilka samhällsliga intressen de borde tjäna, och vilka sociala, ideologiska eller kulturella prioriteringar som borde styra verksamheten¹³.

De medieideologier som formulerats¹⁴ har i mycket stor utsträckning haft tonvikten på den politiska funktionen – det är mediernas roll i förhållande till ideologiska målsättningar och det politiska maktutövandet som varit det centrala. Bakgrunden till detta ligger i den starka betoning på och framhävande av pressens politiska funktion som utvecklades i samband med den liberala utma-

ningen av den sittande makten under 1700- och 1800-talen, något som kom att prägla den fortsatta synen på massmedierna (McQuail 1994a:237).¹⁵

Den övergripande medieideologi som kan sägas prägla både det svenska och det västeuropeiska mediasystemet i stort brukar betecknas den sociala ansvarsideologin. Denna doktrin, som kommer tydligast till uttryck i det utlåtande som en amerikansk presskommission avgav beträffande pressfriheten (Hutchins 1947), gifter ihop den klassiska liberala pressfriheten med ett socialt ansvar. Det handlar inte bara om mediernas frihet från restriktioner utan också förpliktelsen för medierna att fylla vissa samhälleligt sanktionerade krav.

Dessa normativa krav är i huvudsak knutna till massmediernas nyhetsbevakning. Nyhetsbevakningen skall, enligt dessa riktlinjer, bl a vara korrekt, tillåta utbyte av kommentarer och kritik, återspegla samhällets sociala sammansättning på ett representativt sätt och utgöra ett uttryck för den allmänna opinionen.

Idag återfinner vi detta politiserade synsätt i flera av de normativa teorier som finns beträffande massmedierna i Sverige. Inom statsvetenskaplig demokratiteori, där fri opinionsbildning ses som ett grundläggande demokrativärde, framhåller man betydelsen av massmedierna i samband med den demokratiska beslutsprocessen (se t ex Birgersson och Westerståhl 1989). I läroböcker om den svenska mediestrukturen framhåller man massmediernas funktion som länk mellan aktörerna på den politiska arenan: politiska beslutsfattare, politiska opinionsbildare, intresseorganisationer och medborgare (Hadenius och Weibull 1989). I statliga utredningar har man stadfäst vad som officiellt uppfattas som massmediernas huvudsakliga funktioner: att informera, att kommentera, att granska makthavare och att främja kommunikationen mellan olika grupper i det svenska samhället (SOU 1975:78).

Kent Asp har diskuterat mediernas uppgifter i samhället med utgångspunkt i två grundläggande demokrativärden (Asp 1995a; se även Asp 1992, 1993). Utifrån normativa demokratiska premisser kan enligt Asp mediernas övergripande samhälleliga uppgift sägas vara att verka för folkviljans förverkligande genom att bidra till den fria åsiktsbildningen. Detta gör medierna genom att dels granska och övervaka överheten, dels förse medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i frågor som rör samhällets angelägenheter (1992:17ff).

Det förstnämnda uppdraget kräver att medieinnehållet är sanningsenligt och att medierna står oberoende från andra intressen. Det andra förutsätter att mediernas rapportering ger publiken tillräckligt underlag för ställningstaganden i sakfrågor, att den opartiskt återger skilda opinioner, och att den ger en verklighetsbild som står i överensstämmelse med den verklighet som skildras (1995a:18ff).

Asp utgår explicit från demokratibegreppet när han formulerar de normativa krav man kan ställa på medierna. Denis McQuail (1992, 1994a) har i sin diskussion i stället tagit utgångspunkten i allmänintresset (public interest). Det innebär

att han vidgar perspektivet på medierna utöver de politiska funktionerna och samhällsbevakningen. Utifrån det som han uppfattar som de mest grundläggande värdena i det västerländska samhällssystemet (frihet, jämlikhet och social integration samt sammanhållning) utvecklar han den sociala ansvarsideologin till en normativ teori med bredare tillämpning.¹⁶

McQuail förankrar modellen både i de krav som faktiskt ställs på medierna från olika håll, och i teoretiska diskussioner av vilka funktioner som är rimliga och nödvändiga att tillskriva medierna, givet de samhälleliga förutsättningar som råder. McQuails normativa modell för mediernas villkor och verksamhet innebär följande grundkrav:

- *Frihet och oberoende:* Medierna skall ha en oberoende ställning i förhållande till staten, medieägarna och intressenter som t ex annonsörer. Medierna skall åtnjuta full rätt till informationsanskaffning.
- *Mångfald:* Utbudet av mediekanaler och innehållskategorier skall vara brett och medge valfrihet. Urvalet av de samhällsgrupper och intressen som får göra sig gällande i innehållet skall också vara brett; detta gäller både sättet att återge samhället och tillgången till medierna som forum och kanal.
- *Informationskvalitet:* Medierna skall ge en representativ och heltäckande avrapporteringen av omvärlden; bevakningen skall präglas av opartiskhet och saklighet.
- *Social integration:* Medierna skall främja social integration och utgöra kanaler för interkulturell kommunikation; de skall motverka social upplösning; de skall också visa respekt för den allmänna uppfattningen om vad som är stötdande för publiken att behöva konfronteras med.
- *Kulturell kontinuitet:* Medierna skall återspegla den rådande kulturen, dess uttryck, normer och värderingar, och vidareförmedla den. Medierna skall också gynna den kulturella kreativiteten i samhället.

Både demokrativärdena och allmänintresset legitimeras av att vara i medborgarnas/publikens/allmänhetens intresse, men det är ett långt steg mellan publikens personliga, individuella värdestruktur å ena sidan och demokrativärdena och allmänintresset å den andra. De senare bygger inte på individernas subjektiva lustar och behov, utan på institutionaliserade systemvärden. "Allmänintresset" innebär dessutom som regel att en viss samhällsgrupps intressen och värden fått företräde framför andra grupper; att besitta ett sådant problemformuleringsprivilegium är en fråga om sociopolitiska maktpositioner (Salmon 1989; Dervin 1989).

Inbyggd i problematiken om allmänintresset är också konflikten mellan individens fria vilja och behovet av social kontroll¹⁷ (Salmon 1989). Detta kan inne-

bära en direkt motsättning mellan å ena sidan individens subjektiva värden och å andra sidan samhällsvärdena.

Allmänintresset, demokrativärden och samhälleligt normativa krav är således en sak, publikens personliga, subjektiva värdestruktur en annan. Frågan blir då vilka av de normativa grundkrav som formulerats som ligger närmast till hands för människor att göra till sina egna.

De demokratibaserade kraven på frihet, granskning, opinionsbildning och informationskvalitet ligger nära de parametrar som oftast kommer på tal i den allmänna debatten om mediernas roll i samhället och demokratin. Så t ex har en stor del av argumenten både för och emot presstödet präglats av dessa krav. Det demokratiska statsskicket förutsätter dessutom medborgare som är så pass orienterade i olika samhällsfrågor att de är kapabla till väl underbyggda valbeslut.

De krav som McQuail lyfter fram beträffande social integration och kulturell kontinuitet ligger å sin sida mycket nära människors förhållande till medierna på konkret nivå. Tillsammans med kravet på informationskvalitet svarar kraven på att främja socialisering och spegla generella värden och normer mot en stor del av de personliga utbyten som människor har av medier.

Men frågan är i vilken utsträckning de personliga utbytena av medier styr prioriteringen av normativa förväntningar beträffande mediernas samhälleliga prestationer. De demokratirelaterade aspekterna av mediernas verksamhet har sedan länge framhållits explicit i den svenska mediepolitiken och -kulturen. De värden som rör allmänintresset i övriga bemerkelser har inte haft samma uttalade ställning i debatten och mediepolitiken.

De krav som formuleras på medierna på systemnivå är oftast positivt formulerade – de gäller mediernas samhälleliga rättigheter och skyldigheter. Det är mindre vanligt, åtminstone i dessa sammanhang, att lyfta fram den negativa sidan av mediernas makt och position i samhället.

Omständigheten att mediernas verksamhet kan innebära negativa konsekvenser för både publik och samhälle har haft en mer framskjuten position i andra sammanhang, framför allt inom forskningen och den allmänna opinionen om mediernas effekter på publiken. Studier om mediernas dysfunktioner, dvs de skadliga och avvikande attityder och beteenden som medierna skulle kunna ge upphov till, har varit tongivande inom effektforskningen ända sedan 1930-talet¹⁸.

Medierna tillskrivs inte bara negativ makt genom sina dysfunktioner. Den centrala roll som medierna har som informationsmedlare i dagens samhälle, och den betydelse som detta i förlängningen har på samhällets opinionsbildning och beslutsfattare, innebär risker för maktmissbruk – avsiktligt eller oavsiktligt.

Människors förtroende för medierna torde i hög grad vara relaterat till hur man uppfattar medierna i detta avseende. Det gäller inte bara förtroendet för medierna som samhällssystem. Även förtroendet för medierna på konkret nivå

kan antas vara relaterat till detta. Förvisningen om att inte behöva bli utsatt för ett övergrepp om man tar del av medier, t ex konfronterats med desinformation eller möta stötande framställningar av sexualitet och våld, torde vara betydelsefullt för förtroendet för de enskilda medierna.

Diskussionen av de personliga utbyten som människor kan ha av medier visar att samtliga utbyten kan vara relevanta för förtroendet för medier om man ser medieförtroendet mot bakgrund av Giddens resonemang om människors ontologiska trygghet. De särskilda förutsättningar som det senmoderna samhället innebär ger medierna, och de utbytet av dem, en alldeles särskild betydelse för denna trygghet.

I nästa kapitel diskuterar jag bakgrunden till detta utbyte: den bild människor har av mediernas egenskaper och möjligheter.

Noter

1. Se Katz, Blumler och Gurevitch 1974 och Rosengren, Wenner och Palmgreen 1985 för re-
dovisning av uses and gratifications-traditionen.
2. Se dock diskussionen i Dobos och Dimmick 1988 beträffande i vilken utsträckning detta
förhållande kan betraktas som en statistisk artefakt.
3. Denna dikotomi mellan kommunikation som transmission och kommunikation som rituell
kulturbas formulerades ursprungligen av John Dewey under 1900-talets inledande decennier
– se Carey 1989 för en ingående diskussion av detta dikotoma synsätt på kommunikation.
(Tanken att kommunikation i första hand utgör en struktur som binder samman samhället
hade förekommit redan tidigare. Synsättet återfinnes t ex hos de tyska samhällsteoretikerna
Albert Schäffle (1881) och Karl Knies (1857).) Det är viktigt att framhålla, att det inte hand-
lar om två ömsesidigt uteslutande begrepp; kommunikationsprocessen kan ses både som
transmission och i sin rituella betydelse. Det är en fråga om vilken aspekt man tar fasta på.
4. Begreppet parasociala relationer etablerades ursprungligen av Horton och Wohl (1956). För
en översikt och utvärdering av forskningen kring parasociala relationer, se Isonal 1995.
5. Horton och Wohl 1956.
6. Den franske sociologen Pierre Bourdieu har utvecklat en teori där denna symboliska ladd-
ning av olika föremål och aktiviteter placeras in inom en sociokulturell ram. Preferanser för
det ena eller det andra förklaras i stor utsträckning av tillgången till ekonomiskt och kultu-
rellt kapital (Bourdieu 1984).
7. Detta synsätt har gamla traditioner inom medieforskningen, framför allt inom kritisk teori.
Frankfurterskolan, som formerades på 1930-talet, representerar en av de mest uttalade kriti-
kerna av vad man betraktade som mediernas passiviserande funktion, framför allt i ideolo-
giskt avseende.
8. Tanken är inte sprillans ny. Att det finns en lekfaktor närvarande i medieanvändningen har
tidigare hävdats av bl a William Stephenson (1967).

9. Jämför vad som ovan anförts om medieanvändning som ett medel att tillfälligt avskärma sig från sociala relationer.
10. I Sverige har flera forskare visat på skillnader mellan mäns och kvinnors programpreferenser när det gäller TV. Kvinnor tenderar att oftare välja innehåll med anknytning till vardagsliv och näraliggande problem, t ex relationer. TV-serier kommer högt på deras lista över uppskattade program. Män tenderar att oftare välja och uppskatta action, handfast komik, äventyr och sport. (Abrahamsson 1993:96ff)
11. För en litteraturoversikt när det gäller mytbegreppet, se Silverstone 1981.
12. Se Carey 1988 för en rad analyser av medier och medieinnehåll med avseende på myter och mytiska berättarformer.
13. Systematik och teoribildning kring utvecklingen av samhällsliga medieideologier återfinns i Siebert et al 1956. En översikt av vilka medieideologier som är aktuella i dag finns i McQuail 1987:107ff. Problemområdet diskuteras mer utförligt i McQuail 1992 och 1994a.
14. Som regel har dessa normativa föreställningar formulerats just som sammanhängande, explicita ideologier. Det i ideologin som inte kommit till uttryck i oskriven konsensusform har kodifierats genom regelverk, lagstiftning, policybeslut, statliga utredningar osv.
15. Alternativa synsätt har förekommit, men fått finna sig i att bli överspelade. Tyska samhällsteoretiker, bl a Albert Schäffle, Karl Knies och Ferdinand Tönnies, formulerade under senare delen av 1800-talet normativa teorier om mediernas samhällsliga funktioner. Grundläggande för dessa var synen på mediernas betydelse för att hålla ihop samhället som helhet. Man betonade kommunikations roll för det sociala och mänskliga medvetandet och mediernas betydelse som kanaler för både opinionsbildning och kulturförmedling. (Hardt 1979)
16. Jfr även det arbete som pågår beträffande utvärderingen av kvaliteten hos innehållet i etermedierna, se t ex Rosengren et al 1990.
17. I vilken utsträckning detta ter sig som ett problem är ideologiskt betingat: För en liberal ideologi där individens frihet utgör ett grundvärde är detta mer problematiskt än för en marxistisk ideologi med kollektivets intresse som överordnad princip.
18. Se t ex Blumer och Hauser 1933.

Kapitel 8

Bilden av medierna

I detta kapitel redovisar jag olika sätt för människor att skaffa sig en bild av medierna och diskuterar vilken betydelse detta kan ha för medieförtroendet. Dessutom belyser kapitlet de faktiska egenskaper som medier har – oberoende av människors perception av dem – och som kan vara av vikt för medieförtroendet.

Som framgick av analysmodellen i kapitel 6 urskiljer jag tre typer av kunskap som människor kan ha som underlag för sin bild av medier:

- erfarenhetskunskap
- symbolkunskap
- härledd kunskap.

Erfarenhetskunskap

Det kunskapsunderlag som människor förvärvar genom egna erfarenheter när det gäller medier bestäms av två huvudsakliga faktorer:

- medievanorna
- tolkningen av innehållet.

Medievanorna avgör kontaktytan med medierna, exponeringen för dem och därmed också möjligheten att över huvud taget skaffa sig en uppfattning om medierna. Medievanorna sätter med andra ord ramarna för kunskapsbildningen om medier, och olika ramar ger olika förutsättningar för kunskap om medierna och dess innehåll.

Men exponeringen för medier är inte den enda faktorn som bestämmer bilden av dem. Samma exponering kan ändå resultera i olikartade erfarenheter av mediet beroende på att *tolkningen* av innehållet kan skilja sig. Olika sätt att uppfatta medieinnehållet leder till skilda kunskapsunderlag för bilden av innehållet och därmed också bilden av mediet.

Medievanor

Användning av medier upptar normalt en försvarlig del av vår vakna tid. I genomsnitt ägnar vi mer än fem och en halv timme åt massmedier¹ en vanlig dag (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994*).

Det vanliga är att merparten av den tid vi lägger på medier tar sig regelbundna former. Vi har vissa medievanor som vi utövar dagligen, några gånger i veckan eller någon gång i månaden. Dessa vanor tenderar att vara relativt stabila när de väl etablerats.

Människors användningsmönster när det gäller massmedier är ofta starkt integrerade med mönstren för tillvaron i stort. Av detta följer naturligt, att bakgrunden till människors medieanvändningsmönster blir sammansatt. Många olika faktorer finns med i bilden, och dessa får gott om tid och utrymme för att samspela i formerandet av publikens medievanor.

Medieanvändningen är med andra ord i hög grad förankrad i publikens *sociala kontext*. Det är människors sociala situation, och de sociala processer som människor ingår i, som i hög grad betingar utbytet av medier. Den sociala situationen bestämmer dessutom förutsättningarna för att vanor över huvudtaget ska kunna etableras.

En annan omständighet av betydelse för medievanorna är en faktor som också är knuten till den sociala kontexten och som kan betecknas som *mediekompetens*. Graden av införståddhet med skilda medietyper och mediegenrer varierar mellan olika grupper. Vissa publikgrupper har till exempel större kunskaper om och erfarenhet av de berättartekniker som tillämpas inom en viss genre och kan av den anledningen lättare göra ett meningsfullt bruk av detta medieinnehåll. Andra aspekter av mediebruk som kräver sin speciella kompetens kan gälla språkbruk, krav på förkunskaper och det tekniska handlaget.

Dessa kompetenser är som regel fördelade efter socioekonomiska och socio-kulturella kriterier och bidrar till att bestämma hur tillgängligt ett medium eller en innehållstyp blir för olika grupper i publiken.

Ytterligare en faktor som är av vikt för människors medieanvändning är det *faktiska utbud* av medier och medieinnehåll som finns att tillgå. Den svenska etermediemarknadens utveckling under 1980- och 1990-talen är ett exempel som belyser detta. Utbyggnaden av satellit-TV och lokala kommersiella radio-stationer har inneburit att utbudet av kanaler vuxit. Under samma period ökade också den andel av allmänheten som regelmässigt tar del av TV och radio, en ökning som till stor del torde falla tillbaka på den utbyggda etermediemarknaden och som inte har någon motsvarighet beträffande användning av dagspress (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994*).

Detta får emellertid inte förstås som att det föreligger ett mekaniskt samband mellan utbud och användning. Vi använder inte medier bara därför att de finns, vi väljer att ta del av dem huvudsakligen utifrån andra bevekelsegrunder. Utbudet avgör emellertid möjligheten att realisera våra intentioner.

Sammantaget resulterar dessa faktorer i en regelmässig exponering för massmedier som idag är ganska omfattande i Sverige. 70-85 procent av den svenska allmänheten tar del av TV, radio eller morgonpress en genomsnittlig dag, runt en tredjedel tar del av kvällspress, tidskrifter eller veckopress. Under en genomsnittlig vecka hinner 99 procent använda TV, 96 procent radio och 92 procent morgontidning. Mellan 60 och 65 procent tar del av kvällstidningar, veckotidningar eller tidskrifter. (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994*)

Detta hindrar emellertid inte att exponeringen kan variera mellan olika befolkningsgrupper. Studier av den svenska allmänhetens användning av morgonpress och etermedier har visat att både publikens sociala situation och livssituation har betydelse för medieanvändningen. De publikfaktorer som man funnit mest relevanta skiljer sig något mellan olika medier, men inte så mycket att man kan tala om helt olikartade publiksammansättningar. (Weibull 1983; Reimer 1994a)

Den generella bilden är emellertid att både tidningsläsande, TV-tittande och radiolyssnande är mycket utbrett även i de olika befolkningsgrupperna. Eftersom de flesta av oss regelbundet tar del av de stora massmedierna, har vi ett rätt likartat underlag när det gäller de egna erfarenheterna av medierna i detta avseende: Vi har alla en grundläggande bekantskap med dem som kanaler.

De som använder medierna tar emellertid inte del av samma innehåll i lika stor utsträckning. Läsar-, tittar- och lyssnarprofilerna när det gäller skilda innehållsgenrer ser mer eller mindre olikartade ut i olika grupper beträffande samtliga stora medier – både beträffande dagspress och TV finns tydliga tendenser mot en skiktning mellan mer seriöst och kulturellt orienterat innehåll, och mer folkliga genrer. Faktorer som ålder, social klass och utbildning påverkar vilket innehåll vi tar del av, särskilt beträffande dagspress. Generellt betyder de här faktorerna mer för publikens innehållspreferanser än för användningen av olika medietyper. (Reimer 1994a)

Sådana skillnader i innehållspreferanser innebär naturligtvis också skillnader i erfarenhetsunderlag för utvärdering av medierna. För den svenska dagspress- och etermediepubliken gäller med andra ord, att de skillnader som finns i erfarenhetskunskap beträffande medierna snarare gäller medieinnehållet än medierna som kanaler. Detta förefaller extra rimligt mot bakgrund av att de skilda innehållsgrupperna kan skikta publiken också internt, eftersom genren är en översiktlig kategori som kan spänna över ett brett register av innehåll².

Man kan emellertid diskutera hur stort genomslag dessa olikheter egentligen har på allmänhetens bild av medierna. Det räcker med en rätt begränsad erfarenhet för att ändå få underlag för en föreställning om medierna, både som kanaler och beträffande olika typer av innehåll. Exponering över denna brytpunkt är redundant och tillfogar inte något väsentligt till bilden av mediets beskaffenhet. Däremot kan man tänka sig, att mer ingående användning fördjupar bilden, framför allt beträffande mediets möjligheter att erbjuda ett visst utbyte.

Generellt torde erfarenhetskunskapen spela en mycket stor roll för människors bild av medierna. Det utbyte människor förväntar sig av medierna faller således tillbaka på en gedigen bas av egna erfarenheter. De skillnader som kan finnas mellan olika människors medieförtroende beror följaktligen mindre på erfarenhetsbasens omfattning, utan mer på att man *värderar* mediernas möjligheter på olika sätt.

Detta gäller medierna i stort. Beträffande olika typer av innehåll kan förtroendeskilnader i större utsträckning bero på skillnader i den erfarenhetskunskap människor har. Dessa skillnader kan naturligtvis i sin tur påverka förtroendet för mediet som helhet.

Tolkning och förståelse

Medievanorna sätter ramarna för vilka medier och vilka typer av innehåll som publiken regelmässigt exponeras för. Men exponeringen i sig säger inget om *hur* publiken tar del av medieinnehållet. Innehållet måste tolkas och ges innebörd för att kunna förstås.

Två helt skilda forskningstraditioner har ägnat sig åt hur publiken utvinner mening ur medieinnehållet: receptionsforskning och begriplighetsforskningen. Båda är inriktade på hur innehållet ges innebörd, men utifrån helt skilda perspektiv. Inom receptionsforskningen ligger tonvikten på hur publiken ger innehållet en innebörd i social, kulturell och ideologisk mening. I detta sammanhang har det även betydelse hur publiken ser på mediet som förmedlare av innehåll. Inom begriplighetsforskningen är det förståelse i kognitiv mening som är det centrala. Tonvikten här ligger på studier av människans kognitiva strukturer och processer.

Reception av medieinnehåll

Receptionsstudierna ansluter till den humanistiska forskningstraditionen. Deras sätt att hantera begreppet tolkning lägger tonvikten vid den sociala och kulturella aspekten: hur publikens möte med medietexten är kopplat till den kulturella symbolmiljön, till de ideologiska maktförhållandena (politiska, ekonomiska, genusrelaterade osv) och de sociala processer som medieanvändningen är en del av. Det handlar i stor utsträckning om vilken betydelse som medieinnehållet har i och för publikens samspel med sin omgivning.³

Receptionsforskningen tar sin utgångspunkt i semiotiska teorier. Medieinnehållet, eller medietexten, ses inte i första hand som en representation av en given mening, ett facit för tolkningen, utan som en konstruktion där publiken deltar i att rekonstruera innebörden. Texten betraktas som ett betydelsesystem som är öppet för flera tolkningar från publikens sida.⁴

Tolkningen blir beroende av de förutsättningar som uttolkaren har. De specifika betydelser som en uttolkare ger texten beror framför allt på de koder som står henne eller honom till buds.

Kod betecknar ett språkligt system där vissa betydelser är knutna till de olika meningsbärande elementen i texten. Koder genereras framför allt inom olika sociokulturella kontexter: Att tillskriva samma företeelse eller språkliga uttryck olika betydelser är en av de grundläggande distinktionerna mellan olika kulturer, även inom ramarna för ett och samma samhälle.⁵

Olika sociokulturella kontexter och olika sociala positioner resulterar alltså inte bara i skilda mediekompetenser. De resulterar också i olikartade uppsättningar tillgängliga koder för publiken. Tillsammans innebär detta, att den bild som olika grupper i publiken får av ett medieinnehåll kan te sig olika. Beroende på vilka koder vi har tillgång till avkodar vi texten på olika sätt.⁶

Motsvarande förhållande finns "på andra sidan" medierna: Den form som medieinnehållet får beror på vilka koder som används av dem som upprättat texten. Skall en text läsas eller avkodas på exakt det sätt som den som kodat texten tänkt sig, måste samma koder användas av kodare och avkodare. Sociokulturella avstånd skapar inte bara tolkningsklyftor inom publiken; de skapar också tolkningsklyftor mellan publik och medieproducent.

Även om texten är öppen, betyder inte det att den står till förfogande för hur många tolkningar som helst. Som regel brukar den läsart som är i enlighet med den ideologiskt eller kulturellt mest förhärskande koden att dominera texten – den finns inskriven som en gynnad eller prefererad tolkningsram. (Se t ex Parkin 1971; Morley 1980; Hall 1981; jfr även Graber 1988:158ff)

Att publikens sociala situation betingar tolkningen av medieinnehållet skall emellertid inte uppfattas som att tolkningen är socialt determinerad. Publikens sociala position strukturerar fördelningen av kulturella kompetenser och resurser, framför allt tillgången till koder. Inom ramarna för dessa sociala förutsättningar kan sedan individen förhålla sig på olika sätt till de kulturella resurserna (Morley 1980, 1992).

De publikkategorier som är relevanta när det gäller publikens avkodning av medieinnehåll korresponderar delvis men inte fullt ut med de traditionella demografiska och socioekonomiska variablerna. Vill vi avgränsa sådana publikkategorier måste vi göra detta med utgångspunkt i de koder publiken använder – vi får i enlighet med Janice Radway (1987) se publiken i form av olika "interpretative communities".

Att olika tolkningskulturer innebär olikartade förutsättningar för tolkning av medieinnehåll betyder också att de innebär olikartade förutsättningar för synen på vilka utbyten medier har att erbjuda.

Benägenheten att bilda kunskap med utgångspunkt i medieinnehållet är direkt relaterat till hur vi uppfattar det – framför allt genom den trovärdighetsbedömning som görs med utgångspunkt i tolkningen. I en studie av hur publiken uppfattade ett aktualitetsmagasin i brittisk TV visar David Morley hur olika grupper gör tolkningar som innebär helt olika villkor för kunskapsbildning (Morley 1980). Vissa grupper tolkade t ex in ideologiska premisser för programmet på ett sätt som innebar att de tog avstånd från redaktionens sätt att presentera verkligheten⁷.

Värdet av medieinnehållet som underlag för identitetsbildning och social interaktion är också intimt knutet till hur vi tolkar innebörden i innehållet. I en Angs studie av den kvinnliga publikens upplevelser av TV-serien *Dallas* (1985) illustrerar detta. (Identitetsbildning och social interaktion är naturligtvis också i sig hårt knutna till den sociokulturella kontexten – vad som anses vara värt att ta till sig i medieinnehållet i dessa avseenden kommer att i hög grad bero på vad som är gångbart i de sociala sammanhang som man vistas i.)

Möjligheten att få utbyte av medierna när det gäller underhållning, ”lustfylld glömska” och pleasure faller också tillbaka på de tolkningar vi gör. Kim Schröder visar t ex i sin studie av den danska TV-publiken till *Dynasty* (1988) hur en del tittare tolkade rollfigurerna på ett sätt som gav dem tillfälle att utvinna välbehag i att vara kulturellt överlägsna (jfr även Press 1990).

Synen på medierna som förmedlare

Publiken gör inte bara olikartade tolkningar av medieinnehållet med utgångspunkt i skilda koder. Publiken kan inta olika förhållningssätt till vad förmedlingen via mediet innebär för innehållet – en omständighet som också har betydelse för hur man tolkar innehållet.

Som publik kan man antingen betrakta medieinnehållet främst i termer av referenser till verkligheten, eller främst i termer av en medieprodukt. Distinktionen, som i första hand uppmärksammas när det handlar om reception av TV-innehåll, gör sig gällande både beträffande faktainnehåll och beträffande fiktion.

I en studie av hur publiken förhöll sig till en TV-dokumentär visade det sig att programinnehållet av många uppfattades som en direkt återgivning av verkligheten, som ett fönster mot omvärlden (Richardson och Corner 1986). Genom detta fönster kunde man betrakta och dra slutsatser om den autentiska världen. Andra delar av publiken uppfattade emellertid programmets framställning som en funktion av den journalistiska arbetsprocessen och programgenrens konventioner.

Studier av publikens förhållningssätt till fiktioninnehåll visar samma grunddrag som förhållningssättet till nyhetsmaterialet. I en tvärkulturell studie av hur publiken i olika länder uppfattade den amerikanska TV-melodramen *Dallas*

framkommer två grundläggande attityder (Liebes och Katz 1988, jfr även Schröder 1988).

Det ena innebar att publiken förstod och utvärderade berättelsen som en parallell till förhållanden och omständigheter i verkligheten. Dessa tittare kunde antingen förhålla sig seriöst eller mer lekfullt till berättelsen. De förra lade stor vikt vid att förklara och utvärdera berättelsens intrig och figurer i relation till de värden och normer som existerar i verkliga livet, de senare tog snarare berättelsen som utgångspunkt för samtal om hur tillvaron kunde te sig, vilka möjligheter och alternativ som kunde stå till buds.

Det andra förhållningssättet var mer distanserat och innebar att man betraktade TV-seriens innehåll i termer av just en TV-serie. Dessa tittare förklarade vissa inslag i berättelsen mot bakgrund av de berättargrepp som är typiska för genren (till exempel att med jämna mellanrum avliva vissa rollfigurer för att förnya handlingen eller avföra skådespelare från rollistan), eller med hänvisning till att producenten ville marknadsföra en speciell uppsättning ideologiska värderingar.

I princip är detta samma distinktion som man funnit beträffande förhållningssättet till TV-nyheterna. *Dallas*-studien visade att skillnaderna i attityd föll tillbaka på publikegenskaper som sociokulturell kompetens och etnisk tillhörighet (Liebes och Katz 1988:115). Det är rimligt att anta att även förhållningssättet till TV-nyheter – som fönster eller redaktionell produkt – struktureras på liknande sätt.

Detta grundläggande synsätt får givetvis konsekvenser för bilden av innehållet. Att relatera medieinnehållet antingen till verkligheten eller till mediets produktionsvillkor ger olika förutsättningar för hur innehållet bedöms och för vilka utbyten som kan vara aktuella.

När det gäller TV-nyheterna torde medvetenheten och kunskapen om att medieproduktionen påverkar återgivningen av verkligheten få betydelse för hur publiken förhåller sig till den information som förmedlas⁸. Framför allt förefaller det rimligt att anta att publikens trovärdighetsbedömningar görs mot olika bakgrund beroende på om nyheterna betraktas som en direkt återgivning eller som en medieartefakt.

I sin studie av hur den amerikanska publiken tillgodogör sig nyhetsstoff fann Doris Graber en relativt hög medvetenhet om medieringens konsekvenser för framställningen av verkligheten; hon fann också att nyhetspubliken utvecklat olika strategier för att korrigera de vinklingar som de ansåg att mediet förlänade framställningarna (Graber 1988:92).

Grabers studie gällde enbart förhållningssättet till det politiska nyhetsstoffet i medierna, och det ligger nära till hands att anta att politisk nyhetsbevakning är ett område där den kritiska beredskapen hos publiken är jämförelsevis god.

Men i den utsträckning publiken uppfattar nyhetsinnehållet generellt som ett utfall av olika mediefaktorer torde det finnas kritisk beredskap även beträffande övriga typer av nyhetsstoff.

Även möjligheten att använda fiktion som underlag vid kunskapsbildning påverkas av hur man ser på medieringens inverkan. I Liebes och Katz studie av hur *Dallas* uppfattades av olika kulturer visade den sovjetryska publiken viss benägenhet att inta en ideologiskt färgad beredskap: Man uppfattade TV-serien som präglad av vad man såg som den amerikanska medieinstitutionens ambition att inympa västerländska och kapitalistiska värden utanför USA:s maktsfär (Liebes och Katz 1990).

Synen på om medieinnehållet främst är relaterat till villkoren i verkligheten eller till mediernas villkor har också betydelse för det utbyte som kan vara aktuellt att förvänta sig av medierna.

Att se innehållet som en återspeglning av verkligheten ger möjlighet använda medierna som underlag för kunskap om tillstånd och händelser i världen och den sociala verkligheten. Det gäller både fakta och fiktion: De arabiska *Dallas*-tittarna fick insikt om att vissa av deras grundläggande värden och prioriteringar även är giltiga för en amerikansk oljemiljonär (Liebes och Katz 1990).

Att se innehållet som en medieprodukt kan ge andra typer av utbyten. Den sovjetryska publiken använde *Dallas* som bekräftelse på sin uppfattning om västlig politisk ideologi. Den danska *Dynasty*-publiken kunde roa sig med att få bekräftelse på sin narrativa kompetens genom att genomsöka manusförfattarnas avsikter (Schröder 1988)⁹.

Begriplighet

Receptionsforskningen studerar hur publiken tolkar medieinnehållet. Forskningen om medieinnehållets begriplighet har tagit utgångspunkten i hur publiken skapar mening i mer bokstavlig bemärkelse, dvs de kognitiva förståelseprocesserna vid avläsning av en medietext.

Begriplighetsforskningen är förankrad i den samhällsvetenskapliga traditionen, framför allt i psykologisk teoribildning beträffande människans kognitiva informationsbehandlingssystem och minnesfunktioner¹⁰. Till skillnad från receptionsforskningen, som främst intresserat sig för fiktionens rön, har begriplighetsanalyserna till allra största delen ägnat sig åt hur publiken tillägnar sig faktainnehållet i medierna, framför allt nyhetsutbudet. Innehållet i nyheterna ses som objektivet givet och forskningen är inriktad på att fastställa i hur stor utsträckning som publiken verkligen förstår, tar till sig och minns just detta manifesta innehåll¹¹. (Jfr Höijer 1994:101f)

Principerna för hur man som informationsmottagare förhåller sig till ny information sammanfattas av den skemateorin.

Ett schema är i korthet att betrakta som på förhand givna föreställningar om omvärlden, föreställningar som utgör en ram för hur ny information tas emot. Ett schema är en kognitiv struktur, en mental karta som hjälper oss att ta emot och behandla ny information och att plocka fram sådan information som vi lagrat i minnet. Schemat bygger på de tidigare kunskaper och erfarenheter som vi har av olika situationer. Det organiserar dessa erfarenheter till sammanhängande kartor av omvärlden. Dessa kartor är abstraherade och förenklade modeller av världen – det är ett antal principiella grunddrag i de tidigare erfarenheterna som kommer till uttryck i schemat, inte specifika detaljer. Bakgrunden är att människor har en begränsad kapacitet att ta hand om ny information; vi tvingas ekonomisera med våra kognitiva resurser. (Graber 1988:28ff)

När vi konfronteras med nya erfarenheter, dvs ny information, hjälper våra kognitiva scheman oss att bringa reda i den nya informationen. De riktar vår uppmärksamhet mot det som utgör relevanta karaktäristika i situationen, utgör riktlinjer för hur dessa skall förstås och utvärderas, ger prognoser om hur tänkbara scenarios kan te sig och utgör också en mall för inferenser om informationen är inkonsistent eller har luckor. (Graber 1988:29; se även Schank och Abelson 1977).

Detta innebär, att vi kan tillgodogöra oss innebörden av ny information utan att det avsätter sig som ett konkret minne av just den information man mött. Utifrån våra kognitiva scheman kan vi ha dragit vissa slutsatser av en uppsättning ny information, slutsatser som vi sedan tagit till oss i abstrakt form och integrerat. Faktaunderlaget lagras emellertid inte – bara de principiella mönstren. (Graber 1988:149ff).

Detta betyder också, att de tidigare upplevelser och förkunskaper vi har får avgörande betydelse för vår förståelse av den information vi möter. Förståelseprocessen kan i en mening ses som en uppdatering av vårt befintliga vetande. Den nya informationen utvinns betydelse mot bakgrund av vad vi redan vet (jfr Findahl och Höijer 1984:81f).

Att förståelse, inläring och ihågkomst av medieinnehåll är starkt relaterat till våra tidigare upplevelser och kunskaper har visats empiriskt i en rad studier (se Findahl och Höijer 1984; Höijer 1986, 1987; Findahl 1988; Graber 1988). Dessa studier visar bland annat att kunskapsstarka och välinformerade grupper hade störst utdelning av mediernas nyhetsförmedling.

Trovärdighet blir med andra ord i stor utsträckning en fråga om de referensramar som informationsmottagaren har på förhand. Det som individen betraktar som värt att ta till sig kognitivt, dvs använda som underlag för kunskapsbildning, är sådant som stämmer med våra tidigare erfarenheter och våra kognitiva scheman. Som informationsmottagare har vi en benägenhet att i vissa fall nedvärdera informationskällor som ger information som inte är konsistent med de tolkningsramar vi redan har (Axelrod 1973:1250f).

Denna värdering av inkommande information görs emellertid inte enbart mot bakgrund av tidigare kunskaper och erfarenheter; också andra omständigheter spelar roll. Den kognitiva förståelsen av mediets innehåll påverkas även av vår förhandsinställning i den sakfråga som innehållet gäller.

Empiriska studier har i vissa fall visat på samband mellan publikens uppfattning av medieinnehållet och publikens förhållningssätt till den fråga som behandlas av mediet. Ett sådant samband är den s k hostile media-effekten: I återgivningen av en renodlad konfliktfråga kan mycket starkt partsengagemang leda till en upplevelse av att mediet gynnar den motsatta parten (Vallone et al 1985).

Andra omständigheter som kan skapa utrymme hos publiken för en ökad upplevelse av vinkling och partiskhet i medieåtergivningen är till exempel grupptillhörighet (Gunther 1992) samt åsiktsintensitet och upplevd viktighet beträffande den sakfråga som medieinformationen gäller (Gunther 1988).

Flera förklaringar till detta har förts fram: selektiv perception av innehållet, förhöjd kritisk granskning och mer utbyggda referensramar (Vallone et al 1985; Gunther och Lasorsa 1986). Förklaringen kan också finnas i de kognitiva strategier som tillämpas vid utvärderingen av medieinnehållet, strategier som varierar beroende på grad av intresse, engagemang och involvering i det som informationen gäller.

Inom den teoribildning som finns beträffande de kognitiva processerna i samband med påverkan utgår man vanligen från att en informationsmottagare kan utvärdera ett budskap på två olika sätt (Petty och Cacioppo 1986a, 1986b; jfr även Chaiken 1980, 1987).

Det ena sättet (peripheral route) innebär att mottagaren tar fasta på innehållet och utvärderar detta systematiskt. De kognitioner som uppstår som en respons på denna information, kognitioner som genereras av de kognitiva scheman som individen redan har, påverkar sedan förståelsen och utvärderingen av innehållet på det sätt som schemateorin föreskriver.

Det andra (central route) innebär att individen inte utvärderar innehållet, utan tillämpar ett slags kognitiv ekonomi och i stället drar slutsatser beträffande innehållet med utgångspunkt i andra, mer lättillgängliga egenskaper hos mediet, till exempel egenskaper knutna till kommunikatorn eller mediet som kanal. Dessa egenskaper används då som indikatorer, som indirekt anger värdet av innehållet. Detta är som regel fallet då informationsmottagaren gör förhandsbedömningen att budskapet inte har någon direkt relevans eller betydelse för henne eller honom.

Medieinnehållet kommer med andra ord att spela olika roll för bilden av mediet beroende på hur utvärderingen görs, och detta faller i sin tur tillbaka på hur man bedömer innehållets värde och relevans. Om mottagaren är berörd av innehållet tenderar man att värdera mediet som informationskälla mer kritiskt än andra, om mottagaren bedömer värdet av informationen som relativt lågt tenderar egenskaper som gäller kommunikatorn och kanalen att få större utrymme.

Bilden av innehållet påverkas således av ett flertal egenskaper hos individen. Tidigare kunskaper och erfarenheter tillsammans med individens attityd till det som innehållet gäller präglar uppfattningen om vilken kunskapsmässig giltighet medieinnehållet har. Detta kommer i sin tur att påverka förväntningarna på mediet.

Kognitiva scheman och attityden till sakfrågan står dessutom i ett ömsesidigt beroendeförhållande till varandra: Den inställning vi har i sakfrågan kommer att i viss utsträckning utgöra ramen för de erfarenheter vi får av företeelsen, samtidigt som erfarenheterna betingas av attityden.

Sammantaget kan man med andra ord förvänta sig att hitta större skillnader i människors trovärdighetsbedömning av sådant medieinnehåll som anknyter till polariserade opinioner med hög åsiktsintensitet bland publiken än i bedömningen av sådant innehåll som rör mer okontroversiella frågor. I den utsträckning trovärdigheten är av betydelse för förtroendet, kommer detta att också kunna resultera i förtroendeskillnader människor emellan.

Symbolkunskap

En viktig del av publikens bild av medierna genereras utifrån de egna erfarenheterna av medierna via användningen. Men bilden bygger inte enbart på denna erfarenhetskunskap. Studier i USA har visat att allmänhetens bild av de egenskaper ett medium har, och den utdelning användningen ger, i vissa fall var relativt oberoende av om man använde mediet eller inte (Lichtenstein och Rosenfeld 1983, 1984).

Utöver de direkta erfarenheterna bygger bilden av mediet också på andra föreställningar, föreställningar som cirkulerar i samhället och som förmedlas via andra människor och via den omgivande symbolmiljön¹².

Här tar jag upp tre olika typer av sådan symbolkunskap: Folklore om medier, dvs allmänt vedertagna föreställningar om mediers strukturella egenskaper, sociokulturellt laddade värderingar av mediers image, och föreställningar om mediernas ställning och status.

Mediefolklore

I varje samhälle finns en uppsättning föreställningar om sakernas tillstånd som är allmänt vedertagna, som tas för givna. Det är sådant som "alla vet", oavsett om man har egna erfarenheter av det saken gäller eller inte, och som kan sägas ingå i folkloren.

Sådana föreställningar har en tendens att leva ett eget liv i folkmedvetandet. I vissa fall saknas helt grund i verkligheten, i andra har en sådan grund upphört att vara giltig sedan lång tid.

Det är i det här avseendet egentligen inte relevant i vilken utsträckning dessa föreställningar verkligen svarar mot faktiska omständigheter. Det som är intressant är att stora grupper slentrianmässigt utgår från att de är valida, utan att ha egna erfarenheter i botten.

Sådana folkloristiska föreställningar existerar också beträffande massmedierna och deras egenskaper. De ingår i den kollektiva kunskapen om svenska medier.

Exempel på sådana föreställningar är att kvällspressen alltid jagar sensationer, att socialdemokratiska morgontidningar är mer partitrogna än andra, att nyhetstelegram från TT (Tidningarnas Telegrambyrå) alltid är korrekta och tillförlitliga, att SVT:s kanal 2 är "den röda" kanalen¹³ osv.

Sådana antaganden kan omfattas av stora grupper, men behöver inte ha samma betydelse i alla de avseenden som rör människors förhållande till medier – så konsekventa är sällan människors attityder. I sin mest upphöjda form kan folkloren om medier postulera att "man kan aldrig lita på det som står i tidningen". Bevisligen hindrar inte detta människor från att i praktiken faktiskt ta till sig stora mängder information ur dagspressen.

Detta behöver emellertid inte hindra att samma premisser får betydelse i andra sammanhang, till exempel beträffande den generella bilden av mediet. När det gäller förtroendet är det tvärtom rimligt att anta, att folkloren spelar in i bilden av vilka egenskaper som kan tillskrivas ett medium. De folkloristiska föreställningarna är ofta djupt rotade och sanktioneras av den folkliga tradition som vidarebefordrat dem.

Fina medier och fula: medieimage

De folkloristiska antagandena om medier omfattar som regel mer beskrivande föreställningar om mediernas egenskaper. En annan typ av symboliskt kunskapsunderlag utgörs av mer sociokulturellt betonade värderingar av medier. Det handlar om den image som är knuten till olika medier och mediegenrer, föreställningar om vad som är fint och fult, vad som är rätt och fel, och vad som är gångbart och tabu i de sociala kretsar som man är orienterad mot¹⁴.

Sådana sociala medieimages gäller inte bara vad medierna står för som företeelser, de präglar också föreställningarna av vad man kan få ut av medieanvändningen¹⁵.

Massmediernas historia under 1900-talet erbjuder flera exempel på att sociokulturella värderingar av medier kan ta sig mycket artikuleraformer. Ofta har det skett som angrepp på massmedier som bärare av olika former av populär-

kultur. Den kraftfulla opinionsbildning mot serietidningar som kulminerade i Fredric Werthams framställning *Seduction of the Innocent* (1954) är ett exempel på detta, debatten kring ungdomars videoanvändning i samband med inledningsfasen av videobandspelarens etablering i svenska hushåll är ett annat (se Roe 1985 för diskussion av denna s k videovåldsdebatt).

I samband med sådana utbredda reaktioner brukar begreppet ”moralisk panik” aktualiseras. Moralisk panik kan frammanas av företeelser eller grupper som framstår som ett hot mot etablerade samhälleliga värden och intressen (Cohen 1980:9). De grupper som agerar kraftfullast på barrikaderna i kampen mot hotet, ofta som företrädare för ”moraliska majoriteter”, gör det gärna med hänvisning till lagstiftning eller forskning. Inslagen av sociokulturella värderingar i reaktionerna är emellertid påtagliga.¹⁶

Medier kan laddas sociokulturellt utan att det behöver ta sig så övertydliga former. Generellt sett har tryckta medier betraktats som mer seriösa och prestigefyllda än etermedier, särskilt TV. Men det finns stora skillnader mellan olika presstyper. Att till exempel ta del av (eller uppge sig ta del av) morgontidningarnas ledar- och kultursidor har prestige i vissa sociala sammanhang, medan läsning av vissa typer av veckotidningar ses med nedvärderande ögon.

TV som medium är påtagligt laddat. Blotta innehavet av TV har tidvis miss-tänkliggjorts i vissa kretsar; att sakna TV har, liksom beträffande video, varit närmast förtjänstfullt. Att titta på café-program eller frågesporter i TV kan vara kontroversiellt. I vissa sammanhang är det naturligt nöjsamt, i andra framstår det som populistiskt och ett eventuellt tittandet måste ursäktas (”Jag var så trött att jag inte orkade byta kanal”, ”Jag tycker att det är intressant att se hur dåligt ett program kan bli”, ”Mamma ville så gärna titta”). Att ta avstånd från en medietyp eller en genre kan vara lika betydelsefullt som att acceptera den.

Sociokulturella värderingar av medier får ses som ett resultat av individernas insocialisering i samhället. Att socialisationsfaktorn spelar roll för värderingen av medier framgår t ex av unga människors viktighetsbedömning av tidningsinnehåll. För unga läsare brukar det innehåll som läses och det innehåll som betraktas som viktigt stämma relativt väl överens. Med med åren, fram till 30-årsåldern, minskar denna överensstämmelse: Det dagstidningsinnehåll som sedan anges som viktigt motsvaras inte längre i lika stor utsträckning av det innehåll som man faktiskt tar del av (Weibull 1989:113). Sociala normer om vad som bör betraktas som viktigt i tidningen har vunnit insteg i värderingen, och viktighetsbedömningarna skiljer sig nu delvis från det instrumentella egenintresset¹⁷.

Sociokulturella värderingar av medier kan också kopplas till de skilda livsstilar som det sociala livet rymmer. Olika livsstilar innebär olika värderingar av de verksamheter och företeelser som den dagliga tillvaron omfattar, inte bara mediebruk utan också sådant som fritidsintressen, val av bilmärke, mål för semesterresan, klädstil, osv.¹⁸

Sociologen Pierre Bourdieu (1984) vill placera de olika livsstilarna inom ramen för ett socialt rum, som konstitueras utifrån ekonomiska och kulturella premisser. Individens position i detta rum betingar vilken livsstil som ligger närmast till hands, och därmed också synen på olika mediers image. Positioneringen i det sociala rummet beror i sin tur i första hand på hur mycket ekonomiskt och kulturellt kapital som individen besitter, uttryckt i till exempel inkomst, yrkesposition och utbildning. Smak och avsmak är med andra ord mindre en fråga om personlighet utan främst en social företeelse.¹⁹

Det värde som medier kan ha för människor ligger således inte enbart i det utbyte som innehåll och användningsaktivitet ger. Utbytet kan också bestå i att individen kan visa på en viss sociokulturell identitet och grupptillhörighet. Mediets värde i detta avseende förmedlas inte via erfarenheten, utan via symbolkunskap.

Benägenheten att använda medier för sociokulturell positionering torde *också* vara förmedlad via symbolkunskap, framför allt i samband med individens in-socialisering i synen på klasskillnader. Det är lätt att urskilja en tydlig polarisering mellan å ena sidan en tarvlig/folklig laddning av medier och mediegenerer, och å den andra en pretantiös-elitistisk/bildad. Detta säger något om vilken social konfliktdimension som främst underströmmar den sociokulturella värderingen av medier – och därmed också medieförtroendet.

Status

En speciell typ av föreställningar om medier gäller den status olika medier har. Statusen kan vara knuten till mediet som helhet, till en innehållsgenre, till speciella enheter inom en genre (till exempel vissa nyhetsprogram) eller till vissa kommunikatorer.

Uppfattningen om status är i likhet med folkloristiska föreställningar om mediet allmänt accepterad, men gäller inte egenskaper hos mediet utan mer dess erkända ställning i samhället. Mediets sociokulturella image är relaterad till den prestige som mediet åtnjuter inom den sociala grupp som individen vill tillhöra. Statusen anger hur individen uppfattar mediets prestige i samhällslivet i stort, hur hon eller han ser på dess legitimitet och generella godtagbarhet. Statusens normerande karaktär skiljer sig därmed från imagens.

Folkloristiska föreställningar, sociokulturella värderingar och status kan gå i samma riktning beträffande ett medium, men inte nödvändigtvis. Det beror på vilka sociokulturella grupper man rör sig med. TV är ett exempel på ett medium som värderas på olika sätt, dels beroende på vilken typ av föreställningar man rör sig med, dels beroende på vilken sociokulturell grupp man utgår från. I vissa grupper korresponderar TV:s status och sociokulturella image, i andra

grupper kan TV-tittandet ses över axeln samtidigt som man erkänner TV:s samhälleliga position.

Mediers status är, till skillnad från framför allt den sociala imagen, likartad i olika grupper. Statusen har främst betydelse för medieförtroendet genom att rangordna olika medier i förhållande till varandra. Statusen torde också ha betydelse för förtroendet genom det genomslag denna rangordning har i olika sociala grupper och hur den samspelar med andra typer av föreställningar om mediet.

Statusen hänger samman med flera olika faktorer, bland annat etableringsgrad, social och politisk legitimitet, normativa uppfattningar om mediernas funktioner i samhället, teknisk form och journalistisk bevakningsnivå.

Härledd kunskap

Utöver erfarenhetskunskapen och symbolkunskapen finns ytterligare en källa som bidrar till kunskapsunderlaget för bilden av medierna: härledda slutledningar, dvs slutsatser om mediers beskaffenhet och möjligheter som individen drar utifrån de övriga föreställningarna om medierna²⁰.

De uppfattningar vi har om olika företeelser i vår omvärld bygger i varierande grad på sådana härledningar. Om premiss A föreligger, så måste även premiss B vara giltig. Om ett medium är utrustad med vissa egenskaper, så innebär det att ytterligare ett antal egenskaper måste vara giltiga.

I bakgrunden till sådana mekanismer finns oftast en stereotyp. Om ett medium eller en mediegenre kopplas till en sådan stereotyp, kan mediet sedan tillskrivas flera av de övriga egenskaper som stereotypen omfattar²¹.

Palmgreen och Rayburn (1985:70) har pekat på betydelsen av sådana stereotyper när det gäller medier. Enbart utifrån vetskapen att ett program tillhör en viss genre, till exempel en amerikansk polisserie, drar publiken gärna vidare slutsatser om hur programmet i fråga är beskaffat.

Olika typer av medier och medieinnehåll torde ha olika benägenhet att generera och sedan återknytas till mediestereotyper. Det ligger nära till hands att anta, att ju mer formaliserad en programform är, desto närmare ligger mediestereotypen. Man kan också anta att mediestereotyperna i stor utsträckning utbildas i samband med de sociala och kulturella föreställningar om medier som jag tidigare redovisat.

Hur stor del av vår totala bild av mediet som består av sådan härledd kunskap är svårt att avgöra. Forskning på denna punkt är mycket sparsamt förekommande. Men man kan anta att andelen härledd kunskap i bilden av mediet beror dels på hur mycket annan kunskap vi har i botten, dels på individens ge-

nerella kapacitet och benägenhet att komplettera sin verklighetsuppfattning med deduktiva slutledningar.

Under alla omständigheter ingår sådan härledd kunskap i den grund på vilken individen bygger sin bild av mediers beskaffenhet och möjligheter, och därmed också förtroendet.

Kunskap, mediebild och förtroende

Erfarenhetskunskap, symbolkunskap och härledd kunskap – vilken typ av kunskap betyder mest för människors medieförtroende? De två förra typerna av kunskap torde vara mer betydelsefulla än den senare, inte minst med tanke på att härledd kunskap förutsätter någon av de övriga två.

Erfarenhetskunskapen har relevans för förtroendet genom att vara så starkt knuten till sådana utbyten som har direkt betydelse för individens ontologiska trygghet. Det är genom den direkta kontakten med mediet som vi kan förvärva en världsbild och andra kunskaper som krävs för att vi skall kunna förankra oss i tillvaron. Det är genom att ta del av medieinnehållet som vi kan få stoff för vår identitet och vår självbild, som vi kan gå in i lustfylld glömska och få möjligheter att känna delaktighet med de stora sammanhangen. Det är genom den konkreta användningen som mediet kan erbjuda underlag för social interaktion.

Men symbolkunskapen har också relevans för förtroendet. I det moderna samhället är vår plats i det sociokulturella rummet inte lika självklar som i det förindustriella samhället. Det är nödvändigt att markera vår positionering för omvärlden. Dessa sociokulturella koordinater signaleras med hjälp av vår livsstil. Medier har blivit ett viktigt inslag i denna livsstil – kunskapen om vilket värde medier har i detta sammanhang blir av stor vikt för människor.

I min framställning har jag diskuterat människors medieförtroende mot bakgrund av individens behov av ontologisk trygghet. Men medieförtroendet kan naturligtvis inte uteslutande ses som en funktion av den betydelse som detta har för människor. Som många andra attityder kan förtroendet för medier också vara ett resultat av insocialisering: Vi har förtroende för ett medium därför att vi har lärt oss att man skall ha förtroende för detta medium. Denna inskolning i den normativa sfären sker med hjälp av symbolkunskap.

Mediernas objektiva egenskaper

Människors föreställningar om olika mediers innehåll och beskaffenhet är en subjektiv tankestruktur – perceptioner som enbart finns som Lippmanska "pic-

tures in our heads”²². Men detta subjektiva stoff bygger på en verklighet som finns utanför människan i form av objektiva förutsättningar för perceptionerna.

Det är de faktiska medier som omger individen som tillhandahåller råmaterialet: en given uppsättning medier med ett visst innehållsutbud och vissa grundegenskaper som förmedlingskanaler. Detta råmaterial bestämmer ramarna för hur publiken uppfattar medierna och därmed också vilka förväntningar som kan bli aktuella som inslag i medieförtroendet.

Medierna har särskilda förutsättningar som kommunikationsmedel. Ett särdrag gäller mediers förmåga att kunna bryta den begränsning i tid och rum, bokstavligen likväl som socialt, kulturellt och ideologiskt, som direktkommunikationen är underkastad, liksom den muntliga traditionen för kunskapsöverföring²³. Ett annat särdrag är de särskilda förutsättningar för det mänskliga medvetandet och tänkande som medierna som kommunikationsform innebär.

Jag skall diskutera två aspekter av mediernas objektiva vara som kan ha betydelse för bilden av mediets beskaffenhet och möjligheter och därmed medieförtroendet: *förmedlingsformen* och det *faktiska innehållet*.

Förmedlingsformen

Massmedier har olika grundläggande tekniska förutsättningar att fungera som medel för att överföra information.

De tryckta medierna bygger på flera olika symbolsystem (bokstäver, fotografier, grafiska framställningar), men samtliga kan inordnas i en typ av sinnesdata: visuella. Underlaget är bestående i tiden och rummet; läsaren kan gå tillbaka till innehållet när och hur hon vill och ta del av det i den takt som hon själv önskar.

De elektroniska medierna har en omedelbarhet som de tryckta medierna saknar: De kan återge ett skeende samtidigt som det utspelar sig eller mycket kort tid därefter. Men som sinnesdata är denna information flyktig, övergående. Mottagaren kan inte heller gå tillbaka i informationsflödet för närmare granskning eller förtydligande.

Detta innebär helt olika förutsättningar för bedömning av trovärdigheten. Innehållet i de tryckta medierna är mer sårbart för publikens kritiska öga. Studier har också visat att människor generellt är mer kritiska till tryckt information än till sådan information som de tar del av via TV (Gunter 1987:21f).

Samtidigt medger de elektroniska medierna en aktualitet som är svår för de tryckta medierna att uppnå. Detta tillför de elektroniska medierna särskilda kvaliteter när det gäller förmågan att överföra information och få publiken att känna sig delaktig med det som återges. Detta kan ha stor betydelse för det utbyte som människor kan få av de elektroniska medierna – inte bara när det gäller deltagande i evenemang utan också delaktighet i samhället. De elektroniska medierna har helt andra förutsättningar än de tryckta medierna att låta det of-

fentliga livet – och världen i största allmänhet – flytta in i människors vardagsrum (Scannell 1989; jfr Silverstone 1994:68).

Men de elektroniska medierna skiljer sig avsevärt också sinsemellan. Radio bygger på ett litet antal symbolsystem som förmedlas med hjälp av en typ av sinnesdata: auditiva. TV däremot arbetar med många olika typer av symbolsystem samtidigt som mediet tar flera sinnen i anspråk.

McLuhan ser radion som ett ”hett” medium som är mer laddat med information än det ”svala” mediet TV, eftersom radion tvingas arbeta med ett enda sinne och därför måste utnyttja det fullt ut (1994:22f). Eftersom svala medier är mindre informationsrika än heta medier måste mottagaren själv bidra med att fullständiga bilden och deltar på så vis mer aktivt i informationsmottagandet än när det gäller heta medier.

Den vidare betydelsen av mediers olika förutsättningar som kanal för kommunikation har intresserat både forskare som varit uttryckligen inriktade på medierna, som t ex Marshall McLuhan, och forskare som primärt varit inriktade på mänsklig kommunikation, med eller utan medier, t ex Walter Ong. Dessa mediumteoretiker²⁴ har belyst de strukturella egenskaper som utmärker olika medier som kommunikationsform och som dels skiljer dem från varandra, dels skiljer medierad kommunikation från direktkommunikation.

Dessa egenskaper kan gälla vilka mentala nivåer och processer hos människan som olika förmedlingsformer stimulerar, de villkor som mediets tekniska form medför för idéinnehållet eller tillgängligheten när det gäller avkodning.

De kan också gälla de konsekvenser och betydelser som medier haft för mänskliga och samhälle. Förmedlingsformen har kopplats både till utvecklingen av mänskliga medvetandeformer och till utvecklingen av samhällets sociala och kulturella organisation (se t ex Innis 1964). Övergången från muntlig till skriftlig kultur har av många setts som ett radikalt skifte med omfattande konsekvenser för samhälle och mänskligt tänkande (se t ex Havelock 1963; Luria 1976; Ong 1990). De elektroniska mediernas introduktion på en massmediemarknad som behärskats av de tryckta medierna har uppfattats som en revolution av liknande dignitet och med motsvarande djupgående konsekvenser (se t ex Boorstin 1978; Schwartz 1974).²⁵

En central distinktion i teorierna har löpt mellan tryckta medier och elektroniska. Skillnaderna rör bland annat publikens kognitiva processer och hur mottagaren involveras mentalt, hur innehållet organiseras och vissa sociala dimensioner.

Kognitiva processer och medvetandeformer

Information förmedlad av skilda medier bearbetas kognitivt på olika vis, antingen beroende på mediets tekniska struktur eller på de symbolsystem som olika medier nyttjar. Studier pekar på att tidningsläsning tenderar att ge upphov till

fler associationer och slutledningar än TV-tittande och radiolyssnande (Findahl och Höijer 1984:118) samtidigt som det förefaller vara svårare att minnas information från TV än information från press (Gunter 1987:220ff).

Det råder olika meningar bland dem som arbetar med forskning kring kognitiv psykologi om orsakerna till att mottagarna förefaller behandla information från olika medietyper på olika vis – flera olika teorier har framförts. Bland annat har man menat att det faktum att TV arbetar med flera olika former av stimuli kan distrahera publikens uppmärksamhet för det innehållsliga. Å andra sidan gör det visuella elementet i TV ofta ett extra påtagligt intryck samtidigt som flera olika typer av sinnesdata innebär större möjligheter för något att nå fram. Det som tidigare anfördes om publikens möjligheter att på egna villkor kunna ta del av innehållet i tryckta medier spelar sannolikt också in. (Gunter 1987:21ff)

Bland mediumteoretikerna anses generellt det tryckta ordet främja ett rationellt och intellektuellt förhållningssätt: det bygger på linjäritet och sekventiell uppställning, något som torde främja logiskt tänkande och kausalitet. De elektroniska mediernas förmedlingsform bygger å sin sida på sensorisk varseblivning, på perceptuell simultanitet och på gemensam upplevelse. Elektroniska medier initierar inlevelse, emotiva responser och sinnestillstånd på ett annat sätt än de tryckta. (Meyrowitz 1994:58ff)

Mot bakgrund av detta ligger det nära till hands att anta, att elektroniska medier är bättre lämpade för de utbyten som är mer emotivt orienterade. I de fall då identifikation, deltagande, social interaktion, lustfylld glömska och icke-intellektuell stimulans är av vikt för människor torde framför allt TV bättre kunna svara mot förväntningarna än andra medier.

Organisering av medieinnehållet

De formmässiga villkoren innebär att medier organiserar sitt innehåll och sitt utbud på olika sätt.

Raymond Williams har påpekat, att etermedierna i första hand utmärks av en flödesprincip. Tryckta medier presenterar sina innehållsliga byggstenar – artiklar, bilder osv – i form av klart avgränsade enheter, som läsaren kan kombinera i önskad ordning. Etermediernas beståndsdelar framstår också som avgränsade, men bara i princip. I praktiken tar vi regelmässigt del av TV och radio utifrån flödesprincipen – vi sätter oss framför TV:n och följer med strömmen. Ofta väljer vi inte att titta på ett särskilt program; vi väljer att titta på TV. (Williams 1974:86ff)

Detta ger TV bekvämlighetsvärden som de tryckta medierna saknar. Att titta på TV istället för på TV-program innebär å andra sida ett visst maktuppgivande – man överlåter sig åt mediets gottfinnande. Det är möjligt att detta inte har någon betydelse för förtroendet; det är snarare rimligt att detta *förutsätter* ett visst förtroende hos publiken.

TV betraktas ofta som ett mindre informationsstarkt medium än press när det gäller nyhetsförmedling, bland annat på grund av att de tekniska villkoren medför att mindre mängd information kan förmedlas i ett nyhetsinslag jämfört med en tidningsartikel.²⁶ Men Paul Weaver hävdar, att TV:s strukturella förutsättningar tvingar fram en organisation av stoffet som gynnar att publiken får en helhetsbild på ett annat sätt än i en tidningsartikel. Tidningsartikelns omvända-pyramid-struktur innebär att det viktigaste komprimeras i artikelingressen (som många nöjer sig med att läsa), därefter staplas kompletterande uppgifter på ett fragmentariskt sätt, ordnade i fallande viktighetsgrad för att underlätta den tekniska produktionen av tidningen (artikeln ska kunna kortas genom att man skär ned texten från slutet).

Ett nyhetsinslag i TV kan inte komponeras så lösligt; där måste de element som ingår i inslaget (faktauppgifter, slutsatser, intervjuer, illustrationer) integreras och hänga ihop för att inte inslaget skall te sig helt obegripligt. På så vis kommer TV att i praktiken förmedla mer djup och analys än tidningsartikeln. I det avseendet fungerar TV bättre som informationsförmedlare än vad press gör. (Weaver 1981:278ff)

Meningarna om huruvida detta verkligen är fallet går emellertid isär. Lewis argumenterar för att den narrativa struktur som präglar tidningsartiklar tvärtom främjar förståelse av nyhetshändelsen. Tidningstexter, menar Lewis, präglas av den klassiska grundstruktur för berättande som innebär att berättelsen har en inledande problemställning, en transportsträcka som utvecklar problematiken och en avslutande upplösning. Denna grundstruktur saknas i TV-nyheterna, vilket innebär att det blir svårare för tittarna att skapa sammanhang när de ser ett TV-reportage. (Lewis 1991:99ff)

Under alla omständigheter är mediets möjligheter att presentera en redogörelse på ett sätt som främjar förståelsen av mycket stor vikt. Det är en grundläggande förutsättning för trovärdighet – kan vi inte integrera ny information med våra befintliga förståelseramar tenderar vi att avvisa den och mediets kunskapsvärde sjunker.

Sociala dimensioner

Beträffande de sociala dimensionerna hävdar Joshua Meyrowitz (1985) att det finns betydelsefulla skillnader mellan tryckta och elektroniska medier. Tryckta medier segregerar publiken när det gäller förmedlingen av kunskaper: Olika sociala grupper använder medier som förmedlar olika typer av information i olika syften. Elektroniska medier, menar Meyrowitz, fungerar i stället socialt integrerande när det gäller publikens kunskaper och erfarenheter.²⁷

Kent Asp studerade mediernas betydelse för opinionsbildningen inför den svenska folkomröstningen om kärnkraft 1980 (Asp 1986). Där visade sig TV vara det medium som mest kunde kompensera kunskapsfattiga väljare, vilket är i linje med Meyrowitz tes.

Detta kopplar inte bara etermedierna till en bredare förankring i kunskaps-
bildningssammanhang. På systemnivå kan man tänka sig att förväntningarna är
större på etermedierna när det gäller mediernas uppgift att knyta ihop och inte-
grera samhället. I det senmoderna samhället torde detta vara en uppgift som är
av stor relevans för människors ontologiska trygghet.

Tryckta medier och elektroniska utmärks också av en annan skillnad beträf-
fande den sociala dimensionen. Det handlar om hur den direkta användnings-
kontexten ter sig. Medier som TV och radio är sociala på ett sätt som tryckta
medier aldrig kan blir, eftersom det är möjligt att ta del av etermedierna samti-
digt, i grupp, inom ramarna för socialt samspel. Läsning av tryckta medier är i
sin omedelbara användningssituation en privat aktivitet – man kan diskutera det
lästa efteråt, men inte samtidigt som man tar del av det.

Det innebär att TV (och möjligen radio) har ett givet försprång framför
tryckta medier när det gäller värdet som social resurs (jfr Lull 1990; Silverstone
1994).

Det faktiska medieinnehållet

Publikens uppfattning om medierna beror inte bara på de olika villkor som me-
diets strukturella förmedlingsform medför. Mediernas faktiska innehåll är en
självskreven faktor när det gäller publikens bild av mediernas beskaffenhet och
möjligheter.

De medier som dominerar den svenska mediemarknaden har olika utbuds-
profiler. Tyvärr saknas empiriska studier av de svenska mediernas innehåll som
medger fullgoda jämförelser av utbudet i olika medietyper. Det torde ändå inte
vara speciellt kontroversiellt att karaktärisera mediernas innehåll på följande
sätt:

Morgonpressens innehållsprofil utmärks av allmänrapportering med inrikt-
ning på omvärldsorientering, särskilt lokalt, och instrumentell information.
Kvällspressen präglas av en mer tillspetsad rapportering som framför allt tar
fasta på det uppseendeväckande och emotivt laddade. Kvällspressen innehåller
ett mer framträdande inslag av underhållning, samtidigt som det traditionellt
också finns ett starkt inslag av agitation.

TV liksom radio erbjuder som medietyper ett mycket bredare innehållsregis-
ter, som omfattar allt från omvärldsbevakning till lätt underhållning. Program-
profilerna skiljer sig emellertid mellan de olika programföretagen. Sveriges Te-
levision och Sveriges Radio präglas traditionellt av public service-ambitioner
och åtagandet att erbjuda ett utbud som främjar samhälleliga värden. De kom-
mersiella programföretagen har större frihet att renodla en mer specifik pro-
gramprofil och präglas mer av kommersiell marknadsanpassning.

1993 innebar detta att Sveriges Televisions båda kanaler erbjöd ett relativt varierat programutbud, medan utbudet i TV3 och Femman i hög grad präglades av fiktion och utbudet i TV4 av nöjesprogram (Hultén 1994).

Redaktionell policy, ägarskap och marknadsvillkor har betydelse för medieinnehållet, men även andra faktorer. De strukturella förutsättningar som olika medier har som förmedlare av innehåll får också konsekvenser för de innehållskategorier som förekommer i medierna.

I vissa fall innebär detta att samma innehållsgenre framställs olikartat i olika medier (jämför t ex sportreferat i TV, radio respektive dagspress), i andra fall leder detta till att vissa innehållsgener blir mediespecifika.

TV-melodramen saknar exempelvis motsvarighet i svensk radio och dagspress; fiktioninnehåll för vuxna tenderar här att utgöras av mer litterära texter och dramatik. Långa, detaljerade faktaredovisningar, som utförliga börsnoteringar eller dragningslistor i penninglotteriet, väljs gärna bort av TV- och radioproducenter. Information av akut karaktär, som trafikinformation eller krismeddelanden, har större möjligheter att snabbt nå de som är berörda via radion än via andra medier.

Att det faktiska utbudet av innehåll av olika skäl skiljer sig mellan medierna är naturligtvis en viktig grund för skillnader i synen på vilka utbyten medierna kan erbjuda. Skillnaderna i utbudsprofiler återspeglas i en studie av den svenska allmänhetens syn på vilka funktioner olika medier hade i slutet av 1980-talet (Djerf 1989). Dagspressen kopplades främst till kognitiva informations- och kunskapsfunktioner. Svensk TV och radio tillskrevs både kognitiva funktioner och underhållningsfunktioner medan kabel-TV i första hand betraktades som ett underhållningsmedium.

Den bild som människor har av ett medium kan således variera beroende på flera olika faktorer. Den typ av kunskapsunderlag som används har betydelse – erfarenhetskunskap, symbolkunskap och härledd kunskap medför olika villkor för människor att skaffa sig en uppfattning om mediet. Individens olika personliga och sociokulturella förutsättningar påverkar dessutom sättet att förhålla sig till medierna och medieinnehållet. Slutligen medför mediernas kanalspecifika egenskaper olika villkor för förtroendet.

Noter

1. Med massmedier avses då inte bara de stora nyhetsmedierna dagspress, TV och radio utan också tidskrifter, serietidningar, veckotidningar, böcker, video, kassetband, CD/grammofonskivor och biografilm.

2. Tittandet på den översiktliga TV-genren fiktion skiktas till exempel i viss utsträckning av kön: män tenderar att föredra äventyrs- och komediprogram, medan kvinnor i högre grad prefererar dramer och fiktion som belyser vardagsvillkor och relationsproblematik (Abrahamsson 1993:96ff).
3. Jfr Nowak, citerad i Höijer 1994:100.
4. För översikter av receptionstraditionen, se t ex Morley 1980, 1992; Jensen 1986.
5. För begreppet kod i samband med medieinnehåll, se t ex Fiske 1984; Corner 1986; Lewis 1991.
6. En stor del av de empiriska studier som gjorts beträffande betydelsen av publikens sociala kontext för tolkningen gäller betydelsen av genus och familjeliv. Så har till exempel kvinnors tolkningar av TV-melodramer studerats ur de specifikt kvinnliga erfarenheternas perspektiv (Hobson 1982; Radway 1987), liksom betydelsen av de sociala processer som familjen rymmer (Morley 1986). Utöver detta har den politisk-ideologiska kontexten varit föremål för analys i flera receptionsstudier (Morley 1980; Jensen 1986, 1988, 1990). Hur tolkningar kan skilja sig mellan olika etniska kulturer har också belysts (Silj 1988; Liebes och Katz 1990).
7. Inom receptionsanalysen har man vanligen urskiljt tre olika typer av avkodningar av texten, eller tre olika positioner som avkodaren kan inta i förhållande till textens dominerande kod och prefererade tolkning (Parkin 1971; Morley 1980; Hall 1981). Den första innebär att avkodaren tolkar medieinnehållet i enlighet med den dominerande koden. Detta resulterar som regel också i en tolkning som ligger nära den som producenten avser. Den andra innebär att avkodaren i huvudsak använder den dominerande koden, men anpassar tolkningen efter sina egna villkor: sin sociala situation, sina specifika erfarenheter och intressen osv. Det resulterar i en tolkning som delvis sätter den dominerande koden ur spel. Den tredje innebär att avkodaren uppfattar men avvisar den dominanta läsningen och i stället gör en helt avvikande, oppositionell tolkning – vilka dessa grupper i Morleys studie gjorde.
8. Jfr Murdock 1989:239.
9. Vi har väl alla tittat på TV eller video tillsammans med någon som till omgivningens förtret ideligen påpekar saker som "Vore jag manusförfattare så skulle jag låta henne missa tåget" eller "Aha, eftersom de zoomar in glaset på det där viset så har han säkert lagt något i drinken".
10. För en översikt av begriplighetsforskningens bakgrund, inriktning och resultat, se t ex Findahl och Höijer 1984; Findahl 1988; Höijer 1994.
11. Begriplighetsforskningen har avgränsat ett forskningsområde som rymmer två typer av kognitiva processer eller funktioner: att *förstå* information och att *minnas* information. Denna distinktion har emellertid inte haft fullt genomslag inom begriplighetsforskningen: En stor del av det som gör anspråk på att vara studier av förståelse handlar i själva verket om ihågkomst. Resonemanget har byggt på att ihågkomst av ett nyhetsinslag förutsätter förståelse, alltså kan förståelsen mätas med hjälp av ihågkomsten (se t ex Gunter 1987). Att skapa en innebörd av den inkommande informationen och internalisera detta utgör emellertid en process, att sedan kunna lämna rapporter om vilken information man mött utgör en annan. De två processerna är relaterade till varandra, men de är inte samma sak (Woodall et al 1983:176f).
12. Att synen på mediers prestige är ett betydelsefullt inslag i publikens syn på medier har lyfts fram av bl a Maletzke (1972). När det gäller förtroende människor emellan har Good pekat på betydelsen av en persons rykte för förmågan att vinna andras tillit (Good 1988:38).
13. Jfr Asp 1982.
14. Jfr Reimer 1994a, där den bakomliggande utgångspunkten är att människor använder medier som uttryck för identitet och grupptillhörighet.

15. Jfr Lichtenstein och Rosenfeld 1983, 1984.
16. Se Boëthius (1993) för en översikt och diskussion av moralisk panik som svenskt fenomen.
17. Det är angeläget att framhålla, att dessa prestigevärderingar inte ska betraktas som något slags missvisningar eller felkällor, utan måste ses som reella inslag i människors värderingar av medier.
18. För en översikt av begreppet livsstil, se Reimer 1994a:61ff.
19. Se Roe 1983 för ett exempel på insocialiseringens betydelse för mediepreferenserna.
20. Jfr Fishbein och Ajzen 1975:14.
21. Jfr Kelley 1973; Wiggins 1973.
22. Lippman 1957.
23. Se t ex McLuhan 1994; Real 1989; Thompson 1994; Meyrowitz 1985.
24. Joshua Meyrowitz (1994:50) föreslår att begreppen mediumteori och mediumteoretiker reserveras för sådana sammanhang där mediets beskaffenhet är det centrala, till skillnad från medieteori i största allmänhet.
25. Jfr Meyrowitz 1994.
26. Andra omständigheter som framförts till TV:s nackdel som seriös nyhetsförmedlare är att mediet inbjuder till s k infotainment, dvs att stöpa nyhetsstoffet i en underhållande form på bekostnad av det substantiella i innehållet (se t ex Postman 1985).
27. Meyrowitz klargör emellertid inte fullt ut om han betraktar denna skillnad mellan medierna som ett uttryck för de inneboende förutsättningarna i de båda medietypernas förmedlingsform, eller om anledningen ligger i det bruk som medieproducenter och publik gjort av medierna.

Kapitel 9

Frågeställningar

Den analysmodell över medieförtroendet, som jag presenterade i kapitel 6, utgör utgångspunkten för de frågeställningar, som styr den empiriska delen av framställningen. Frågeställningarna är således främst begränsade till förtroendets *kognitiva* komponent; de emotiva och handlingsorienterade komponenter faller i princip utanför ramarna för den empiriska studien.

Avsikten med de empiriska analyserna är inte att testa analysmodellens förklaringskraft. För detta krävs två saker: Dels måste analysmodellen utvecklas till en regelrätt förklaringsmodell; detta har emellertid inte varit min avsikt med det föreliggande arbetet. Dels måste jag ha tillgång till ett empiriskt underlag som svarar mot de krav som en sådan förklaringsmodell ställer; ett sådant underlag står emellertid inte till mitt förfogande.

Mitt syfte med den empiriska delen är därför att beskriva och analysera den svenska allmänhetens förtroende för massmedierna mot bakgrund av den teoretiska syn på förtroendebegreppet som kommer till uttryck i analysmodellen i kapitel 6.

Den mest centrala frågan som denna modell ger upphov till gäller vilka utbyten av medier som är mest förtroendegrundande, och i förlängningen hur detta skiljer sig medier och människor emellan. Detta är något som jag inte har haft möjlighet att analysera inom ramen för denna framställning. Mina frågeställningar rör i stället främst betydelsen för förtroendet av strukturella och funktionella egenskaper hos medierna samt individernas mediebedömningar och sociala förutsättningar.

De empiriska analyserna styrs av fyra huvudfrågeställningar. Den *första* gäller *beskrivningen av medieförtroendet i sig*. Beskrivningen tar fasta på följande aspekter:

- Storleksordningen av förtroendet för olika medier.
- Strukturella attitydegenskaper som intensitet och homogenitet.
- Den förtroendemässiga förankringen i olika demografiska grupper.
- Förändringar över tid.

De övriga huvudfrågeställningarna är av mer förklarande karaktär. Två av dem gäller de bakomliggande orsakerna till allmänhetens förtroende för medierna. Den *andra* huvudfrågeställningen handlar om *betydelsen av mediernas olika egenska-*

per och villkor. Analysen är gjord mot bakgrund av följande egenskaper och villkor:

- Räckvidd och etableringsgrad.
- Grundläggande tekniska kanalegenskaper.
- Innehållsliga karaktärstika (profil och geografisk bevakningsnivå).
- Status och sociokulturell image.
- Normativa, medieideologiskt sanktionerade funktioner.

Samtliga dessa strukturella egenskaper och villkor påverkar den kunskap som människor har om medierna och därmed också förutsättningarna för hur medierna utvärderas.

Den tredje huvudfrågeställningen gäller *betydelsen av individernas olika egenskaper och villkor* för förtroendet. Följande individfaktorer ingår i analysen:

- Användning av medier.
- Bedömning och värdering av medier och medieinnehåll.
- Sociala förutsättningar (sociokulturell orientering, sociala roller, livsstil, social miljö, socioekonomisk status).
- Politisk-ideologisk orientering.

Den fjärde huvudfrågeställningen gäller vad som *kan förklara eventuella förändringar av medieförtroendet över tid*. Analysen tar fasta på följande tänkbara förklaringsfaktorer:

- Förändringar beträffande medierna.
- Förändringar beträffande allmänhetens demografiska sammansättning.
- Förändringar beträffande klimatet för individernas utvärdering av medierna.
- Förändringar beträffande det generella förtroendet för samhället.

Användning respektive icke-användning är relaterat till den typ av kunskap som människor kan ha om medier. Bedömningen och värderingen av medierna indikerar vilka förväntningar som människor har på de olika medierna och vilka medievärden som är aktuella. De sociala förutsättningarna och den politisk-ideologiska orienteringen betingar bilden av medierna, dels genom sättet som erfarenhetskunskapen utvärderas, dels genom symbolkunskapen om mediet. De sociala villkoren betingar även det beroende som människor kan stå i gentemot medierna.

I de empiriska analyserna förekommer medierna som förtroendeobjekt i två olika avseenden: dels som generaliserade kategorier eller *medietyper*, dels som samhällsliga *institutioner*. Det mest önskvärda är att analysera samtliga de medieobjekt som kan utgöra föremål för förtroende (jfr kapitel 4), men en sådan studie har inte varit möjlig för mig att genomföra.

Min utgångspunkt är att förtroendet för de mer konkreta medietyperna i första hand bygger på de subjektiva, individuella värden som medierna kan ha för människor, medan förtroendet för medieinstitutionerna främst baseras på de samhälleliga normerna för mediernas funktioner i ett demokratiskt samhälle. Analyserna är gjorda mot den bakgrunden. Det innebär att de individegenskaper som används i analyserna varierar något beroende på vilken typ av förtroende som belyses – förtroendet för medietyper eller institutionsförtroendet.

Två ytterligare, något underordnade frågeställningar är kopplade till denna uppdelning mellan medietyper och institutioner. Den ena gäller *vad förtroendet för medieinstitutionerna bygger på*. Förtroendet för en institution kan vara relaterat till den institutionella funktionen, till de grupper som är verksamma inom institutionen samt till den faktiska organisationen och dagliga verksamheten. När det gäller medieinstitutionerna analyserar jag betydelsen av två av dessa grunder för förtroendet:

- Den yrkeskår som utåt sett är mest verksam inom institutionen, dvs journalisterna.
- De konkreta medier som sorterar under institutionen.

Den andra frågeställningen gäller *vilken typ av utbyte* som är viktigast för människors institutionsförtroende. Jag har antagit att det är samhälligt definierade värden som är viktigast för institutionsförtroendet. Stämmer detta i praktiken? Jag saknar möjligheter att pröva denna frågeställning fullt ut, men kan ändå försöka dra vissa slutsatser med ledning av de övriga analyserna.

Det övergripande syftet med de empiriska studierna är att belysa den svenska allmänhetens förtroende för massmedierna. Vill man få en beskrivning av hur stort förtroende allmänheten har för de olika medierna är det nödvändigt med ett empiriskt underlag som tillåter generaliseringar. Vill man belysa bakgrunden till förtroendet kan man arbeta på olika sätt.

Ett sätt är att även här arbeta med representativa data om allmänheten. Detta ger möjligheter att på statistisk väg fastställa vilka samband som föreligger mellan förtroendebedömningarna och de bakomliggande faktorer som ingår i analysen. Ett annat sätt är att inte inrikta sig på att generalisera, utan i stället försöka få en bild av hur medieförtroendet kan vara relaterat till bakgrundsfaktorerna med hjälp av ingående intervjuer med ett mindre antal människor.

Båda tillvägagångssätten har sina förtjänster och sina nackdelar. I denna studie arbetar jag med ett generaliserbart empiriskt underlag även för att besvara de frågeställningar som rör bakgrunden till medieförtroendet. Detta betyder inte att jag anser att ett sådant av princip alltid är bättre lämpat. Anledningen till mitt val är de villkor som jag har haft vid genomförandet av denna studie; mot bakgrund av dessa villkor erbjöd ett generaliserbart empiriskt underlag de bästa förutsättningarna för att få frågeställningarna besvarade.

Kapitel 10

De empiriska analyserna

Den resterande delen av framställningen utgörs av empiriska analyser av svenska allmänhetens förtroende för massmedierna. Analyserna är av kvantitativ karaktär och bygger på surveystudier av svenska allmänheten. Kapitel 10 är en introduktion till dessa analyser. Jag presenterar det material som jag använder som underlag och diskuterar validiteten av de mått på förtroende som jag bygger analyserna på.

Analysunderlag

Som underlag för analyserna använder jag genomgående data från SOM-undersökningarna. SOM-undersökningarna utförs årligen sedan 1986 som ett fortlöpande samarbetsprojekt mellan institutionen för journalistik och masskommunikation, statsvetenskapliga institutionen och förvaltningshögskolan, samtliga vid Göteborgs universitet.

Undersökningarna utgörs av surveystudier med inriktning mot att fånga upp ett brett register av de åsikter och aktiviteter hos allmänheten som är av intresse för samhällsvetenskaplig forskning (akronymen SOM står för samhälle, opinion och massmedier). En bärande tanke bakom SOM-undersökningarna har varit att skaffa underlag för analyser av mer långsiktiga förändringar av samhälleliga opinioner och handlingsmönster.

Undersökningen bygger på postenkäter som skickas till ett obundet slumpmässigt urval av Sveriges befolkning. Åldersintervallet var 15-75 år fram till 1992, då det utökades till 80 år. Vissa år har urvalet varit begränsat enbart till svenska medborgare (1987-1988, 1990-1991), andra år har även utländska medborgare som är mantalsskrivna i Sverige ingått (1986, 1989, 1992-). Vill man ha full jämförbarhet över samtliga undersökningsår måste urvalet således inskränkas till att genomgående omfatta enbart svenska medborgare mellan 15 och 75 år.

Urvalsstorleken (bruttourval) var 2 500 fram till 1992, då det vidgades till 2 800. Svarsfrekvensen har varierat mellan 66 och 71 procent, vilket får anses

vara fullt acceptabelt för en surveystudie av denna typ. Fältarbetet utförs under senhösten.

Sedan 1992 utförs också en parallell lokal undersökning i Västsverige. I allt väsentligt utförs denna Väst-SOM-undersökning utifrån samma premisser som Riks-SOM-undersökningen; urvalet dras emellertid i ett område som omfattar Göteborgs kommun och dussintalet kranskommuner¹.

I stort har SOM-undersökningarna hållit god kvalitet beträffande dataunderlaget; några mer allvarliga brister har inte kunnat påvisas. Mer ingående metodredovisningar återfinns i de årligen utgivna rapporter som sammanfattar de huvudsakliga resultaten från varje undersökning (en methodsammanfattning för de SOM-undersökningar som utgör underlag för denna studie finns i Rönström 1995).

SOM-undersökningarnas förtroendemått

SOM-undersökningarna omfattar i huvudsak två olika frågor om människors förtroende för medierna.

Den ena frågan gäller förtroendet för olika *medietyper* och lyder: ”Hur stort förtroendet har Du för nedanstående svenska massmedier?”. Därefter följer en uppräkningslista av olika mediekategorier. Svarspersonerna får ta ställning till fem svarsalternativ: mycket stort förtroende, ganska stort förtroende, varken stort eller litet förtroende, ganska litet förtroende och mycket litet förtroende. Frågan har funnits med i SOM-undersökningen på riksnivå vid två tillfällen: 1990 och 1993. En motsvarande fråga, anpassad till de stora medieorganisationer som finns i Västsverige, fanns i Väst-SOM-undersökningen 1993.

Den andra frågan gäller människors förtroende för ett antal *samhällsinstitutioner*, bland annat massmedierna, och har funnits med i Riks-SOM-undersökningen varje år sedan starten. Den lyder: ”Hur stort förtroende har Du för det sätt på vilket följande samhällsinstitutioner och grupper sköter sitt arbete?”. Därefter följer en uppräkningslista av samhällsinstitutioner, bland annat dagspressen och radio/TV. (Åren 1987 och 1988 gällde frågan emellertid *journalisterna* inom dagspress respektive radio och TV.) Svarsalternativen ser ut på samma sätt som beträffande medietyperna. (1987 utgick varken-stort-eller-litet-alternativet.)

Förtroendet för journalisterna har också undersökts inom Väst-SOM-undersökningen utifrån ett institutionsperspektiv. Frågan gäller hur stort förtroende man har för det sätt som de yrkesgrupper, som är verksamma inom en rad institutioner, sköter sitt arbete. I stort, men inte helt, motsvarar dessa grupper de institutioner som förekommer i riksundersökningens institutionsfråga. Medierna representeras av journalister inom dagspress respektive TV.

Frågeformuleringarna

Frågeformuleringarna omfattar således begreppet *förtroende* som operativ term. Beträffande frågan om enskilda medietyper är frågeformuleringen rak och gäller klart och tydligt människors förtroende för dessa mediekategorier som helhet.

Beträffande frågan om förtroendet för medierna som institutioner gäller det förtroendet för hur institutionerna sköter sitt arbete. Det innebär en viss inskränkning jämfört med frågan om medietyper. Eftersom mina analyser av förtroendet för medieinstitutionerna i första hand är relaterade till hur dessa svarar mot normativa värden som gäller deras samhälleliga prestationer behöver inte detta vara ett problem. Studier av förtroendet för regeringen indikerar dessutom att en sådan frågeformulering inte hindrar att svarspersonerna tar ställning till institutionen i en vidare mening (Elliot 1991a).

Undersökta medier och medienivåer

I SOM-frågan om förtroendet för olika medietyper utgörs medieurvalet av de stora traditionella massmedierna. De presskategorier som studeras svarar mot en traditionell indelning av den svenska dagspressen: den lokala morgonpressen, kvällspressen och Stockholms riksspridda morgontidningar.

På etermediesidan täcker frågan public service-television, kommersiell TV, riksradio och regional radio. Svarspersonerna får uppge sitt förtroende för de programföretag som svarade för huvuddelen av verksamheten vid den tid undersökningarna utfördes: Sveriges Television (Kanal 1/TV2), TV4, riksradien och lokalradion/P4.

Detta innebär att för etermediernas del är de undersökta medietyperna mer konkreta än för pressens del. Detta svarar emellertid mot det utseende som etermediemarknaden haft fram till helt nyligen: för de flesta svenskar har begreppen television och radio under många år svarat mot Sveriges Television respektive Sveriges Radio.

I SOM-frågan om förtroendet för medierna på institutionsnivå får svarspersonerna ta ställning till medieinstitutionen uppbruten på två, något mindre abstrakta komponenter: dagspressen samt radio och TV. "Medierna" utgör förvisso ett etablerat begrepp, särskilt när det handlar om massmediernas roll i samhället, men eftersom dagspressen och etermedierna har så olika förutsättningar är det inte orimligt att betrakta dem som två åtskilda mediasystem. Att använda begreppen radio/TV och dagspress i stället för begreppet medierna torde dessutom underlätta svarspersonernas bedömning av sitt förtroende.

Båda begreppen har god förankring på systemnivå. TV-och-radio, eller etermedierna, utgör definitivt ett eget system i dagens samhälle. Dagspressen är något mindre självklart – här hade begreppet pressen möjligen varit mer lämpligt

eftersom detta är mer etablerat som systembeteckning. Min bedömning är emellertid att begreppet dagspressen har tillräckligt mycket av institutionaliserat system över sig för att kunna fungera i sammanhanget. Problemet här ligger i skillnaden mellan morgonpress och kvällspress. Som pressgrupper är dessa två tidningar mycket olika varandra, och dagspressen som begrepp är mer associerat till morgontidningarna. Detta är viktigt att tänka på vid analyserna.

Institutionsfrågan omfattar förutom etermedierna och dagspressen nio andra institutioner: regeringen, riksdagen, polisen, sjukvården, grundskolan, bankerna, storföretagen, försvaret och de fackliga organisationerna.

Svaren på enkätfrågor är kontextkänsliga. Med nödvändighet smyger det sig in ett visst mått av relativism – svarspersonerna bedömer sitt förtroende för en medietyp, eller en samhällsinstitution, i ljuset av de övriga medietyper och institutioner som frågan omfattar. Detta borde spela mindre roll beträffande medietyperna – dessa är i stort sett uttömmande, vilket innebär att utfallet inte är ett resultat av att enbart vissa kategorier ingått i frågan. Möjligen har det större betydelse för förtroendet för medieinstitutionerna. Det urval institutioner som frågan omfattar utgör en referensram för bedömningen av medierna. Att ta med institutioner från flera olika samhällssektorer kan emellertid neutralisera denna tendens.

Kontextberoendet är dessutom inte bara av ondo. Att förtroendet för medieinstitutionerna placeras in i en kontext med fler institutioner har fördelen att det lyfter fram institutionsperspektivet.

SOM-undersökningarnas förtroendefrågor gäller alltså i första hand förtroendet för medierna som generella typer och som institutioner. Därutöver innehåller Väst-SOM-undersökningarna frågor om förtroendet för enskilda medieorganisationer och journalister.

Svarsalternativen

Svarsalternativen är lagda efter en skala som innebär en kvantitativ skattning av förtroendet. Skalan är symmetriskt uppbyggd med alternativ av olika riktning ("mycket stort/litet" och "ganska stort/litet") kring en mittpunkt ("varken stort eller litet"). "Vet ej"- och "kan ej ta ställning"-alternativ saknas.

Förtroendet mäts således som en positivt definierad egenskap som man kan ha mer eller mindre av; skalan omfattar inte misstro. Det ligger nära till hands att utnyttja skalan för att göra en distinktion mellan sådana som har förtroende (stort förtroende) och sådana som mer eller mindre saknar förtroende (litet förtroende). Det är emellertid inte självklart att skalan har fungerat på det sättet. Skalor har en tendens att utgöra en ram, inom vilken de olika positionerna relateras till varandra i stället för till den text som beskriver positionernas substans.

Detta bör emellertid spela mindre roll för en skala som kontrasterar två så värdeladdade orienteringar (stort respektive litet förtroende) mot varandra. Risken blir större när det handlar om en skala som börjar med en nollposition och sedan kumulerar i en riktning.

I den utsträckning svarsalternativen ändå har använt svarsalternativen som relativa positioner bör detta endast ha haft betydelse för de mindre åsiktsintensiva svarspositionerna mot mitten av skalan, och dessutom i form av mindre förskjutningar mellan ”varken-eller” och ”ganska”. Det förefaller inte särskilt troligt, att svarspersoner vars förtroende bäst betecknas som ”ganska stort” i stället markerar svarsalternativet ”ganska litet”.

Av den anledningen har jag valt att ändå göra en distinktion mellan att ha och att sakna förtroende för att förenkla analyserna. Redovisningarna bygger i stor utsträckning på en indelning av svaren i tre grundläggande kategorier: stort förtroende, litet förtroende och varken stort eller litet förtroende. Stort förtroende kan sägas stå för *tilltro* och litet för *skepsis*.

Att en svarsperson använder sig av mittalternativet – varken stort eller litet förtroende – är lite problematiskt eftersom det kan tolkas på flera olika sätt. Det kan innebära att det förtroendet gäller saknar betydelse för personen och att en mer bestämd åsikt alltså inte kan genereras. Det kan innebära att det förtroendet gäller visserligen har betydelse, men att *förtroendet* har låg angelägenhetsgrad för svarspersonen. Det kan innebära att svarspersonen anser att både det förtroendet gäller och graden av förtroende visserligen i princip är av vikt, men att svarspersonen av andra anledningar inte kan eller vill ta ställning.

Detta gör att de som svarat varken-eller utgör en diffus grupp där det inte är självklart att de egentligen borde inordnas i skalan. Deras svar kan innebära att deras förtroende är större än ganska litet men mindre än ganska stort. Det kan också betyda att de ligger vid sidan av skalan.

Detta skapar problem i de fall jag för överskådlighetens skull behöver sammanfatta fördelningen över svarsalternativen med ett samlat mått på förtroendet. Som ett sådant sammanfattande mått har jag därför valt att använda mig av ett enkelt balansindex som lämnar andelen varken-eller-svar därhän: andelen stort förtroende totalt minus andelen litet förtroende totalt². Resultatet står för hur andelarna stort och litet förtroende förhåller sig till varandra – ett positivt balansvärde innebär ett överskott av stort förtroende, ett negativt ett överskott av litet. För enkelhetens skull betecknar jag det förra med *förtroendeöverskott* och det senare med *förtroendeunderskott*.

Fördelen med detta balansmått framför andra mer elaborerade index eller medelvärden är inte bara att jag slipper bekymret med den svårtolkade varken-eller-gruppen. Balansmåtts värde svarar dessutom mot något faktiskt och relevant hos förtroendepubliken: storleksordningen och tendensen hos den andel som inte uppvägs av sin förtroendemotsats. Måttet blir på så vis inte bara enkelt

att hantera och lätt att förstå; genom att ligga så nära materialet blir måttet också mer entydigt att tolka.

Att balansmättet inte utgör en fullvärdig indikator på storleksordningen av andelarna stort och litet förtroende kan kompenseras genom att dessa analyseras separat, liksom andelen varken-eller-svar.³

Validitet

Som ofta är fallet vid sekundäranalyser är de mått jag använder inte helt oproblematiske. Det finns vissa begränsningar i SOM-undersökningarnas förtroendemått, begränsningar som jag har diskuterat ovan. Å andra sidan är detta ett allmänt accepterat sätt att mäta människors förtroende i samhällsvetenskapliga sammanhang. I andra studier av förtroendet har frågorna oftast varit konstruerade efter samma princip som i SOM-undersökningen (se t ex Lipset och Schneider 1987; Parisot 1988; Listhaug och Wiberg 1995). Skillnaden olika förtroendestudier emellan ligger som regel i antalet svarsalternativ som svarsalternativen har att ta ställning till.

Att ett visst sätt att mäta förtroende är etablerat innebär emellertid inte att det med nödvändighet är tadelritt. Frågan är i vilken utsträckning det verkligen är möjligt att med hjälp av surveystudier fånga upp människors faktiska förtroende – för medier eller för något annat. Tidigare i framställningen har jag argumenterat för att förtroendet bör ses som en attityd av komplex natur och med förankring i relativt omedvetna skikt av människans mentala struktur. Detta innebär att de jämförelsevis grovhuggna mätmöjligheter som en survey erbjuder kanske är otillräckliga.

Jag har som utgångspunkt att det till viss del *är* möjligt att fånga upp människors förtroende med hjälp av sådana frågor som i SOM-enkäten. Som attityd torde förtroendet som regel ha en vital betydelse för individen. Detta medför att de flesta på ett relativt oproblematiske sätt kan ta ställning till hur mycket förtroende de har för ett givet objekt, om de uppmanas till det.

Mätinstrument av SOM-enkätens typ kan emellertid inte användas för att få en mer uttömmande och nyanserad bild av människors förtroende. Det kan enbart fånga upp sådana egenheter i förtroendet som är så pass påtagliga att individen lätt kan identifiera dem genom ett ögonblicks introspektion. Att ange hur stort eller litet förtroende man har är en sådan egenhet. Detta är emellertid tillräckligt för de analyser jag har för avsikt att redovisa.

En annan fråga gäller de variabler i SOM-undersökningen som jag använder för att belysa förtroendet för medierna. De enkätfrågor som dessa variabler baseras på är inte formulerade explicit för denna studie. Det innebär att frågornas konstruktion inte alltid stämmer med det som skulle varit mest ändamålsenligt för mina syften. Detta är emellertid ett oundvikligt problem vid sekundäranalys.

Lösningen ligger i att enbart arbeta med sådana variabler som erbjuder någorlunda valida mått, även om detta innebär att vissa tänkbara frågeställning får lämnas därhän.

Två typer av variabler som jag använder i stor utsträckning är dels demografiska variabler, dels medieanvändning. I huvudsak fungerar dessa mått tillfredsställande, men de är inte helt oproblematiske. I sin diskussion av validiteten av dessa mått pekar Reimer (1994a:117ff) bl a på följande svaga punkter:

Enkätfrågan om svarspersonens sociala klasstillhörighet rymmer flera olika aspekter på social grupp. Arbetare och egna företagare betraktas som klasser på lika villkor, akademiker och högre tjänstemän jämföras. Frågan om utbildning rymmer å sin sida enbart en dimension av utbildningsfaktorn (låg-hög), trots att typen av utbildning innebär värdefull information om individen sociokulturella förutsättningar. När det gäller användning av medier finns alltid risken att människor av prestigeskäl uppger en annan användningsfrekvens än vad som egentligen är fallet. Beträffande måttet på hur mycket man tar del av när det gäller olika programtyper i TV kan detta knappast tolkas bokstavligt, med tanke på det utbud som satellitmarknaden fört med sig. Det får i stället ses som ett mått på intresset att ta del av olika typer av innehåll.

Ett annat problem i samband med bakgrundsvariablerna gäller dataunderlagets storlek. Variabler som innehåller många variabelvärden, eller som mäter en företeelse med sned fördelning över de olika variabelvärdena, tenderar att resultera i att vissa grupper enbart består av ett litet antal svarspersoner i en del analyser. Detta innebär att man antingen får slå samman variabelvärden och därmed förgrova måttet, eller utesluta de variabelvärden som inte bärs upp av tillräckligt många svarspersoner och därmed helt tappa viss information.

Detta har blivit aktuellt i de fall då antalet svarspersoner i en grupp understiger 50. Då har jag, om inte annat särskilt anges, valt att antingen slå ihop denna grupp med en annan grupp eller att utesluta den helt ur analysen. Jag har använt den metod som jag bedömer mest lämplig i varje enskilt fall.

Att arbeta med befintliga data innebär alltid vissa begränsningar, både beträffande de mått på medieförtroende som står till förfogande och beträffande de frågeställningar som är möjliga att arbeta utifrån. SOM-undersökningens mått har vissa begränsningar, men min bedömning är att dessa begränsningar inte utgör något avgörande hinder för de analyser som redovisas i den fortsatta framställningen.

Det är emellertid viktigt att understryka att surveydata alltid innebär förenklingar av det man studerar. Surveyundersökningar är ingen exakt återspeglning av verkligheten; de är en kraftigt stiliserad karta över vissa aspekter av verkligheten, där återgivningen i stor utsträckning beror på vilka karttecken som används. Detta är viktigt att hålla i minnet.

Noter

1. De kommuner som ingår i Väst-SOM-undersökningen är Ale, Göteborg, Härryda, Kungsbacka, Kungälv, Lerum, Lilla Edet, Mölndal, Partille, Stenungsund, Tjörn och Öckerö. Svarsfrekvensen i Väst-SOM har som regel varit något lägre än i Riks-SOM.
2. Parisot använder samma typ av index i sin redovisning av förtroendet för olika samhällsinstitutioner (1988). Det underlag som Parisot använder omfattar emellertid inte något svarsalternativ som motsvarar mittalternativet "varken stort eller litet" i SOM-undersökningen.
3. Dessa andelar redovisas i bilagan, med undantag för de analyser som gäller samhällsförtroendet. Av utrymmesskäl har jag valt att inte bilägga dessa; de kan emellertid på begäran erhållas från författaren.

Steg I

Förtroendet för medierna

I denna första del av de empiriska analyserna redovisar jag allmänhetens förtroende för den lokala morgonpressen, Stockholms morgontidningar, kvällspressen, Sveriges Television (SVT), TV4, riksradiation och den delvis lokalt producerade radiokanalen P4 (f d lokalradiation). Detta svarar mot de medier med blandat innehåll som utgör stommen i det svenska massmediesystemet.

Kapitel 11 inleder redovisningen med en belysning av medieförtroendet med utgångspunkt i de olika mediernas egenskaper. I kapitel 12 är analyserna fokuserade på publiken och gäller olika individegenskapers betydelse för medieförtroendet.

Kapitel 11

Allmänhetens förtroende för massmedierna

I de empiriska analyserna av förtroendet för medierna tar jag fasta på två olika typer av förklaringsfaktorer (jfr analysmodellen i kapitel 6). Den ena gäller egenskaper som utmärker *medierna i sig*. Med sådana egenskaper menar jag mediernas strukturella villkor och sådana attribut som det råder relativ enighet om i allmänheten. Den andra typen av förklaringsfaktorer är sådana som är knutna till *individerna* och som betingar deras subjektiva uppfattning om medierna. Sådana faktorer handlar både om personegenskaper och subjektiva utvärderingar av olika mediekvaliteter.

Redovisningen i kapitel 11 omfattar analyser av allmänhetens förtroende för olika massmedier mot bakgrund av mediernas specifika egenskaper. I kapitel 12 studerar jag betydelsen av olika individegenskaper och deras betydelse för medieförtroendet.

Analyserna i detta kapitel rör:

- *andelarna* förtroende för de olika medierna
- förtroendeopinionens *struktur*
- förhållandet mellan förtroendet för *generella medietyper* och förtroendet för *konkreta medieorganisationer*
- hur allmänhetens *förtroendeprofil* ser ut när det gäller antal medier och olika typer av mediekombinationer.

Inledningsvis redovisar jag de teoretiska utgångspunkterna för diskussionen av resultaten av dessa analyser.

Utgångspunkter

Jag använder mig av följande egenskaper hos medierna när jag diskuterar mediefaktorns betydelse för förtroendet: räckvidd, etableringsgrad, förmedlingsteknologi, bevakningsnivå, innehållslig profil samt status och generell image.

Räckvidd

Förutsättningen för att ett medium skall kunna bli föremål för ett mer utbrett förtroende är att publiken känner till mediet, direkt eller indirekt. Medier med hög penetration i publiken har betydligt större möjligheter att skaffa sig en gedigen och mer utbredd förtroendemässig förankring än medier med mindre räckvidd – åtminstone när det gäller den del av förtroendet som baseras på erfarenhetskunskap. Medier med mindre spridning kan kompenseras av utbredd symbolkunskap, men sådan kunskap förutsätter som regel att mediet utmärks av någon speciell kvalitet, som skiljer den från övriga medier.

Morgontidningarna har sedan länge haft en mycket god spridning i Sverige. 1993 läste 73 procent av befolkningen mellan 9 och 79 år en morgontidning en genomsnittlig dag (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1995*). Läsningen består i huvudsak av lokaltidningsläsning. Spridningen av Stockholms morgontidningar utanför Stockholmsområdet är mycket låg. I början av 1990-talet läste sju procent av den utomstockholmska allmänheten *Dagens Nyheter* eller *Svenska Dagbladet* regelbundet minst fyra dagar i veckan, cirka 20 procent läste minst någon gång per vecka (Kratz 1991).

Kvällstidningarna läses i betydligt mindre utsträckning: 1993 nådde kvällspressen 29 procent av allmänheten en genomsnittlig dag. Läsningen är något högre i städer, framför allt i Stockholm, än i mindre orter och på landsbygden (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1995*).

1979 upphörde formellt ensamrätten för Sveriges Television, men först 1986 började utländska satellitkanaler etablera sig på den svenska TV-marknaden. Utbudet växte, men bl a språkliga barriärer och den långsamma uppkablingen av hushållen begränsade satellitkanalernas tillgänglighet. Vid årsskiftet 1987/88 inledde den skandinaviska kanalen TV3 sina sändningar, vilket betydde svensk-språkig satellit-TV i större skala. Den största utmaningen av public service-TV kom från TV4, som 1992 erhöll koncession att sända via marknätet och därmed fick samma räckviddspotential som SVT. TV4 är en svensk privatägd kommersiell kanal, som dock måste möta vissa grundläggande krav beträffande programinnehållet för att få tillgång till marknätet.

1993 nådde Sveriges Televisions båda kanaler var för sig 43 procent av befolkningen mellan 3 och 99 år en genomsnittlig dag. TV4, som bara hade sänt över marknätet en kort tid, nådde 36 procent (Findahl 1995).

Riksradios tre kanaler P1, P2 och P3 har mycket olika räckvidder. En genomsnittlig dag 1993 lyssnade 14 procent på P1, 3 procent på P2 och 31 procent på P3 (Björkqvist Hellingwerf 1995).

Som enskild kanal har lokalradiokanalen P4 större räckvidd än någon av de tre övriga kanalerna. Detta beror till stor del på den omorganisation som Sveriges Radio genomförde under början av 1990-talet. Lokalradion som form introducerades 1977, då som ett eget bolag inom Sveriges Radio-koncernen. Verksamheten bedrevs länsvis av regionala radiostationer och huvudsakligen i regio-

nala kanaler. 1991 integrerades de regionala kanalerna i en ny, rikstäckande kanal: P4. Här samsas nu de lokalt producerade och sända programmen med riksgemensamt material. 1993 inkorporerades verksamheten organisatoriskt i det omorganiserade Sveriges Radio.

1990 hade gamla lokalradion en relativt begränsad räckvidd – en fjärdedel av befolkningen lyssnade en genomsnittlig dag. I och med P4 ökade emellertid lyssnandet – 1993 nådde kanalen 45 procent av befolkningen en genomsnittlig dag (Björkqvist Hellingwerf 1995).

Etableringsgrad

Etableringen av ett medium i samhället är relaterad till mediets spridning och till den tidsrymd som mediet existerat, men också till andra villkor. Att ett medium är etablerat innebär att det är förankrat i allmänhetens föreställningar, på gott eller på ont. Människor känner till att mediet finns och har en uppfattning om vad det innebär och vad det står för. Föreställningarna om mediet får betraktas som relativt stabila.

Ett etablerat medium, med en klart definierad egenskapsprofil, är enklare att ha en uppfattning om än ett medium som inte är lika väl definierat. Detta gäller både för erfarenhetskunskapen och symbolkunskapen. Det etablerade mediet har också haft mer tid på sig att bli avdramatiserat, bekant, familjärt. Sådana kvaliteter kan vara viktiga för förtroendet med tanke på den laddning av trygghet som denna attityd omfattar.

De grundläggande tidningstyper som ryms inom den svenska dagspressen är alla väl etablerade. Några förändringar inom denna sektor när det gäller pressstyper har inte ägt rum på senare tid. På etermediemarknaden har det emellertid skett en påtaglig omstrukturering, både beträffande TV och radio. Det institutionaliserade public service-företaget Sveriges Television har fått konkurrens av nyetablerade programföretag, som arbetar utifrån annorlunda villkor och principer. Den svenska TV-publiken kan välja både svenska och internationella alternativ till SVT:s båda kanaler. Radiomarknaden har också förändrats, framför allt beträffande den lokala verksamheten. Dels centraliserades lokalradion till en rikstäckande Sveriges Radio-kanal, dels innebar avregleringen 1993 att kommersiella privatägda radiostationer fick tillstånd att bedriva lokal sändningsverksamhet.

Förmedlingsform

De grundläggande egenskaper som utmärker ett medium som kommunikationskanal är, som jag diskuterat i kapitel 8, av betydelse för förtroendet på många sätt. Dagspressens förmedlingsteknologi medger kritisk granskning från

publikens sida på ett annat sätt än etermediernas, vilket kan betraktas som en sårbarhet. Å andra sidan främjar de tryckta medierna kunskapsfunktionerna på flera sätt. Det finns indikationer på att information i tryckta medier är lättare att bearbeta och minnas (Findahl och Höijer 1984; Gunter 1987). Tryckta medier rymmer vidare en större informationsvolym och erbjuder en mer tillgänglig översikt av innehållet. En sådan förmåga att på ett bekvämt sätt förmedla överblick av omvärlden kan vara av vikt för förtroendet.

TV och radio å sin sida kan sägas främja kunskapsfunktionerna genom omedelbarheten och direktheten i förmedlingen. Etermedierna stimulerar till delaktighet på ett annat sätt än de tryckta medierna, både genom att föra in skendet i publikens egen sfär och skapa en illusion av direktkontakt med det som skildras, och genom att tillåta gemensam användning av mediet (Frith 1983; Scannell 1989; Thompson 1990). En sådan kvalitet av delaktighet ansluter till villkoren för den moderna människans ontologiska trygghet. Över huvud taget främjar etermediernas förmedlingsform utbyten som bygger på emotiva upplevelser och gemenskap (Meyrowitz 1985).

Bevakningsnivå

Mediernas nyhetsbevakning ligger på olika nivåer. Televisionens och riksradios nyhetsförmedling präglas i huvudsak av angelägenheter av nationellt intresse. De lokala nyhetetsinslagen är i storleksmässigt underläge. Kvällstidningarna har också en bevakningsnivå som är orienterad mot en generell riksnivå.

Stockholms morgontidningar är mer kluvna – de har uppenbara ambitioner att tillgodose en rikspublik samtidigt som de utgör lokalpress i Stockholmsområdet.

Den lokala morgonpressen har en utpräglat lokal fokusering, även om marknadsstrukturen innebär att bevakningen måste omfatta relativt stora områden. Viss rapportering av nationella och internationella nyheter finns, men denna har som regel en underordnad ställning. Lokalradios bevakningsområde är så gott som uteslutande inskränkt till den aktuella regionen.

Lokalt förankrade medier finns och arbetar i publikens närmiljö. De rör sig i omgivningarna som publiken är bekant med, de sysslar med frågor och omständigheter som direkt berör publiken och som publiken har egna, praktiska erfarenheter av. På så vis kan de lokala mediernas innehåll få en form av relevans för publiken som de riksomspännande medierna inte har samma möjlighet att uppnå.

Detta innebär inte bara att vissa typer av utbyten är lättare att utvinna av de lokala medierna. Detta skapar också en intimitet i relationen mellan publiken och lokalmedierna, en intimitet som bygger på närheten och de delade referensramarna. Som jag tidigare har anfört kan intimitetsbegreppet ges en särskild betydelse för förtroendet.

Samtidigt innebär publikens personliga erfarenheter av de omständigheter som de lokala medierna förmedlar en distans: Publiken är inte lika prisgiven åt medierna, utan kan förhålla sig mer granskande och kritisk till den information som förmedlas och det nyhetsurval som medierna gör. Detta gör att det blir lättare att ifrågasätta trovärdigheten.

Profil

Mediernas profil är både knuten till den typ av stoff som mediet presenterar och det sätt på vilket detta görs.

Inom pressen finns en distinktion mellan morgontidningarna och kvällstidningarna. Morgontidningarna tillskrivs en redovisningsplikt, som inte är lika giltig för kvällstidningarna. Morgontidningen skall informera om de händelser och tillstånd i samhället som anses viktiga och nödvändiga för människor att känna till (Hadenius och Weibull 1989). Detta har ofta gått hand i hand med en nyhetsjournalistik som eftersträvat en informativ och seriös framtoning, både beträffande nyhetsurval och presentation. Morgonpressen rymmer vissa variationer när det gäller graden av denna framtoning. I storstadstidningarna är som regel denna profil mer markerad än i lokaltidningarna.

Kvällstidningarna, som inte givits samma ansvar för medborgarnas generella samhällsorientering som morgonpressen, har delvis andra urvalsprinciper. Tonvikten i urvalet ligger på sådana nyheter, eller infallsvinklar på traditionella nyheter, som kan tänkas engagera eller beröra människor emotionellt, oavsett om de kan betraktas som viktiga ur ett samhällsperspektiv (jfr Weibull 1996).

Delvis som en följd av denna redaktionella policy och delvis som ett medvetet stilgrepp har kvällspressen utvecklat en journalistik som i mycket avviker från den traditionella morgontidningsjournalistiken. Detta gäller både redigering, språk och narrativ struktur¹. Kvällstidningarnas journalistik utmärks av att vara dramatisk, emotionellt orienterad och delvis provokativ.

Etermediernas profil präglades under många år av public service-ideologin. Avtalen mellan staten och programbolagen preciserade utbudets karaktär. I avtalet med Sveriges Television slås bl a fast att programutbudet skall tillgodose skiftande behov och intressen i publiken (detta gäller även mindre grupper), att det skall präglas av folkbildningsambitioner och att utrymme skall ges åt en mångfald av olika åsikter (§ 14). SVT har skyldighet att informera om och stimulera till debatt inom både samhälls- och kulturområdet och tillgodose olika intressen i fråga om bl a religion, kultur och vetenskap (§ 15) (*Avtal mellan staten och Sveriges Television AB gällande perioden 1993-1996*).

De kommersiella kanalerna har emellertid brutit upp denna profil, framför allt på TV-sidan. Utbudet här är betydligt mer präglad av förströelseinriktat stoff än vad public service-kanalerna är (Hultén 1996), nyhetsrapporteringen är mer

personinriktad och har en mer underhållande form (jfr Asp 1995b) och den genre som brukar betecknas talk shows ges ett större utrymme (Hultén 1996). Likheter mellan den kommersiella TV:ns profil och den profil som utmärker kvällspressen är påtagliga.

Status och sociokulturell image²

De nationellt baserade etermedierna, särskilt TV, åtnjuter ett betydande anseende. Att "ha varit i TV" inger som regel större respekt än att ha figurerat i lokaltidningen.

Sveriges Televisions höga status kan föras tillbaka på ett flertal omständigheter. En viktig sådan är associationerna till ställning som statlig myndighet genom mediets organisationsstruktur, ägarförhållanden³, reglering i lagar och avtal samt den tidigare monopolställningen på marknaden. Den officiella prägeln förhöjs ytterligare av statsmaktens betoning av public service-karaktären och allmänintresset.

TV har vidare genomsyrat nationen på ett sätt som tidigare medier inte klarat av: Kombinationen av rikstäckande utsändningar och populära programslag har skapat en nationell gemenskap, en tittarfamilj, som kunnat omfatta hela riket (Löfgren 1990)⁴. Detta innebär ett totalt samhällsligt genomslag samtidigt som publiken genom TV-tittandet kan känna delaktighet med de stora nationella angelägenheterna (Chaney 1986; Cardiff och Scannell 1987). En avancerad framtidsteknologi och en nyhetsbevakning som till stor del rör prestigemättade eller officiösa angelägenheter bidrar också till att ge TV den status och respekt som mediet otvivelaktigt har.

Denna status är inte lika påtaglig när det gäller de nyetablerade satellitkanalerna, även om TV-mediet i sig är statusladdat. Utbudsprofilen i dessa kanaler uppfattas ofta som mindre seriös än motsvarande profil i public service-TV. Den kommersiella basen kan ses som en tillgång av vissa grupper ("Valfrihet!") medan den utgör en besvärande omständighet för andra ("Populism!"). Detta oaktat kommer de förändringar som TV-marknaden genomgått i och med introduktionen av kommersiella kanaler sannolikt att förändra innebörden i begreppet TV i framtiden.

TV har status, men oavsett om det rör sig om SVT-kanaler eller satellitkanaler har emellertid TV en negativ image på många håll. Att titta på TV betraktas inte alltid som en fullt legitim sysselsättning. Både formen och programutbudet ses ofta som präglad av populism och publikfrieri. Både i kulturdebatten och i folkmun har man tillskrivit TV-tittande förflackande, till och med fördummande, konsekvenser (jfr uttrycket "dumburken").

Samma som gäller TV:s status kan i utspädd form sägas vara giltigt för riksradians. Här finns emellertid en betydligt mer utpräglad profilering mellan de

olika kanalerna. Att lyssna på radio har inte heller samma negativa image som TV-tittande kan ha. Radiolyssnande kan till och med betraktas som en kultur-gärning (åtminstone när det gäller P1 och P2).

Lokaltidningarna har inte samma status som TV och radio, men de åtnjuter en annan typ av prestige. Att läsa lokaltidningen är i viss mening ett erkännande av den ort man bor i och de människor man lever bland. Detta kommer tydligt till uttryck i sin negativa form: Att *inte* läsa lokaltidningen kan uppfattas som ett avståndstagande och ett uttryck för ointresse för omgivningen.

Tidningsläsning har en status i sig som kommer lokalpressen till godo eftersom lokaltidningarna är basen i den svenska tidningsläsningen. Att läsa sin dagliga tidning indikerar att man är en god medborgare, att man vill ha information om sakernas tillstånd och bryr sig om vad som pågår (jfr Reimer 1994a som visar att tidningsläsning har samband med hur etablerad man är, både i livet och i samhället).

Lokalradion har inte samma fördel. Lokalradion lider både av att sakna riksradios nationella status och lokaltidningens prestige. Imagen präglas av att vara provinsiell – och som regel innebär detta en låg sociokulturell laddning i Sverige.

Stockholms morgontidningar *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* har en dubbel karaktär. Dels utgör de den lokala morgonpressen i Stockholm, dels har de ambitionen att spela en framträdande roll i den nationella opinionsbildningen och det offentliga samtalet. Detta resulterar i en dubbel förankring. Den ekonomiskt betydelsefulla basen finns i den lokala Stockholmspubliken, som dock inte är morgontidningsläsare i samma utsträckning som allmänheten i övrigt. Basen för tidningarnas sociokulturella anseende finns i stor utsträckning i de grupper utanför Stockholm som läser tidningarna antingen som ett komplement till den lokala tidningen eller som ett alternativ. Denna grupp är emellertid som vi redan sett liten och läsningen här är i stor utsträckning koncentrerad till grupper med hög utbildning och hög kulturell status (Kratz 1991).

Trots att läsningen utanför Stockholm är begränsad, är *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* generellt kända som statustidningar. Imagen skiljer sig emellertid mellan de två publikgrupper där tidningarna har sin förankring: I Stockholm liknar imagen mer lokaltidningens, utanför Stockholm är den mer elitladdad.

Kvällspressen har en särställning bland svenska massmedier både när det gäller status och image. Trots att kvällstidningarna totalt har mycket stora upplagor och är spridda över hela landet, är både statusen och den sociokulturella imagen låg. I första hand får detta sägas hänga samman med den typ av journalistik som kvällstidningarna bedriver. Både till form och innehåll ansluter tidningarna till de tabloider som sedan länge funnits utanför Sverige, framför allt på kontinenten. Dessa har traditionellt haft låg status. När tidningsformen etablerades, avvek den markant från den befintliga dagspressen genom sin öppet kommersiella

målsättning, sin tillgängliga form och sin sensationsinriktade journalistik. Detta innebar ett brott mot de ambitioner som den traditionella dagspressen hade, och, framför allt, mot de värderingar som den traditionella dagspressens läsare stod för. Som begrepp kom tabloiderna – eller boulevardpressen som den också kom att kallas – således att få en negativ klang, trots att tidningarna fick stora publikframgångar. (Gustafsson 1996)

Även om de svenska kvällstidningarna inte är jämförbara med de internationella tabloiderna i alla avseenden, utgjorde också de ett avsteg från den etablerade dagspresskulturen och fick därmed känna av en stigmatisering⁵. Tidningarnas utmanande journalistik har bidragit till att hålla kritiken vid liv. I många avseenden är kvällstidningarna tidningarna vi älskar att hata. Att detta i stor utsträckning handlar om sociokulturella värderingar antyds inte bara av de stora upplagorna. Kvällspressen har i flera avseenden kommit att utgöra en modell för många morgontidningar beträffande redigeringsprinciper, språkhantering och journalistiska bedömningar. Trots detta är det inte ovanligt att stöta på föreställningen om kvällstidningen generellt som ett slags sämre tidning.

Som egenskaper kan således både mediets status och, framför allt, dess image sägas vara nära relaterad till den profil som mediet har.

En översikt av medieförtroendet

Inledningsvis redovisar jag en översikt av förtroendet för de olika medierna. Översikten omfattar en *rangordning* av medierna mot bakgrund av procentandelarna stort respektive litet förtroende bland allmänheten, en analys av hur förtroendet för olika medier *korrelerar* med varandra och en analys av *intensiteten* i förtroendet.

Förtroendestarka och förtroendesvaga medier

Den svenska allmänheten som kollektiv gör en klar åtskillnad mellan olika medier när det gäller förtroende. Oavsett om man tar utgångspunkten i stort förtroende eller i litet blir rangordningen densamma (tabell 11:1). Riksradiion och Sveriges Television får den gynnsammaste placeringen. 1993 hade 69 respektive 65 procent av befolkningen mycket stort eller ganska stort förtroende för svensk riksradiio och TV, medan endast 4 respektive 5 procent angav att de hade ganska litet eller mycket litet förtroende. Riksradiion skiljer sig från SVT genom att ha något högre andel som markerar att de har *mycket* stort förtroende.

Väger man samman andelarna stort och litet förtroende i ett balansmått blir detta värde högre för riksradiion och Sveriges Television än för övriga medier – +65 respektive +61. Den svenska allmänhetens förtroende för riksradiion och

den svenska public service-televisionen utgörs med andra ord av ett påtagligt förtroendeöverskott.

Tabell 11:1. Förtroendet för de svenska massmedierna 1993 (procent)

	Mycket stort	Ganska stort	Varken stort eller litet	Ganska litet	Mycket litet
Riksradiön	16	53	27	3	1
Sveriges Television	12	53	30	3	1
TV4	9	47	36	6	2
Den lokala morgonpressen	7	45	39	7	3
P4	9	37	43	7	4
Morgonpressen i Stockholm	4	24	54	10	8
Kvällspressen	2	13	38	28	19

	Stort totalt	Litet totalt	Balansvärde	Antal
Riksradiön	69	4	+65	1769
Sveriges Television	65	5	+61	1802
TV4	56	8	+48	1738
Den lokala morgonpressen	52	9	+43	1760
P4	46	11	+35	1740
Morgonpressen Stockholm	28	18	+10	1526
Kvällspressen	15	48	-33	1715

Anm: Med stort förtroende totalt avses förtroendepositionerna mycket stort och ganska stort förtroende, med litet förtroende totalt positionerna mycket litet och ganska litet förtroende. Balansmättet utgörs av andelen stort förtroende minus andelen litet.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för TV4, lokalpress och lokalradio är något lägre än förtroendet för riksradiö och SVT, men det är fortfarande tilltron, dvs andelen stort förtroende, som väger tyngst. Av dessa medier har TV4 det största förtroendet: Över hälften av svenska allmänheten (56 procent) uttryckte stort förtroende för TV4 vid mätningen 1993, medan 8 procent uppgav att de hade litet förtroende. Det ger ett balansmått på +48 – även det ett klart förtroendeöverskott.

En majoritet av svenskarna har också tilltro till den lokala morgonpressen – 52 procent uppgav att de har stort förtroende. Andelen litet förtroende är 9 procent, och balansmättet blir något lägre än för TV4 – +43. Den lokalanknutna Sveriges Radio-kanalen P4 har en förtroendebalans som ligger något lägre: +35. Något mindre än hälften av allmänheten säger sig hysa tilltro för P4 medan dryga 10 procent säger sig ha litet förtroende.

Etermedierna och lokalpressen har således en jämförelsevis genuin grund för förtroendet – flertalet säger sig ha stort förtroende för dessa medier. Stockholms morgonpress har inte samma förtroendeförankring i den svenska allmän-

heten i stort. 28 procent säger sig hysa tilltro till denna pressgrupp, medan de som uppger att de har litet förtroende uppgår till 18 procent. Det ger en mycket knapp positiv förtroendebalans på +10.

Den enda av de undersökta medietyperna som uppvisar ett förtroendeunderskott är kvällspressen. Nära hälften av allmänheten uppger att de har litet förtroende för kvällstidningarna medan 15 procent anger att de hyser stort förtroende. Det innebär en förtroendebalans på -33.

Det generella mönstret är således att de rikstäckande etermedierna, särskilt de etablerade, har högst förtroende, lokalmedierna något mindre förtroende men fortfarande med en god marginal tilltro, medan Stockholms morgontidningar och framför allt kvällspressen har minst förtroende bland allmänheten i stort.

Detta gäller genomsnittsvärdena för riket som helhet. Samma bild återkommer om man bryter upp riksmedelvärdena på olika regioner, men med vissa nyanseringar (tabell 1 i bilagan). De lokala medierna har starkare ställning i norra Sverige än i riket i övrigt. Stockholmarna har lägre förtroende än andra för samtliga medier, med undantag för de egna morgontidningarna. Riksmedelvärdet för Stockholms morgonpress är egentligen inte rättvisande, eftersom förtroendet för denna tidningstyp är betydligt högre i utgivningsregionen och betydligt lägre i större delen av övriga landet. I Stockholms län är balansvärdet +43, dvs i samma storleksordning som för lokalpressen generellt. Sedan faller förtroendet i stort sett med avståndet. I Sydsverige och Norrland ligger förtroendebalansen för Stockholms morgonpress på omkring -10.

Överlag förefaller det som om räckvidden för ett medium och allmänhetens förtroendet för mediet har ett visst samband, men spridningen kan inte sägas förklara förtroendet fullt ut. Däremot skulle man kunna tänka sig att storleksordningen av den andel som uppger att de varken har stort eller litet förtroende för mediet svarar mot mediets penetrationsgrad. Att inta en sådan varken-eller-position skulle kunna ses som ett uttryck för att man förhåller sig neutral till mediet eftersom man saknar närmare kännedom om det.

Men inte heller här är överensstämmelsen med mediernas spridning perfekt, även om det finns ett samband. Andelen varken-eller-svar återspeglar snarare förtroendebalansens förhållande till balansskalans nollpunkt: Andelen växer när förtroendeöverskottet minskar och balansvärdet närmar sig noll, för att sedan minska när förtroendeunderskottet tilltar.

Förtroendesambanden mellan medierna

Rangordningen av medierna är en tänkbar utgångspunkt för att diskutera betydelsen av olika mediefaktorer. En annan utgångspunkt kan tas i en korrelationsanalys. De likheter och olikheter som kan finnas i allmänhetens förtroendebe-

dömningar av olika medier utgör en fingervisning om vilka mediedimensioner som är av vikt⁶.

I tabell 11:2 har jag ställt upp de parvisa sambanden mellan de undersökta medierna i fallande storleksordning.

Tabell 11:2. Sambanden mellan förtroendet för olika medier 1993

	Pearsons r ¹
Sveriges Television – riksradien	.59
Sveriges Television – TV4	.58
Lokalpressen – Stockholms morgonpress	.44
TV4 – P4	.43
Riksradien – P4	.43
Sveriges Television – P4	.42
Riksradien – TV4	.39
Sveriges Television – lokalpressen	.38
Riksradien – lokalpressen	.35
Kvällspressen – TV4	.34
Lokalpressen – P4	.32
Riksradien – Stockholms morgonpress	.29
Lokalpressen – TV4	.28
Kvällspressen – P4	.28
Stockholms morgonpress – Sveriges Television	.25
Sveriges Television – kvällspressen	.25
Lokalpressen – kvällspressen	.23
Stockholms morgonpress – TV4	.14
Stockholms morgonpress – kvällspressen	.13
Stockholms morgonpress – P4	.10
Riksradien – kvällspressen	.09

1. Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendebedömningarna är mest likartade när det gäller dels de båda rikstäckande etablerade etermedierna, dels de två TV-medierna. Därnäst finns de största likheterna mellan de båda morgonpressgrupperna och mellan etermedierna generellt.

Mediernas förmedlingsmässiga grundform visar med andra ord en tendens att slå igenom i korrelationerna. Vi kan skönja en allmän etermediefaktor, en TV-faktor och en morgontidningfaktor. Men vi ser också antydning till en faktor som förefaller vara relaterad till graden av etablering och status: De kombinationer av etermedier och tryckta medier som bedöms mest likartat består av lokalpress å den ena sidan och någon av de etablerade rikstäckande etermedierna å den andra, dvs den svenska mediestrukturens traditionella och mest etablerade byggstenar.

Ytterligare en faktor som kan urskiljas är av helt motsatt karaktär. Kvällstidningarna och TV4 har uppenbarligen något gemensamt som gynnar vissa likheter i förtroendet, trots att förtroendeandelarna är olikartade. Det ligger nära till hands att se de båda mediernas likartade profiler som orsak till detta.

Det är inte bara höga samband som kan berätta något om vilka mediefaktorer det är som har betydelse. Låga samband, dvs oförenliga kombinationer, är också intressanta. De medier som har minst gemensamt beträffande förtroendebedömningarna är kvällspressen och riksradien. Stockholms morgontidningar å ena sidan och mindre traditionellt statusladdade medier som P4, kvällstidningarna och TV4 å den andra har inte heller de mycket gemensamt beträffande förtroendet.

Vi ser således indikatorer på att flera olika mediefaktorer tenderar att ha betydelse för förtroendet. I vissa fall är korrelationskoefficienterna dessutom relativt höga (.59 som mest). Men samtidigt visar korrelationerna att publiken i stora stycken förhåller sig till medierna som från varandra åtskilda objekt för förtroende.

Förtroendeintensitet

Konstruktionen av den enkätfråga, som redovisningen av förtroendet bygger på, medger att svarspersonerna uttrycker stort och litet förtroende antingen i en svagare variant (*ganska* stort eller litet förtroende) eller i en starkare (*mycket* stort eller litet förtroende). Förtroendet för ett medium kan med andra ord präglas av mer eller mindre intensitet i åsiktsstyrkan. Tabell 11:3 visar intensiteten mätt som de starka förtroendepositionernas andel av andelarna stort/litet förtroende totalt.

Tabell 11:3. Intensiteten i medieförtroendet 1993

	Stort förtroende	Litet förtroende
Riksradien	.23	.25
Sveriges Television	.19	.25
TV4	.16	.25
Den lokala morgonpressen	.13	.33
P4	.20	.36
Morgonpressen i Stockholm	.14	.44
Kvällspressen	.13	.40

Anm: Intensiteten utgörs av kvoten mellan andelen mycket stort/litet förtroende och den totala andelen stort/litet förtroende (dvs mycket plus ganska stort/litet förtroende). Observera att intensitetsvärdena beträffande litet förtroende bygger på relativt små andelar, framför allt för riksradien och Sveriges Television.

Det är rimligt att tänka sig, att ju mer extrem förtroendenivån för ett medium är, desto högre är intensiteten i attityden. Detta stämmer också till viss del, men bara beträffande andelen stort förtroende och inte utan undantag. När det gäller andelen litet förtroende tenderar intensiteten i stället att *öka* ju större andelen blir (och ju lägre förtroendebalansen blir).

Det mest påfallande är att intensiteten generellt är betydligt högre beträffande det låga förtroendet än beträffande det höga. Enkätunderlaget för andelarna lågt förtroende är visserligen litet (när det gäller riksradien och SVT mycket litet), men tendensen är genomgående. Lågt förtroende innebär som regel ett mer markerat ställningstagande än högt förtroende.

Några avsteg från det generella mönstret finns, både beträffande andelarna stort och andelarna litet förtroende. Förtroendet för kvällstidningarna visar som helhet en lägre intensitet än vad förtroendenivån indikerar. För P4 gäller motsatsen: intensiteten i förtroendet är något högre än förväntat.

Det hade varit frestande att anta att kvällstidningarnas låga image skulle ha tagit sig uttryck i en intensiv förtroendeopinion, men så är alltså inte fallet. Intensiteten i andelen litet förtroende är visserligen hög, men inte avsevärt högre än beträffande de lokala medierna och, intressant nog, något lägre än beträffande Stockholms morgonpress.

De som säger sig ha lågt förtroende för Stockholms morgonpress visar det högsta intensitetsvärdet. Fler av oss hyser förtroendeskepsis mot kvällspressen än mot Stockholms morgonpress, men de som hyser skepsis mot Stockholms-tidningarna gör det med mer engagemang. Detta är emellertid tydligast utanför Stockholm, där förtroendet för Stockholms-tidningarna är lägre än i utgivningsregionen (tabell 1 i bilagan). De icke-stockholmare som hyser skepsis mot *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* gör det med mycket större emfas än anhängarna. Det är inte självklart att detta är uttryck för Stockholms-tidningarnas elitladdning; det finns grupper som finner det angeläget att markera ett avståndstagande från huvudstaden av andra skäl än sociokulturella.

I Stockholm, där förtroendet för kvällstidningarna är lägst i landet, visar man starkare intensitet i förtroendeskepsisen mot kvällstidningarna än mot morgontidningarna. Här verkar kvällstidningarnas problematiska image få stort genomslag.

Stabilitet över tid

Förtroendet för medierna har bara undersökts vid två tidpunkter inom ramarna för SOM-undersökningen. Det innebär att den enda jämförbara mätpunkten vid sidan av 1993 års siffror är från 1990 – endast tre år tidigare.

Tre år är en relativt kort tidsrymd i sådana här sammanhang; å andra sidan har mycket inträffat på den svenska mediemarknaden under början av 1990-ta-

let. På etermediesidan byggdes satellit-TV-verksamheten ut, Sveriges Radiokoncernen rekonstruerades och lokalradioverksamheten fick nya former. Svenskarnas TV-tittande ökade under samma period. Denna ökning föll emellertid i stor utsträckning tillbaka på satellit-TV-tittande (Reimer 1994b). Räckvidden hos SVT:s båda kanaler minskade i stället något (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1995*; Findahl 1995).

Radiolyssnandet generellt ökade något 1990-1993, men detta berörde inte P1, P2 eller P3. Här minskade lyssnandet, framför allt beträffande P3 vars räckvidd minskade från 59 procent en genomsnittlig dag 1990 till 31 procent 1993 (Björkqvist Hellingwerf 1995). Det senare förklaras i stor utsträckning av att många lyssnare övergick till att lyssna på P4, som i samband med rekonstruktionen övertog ett antal populära programpunkter från P3. I den lokala P4-kanalen finns dels lokal radioproduktion, dels programinslag som tidigare låg i riksradios P3 och som nu utgör ett riksgemensamt utbud mellan lokalprogrammen, t ex *Ring så spelar vi*, *Svensktoppen* och stora delar av sportradions sändningar. P4 hade 1993 en räckvidd som var betydligt större än vad den gamla lokalradion hade.

Dagspressen fick under samma tid kännas vid krympande upplagor, framför allt kvällstidningarna, vars samlade upplaga minskade med 10 procent mellan 1990 och 1993, och Stockholms morgontidningar, som sammantaget minskade med nästan lika mycket (*TS-boken 1994*). Den totala läsningen av dagspress förändrades emellertid bara marginellt under samma period. Räckvidden för Stockholms morgontidningar minskade dock något mellan 1990 och 1993⁷. Publikens kontaktyta med dagspressen i stort kvarstod med andra ord intakt, men att en hel del människor avstod från att själva köpa tidningen eller prenumerera på den kan ses som en indikator på att dagstidningens prioritet inte är självklar i vissa grupper.

Mediesektorn har således genomgått flera förändringar mellan 1990 och 1993, särskilt etermedierna. Å ena sidan är det rimligt att tänka sig att detta återverkar på förtroendet. Å andra sidan torde förtroende vara mer trögrörligt än andra typer av bedömningar, t ex åsiktsopinioner. Att den tidsperiod som min jämförelse omfattar bara spänner över tre år innebär att man får vara försiktig med att tolka eventuella förändringar av förtroendesiffrorna som opinions skiften; snarare handlar det om en indikator på hur stabilt förtroendet för olika medier är.

Förtroendeandelar 1990-1993

Förtroendemåttet för *etermedierna* uppvisar vissa mindre olikheter 1990 och 1993 (tabell 11:4). Förtroendet för lokalradion 1990 var något högre än förtroendet för P4-kanalen 1993. Förtroendet för riksradien förändrades obetydligt

under samma tid. Förtroendet för svensk TV ligger på oförändrad nivå 1990 och 1993.

Tabell 11:4. Förtroendet för medierna 1990 och 1993 (procent)

	1990	1993	Differens 1990/1993
Riksradion			
Stort förtroende	75	69	-6
Litet förtroende	4	4	0
Varken-eller	21	27	+6
Balansvärde	+72	+65	-7
Sveriges Television			
Stort förtroende	67	65	-2
Litet förtroende	6	5	-1
Varken-eller	28	30	+2
Balansvärde	+61	+60	-1
Lokalradion/P4			
Stort förtroende	59	46	-14
Litet förtroende	9	11	+2
Varken-eller	32	43	+11
Balansvärde	+51	+35	-16
Den lokala morgonpressen			
Stort förtroende	61	52	-9
Litet förtroende	6	9	+3
Varken-eller	33	39	+6
Balansvärde	+55	+43	-12
Morgonpressen i Stockholm			
Stort förtroende	33	28	-5
Litet förtroende	14	18	+4
Varken-eller	54	54	0
Balansvärde	+19	+9	-10
Kvällspressen			
Stort förtroende	19	14	-5
Litet förtroende	44	48	+4
Varken-eller	38	38	0
Balansvärde	-25	-33	-8

Anm: Dataunderlaget från 1993 är anpassat till urvalsprinciperna 1990, vilket innebär att utländska medborgare och åldersgruppen 76-80 är exkluderade. För fördelningen över samtliga svarsalternativ och antalet svarspersoner 1990, se tabell 2 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1990 och 1993 (riks).

Omväljningarna inom etermediesektorn och de traditionella kanalernas krymp-
ta räckvidder avsatte med andra ord inte några mer påtagliga spår i allmänhe-
tens förtroende under 1990-talets inledande år; i annat fall borde förtroende-
skillnaderna mellan 1990 och 1993 vara större.

Förtroendet för radio förefaller emellertid vara något mindre stabilt än förtroendet för TV. Detta skulle kunna vara ett uttryck för den specifika förändring som radions organisatoriska omstrukturering innebar och som fick till följd att många lyssnare fick byta stamkanal⁸. Det skulle också kunna vara en tillfällig effekt av nyordningen – att P4:s profil inte hunnit bli etablerad hos publiken.

I själva verket är emellertid inte förtroendet så stabilt som medelvärdena i tabell 11:4 antyder; bryter man upp förtroendet för medierna 1990 och 1993 på olika befolkningsgrupper visar det sig att det har skett en viss omstrukturering av SVT:s förtroendepublik. Tonåringarna visar betydligt lägre förtroende för SVT 1993 än vad de gjorde tre år tidigare, medan de äldre visar betydligt högre förtroende⁹ (tabell 3 i bilagan). SVT är det enda mediet som uppvisar en sådan inkonsistens – för övriga medier gäller att förändringarna mellan 1990 och 1993 visar samma tendens i praktiskt taget samtliga befolkningsgrupper.

Även för *dagspressen* kan man se en skillnad mellan förtroendenivån 1990 och motsvarande nivå 1993. Räknet i balansmåttenheter förändrades förtroendebalanserna ungefär lika mycket för samtliga tidningstyper – vilket innebär att förtroendet för dagspressen varit ungefär lika rörligt som förtroendet för riksradiation, men något mer stabilt än förtroendet för lokalradion.

Lokaltidningarna minskade något mer i förtroende mellan de två mät-punkterna än vad Stockholms morgonpress och kvällstidningarna gjorde. Skillnaden är inte speciellt stor, men den är lite anmärkningsvärd med tanke på att det är lokalpressens upplagor som varit mest stabila medan både Stockholms morgontidningar och kvällstidningarna tappat i upplaga och morgontidningarna dessutom i räckvidd.

Förtroendesambanden mellan medierna 1990-1993

Även om mediernas förtroendeandelar endast förändrades i relativt liten utsträckning mellan 1990 och 1993, har människor börjat göra större förtroendemässig åtskillnad mellan etermedierna. Korrelationerna mellan Sveriges Television, riksradiation och lokalradion försvagades nämligen under samma period (tabell 11:5).

Tillkomsten av nya TV- och radioformer har sannolikt inneburit att TV och radio inte längre betraktas som lika homogena företeelser som tidigare. Begreppen TV och radio har börjat att differentieras, liksom förtroendet.

Samtidigt förefaller både SVT:s och riksradiations public service-profil att markeras ytterligare. De största förändringarna av korrelationerna finns mellan riksetermedierna och den typ av press som mest kan sägas utgöra en motpol till den icke-kommersiella public service-imagén, dvs kvällspressen.

Sambandet mellan lokalpressen och lokalradion visar också en viss försvagning, sannolikt ett utfall av lokalfaktorn: P4 har en mindre utpräglad lokal profil än gamla lokalradion.

Tabell 11:5. Sambanden mellan förtroendet för olika medier 1990 och 1993

	Pearsons r ¹	
	1990	1993
Sveriges Television – riksradiation	.70	.61
Sveriges Television – lokalradiation	.50	.44
Riksradiation – lokalradiation	.50	.43
Riksradiation – lokalpressen	.43	.37
Sveriges Television – lokalpressen	.42	.41
Lokalpressen – lokalradiation	.40	.32
Lokalpressen – Stockholms morgonpress	.37	.41
Sveriges Television – kvällspressen	.33	.22
Riksradiation – Stockholms morgonpress	.32	.28
Kvällspressen – lokalradiation	.28	.28
Lokalpressen – kvällspressen	.25	.22
Sveriges Television – Stockholms morgonpress	.24	.27
Stockholms morgonpress – kvällspressen	.16	.12
Riksradiation – kvällspressen	.16	.07
Stockholms morgonpress – lokalradiation	.13	.10

1. Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån utom korrelationen riksradiation-kvällspressen som är signifikant på .01-nivån.

Anm: Värdena för 1993 är beräknade utifrån ett underlag som är jämförbart med 1990 års undersökning, vilket innebär att 1993 års siffror skiljer sig något från siffrorna i tabell 11:2.

Källa: SOM-undersökningarna 1990 och 1993 (riks).

De enda små tendenserna till stärkta samband finns mellan förtroendet för de två grupperna av morgontidningar och mellan förtroendet för SVT och Stockholms morgonpress. Att morgontidningarna profileras som en gemensam typ av medier på en marknad som i övrigt förändras hastigt är inte överraskande. Det är snarare lite anmärkningsvärt att korrelationen inte ökat mer än marginellt.

Jämförelse med tidigare mätserier

Även om de små förändringar som medieförtroendet visar mellan 1990 och 1993 är intressanta, består grundmönstret i rangordningen av medierna. Frågan är hur denna rangordning såg ut före 1990-talet.

Jag har inte stött på någon tidigare mätserie beträffande den svenska allmänhetens förtroende för de olika medierna. Det saknas med andra ord uppgifter som är jämförbara med de data som samlats in inom SOM-undersökningen. Däremot finns mätningar över tid som gäller trovärdighets- och tillförlitlighetsbedömningar av medier. Både Sifo och Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar har utfört återkommande mätningar av svenska allmänhetens bedömningar av medierna när det gäller tillförlitligheten av de uppgifter som medierna

förmedlar. Mätningarna gjordes mellan 1967 och 1980 och finns redovisade i Arvidson 1977 och 1981.

I brist på ett mer adekvat jämförelsematerial får jag använda dessa data som en fingervisning om hur allmänheten tidigare förhållit sig till medierna. Eftersom dessa data inte explicit tar mått på förtroendet blir siffrorna i sig mindre intressanta; det som kan tjäna som jämförelsegrund är skillnaderna mellan olika medier och den allmänna tendensen i utvecklingen mellan 1960-talet och 1990-talet.

När det gäller åsikten om hur mycket missvisande uppgifter som förekommer i medierna betraktades radio och TV med mer gynnsamma ögon än pressen under hela 1970-talet, radio konstant som något mer trovärdig än TV. Morgontidningarna skattades som något mindre trovärdiga och kvällspressen fick sämst utfall. (Arvidson 1981:43)

Det är således samma grundläggande rangordning som sedan återkommer både 1990 och 1993 beträffande förtroendet för medierna.

När det gäller utvecklingen över tid är det svårt att för etermediernas del uttala sig om förändringar mellan de enskilda mätpunkterna, eftersom mätserien bygger på flera olika typer av undersökningar. Det förefaller emellertid som om synen på etermediernas trovärdighet genomgick en omsvängning vid ingången till 1970-talet. Vid mätningar av vilket medium man skulle välja att tro på om medierna redovisade motstridiga uppgifter föredrog många TV framför radio både 1967 och 1969. 1973 hade förhållandet svängt – då rangordnades radio framför TV på samma sätt som när det gällde förekomst av missvisande uppgifter. (Arvidson 1977:35)

Beträffande dagstidningarna visar undersökningarna av allmänhetens bedömning av trovärdigheten att synen på morgontidningarna varierat påtagligt mellan 1969 och 1980. Morgonpressen har emellertid genomgående betraktats som mindre trovärdig än etermedierna och mer trovärdig än kvällstidningarna, som visat mer stabilitet över åren. (Arvidson 1981:43)

Att bedömningarna av de olika medierna kan skifta betydligt över tid är med andra ord inte något ovanligt. Variationerna är emellertid aldrig så omvälvande att de kullkastar den grundläggande principen om etermedierna som mest gynnsamt och kvällstidningarna som minst gynnsamt bedömda. Däremot förefaller det som om enskilda medier kan genomgå omvärderingar, som exemplet TV visade i de tidigare mätningarna¹⁰.

Specifika medier och generella medietyper

Hittills har redovisningen av förtroendet för lokaltidningar, kvällstidningar och lokalradio gällt dessa medier i form av allmänna medietyper. Att bedöma en ge-

nerell kategori av medier är emellertid inte samma sak som att bedöma en specifik medieorganisation med ett konkret utbud. Särskilt gäller detta medier som bedömaren själv kan ha egen erfarenhet av.

Inom ramarna för SOM-undersökningen undersöks västsvenskarnas förtroende för ett urval av de medieorganisationer som finns representerade i Göteborg med kranskommuner. Medieurvalet omfattar både lokala medier och riksmidier. Detta ger mig möjlighet att jämföra svenskarnas förtroende för lokalpress, kvällspress och lokalradio generellt med västsvenskarnas förtroende för den regionala morgontidningen, tre specifika kvällstidningar och Göteborgs lokala public service-radiostation.

I tabell 11:6 jämförs de riksrepresentativa balansmåten från tabell 11:1 med motsvarande balansmått från väststudien.

Tabell 11:6. Förtroendet för medierna i Göteborgsregionen respektive riket som helhet 1993 (balansmått)

	Göteborgs-regionen	Riket som helhet
Sveriges Television	+76	+61
Riksradiön	+73	+65
Göteborgs-Posten/ den lokala morgonpressen	+65	+43
TV4	+62	+48
Radio Göteborg/P4	+39	+35
Idag	-4	*
Aftonbladet	-24	*
Expressen	-37	*
Kvällspressen	*	-33

* Ingår ej i undersökningen.

Källa: Väst-SOM-undersökningen 1993, SOM-undersökningen 1993 (riks).

En första iakttagelse är att den rangordning vi kunde se i riksstudien i grova drag består också på den regionala nivån. De riksbaserade etermedierna får störst förtroende, den lokala morgontidningen *Göteborgs-Posten* och TV4 placerar sig i en grupp därefter, sedan lokalradiokanalen Radio Göteborg och sist de i Göteborg förekommande kvällstidningarna *Idag*, *Aftonbladet* och *Expressen*.¹¹

Några smärre förskjutningar finns i rangordningen jämfört med riksunderlaget, men skillnaden gäller framför allt balansvärdenas storlek, som generellt är högre i väststudien¹². Och, intressant nog, framför allt gäller detta de lokala, specifika tidningarna, som får påtagligt högre förtroende i väststudien.

Detta kan uppfattas som en indikator på att den konkreta bekantskapen med mediet stimulerar förtroendet. Men denna effekt förefaller vara större på förtroendet för tidningarna än på förtroendet för lokalradion: Att ta ställning till *Göte-*

borgs-Posten och *Idag* i stället för lokalpress och kvällspress generellt höjer förtroendet mer än att ta ställning till Radio Göteborg i stället för P4. Till viss del kan det högre förtroendet för *Idag* förklaras av att denna tidning har en mer omfattande räckvidd i Göteborgsområdet än vad de övriga kvällstidningarna har. Men även efter kontroll för räckvidd får *Idag* högre förtroende än de övriga tidningarna, inte bara bland de egna läsarna utan också både bland regelbundna *Expressen*-läsare och bland dem som inte läser någon kvällstidning alls. Det är bara *Aftonbladets* läsekrets som sätter "sin" tidning framför *Idag* när det gäller kvällstidningsförtroende i Västsverige (tabell 4 i bilagan).

Förtroendeprofiler

En uppställning av medierna efter andelarna stort och litet förtroende visar bara hur de differentieras i förhållande till varandra, dvs vilka medier som har mer eller mindre förtroende än andra medier hos allmänheten. Av en sådan rangordning framgår emellertid inte hur människors förtroendeprofiler är uppbyggda när det gäller urvalet medier.

I detta avsnitt redovisar jag hur dessa förtroendeprofiler ser ut, dels när det gäller *antalet* medier man samtidigt hyser eller saknar förtroende för, dels vilka *kombinationer* av medier som är vanligast när det gäller tilltro.

Antalet medier

När det gäller *stort förtroende* för medier har en mycket liten grupp entusiaster (tre procent) tilltro till samtliga sju medier som ingår i undersökningen (tabell 11:7). 28 procent har tilltro till minst fem medier, nästan hälften till minst fyra. Den vanligast förekommande förtroendeprofilen omfattar tilltro till fyra olika medier – en femtedel av allmänheten faller i denna grupp. 15 procent av allmänheten hyser inte tilltro till något av de stora medier som ingår i SOM-undersökningen.

Förtroendeskepsisen är begränsad till ett mindre antal medier. Här är dessutom det vanligaste att inte ha bristande förtroende för något medium alls – nära hälften av förtroendepubliken bidrar inte alls till förtroendeskepsisen mot de svenska medierna. 31 procent sträcker sig till att ha litet förtroende för ett enskilda medium och 12 procent för två medier. 90 procent av allmänheten faller således innanför strecket att ha litet förtroende för högst två medier. En mycket marginell del av allmänheten (1 procent) säger sig ha litet förtroende för samtliga undersökta medier.

Tabell 11:7. Antal medier som allmänheten har stort respektive litet förtroende för 1993

Antal medier	Procent av allmänheten med stort förtroende	Procent av allmänheten med litet förtroende
7	3	1
6	8	1
5	17	1
4	20	2
3	16	6
2	12	12
1	9	31
0	15	47

Genomsnittligt antal medier som allmänheten har *s t o r t* förtroende för: 3.15.

Genomsnittligt antal medier som allmänheten har *l i t e t* förtroende för: 0.99.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Den skepsis som finns gäller alltså inte medier generellt, utan är i hög grad koncentrerad till vissa enstaka medier. Tilltron däremot är fördelad över flera medier.

Denna skillnad förefaller emellertid vara på väg att luckras upp. 1990 visade det samlade medieförtroendet något större spridning över olika medier när det gällde tilltron och något mindre spridning när det gällde skepsisen (tabell 5 i bilagan). 1990 hade allmänheten tilltro till i medeltal 3,10 medier, 1993 har motsvarande värde sjunkit till 2,70. 1990 hyste man litet förtroende för i medeltal 0,85 medier, tre år senare för i medeltal 0,94.

Mediekombinationer

Tilltron är således mer spridd över olika medier än förtroendeskepsisen. Frågan är då vilka konkreta mediekombinationer allmänheten favoriserar (tabell 11:8).

Undantar vi de medier som inte har någon mer påtaglig förtroendeförankring i allmänheten som helhet (Stockholms morgonpress och kvällstidningarna), är det vanligast att ha stort förtroende för *samtliga* återstående medier: 20 procent har samtidigt tilltro till lokalpressen, Sveriges Television, TV4, riksradien och P4. Det som är närmast vanligast är att inte ha tilltro till *något* av dessa medier (16 procent).

Av de övriga möjliga förtroendekombinationerna är det ingen som får någon större anslutning; i stället förekommer en stor mängd förtroendekombinationer som följaktligen alla har relativt (eller mycket) få företrädare bland allmänheten. Två mediekombinationer framstår emellertid som något mindre ovanliga än andra. Den ena omfattar samtliga etermedier, den andra lokalpressen tillsammans med de tre rikstäckande etermedierna. Att kombinera tilltro till lokalpressen

med tilltro till de etablerade riksetermedierna förekommer också emellanåt, liksom att enbart hysa tilltro till de rikstäckande etermedierna.

Tabell 11:8. De vanligaste mediekombinationerna när det gäller stort förtroende 1993

Mediekombination ¹	Procent av allmänheten
Samtliga medier	20
Inget medium	16
SVT, TV4, riksradiation och P4	9
Lokalpressen, SVT, TV4 och riksradiation	8
SVT, TV4 och riksradiation	5
Lokalpressen, SVT och riksradiation	5

1. Stockholms morgonpress och kvällspresen ingår inte i de möjliga kombinationerna.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Lägger vi samman de delar av publiken som ansluter sig till någon av de ovan nämnda tilltroprofilerna med dem som antingen har stort förtroende för samtliga medier eller som saknar tilltro till medier, täcker vi ändå bara 63 procent av allmänheten. Övriga har en tilltroprofil som svarar mot någon av de övriga 26 möjliga mediekombinationerna som alla kan räkna in mellan 1 och 4 procent av publiken som bas.

Det finns således inte några självklara förtroendekombinationer. Svenskarna har gärna stort förtroende för flera medier samtidigt, men förtroendeprofilerna svarar inte mot någon dominerande mall. Det vanligaste är att antingen ha tilltro till medier generellt eller inte ha tilltro till medier generellt, även om inte heller denna ansats kan sägas vara på något sätt dominerande.

Frågan är om denna benägenhet fanns tidigare, eller om den kan ses som en följd av mediemarknadens strukturomvandlingar. Marknadsförutsättningarna för de befintliga medierna har inte bara förändrats, det har dessutom tillkommit nya medier. Att mediemarknaden differentierades fick i vissa avseenden sannolikt konsekvenser för korrelationerna mellan förtroendet för olika medier (se tabell 11:2). Det vore inte ologiskt om det också bidragit till att splittra förtroendebilden när det gäller vilka medier som är mest aktuella som föremål för allmänhetens tilltro.

Så verkar emellertid inte ha varit fallet. Rangordningen av de vanligaste förtroendekombinationerna är identisk 1990 och 1993, fränsett TV4 som inte ingick i 1990 års undersökning (tabell 6 i bilagan). Andelen som har tilltro till samtliga fem medier sjunker, men det får ses som en naturlig följd av den allmänna tendensen för förtroendet. I övrigt fick de vanligaste mediekombinationerna i stort sett lika stora andelar 1990 som de hade 1993 samtidigt som spännvidden av kombinationer var omfattande.

Summering och diskussion

De rikstäckande etermedierna är de medier som har högst förtroende bland allmänheten. De lokala medierna ligger på en lägre förtroendenivå, men de har ändå betydligt högre förtroende än vad Stockholms riksspridda morgonpress och kvällstidningarna har generellt. (Förtroendet för Stockholms morgontidningar är emellertid av samma storleksordning som förtroendet för lokalpressen i det område där de fungerar som just lokaltidningar, dvs Stockholmsområdet.)

Denna rangordning av medierna kan tas som utgångspunkt för en diskussion av vilka medieegenskaper det är som har betydelse för förtroendet för medierna.

Räckvidden hos ett medium tenderar att vara relaterad till det generella förtroendet för mediet, men räckvidden i sig avgör på intet sätt förtroendenivån. Av de undersökta mediekategorierna får lokalpressen som tidningsgrupp sägas ha den största spridningen. Men det är riksradiön och SVT som får det största förtroendet, medier som också har stor räckvidd men som inte penetrerar allmänheten på samma sätt som lokaltidningarna gör.

Högst räckvidd är således inte synonymt med högst förtroende. Lägst räckvidd är inte heller detsamma som lägst förtroende. Stockholms morgontidningar har mycket liten räckvidd ute i landet, men även i dessa regioner är det kvällspressen som har lägst förtroende. Förtroendet för kvällstidningarna är allra lägst där de är mest lästa: i Stockholm.

Att förtroendenivåerna inte överensstämmer fullt ut mot mediernas räckvidd är inte direkt överraskande – det är inte rimligt att det uteslutande är kvantiteten egna erfarenheter av mediet som bestämmer förtroendet. Människors erfarenhetsmässiga kontaktyta med mediet förefaller visserligen inte sakna betydelse, men det finns fortfarande gott om utrymme för andra faktorer att göra sig gällande beträffande förtroendet – på gott och på ont.

Etermedierna generellt förefaller att ha ett övertag i förhållande till de tryckta medierna när det gäller förtroende. Frågan är om detta beror på *medieformen* eller om det är andra faktorer som ligger bakom.

Att en nyetablerad kanal som TV4 på mycket kort tid fått höga förtroendandelar pekar mot att TV som medieform avlockar människor förtroende. Utöver etableringsgraden är det mycket som skiljer TV4 och SVT åt som TV-kanaler, t ex policy, profil och status. Trots detta kunde TV4 tillgodoräkna sig stort förtroende hos över hälften av svenskarna endast ett år efter det att kanalen börjat sända över marknätet.

Ett alternativt synsätt är att ta fasta på att TV4 trots detta *inte* fått lika högt förtroende som SVT och se just skillnaderna beträffande *etableringsgrad* och *profil* som orsak till detta.

Tar vi ändå fasta på likheten i förtroendenivåer mellan SVT och TV4 kan man också tänka sig att förtroendet för TV4 är en överföring av det höga förtroendet för SVT. Förtroendet för SVT behöver i sin tur inte primärt vara ett

uttryck för TV-mediets teknologi och förmedlingsform, utan för den svenska public service-televisionens höga *status*. Detta höga förtroende kan sedan ha smittat av sig på TV4, trots dess kommersiella karaktär. Trots alla skillnader är TV4 i likhet med SVT en rikstäckande TV-kanal med ett utbud som omfattar samma programkategorier som SVT, om än i andra proportioner och med anorlunda framtoning.

Att förtroendet för radiokanalen P4 är betydligt lägre än förtroendet för riksradien pekar också på att betydelsen av grundform inte är avgörande. Lokalradien skiljer sig från de övriga etermediekanalerna på flera sätt: Genom en lokal bevakningsnivå, genom att ha en annan status och sociokulturell image och kanske också genom att inte vara riktigt lika etablerad som de övriga radiokanalerna (även om lokalradio som form funnits sedan 1970-talet är P4 som kanal ny).

Det förefaller rimligt att anta att det främst är *lokalfaktorn* som ligger bakom den lägre förtroendenivån för P4. Oavsett om det rör sig om tryckta medier eller etermedier får de lokalt inriktade medierna snarlika förtroendeandelar, andelar som är lägre än för de stora riksmidierna. Tillsammans med hög räckvidd förefaller riksnivå ha en påtagligt gynnande effekt på den förtroendemässiga rangordningen. Huruvida rangordningen också handlar om grundläggande medieform (att det rör sig om etermedier), eller om det i första hand är ett utslag av bevakningsnivån är svårt att säga. Eftersom den svenska mediemarknaden saknar ett tryckt medium med samma spridning och bevakningsnivå som TV och riksradio kan man inte göra sådana jämförelser full ut.

Att lokalfaktorn i viss utsträckning förefaller hämma förtroendet kan bero på att människor har större kännedom om det som redovisas i nyhetsrapporteringen i de lokala medierna, och därmed har lättare att upptäcka de felaktigheter som kan förekomma i all nyhetsförmedling. Men det ligger också nära till hands att relatera detta till de faktorer som rör *status* och *sociokulturell image*.

Lokalt förankrade medier har inte samma status som riksmidierna. (Själv begreppet "riks" är laddat med status i den svenska kulturen. Att en inrättning betecknas med termen riks konnoterar inte bara nationell angelägenhet utan också hävdvunnen officiell legitimitet. Man kan leka med tanken att detta kan vara en del av anledningen till att riksradien får aningens högre andelar förtroende än Sveriges Television.) Att TV4 så smärtfritt skaffat sig ett förtroendeöverskott som är större än de lokala mediernas bör ses mot den bakgrunden.

Status kan således förklara att lokalradiens förtroende är mindre än de rikstäckande etermediernas. Men samtidigt är lokalradiens status, och framför allt sociokulturella image, sämre än de lokala morgontidningarnas. Tilltron till P4 är visserligen något lägre än tilltron till lokalpressen, men frågan är om skillnaden i status och image egentligen inte borde föranleda en ännu större skillnad. Möjligen kan den relativa likheten mellan lokalradien och lokalpressen när det gäller förtroende ses som en indikator på den grundläggande förmedlingsformens

betydelse – att P4 är en etermediekanal kompenserar underläget beträffande status och image.

Betydelsen av status illustreras tydligast av förtroenderangordningens övre hälft, betydelsen av sociokulturell image av rangordningen nedre del. Utgår vi från att Stockholms morgonpress bara värdesätts kulturellt i mycket begränsade kretsar i landet som helhet, innebär det att de tre medietyper som kan sägas ha den minst gynnsamma generella imagen – lokalradion, Stockholms morgonpress och kvällstidningarna – också samlar lägst förtroendeandelar hos svenska allmänheten. Statusen väger lättare än den sociokulturella laddningen.

Detta syns tydligast i förtroendet för tidningarna. *Dagens Nyheter* och *Svenska Dagbladet* har relativt hög status, men denna status överflyglas av att de båda tidningarna inte har någon speciell sociokulturell betydelse för flertalet svenskar. Kvällstidningarna kan tillgodoräkna sig fördelen av att vara mer spridda än DN och SvD samtidigt som deras bevakning ligger på riksnivå, men kvällstidningarnas låga sociokulturella image näst intill utplånar spridningsfaktorns och riksfaktorns betydelse för förtroendet

En jämförelse mellan förtroendenivåerna för de *generella medietyperna och specifika medieorganisationer* pekar mot att tidningarna får högre förtroende på konkret organisationsnivå medan den lokala radiokanalen inte påverkas av detta. Den konkreta formen och den lokala anknytningen i innehållet kan vara anledningen till att förtroendet för specifika lokala tidningar är högre än förtroendet för lokalpressen som medietyp, men detta borde i så fall även ha gjort sig gällande för lokalradion. Det förefaller som om det här snarare handlar om status och sociokulturell image än kontaktyta och bevakningsnivå. Lokalpress generellt, som medietyp, är en sak. Begreppet har en klang av provinsialism, som inte ger speciellt hög status och inte besitter någon mer påtagligt positiv image. Men den egna, konkreta, välbekanta morgontidningen är något annat. Den är inte "lokalpress" – den angår människor. Den är en daglig följeslagare, en personlig bekantskap, en faktiskt förbindelselänk med omvärlden och en källa till reella utbyten för publiken. Detta innebär att den automatiskt torde värderas betydligt högre än den abstrakta och avlägsna "lokalpressen". Också statusen torde vinna på att knytas till en konkret organisation i det lokala samhället. Framträdande lokala journalister och tidningsledare har ofta gjort sig gällande i den lokala hierarkin.

Att detta inte bidrar till att höja förtroendet för den lokala organisationen också inom radion visar sannolikt på viktiga skillnader mellan tidningen och radion som lokala medier. Den lokala tidningen är etablerad som lokalmedium sedan mycket lång tid tillbaka, till skillnad från lokal radio. Lokaltidningens prestige och plats i det lokala samhället är betydligt mer institutionaliserad än lokalradions.

Med undantag för TV har det skett en liten men generell *minskning av förtroendebalanserna mellan 1990 och 1993*. Eftersom detta bara baseras på två mät-

punkter är det inte säkert att det betyder att det skett en allmän och entydig nedgång av medieförtroendet 1990-1993. Skillnaderna i förtroendenivåer kan i stället vara uttryck för en naturlig rörlighet i förtroendet – det är inte orimligt att tänka sig att tillfälliga och övergående skiftningar i utvärderingen av medierna påverkar mätningarna från år till år.

Om de förändringar i förtroendenivåerna, som trots allt syns i datamaterialet, verkligen står för en mer varaktig trend torde orsakerna stå att finna på olika håll för de olika medierna. Strukturförändringarna inom etermediemarknaden kan trots allt ligga bakom de små rörelser vi sett inom radioförtroendet. Att denna utveckling ännu inte påverkat förtroendet särskilt mycket kan bero på att det finns en strukturell tröghet inbyggt i förtroendet – attityder av samma karaktär som förtroendet förändras inte speciellt lätt. Detta gäller särskilt för ett förtroende som är så gediget som förtroendet för TV och radio.

Eventuella förändringar i förtroendet beträffande lokalpressen å ena sidan och rikstidningarna å den andra torde falla tillbaka på åtminstone delvis olika orsaker. När det gäller rikstidningarna är det rimligt att den vikande marknaden kan ha med saken att göra. När det gäller lokaltidningarna kan minskad räckvidd inte föras fram som tänkbar orsak. Men inte heller de övriga mediefaktorer som jag har diskuterat förefaller vara rimliga som förklaring här: lokalpressen har inte genomgått några mer påtagliga omstruktureringar när det gäller etablering, teknologi, bevakningsnivå eller status mellan 1990 och 1993.

Möjligen kan skakigheten i lokalpressförtroendet 1990-1993 bero på att profilen förändrats. Under denna tid skedde en viss redaktionell kursändring när det gäller dagspressens nyhetsbevakningen (Weibull och Börjesson 1995:197ff). Nyheter om olyckor och brott fick större utrymme och benägenheten att publicera namn på misstänkta och dömda brottslingar ökade. En sådan sensationalisering av journalistiken kan ha påverkat förtroendet negativt.

Noter

1. Idag använder många morgontidningar stilgrepp som ursprungligen introducerades av kvällspressen. På det stora hela kan man dock fortfarande göra en tydlig åtskillnad mellan morgontidningarnas profil och kvällstidningarnas.
2. Medier utmärks otvivelaktigt av både en viss status och en viss sociokulturell image. Emellertid är dessa egenskaper hos medierna föga utforskade. Systematisk empiri saknas helt på denna punkt, vilket inte är ovanligt när det gäller icke-kognitiva aspekter av människors förhållande till medier. Av denna anledning bygger följande avsnitt i första hand på mina egna uppfattningar om hur medier generellt betraktas av människor.
3. Det bör framhållas att Sveriges Television inte blev statsägd förrän 1993. Dessförinnan var SVT en del av den gemensamma bolagsbildningen Sveriges Radio, som ägdes av folkrörel-

- serna, dagspressen och näringslivet. 1993 omorganiserades Sveriges Radio-koncernen och Sveriges Television lyftes ut och blev ett fristående företag, ägt av en statlig stiftelse.
4. I takt med att utbudet av TV-kanaler ökat har denna nationella tittargemenskap undergrävt. Men även i skrivande stund, 1997, kan vissa TV-program fortfarande räkna in miljontals TV-tittare i sin publik (*Etermedia* nr 2 1997).
 5. De svenska tabloiderna har ofta, precis som morgontidningarna, haft andra ambitioner vid sidan av de renodlat kommersiella. *Aftonbladet* grundades 1830 som ett språkrör för politisk opposition. Tidningen ådrog sig bl a Esaias Tegnér's missnöje: I en av sina många tirader över tidningen betecknade han den som "en ärelös styggelse" (Holmberg et al 1983:62). När *Expressen* startade sin verksamhet 1944 hade den redaktionella ledningen som en explicit målsättning att företräda den lilla människan gentemot makthavarna. (Holmberg et al 1983; Furhoff och Hederberg 1965)
 6. Ett alternativt tillvägagångssätt här är s k faktoranalys. Med hjälp av denna statistiska metod kan man urskilja underliggande, gemensamma dimensioner i materialet. Anledningen till att jag valt att inte analysera förtroendet för de olika medierna med faktoranalys är att förtroendet med all sannolikhet påverkas av flera bakomliggande, olikartade faktorer. En explorativ faktoranalys som bara omfattar sju variabler, som i detta fall, kan inte generera speciellt många faktorer. Risken är därför stor att vissa dimensioner renodlas medan andra släcks ut i analysen. En korrelationsanalys tillåter visserligen inte entydiga mönster att träda fram på samma sätt som faktoranalysen, men å andra sidan minskar risken för att vissa faktorer "försvinner".
 7. SOM-undersökningen 1990 och 1993 (riks).
 8. Det är inte orimligt att anta att förtroendet för riksradien varierar mellan de olika radiokanalernas publik. Olyckligtvis tillåter inte datamaterialet en sådan analys, men möjligen kan riksradiens förtroendeförlust bero på att den gamla P3-kanalens publik hade högre förtroende för riksradien än de övriga kanalernas lyssnare. När P4 infördes och många P3-lyssnare övergick till den nya kanalen förlorade i så fall riksradien en del av sina förtroendestarka. Dessa borde å andra sidan ha bidragit till att bevara eller till och med höja förtroendet för lokalradien/P4, som ju också tappat i förtroende sedan 1990. Man får emellertid ha i minnet att P4:s programutbud utgörs av två typer av material: dels riksproducerad lätt underhållning av generell karaktär, dels lokalt material. Det innebär att utbudet tillmötesgår två delvis skilda typer av programpreferenser. Att förtroendet för P4 är lägre än för den gamla lokalradien kan bero på en konflikt mellan dessa två preferenser – lokalmaterialet är inte relevant för de flesta P3-lyssnarnas förtroende medan förtroendet hos lokalradiopubliken naggas i kanten av det riksorierade stoffet.
 9. Att TV-begreppet börjat få ny innebörd i och med de nya, kommersiella satellitkanalerna och att tittarmönstren förändrats har således satt sina spår i förtroendet för SVT, även om förändringarna hittills har jämnat ut varandra. De yngre har flyttat en del av sitt tittande till satellitkanalerna (Reimer 1994b) och fått andra referenspunkter för bedömningen av TV, och därmed förändras också förtroendet för det gamla programföretaget. De äldre har inte förändrat tittarvanorna i någon nämnvärd utsträckning, men påverkas sannolikt också av att TV-marknaden utökats. I deras fall handlar det snarast om att markera ett stöd för den traditionella public service-televisionen.
 10. 1960-talet präglas av en TV-haussé: mediet etablerades fullt ut, räckvidden ökade kraftigt och mediet kom att inta en central position i samhällslivet. Det är frestande att tolka den trovärdighetsrevidering som TV genomgick vid skiftet till 1970-talet som en reaktion på en

övervärdering under det föregående decenniet, en revidering som fick extra skjuts av de strömningar som den pågående 68-rörelsen var företrädare för.

11. Stockholms morgontidningar undersöktes inte i denna studie.
12. Att förtroendet för de riksbaserade medierna (här framför allt TV) är högre i Göteborgsregionen än i riket som helhet kan emellertid vara en statistisk artefakt. En kontroll visar att de västsvenskar som ingår i riksundersökningen 1993 inte alls visade samma benägenhet att ha högre förtroende för riksmidierna som urvalet i Väst-SOM. I frågeformuläret i Väst-SOM-undersökningen är de olika medier, som svarspersonerna hade att ta ställning till, listade efter varandra med *Göteborgs-Posten* först, därefter kvällstidningarna, TV-kanalerna och sist radiokanalerna. TV-kanalerna kan ha blivit något överskattade om svarspersonerna inlett med att ge G-P en gynnsam markering. Eftersom TV vanligtvis åtnjuter ett högre förtroende än lokaltidningen måste svarspersonen ge ännu bättre markering åt TV-kanalerna – en effekt som försvagats när det blivit dags att ta ställning till radiokanalerna, som kommer sist i frågan. Att Radio Göteborg inte får högre förtroende i Göteborgsregionen än vad den lokala kanalen får i riket som helhet kan å andra sidan också förklaras av att lokalradio inte uppskattas på samma vis i Göteborg som på andra håll. Lyssnandet på lokalradio är under alla omständigheter lägre i Göteborg än i andra lokalradioområden (Hedman 1995).

Kapitel 12

Individernas egenskaper och villkor

I detta kapitel flyttas fokus från betydelsen av olika mediefaktorer på förtroendet till betydelsen av individens egenskaper och villkor. Kapitlet omfattar analyser av medieförtroendet med hänsyn till individens:

- användningsvanor
- grupptillhörighet
- mediebedömningar.

Utgångspunkter

Jag tar utgångspunkten i följande individfaktorer när jag analyserar förtroendet: medievanor, sociala villkor samt värdering av medier och medieinnehåll.

Medievanor och kunskapsunderlag

Användningen av ett medium är relaterat till förtroendet för mediet på flera sätt. Dels ger egen erfarenhet av mediet kunskapsunderlag för förtroendet: Publiken kan skaffa sig en uppfattning om mediets egenskaper och hur dessa svarar mot de medievärden som har betydelse för individen (jfr kapitel 8). Dels innebär en etablerad vana att använda mediet att individen har accepterat mediet; förtroende för ett sådant medium kan vara ett uttryck för att individen i efterhand vill försvara detta ställningstagande (jfr Festinger 1957).

I det förra fallet kan vi se förtroendet som ett utfall av en rationellt orienterad modell – tilltron är en konsekvens av utvärderingen av mediet. Det senare fallet svarar mot en mer irrationell modell – tilltron är inte främst ett uttryck för att mediet ger vissa utbyten, utan ett sätt att legitimera det val man redan gjort. Självklart har man förtroende för det medium som man valt att använda kanske dagligen. I sådana fall överflyglar förtroendets emotiva komponent den kognitiva, och därmed också den analysmodell som jag utgår från.

Den irrationella varianten innebär att frekvent användning av ett medium samvarierar med förtroende för det. Den rationella genererar ett sådant positivt

samband enbart under förutsättning att erfarenheterna av mediet är gynnsamma för förtroendet och att förtroendet spelar roll för den fortsatta användningen av mediet.

Medievanorna har således betydelse för förtroendet i två avseenden: *Graden* av användning kan ses som en indikator på hur starka banden är mellan individen och mediet, antingen genom ett rationellt godkännande av mediet eller genom en mer irrationell bindning. Användningsvanan *i sig* innebär att individens bild av mediet, och därmed individens förväntningar på mediet, bygger på erfarenhetskunskap – även om andra typer av kunskapsunderlag också kan finnas med i spelet. Att inte använda mediet betyder att förtroendet för mediet i huvudsak bygger på symbolkunskap.

Sociala villkor

De utbyten som människor kan ha av medier, och som jag diskuterat i kapitel 7, är i hög grad relaterade till individens sociala och kulturella villkor. Typen av information och kunskap som är relevant, identitetsbildningen, förutsättningarna för socialisering och social interaktion, benägenheten att vilja känna delaktighet med samhället, behovet och värdet av avskärmning från vardagen, förmågan att utvinna stimulans och pleasure ur innehållet och behovet att ge tillvaron en struktur – allt detta är i stor utsträckning en funktion av de sociala sammanhang som individen lever i, hennes livsstil och de kulturella värden som hon använder som kompass i sin tillvaro.

Underlaget för individens förväntningar på medierna, dvs bilden av medierna, är också beroende av individens sociokulturella förutsättningar (se kapitel 8). Detta gäller särskilt symbolkunskapen – framför allt synen på mediernas image – som är knuten till de sociokulturella villkoren på ett mycket påtagligt sätt. Men det är även giltigt för erfarenhetskunskapen. Individens erfarenhetskunskap påverkas av medievanorna, mediekompetensen och tolkningen av innehållet, allt till stor del en funktion av sociokulturella faktorer.

I analysen använder jag genus, ålder, utbildning, boendeort och social klass som indikatorer på olika sociokulturella villkor. Samtliga dessa bakgrundsfaktorer är starkt relaterade till människors sociokulturella orientering.

Genus styr i viss utsträckning vilka utbyten av medierna som värdesätts, främst genom de olika sociala roller som finns inskrivna i att vara kvinna eller man. Både när det gäller instrumentell användning och mer emotionellt orienterad behållning prefererar kvinnor och män delvis olika typer av medieinnehåll (se t ex Weibull 1983; Abrahamsson 1993). Skillnaderna i behållningen av medier behöver emellertid inte vara begränsad till innehållet. Särskilt TV har visat sig vara användbar i andra avseenden, framför allt för det sociala livet i hemmet och familjen – en sfär som ofta är mer angelägen för kvinnor än för män (se t ex Lull 1990; Morley 1992; Silverstone 1994).

Ålder är relaterad till olika livsstilar, olika faser av socialiseringsprocessen och olika grader av etablering. Ålder påverkar synen på vilka utbyten medierna kan ge, både beträffande innehåll och beträffande symbolvärde. Medier och medieanvändning har kommit att betraktas som en aktiv ingrediens i människors livsstil, särskilt bland de yngre som också som regel besitter en annan slags mediekompetens än äldre. Bland de äldre, som insocialiserats i en annan uppsättning normer, blir förhållandet till medierna annorlunda¹.

Också *boendeorten* kan ses som uttryck för en livsstil. I den urbana miljön är rörligheten större, utbudet av värden och identiteter bredare och symbolmiljön rikare (jfr Simmel 1981; Wirth 1971; Chambers 1986; Giddens 1991b:174). Det senmoderna samhället är med andra ord mer senmodernt i staden än på landet. Både synen på och användningen av medier påverkas av detta (jfr Reimer 1994a).

Utbildningens betydelse består inte främst av de faktiska kunskaper och färdigheter som skolgång ger, utan av det kulturella kapital som är relaterat till högre utbildning (Bourdieu 1984). Högt kulturellt kapital leder till en orientering mot vissa kulturella värden och preferenser, lågt kulturellt kapital till en annan. Detta inbegriper även medierna, framför allt vad olika medier står för. Samma gäller för *social klass*, som hänger nära samman med utbildningsvariabeln. Klasstillhörigheten är intimt sammanlänkad med en orientering mot vissa kulturella värdesfärer. Den image och kulturella laddning som medier har handlar i stor utsträckning om just klass.

För utbildning gäller emellertid också en omständighet som inte ger sig tillkänna beträffande klass: utbildningen tenderar att vara relaterad till ålder. Bland yngre är det vanligare med en högre utbildning än bland äldre. Både social klass och utbildning visar en sned fördelning om man ser på olika boendeorter: ju högre urbaniseringsgrad, desto större andelar hög social status och högutbildade.

Sammantaget erbjuder således dessa variabler indikatorer på skilda sociala roller (genus, ålder), livsstilar (ålder, boendeort) och kulturella orienteringar (utbildning och social klass).

Värdering av medier och medieinnehåll

Även om förtroendet i vissa fall kan vara ett uttryck för en kognitiv anpassning till ett etablerat beteende bland vanemässiga användare av mediet, så är individens värdering av mediet och medieinnehållet generellt av avgörande betydelse för medieförtroendet. Värderingen av mediets egenskaper och möjligheter utgör underlaget för förtroendet. Det är med utgångspunkt i föreställningen om vilka utbyten som mediet kan erbjuda som individens förväntningar på mediet utbildas, förväntningar som resulterar i tilltro under villkor att de har relevans för förtroendet (jfr kapitel 6).

Användning och förtroende

Inledningsvis redovisar jag analyser av användningens betydelse för medieförtroendet. Användningen av ett medium knyter individen till mediet. Samtidigt ger användningen individen erfarenhetskunskap. Att inte använda ett medium kan antingen betyda att individen förhåller sig oberoende till mediet, eftersom det inte har någon relevans, eller att individen tagit uttrycklig ställning mot mediet. Icke-användning innebär att symbolkunskapen får större spelrum.

I det följande avsnittet belyses förtroendet för olika medier utifrån användningsvanorna². Analysen gäller dels *frekvensen* i användningen, dels skillnaderna mellan *att använda och att inte använda* mediet. (En sammanfattande översikt över sambanden mellan förtroendet för medierna och användningen av dem finns i tabell 8 i bilagan.)

Läsning av dagspress

Den svenska dagspressen har en mycket stark ställning hos svenska allmänheten. Läsvanorna beträffande morgontidningarna är brett förankrade, även om en viss uppluckring kunnat märkas under senare år. 1993 läste nästan 75 procent av allmänheten en morgontidning en genomsnittlig dag (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994*). Lika stor andel tog regelmässigt del av en morgontidning minst fem dagar i veckan.

Läsningen av kvällspress är inte lika utbredd, men utgör ändå ett betydande inslag i många människors tidningsvanor. Ungefär 30 procent läste regelmässigt en kvällstidning minst tre dagar i veckan 1993 (Björkqvist Hellingwerf 1995), lika stor andel ägnade sig åt kvällspressläsning en genomsnittlig dag (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994*).

Förtroendet för dagstidningarna visar sig vara knutet till användningsfrekvensen på ett mycket påtagligt sätt – ju oftare man brukar ta del av en tidningstyp, desto högre förtroende har man för tidningstypen i fråga (tabell 12:1).

Förtroendet för *lokalpressen* är relativt stort i den omfattningsrika grupp utanför Stockholm som läser en lokal morgontidning varje utgivningsdag: nästan 60 procent uppger sig hysa tilltro och endast sju procent ger uttryck för skepsis. I den grupp som uppger att de inte läser lokala morgontidningar regelbundet är andelen stort förtroende ungefär lika stor som andelen litet. Att vara icke-läsare (eller möjligen sporadisk läsare) av lokaltidningar innebär med andra ord inte med självklarhet att man tar avstånd från tidningstypen – även bland många icke-läsare har lokalpressen prestige.

I Stockholm innebär icke-läsning av lokalpress inte samma sak som i lokaltidningarnas utgivningsområden. I Stockholm utgör icke-läsning ett mer självklart tillstånd eftersom andra tidningar kommer i första hand. Å ena sidan kan detta innebära att man här har ett mer neutralt förhållande till lokalpressen än

Tabell 12:1. Förtroendet för dagspressen efter regelbundenheten i läsningen 1993 (procent)

a. Förtroendet för de lokala morgontidningarna efter läsning av lokal morgontidning

	Läsning dagar/vecka			Läser ej
	6-7	4-5	1-3	
Utanför Stockholms län				
Stort förtroende	59	53	46	27
Litet förtroende	7	11	11	26
Varken-eller	34	36	43	47
Balansvärde	+53	+42	+36	+1
Antal svarspersoner	972	165	143	138
I Storstockholm				
Stort förtroende	*	*	*	25
Litet förtroende	*	*	*	17
Varken-eller	*	*	*	48
Balansvärde	*	*	*	+9
Antal svarspersoner	*	*	*	58

b. Förtroendet för Stockholms morgontidningar efter läsning av Dagens Nyheter/Svenska Dagbladet

	Läsning dagar/vecka		Läser ej
	5-7	1-4	
I Stockholms län			
Stort förtroende	63	54	28
Litet förtroende	5	7	20
Varken-eller	32	39	52
Balansvärde	+59	+46	+9
Antal svarspersoner	179	41	71
Utanför Stockholms län			
Stort förtroende	*	*	20
Litet förtroende	*	*	21
Varken-eller	*	*	59
Balansvärde	*	*	-1
Antal svarspersoner	*	*	71

c. Förtroendet för kvällstidningarna efter läsning av kvällstidningar

	Läsning dagar/vecka ¹				Aldrig
	6-7	3-5	1-2	Mer sällan	
Stort förtroende	34	20	19	7	2
Litet förtroende	21	32	38	61	79
Varken-eller	45	47	43	33	19
Balansvärde	+12	-13	-20	-54	-77
Antal svarspersoner	239	260	431	541	236

1. Om svarspersonerna läser fler kvällstidningar än en gäller läsmåttet den tidning som läses oftast.

* Antalet svarspersoner <50.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

ute i landet. Å den andra sidan kan man tänka sig att de provinsiella tidningarna ses något över axeln av huvudstadens medborgare.

I Stockholm har lokalpressens icke-läsare något mindre skepsis mot denna tidningstyp än icke-läsare i övriga landet. Detta innebär emellertid inte att lokalpressen värderas mer neutralt i Stockholm; det är snarare ett uttryck för att morgontidningar generellt värderas högre i Stockholm. Förtroendet för *Stockholms morgontidningar* bland Stockholms icke-läsare visar nämligen samma mönster som förtroendet för lokaltidningarna. Ute i landet väger andelarna stort och litet förtroende jämnt, både bland lokaltidningarnas icke-läsare och bland Stockholmstidningarnas icke-läsare (Stockholmstidningarna får däremot en större andel varken-eller-svar). I Stockholm får båda pressgrupperna något större andel stort förtroende än litet. Eftersom läsmåtten inte är helt jämförbara kan man inte dra alltför långtgående slutsatser beträffande läsarna, men bland dem som läser oftast har stockholmarna högre förtroende för sina morgontidningar än vad svenskarna i övrigt har för sina.

Den grupp som emellertid har störst förtroende för sin lästa morgontidning är de som läser Stockholmstidningar utanför Stockholm. Här är förtroendet högre än i någon annan läsargrupp: 66 procent har stort förtroende och 5 procent har litet, vilket ger ett balansvärde på +61 (tabell 7 i bilagan). Andelen som varken har stort eller litet förtroende är dessutom mindre än bland övriga morgontidningsläsare. DN- och SvD-läsarna utanför Stockholm är med andra ord en läsargrupp med ett mycket gediget förtroende för sin tidning.

Även förtroendet för *kvällstidningarna* är i mycket hög grad knutet till faktisk läsning av tidningarna. I den grupp som läser dagligen eller nästan dagligen visar tilltron ett överskott. Detta byts i ett allt mer växande underskott ju glesare läsvanan blir; redan bland dem som läser så ofta som 3-5 dagar i veckan dominerar skepsisen över tilltron.

Av undersökningstekniska skäl tvingas jag använda olika läsmått för de tre tidningstyperna. De mått som är mest jämförbara är lokaltidningsläsande utanför Stockholm och kvällstidningsläsande. Här pekar utfallet mot att betydelsen av läsfrekvens bland dem som läser tidningarna förefaller vara relativt likartad.

Skillnaden mellan läsare och icke-läsare är störst för Stockholms morgontidningar utanför Stockholm (se tabell 7 i bilagan för en översikt av betydelsen av läsning i sig). Detta beror främst på andelarna tilltro, som är ovanligt höga bland läsarna och ovanligt låga bland icke-läsarna om man jämför med andra morgontidningsläsare.

För de övriga tidningstyperna är effekten av läsning i sig ungefär lika stor, men kvällstidningarna avviker från det gängse mönstret. Jämfört med andra tidningars läsargrupper är effekten av läsning lägre på andelen stort förtroende och högre på andelen litet förtroende. Effekten på andelen varken-eller-svar är omvänd: normalt är denna andel större bland icke-läsarna, men bland kvällspressens icke-läsare är den mindre. Slutsumman blir att kvällstidningsläsarna

har lägre förtroendet för kvällspressen än vad morgontidningarnas icke-läsare har för morgonpressen.

För morgontidningarnas del finns alltså det starkaste sambandet mellan läsning och andelen stort förtroende. Läsning av tidningen stärker tilltron mer än vad icke-läsning stärker skepsisen.

För kvällspressen gäller emellertid, som framgått ovan, inte detta. Att läsa och att hysa tilltro går inte hand i hand på samma sätt som beträffande morgontidningarna. Här inskränks betydelsen av användning till att minska benägenheten att hysa skepsis.

Detta kan betyda att erfarenhetskunskapen och det utbyte läsarna har av kvällstidningarna inte behöver vara relevant för kvällspressförtroendet. Det kan också betyda att den symbolkunskap som människor har tillgång till beträffande kvällstidningarna, och som inte verkar till kvällspressens fördel, överflyglar det utbyte man har av läsningen, oavsett om detta utbyte är förtroenderelevant eller inte.

Ett sådant inflytande av symbolkunskapen behöver inte innebära att människor faktiskt inte *hyser* tilltro för kvällstidningarna. Symbolkunskapens betydelse kan också yttra sig genom att läsare inte vill *ge uttryck* för den tilltro de faktiskt hyser, att de uppger ett lägre förtroende än vad de i realiteten har eftersom det är mer kulturellt korrekt³.

Att symbolkunskapen under alla omständigheter spelar en stor roll för kvällspressförtroendet visar andelen varken-eller-svar. Att denna andel är mindre bland icke-läsarna än bland läsarna, när det normalt är tvärtom, tyder på att bristande erfarenhetskunskap inte hindrar människor från att ha bestämda åsikter om kvällspressen – även när det gäller förtroende.

En annan anledning som kan påverka andelen varken-eller-svar beträffande kvällstidningarna gäller läsarna. Bland dessa kan symbolkunskapen, som talar till tidningens nackdel och innebär att man förmodas tycka illa om den, komma i konflikt med erfarenhetskunskapen, som talar till dess fördel genom det utbyte som tidningen faktiskt ger men som inte är riktigt *comme-il-faut* att ge uttryck för. Denna konflikt kan leda till att man intar en varken-eller-position.

TV-tittande

En genomsnittlig dag 1993 tittade 84 procent av svenska allmänheten på TV (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994*). Tittandet på Sveriges Televisions båda kanaler var något mer omfattande än tittandet på TV4.

Det generella samband mellan medieanvändning och förtroende som vi kunde se beträffande dagspress går igen även beträffande TV (tabell 12:2).

Tabell 12:2. Förtroendet för TV efter regelbundenheten i tittandet 1993 (procent)

a. Förtroendet för Sveriges Television efter tittande på Kanal 1 och TV2¹

	Tittande antal gånger/vecka				Mer sällan/ aldrig
	Dagligen	5-6	3-4	1-2	
Stort förtroende	70	67	62	55	49
Litet förtroende	4	3	4	7	20
Varken-eller	27	29	34	39	31
Balansvärde	+67	+64	+57	+47	+30
Antal svarspersoner	442	338	321	164	69

b. Förtroendet för TV4 efter tittande på TV4

	Tittande antal gånger/vecka				Mer sällan/ aldrig
	Dagligen	5-6	3-4	1-2	
Stort förtroende	68	61	49	38	28
Litet förtroende	4	5	7	16	30
Varken-eller	28	34	44	46	42
Balansvärde	+65	+57	+43	+22	-2
Antal svarspersoner	720	293	365	197	89

1. Tabellen visar medelvärden för Kanal 1 och TV2.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för *Sveriges Television* sjunker med tittarfrekvensen, framför allt när tittandet helt upphör. Men bland dem som uppger sig titta mer sällan eller aldrig är det ändå nästan hälften som hyser tilltro till Sveriges Television.

Mönstret går igen för *TV4*, men mer påtagligt. Effekten av tittande är betydligt större än för SVT.

Skillnaderna mellan SVT och *TV4* gäller emellertid inte de dagliga tittarna. Bland de trogna *TV4*-tittarna är förtroendet för *TV4* lika stort som SVT-förtroendet bland de dagliga SVT-tittarna. Men ju mindre man tittar på *TV4*, desto större blir förtroendeklyftan gentemot SVT-tittarna.

Erfarenhetskunskap tenderar med andra ord att likställa förtroendet för SVT och *TV4*, medan symbolkunskapen talar mer till SVT:s fördel än till *TV4*:s. Att *TV4* är mindre etablerad och har en annan profil än public service-företaget SVT slår främst igenom hos den del av allmänheten som inte etablerat någon tittarvana.

Men det finns en generell negativ effekt av symbolkunskap som även SVT får kännas vid. Andelen som anger varken stort eller litet förtroende blir större ju mindre man tittar, men bland dem som tittar mer sällan eller aldrig blir den mindre igen. Samtidigt blir andelen litet förtroende påtagligt högre. Detta gäller både för SVT och *TV4*. De som aldrig tittar har med andra ord mer bestämda

åsikter i denna fråga än de som tittar regelmässigt men inte så ofta. Den dåliga image som TV har i vissa kretsar kommer av naturliga skäl främst till uttryck i den grupp som uppger att de inte är TV-tittare.

Radiolyssnande

1990-1993 omfattade SOM-undersökningen tyvärr inte något generellt användningsmått på lyssnande på riksradien, enbart på lyssnande på nyhetsprogrammen. Lyssnandet på *Dagens Eko* kan inte betraktas som en rättvisande indikator på de allmänna lyssnarvanorna när det gäller riksradien som helhet. För lokalradions del kan emellertid lyssnande på de lokala nyhetsutsändningarna fungera som en indikator på nyttjandegraden; de lokala nyheterna är en viktig ingrediens i lokalradions profil och särart och de förekommer med relativt hög frekvens. Lyssnar man ofta på lokala radionyheter innebär detta som regel att man också ofta lyssnar på lokalradion.

Tabell 12:3. Förtroendet för P4 efter regelbundenheten i lyssnandet på lokalnyheterna i radion 1993 (procent)

	Dagligen	Lyssnande antal gånger/vecka				
		5-6	3-4	1-2	Mer sällan	Aldrig
Stort förtroende	65	46	44	37	35	15
Litet förtroende	6	6	9	14	13	25
Varken-eller	29	48	47	50	51	60
Balansvärde	+59	+40	+35	+23	+22	-9
Antal svars personer	598	119	155	182	310	170

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för P4 följer samma mönster som vi sett tidigare: förtroendet är högst bland dagliglyssnarna och sjunker sedan då lyssnandet blir mindre frekvent (tabell 12:3). För att noteras för ett högt P4-förtroende är det emellertid nästan nödvändigt att vara trogen dagliganvändare – redan de som lyssnar ofta utan att lyssna varje dag har betydligt lägre förtroende än dagliglyssnarna. Bland dem som aldrig lyssnar finns ett visst förtroendeunderskott.

Det är framför allt andelen stort förtroende som minskar då lyssnarfrekvensen sjunker. Andelen som varken har stort eller litet förtroende växer sig dessutom ovanligt stor bland låg- och icke-användarna.

P4 förefaller ha en relativt låg förtroendeladdning. Det är de trognaste användarna som har utbyte av kanalen. Utanför denna lyssnarkrets verkar förtroendet ha låg angelägenhetsgrad. Symbolkunskapens betydelse för förtroendet är mindre än beträffande TV och dagspressen.

Sammanfattningsvis har både erfarenhetskunskap och symbolkunskap betydelse för förtroendet för medierna, vilket betyder att både mediernas räckvidd och deras sociokulturella laddning är relevanta. Båda typerna av kunskapsunderlag aktualiserar den sociokulturella dimensionen i förtroendet.

Sociala villkor

En analys av hur förtroendet ser ut i olika grupper visar inte bara var förtroendet för medierna är förankrat. De demografiska variablerna kan framför allt betraktas som indikatorer på olika sociala och kulturella orienteringar och värden.

De sociokulturella variablerna är relevanta både för förtroendet i sig och för den typ av kunskapsunderlag som är aktuell som grund för förtroendet. Jag kommer därför att inledningsvis redovisa en *översikt* av förtroendet för medierna med hänsyn till genus, ålder, utbildning, social klass och boendeort. Därefter skiljer jag mellan *användare och icke-användare* inom de olika grupperna för att urskilja betydelsen av erfarenhetskunskap respektive symbolkunskap för förtroendet.

Att studera förtroendet för medierna med hänsyn till både grupp och användning ställer stora krav på dataunderlaget. För att kunna utföra dessa analyser har jag tvingats arbeta med relativt grova kategoriseringar, framför allt när det gäller ålder. För att analysen skall bli meningsfull är det dessutom viktigt att verkligen skilja ut icke-användare från användare, även beträffande medier som har hög räckvidd.

Sammantaget har detta medfört att vissa grupper består av ett mycket litet antal svars personer. Eftersom dessa analyser har ett så stort värde för min framställning har jag ibland valt att ändå redovisa resultaten, trots att antalet svars personer understiger 50 (detta gäller framför allt äldre, personer med medellång utbildning och högre tjänstemän). I andra fall har vissa kategorier som regel uteslutits ur analysen (t ex storstadsbor och vissa sociala grupper). Stockholms morgonpress utgår ut analysen, eftersom underlagets storlek inte tillåter att man skiljer mellan stockholmare och icke-stockholmare. Likaså utgår riksradiön, p g a bristen på ett bra mått på radiolyssnandet.

Förtroendet i grupper

Förtroendet för medierna visar stora skillnader om man ser till olika grupper. Skillnaderna syns både medier emellan och grupper emellan (tabell 12:4).

Förtroendet för *lokalpressen* är påfallande homogent. Den enda större skillnaden syns beträffande social klass. Tjänstemän är mer förtroendestarka än andra, jordbrukare och landsbygdsbor något mer förtroendesvaga.

Tabell 12:4. Förtroendet för medierna i olika grupper 1993 (balansmått)

	Lokal- pressen	Sthlms morgpress	Kvälls- pressen	SVT	TV4	Riks- radion	Lokal- radion/P4
Genus							
Män	+42	+6	-37	+58	+47	+63	+35
Kvinnor	+44	+13	-29	+63	+49	+66	+36
Ålder							
15-19 år	+43	-1	-23	+53	+61	+52	+28
20-29 år	+43	+19	-25	+61	+58	+65	+30
30-39 år	+41	+12	-28	+56	+47	+61	+26
40-49 år	+42	+12	-34	+62	+51	+68	+44
50-59 år	+40	+11	-40	+61	+45	+66	+38
60-69 år	+47	-1	-40	+65	+38	+69	+42
70-85 år	+47	0	-43	+70	+36	+69	+40
Utbildning							
Låg	+42	-8	-18	+62	+51	+60	+49
Medel	+42	+9	-26	+62	+52	+65	+33
Hög	+44	+26	-55	+57	+42	+69	+20
Social klass							
Arbetare	+40	-5	-12	+61	+54	+59	+43
Jordbrukare	+30	-16	-51	+63	+52	+72	+42
Tjänstemän	+51	+22	-49	+66	+46	+74	+35
Högre tjm/ akademiker	+37	+42	-72	+52	+25	+69	+2
Egna föret	+41	+11	-39	+56	+52	+59	+31
Boendeort							
Landsbygd	+35	-9	-28	+60	+50	+61	+40
Mindre tätort	+45	+2	-25	+62	+51	+65	+40
Större tätort	+47	+21	-38	+62	+49	+67	+33
Storstad	+42	+30	-55	+55	+36	+60	+17

Anm: För underlag se tabell 9 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för *Stockholms morgontidningar* och *kvällspressen* differentieras av samma bakgrundsvariabler och i samma utsträckning, men fränsett genus och ålder är dessa mediers förtroendepublik spegelvända i förhållande till varandra. Morgontidningarna har sina förtroendestarka bland de högutbildade, de högre tjänstemännen och storstadsborna och sina förtroendesvaga bland de lågutbildade, arbetarna och jordbrukarna samt landsbygdsborna. Kvällstidningarna har sin starkaste förtroendeförankring bland lågutbildade, arbetare och människor i glesbygden; svagaste förankringen finns bland högutbildade, högre tjänstemän och akademiker samt i storstäderna. För båda medierna gäller att de äldre hyser mer skepsis än andra åldersgrupper.

Sveriges Television visar mindre förtroendeskillnader grupper emellan. De äldre och de sociala mellangrupperna har något högre förtroende, de yngsta och grupper med hög social status har något lägre förtroende för SVT.

Förtroendet för *TV4* utmärks mest av att vissa grupper har lägre förtroende än andra: män, äldre, högutbildade, högre tjänstemän/akademiker och storstadsbor.

Riksradiön visar ett liknande förtroendemönster som SVT. Högutbildade och högre tjänstemän/akademiker har emellertid ett högre förtroende för riksradiön än för TV. Förtroendet för *P4* är föremål för mer delade meningar. Liksom beträffande de rikstäckande public service-medierna ökar förtroendet med ålder. De förtroendestarka grupperna finns därutöver bland de lågutbildade, arbetarna och glesbygdsbefolkningen. *P4* har minst förtroende bland högutbildade, högre tjänstemän/akademiker och storstadsbor. De högre tjänstemännen och akademikerna uppvisar en påfallande hög andel som varken har högt eller lågt förtroende för *P4*: 62 procent (tabell 9 i bilagan).

Generellt förefaller sociokulturella och socioekonomiska faktorer spela större roll för medieförtroendet än social roll och livscykel. De senare faktorerna tenderar dessutom att ha likartad betydelse för medieförtroendet. Genus skiktar förtroende i mycket liten utsträckning, men de små skillnader som finns innebär genomgående att kvinnor har högre förtroende – det enda medium där genus gör någon direkt skillnad för förtroendet är *TV4*. För etermedierna ökar förtroendet med ålder, utom för *TV4* som återigen faller ur mönstret.

Skillnaderna i förtroende grupperna emellan är större när det handlar om medier med mindre spridning, dvs Stockholms morgonpress, kvällspressen och *P4*. Här förefaller individens villkor spela större roll än när det gäller medier med stor räckvidd.

Detta är logiskt mot bakgrund av det vi tidigare sett beträffande medieanvändningens betydelse för förtroendet: i de grupper där symbolkunskapen spelar störst roll, dvs de olika mediernas icke-användare, varierar förtroendet medier emellan i större utsträckning än bland användarna. Eftersom symbolkunskapen är nära knuten till individens sociokulturella villkor, är det rimligt att dessa slår igenom hårdare när det gäller medier med lägre räckvidd, dvs medier där symbolkunskapen har större betydelse för förtroendet totalt.

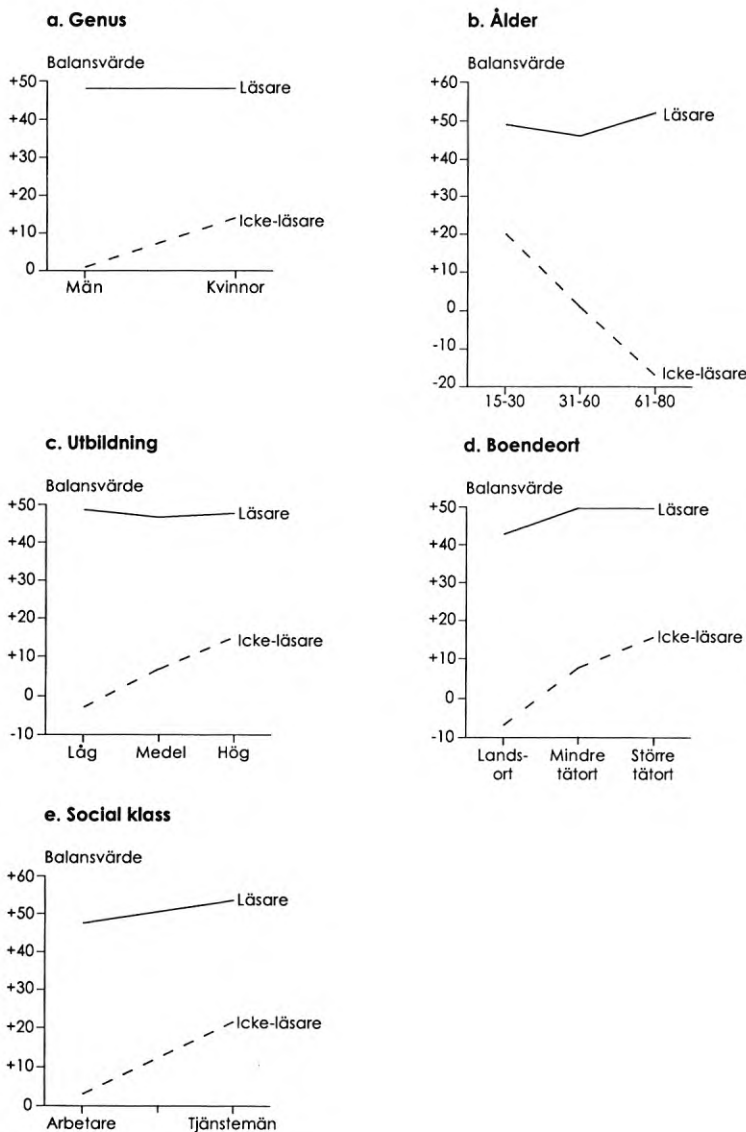
En mer ingående analys av betydelsen av gruppens egenskaper måste därför ta hänsyn till om man är användare eller icke-användare.

Den lokala morgonpressen

Förtroendet för lokaltidningarna förefaller alltså enbart vara relaterad till social klass och boendeort. Detta syns emellertid inte bland läsarna, utan beror enbart på icke-läsarna (figur 12:1). Bland läsarna finns inga eller mycket små skillnader i förtroendet med hänsyn till genus, ålder, utbildning och boendeort. Erfaren-

hetskunskap tenderar med andra ord att leda till ett likartat förtroende för lokalpressen i olika grupper, medan symbolkunskap leder till vissa begränsade förtroendeskillnader.

Figur 12:1. Förtroendet för den lokala morgonpressen i grupper 1993 (balansmått)



Anm: Se tabell 10 i bilagan för underlag.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Bland icke-läsarna har ålder störst betydelse (med reservation för att den äldsta gruppen är mycket liten): förtroendet är högst bland de yngre och lägst bland de äldre. Också boendeort spelar roll för lokalpressförtroendet bland icke-läsarna. Ju större orten är, desto högre är förtroendet.

Den symbolkunskap som finns bland de äldre och bland landsbygdsbefolkningen stimulerar med andra ord inte till något större förtroende för lokaltidningarna. Uppenbarligen har dessa tidningar bättre status och/eller image bland dem som är unga och dem som bor i större tätorter. Möjligen beror detta på själva mediefaktorn – den livsstil som är förhärskande bland de unga i större orter är mer medietillvänd i största allmänhet än den livsstil som präglar de äldre grupper och landsbygdsbor som avstått från den lokala tidningen.

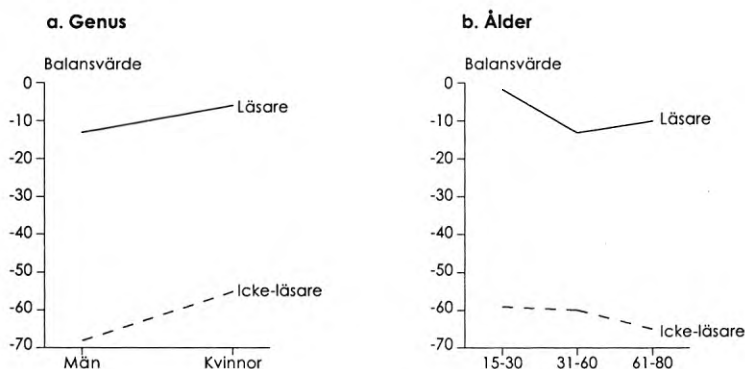
Läsning av lokaltidning tenderar att ha större effekt på förtroendet i de äldre grupperna än i de yngre. Frågan är emellertid om detta främst beror på kunskapsunderlagets betydelse. Det kanske snarare handlar om insocialiseringens betydelse för benägenheten att legitimera sina vanor.

Kvällspressen

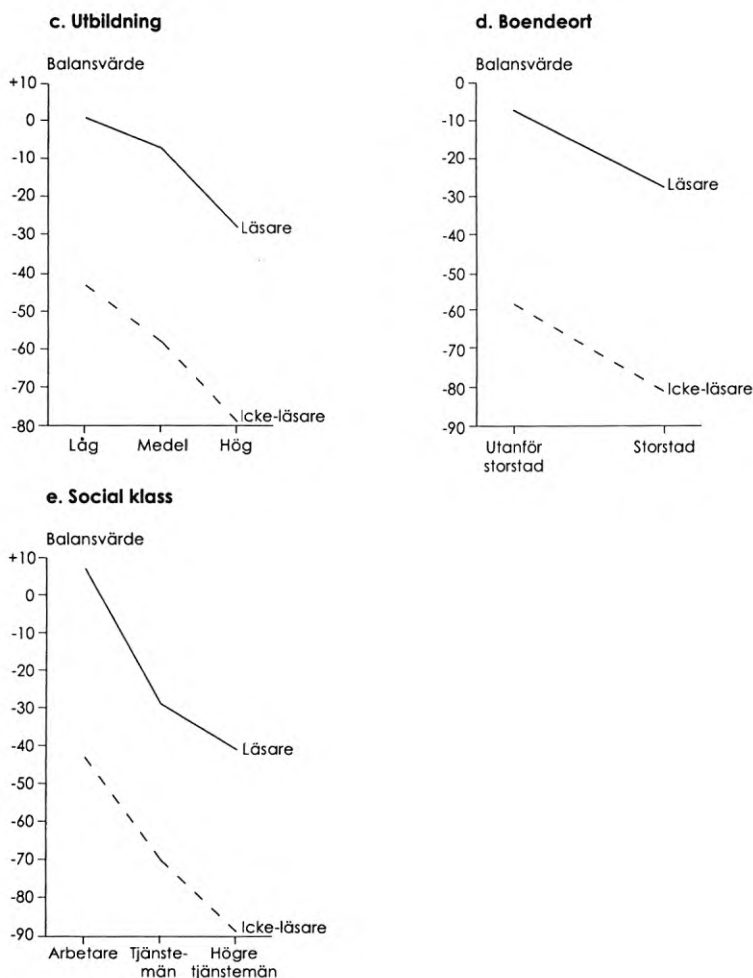
Erfarenhetskunskap visar inte samma stabiliserande effekt på förtroendet för kvällspressen som på förtroendet för morgonpressen. Båda läsare och icke-läsare visar förtroendeskilnader olika grupper emellan när det gäller kvällstidningarna (figur 12:2).

Social klass påverkar kvällspressförtroendet i störst utsträckning, både bland läsare och icke-läsare: ju högre social status, desto lägre förtroende. Utbildningsfaktorn, som är relaterad till klass, ger samma mönster men något mindre

Figur 12:2. Förtroendet för kvällspressen i grupper 1993 (balansmått)



Figur 12:2. Fortsättning



Anm: Se tabell 11 i bilagan för underlag.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

påtagligt. Detta får betraktas som en del av anledningen till att förtroendet för kvällstidningarna är lägre i storstäderna, oavsett om man läser tidningen eller inte.

Förtroendet för kvällspressen är således inte bara en fråga om läsning, som vi kunde se tidigare, utan också en fråga om sociala och kulturella värderingar. Klass, genus, utbildning och boendeort påverkar förtroendet i likartad omfattning oavsett läsning. Klassfaktorns betydelse är så stor, att förtroendet för

kvällstidningarna är ungefär lika högt bland icke-läsande arbetare som bland de högre tjänstemän som uppger att de läser tidningen regelbundet.

Hittills har mitt resonemang förutsatt att sällan- och icke-användning innebär att förtroendet för mediet baseras på symbolkunskap. Noga räknat är detta en sanning med modifikation. Att använda mediet i mycket begränsad omfattning kan ändå ge individen tillräckligt med underlag för att bilda sig en uppfattning som grund för förtroende. Att när undersökningen utfördes uppge att man aldrig använder mediet behöver inte innebära att man aldrig gjort det. Tvärtom kan ett lågt förtroende bland icke-användarna vara grundat i tidigare erfarenhetskunskap som varit till mediets nackdel och som lett till att användningen upphört.

Ytterligare en komplicerande omständighet utgörs av dagspressens löpsedlar. Löpsedlarna når alla, även dem som inte regelbundet tar del av tidningarna. Särskilt kvällspressen är exponerad för allmänheten på detta sätt. Kvällstidningarna är lösnummerförsålda och måste stimulera fram ett nytt köpbeslut varje dag. Detta får naturligtvis betydelse för löpsedlarna, som ofta är mer framträdande både i utformning och placering än morgontidningarnas löpsedlar. Alla som rör sig på offentlig plats har av den anledningen en möjlighet att bilda sig en uppfattning om kvällstidningarna på erfarenhetsbasis. Frågan är om det över huvudtaget är möjligt att *undvika* att bilda sig en uppfattning.

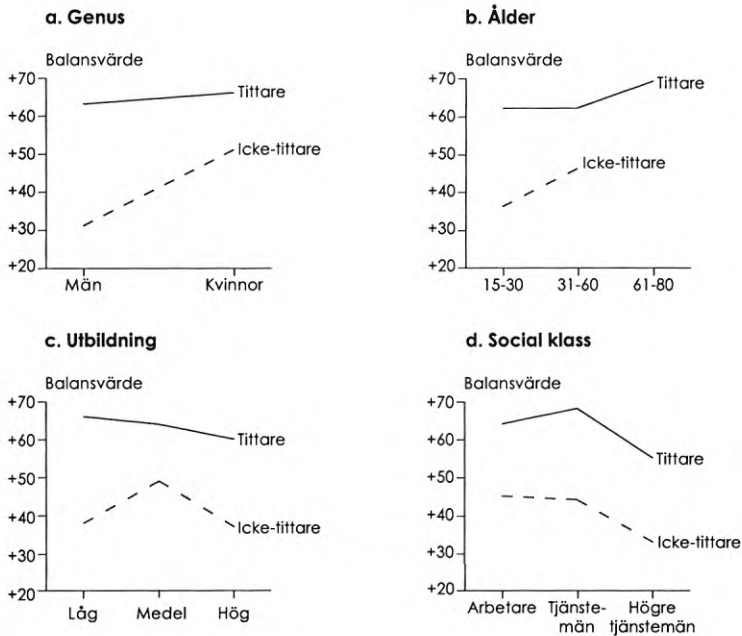
Detta innebär att förtroendet för kvällstidningarna bland icke-läsarna utmärks av att bygga både på en väl utvecklad symbolkunskap och på en mycket grund men utbredd erfarenhetskunskap. Sannolikt tenderar båda typerna av kunskapsunderlag att påverka förtroendet i samma riktning, vilket kan förklara den mycket uttalade aversion som kommer till uttryck i denna grupp.

Vi kunde tidigare se att andelarna som varken har stort eller litet förtroende för kvällspressen är högre bland icke-läsarna än bland läsarna. Detta kan delvis förklaras av exponeringen för kvällstidningarnas löpsedlar, men att andelen mer entydiga ställningstaganden bland icke-läsarna är mest omfattande bland högre tjänstemän, högutbildade och storstadsbor styrker tesen om de sociokulturella värderingarnas inflytande. Alla, särskilt högre tjänstemän, högutbildade och storstadsbor som inte läser kvällstidningar, "vet" att tidningarna inte förtjänar annat än lågt förtroende.

Sveriges Television

Förtroendet för Sveriges Television uppvisar, som vi tidigare kunnat se, mindre skillnader grupper emellan än vad vi kunde se beträffande förtroendet för dagspressen. Jämfört med den översiktliga redovisningen av gruppskillnader i tabell 12:4 ovan dyker emellertid delvis nya mönster upp om man tar hänsyn till titande (figur 12:3).

Figur 12:3. Förtroendet för Sveriges Television i grupper 1993 (balansmått)



Anm: Se tabell 12 i bilagan för underlag.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Genus är den faktor som skiktat förtroendet i störst omfattning, men enbart bland dem som tittar sporadiskt eller inte alls. Här har kvinnor betydligt högre förtroende än män. Bland tittarna finns knappt någon skillnad alls mellan män och kvinnor. Också ålder visar en tendens att påverka förtroendet bland sällan-användarna men medföra mycket liten skillnad bland dem som tittar mer vanemässigt.

Klasstillhörighetens inflytande över förtroendet förfaller vara oberoende av användning: förtroendet för SVT är lägre ju högre den sociala statusen är hos individen. TV:s image spelar uppenbarligen roll för förtroendet även bland dem som har en väl underbyggd erfarenhet av SVT, medan den sociala faktor som genus och ålder utgör enbart förefaller ha genomslag bland låg- och icke-användarna.

TV som medium utmärks av att kunna erbjuda många olika typer av utbyten utöver själva innehållet. Framför allt i det sociala livet kan TV utgöra en resurs även för dem som sällan tar del av innehållet. När det gäller TV är det med andra ord inte alls självklart att icke-tittarna är begränsade till symbolkunskap; de kan också ha praktiska erfarenheter av mediet, men sådana som skiljer sig från

den erfarenhetskunskap man får av att titta på TV. För något äldre människor, som tillbringar en större del av sin fritid i hemmet än många ungdomar, och för kvinnor, som ofta känner större ansvar för och har större delaktighet i familjelivet än män, ligger det närmare till hands att sätta värde på TV som social resurs.

TV4

Förtroendet för TV4 visar inte samma mönster som förtroendet för SVT (figur 12:4). Social klass har större betydelse för förtroendet för TV4 än vad någon annan individfaktor har. Bland icke-tittarna har arbetare högre förtroende än tjänstemannaklasserna, bland tittare har de högre tjänstemännen fortfarande lägre förtroende än andra. För mellangrupperna överflyglar således utbytet av tittandet, eller möjligen behovet att legitimera sin tittarvana, de kulturella värderingarna. För dem som har den högsta kulturella statusen förmår inte tittandet neutralisera TV:s image fullt ut.

En sådan neutralisering kan vi däremot möjligen se bland de högutbildade TV4-tittarna. Som icke-tittare är den högutbildade nästan lika skeptisk mot TV4 som den icke-tittande högre tjänstemannen. Som tittare får den högutbildade plötsligt lika stort förtroende som övriga utbildningsgrupper. Å andra sidan torde den högutbildande tittaren ofta vara yngre – en omständighet som vi vet gynnar förtroendet för TV4.

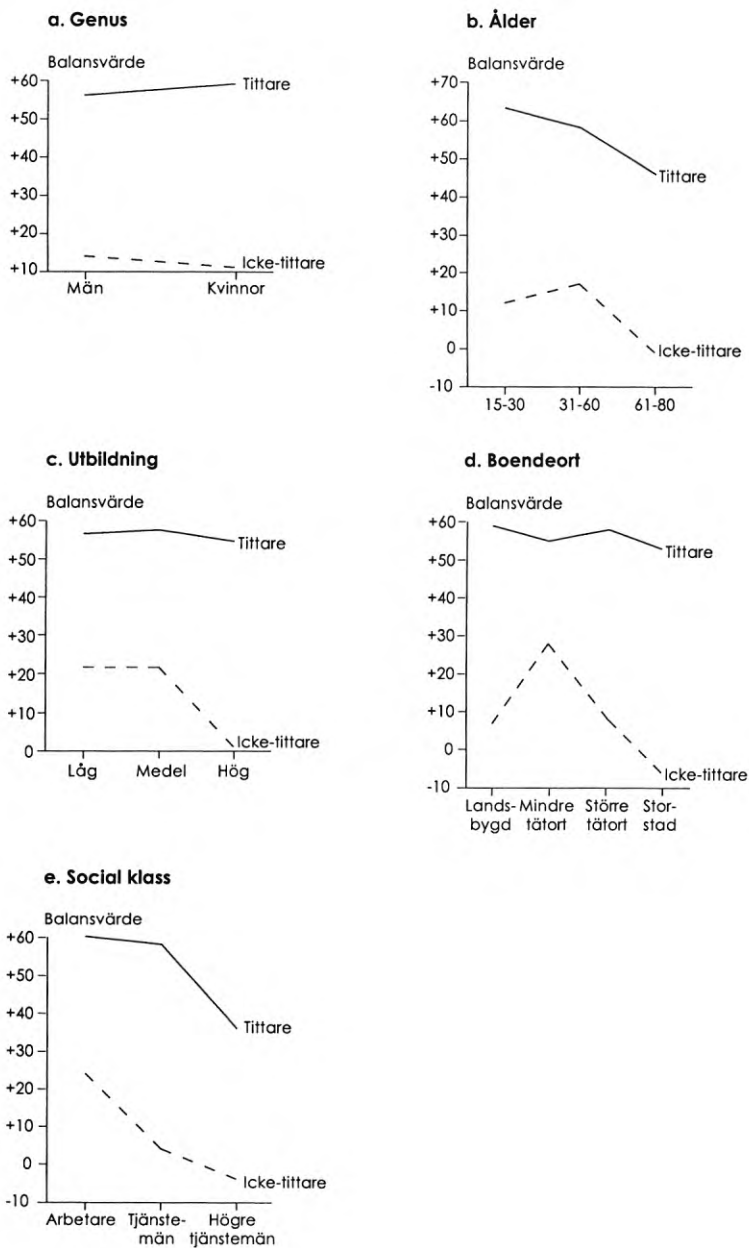
Att ha hög social status och att ha hög utbildning korrelerar, men är inte samma sak – särskilt inte bland yngre. Det är mindre svårt att få tillgång till en hög utbildning än att få tillträde till en etablerad, statusmättad social klass. Av den anledningen är högutbildade en mer heterogen och öppen grupp än den slutna, homogena krets som den högre tjänstemännaklassen utgör.

Det borde med andra ord vara mindre svårt för ett nytt medium att bli accepterat av de högutbildade än av den kulturella och traditionsbundna sociala eliten. Frågan blir då vad det egentligen är för faktor som är verksamt: image eller etableringsgrad.

Vi kunde tidigare se att förtroendet för TV4 visar ett samband med förtroendet för kvällspressen – människor uppfattar uppenbarligen de båda medierna som likartade i vissa avseenden som är relaterade till förtroendet, sannolikt profilen. Mot bakgrund av detta blir det logiskt att uppfatta effekten av social klass i huvudsak som en fråga om kulturella värderingar.

Å andra sidan pekar betydelsen av ålder mot att etableringsfaktorn också gör sig gällande. Förtroendet tenderar att vara lägre bland de äldre, både bland tittare och icke-tittare. Det är ofta svårare för äldre att ta till sig nya företeelser och vanor. Publikisiffrorna visar också att det har tagit tid för dem att acceptera den kommersiella utmanaren av public service-TV. Det ligger nära till hands att ett sådant initialt motstånd tar sig uttryck i bristande förtroende.

Figur 12:4. Förtroendet för TV4 i grupper 1993 (balansmått)



Anm: Se tabell 13 i bilagan för underlag.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Sannolikt påverkar alltså både de kulturella värderingarna och motståndet att acceptera en ny medieform förtroendet för TV4. Däremot finns inte många spår av den sociala faktor som gjorde sig gällande bland SVT:s icke-tittare. Handlar denna faktor om TV-mediets sociala potential borde väl rimligen detta även komma till uttryck beträffande förtroendet för TV4, åtminstone när det gäller genus? Inte med absolut nödvändighet, åtminstone inte på ett så tidigt stadium i den nya kanalens existens. Det kan ligga närmare till hands med ett invant och etablerat TV-begrepp för de sociala ändamål som är frikopplade från faktiskt tittande. 1993 hade TV under årtionden varit synonymt med Sveriges Television – att ”titta på TV” var att titta på Kanal 1 eller TV2. Tittade man på uppstickaren TV4, tittade man inte på TV – man tittade på TV4. Detta kan ha präglat synen på TV4 även i andra avseenden.

P4

P4 är det medium där flest individvariabler har betydelse för förtroendet. Alla variabler utom genus uppvisar tydliga skillnader de olika grupperna emellan. Som regel är dessutom skillnaderna störst bland lyssnarna, även om de också gör sig gällande bland icke-lyssnarna (figur 12:5).

Social klass spelar ånyo störst roll för förtroendet. Återigen är det i första hand de högre tjänstemännen som svarar för variationen genom att ha betydligt lägre förtroende än övriga sociala grupper – särskilt bland lyssnarna.

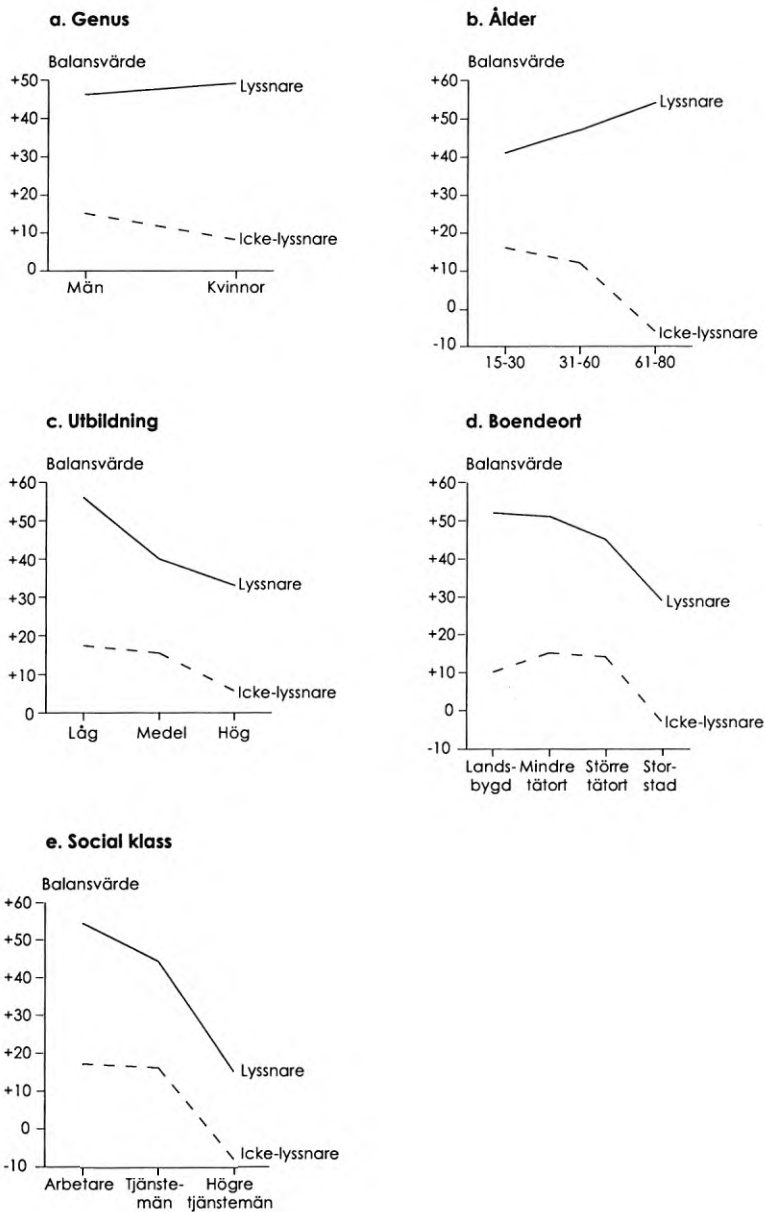
Boendeort och utbildning har mycket likartad betydelse. Effekten är störst bland lyssnarna (även om den också återfinns bland icke-lyssnarna), skillnaderna är av likartad storleksordning, och det är en av yttergrupperna som i första hand svarar för variationen genom att ha lägre förtroende än andra: storstadsbor respektive högutbildade.

Mönstret påminner om förtroendet för kvällspressen. Sannolikt är det samma typ av faktor som ligger bakom: den kulturella dimensionen. P4:s image är visserligen inte lika negativt laddad som kvällspressens, men det ger inga pluspoäng i den kulturella eliten att lyssna till lättsam radiounderhållning eller lokala sändningar.

Betydelsen av ålder skiftar beroende på om det rör sig om lyssnare eller icke-lyssnare. Bland dem som lyssnar mer sällan eller aldrig sjunker förtroendet med ålder, bland dem som lyssnar regelbundet ökar det något.

Att framför allt de äldre visar så olika förhållningssätt beroende på om de har egna erfarenheter eller inte påminner om mönstret för lokalpressen. Bortser man från storstäderna, som inte ingick i analysen av lokalpressförtroendet, går likheten igen även beträffande boendeort: bland icke-användarna har unga och tätortsbor högre förtroende än äldre och landsbygdsbor.

Figur 12:5. Förtroendet för P4 i grupper 1993 (balansmått)



Anm: Se tabell 14 i bilagan för underlag.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Värdering av medier och medieinnehåll

Enligt mitt synsätt är individens värdering av mediet av avgörande betydelse för medieförtroendet (jfr kapitel 6). Detta har också bekräftats empiriskt i avsnittet ovan om de sociokulturella faktorerna, som visade sig ha stor betydelse för olika människors förtroende för de olika medierna, framför allt när det gäller symbolkunskapen.

SOM-undersökningen innehåller tyvärr inte underlag för några mer ingående studier av hur människor värderar medierna och de utbyten som medierna kan erbjuda. Dataunderlaget möjliggör dock analys av två infallsvinklar som är av värde i sammanhanget. Den ena gäller hur ofta människor tittar på olika typer av programinnehåll i TV. Att föredra en viss genre kan betraktas som en indikator på den typ av innehåll som man värdesätter mest⁴. Den andra infallsvinkeln gäller hur lokaltidningsläsarna ser på sin tidning.

Dessa två typer av värderingar kan ge en fingervisning om vilka egenskaper hos medierna som betyder mer för förtroendet än andra. Därmed kan man också få en antydning om vilka utbyten av medier som är mer relevanta för förtroendet än andra, även detta underlag på intet sätt kan sägas vara fullständigt.

Inledningsvis relaterar jag förtroendet för SVT och TV4 till publikens *preferenser beträffande olika TV-genrer*, därefter redovisar jag sambanden mellan förtroendet för lokalpressen och *bedömningar av olika egenskaper* hos de lokala tidningarna.

Genrepreferenser

Förtroendet för *Sveriges Television* varierar främst med intresset för att titta på nyheter, underhållningsprogram och dokumentär- och samhällsprogram (tabell 12:5). Sambanden med de olika programgenrerna ser emellertid olika ut. Tittande på nyhetsprogram är knutet till SVT-förtroendet på det mest entydiga sättet: korrelationen är högst och förtroendebalansen sjunker påtagligt med tittarfrekvens. För underhållningsgenren och dokumentär- och samhällsprogrammen går distinktionen i första hand mellan att vara tittare och att vara icke-tittare: de största skillnaderna i balansvärde finns mellan dem som ser åtminstone en del av dessa programtyper (även om det inte är särskilt mycket) och dem som inte ser något alls.

Förtroendet för *TV4* är mest relaterat till tittande på underhållningsprogram. Intresset för sport, kultur samt nyheter korrelerar också med förtroendet i någon grad, men betydligt mindre. För dem som tittar mycket på kulturprogram är sambandet negativt: ju mer intresserad man är av denna programgenre, desto *mindre* förtroende har man för *TV4*. Bland de kulturintresserade förefaller det alltså vara viktigt att markera ett visst avståndstagande gentemot *TV4*.

Tabell 12:5. Förtroendet för Sveriges Television (SVT) och TV4 efter generellt tittande på olika programtyper 1993 (balansmått, korrelationsmått)

	I stort sett allt	Konsumtionsvolym Ganska mycket	Inte särskilt mycket	Inget/nästan inget alls	Pearsons r
Förtroendet för SVT					
Underhållning	+74	+63	+60	+39	.12 ¹
Nyheter	+75	+63	+44	*	.20 ¹
Dokumentär/ samhälle	+67	+65	+60	+33	.11 ¹
Sport	+68	+63	+57	+61	.04 ²
Kultur	*	+64	+62	+55	.05 ²
Djur/natur	+67	+62	+59	+50	.08 ¹
Förtroendet för TV4					
Underhållning	+63	+56	+41	+14	.19 ¹
Nyheter	+55	+49	+44	*	.09 ¹
Dokumentär/ samhälle	+52	+49	+50	+37	.01 ²
Sport	+64	+50	+45	+44	.10 ¹
Kultur	*	+38	+50	+57	-.12 ¹
Djur/natur	+50	+49	+49	+40	.03 ²

* Antalet svarspersoner <50.

1. Signifikans: .001-nivån.

2. Signifikans: .01-nivån.

Anm: För underlag, se tabell 15 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för de båda TV-företagen korresponderar således mot programprofilerna. För public service-företaget SVT är det seriösa programutbudet närmare knutet till förtroendet än för det kommersiella företaget TV4, där underhållningsfunktionen i stället förefaller spela störst roll för förtroendet.

Men samtidigt är det tydligt att det finns samband mellan förtroende å ena sidan och ett intresse för underhållningsprogram å den andra för båda TV-organisationerna. Det samhällsbevakande programinnehållet visar inte samma övergripande samband. Detta pekar mot att förtroendet för TV generellt är mer knutet till de emotionella utbytarna än till den instrumentella behållningen av tittandet.

Bedömning av tidningsegenskaper

Den enkätfråga, som analysen av tidningsbedömningar i huvudsak bygger på, presenterar ett antal omdömen för svarspersonerna, som fick ange i vilken grad

omdömet stämmer på den lokala morgontidning de brukar läsa⁵. Två av dessa omdömen svarar mot dimensioner som lyfts fram i diskussionen om pressens renodlat politiska funktioner: att tidningarna skall bevaka stora politiska nyheter och att dess nyhetsförmedling (till skillnad från det opinionsbildande materialet) skall vara partipolitiskt obunden. Två omdömen kan sägas vara knutna både till de officiellt sanktionerade förväntningarna och till mer publikorienterade intressen: att tidningarna skall innehålla lokala nyheter och skriva trovärdigt och sakligt.

I tabell 12:6 redovisas sambanden mellan förtroendet för lokalpressen och utvärderingarna av den lokala morgontidning som svarspersonerna läser.

Tabell 12:6. Förtroendet för den lokala morgonpressen efter bedömning av egenskaper hos läst lokal morgontidning och viktighetsbedömning av samma egenskaper 1990 (balansmått, korrelationsmått)

	Stämmer med läst lokaltidning			Pearsons r
	Mycket bra	Ganska bra	Inte särskilt/ inte alls bra	
Tidningen...				
skriver trovärdigt och sakligt	+77	+66	+25	.31
bevakar de stora politiska nyheterna	+76	+65	+25	.29
innehåller lokala nyheter	+74	+58	+31	.26
är partipolitiskt obunden	+71	+65	+58	.11

Anm: Gäller regelbundna morgontidningsläsare utanför Stockholm/Södertälje A-region. För underlag, se tabell 16 i bilagan. Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån. Observera att korrelationerna baseras på ett underlag där svarsalternativen "Inte särskilt bra" och "Inte alls bra" redovisas som två separata kategorier.

Källa: SOM-undersökningen 1990.

Att den faktiskt lästa lokaltidningen betraktas som trovärdig och att den bevakar både de stora politiska och de lokala nyheterna är relaterat till förtroendet för lokalpressen. Trovärdigheten visar ett samband som är något starkare än de övriga. Att tidningen uppfattas som partipolitiskt obunden har mindre betydelse än de övriga utvärderingarna.

Effekten av dessa egenskaper på förtroendet märks främst bland de läsare som tycker att den lästa tidningen *saknar* egenskaperna – det är här som upplevda brister i trovärdigheten och nyhetsbevakningen drar ner förtroendet medan den partipolitiska faktorn inte spelar någon större roll.

Denna grupp illustrerar emellertid också att sådana brister inte med nödvändighet behöver vara fatala för förtroendet. Även bland dem som tycker att den lästa tidningen inte är särskilt trovärdig eller sköter sig när det gäller nyhetsbevakningen finns det ett förtroendeöverskott. Förtroendet för morgontidningar-

na bygger uppenbarligen även på andra aspekter än nyhetsbevakning och trovärdighet.

Summering och diskussion

Förtroendet för ett medium samvarierar med användningen av det – detta gäller för samtliga medier men mest påtagligt för kvällstidningarna och TV4. Det mest anmärkningsvärda är emellertid att bland de trogna medieanvändarna är förtroendebalanserna påfallande likartade – betydligt mer likartade än motsvarande balansvärden för allmänheten generellt.

Om man antar att erfarenhetskunskapen har störst genomslag i de mest användarintensiva grupperna, bäddar det för slutsatsen att erfarenhetskunskap inte bara *höjer* förtroendet utan också *utjämnar förtroendeskilnader* medier emellan. Om detta beror på att de utbyten som användning ger har likartad betydelse för olika medier, om det beror på att förtroendet i denna grupp har den instrumentella funktionen att bekräfta användningen gemensam, eller om det beror på att det finns ett naturligt tak inbyggt i medieförtroendet, som enbart användning inte kan bryta igenom, får jag låta stå osagt. Detta förklarar under alla omständigheter den iakttagelse vi gjorde i förra kapitlet: att ett mediums räckvidd förefaller vara av stor betydelse för förtroendet.

Symbolkunskap ger *större förtroendeskilnader* än erfarenhetskunskap. Anledningen till detta är att symbolkunskap i stor utsträckning är en funktion av individens sociala villkor, och dessa villkor har betydelse för förtroendet för medierna. Medier med relativt liten räckvidd är alltså mer beroende av sin sociokulturella laddning än vad medier med stor räckvidd är.

Att icke-användarna, där symbolkunskapen har störst betydelse, uppvisar de tydligaste gruppvariationerna i förtroendet syns mest påtagligt för kvällspressen och TV4. Samtidigt är detta medier där symbolkunskapen inte alltid talar till mediernas fördel; dessa båda mediers ”tabloidprofil” har gett dem en problematisk sociokulturell image. Vi ser återigen en indikator på att dålig image tenderar att sänka förtroendet mer än vad bra image kan höja det. Avsmak förefaller spela större roll än smak i detta avseende.

Det förefaller som om de medier som har en mer utpräglad underhållningsprofil visar ett något tätare samband mellan användning och förtroende än vad övriga medier gör. Men med tanke på att de mest regelbundna användarna som regel har ett relativt likartat förtroende för respektive medium får nog detta tolkas som att underhållningsfaktorn snarare genererar lågt förtroende bland icke-användare än högt bland användare, vilket också talar för att mediets image ges större utrymme när det gäller negativa effekter än när det gäller positiva.

Men vi ser också ett tecken på att statusfaktorn har större möjligheter att förstärka förtroendet än att försvaga det. För SVT:s del, där den höga statusen kan sägas väga tyngre än den inte alltid så tadelfria imagen, bär statusen upp förtroendet bland icke-användarna.

Den sociala bakgrundsvariabel som slår igenom hårdast på förtroendet är *social klass*. Med ett undantag är det genomgående att förtroendet är lägre bland dem med högre social status – både bland användare och icke-användare. Enbart lokalpressen avviker: här har klass enbart betydelse bland icke-läsarna, och då förstärker social status förtroendet. *Utbildning* verkar i samma riktning, men inte riktigt lika påtagligt och något mer begränsat till icke-användarna.

De kulturella värderingarnas betydelse för medieförtroendet generellt är med andra ord påfallande. Budskapet är tydligt: Det är inte riktigt kulturellt korrekt att hysa – eller ge uttryck för – förtroende för medier, åtminstone inte etermedier eller kvällspress. Med morgonpressen förhåller det sig annorlunda. Läsning av lokaltidningar jämnar ut de kulturellt betingade förtroendeskilnaderna för lokalpressen, medan tidningarnas speciella prestige gynnar dess ställning bland icke-läsare med hög social status. Den lokala etermediekanalen P4 utmärks inte av någon mer påfallande laddning, varken beträffande image eller status. Det är följaktligen inte heller angeläget för grupper med hög social status att markera vare sig acceptans av eller avståndstagande från lokalradion.

Allmänt sett har användning av medier större betydelse för förtroendet i olika utbildningsgrupper än i grupper med olika klasstillhörighet. Egna erfarenheter av mediet, och de utbyten som är förknippade med det, höjer förtroendet för lokalmedierna mer bland lågutbildade än högutbildade, medan det förhåller sig omvänt med TV4.

Att bo i *glesbygd, tätort eller storstad* spelar roll för förtroendet för de lokala medierna och kvällspressen. Kvällspressförtroendet är större utanför storstäderna, vilket sannolikt beror på den kulturella faktorn. Lokalmedierna har en svagare förtroendeförankring bland glesbygdens icke-användare än tätortens, men en starkare förankring bland användarna. Att utbytet av faktiskt användning har större värde på landsbygden än i tätorten pekar på en vital funktion hos de lokala medierna. Den lokala anknytningen spelar större roll där den sociala strukturen är mer glesmaskig.

Ålder har viss betydelse för medieförtroendet, men på ett olikartat sätt beroende på medium och användning. Tydligast syns effekten på lokalmedierna, där – som tidigare framgått – unga icke-användare har högre förtroende än äldre. Beträffande TV4 syns denna ålderseffekt både bland tittare och icke-tittare.

När det gällde lokalpressförtroendet förde jag fram tanken att detta kunde bero på att den unga, urbaniserade livsstilen innebär en generell acceptans av medier som saknas bland äldre och landsbygdsbor. I så fall borde detta ha satt spår i icke-användarnas förtroende för andra medier utöver lokalpress och P4, framför allt i förtroendet för TV. Så är emellertid inte riktigt fallet. Antingen

beror detta på att livsstilseffekten släcks ut av andra, mer kraftfulla faktorer, eller så är betydelsen inskränkt till lokalmedierna. Att livsstilseffekten överflyglats av andra faktorer när det gäller TV är inte otänkbara. Beträffande SVT (där underlaget inte tillåter analys av betydelsen av boendeort) kan mediets status spela in, beträffande TV4 etableringsfaktorn.

Genus har ingen betydelse för förtroendet bland användare, men bland icke-användarna ser det annorlunda ut. Här har kvinnor ofta högre förtroende än män.

Generellt har individegenskaperna större betydelse bland icke-användarna. Detta beror emellertid främst på åldersfaktorn, utbildningsfaktorn och, framför allt, genus. Social klass och boendeort har likartad betydelse, oavsett användning.

Det innebär att i de grupper där symbolkunskapen om medier spelar en viktig roll har de sociokulturella och socioekonomiska faktorerna störst betydelse för förtroendet. Livsstil och social roll är också av vikt, men effekten av dessa faktorer förefaller att vara av något mindre storleksordning.

Bland medieanvändarna, där erfarenhetskunskapen har stort utrymme som grund för förtroendet, är mönstret inte lika tydligt. Den sociokulturella faktorn spelar stor roll via individens sociala klasstillhörighet, men inte riktigt lika påtagligt via utbildningen. Livsstilen har viss betydelse, men de sociala rollerna förefaller inte vara särskilt relevanta för medieförtroendet.

Individens sociala villkor är således viktigast för förtroendet bland dem som är hänvisade till symbolkunskap om medierna, men de saknar inte betydelse bland dem som också har erfarenhetskunskap. Även här kan vi se en sociokulturell dimension i förtroendet. Om denna dimension hänger samman med individens sätt att utvärdera sina medieerfarenheter eller om den svarar mot den symbolkunskap, som finns även i denna grupp, får jag emellertid låta stå osagt.

När det gäller erfarenhetskunskapen förefaller kognitivt orienterade värden vara viktiga för förtroendet för lokalpressen. Läsarnas utvärdering av *tidnings-egenskaper* visar att en trovärdig, saklig journalistik och bevakning av politiska nyheter gynnar förtroendet.

Detta svarar mot de medieideologiskt sanktionerade funktionerna hos dagspressen och pekar mot att de samhälleliga normerna har betydelse även för det individuella subjektiva utbytet av medier. Publikens prioriteringar kan emellertid också förstås utifrån ett publikt egenintresse och ges en innebörd som neutraliserar de samhälleligt normativa inslagen:

En trovärdig och saklig rapportering kan ses som något som gagnar samhällets krav på fullgod journalistik i allmänhet och underlag för opinionsbildning i synnerhet, men från publikens synpunkt är trovärdighetskravet också viktigt för kunskapsbildningen i mer generell mening. Att tidningens politiska nyhetsbevakning har betydelse för förtroendet kan tolkas som att en politiskt-intresse-dimension gör sig gällande i förtroendet för lokalpressen. Detta behöver inte

motsägas av att tidningens partipolitiska opartiskhet väger lätt i sammanhanget – generellt uppfattar inte lokaltidningsläsarna tidningarnas nyhetssidor som politiskt färgade i någon större omfattning (Elliot 1986). Men prioriteringen av bevakningen av stora politiska nyheter kan också tolkas på ett opolitiskt sätt: att publikens betoning ligger på bevakningen av stora och viktiga *händelser* och inte på det specifikt *politiska*. Att tidningen fyller sin generella kunskapsfunktion har i så fall större betydelse för förtroendet än dess roll i politiska avseenden.

Det är inte heller självklart att den generella nyhetsfunktionen enbart innebär *kognitiva* utbyten för individen. Nyhetsbevakningen omfattar ett brett register av kunskapsfunktioner. Behållningen kan ligga i att individen får instrumentell information som underlag för beslut eller för tillämpning i den praktiska vardagen. Men lokalbevakningen kan också ha betydelse som förmedlare av en generell omvärldsorientering och tillfällen för läsarna att känna att de har översikt över och kontakt med det som pågår i bygden, både stort och smått. Den så kallade returinformationens betydelse är välbekant för dem som arbetar på lokal tidningsnivå; sådant tidningsinnehåll har inte sin främsta funktion i det sakliga informationsvärdet utan i det värde som ligger i att bekräfta, befoga och sanktionera sådant som läsarna redan i princip känner till.

Noter

1. Se Reimer (1994a) för en mer ingående diskussion av förhållandet mellan medieanvändning och livsstil.
2. Metodstudier har visat att korrelationen mellan människors bedömningar av medier ur olika trovärdighetsaspekter och användningen av medier är känslig för vilket mått på medieanvändning man valt. Användningsmått som ger större utrymme för affektiva värderingar av medierna (exempelvis vilket medium man brukar använda, generellt eller för vissa syften) korrelerar i högre grad med trovärdighetsbedömningar än mer beteendeorienterade mått (t ex vilka medier man tog del av föregående dag); den förklaring som ges är att de affektiva användningsmått och trovärdighetsbedömningarna delar en bakomliggande affektiv komponent (Rimmer och Weaver 1987). De medieanvändningsmått som SOM-undersökningarna erbjuder är att betrakta som en kompromiss mellan dessa två frågetyper: Svarspersonerna får ange hur många gånger eller dagar i veckan som de regelmässigt brukar ta del av olika medier.
3. Frågeundersökningar av SOM-undersökningens typ får i vissa avseenden betraktas mer som instrument för att mäta sådana sociokulturella påbud än för att ta mått på faktiska attityder. Detta behöver emellertid inte ses som en svaghet; de sociokulturella påbuderna har stor betydelse för människor och kan i vissa situationer i praktiken vara mer inflytelserika som sociala styrmedel för individen än den egentliga attityden. Problemet består i att veta när det ena eller andra är aktuellt.
4. Det är emellertid viktigt att komma ihåg att tittande på TV inte alltid är ett uttryck för val av ett specifikt program. TV-tittande är en social aktivitet, som ofta görs i grupp. Alla i gruppen

är inte lika inflytelserika när det gäller val av program (se t ex Morley 1986). TV-utbudet är vidare knutet till programtablåerna, och vissa programtyper förekommer vid tidpunkter då det kan vara svårt för en del grupper att titta, även om det finns intresse. TV-tittande är slutligen en aktivitet som kan utövas som ett egenvärde – då spelar det inte så stor roll vad man tittar på, bara man tittar. Att använda det faktiska tittandet på olika programinnehåll är med andra ord inte det bästa tänkbara måttet på genrepreferenser, men det torde ändå kunna fungera som en indikator på hur man värdesätter olika typer av innehåll i TV.

5. Avsikten är att svarspersonerna skall ta ställning mot bakgrund av de egna erfarenheterna av tidningen. Man kan naturligtvis diskutera om detta verkligen skett; möjligheten finns att även den symbolkunskap som svarspersonerna haft om mediet har påverkat bedömningarna.

Steg II

Förtroendet för medieinstitutionerna

I ett andra steg analyserar jag förtroendet för medierna som institutioner i samhället: dagspressinstitutionen och radio/TV-institutionen. I kapitel 13 redovisar jag analyser av institutionsförtroendets struktur och hur förtroendet har utvecklats under perioden 1986-1993. Dessutom studerar jag medieinstitutionernas demografiska förtroendebas och relationen mellan institutionsförtroende och medieförtroende respektive journalistförtroende.

Kapitel 14 gäller den erfarenhet av och kunskap om medier som människor har som grund för förtroendet för institutionerna. Kapitel 14 redovisar medieanvändningens betydelse för institutionsförtroendet samt betydelsen av människors syn på mediernas funktioner, etiska standard och trovärdighet.

Kapitel 13

Institutionsförtroendet: Struktur och bas

Förtroendet för medierna som konkreta medietyper är en sak, förtroendet för medierna som samhälleliga institutioner är en annan. Institutionsförtroendet baseras med nödvändighet på den kunskap människor har om de konkreta medierna, men som institutioner utgör medierna ett annorlunda objekt för förtroendet. De utbyten av medierna som är mest relevanta för institutionsförtroendet skiljer sig till viss del från de utbyten som är aktuella som grund för medieförtroendet. De normer och kriterier som tillämpas vid utvärderingen av de egna medieerfarenheterna, och som påverkar bilden av medieinstitutionen, ser delvis annorlunda ut, liksom den symbolkunskap som har störst giltighet.

I det här steget belyser jag förtroendet för medierna som institutioner i samhället. Utgångspunkten är de samhälleligt legitimerade funktioner som den medieideologi, som är förhärskande i Sverige, tillskriver nyhetsmedierna. Mitt grundantagande är att som medieinstitutioner har medierna större värde i dessa avseenden än i dem som är relaterade till människors personliga utbyte av de konkreta medierna.

Fyra frågeställningar står i centrum i detta kapitel:

- Hur ser institutionsförtroendets *struktur* ut?
- Hur har institutionsförtroendet *utvecklats över tid* och vad kan förklara eventuella förändringar?
- Vilken förankring har institutionsförtroendet i olika *demografiska grupper*?
- Vad *bygger* institutionsförtroendet på: förtroende för de enskilda medier som utgör institutionen, förtroende för medieinstitutionen som princip eller förtroende för journalisterna?

Utgångspunkter

Inledningsvis redovisar jag mina utgångspunkter när det gäller förklaringar till förtroendeförändringar över tid, medieinstitutionernas demografiska förtroendebas och institutionerna som objekt för förtroende.

Förtroendeförändringar

Variationer i förtroendet för en institution över tid kan principiellt förklaras av förändringar av fyra tänkbara faktorer:

- egenskaper hos institutionerna
- egenskaper hos individerna
- det samhälleliga opinionsklimatet och tidsandan
- samhällsförtroendet i stort.

De egenskaper hos *medieinstitutionerna* som kan vara aktuella rör dels mediernas strukturella förutsättningar, dels den dagliga verksamheten. Nya typer av medier som präglar uppfattningen om vad institutionen innebär, ökad eller minskad räckvidd och förändrat utbud kan påverka förtroendet. Den faktiska verksamheten spelar också roll – får människor anledning att revidera värderingen av samhällsbevakningen i medierna eller synen på hur bevakningen sköts kan det få konsekvenser för institutionsförtroendet.

Förändringar som rör *individerna* spelar också roll för institutionsförtroendet. Dels kan befolkningens fördelning över demografiska variabler som genus, ålder, utbildning och boendeort förändra basen för förtroendet. Dels kan de individvariabler som betingar synen på och värderingen av medier få förändrad betydelse för förtroendet. I båda fallen kommer detta att leda till en annan syn på och värdering av medieinstitutionerna.

Som en tredje tänkbar orsak till förändringar av institutionsförtroendet finns *det opinionsklimat och den tidsanda* som präglar ett samhälle vid en given tidpunkt och som kan påverka normerna för hur medieinstitutionerna skall utvärderas. Betydelsen av medierna kan skifta. I tider av social oro och politisk turbulens blir behovet av nyheter större. I tider av akut opinionsbildning, som t ex vid en valrörelse eller en folkomröstning, får medierna också större betydelse. I sådana situationer kan medierna utvärderas på ett annorlunda sätt än normalt. En tillfällig debatt om mediernas grundläggande funktioner eller sätt att sköta sina uppgifter kan också resultera i förändringar, temporära eller permanenta, av de normer som styr synen på medierna.

Slutligen kan *samhällsförtroendet* som helhet vara en orsak till att förtroendet för en enskilda institution förändras. Som institutioner är medierna en del av samhället. Det grundläggande förhållningssätt som människor har gentemot samhället påverkar även till viss del förtroendet för medieinstitutionerna¹. Förändras samhällsförtroendet som helhet kan det få konsekvenser för förtroendet för de enskilda institutionerna. I USA visade sig pressen visserligen vara förhållandevis oberoende av den generella negativa trend som under 1960- och 1970-talen präglade förtroendet för många andra samhällsinstitutioner (Lipset och Schneider 1987). Detta behöver emellertid inte vara giltigt i Sverige. Även om medieinstitutionerna i Sverige och medieinstitutionerna i USA tillskrivs likar-

tade roller, så skiljer sig både samhällskultur och mediekultur åt. Denna fjärde tänkbara förklaringsfaktor diskuteras emellertid inte i det här kapitlet, utan behandlas i del III.

Förtroendet för medierna som specifika medietyper har ingått i SOM-mätningarna vid två tillfällen. Förtroendet för medierna som samhällsinstitutioner har däremot funnits med varje år sedan SOM-undersökningarna inleddes 1986 (på grund av att enkätfrågan om förtroendet för institutionerna formulerades annorlunda 1987 och 1988 faller emellertid dessa mätpunkter bort ur tidsserien). Det finns alltså möjligheter att studera förtroendeutvecklingen över tid på ett helt annat sätt när det gäller institutionsförtroendet än när det gäller medie-förtroendet.

Medieinstitutionernas demografiska förtroendebas

De samhälleliga institutionerna bärs upp av en förankring i olika grupper som utgör institutionens demografiska förtroendebas. Som institutioner är medierna knutna till denna bas i flera olika avseenden. Här har jag främst tagit fasta på två aspekter: sociala roller och social miljö.

De *sociala rollerna* är främst relaterade till de funktioner hos institutionerna som kan omsättas till mer praktiskt orienterade utbyten för individen. De sociala rollerna styr betydelsen av dessa funktioner genom de olika typer av praktiska behov som följer med att vara man eller kvinna, ung eller gammal.

Den *sociala miljön* är mer relaterad till den ideologiska sidan av människors förhållande till medieinstitutionerna. Inom ramarna för olika typer av miljöer utbildas olika typer av normer för bedömningen av institutionerna och deras funktioner i samhället. Utbildning och boendeort är demografiska variabler som kan tjänstgöra som indikatorer på social miljö.

Institutionerna som förtroendeobjekt

Det är inte självklart vad förtroendet för medieinstitutionerna egentligen står för. En fråga gäller i vilken utsträckning institutionsförtroendet är en följd av förtroendet för de *enskilda medierna*.

Institutionerna är abstrakta. De berör människor, men på ett indirekt sätt. De medicideologiska funktionerna är baserade på normativa föreställningar, som är idealistiska till sin natur. Utvärderingen av i vilken utsträckning medierna svarar mot dessa föreställningar måste göras med utgångspunkt i de kunskaper människor har om de enskilda medierna. Dessa har människor daglig, konkret kontakt med och får en direkt behållning av. Eftersom de enskilda medierna angår människor på ett mer handfast sätt vore det inte konstigt om detta fick konse-

kvenser för institutionsförtroendet, trots att det senare borde vara mer kopplat till mediernas samhälleliga funktioner.

En annan fråga gäller i vilken utsträckning förtroendet på institutionsnivå verkligen är *separerat mellan dagspress och etermedier*. Möjligheten finns att förtroendet för de båda medieinstitutionerna i grund och botten utgörs av ett generellt förtroende för medieinstitutioner.

En tredje aspekt gäller förtroendet för medierna som institutioner och förtroendet för den yrkesgrupp som mest påtagligt är verksam inom institutionen, dvs *journalisterna*. Gör människor förtroendemässig skillnad mellan systemet och systembärarna när det gäller medier?

Förtroendet för medieinstitutionerna 1993

Framställningen inleds med en översikt av förtroendet för dagspress- och etermedieinstitutionerna 1993.

Den skillnad vi kunde se mellan förtroendet för de olika tidningstyperna och förtroendet för TV och radio i kapitel 11 kvarstår på institutionsnivå. Radio/TV-institutionen får högre andelar förtroende än dagspressinstitutionen (tabell 13:1).

Tabell 13:1. Förtroendet för medieinstitutionerna 1993 (procent)

	Dagspress- institutionen	Radio/TV- institutionen
Mycket stort förtroende	2	6
Ganska stort förtroende	27	47
Varken stort eller litet	47	40
Ganska litet förtroende	19	7
Mycket litet förtroende	5	1
Stort förtroende totalt	30	53
Litet förtroende totalt	24	8
Balansvärde	+6	+45
Intensitet stort förtroende	.07	.11
Intensitet litet förtroende	.20	.13
Antal svarspersoner	1640	1643

Anm: Balansmättet utgörs av andelen stort förtroende minus andelen litet. Intensitetsmättet utgörs av kvoten mellan andelen mycket stort/litet förtroende och andelen stort/litet förtroende totalt.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Som institution har etermedierna något lägre förtroende än vad de stora rikstäckande TV- och radiokanalerna har som enskilda medietyper. Dagspressen

som samlad institution får betydligt lägre förtroende än den mest lästa dagstidningstypen: den lokala morgonpressen. För dagspressinstitutionen uppvägs andelen litet förtroende nätt och jämnt av andelen stort.

Andelen som svarat att de varken har stort eller litet förtroende är som regel högre för institutionerna än för de enskilda medietyperna. Detta kan tolkas som att institutionerna antingen är svårare att ta ställning till eller är av lägre angelägenhetsgrad än de konkreta medier människor möter i vardagen. Sannolikt är båda förklaringarna giltiga. Att medieinstitutionerna inte ter sig lika angelägna för människor som medierna framkommer under alla omständigheter av förtroendeintensiteten: Intensiteten är betydligt lägre på institutionsnivå än för de enskilda medietyperna.

Medieinstitutionernas förtroendebas 1993

Som enskilda medietyper har tidningarna och etermediekanalerna olikartade förankringar i olika befolkningsgrupper. Som samhällseliga institutioner borde denna förankring vara mindre heterogen. Den demografiska förtroendebas som bär upp institutionerna beskrivs här med utgångspunkt i genus, ålder, utbildning och boendeort.

Dagspressinstitutionens förtroendebas

Skillnaderna olika grupper emellan är små när det gäller andelarna stort respektive litet förtroende för dagspressen. Dagspressinstitutionen får något högre andelar tilltro av kvinnor, unga och stadsbor än av övriga grupper (tabell 13:2).

Andelarna som svarat att de varken har stort eller litet förtroende är lägre bland högutbildade och stadsbor. Dagspressens institutionella roll förefaller med andra ord att vara något mer angelägen att ta ställning till i denna sociala miljö. Detta kan möjligen ses som en bekräftelse av den traditionella synen på dagstidningarna som ett viktigt forum för elitens offentliga samtal – den roll som dagspressen tidigare spelade som instrument för den offensiva, liberala borgarklassens politiska opinionsbildning kan ha dröjt sig kvar i föreställningarna om dagstidningens funktioner.

Detta innebär inte att förtroendet är högre i dessa grupper; det innebär bara att *benägenheten* att uttrycka högt eller lågt förtroende är högre. De högsta förtroendebalanserna finner vi i stället bland kvinnor och unga. Den totala bilden är emellertid att dagspressinstitutionens bas är relativt homogen – överlag är skillnaderna mellan olika grupper små.

Tabell 13.2. Förtroendet för dagspressinstitutionen i olika grupper 1993 (procent)

	Genus		Ålder					
	M	K	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75
Stort	26	33	35	33	26	29	28	29
Litet	25	23	20	20	26	24	26	25
V/e	49	44	45	47	48	47	46	46
Balans	+1	+10	+14	+13	0	+5	+2	+4
Antal	816	824	133	288	300	331	254	334

	Utbildning			Boendeort			
	Låg	Medel	Hög	Landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	27	29	32	28	26	33	33
Litet	22	22	27	21	24	25	25
V/e	51	49	41	51	50	42	42
Balans	+5	+7	+5	+7	+2	+8	+8
Antal	609	366	586	317	610	509	187

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Radio/TV-institutionens förtroendebas

Också etermedierna visar sig ha en homogen demografisk förtroendebas (tabell 13:3).

Andelarna tilltro är högst bland de unga i 20-åren och lägst bland dem i 30-åren och storstadsborna. Storstadsborna visar samtidigt de högsta andelarna förtroendeskepsis, så sammantaget utgör dessa den svagaste gruppen i radio/TV-institutionens förtroendebas. Balansvärdena är också relativt låga för högutbildade och åldersgruppen 30-39 år.

Att etermediernas institutionella funktioner möts av lägre förtroende i storstäderna och av de högutbildade kan falla tillbaka på att dessa grupper har lågt förtroende för TV generellt (se kapitel 12). Men det kan också hänga samman med det jag anförde ovan i samband med dagspressförtroendet: att dagspressen traditionellt haft en viktig institutionell förankring i den politiska och sociala miljö som den urbana opinionsbildningen utgör. Detta innebär inte att förtroendet för dagspressinstitutionen blir högre. De högutbildade stadsborna kan förhålla sig på olika sätt till dagspressen i detta avseende, men de tenderar *att förhålla sig* i något större utsträckning än på andra håll. För etermediernas del blir emellertid konsekvensen att man till viss del *tar avstånd* från radio/TV som opinionsbildare. Sannolikt beror detta på att TV som medium gärna framkallar ett sociokulturellt betingat avståndstagande i dessa kretsar (jfr kapitel 12), ett avståndstagande som kan tänkas slå igenom även på institutionsnivå.

Tabell 13:3. Förtroendet för radio/TV-institutionen i olika grupper 1993 (procent)

	Genus		Ålder					
	M	K	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75
Stort	52	57	55	60	47	51	50	55
Litet	9	6	5	7	10	6	8	9
V/e	40	37	40	33	43	43	42	37
Balans	+43	+51	+50	+54	+37	+45	+42	+46
Antal	732	699	133	287	299	331	254	332

	Utbildning			Boendeort			
	Låg	Medel	Hög	Landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	55	51	50	52	55	54	43
Litet	6	5	11	8	6	7	16
V/e	37	44	39	40	40	39	41
Balans	+49	+46	+39	+44	+49	+48	+26
Antal	612	369	582	316	608	511	190

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendekonjunkturer 1986-1993

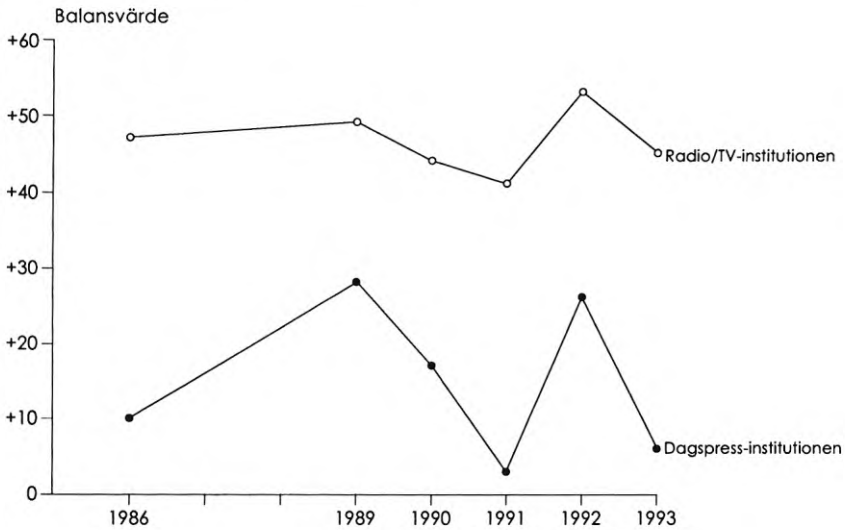
Till skillnad från förtroendet för de olika medietyperna finns data om förtroendet för de båda medieinstitutionerna över en längre tidsperiod. Figur 13:1 visar hur förtroendet för radio/TV- respektive dagspressinstitutionen utvecklats mellan 1986 och 1993 med utgångspunkt i balansvärdena.

Tre väsentliga drag präglar förtroendet för de båda medieinstitutionerna under denna period.

Andelen som hyser stort förtroende för de båda medieinstitutionerna är alltid större än andelen som hyser litet förtroende. Balansvärdena är alltid positiva, även om dagspressen ligger nära nollstrecket vid ett par tillfällen. Det finns med andra ord alltid fler som har stort förtroende för medieinstitutionerna än sådana som hyser skepsis.

Vidare har förtroendet för radio/TV genomgående varit högre än förtroendet för dagspressen. Den rangordning som vi kunde se i kapitel 11 beträffande de olika etermedierna å ena sidan och dagstidningarna å den andra är med andra ord uttryck för en grundläggande skillnad mellan de båda medieformerna när det gäller förtroende, en skillnad som tar sig uttryck både på den konkreta medienivån och på institutionsnivå. Differensen mellan de båda institutionerna är både påtaglig och konsekvent.

Figur 13:1. Förtroendet för dagspressinstitutionen och radio/TV-institutionen 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 13.4.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Det mest utmärkande draget är att förtroendet för dagspressinstitutionen varierar i mycket större utsträckning än förtroendet för radio/TV-institutionen. Förtroendet för dagspressen ökar eller sjunker mellan nästan varje mätpunkt. Balansvärdet rör sig mellan +28 som mest och +3 som minst. Förtroendet för radio/TV är betydligt mer stabilt. Även här finns variationer efter samma mönster som för dagspressen, men förändringarna är mycket blygsammare och faller lika ofta utanför de statistiska signifikansramarna som innanför. Som mest får radio/TV +53 i balansvärde, som minst +41. Dagspressförtroendets pendelvidd motsvaras således av nära 30 balansmåttenheter medan radio/TV-förtroendets variationer bara omfattar dryga tio enheter.

Stort och litet förtroende

Förtroendemönstret för de båda medieinstitutionerna har olika karaktär, trots likheten i tendensen över tid (tabell 13:4). Förtroendet för dagspress består av både tilltro och förtroendeskepsis, och bägge påverkas då förtroendekonjunkturerna skiftar. Radio/TV visar en mer homogen förtroendebild, med mindre andelar varken-eller-svar och tyngdpunkten i förhållandet mellan stort och litet förtroende långt förskjuten åt den positiva polen. De begränsade variationer

som finns här gäller huvudsakligen tilltron – skepsisen ligger inte lika nära till hands som för dagspressen.

Tabell 13:4. Förtroendet för medieinstitutionerna 1986-1993 (procent)

	1986	1989	1990	1991	1992	1993
Dagspressinstitutionen						
Stort förtroende	29	42	36	30	42	30
Litet förtroende	19	14	19	26	15	24
Varken-eller	52	44	45	44	43	47
Förtroendebalans	+10	+28	+17	+3	+26	+6
Antal svarspersoner	1411	1481	1520	1494	1681	1640
Radio/TV-institutionen						
Stort förtroende	54	56	52	52	60	53
Litet förtroende	8	7	8	11	7	8
Varken-eller	38	37	39	38	33	40
Förtroendebalans	+47	+49	+44	+41	+53	+45
Antal svarspersoner	1431	1483	1523	1508	1695	1643

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Förändringar av förtroendet för radio/TV tenderar med andra ord att vara en fråga om att ha mer eller mindre stort förtroende, medan förändringar av dagspressförtroendet handlar både om att ha mer eller mindre stort och mer eller mindre litet förtroende.

Förtroendeintensitet

1993 var intensiteten i dagspressförtroendet främst koncentrerad till andelen litet förtroende. Utvecklingen sedan 1980-talets mitt visar emellertid att detta inte alltid varit lika påtagligt (tabell 13:5). Under 1980-talet var intensiteten i dagspressskepsisen lägre, även om den fortfarande var högre än intensiteten i andelen stort förtroende.

Intensiteten i förtroendet totalt hänger för dagspressens del samman med utvecklingen av förtroendet. När förtroendebalansen blir mer positiv minskar intensiteten och vice versa – en naturlig följd av att det främst är intensiteten i andelen litet förtroende som varierar över tid.

1993 visade förtroendet för radio/TV relativt låg intensitet. Före 1993 visade intensiteten både i andelen stort och andelen litet förtroende som regel högre värden – litet förtroende består emellertid av en så liten andel att det är tveksamt om det är meningsfullt att dra några slutsatser av det.

Tabell 13:5. Intensiteten i förtroendet för medieinstitutionerna 1986-1993

	1986	1989	1990	1991	1992	1993
Dagspressinstitutionen						
Stort förtroende	.07	.07	.08	.10	.10	.07
Litet förtroende	.16	.14	.21	.27	.20	.20
Totalt	.10	.09	.13	.18	.12	.13
Radio/TV-institutionen						
Stort förtroende	.15	.14	.17	.12	.17	.11
Litet förtroende	.25	.14	.25	.09	.29	.13
Totalt	.16	.14	.18	.11	.18	.12

Anm: Intensitetsmättet utgörs av kvoten mellan andelen mycket stort/litet förtroende och stort/litet totalt. För underlag se tabell 17 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

De största statistiskt säkerställda förändringarna av förtroendebalansen (1991-1992 och 1992-1993) visar emellertid samma tendenser för förtroendenivå och förtroendeintensitet: intensiteten ökar när förtroendet blir högre.

Sammantaget är medelvärdet för förtroendeintensiteten likartat för dagspress och radio/TV under undersökningsperioden. Men dagspressinstitutionens förtroendeopinion visade något högre intensitet under 1990-talet än under 1980-talet, medan intensiteten i förtroendet för radio/TV snarare förefaller att ha avtagit under det sista undersökningsåret. Tendensen är svag, men pekar möjligen mot att dagspressen som institution (eller förtroendet för den) verkar ha fått ökad angelägenhetsgrad medan radio/TV tappat något i betydelse.

Medieinstitutionernas förtroendebas 1986-1993

En tänkbar anledning till att förtroendet för dagspressinstitutionen varierar mer än förtroendet för radio/TV kan vara att dagspressens förtroendebas har förändras.

Analysen av medieinstitutionernas demografiska förtroendebas 1993 gav ett intryck av homogenitet. Både förtroendet för dagspressen och förtroendet för radio/TV har förankring i flertalet befolkningsgrupper. Unga och kvinnor har något mer förtroende för båda institutionerna än vad andra har; radio/TV har en något svagare förankring bland stadsbor, högutbildade och yngre medelålders.

En analys av förtroendebasen över tid kan lämna besked om vilka grupper som främst svarar för dagspressförtroendets konjunkturer. Analysen visar också

om någon av de demografiska variablerna har fått förändrad betydelse för medieförtroendet i stort.

Dagspressinstitutionens förtroendebas

Män och kvinnor har inte skilt sig åt i någon större utsträckning när det gäller förtroendet för dagspressen (figur 13:2). De år det syns skillnader tenderar visserligen kvinnor att visa en något högre förtroendebalans, men med undantag av det sista mätåret, 1993, är differenserna obetydliga.

De små skillnader som ändå finns summerar i en mycket svag tendens för män att variera något mer i förtroendet efter mönstret lägre förtroende än kvinnor när det är förtroendemässig lågkonjunktur, men på det stora hela har genus ingen större betydelse i sig.

Åldersfaktorn gör lite större skillnad. Unga under 30 år, framför allt tonåringar, har regelmässigt visat högst förtroende för dagspressinstitutionen, medan människor i yngre medelåldern regelmässigt visat förhållandevis lågt förtroende (figur 13:3).

Trots att de yngre grupperna genomgående visat relativt högt förtroende, är det dessa som förändrat sitt förtroende mest över tid, tillsammans med de äldre över 60 år. Skillnaden gentemot övriga grupper är emellertid inte speciellt stor. Den mest stabila åldersgruppen är de i yngre medelåldern, i 30- och 40-åren. Här förändras förtroendet över tid i enlighet med huvudtendensen, men variationerna är som regel av mindre storleksordning än i övriga åldersgrupper.

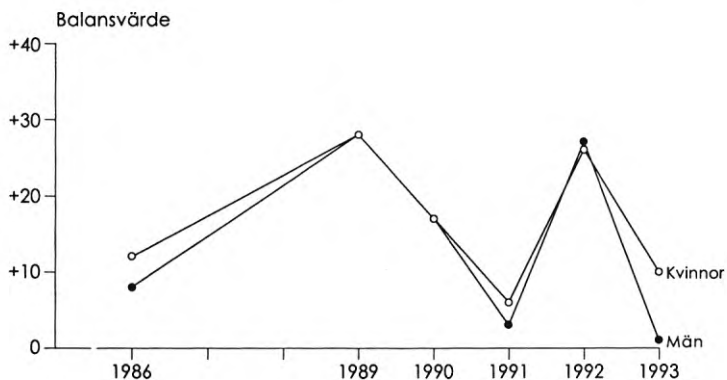
Utbildning tenderade att vara positivt relaterat till förtroendet för dagspressen före 1991. Från 1991 ser vi inga större skillnader mellan de olika utbildningsgrupperna (figur 13:4).

Utbildningens betydelse för förtroendet för dagspressinstitutionen har således ändrat magnitud. Från att ha skiktat förtroendet genom att skilja ut högutbildade som den mest förtroendestarka gruppen, sedan lågutbildade som den mest förtroendesvaga, spelar utbildning numera inte någon större roll. Att utbildningsfaktorn förefaller ha förlorat sin betydelse för dagspressförtroendet under 1990-talet kan delvis hänga samman med de strukturella förändringar som utbildningsvariabeln genomgått: en större andel har idag högre utbildning än tidigare². Men dessa förändringar torde inte vara tillräckliga för att förklara utbildningsfaktorns förändrade betydelse fullt ut.

Boendeort visar samma mönster som utbildning. Fram till 1991 gör boendeort skillnad för dagspressförtroendet – ju högre täthetsgrad, desto större förtroende (tabell 13:5). De senaste åren har emellertid skillnaderna minskat eller försvunnit helt.

Sett över hela perioden har dagspressen som institution haft sin främsta förtroendebas bland storstadsbefolkningen, de högutbildade och de unga. Till

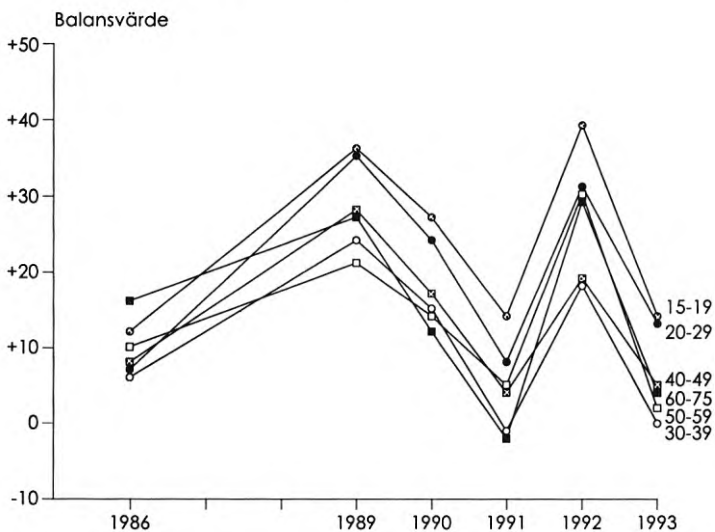
Figur 13:2. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter genus 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 18 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

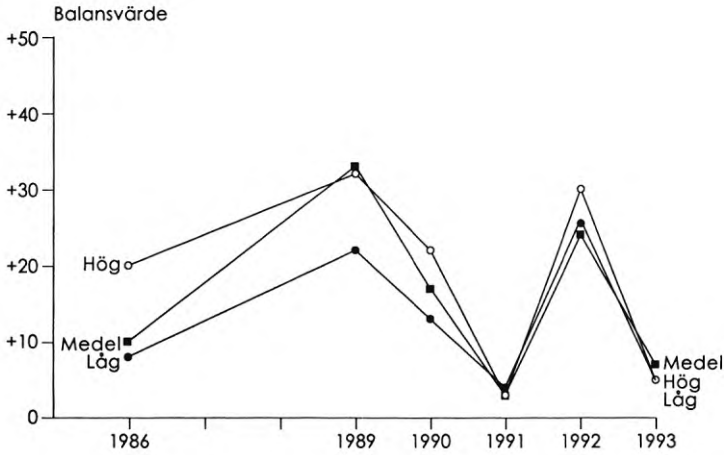
Figur 13:3. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter ålder 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 19 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

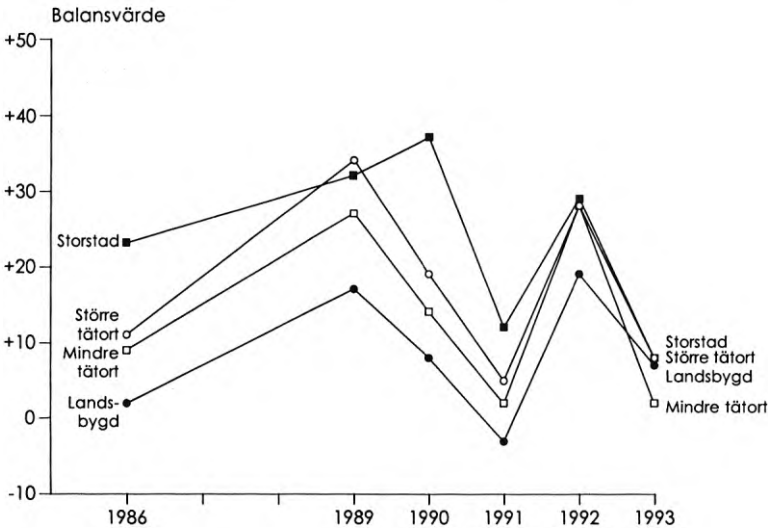
Figur 13:4. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter utbildning 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 20 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Figur 13:5. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter boendeort 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 21 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

stora delar håller den förankringen på att lösas upp. 1993 är förtroendet för dagspressen mer jämnt fördelat över olika utbildnings- och boendegrupper. Ålder visar däremot en svag tendens att möjligen öka i betydelse och 1993 var skillnaden mellan kvinnor och män större än något tidigare år.

Det mest påtagliga när det gäller dagspressens demografiska förtroendebas är emellertid inte i första hand denna förskjutning, utan likheten i mönstret. Variationerna över tid i förtroendet för dagspressen faller i huvudsak tillbaka på samtliga grupper. När förtroendet har förändrats, gäller det för alla. Vissa har visserligen visat sig vara något mer benägna än andra att öka eller minska sitt förtroende, men skillnaderna är inte av avgörande betydelse. De faktorer som bidrar till att dagspressförtroendet tenderar att pendla upp och ner är giltiga i samtliga grupper.

Frågan är om detta också är fallet för radio/TV-institutionens förtroendebas.

Radio/TV-institutionens förtroendebas

Kvinnor visar en liten tendens att ha högre förtroende för radio/TV-institutionen än vad *män* har (figur 13:6). Till skillnad från dagspressförtroendet är emellertid skillnaden förhållandevis konstant över undersökningsperioden.

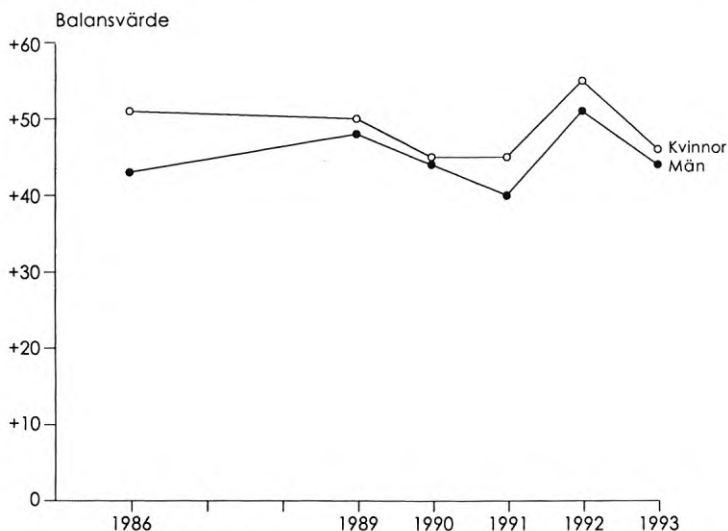
Grundmönstret beträffande *ålder* är å andra sidan detsamma för radio/TV som för dagspressen (figur 13:7). De yngre har som regel högst förtroende, de i 30-åren lägst. Ålderskurvorna för dagspressen visade hög överensstämmelse sinsemellan i variationerna över tid, trots att dagspressförtroendet totalt varierat mycket. Radio/TV-förtroendet totalt har varit mer stabilt, men har inte hindrat olika åldersgrupper från att visa olikartade utvecklingstendenser.

I gruppen 20-29 år har förtroendet ökat under undersökningsperioden – 1986 var förtroendet här lägst, 1993 högst. Med tanke på tonåringarnas regelmässigt höga förtroende kan man misstänka en generationseffekt, men i så fall kommer den att tömmas ut under 1990-talet. 1992-1993 visar tonåringarna en tendens att tappa en del av sitt höga förtroende för radio/TV-institutionen. En annan grupp där förtroendet tenderat att försvagas något är de äldre, främst de i 50-åren.

Utbildningens betydelse för förtroendet för radio/TV som institution ter sig likartad över åren (figur 13:8). Det syns inget av den upplösning av effekten av utbildning som vi kunde se beträffande dagspressförtroendet.

Betydelsen av *boendeort* har emellertid visat vissa modifikationer under 1990-talet. Under 1980-talet var förtroendet något lägre på landsbygden och i storstaden, efter 1990 blir storstadsborna mer skeptiska mot radio/TV-institutionen än övriga (figur 13:9). Storstadsborna visar samma utvecklingstendens som tonåringarna – en tämligen påtaglig förtroendenedgång 1992-1993. Förtroende för radio/TV-institutionen har inte samma plats i den unga, urbana livsstilen som tidigare.

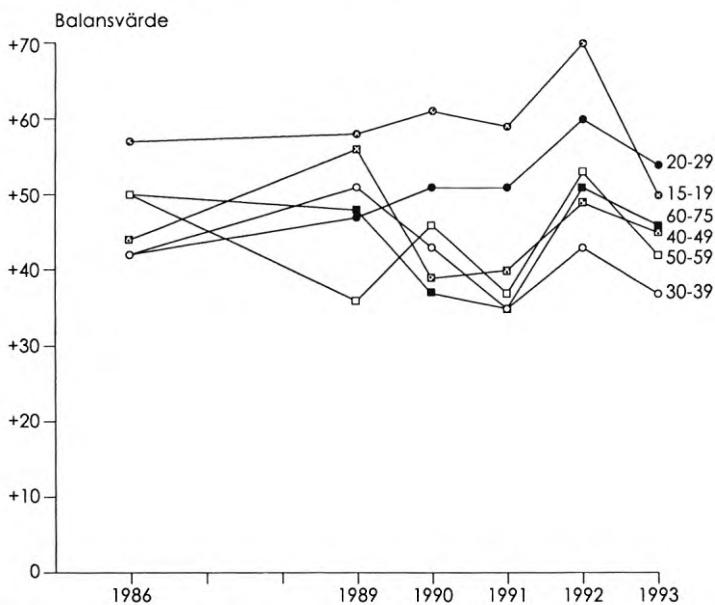
Figur 13:6. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter genus 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 22 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

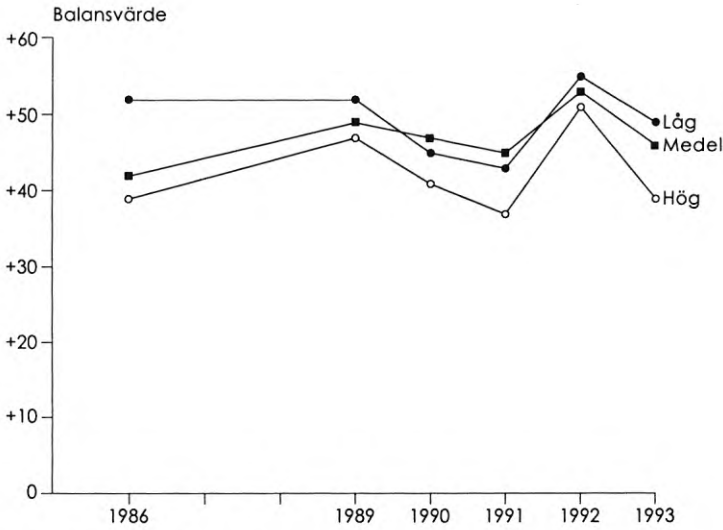
Figur 13:7. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter ålder 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 23 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

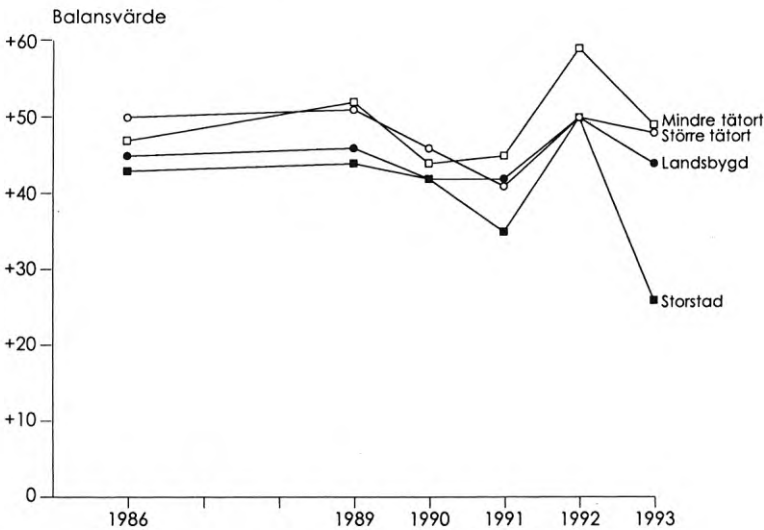
Figur 13.8. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter utbildning 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 24 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Figur 13.9. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter boendeort 1986-1993 (balansmått)



Anm: För underlag, se tabell 25 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Trots de måttliga förtroendeförskjutningarna över tid för radio/TV-institutionen totalt har det således skett vissa omstruktureringar av förtroendebasen, framför allt beträffande ålder. 1986 utgjorde de äldre grupperna tillsammans med tonåringarna ett viktigt inslag i förtroendebasen; 1993 är det de yngre i 20-åren som är radio/TV-institutionens starka grupp.

Bortsett från detta är emellertid likheten i kurvornas form påtaglig, precis som beträffande dagspressen. De faktorer som spelar roll för institutionernas förtroendekonjunkturen beror uppenbarligen på andra orsaker än individfaktorer.

Institutioner, medier och journalister

Förtroendet för medierna som institutioner kan vara institutionsspecifikt, dvs bygga på människors relation till och utvärderingar av dagspressinstitutionen respektive radio/TV-institutionen som just institutioner. Men institutionsförtroendet kan också falla tillbaka på utvärderingar av de *enskilda medier*, som sorterar under institutionen. I så fall handlar institutionsförtroendet enbart om hur mycket förtroende människor har för de enskilda medierna. Frågan blir då vilket medium som har störst betydelse. I den utsträckning det finns ett förtroende för institutionerna som är skilt från förtroendet på medienivå blir frågan om detta är ett *generellt medieinstitutionsförtroende* eller om det är specifikt för respektive institution.

Förtroendet för institutionerna kan dessutom handla om hur människor ser på den yrkeskår som utåt sett bär upp institutionens verksamhet, dvs *journalisterna*.

Institutioner och enskilda medier

För båda medieinstitutionernas del finns samband med förtroendet för de enskilda medierna (tabell 13:6). Samtidigt är sambanden relativt begränsade – förtroendet för medierna som institutioner är inte helt liktydigt med förtroendet för någon av de specifika medietyper som konstituerar institutionerna.

Korrelationerna mellan förtroendet för *dagspressinstitutionen* å den ena sidan och den lokala morgonpressen, Stockholms morgonpress och kvällspressen å den andra är höga, men inte överdrivet höga i något av fallen. De små skillnader som finns mellan sambanden med de enskilda medietyperna korresponderar med räckvidd: förtroendet för lokalpressen visar det förhållandevis starkaste sambandet med institutionsförtroendet och förtroende för Stockholms morgonpress det svagaste.

Tabell 13:6. Sambanden mellan förtroendet för medieinstitutionerna och förtroendet för enskilda medietyper 1993 (Pearsons r)

	Pearsons r
Dagspressinstitutionen	
Lokalpressen	.42
Stockholms morgonpress	.29
Kvällspressen	.36
Radio/TV-institutionen	
Sveriges Television	.56
TV4	.45
Riksradiön	.39
P4	.31

Anm: Korrelationerna är signifikanta på .001-nivån.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Människors olikartade förväntningar på de respektive tidningstyperna kan vara anledningen till att sambanden skiljer sig något mellan lokalpressen och kvällspressen. Det finns en traditionell funktionsuppdelning mellan morgonpress och kvällspress. Morgontidningarna förväntas sköta det traditionella uppdraget att informera, granska och övervaka – det är ju ett av deras främsta institutionella existensberättiganden. Kvällstidningarnas profil faller till viss del utanför detta officiella uppdrag – både förväntningarna och kraven på att kvällspressen skall bedriva denna typ av journalistik torde vara lägre än beträffande morgonpressen. Detta har resulterat i att det sannolikt oftare ligger närmare till hands att associera begreppet dagspressen till morgontidningar än till kvällspress.

Institutionsförtroendet för *radio/TV* korresponderar inte heller fullt ut med någon av de undersökta medieorganisationer som sorterar under institutionsbeteckningen. Här finns emellertid något starkare kopplingar mellan institutionsnivån och den konkreta medienivån. Särskilt gäller detta Sveriges Television, som visar en högre korrelation med institutionen än vad man kan finna för något annat medium. TV generellt visar högre samband med institutionen än vad radio gör; även om korrelationen mellan TV4 och institutionen inte är lika hög som den mellan SVT och institutionen, så är den ändå högre än något av de motsvarande värdena för radion.

Etermedieinstitutionen i samhället är med andra ord mer synonymt med TV än med radio. Att detta skulle bero på en liknande funktionsuppdelning som beträffande morgon- och kvällspress ter sig inte sannolikt. TV kan få stort genomslag i opinionsbildning och debatt, men riksradios samhällsredaktioner håller en minst lika hög profil som TV-kanalernas. Framför allt riksradios P1 rymmer flera institutionaliserade samhälls- och debattprogram (t ex *Vår grundade mening*, *Dagens Eko*, *Ekonomiska klubben* och *OBS*).

Snarare handlar det om att TV traditionellt varit det tyngsta etermediet, det med högst status och mest central ställning. I den gamla Sveriges Radio-koncernen spelade TV huvudrollen i den allmänna föreställningen. Ensamrätten för public service-bolagen fram till 1987 underströk ytterligare ”den statliga” televisionens roll som etermediet par préférence.³

Dagspress och etermedier – eller bara medier?

Förtroendet för medieinstitutionerna rymmer således återspeglings av förtroendet för de enskilda medierna, men lämnar också utrymme för en institutions-specifik dimension. Frågan är hur institutionspecifik denna dimension i så fall är. Handlar den om förtroende för dagspress respektive radio/TV, eller handlar den om medier generellt?

Tabell 13:7 visar hur sambanden för de båda institutionerna ser ut med hänsyn dels till de enskilda medier som sorterar under institutionen, dels till systerinstitutionen. De två kolumnerna till vänster visar sambanden, med och utan inbördes kontroll, mellan institutionen och medierna. De två kolumnerna till höger visar hur det ser ut om systerinstitutionen inkorporeras i analysen.

Tabell 13:7. Sambanden mellan förtroendet för dagspress- respektive radio/TV-institutionen och förtroendet för de enskilda medierna 1993. ANOVA (MCA).

	Eta	Beta	Eta	Beta
Förtroendet för dagspressinstitutionen				
Förtroendet för...				
den lokala morgonpressen	.42	.31	.42	.23
Stockholms morgonpress	.30	.15	.30	.12
kvällspressen	.37	.30	.38	.22
radio/TV-institutionen	*	*	.48	.31
R ²	*	.29	*	.36
R	*	.53	*	.60
Förtroendet för radio/TV-institutionen				
Förtroendet för...				
Sveriges Television	.56	.40	.56	.32
TV4	.46	.19	.46	.17
riksradion	.40	.12	.40	.11
P4	.31	.06	.31	.04
dagspressinstitutionen	*	*	.47	.30
R ²	*	.36	*	.43
R	*	.60	*	.66

Anm: Signifikansen ligger på .001-nivån utom för P4 (>.1).

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för dagspressen som institution förklaras mer av förtroendet för radio/TV-institutionen än förtroendet för någon av de enskilda morgon- och kvällstidningarna. Men tillsammans förklarar de långt ifrån hela variansen i förtroendet för dagspressinstitutionen.

Förtroendet för radio/TV-institutionen förklaras lika mycket av dagspressförtroendet som förtroendet för dagspressinstitutionen förklaras av radio/TV-förtroendet. Det förefaller således finnas ett generellt medieinstitutionsförtroende som har påtaglig betydelse.

Men liksom beträffande pressen förklaras inte allt radio/TV-förtroende av vare sig det generella medieförtroendet eller förtroendet för de enskilda etermedierna. I viss utsträckning är förtroendet för dagspressinstitutionen en sak och förtroendet för radio/TV-institutionen en annan, även om många tenderar att ha likartad uppfattning om båda.

Detta avspeglas i figur 13:10, som visar hur allmänheten fördelar sig över olika kombinationer av förtroendepositioner när det gäller dagspress och radio/TV.

En knapp majoritet (54 procent) har i huvudsak samma förtroende för de båda institutionerna (för överskådlighetens skull har jag inte gjort någon distinktion mellan ganska stort/litet och mycket stort/litet förtroende). En relativt stor andel (46 procent) har med andra ord olika förtroende för dagspressinstitutionen och radio/TV-institutionen. Av dessa är det emellertid enbart en mindre del (6 procent) som har högt förtroende för den ena institutionen och lågt för den andra.

Den andel som har stort förtroende för båda institutionerna avviker inte nämnvärt från dem som bara hyser tilltro till en av dem (tabell 27 i bilagan). De

Figur 13:10. Fördelningen över olika förtroendekombinationer i institutionsförtroendet 1993 (procent)

		Förtroende för radio/TV-institutionen		
		Stort	Varken stort eller litet	Litet
Förtroende för dagspressinstitutionen	Stort	24	4	0
	Varken stort litet	22	24	2
	Litet	6	12	6

n=1622

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

som har litet förtroende för båda institutionerna skiljer sig emellertid något från genomsnittet. Här finns en viss överrepresentation av människor som är högutbildade och bor i storstäder.

Journalisterna och institutionerna

Förtroendet för institutionerna och förtroendet för de människor som är verksamma inom ramarna för institutionerna behöver inte följas åt⁴. Det ligger nära till hands att utgå från att de båda förtroendenivåerna smittar av sig på varandra, men förtroendet för dem som sysslar med verksamheten borde ligga närmare utvärderingen av daglig praxis medan förtroendet för institutionen borde vara mer knutet till institutionens grundläggande funktioner och legitimitet.

Sedan 1992 studeras allmänhetens förtroende för flera av de yrkesgrupper som är verksamma inom samhällsinstitutionerna. Detta görs inte i den rikstäckande SOM-undersökningen, utan i den parallella undersökning som är begränsad till Västsverige. Urval och undersökningsområde i de båda undersökningarna motsvarar således inte varandra, men det är ändå meningsfullt att göra en jämförelse mellan de båda mätserierna.

En sådan jämförelse visar att rangordningen av institutionerna och rangordningen av yrkesgrupperna visar mycket stora likheter (tabell 13:8). I stort sett är helhetsbilden likartad, fränsett en del förskjutningar i förtroendebalansernas storlek.

Tabell 13:8. Förtroendet för samhällsinstitutionerna och förtroendet för yrkesgrupper som är verksamma inom institutionerna 1992 och 1993 (balansmått)

Institution/yrkesgrupp	1992	1993
Sjukvården/läkare	+68/+72	+68/+74
Radio/TV-inst/TV-journalister	+53/+23	+45/+28
Polisen/poliser	+50/+57	+51/+58
Grundskolan/lärare	+38/+53	+38/+53
Dagspressen/dagspressjournalister	+27/+17	+5/+20
Storföretagen/företagsledare	-9/+17	-3/+21
Riksdagen/rikspolitiker	-19/-12	-14/-19
Regeringen/rikspolitiker	-11/-12	-25/-19
De fackliga org/fackliga ledare	-19/-19	-18/-18
Bankerna/bankdirektörer	-36/-55	-36/-49

Anm: Uppgifterna om institutionsförtroendet är baserade på ett riksrepresentativt urval, uppgifterna om yrkesgrupperna är baserade på ett urval i Göteborg med kranskommuner. Observera att beträffande radio/TV-institutionen gäller förtroendet för yrkesgruppen enbart TV-journalister.

Källor: Riks-SOM-undersökningarna 1992 och 1993, Väst-SOM-undersökningarna 1992 och 1993.

Det mest påtagliga undantaget utgörs av TV-journalisterna, som får avsevärt lägre förtroende än vad radio/TV får som institution. Dagspressen visar samma tendens 1992, men i mindre omfattning; 1993 är dagspressjournalisternas balansvärde i stället högre än balansvärdet för institutionen. Förtroendet för dagspressinstitutionen sjönk mellan 1992 och 1993 medan förtroendet för tidningsjournalisterna kvarstod oförändrat.

Journalisterna som yrkeskår förefaller med andra ord att generera ett lägre förtroende än vad medierna gör som institutioner. Detta är inte det vanliga när det gäller samhällsinstitutioner. Utöver journalister är det bara bankdirektörer som har lägre förtroende än sin institution. När det gäller övriga yrkesgrupper får dessa som regel ett *högre* förtroende än institutionen i de fall det finns skillnader. Detta syns särskilt beträffande lärare och företagsledare.

Förtroendet för journalisterna är vidare mer oberoende av medium än vad institutionsförtroendet är. På institutionsnivå finns en påtaglig nivåskillnad mellan dagspress och etermedier. På journalistnivå finns endast en mycket liten skillnad mellan dagspress och TV⁵. Journalistförtroendet tenderar med andra ord att i första hand gälla *journalister* generellt, inte *dagspressjournalister* eller *TV-journalister*.

Summering och diskussion

Det mest påfallande med medieinstitutionernas förtroendeutveckling över tid är att mönstret för förtroendenivåernas variation är så likartat samtidigt som storleksordningen av variationen är så olikartad. De pendlingar som dagspressförtroendet genomgående visar återspeglas endast svagt i radio/TV-kurvan. Faktorerna bakom utvecklingen över tid är uppenbarligen desamma för etermedier som för dagspress, men dagspressförtroendet är betydligt känsligare för dem.

Delvis kan förklaringen ligga i dagspressförtroendets struktur. Kombinationen av medelmåttiga förtroendenivåer, regelmässigt höga andelar varken-eller-svar och en andel stort förtroende som ständigt balanseras mot nästan lika höga andelar litet förtroende skapar större utrymme för tillfälliga förtroendeförskjutningar. Detta är emellertid inte tillräckligt för att förklara det kraftiga genomslag som förtroendeförändringarna får för dagspressens del.

Orsaken till medieinstitutionernas förtroendevariationer kan inte sökas i förändringar av medieinstitutionernas förtroendebas, dvs förändringar som rör fördelningen av *individegenskaper* i förtroendepubliken. De omstruktureringar som har ägt rum här svarar inte mot mönstret för institutionernas förtroendekonjunkturen.

Institutionernas strukturella egenskaper kan inte heller utgöra någon mer påtaglig förklaring till förtroendevariationerna. De förändringar som ägt rum under un-

dersökningsperioden är för dagspressens vidkommande mycket begränsade – i princip handlar det om att upplagorna successivt minskat något. Detta förklarar inte på något sätt pendlingen i förtroendet. De mest omfattande strukturella förändringarna har för övrigt ägt rum inom etermediesektorn, och detta verkar inte ha påverkat förtroendenivåerna på institutionsnivå. Möjligen skulle den förändring som kunnat påvisas i dagstidningarnas redaktionella profil vara orsak till skiftningarna i förtroendet, men mönstret i variationerna talar inte för detta.

Det är emellertid inte enbart institutionernas strukturella villkor som har betydelse för institutionsförtroendet. Hur verksamheten fungerar och hur institutionen utvärderas för dagen är en annan aspekt.

De båda institutionernas verksamhet skiljer sig åt. Tidningarna ägnar en större andel av innehållet åt samhällsbevakning, något som tidningarna understryker genom sättet att prioritera det journalistiska materialet. Löpsedlar och förstasidor präglas av det stoff som ges högst nyhetsvärde, och högt nyhetsvärde är i morgonpressen ofta synonymt med hög samhällelig relevans. Motsvarande stoff i etermedierna har en mer tillbakasatt position i förhållande till det övriga utbudet, vilket kan återspeglas i synen på institutionen. Dagspress kan vara synonymt med samhällsjournalistik på ett annat sätt än TV som institution, vilket innebär att utvärderingarna av den dagliga verksamheten betyder mer för dagspressförtroendet än för radio/TV-förtroendet.

De båda medieinstitutionernas bevakningsnivåer är också av betydelse. Etermedieinstitutionens omvärldsrapportering är i huvudsak koncentrerad till den nationella och internationella nivån medan dagspressinstitutionen i stor utsträckning kopplas till den lokala genom lokalpressen. Den personliga relevans som dagspressinstitutionen på detta vis får för människor kan leda till att reaktionerna blir starkare på hur dagspressen sköter sitt samhälleliga uppdrag än på samhällsbevakningen i radio/TV.

Dagspressen är traditionellt mer aktivt opinionsdrivande än radio och TV, även om det faktiska genomslaget av framför allt TV i samhällsdebatten kan vara större i enstaka fall. Att dagstidningarna på detta sätt ofta sticker fram hakan mer än etermedierna kan också innebära att de lättare hamnar i hetluften – på gott och på ont.

Att dagspressen delvis har andra funktioner och en annan betydelse än radio/TV kan alltså vara anledningen till att förtroendet för dagspressinstitutionen är mer instabilt än förtroendet för radio/TV-institutionen. Det klimat för utvärderingen av medieinstitutionerna som *den allmänna opinionen* utgör är med andra ord den förklaring som förefaller ligga närmast till hands när det gäller att finna orsaken till institutionsvariationerna över tid. Dagspressförtroendet är mer känsligt för opinionsskiftet än vad radio/TV-förtroendet är.

Denna opinionskänslighet kan emellertid också ha sin förklaring i att förtroendet för dagspressinstitutionen inte är lika knutet till förtroendet för den konkreta verksamheten som vad förtroendet för radio/TV-institutionen är. Eter-

medieinstitutionens uppknytning till en faktisk programorganisation torde minska utrymmet för variationer i de normativt präglade utvärderingarna av institutionen.

De båda medieinstitutionernas olika känslighet för opinionssvängningar kommer till uttryck i institutionsförtroendets struktur. När dagspressinstitutionen tappar förtroende svarar det mot att intensiteten i förtroendet ökar – förtroendeopinionen har aktiverats. När radio/TV-institutionen tappar i förtroende innebär det att intensiteten sjunker – förtroendeopinionen neutraliseras något. Visserligen innebär förändrat förtroende mycket olika saker för dagspress och radio/TV, men detta mönster ger ändå en antydning om de olika roller som dagspress och etermedier har på den institutionella nivån: Etermediernas betydelse för människor blir mest påtaglig i opinionsmässig medvind, dagspressens i opinionsmässig motvind.

När det handlar om de båda medieinstitutionernas *förtroendebas* finns vissa beröringspunkter som bestått över tid: kvinnor har något mer förtroende än män, tonåringarna har mest förtroende och de i yngre medelåldern minst. Att genus och ålder visar de mest genomgående beröringspunkterna tyder på att ett viktigt inslag i institutionernas betydelse är relaterat till människors sociala roller.

Dagspressens förtroendebas förändrade emellertid karaktär något under perioden 1986-1993. De sociala rollerna ökade i betydelse för förtroendet för dagspressen medan den sociala miljöns betydelse minskade. Detta skulle kunna tolkas som att skillnaderna i människors personliga beroende av dagspressinstitutionen har blivit viktigare för förtroendet under det att värderingarnas roll har blivit mer tillbakasatt. En alternativ tolkning är att människors beroende av dagspressinstitutionen blivit mer heterogent medan värderingarna blivit mer konforma människor emellan.

Etermedieinstitutionens förtroendebas har också genomgått en viss omstrukturering. Förtroendeförankringen i olika åldersgrupper ser delvis annorlunda ut på 1990-talet än vad den gjorde under 1980-talet: de äldre har tappat i förtroende och de yngre har stärkt sitt förtroende.

Kanske ser vi här en följd av omstruktureringen inom etermediesektorn som inte kommer till uttryck i tidskurvan över radio/TV-förtroende totalt. En ny form för TV och radio, med andra förutsättningar att erbjuda utbyten och att upprätthålla en institutionell roll, vinner lättare acceptans hos yngre som ännu inte fixerats i sin uppfattning om vad TV och radio idealt står för. De äldre däremot, som levt med public service-begreppet sedan mycket lång tid, är mer skeptiska mot de nya, kommersiella etermediekanalerna.

Å andra sidan syns en liknande tendens för dagspressen: De yngre har 1993 förhållandevis högre förtroende än vad samma åldersgrupp hade 1986. Möjligen håller medierna generellt på att skaffa sig en institutionell status hos de unga som tidigare saknats.

Mot bakgrund av detta ter sig tonåringarnas förhållandevis stora förtroendenedgång 1992-1993 beträffande radio/TV lite märklig. Att den grupp som borde vara mest öppen för nya medieformer och som är minst präglad av den gamla TV- och radioideologin nu börjar tappa förtroende för radio/TV-institutionen pekar mot att det nya TV- och radio-begreppet inte har samma betydelse på institutionsnivå som tidigare. Den första generationen som förhåller sig till den nya etermedievärlden på dess egna villkor, och inte till något som "äntligen är bättre än public service" alternativt något som "minsann inte är som det gamla hederliga public service", är inte lika benägna att hysa förtroende som motsvarande åldersgrupp tidigare år.

Det finns även motsatta tendenser i förtroendeutvecklingen för de båda institutionerna. De båda medieinstitutionernas respektive förtroendebaser har tidigare både överlappat varandra och haft sin egen förankring. Det verkar som om detta håller på att förändras.

Betydelsen av vissa demografiska bakgrundsfaktorer har skiftat karaktär de senaste åren. Både när det gäller utbildning och boendeort förändrades mönstret i och med inträdet i 1990-talet. I båda fallen har det berört institutionsförtroendet beträffande dagspressen, och i båda fallen handlar det om en förändring i riktning mot en ökad likhet med förtroendet för radio/TV-institutionen⁶.

Sätter vi detta i sammanhang med att genus och ålder redan har likartad betydelse för förtroendet för de båda medieinstitutionerna, och att de olikheter som finns är störst bland de äldre (tabell 28 i bilagan), pekar detta mot att skillnaderna mellan de båda medieinstitutionernas demografiska bas håller på att försvagas.

Förtroendet för *medierna som institutioner* visar vissa likheter med förtroendet för de medier som kan inordnas under respektive institution. Dagspressinstitutionen visar störst förtroendesamband med lokalpressen och radio/TV-institutionen med Sveriges Television. I båda fallen rör vi oss med medietyper som har hög räckvidd, men som också har spelat en central roll i människors föreställningar om dagspress respektive etermedier. Både den egna erfarenheten av medier och mediernas symbolvärde torde med andra ord ligga bakom.

Men det finns också utrymme för en mer *institutionsspecifik* dimension i institutionsförtroendet. Denna dimension förefaller delvis handla om ett förtroende för medieinstitutioner generellt.

Förtroendet för *journalisterna* förefaller inte vara avgörande för förtroendet för medieinstitutionerna. Tvärtom, förtroendet för medieinstitutionerna är i ovanligt stor utsträckning skilt från förtroendet för de människor som är verksamma inom institutionen. Att journalister tenderar att få lägre förtroende än institutionen jämfört med andra grupper kan bero på att journalisterna mer bedöms utifrån *resultatet* av sin verksamhet, det vill säga det journalistiska utbudet. Normativa föreställningar om den ideala medieinstitutionen å den ena sidan och reell praxis å den andra går inte alltid hand i hand. När det gäller till exempel

lärarna ligger det i stället närmare till hands att bedömningen främst gäller människorna i sin *yrkesutövande kapacitet*, en bedömning som blir mindre kritisk än bedömningen av den abstrakta grundskoleinstitutionen.

Noter

1. Jfr Lipset och Schneider (1987) som visat att en del av förtroendet för de amerikanska samhällsinstitutionerna faller tillbaka på ett generellt samhällsförtroende.
2. 1986 hade 51 procent vad som här klassificerats som låg utbildning, 35 procent medelhög och 14 procent hög utbildning. 1994 var motsvarande andelar 40 procent, 20 procent respektive 40 procent (SOM-undersökningarna 1986 och 1994).
3. Det finns vissa indikationer på att den svenska etermediestrukturens förändringar har satt sina spår i sambanden mellan institutionsförtroende och medieförtroende – se tabell 26 i bilagan. Överlag syns en liten försvagning av korrelationerna mellan institutionsförtroendet och medieförtroendet på radio/TV-sidan mellan 1990 och 1993. Under samma period ökade som regel sambanden på dagspressidan något. Det nya utbudet av TV- och radiokanaler, som inneburit nya former för etermedieverksamheten, har medfört att de etablerade TV- och radiokanalerna inte längre med samma självklarhet som tidigare utgör begreppet etermedi i Sverige. Att sambanden med institutionen generellt sjunkit för etermedierna behöver inte bara vara ett uttryck för en utvidgning av antalet institutionsföreträdare. Det kan också vara ett uttryck för att det nya kommersiella radio/TV-begreppet inte längre är kopplat till mediernas samhälleliga uppdrag på samma sätt som under public service-tiden. Att sambanden mellan lokalpressen och kvällspressen ökade något under samma period kan möjligen ses som en reaktion på detta: Dagspressidan upplevs nu som omväxling som mer homogen än radio/TV-sektorn. Stockholms morgontidningar tenderar emellertid att hamna mer vid sidan av institutionsförtroendet 1993 än vad de gjorde 1990.
4. Jfr Izard 1985; Lipset och Schneider 1987.
5. Det ogynnsamma utfallet för TV-journalisterna i förhållande till radio/TV-institutionen skulle kunna bero på att det enbart är TV-journalister som efterfrågas i Väst-SOM-undersökningen och inte både radio- och TV-journalister. Undersökt institution och undersökt yrkeskår svarar inte fullt ut mot varandra. Mot en sådan invändning talar emellertid resultat från en riks-SOM-undersökning som vid ett tillfälle mätte förtroendet för journalister i stället för (men på samma villkor som) förtroendet för medieinstitutionerna. SOM-undersökningen 1988 visar att förtroendet för både dagspressjournalister och TV- och radiojournalister detta år låg betydligt lägre än förtroendet för medieinstitutionerna åren närmast före och efter. (För dagspressens del skulle detta i och för sig kunna svara mot en faktisk tillfällig minskning av institutionsförtroendet eftersom relativt stora variationer är typiska för dagspressförtroendet. Förtroendet för etermedierna visade emellertid en mycket stabil utvecklingstendens under senare delen av 1980-talet – någon tillfällig konjunktursvacka är mindre trolig när det gäller TV och radio.) Studier i Danmark har för övrigt visat på motsvarande förhållande mellan medierna och journalisterna när det gäller trovärdighet: medierna hålls för mer trovärdiga än journalisterna (Andersen 1987).
6. Utbildningsvariabelns och boendevariabelns förändrade betydelse blir särskilt tydlig om man studerar dem med kontroll för ålder. Sambandet mellan utbildning och dagspressförtroende

finns 1993 bara kvar bland de unga; upplösningen av sambandet mellan boendeort och dagspressförtroende gav sig tillkänna redan 1991 bland åldersgrupperna under 50 år. 1993 är förtroendet i dessa grupper störst på landsbygden (tabell 28 i bilagan). Utvecklingen indikerar att vi är på väg mot omsvängda förhållanden när det gäller sambandet mellan boendeort och dagspressförtroende – förtroendebasen är i rörelse från storstäderna till glesbygden.

Kapitel 14

Erfarenhet, beroende och utvärderingsnormer

De förväntningar som människor har på medieinstitutionerna bygger på det kunskapsunderlag de har beträffande institutionerna och de värderingar de gör av institutionerna med utgångspunkt i denna kunskap.

I detta kapitel redovisar jag inledningsvis *erfarenhetskunskapens* betydelse för institutionsförtroendet. Den bakomliggande frågeställningen gäller om det är det utbyte som publiken har av medierna i den praktiska vardagen som spelar roll för förtroendet eller om det är den normativa samhällsfunktionen.

En särskild typ av utvärderingsgrund ligger i det *beroende* som en individ kan stå i gentemot en institution. Ju större beroende, desto större roll spelar utvärderingen för förtroendet. Jag analyserar detta mot bakgrund av människors behov av nyheter.

Ytterligare en fråga gäller de egenskaper och funktioner hos medierna som är relaterade till institutionsförtroendet. Vilka *normer* är aktuella för utvärderingen av institutionen? Är de funktioner som människor värdesätter hos institutionen samma som de funktioner som lyfts fram i de officiella normerna för nyhetsmediernas samhällsrelaterade funktioner? Att det inte med självklarhet är samma framgår av tabell 14:1. Tabellen visar sambanden mellan människors syn på viktiga tidningsegenskaper och förtroendet för den lokala morgonpressen respektive dagspressen som institution.

Tabell 14:1. Sambandet mellan förtroendet för den lokala morgonpressen respektive dagspressinstitutionen och viktighetsbedömning av vissa morgontidningsegenskaper 1990 (Pearsons r)

	Lokala morgonpressen	Dagspressinstitutionen
Viktigheten av att tidningen...		
innehåller lokala nyheter	.25 ¹	.08 ²
skriver trovärdigt och sakligt	.14 ¹	.12 ¹
bevakar de stora politiska nyheterna	.12 ¹	.20 ¹
är partipolitiskt obunden	.03 ³	.09 ¹

1. Signifikans: .001-nivån; 2. Signifikans: .01-nivån; 3. Signifikans: >.01-nivån.

Källa: SOM-undersökningen 1990.

När det gäller den lokala morgontidningen har lokalbevakningen störst betydelse. När det gäller dagspressen som institution är det den politiska nyhetsrapporteringen som spelar störst roll, samtidigt som betydelsen av tidningens partipolitiska oberoende ökar jämfört med morgonpressen. Detta pekar mot att de politiska funktionerna är viktigare för människors utbyte av dagspressen som samhällsinstitution än för utbytet av medierna på mer konkret nivå, där mer personligt orienterade utbyten har större betydelse.

Förtroende och medieerfarenhet

Att medierna som institutioner ligger längre bort från människor än de enskilda, mer konkreta medieorganisationerna borde innebära att människors medieanvändning i sig har relativt liten betydelse som kunskapsunderlag. I gengäld torde symbolkunskapen spela stor roll, framför allt genom att förmedla de normer och krav som ett samhälle anser vara giltiga för mediernas verksamhet.

Tabell 14:2. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter regelbundenheten i dagstidningsläsningen 1993 (balansmått, Pearsons r)

Läsning av morgontidning		Läsning av kvällstidning ¹	
6-7 dagar/vecka	+10	6-7 dagar/vecka	+21
4-5 dagar/vecka	-3	3-5 dagar/vecka	+6
1-3 dagar/vecka	+2	1-2 dagar/vecka	+9
Läser ej regelb.	-5	Mer sällan	-1
		Aldrig	-2
Pearsons r	.09	Pearsons r	.09

1. Om svarspersonen regelbundet läser fler kvällstidningar än en avses läsning av den kvällstidning som läses oftast.

Anm: Signifikans: .001-nivån. Se bilaga 29 för underlag.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för dagspressinstitutionen är inte kopplat i särskilt hög grad vare sig till *morgontidningsläsning* eller till *kvällstidningsläsning* (tabell 14:2). I båda fallen finns ett blygsamt samband i samma storleksordning och i båda fallen är mönstret detsamma som vi tidigare sett beträffande användning och förtroende för enskilda mediekategorier: ju högre läsfrekvens, desto högre förtroende.

Beträffande *TV-tittande* liknar mönstret för TV3 och TV4 i stort mönstret för public service-televisionen¹. Sambandet mellan tittande och institutionsförtroende är emellertid lägre för TV3 än för SVT och TV4 (tabell 14:3).

Några mer påtagliga variationer i institutionsförtroendet som beror på användningsfrekvensen är det dock inte tal om, varken för SVT eller de kommersiella kanalerna.

Tabell 14:3. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter regelbundenheten i tittandet/lyssnandet på olika TV- och radiokanaler 1994 (balansmått, Pearsons r)

Tittande	TV-kanal		
	SVT ¹	TV3	TV4
Dagligen	+52	+51	+50
5-6 ggr/vecka	+44	+46	+46
3-4 ggr/vecka	+36	+45	+43
1-2 ggr/vecka	+44	+40	+38
Mer sällan/aldrig	+33	+39	+40
Pearsons r	.11 ²	.02 ⁴	.09 ³

Lyssnande	Radiokanal			
	P1	P2	P3	P4
Dagligen	+40	+33	+48	+48
3-6 ggr/vecka	+40	+41	+40	+43
1-2 ggr/vecka	+37	+43	+44	+43
Mer sällan/aldrig	+49	+47	+48	+47
Pearsons r	-.05 ⁴	-.04 ⁴	-.01 ⁴	-.01 ⁴

1. Medelvärden för Kanal 1 och TV2.

2. Signifikans: .001-nivån.

3. Signifikans: .01-nivån.

4. Signifikans: >.01-nivån.

Anm: För underlag, se tabell 30 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningen 1994 (riks).

När det gäller *radiolyssnande* finns, till skillnad från TV-tittande, inga ansatser till linjära samband efter mönstret ju högre användningsfrekvens, desto högre förtroende. Det är bara beträffande P2 det finns en svag antydning till ett linjärt samband, och det är negativt: ju mer man lyssnar, desto lägre institutionsförtroende har man². Generellt har emellertid radiolyssnandet uppenbarligen mycket lite att göra med förtroendet för etermedierna som institution – vilket är logiskt mot bakgrund av de jämförelsevis låga korrelationerna mellan etermedieinstitutionen och radion.

Medieanvändningens betydelse för institutionsförtroendet förefaller med andra ord att vara mycket liten. En jämförelse med korrelationerna mellan medievanor och förtroendet för de specifika använda mediekategorierna visar att sambanden som regel är högre när förtroendenivån är mer konkret (tabell 8 i bilagan).

Nyhetförmedlingens viktighet

En annan viktig faktor bakom förtroendet för en institution är hur stort intresse individen har av institutionens verksamhet. Detta intresse kan ta sig olika former – det kan vara baserat på normativt färgade premisser, och blir då av ideologisk karaktär, eller det kan vara relaterat till ett mer personligt behov, och får då en mer instrumentell karaktär.

För medieinstitutionernas del är nyhetsfunktionen ett betydelsefullt inslag, både när det gäller de samhälleliga normerna för mediernas verksamhet och publikens subjektiva utbyte av medier. I dagspress är nyheter en av de innehållstyper som de allra flesta i publiken tar mer eller mindre del av; lokala nyheter är den enskilda innehållsgenre som når flest läsare (Reimer 1994a:128f; Weibull 1995:78ff). På motsvarande vis är TV-nyheterna den innehållsgenre som flest tar del av i televisionen; nyheterna ingår i alla TV-tittares genrepreferenser (Reimer 1994a:140).

Men att läsa och titta är en sak, att uppfatta nyheterna som något viktigt är en annan. Hur viktigt man anser att det vara att få nyheter om aktuella händelser från olika delar av Sverige och världen kan ses som en indikator på medieinstitutionernas instrumentella värde för individen.

Denna viktighetsbedömning visar sig ha ett visst inflytande över förtroendet för medieinstitutionerna: Ju viktigare man anser att det är med nyheter om aktuella händelser, desto högre förtroende har man för medierna (tabell 14:4). Tendensen går igen både beträffande förtroendet för dagspressen och förtroendet för radio/TV.

Ett påfallande drag är att förtroendet inte skiljer sig nämnvärt beroende på vilken del av världen nyheterna gäller. De som anser att det är viktigt med nyheter från Sverige har lika högt förtroende som de som anser att det är viktigt med nyheter från utlandet³. De som inte anser det viktigt med inrikesnyheter har lika lågt förtroende som de som håller utlandsnyheterna oviktiga. Inte ens nyheter från olika delar av utlandet gör särskilt stor skillnad: Balansvärdena och sambandsmåtten ser likadana ut oavsett om det gäller nyheter från våra närmsta grannländer eller från mer avlägsna delar av världen (åtminstone så länge det rör områden med relativt stort nyhetsvärde, som t ex USA eller Mellanöstern).

Institutionsförtroendet kan med andra ord relateras till mediernas nyhetsfunktion. De grupper som anser att det är viktigt med nyheter generellt, och som därmed borde stå i ett visst beroendeförhållande till medierna, har högre förtroende för medierna än andra.

Men frågan är om viktighetsbedömningen av nyheter enbart handlar om en instrumentell aspekt av människors förhållande till medierna. I så fall borde de som använder medierna mer sällan inte visa lika starka samband mellan synen på nyheternas viktighet och institutionsförtroendet som de som ofta tar del av medierna.

Tabell 14:4. Förtroendet för medieinstitutionerna efter åsikt om viktigheten av att få nyheter om aktuella händelser i Sverige och utlandet 1993 (balansmått)

Nyhetsområde	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt	P:s r
Dagspressinstitutionen					
Sverige ¹	+15	+5	+1	-17	.09
Norden exkl. Sverige	+15	+8	0	-20	.09
Europa ²	+17	+10	+2	-19	.09
Övriga världen ³	+14	+8	0	-14	.10
Medelvärde samtliga områden	+15	+8	+1	-17	.09
Radio/TV-institutionen					
Sverige ¹	+53	+45	+40	+27	.12
Norden exkl. Sverige	+49	+48	+41	+23	.09
Europa ²	+50	+47	+43	+29	.08
Övriga världen ³	+48	+47	+42	+29	.08
Medelvärde samtliga områden	+50	+47	+42	+28	.09

1. Medelvärdet för Stockholmsområdet, Göteborgsområdet och Norrland.

2. Medelvärdet för Estland, Litauen, Polen, Tyskland och Storbritannien.

3. Medelvärdet för Mellanöstern och Israel, Ryssland, Indien, Japan samt USA.

4. Signifikans: > 01-nivån.

Anm: För antalet svarspersoner, se tabell 31 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Att använda medierna ofta eller sällan har emellertid inte någon avgörande betydelse för sambandet mellan synen på viktigheten och förtroendet (tabellerna 32-34 i bilagan). Att tillskriva nyhetsförmedling prioritet är således inte enbart relaterat till ett instrumentellt behov. Även i grupper som utnyttjar medierna mer sällan eller aldrig har denna nyhetsfunktion viss betydelse för förtroendet. Den medieideologiska principen att en av mediernas viktiga uppgifter är att förse människor med nyheter har blivit ett värde som äger giltighet även för dem som inte använder medierna och som med andra ord inte torde ha något större *personligt* behov av att få nyheter.

Att nyhetsområdet inte spelar någon roll i detta sammanhang understryker den principiella aspekten: Är det viktigt att få nyheter så *är* det viktigt att få nyheter, oavsett vilket land de gäller – både bland användare och icke-användare.

Utvärderingsnormer

Enligt de samhällliga normerna förväntas nyhetsmedierna inte bara informera allmänheten om nyhetshändelser generellt. En annan betydelsefull uppgift som

medierna förväntas utföra i samhällets tjänst är att *företräda allmänheten* inför beslutsfattare och myndigheter. Medierna skall å publikens vägnar granska makt-havare och påtala missförhållanden i samhället. Samtidigt har det framförts kritik mot vad man på vissa håll har uppfattat som mediernas hetsjakt mot enskilda personer med offentlig status, framför allt högt uppsatta beslutsfattare inom politik och näringsliv⁴.

En annan uppsättning normativa förväntningar på medieinstitutionerna åter-speglas i de *etiska regler* som medierna själva har åtagit sig att respektera i sitt journalistiska arbete.

En tredje normativ förväntning på medierna rör *trovärdighet*—ett krav på kvaliteten i framför allt nyhetsförmedlingen. Trovärdigheten finns aktualiserad både i de etiska reglerna, som föreskriver korrekthet beträffande sakuppgifter, och i den lagstiftning som reglerar public service-medierna och som stadgar att nyhetsförmedlingen skall vara saklig och opartisk.

I detta avsnitt prövar jag vilken relevans allmänhetens utvärderingar av medier i dessa avseenden har för förtroendet för de båda medieinstitutionerna.

Mediernas orientering mot politiker och publik

Medierna förväntas orientera sig både mot publiken, genom att företräda den, och mot makt-havare, genom att granska dem och fungera som en kanal mellan publik och politiker.

I SOM-undersökningen 1989 fick svarspersonerna ta ställning till mediernas sätt att fungera i dessa avseenden. Beträffande *orienteringen mot politiker* fick svarspersonerna ange i vilken utsträckning man instämmer i påståendena att medierna medvetet skapar politikermissstro och att medierna uppmärksammar politiker på eftersatta områden. De *publikorienterade* utvärderingarna gällde om journalister kan bedöma vad publiken är intresserad av och om medierna åter-speglar de stämningar och åsikter som finns hos vanligt folk. I samtliga fall handlar utvärderingarna om medier och journalister generellt, alltså inte vissa specifika medier (tabell 14:5).

Förtroendet för *dagspressinstitutionen* visar större samband med de aspekter som rör orienteringen mot publiken än dem som gäller politikerna. Att kunna återge åsikter och stämningar bland vanligt folk och att ha känsla för vad som angår människor är egenskaper hos medierna som gynnar förtroendet för dagspressen.

Sättet att sköta kontakterna med politikerna spelar mindre roll. Uppfattar människor att det finns en avsikt hos medierna att skapa politikermissstro har det en viss hämmande effekt på förtroendet. I vilken utsträckning medierna kan kanalisera publikens prioriteter till politikerna har mycket liten betydelse för dagspressförtroendet.

Förtroendet för *radio/TV-institutionen* visar överlag svagare samband med utvärderingarna av mediernas publik- respektive politikerorientering. Liksom för dagspressen har de mer publikorienterade aspekterna större betydelse än de som gäller politikerna specifikt. Däremot ser mönstret lite annorlunda ut beträffande det senare: Att uppmärksamma politiker på eftersatta områden har lite större betydelse för radio/TV-förtroendet än för dagspressförtroendet, medan etermediernas del i politikermissstron saknar relevans.

Tabell 14:5. Förtroendet för medieinstitutionerna efter åsikt om medier och journalistik 1989 (balansmått, Pearsons r)

Påstående	Instämmer helt	Instämmer delvis	Delvis motsatt åsikt	Helt motsatt åsikt	P:s r
Dagspressinstitutionen					
Massmedierna ger i regel en riktig bild av vilka stämningar och åsikter som finns hos vanligt folk	+61	+39	+18	-10	.25 ¹
Journalister är i allmänhet mycket skickliga på att bedöma vad publiken är intresserad av	+44	+36	+6	-11	.23 ¹
Många journalister är medvetet ute efter att skapa misstro mot politiker	+14	+32	+39	+40	-.15 ¹
Massmedierna tar ofta upp väsentliga frågor som gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden	+32	+28	+19	*	.08 ²
Radio/TV-institutionen					
Massmedierna ger i regel en riktig bild av vilka stämningar och åsikter som finns hos vanligt folk	+68	+54	+47	+15	.17 ¹
Journalister är i allmänhet mycket skickliga på att bedöma vad publiken är intresserad av	+60	+54	+38	+10	.18 ¹
Massmedierna tar ofta upp väsentliga frågor som gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden	+54	+48	+40	*	.13 ¹
Många journalister är medvetet ute efter att skapa misstro mot politiker	+47	+49	+43	+77	³

* Antalet svarspersoner <50.

1. Signifikans: .001-nivån.

2. Signifikans: .01-nivån.

3. Signifikans: >.01-nivån.

Anm: För antalet svarspersoner, se tabell 35 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningen 1989.

Samtidigt förefaller det som om mediernas sätt att agera beträffande politikermissstron betyder olika saker beroende på vilken institution det gäller. Den

grupp som avviker när det gäller dagspressförtroendet är den grupp som är allra mest kritisk – här är förtroendet lägre än i övriga grupper. De som avviker mest när det gäller radio/TV-förtroendet är de mest gynnsamt inställda, de som inte alls anser att medierna är ute efter att initiera misstro mot politikerna. Dessa har ett påfallande stort förtroende för radio/TV-institutionen.

Allmänheten har således tummen i ögat på dagspressen på ett sätt som TV och radio slipper. Att frågan om politikermissstro har en mer kritisk betydelse för dagspressförtroendet än för radio/TV-förtroendet är logiskt, både mot bakgrund av det förhållandevis stora utrymme som samhällsbevakning har i dags-tidningarna och med tanke på att dagspressen har större frihet att betona vissa aspekter i rapporteringen.

Det skulle i så fall återigen bekräfta att dagspressinstitutionen förväntas ta ett större ansvar för samhällsbevakningen.

Att radio/TV värdesätts något mer när det gäller att uppmärksamma politiker på eftersatta områden motsäger inte denna slutsats. Att dagspressen tillskrivs en viktigare roll inom samhällsjournalistiken och opinionsbildningen behöver inte hindra människor från att tillerkänna TV fördelen av att verkligen kunna nå fram till politikerna. Både statusen och förmedlingsformen gör att TV betraktas som ett medium med stor genomslagskraft. Det är symptomatiskt att etermedierna värdesätts mer än dagspressen enbart i det avseende som handlar om att nå fram.

Det mest genomgående draget är emellertid att människors uppfattning om hur väl medierna respekterar och representerar sin publik har större betydelse för institutionsförtroendet än bedömningen av hur medierna agerar gentemot politiker, och att detta syns tydligare för dagspress än för etermedier.

Medieetik

Att medierna förväntas spegla sin publik och fungera som kanal mellan väljare och beslutsfattare är krav som ligger nära de normativa tankegångar som rör mediernas generella funktioner i ett samhälle. En annan uppsättning normativa föreställningar kring medierna kommer till uttryck i de etiska reglerna för mediernas verksamhet.

De etiska reglerna för press, radio och TV är en rad föreskrifter för det redaktionella arbetet. Regelsamlingen är fastställd av branschen själv och har alltså inte någon juridisk status. Tanken bakom reglerna är att de skall bidra till att vidmakthålla god publicistisk sed inom journalistiken, en ambition som uttryckligen kopplas till publikens förtroende för massmedierna (*Etiska regler för press, radio och TV* 1988: punkt 1).

Reglerna innebär att redaktionerna skall vinnlägga sig om att presentera korrekta nyheter och ge plats åt bemötanden av det som publicerats. De skall res-

pektera den personliga integriteten hos dem som berörs av nyhetsarbetet och vara varsam med publicering av bilder. De skall vidare inte döma någon ohörd genom att t ex föregripa domstolsavgörande samt vara försiktiga med namnpubliceringar om inte särskilt intresse föreligger.⁵

Analysen gäller förtroendet för dagspressinstitutionen med hänsyn till hur väl man anser att den morgontidning som man brukar läsa följer de etiska reglerna (tabell 14:6).

Tabell 14:6. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter åsikt om hur läst morgontidning följer de pressetiska reglerna 1989 (balansmått, Pearsons r)

Etisk regel	Åsikt om hur väl regeln följs			P:s r ¹
	Mycket väl	Ganska väl	Inte särskilt väl	
Ge korrekta nyheter	+61	+33	-10	.33
Respektera personlig integritet	+60	+33	+13	.26
Inte döma någon ohörd	+53	+38	+10	.26
Ge plats åt bemötanden	+62	+33	+11	.23
Vara försiktig med namn	+52	+32	+13	.23
Vara varsam med bilder	+48	+34	+9	.22

1. Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån.

Anm: För antalet svarpersoner, se tabell 36 i bilagan. Observera att korrelationsmättet är baserat på fördelningen över ytterligare ett svaralternativ (Inte alls), som inte finns med i redovisningen av balansvärdena p g a litet antal svarpersoner.

Källa: SOM-undersökningen 1989.

Också när det gäller dessa aspekter av mediernas verksamhet finns samband mellan hur publiken bedömer medierna och förtroendet för medieinstitutionerna: ju bättre man anser att reglerna följs av den morgontidning man läser, desto högre förtroende uttrycker man för dagspressen som institution. Den aspekt som hänger mest samman med förtroendet är nyheternas korrekthet, men de övriga reglerna har också viss betydelse för förtroendet – särskilt reglerna om att respektera personlig integritet och att inte döma någon ohörd.

Nyheternas korrekthet spelar således en betydelsefull, men inte allenarådande roll för medieförtroendet. Andra, mindre kognitivt orienterade etikaspekter finns också med i spelet. Framför allt finns en dimension som rör fair play: Förtroende förutsätter inte bara att medierna sköter nyhetsförmedlingen på ett trovärdigt sätt, det förutsätter också att medierna uppför sig anständigt.

Man kan emellertid göra invändningen att betydelsen av de etiska reglerna för medieförtroendet, särskilt på institutionsnivå, inte främst består i det *etiska*, utan i *regelaspekten*. Möjligheten finns att människor anser att det är principiellt viktigt för förtroendet att medierna följer de regler som finns för verksamheten

– oavsett vad dessa regler gäller. Att det är branschen själv som har satt upp dem gör det bara ännu mer angeläget att de respekteras av medierna.⁶

Trovärdighet

Den korrekthet som de etiska reglerna föreskriver är en aspekt av trovärdighet hos medier. Att trovärdigheten är av betydelse för medieförtroendet såg vi redan i kapitel 12: När det gällde förtroendet för lokalpressen visade sig bedömningen av tidningens trovärdighet och saklighet vara betydelsefull.

Även beträffande förtroendet för medieinstitutionerna som helhet borde trovärdigheten spela roll, inte minst mot bakgrund av att nyhetsfunktionen är viktig för institutionsförtroendet.

Som mått på publikens syn på mediernas trovärdighet använder jag en fråga ur SOM-undersökningen 1986; detta är det enda år då SOM-undersökningen omfattat frågor om mediernas trovärdighet generellt. Måttet gäller i vilken utsträckning publiken anser att det förekommer missvisande eller felaktiga uppgifter i nyhetsförmedlingen i de stora nyhetsmedierna (tabell 14:7).⁷

Tabell 14:7. Förtroendet för medieinstitutionerna efter åsikt om förekomst av missvisande eller felaktiga uppgifter i olika medier 1986 (balansmått, Pearsons r)

	Förekomst av missvisande uppgifter			P:s r ¹
	I stor utsträckning	I mindre utsträckning	Inte alls	
Dagspressinstitutionen				
Lokaltidningar	-13	+12	+36	.23
Kvällstidningar	+2	+24	+30	.20
Radio/TV-institutionen				
TV-nyheter	-4	+41	+69	.34
Radionyheter	-6	+40	+66	.31

1. Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån.

Anm: För antalet svarspersoner, se tabell 37 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningen 1986.

Inte oväntat visar publikens upplevelse av hur mycket missvisande uppgifter som förekommer samband med förtroendet för medieinstitutionerna.

Beträffande dagspressinstitutionen tenderar lokaltidningarnas trovärdighet att hänga närmare samman med institutionsförtroendet än vad kvällspressens trovärdighet gör. Detta gäller framför allt dem som är kritiska eller halvljumma; de som anser att det inte alls förekommer några missvisande uppgifter i de båda

tidningstyperna har ungefär lika stort förtroende för dagspressen som institution.

Att förklara dagspressinstitutionens förtroendenivå i förhållande till etermedierna enbart med att "kvällspressens låga trovärdighet drar ner siffrorna" håller med andra ord inte – trots att kvällspressen i sig bedöms som betydligt mindre trovärdig än morgonpressen (Elliot 1989). Det är inte den bristande tilliten till kvällspressen som i första hand är relaterad till lågt institutionsförtroende – det är bristande tillit till morgontidningarna.

Att skepsis gentemot faktaförmedlingen i morgontidningarnas nyheter betyder mer för institutionsförtroendet än motsvarande skepsis beträffande kvällstidningarna kan förklaras på flera sätt. Räckvidden kan vara en förklaring – morgontidningarnas faktaförmedling angår fler människor än kvällstidningarnas. Den mest betydelsefulla orsaken torde emellertid vara de olika förväntningar som människor har på morgontidningar och kvällstidningar.

Att trovärdigheten hos morgontidningar har en tätare knytning till institutionsförtroendet kan förklaras av att publiken viktar faktaförmedlingen tyngre för morgonpressen än för kvällstidningarna. Morgontidningarna förväntas stå för den raka rapporteringen av händelser i omvärlden. Det är en typ av faktaförmedling där korrekthet i sakuppgifterna har stor betydelse. Kvällstidningarnas kunskapsvärde ligger sannolikt mindre i den traditionella nyhetsjournalistiken. Kunskapsvärdet här återfinnes snarare i återgivningen av andra dimensioner: de grundläggande mytiska teman som kodifierar människans villkor, både universellt och i vår tid (jfr Carey 1988; Bird och Dardenne 1988). En sådan kunskapsfunktion är mindre avhängig informationens korrekthet, utan har mer med relevans att göra.

Samtidigt är det värt att notera att sambandsmåttan mellan institutionsförtroende och medietrovärdighet inte är överdrivet höga för någon av tidningarna. Varken morgontidningarnas trovärdighet eller kvällstidningarnas kan sägas svara för någon större del av institutionsförtroendet.

När det gäller förtroendet för radio/TV-institutionen visar det sig att trovärdighetsbedömningarna av TV-nyheterna⁸ och riksradios tunga nyhetsprogram *Dagens Eko* inte heller kan förklara merparten av institutionsförtroendet. Däremot är sambanden mellan trovärdigheten – särskilt TV-nyheternas – och förtroendet för institutionen högre än motsvarande samband beträffande dagspressen.

Vi har tidigare sett att människor förefaller vara mer benägna att tillskriva dagspressinstitutionen sådana samhällliga funktioner som gäller samhällsbevakning och opinionsbildning. När det handlar om kraven på nyhetsförmedlingen viktas emellertid trovärdigheten in mer för framför allt TV än för dags-tidningarna. Nyheterna i TV och radio uppfattas som betydligt mer trovärdiga än dagspressens nyhetsförmedling (Elliot 1989). Mot bakgrund av den betydelse som trovärdigheten har för radio och TV, och den räckvidd som särskilt

TV-nyheterna har, så kan det bidra till att förklara radio/TV-institutionens höga förtroendenivå.

Korrekthet är en av aspekterna av trovärdighet. En annan är opartiskhet – även om relationen mellan trovärdighet och opartiskhet inte är lika självklar som beträffande trovärdighet och korrekthet (se kapitel 8).

Förekomst av politisk färgning av tidningarnas nyhetssidor spelar en obetydlig roll för förtroendet för dagspressinstitutionen (tabell 38 i bilagan). Detta pekar återigen på förväntningarnas betydelse för medieförtroendet. Dagpressen förväntas inte vara fullständigt opartisk på samma sätt som de förväntas ge korrekt information. Dagstidningarnas traditionella funktion är att driva på opinionsbildningen i samhället, och denna uppgift förutsätter inte opartiskhet (kan ske snarare tvärtom). Däremot förutsätter den att uppgifterna i tidningen inte är missvisande eller felaktiga.

Summering och diskussion

Förtroendet för medieinstitutionerna korrelerar i viss utsträckning med förtroendet för de medier som människor möter i praktiken. Men detta beror inte främst på den erfarenhet som människor har av de konkreta medierna: *användningen* av medierna betyder mycket lite för förtroendet för dagspress- och radio/TV-institutionerna. Detta gäller även användning av de medietyper som visat de starkaste förtroendesambanden med institutionerna, dvs lokalpress och Sveriges Television.

Detta pekar återigen mot att institutionsförtroendet inrymmer en institutionsspecifik dimension, en dimension som går utöver förtroendet för de konkreta mediekategorier som sorterar under institutionerna. Framför allt innebär detta att institutionsförtroendet i högre grad än förtroendet för enskilda medier bygger på andra förväntningar än sådana som genererats av erfarenhetskunskap. De förväntningar vi har på medierna som institutioner har i stor utsträckning förmedlats via vår omgivning, genom insocialiseringen i en uppfattning om vad man kan kräva av medierna ur samhällelig synpunkt.

Detta bekräftar i sin tur betydelsen av medieinstitutionens samhälleliga funktioner för förtroendet. Det skulle innebära att det inte i första hand är den behållning människor har av medierna i den egna vardagen som är viktig, utan mediernas samhälleliga uppdrag.

Nyhetsförmedling är en viktig del av detta uppdrag. Mediernas nyhetsfunktion har också mycket riktigt betydelse för institutionsförtroendet. Det handlar emellertid inte i första hand om människors *instrumentella beroende* av att få en viss information. I stället handlar det om mediernas principiella informationsfunktion. Nyhetsförmedling är ett viktigt *normativt* värde för institutionsför-

troendet, både bland användare och icke-användare och oavsett varifrån nyheten kommer.

En annan normativ samhällelig funktion som medierna förväntas upprätthålla gäller den politiska opinionsbildningen. Bakom detta ligger synen på publiken som medborgare och väljare och som aktörer i ett demokratiskt, pluralistiskt samhällssystem. Medieinstitutionerna förväntas fungera som ett relä för kontakten mellan politiker och medborgare/väljare, ett relä där strömmen antas gå i *båda* riktningarna: medborgarna skall kunna förmedla den allmänna mellanvalsopinionen till politikerna, och politikerna skall erbjudas en kanal för att nå ut till väljarna. Medierna ges med andra ord en företrädande roll, med fokus på mediernas uppdrag att representera allmänheten i samhällspolitiska avseenden och att vara dess politiska agent.

Från publikens subjektiva synvinkel är det emellertid inte det politiska företrädandet som i första hand är intressant för institutionsförtroendet. I stället prioriteras mediernas mer generella återskapande av publiken i form av dess intresseriktningar och allmänna tankar och åsikter. Det förefaller vara mer betydelsefullt för förtroendet att medierna representerar folkdjupet, generellt, än att de gör det inför just *politikerna*. Medieinstitutionernas närhet till och lyhörddhet inför sin publik betyder mer för allmänhetens förtroende än deras förmåga att uppfylla de mediepolitiska uppdragen.

Men publiken gör viss skillnad mellan dagspressinstitutionen och radio/TV-institutionen i detta avseende, vilket får konsekvenser för hur de värderas och, i förlängningen, förtroendet. Det är mer betydelsefullt för förtroendet för dagspressen än för förtroendet för radio/TV hur medierna återskapar publiken och dess intressen. Detta går i linje med diskussionen i föregående kapitel om vad som ligger bakom de båda institutionernas förtroendekonjunkturen – det opinionsmässiga dagsläget betyder mer för utvärderingen av och förtroendet för dagspressen än etermedierna.

För radio/TV-institutionen förefaller i stället nyhetsförmedlingens *trovärdighet* att spela något större roll för förtroendet, framför allt TV-nyheternas trovärdighet. Förväntningarna på hur de två medieinstitutionerna skall sköta informationsuppdraget skiljer sig uppenbarligen något institutionerna emellan, trots att nyhetsfunktionen i sig ges samma värde. Av dagspressens nyhetsförmedling förväntar man sig opinionsbildning och publikidentifikation, av TV:s nyhetsförmedling förväntar man sig saklighet och korrekthet.

Att de samhällliga normerna, i detta fall kodifierade i lagstiftning, dessutom avkräver public service-TV sådana kvaliteter bidrar till att förstärka denna distinktion mellan förväntningarna på de båda medieinstitutionerna.

Noter

1. Jag använder mig av ett år som ligger utanför den egentliga undersökningsperioden eftersom detta års SOM-undersökning innehåller mått på användning av både TV- och radiokanaler. En kontroll visar att 1994 års siffror ligger mycket nära de från 1993 när det gäller sambandet mellan institutionsförtroende och TV-tittande.
2. P2 har en profil med en inriktning mot vad som ibland brukar betecknas finkultur: dramatik, klassisk musik osv. Med tanke på att förtroendet för radio/TV-institutionen förefaller att korrelera mer med förtroende för och användning av TV, som inte har speciellt gynnsam image i denna målgrupp, än radio kan detta möjligen ses som ett uttryck för ett sociokulturellt avståndstagande från den svenska P2-publikens sida. Tendensen är emellertid mycket svag.
3. Detta skulle kunna vara en funktion av att viktigheten av att få nyheter från olika områden inte differentieras av publiken, dvs att man tycker att det är lika viktigt med nyheter oavsett varifrån de kommer. Så är emellertid inte fallet. Den fråga i SOM-undersökningen 1993 som utgör underlag för analysen efterfrågar viktighetsbedömningen av nyheter från 16 områden; procentandelen som anser att det är mycket viktigt att få nyheter från ett visst område varierar mellan 30 och 7 för dessa områden. 82 procent av de som tycker att det är mycket viktigt att få nyheter från något område har noterat detta för mindre än hälften av de områdena.
4. Jfr Weibull och Börjesson 1995.
5. För en diskussion av de etiska reglerna och en redovisning av hur allmänheten förhåller sig till dessa, se Weibull och Börjesson 1995.
6. Allmänheten anser verkligen att det är viktigt att de etiska reglerna följs. Över 90 procent av allmänheten tycker att det är mycket eller oerhört viktigt att medierna följer reglerna om korrekta nyheter (98 procent), om att inte döma någon ohörd (97), om att respektera den personliga integriteten (94) och om att vara försiktig med namnpubliceringar (91). Cirka 85 procent anser att reglerna om att ge plats åt bemötanden är lika viktig. Minst viktig anser man regeln om bildpublicering vara, men det är fortfarande nästan 70 procent som tycker att denna regel är mycket eller oerhört viktig. (SOM-undersökningen 1989)
7. Dataunderlaget är något till åren kommet, men just detta mått på trovärdighet är relativt robust; det uppvisar både tröghet över tid och likheter olika lokalområden emellan (Elliot 1989).
8. Eftersom analysunderlaget är från 1986 innebär det att det i huvudsak handlar om SVT:s TV-nyheter.

Steg III

Samhällsförtroende och medieförtroende

I detta tredje analyssteg relaterar jag förtroendet för medieinstitutionerna till förtroendet för samhället i stort. Detta görs främst för att undersöka i vilken utsträckning medieförtroendet kan vara en fråga om ett mer generellt samhällsförtroende, men syftar också till att ytterligare belysa förtroendet för medierna som institutioner.

Kapitel 15 innehåller analyser av samhällsförtroendets strukturella egenskaper och underliggande dimensioner, dels som en tvärsnittsstudie för 1993, dels beträffande utvecklingen 1986-1993. I kapitel 16 redovisar jag hur den demografiska basen för samhällsförtroendet ser ut och vilken betydelse ideologiska faktorer har för förtroendet.

Det svenska samhällsförtroendet

Förtroendet för medierna som samhällsinstitutioner är i viss utsträckning oberoende av förtroendet för de konkreta medier som människor möter i sin vardag. Detta renodlat institutionsrelaterade inslag i förtroendet för medieinstitutionerna kan svara mot institutionernas specifika karaktär, men det kan också vara en funktion av samhällsförtroendet i stort. Att ha eller sakna förtroende för dagspress- och etermedieinstitutionerna blir i så fall en fråga om att ha eller sakna förtroende för samhället som helhet. Variationerna i förtroendet för medieinstitutionerna kan då också ses som uttryck för mer generella opinionsförändringar i samhället.

Analysaspekter

Jag använder mig av flera olika infallsvinklar på jämförelsen mellan medierna och andra samhällsinstitutioner. *Förtroendeandelarnas storlek*, om medierna har större eller mindre förtroende än andra institutioner i samhället, är en sådan infallsvinkel. *Förtroendeopinionens struktur* är en annan jämförelsepunkt. Strukturen kan studeras genom analyser av intensiteten, polariteten och storleken av de andelar som svarar att de varken har stort eller litet förtroende för institutionen.

Förtroendet för en institution kan vara mer eller mindre intensivt. Detta kan uppfattas som ett mått på institutionens angelägenhetsgrad. Intensiteten i förtroendet kan också ses som ett mått på behovet att ge uttryck för det förtroende man har för institutionen.

Förtroendet kan också präglas av en mer eller mindre stark polaritet. En hög polaritet indikerar att det finns många olika förtroendeuppfattningar om institutionen. Detta kan i sin tur antingen bero på att det finns många olika aspekter på institutionen som är relevanta att använda som underlag för förtroendet, eller att det råder delade meningar om hur utvärderingen av institutionen skall göras. En mer homogen förtroendeopinion kan ses som uttryck för att institutionen är relativt okomplicerad att ta ställning till, att det råder samstämmighet kring utvärderingen, eller att institutionen ter sig mindre relevant som underlag för samhällsförtroendet.

Benägenheten att ange att man varken har stort eller litet förtroende för institutionen kan också relateras till hur lätt eller svårt det är att ta ställning till institutionen och hur angelägen institutionen och/eller förtroendet ter sig för människor.

En tredje infallsvinkel på jämförelsen mellan medieinstitutioner och andra samhällsinstitutioner gäller medieförtroendets situationering i det allmänna samhällsförtroendet. Finns det *underliggande dimensioner* i samhällsförtroendet som knyter samman förtroendet för vissa institutioner, och hur förhåller sig medierna i så fall till dessa dimensioner?

I kapitel 15 jämför jag förtroendet för medieinstitutionerna med förtroendet för andra samhällsinstitutioner beträffande förtroendeandelar, opinionsstruktur och underliggande dimensioner. Jag redovisar också hur förtroendet för olika samhällsinstitutioner har *förändrats över tid*; en sådan studie av konjunkturerna i samhällsförtroendet är ytterligare ett sätt att försöka fånga in de underliggande dimensionerna och mediernas plats i sammanhanget.

Diskussionen i kapitel 15 förs främst mot bakgrund av medieinstitutionernas *strukturella egenskaper*. Kapitel 16 innehåller analyser som tar utgångspunkten i *individernas förhållande* till institutionerna. Här belyser jag likheter och skillnader mellan medieförtroendet och det övriga samhällsförtroendet, dels mot bakgrund av de olika institutionernas demografiska bas, dels mot bakgrund av människors ideologiska och partipolitiska positioner.

Som indikatorer på samhällsförtroendet använder jag mig genomgående av förtroendet för nio institutioner från tre olika samhällssektorer: offentlig förvaltning (sjukvården, grundskolan, polisen och försvaret), ekonomisk-privata sektorn (bankerna och storföretagen) och politiska/intresseföreträdande institutioner (regeringen, riksdagen och de fackliga organisationerna).

Samhällsförtroendet 1993

Allmänhetens förtroende för samhället visar stora variationer i institutionerna emellan, i alla avseenden. Tabell 15:1 visar hur de elva undersökta institutionerna rangordnas förtroendemässigt 1993.

Förtroendet för sjukvården är i särklass störst, oavsett vilken utgångspunkt man tar för jämförelsen med övriga institutioner. Polisen, radio/TV och grundskolan rangordnas också relativt gynnsamt med balansvärden som visar ett ansenligt förtroendeöverskott.

Försvaret, dagspressen och storföretagen placerar sig inte lika gynnsamt. Här börjar andelarna litet förtroende närma sig 25 procent och vägs nått och jämnt (eller inte alls) upp av andelen stort förtroende.

Tabell 15:1. Förtroendet för elva samhällsinstitutioner 1993 (procent)

	Mycket stort	Ganska stort	Varken stort eller litet	Ganska litet	Mycket litet	Antal
Sjukvården	22	53	18	5	2	1661
Polisen	11	51	28	8	3	1659
Radio/TV	6	47	40	7	1	1643
Grundskolan	7	43	38	9	3	1634
Försvaret	7	27	43	16	8	1640
Dagspressen	2	27	47	19	5	1640
Storföretagen	3	22	47	20	9	1638
Riksdagen	2	18	46	22	13	1645
De fackliga org	3	18	39	25	15	1639
Regeringen	3	18	31	25	23	1658
Bankerna	3	15	28	32	22	1653

	Stort	Litet	Balansvärde	Intensitet	Standardavvikelse
Sjukvården	75	7	+68	.29	.87
Polisen	61	11	+51	.19	.89
Radio/TV	53	8	+45	.12	.76
Grundskolan	50	12	+38	.15	.86
Försvaret	33	24	+9	.26	1.03
Dagspressen	30	24	+6	.13	.87
Storföretagen	25	28	-3	.23	.93
Riksdagen	20	35	-15	.28	.96
De fackliga org	21	40	-19	.30	1.03
Regeringen	21	48	-27	.39	1.11
Bankerna	17	55	-37	.35	1.07

Anm: Balansmättet utgörs av andelen stort förtroende minus andelen litet förtroende. Intensitetsmättet utgörs av kvoten mellan den sammanlagda andelen mycket stort och mycket litet förtroende och den sammanlagda andelen stort och litet förtroende.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Förtroendet för riksdagen, de fackliga organisationerna, regeringen och bankerna domineras i olika grad av förtroendeskepsis. Mest påtagligt är detta för regeringen och bankerna: 1993 uppger omkring hälften av allmänheten att de har ganska litet eller mycket litet förtroende för dessa två institutioner.

Förtroendet för dagspressinstitutionen hamnar således ungefär mitt i förtroendefältet, medan radio/TV placerar sig i den övre delen.

Den del av den offentliga förvaltningen som är mest närvarande i människors praktiska vardag får högst förtroendeandelar. Detta är ett generellt mönster som återkommer i internationella mätningar i Västeruropa (Listhaug och Wiberg 1995) och USA (Lipset och Schneider 1987). Att de institutioner som rangordnas högst fyller vitala funktioner för människor belyser betydelsen av människors värderingar när det gäller förtroende. Det handlar inte enbart om rationella utvärderingar av eller ideologiska ställningstaganden gentemot institu-

tionerna, det handlar också om vad institutionerna rent praktiskt betyder för oss människor och hur beroende vi är av verksamheten. Att just sjukvården får en så framskjuten position förtroendemässigt illustrerar detta; eftersom sjukvården är av bokstavigt talat livsviktig betydelse för oss är vi inte bara beroende av själva vården – vi är också beroende av att kunna hysa tilltro till den. Alternativet är en tillvaro som innebär att vi ständigt måste hysa oro för att bli sjuka eller skadade, eftersom vi inte kan lita på att vi får adekvat vård¹.

Detta behöver inte innebära att samhällsinstitutioner som har högt förtroende hos allmänheten har tillförsäkrat sig en evig tilltro. Däremot torde tröskeln mot skepsis vara högre än för andra institutioner. Människor är beredda att tolerera fler stötar mot förtroendet, men möjligen bara under en begränsad tid. Huruvida förtroendet för radio/TV är så gediget att det kan tillgodoräkna sig en sådan förtroendebuffert är en annan fråga.

De delar av samhället som allmänheten hyser mest skepsis mot är de politiska och intresseföreträdande institutionerna samt bankerna. Här är jämförbarheten med internationella mätningar inte så god, men att fackföreningarna får låga andelar förtroende återkommer i förtroendestudier från övriga Europa och från USA.

Förtroendeopinionens struktur

Oavsett förtroendeandelarnas storlek kan förtroendet för de olika institutionerna vara av mer eller mindre likartad karaktär. Förtroendet kan vara antingen homogent eller mer polariserat och spritt över olika förtroendepositioner. Graden av förtroendeintensitet kan skifta, liksom storleksordningen av den andel som angivit att de har varken stort eller litet förtroende.

Intensitet

I kapitel 13 framgick att förtroendeintensiteten beträffande de båda medicinstitutionerna är likartad – andelen som anger att de har *mycket* stort eller *mycket* litet förtroende svarar mot ungefär lika stora proportioner av den totala andelen stort och litet förtroende om man ser till medelvärdet för undersökningsperioden.

Satt i relation till förtroendeintensiteten för andra samhällsinstitutioner avviker medierna genom att visa lägre intensitetsvärden än någon annan institution (tabell 15:1). Intensiteten är starkast när det gäller bankerna och regeringen.

Låg förtroendebalans förefaller med andra ord att samvariera med hög intensitet, men i övrigt saknar balansvärdena betydelse för intensiteten i förtroendet för en institution. Förtroendeopinionen för etermedierna visar betydligt mindre

laddning än förtroendeopinionen för sjukvården, som också utmärks av högt balansvärde. Opinionen för dagspressen, vars balansvärde ligger nära nollstrecket, är svalare än opinionen för storföretagen, som också har ett balansvärde nära noll.

Som samhällsinstitutioner förefaller det med andra ord som om medierna (alternativt *förtroendet* för medierna) ter sig mindre angelägna för människor än vad andra samhällsinstitutioner (alternativt *förtroendet* för andra samhällsinstitutioner) gör.

Polaritet

Balansmättet ger oss information om hur andelarna stort och litet förtroende förhåller sig till varandra. Ett jämviktsläge mellan stort och litet förtroende säger oss att opinionen är delad. Balansmättet säger emellertid inget om hur spridd eller samlad den totala opinionsbilden för en institution är. För detta krävs en referenspunkt som är relativ, inte absolut som balansmättets nollstreck.

Medelvärdet för fördelningen över enkätfrågans svarsalternativ kan tjäna som en sådan relativ referenspunkt. Standardavvikelsen är ett mått som visar hur mycket de enskilda svaren avviker från detta medelvärde, dvs hur spridningen runt medelvärdet ser ut. Ju högre värde, desto större spridning (tabell 15:1).

Den största spridningen finns i förtroendet för regeringen och bankerna, de institutioner som visar lägst förtroendebalanser. Också förtroendet för försvaret och de fackliga organisationerna visar relativt hög polaritet. Förtroendeopinionerna beträffande medicinstitutionerna är däremot förhållandevis opolariserade – särskilt gäller detta för radio/TV.

Detta innebär att förtroendeopinionen är mer homogen för medierna än för många andra institutioner. Sådan låg polaritet utmärker normalt de institutioner som får högst förtroendeandelar (högt förtroende bygger med andra ord på en relativ samstämmighet i allmänhetens bedömningar). Beträffande radio/TV är således låg polaritet inte särskilt uppseendeväckande, men att etermedierna visar det lägsta värdet innebär att det uppenbarligen är mer okontroversiellt att ha högt förtroende för etermedierna än för offentlig förvaltning.

För dagspressens del visar den låga polariteten att balansvärdets jämviktsläge inte är resultatet av en spridd opinion, utan att människor är ovanligt eniga om att inte inta någon mer utpräglad position beträffande förtroendet, vare sig åt det ena eller andra hållet.

Varken stort eller litet förtroende

Andelen svarspersoner som uppger att de varken har stort eller litet förtroende varierar påtagligt beroende på vilken institution det gäller. Det generella mönst-

ret är att ju större jämvikt som råder mellan andelarna stort och litet förtroende, desto större är andelen som angett att de har varken stort eller litet förtroende (tabell 15:1).

Dagspressen och storföretagen, som ligger närmast balansvärdets nollstreck, uppvisar följaktligen störst andel varken-eller-svar. Men radio/TV avviker från mönstret genom att också visa en relativt hög andel.

Ett sätt att tolka fördelningarna är att utgå från hur lätt eller svårt det är för allmänheten att ha en uppfattning om institutionen. Benägenheten att göra mer bestämda ställningstaganden beträffande förtroendet, på gott och på ont, är störst för institutioner som har praktiska funktioner för människors tillvaro och som är närvarande i vardagen på ett konkret och påtagligt sätt: sjukvård, polis, banker. Högst andelar varken-eller-svar återfinns beträffande inrättningar som allmänheten som regel inte har lika påtagliga eller personliga kopplingar till eller som har en mer indirekt betydelse för deras vardag: försvaret, riksdagen, storföretagen. Detta pekar mot att både institutionernas betydelse för individen och de praktiska erfarenheterna av verksamheten spelar roll för benägenheten att ta ställning på ett mer bestämt sätt när det gäller förtroendet. Institutioner som ter sig mer näraliggande för människor har en högre angelägenhetsgrad än mer avlägsna institutioner.

Medierna stämmer emellertid inte in i den bilden. Att storföretagen och riksdagen som institutioner kan te sig som abstrakta och tämligen distanserade företeteelser är rimligt, men är det något som är praktiskt påtagligt i människors dagliga liv så är det massmedierna. Ändå består förtroendet för medicinstitutionerna, särskilt dagspressen, av en stor andel varken-eller-svar.

Sannolikt ligger en del av förklaringen i själva institutionsaspekten. Medierna är lättare att ta ställning till på den konkreta verksamhetsnivån än på institutionsnivå (se kapitel 13). Svårigheten att bedöma medierna kan också bero på att medicinstitutionerna spänner över flera olika typer av medier och därför upplevs som mer heterogena än andra, mer entydiga institutioner. Svaret ”varken stort eller litet förtroende” kanske egentligen betyder ”både stort och litet förtroende, det beror på om ni menar morgontidningar eller kvällstidningar” (jfr Weibull 1991:117). Institutionsaspekten förefaller under alla omständigheter att ha en neutraliserande påverkan på medieförtroendet.

Att institutioner som sjukvård, polis och banker har så låga andelar varken-eller-svar kan betyda att människor i dessa fall inte gör samma skillnad mellan den praktiska, konkreta verksamheten och institutionen som de gör beträffande medierna. När vi bedömer institutionen förtroendemässigt, bedömer vi i dessa fall verksamheten. Detta behöver inte betyda att människor gör ”felaktiga” bedömningar, att de inte har förstånd på att ta ställning till ”rätt” aspekt när det gäller en institution. Det kan i stället vara ett uttryck för att institutionsaspekten för t ex sjukvårdens del faktiskt i stor utsträckning är samma sak som den praktiska vårdverksamheten. För mediernas del är klyftan mellan den institutionella

aspekten – det samhälleliga uppdraget – och den vardagliga verksamheten – det utbud som vi faktiskt tar del av och det utbyte vi har av det – betydligt större, något som också indikeras av förtroendet för journalisterna kontra förtroendet för medieinstitutionen (se kapitel 14).

Att medierna är vagare och mer diffusa att ta ställning till som institutioner än i den form vi möter dem vardagsvis kan få konsekvenser för förtroendets angelägenhetsgrad på institutionsnivå. Detta kan vara ytterligare en förklaring till varför förtroendet för medieinstitutionerna ter sig som en något mindre intressant fråga för människor än förtroendet för de flesta andra samhällsinstitutioner. Att förtroendeopinionen beträffande medieinstitutionerna både är mindre intensiv och mer homogen än samhällsförtroendet i övrigt pekar också i den riktningen – en institution som rymmer många olika aspekter att ha som grund för förtroendet borde annars rimligen resultera i ett förtroende som visar hög polaritet.

Samhällsförtroendet 1986-1993

Förtroendet för samhällsinstitutionerna är rörligt. De internationella studier som har gjorts visar att förtroendet för en institution kan variera över tid, ibland rätt kraftigt. I USA fann Lipset och Schneider att förtroendet för många institutioner minskade under 1960- och 1970-talen som del av en gemensam trend (Lipset och Schneider 1987). I Västeuropa har samhällsförtroendet också uppvisat variationer, men det har inte rört sig om den generella trend som präglade det amerikanska samhällsförtroendet. De västeruropeiska institutioner som fick kännas vid genomgående förtroendeförändringar mellan 1981 och 1990 visade både positiva trender (utbildning och storföretag) och negativa (försvaret och rättssystemet) (Listhaug och Wiberg 1995:302ff).

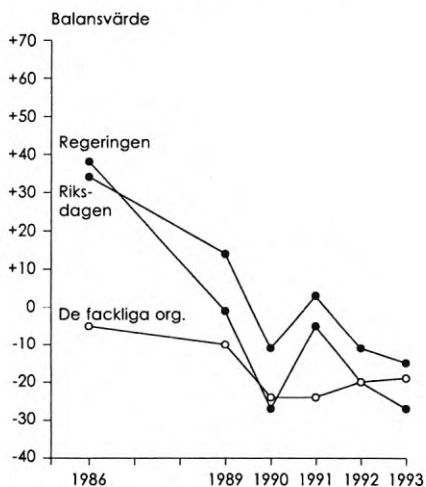
Förtroendebalanser

Figur 15:1 visar hur förtroendebalanserna för de svenska samhällsinstitutioner som ingår i SOM-undersökningen förändrats mellan 1986 och 1993 (1987 och 1988 utgår ur redovisningen på grund av bristande jämförbarhet).

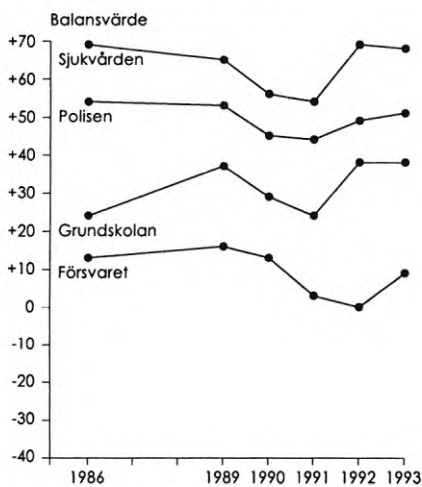
Förtroendet för samhällsinstitutionerna har över åren visat drag av både beständighet och modifikation. Återkommande är att sjukvården alltid haft störst förtroende hos allmänheten med ett balansvärde som pendlat mellan +54 och +69. Polisen och radio/TV har också regelmässigt kunnat tillgodoräkna sig större förtroende än de övriga institutionerna.

Figur 15:1. Förtroendet för elva samhällsinstitutioner 1986-1993 (balansmätt)

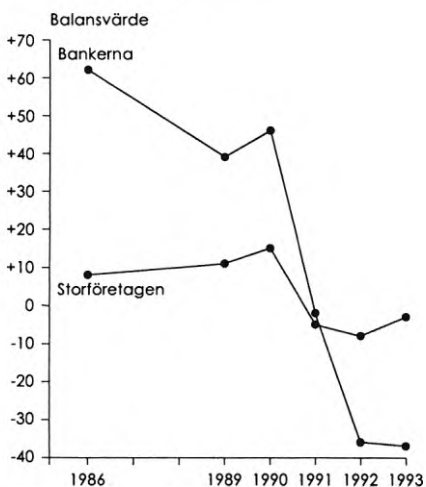
a. Förtroendet för regeringen, riksdagen och de fackliga organisationerna



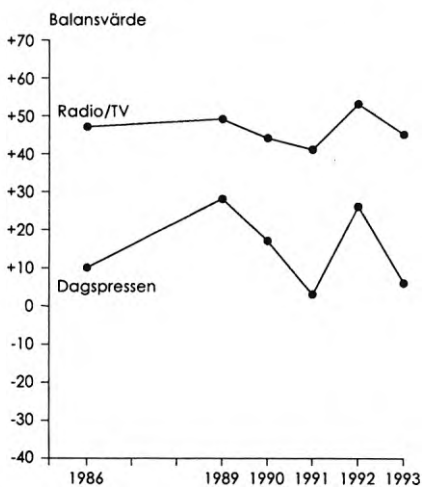
b. Förtroendet för polisen, sjukvården, grundskolan och försvaret



c. Förtroendet för bankerna och storföretagen



d. Förtroendet för dagspressen och radio/TV



Anm: För underlag, se tabell 39 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Förtroendet för grundskolan, dagspressen och försvaret har genomgående varit något lägre än förtroendet för sjukvård, polis och radio/TV, och något mer variabelt, men förtroendebalanserna har alltid visat ett förtroendeöverskott.

Ytterligare genomgående drag är att förtroendet för storföretagen alltid legat strax över eller strax under balansvärdets nollstreck (stort och litet förtroende har i stort sett balanserat upp varandra med ett litet överskott 1986-1990 och ett litet underskott 1991-1993), och att förtroendet för de fackliga organisationerna är det enda institutionsförtroendet som ständigt visat ett förtroendeunderskott. Facket har emellertid inte alltid varit den inrättning som rangordnats lägst av de elva institutionerna.

Det finns med andra ord mönster för rangordningarna som visat sig vara bestående över tid – vissa institutioner får alltid mer eller mindre förtroende än andra. Att offentlig service och radio/TV rangordnades högst 1993 var inte någon tillfällighet: De har alltid kunnat tillgodoräkna sig mer förtroende än andra institutioner.

Det finns också institutioner vars förtroendebalanser förändrats kraftigt under undersökningsperioden. Bankerna placerade sig i rangordningens toppskikt fram till 1990. De två påföljande åren sjönk emellertid förtroendet för bankerna mycket påtagligt, och därefter har bankerna hamnat längst ner i rangordningen med ett stort förtroendeunderskott.

Förtroendet för framför allt regeringen men även riksdagen har också genomgått stora förändringar. Före 1989 var förtroendet för de politiska institutionerna relativt stort med ett betryggande överskott². Efter 1989 har förtroendebalanserna varit huvudsakligen negativa och regeringen har regelmässigt tilldelats en mycket låg rangordning.

1993 års utfall vad gäller de institutioner som har lägst förtroende (dvs bankerna, fackföreningarna, regeringen och riksdagen) är med andra ord inte representativt för hela undersökningsperioden. Regeringen och riksdagen placeras sig bland de fyra lägst rankade institutionerna från 1989 och framåt, bankerna från 1991 och framåt. 1986 hade försvaret, dagspressen och storföretagen de lägsta förtroendebalanserna tillsammans med fackföreningarna. Opinionsbildande och representerande funktioner innebär således inte med nödvändighet lågt förtroende för en institution, även om den mest partsföreträdande institutionen, fackföreningarna, genomgående fått förhållandevis litet förtroende.

Totalt sett har vi under 1990-talet fått en förtroendebild som är mer polariserad än vad den var under 1980-talet – spännvidden mellan institutionen med störst förtroende och institutionen med minst har ökat. Men det är en expansion av förtroenderegistret som huvudsakligen ägt rum vid den negativa polen. 1986 var det en enda institution som hade ett negativt balansvärde; 1993 hade nästan hälften av de undersökta institutionerna ett förtroendeunderskott.

På det hela taget har det svenska samhällsförtroendet avtagit under perioden 1986-1993. Medelvärdet för balansmåttan har minskat från +32 när SOM-un-

dersökningarna inleddes 1986 till +11 vid mätningen 1993. Detta faller emellertid huvudsakligen tillbaka på de negativa utvecklingstrenderna för bankerna och regeringen (och i viss mån riksdagen), som är de institutioner vars förtroendebalanser visar de största förändringarna under den undersökta perioden.

Den minst stabila institutionen förtroendemässigt är emellertid dagspressen. Vi har redan sett att förtroendet för dagspressinstitutionen är rörligare än förtroendet för radio/TV-institutionen. Detta gäller även om vi jämför dagspressen med andra samhällsinstitutioner. Variationerna för dagspressen spänner inte över ett lika stort balansregister som banker och regering, där förtroendet sjönk från toppvärden på +62 respektive +38 till -37 respektive -27. Däremot skiftar förtroendet för dagspressen regelmässigt och påtagligt mellan nästan varje mät-punkt, utan att visa en mer långsiktig trend åt ena eller andra hållet. Detta är ett mönster som inte syns för någon annan institution.

Den trend som utmärker framför allt bankförtroendet tyder på en genomgripande omvärdering med långtidsverkan: Vad som vid mitten av 1980-talet förefaller vara ett grundmurat förtroende raseras på ett par år för att sedan ha svårt att återhämtas. Detta illustrerar vad som händer när förtroendebufferten för en högt värderad institution undergrävs tillräckligt mycket. Går botten ur förtroendet innebär besvikelsen att reaktionen blir kraftigt negativ – mer negativ ju större besvikelsen är. Bankerna, som 1986 hade en mer gynnsam förtroendeposition än vad regeringen hade, fick kännas vid en mer påtaglig omvärdering när vinden vände än vad regeringen fick göra.

Denna omvärdering kan tillskrivas flera olika orsaker. Människors syn på den dagliga verksamheten i bankerna blev sannolikt mer negativ i och med de rapporter om föregivna oegentligheter och "affärer" inom bankväsendet som förekom i medierna vid denna tid. Samtidigt genomfördes flera kraftiga räntehöjningar, som fick praktiska konsekvenser för många låntagare. Utöver detta införde många banker avgifter för tjänster som tidigare varit kostnadsfria, en åtgärd som tillsammans med den negativa publiciteten kan ha resulterat i att människors grundläggande syn på bankväsendets samhällseliga funktion förändrades.

Någon sådan omvärdering förefaller emellertid inte vara aktuell beträffande dagspressinstitutionen. Här verkar det snarare vara ett drag i det normala mönstret för förtroendet att vara mer rörligt än förtroendet för andra institutioner.

Institutionerna kan delas in i olika grupper med utgångspunkt i förtroendekurvornas utseende. Förtroendet för institutionerna inom den offentliga sektorn visar mycket likartade konjunkturen, främst präglad av en tillfällig svacka kring decennieskiftet. Samma mönster, fast med svagare utslag, går igen beträffande förtroendet för de fackliga organisationerna.

Försvarsförtroendet visar emellertid större likheter med utvecklingen av förtroendet för storföretagen, där förtroendesvackan är förskjuten till 1990-1992. Förtroendet för bankerna uppvisar en alldeles egen kurvatur, i huvudsak karak-

täriserad av förtroenderaset. Förtroendenedgången för regeringen och riksdagen har också en egen, speciell form: Den negativa trenden bryts temporärt 1991 som en effekt av riksdagsvalet samma år (Elliot 1992). Utvecklingen av medieförtroendet visar delvis samma tendenser som förtroendet för den offentliga sektorn och facket.

Stort och litet förtroende

Löser vi upp förtroendebalanserna 1986-1993 i stort och litet förtroende bekräftas i stort den bild som balansvärdena ger (tabell 39 i bilagan). Man kan dock notera att radio/TV påfallande ofta uppvisar de allra minsta andelarna litet förtroende (även om det enbart är någon eller några procentandelar som skiljer mellan etermedierna och sjukvården, som oftast faller ut näst bäst i denna rangordning). Skulle vi mäta förtroende enbart som frånvaro av litet förtroende, så skulle radio/TV ligga i topp.

När förtroendet för medieinstitutionerna varierar handlar det något oftare om förändringar av andelen stort förtroende än av andelen litet. Detta är en modifiering av förtroendet som är av defensiv natur – tilltron minskar utan att skepsisen ökar. Samma tendens kan skönjas beträffande grundskolan, men annars är det vanliga att både andelarna stort och litet förtroende förändras i lika stor omfattning när förtroendekonjunkturerna skiftar. Storföretagen utgör emellertid ett undantag härvidlag. När förtroendet för storföretagen förändras är det vanligare med variationer av andelarna stort än av andelarna litet förtroende. Storföretagen är den enda institution som visar sådana tendenser åt en mer offensiv förtroendeminskning.

Förtroendeopinionens struktur

Tidigare i kapitlet kunde vi se att förtroendeopinionen 1993 beträffande medieinstitutionerna var präglad av en mycket lägre profil än motsvarande opinioner för de övriga institutionerna. Detta var inget undantag utan visar sig vara ett genomgående mönster för medierna.

Radio/TV visar den lägsta standardavvikelsen varje undersökningsår och värdet för dagspressen ligger normalt näst lägst (tabell 40 i bilagan). Beträffande intensiteten i förtroendet gäller samma sak: medierna har genomgående de lägsta värdena (tabell 41 i bilagan). Andelen som anger att de varken har stort eller litet förtroende har även den regelmässigt varit högre för medierna, särskilt dagspressen, än för andra institutioner (tabell 39 i bilagan).

Mediernas förtroendeopinion har således generellt visat lägre polaritet, intensitet och angelägenhetsgrad än förtroendet för andra institutioner. Studien över tid visar också att den samvariation som 1993 syntes mellan låga balansvärden

och höga intensitetsvärden inte är genomgående. Förtroendet för regeringen, fackföreningarna och bankerna utmärks av jämförelsevis höga värden, oavsett förtroendebalans, på samma sätt som förtroendet för medierna genomgående utmärks av jämförelsevis låga värden.

En viss förändring ägde emellertid rum under undersökningsperiodens senare år när det gäller förhållandet mellan de båda medieinstitutionerna. Fram till 1991 är intensiteten i etermediernas förtroendeopinion högre än intensiteten i dagspressens. 1991 bryts denna tendens samtidigt som dagspressförtroendet blir mer polariserat än etermedieförtroendet. Det förefaller som om denna förändring är specifik för medieinstitutionerna; samhällsförtroendet i stort visar inte några tendenser i samma riktning.

Dimensioner i samhällsförtroendet

Medierna avviker en hel del från andra institutioner när det gäller förtroendeopinionens struktur. Ser man på sambanden mellan förtroendebedömningarna faller emellertid medierna inte ur mönstret på samma sätt. Korrelationerna mellan förtroendet för medieinstitutionerna och förtroendet för de övriga samhällsinstitutionerna visar att det finns beröringspunkter, även om de är relativt nedtonade (tabell 15:2).

De högsta korrelationerna återfinns de båda medieinstitutionerna sinsemellan (i medeltal .42 med .48 som högsta årsnotering). De högsta värdena därutöver syns mellan radio/TV å ena sidan och grundskolan respektive fackföreningarna å den andra. Förtroendet för dagspressen korrelerar också i viss mån med fackförtroendet, men dessutom med förtroendet för banker och storföretag, dvs den privata/ekonomiska sektorn.

Medierna och fackföreningarna förefaller ha något gemensamt när det gäller förtroendet – kanske den företrädande och intressebevakande funktionen. Ola Listhaug har funnit samma tendenser när det gäller samhällsförtroendet i Norge (Listhaug 1984).

Att dagspressinstitutionen, till skillnad från radio/TV, visar koppling till den privata/ekonomiska faktorn får ses mot bakgrund av att dagspressens verksamhet i stor utsträckning bedrivs i form av privatägda kommersiella företag. Dessutom exponeras näringslivet ständigt i tidningarna på annonsplats. Kopplingen till privata näringslivet är naturlig, men att denna pragmatiska aspekt slår igenom i allmänhetens förtroende för dagspressen på institutionsnivå är ändå värt att notera.

Den relativt starka korrelationen mellan radio/TV-förtroendet och förtroendet för grundskolan (ett samband som saknas för dagspressens del) kan tolkas som att etermedierna tillskrivs folkbildande funktioner i större utsträckning än dagstidningarna. Men detta behöver inte innebära att etermedierna faktiskt ut-

gör en högre värderad kunskapskälla än tidningarna. Det torde snarare handla om en institutionaliserad bildningsfunktion av normativ och närmast formell karaktär. En sådan funktion är självskriven beträffande utbildningsväsendet. För etermediernas del passar det väl in i den public service-policy som sedan länge medvetet drivits från statsmakternas sida och som inneburit att radio och TV tillskrivits rollen av folkbildningsinstitut³.

Tabell 15:2. Sambanden mellan förtroendet för medieinstitutionerna och förtroendet för andra samhällsinstitutioner 1986-1993 (Pearsons r)

	1986	1989	1990	1991	1992	1993	Medelvärde
Dagspressinstitutionen							
Regeringen	.24	.12	.15	.17	.16	.12	.16
Polisen	.22	.14	.20	.19	.18	.17	.18
Sjukvården	.19	.08	.12	.14	.13	.14	.13
Försvaret	.23	.16	.22	.21	.15	.14	.19
Riksdagen	.31	.18	.24	.21	.20	.19	.22
Bankerna	.23	.30	.28	.28	.20	.22	.25
De fackl org	.28	.25	.28	.24	.25	.25	.26
Radio/TV	.41	.32	.42	.43	.43	.48	.42
Grundskolan	.21	.13	.19	.18	.18	.20	.18
Storföretagen	.25	.31	.26	.25	.17	.17	.24
Radio/TV-institutionen							
Regeringen	.29	.15	.19	.13	.1	.1	.19 ¹
Polisen	.27	.16	.23	.23	.20	.20	.22
Sjukvården	.23	.18	.23	.18	.17	.17	.19
Försvaret	.18	.16	.23	.14	.15	.14	.17
Riksdagen	.31	.15	.25	.23	.16	.14	.21
Bankerna	.23	.17	.29	.24	.16	.15	.21
Dagspressen	.41	.32	.42	.43	.43	.48	.42
De fackl org	.33	.27	.31	.27	.27	.26	.29
Grundskolan	.32	.28	.37	.34	.29	.30	.32
Storföretagen	.15	.13	.21	.20	.11	.14	.16

1. Signifikansen >.01-nivån; medelvärdet är baserat på de år där signifikansen ligger på .001-nivån.

Anm: Signifikansen ligger på .001-nivån om inget annat anges.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Allmänt utmärks förtroendet för de olika samhällsinstitutionerna av måttliga korrelationer sinsemellan. Överlag finns ett svagt samband, möjligen i form av en generell förtroendefaktor⁴, men detta är å andra sidan inte så påtagligt att det ger anledning att tala om några större likheter.

Korrelationerna medierna emellan tillhör de högre i matriserna för de sex undersökta åren, men starkaste förtroendesambanden finner vi mellan regeringen och riksdagen (tabell 42 i bilagan). Fackföreningsförtroendet korrelerar också relativt högt med regeringen, men bara fram till 1991 och det borgerliga

regeringstillträdet. Efter 1991 är det i stället storföretagen som, utöver riksdagen, visar vissa förtroendesamband med regeringen. Korrelationerna mellan regeringen och fackföreningarna övergår till att visa negativa tendenser – för övrigt de enda negativa samband som matriserna kan uppvisa.

Övriga korrelationer av dignitet gäller förtroendet för polisen, som visar vissa samband med förtroendet för försvaret och sjukvården.

Korrelationsmatriserna visar de parvisa sambanden mellan förtroendebedomningarna. Tolkningarna beträffande de bakomliggande dimensionerna i samhällsförtroendet blir därför med nödvändighet av spekulativ art. Här kan en faktoranalys ge ett bättre underlag för diskussioner om samhällsförtroendets grundläggande faktorer, även om man inte heller med en sådan analys slutgiltigt kan fastställa vilka de är.

Jag använder faktoranalysen konfirmativt, vilket innebär att jag utgår från att det finns ett visst antal grundläggande faktorer i samhällsförtroendet. Förfarings sättet innebär att jag prövar hur de data, som finns om förtroendet för de institutioner som ingår i analysen, svarar mot en sådan faktorlösning. Utfallet visar hur högt de olika institutionerna laddar på de faktorer som ingår i matrisen, och därmed också vilka institutioner som tillsammans bildar en egen faktor.

Min utgångspunkt är att människor gör skillnad mellan samhällelig verksamhet som är av offentlig karaktär och sådan som är privatdriven⁵. Denna distinktion har en gedigen förankring i den politiska och samhällsekonomiska debatten. I Sverige har de allmännyttiga verksamheterna – exempelvis utbildning, kultur, vård och omsorg – oftast underordnats det offentliga huvudmannskapet, medan den privata sektorn kontrollerat merparten av industri och näringsliv. Distinktionen mellan offentlig och privat sektor gäller med andra ord inte bara huvudmannskapet utan också social service kontra ekonomisk verksamhet av kommersiell natur.

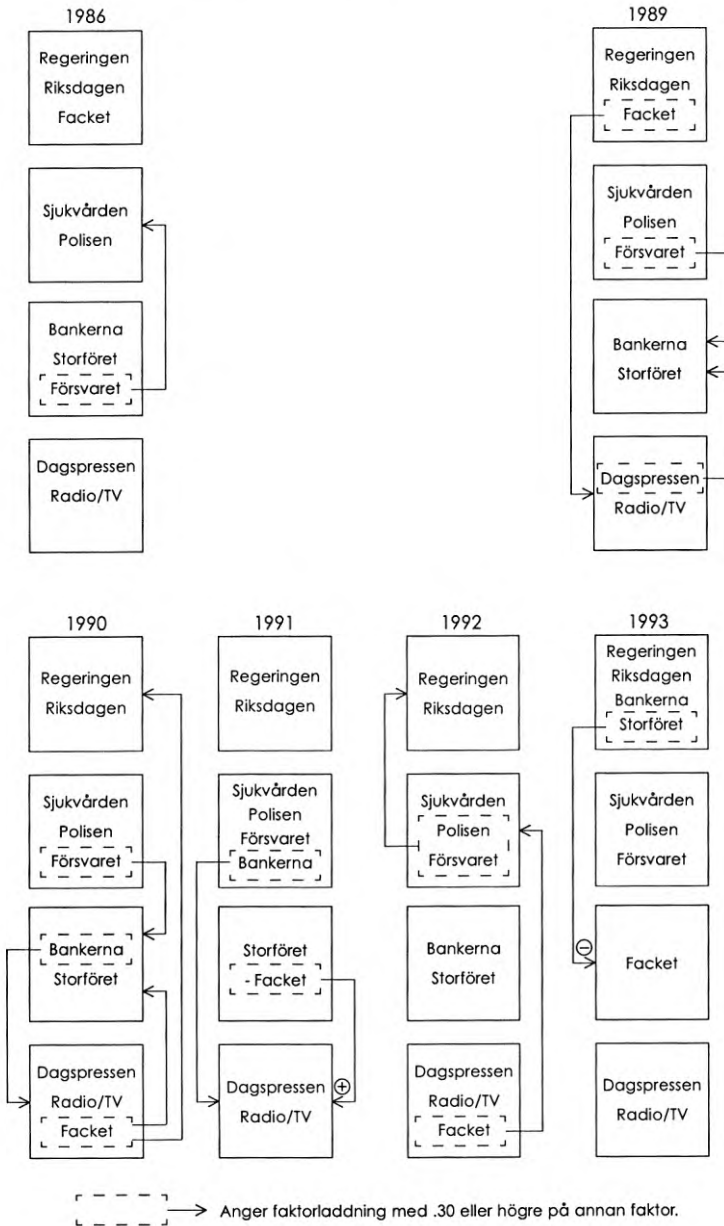
Det är vidare naturligt för människor att särskilja de renodlat politiska institutionerna, de som inrymmer det legitimerade politiska beslutsfattandet och de politiska aktörernas huvudsakliga verksamhet.

De stora nyhetsmedierna bör slutligen konstituera en egen faktor. Detta är rimligt både mot bakgrund av deras uppgifter i samhällslivet, framför allt att som en fristående aktör granska och övervaka de övriga aktörerna ("den tredje statsmakten"), och tidigare forskningserfarenheter⁶.

Detta utmynnar i fyra hypotetiska grundläggande faktorer: en offentlig faktor med inriktning mot social service, en privat-ekonomisk, en politisk och en som består av medierna. (En sådan uppdelning får också stöd i de tendenser som framkommer i korrelationsmatriserna.) Faktoranalysen görs därför med utgångspunkt i en fyrfaktorlösning⁷.

Figur 15:2 visar hur de tio institutioner som ingår i analysen sorteras under de fyra faktorerna varje år. I figuren anges dessutom om en institution också

Figur 15.2. Fyrfaktorlösning för samhällsförtroendet 1986-1993 (principal-komponentanalys, oblimin)



Anm: För faktorladdningar, eigenvalues och procent förklarad varians, se tabell 43 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

laddar högt på någon annan faktor. Faktorladdningarna redovisas i sin helhet i tabell 43 i bilagan.

I stort låter sig förtroendet för samhällsinstitutionerna sorteras efter den fyrfaktorprincip som utgjorde utgångspunkt för analysen. Regering och riksdag bildar en politisk förtroendefaktor. Fram till 1991 och regeringsskiftet laddar också förtroendet för fackföreningarna högt på denna faktor. Förtroendet för sjukvård, polis och försvar bildar en offentlig sektor-faktor. Förtroendet för banker och storföretag laddar som regel på en tredje, privatekonomisk faktor, som dock visar en svagare sammanhållning. Förtroendet för etermedier och dagspress återkommer regelmässigt som en fjärde faktor. Denna faktor är emellertid inte konsekvent en renodlad mediefaktor; framför allt fackföreningar men även banker visar tendenser att ladda högt på den fjärde faktorn.

Så ser grundmönstret ut, ett mönster som emellertid antar en lösligare form efter 1990. Fram till dess har institutionerna med ett par enstaka undantag fallit in i faktormönstret på ett likartat vis varje år. I samband med regeringsskiftet 1991 tenderar den privata faktorn att brytas upp. Den ekonomisk-kommersiella dimensionen förefaller att ersättas av en ideologisk. I denna ideologiska dimension ställs tilltro till fackföreningarna mot bristande förtroende gentemot storföretagen (och vice versa) samtidigt som de privata/ekonomiska institutionerna så småningom knyts till den numera borgerligt-politiska faktorn.

Medieinstitutionernas plats i faktormönstret innebär att förtroendet för massmedierna är distinkt skilt från förtroendet för statsmakten, oavsett den politiska färgen på regeringsinnehavet. Medieförtroendet är också separerat från de förvaltande delarna av samhället, men främst dem som faller under den offentliga sektorn. 1989-1991 har den privata sektorn (i första hand bankväsendet) och mediefaktorn (främst via dagspressen) höga faktorladdningar gemensamt – en klivenhet beträffande bedömningsgrunden för dagspress som vi kunde se redan i korrelationsmatrisen.

Förtroendet för fackföreningarna och statsstyret är mer grundat på den aktuella partipolitiska majoritetstendensen och mindre på den principiella funktionen som politisk aktör. Men fackföreningarnas återkommande kopplingar till mediefaktorn kan svårigen tolkas som ett uttryck för ideologiska bedömningsgrunder. Det som medier och fackföreningar har gemensamt är snarare den intresseföreträdande, representerande funktionen.

Detta ställer medieförtroendet i en speciell belysning. Av de beröringspunkter som finns mellan medierna och övriga institutioner är det banden med fackföreningarna som slår igenom mest. I förtroendet för medierna som samhällsinstitutioner finns sannolikt en intresseföreträdande dimension⁸. Att döma av det som framgick i kapitel 15 är denna representation inte främst av politiserad karaktär; den företrädande funktionen förefaller snarare vara relaterad till publiken i dess mer personliga och vardagliga gestalt, inte som väljarkollektiv eller medborgare utan som människor i största allmänhet.

Summering och diskussion

Förtroendeandelarna för de olika samhällsinstitutionerna visar att förtroendet för radio/TV-institutionen inte bara är stort i förhållande till förtroendet för dagspressen; det är stort även om man jämför med förtroendet för andra samhällssektorer. Detta gäller genomgående för den period som undersökningen omfattar.

Dagspressförtroendets relation till det övriga samhällsförtroendet är inte lika stabil. Under undersökningsperioden har dagspressen som regel placerat sig i mitten av förtroendeskalan, men mätningen 1986 visar att förtroendet för dagspressen också kan vara lägre än för merparten av de övriga samhällsinstitutionerna.

Rangordningen av samhällsinstitutionerna i stort när det gäller förtroende kan bidra till att belysa den nivåskillnad som finns beträffande förtroendet för de båda medieinstitutionerna. Det som utmärker de institutioner som tillsammans med etermedierna regelmässigt får högst förtroende är att verksamheten legitimeras av anspråk på att erbjuda medborgarna offentlig service: sjuk- och hälsovård, beskydd och vidmakthållande av social ordning samt socialisation och utbildning. Detta lyfter fram en viktig skillnad mellan dagspressinstitutionen och etermedierna: public service-faktorn. Den traditionella public service-ideologi, som präglat etermedierna i Sverige, har många beröringspunkter med den politiska ideologi som en utbyggd samhällelig service faller tillbaka på.

De institutioner som oftast rangordnats lägst när det gäller förtroende är de politiska institutionerna och fackföreningarna. Även storföretagen har ofta återfunnits bland de institutioner som har lägre förtroende än andra. Det handlar med andra ord om institutioner som är nära förknippade med opinionsbildning och att aktivt företräda vissa intressen. En sådan opinionsbildande och intresse drivande funktion svarar mot en annan betydelsefull skillnad mellan medieinstitutionerna. I motsats till radio och TV⁹ ges dagspressen stort utrymme för partiskt agerande. Dagspressen förväntas aktivt främja och delta i opinionsbildning, både partipolitisk och annan. Att radio/TV-institutionen får högre förtroende än dagspressinstitutionen skulle med andra ord kunna bero på att de traditionella etermediernas public service-profil höjer förtroendet för radio/TV under det att dagstidningarnas opinionsbildande och intresseföreträdande karaktär håller tillbaka förtroendet för dagspressen.

Tolkningen att dagspressens intresseföreträdande funktion missgynnar förtroendet står emellertid inte helt oemotsagd. Vi har tidigare kunnat se att förtroendet för dagspressen gynnas av att tidningarnas journalistik återskapar publiken och speglar publikintresset (kapitel 14). Dessutom vet vi att allmänheten både accepterar och till viss del uppmuntrar dagstidningarna att ta ställning till och driva frågor på nyhetsplats (Elliot 1986).

Det är emellertid viss skillnad mellan att företräda allmänheten generellt å ena sidan, t ex genom att "stå på publikens sida" eller främja en öppen debatt,

och att representera vissa särintressen å den andra. Dagstidningarna gör båda-dera. Många dagstidningar kan kopplas till vissa politiska partier eller grupperingar, till vissa ekonomiska intressen och till vissa grundläggande ståndpunkter. Det är just denna koppling till särintressen som dagstidningarna har mest gemensamt med fackföreningar och storföretag, och en sådan partsföreträdande profil förefaller inte gå hand i hand med ett högt samhälleligt förtroende – kanske av helt naturliga skäl.

I kapitel 13 kunde vi se att dagspressförtroendet förefaller att vara mer rörligt än radio/TV-förtroendet. Jämförelsen med andra samhällsinstitutioner visar att detta verkar vara ett naturligt drag i dagspressförtroendet, ett drag som inte återkommer för andra institutioner. Detta pekar mot att orsaken till rörligheten verkligen ligger i skiftningar i en av dagspressinstitutionens viktigaste utvärderingskontexter: opinionen och tidsandan. Att opinionskänsliga institutioner är rörliga bekräftas av förtroendekonjunkturerna för de politiska institutionerna. I deras fall har emellertid utvärderingsklimatet successivt försämrats under undersökningsperioden; dagspressen förefaller snarare oscillera kring en tämligen stabil mittpunkt.

Beträffande *förtroendeopinionens struktur* förefaller förtroendet för medierna genomgående vara mindre laddat än förtroendet för andra samhällsinstitutioner. Medieförtroendet är mindre intensivt, mindre polariserat och utmärks av relativt höga andelar som anger att de varken har stort eller litet förtroende.

Detta kan tolkas som att medieinstitutionerna spelar en mindre viktig roll för människor än vad andra samhällsinstitutioner gör. Det betyder inte att medierna i sig, och det utbyte som människor har av dem, saknar betydelse. Däremot förefaller det som om mediernas samhälleliga normativa funktioner inte har lika hög viktighetsgrad för förtroendet som andra institutioners samhälleliga funktioner.

Detta kan i sin tur bero på att människor gör större skillnad mellan institutionen å ena sidan och den verksamhet som drivs inom institutionen å den andra när det gäller medier än när det gäller andra delar av samhället (jfr kapitel 13). Det kan också bero på att medieinstitutionerna är mer svårbedömda än vad andra institutioner är.

Under 1990-talet syns tendenser i mönstret för förtroendeopinionerna som tyder på att en förskjutning mellan de båda medieinstitutionerna möjligen kan vara på gång, tendenser som inte återkommer generellt i det övriga samhällsförtroendet. Det förefaller som om förtroendeopinionen för dagspressen håller på att bli mer intensiv och mer polariserad än förtroendeopinionen för radio/TV¹⁰. Detta kan bero på att innehållet i dagspressen numera väcker mer delade åsikter bland allmänheten än tidigare – dagspressjournalistiken fick i vissa stycken en mer provocerande karaktär under 1990-talet (Weibull och Börjesson 1995:197ff).

Divergensen mellan förtroendeopinionerna kan möjligen också vara ett uttryck för en förändring av de förväntningar som allmänheten ställer på etermedierna när det gäller mediernas samhällliga uppdrag. Sveriges Television och Sveriges Radio skall vara opartiska, men samtidigt stadgar avtalen mellan dessa programbolag och staten att programbolagen skall erbjuda publiken en seriös och fullgod bevakning av samhället. De kommersiella kanalerna arbetar inte under samma villkor. Underhållningsutbudet upptar här en större del av innehållet (Hultén 1996) och, som vi tidigare har sett beträffande TV4, spelar också större roll för förtroendet. I kommersiell TV har en större andel av samhälls- och dokumentärmaterialet en underhållande karaktär, där tonvikten oftare än i SVT ligger på det lite spektakulära i stället för det seriösa (jfr Asp 1995b; Odenlind och Östlund 1996). Samhällsbevakning i kommersiell TV och samhällsbevakning i public service-TV kan av den anledningen komma att associeras till olika typer av utbyten. I så fall är det rimligt att ju mer etermediebegreppet kopplas till kommersiella kanaler, desto mer tonas den opinionsbildande funktionen hos radio/TV generellt ned. I stället får dagspressen bära mer av ansvaret för denna funktion när det gäller människors förväntningar på medieinstitutionerna.

Dimensionsanalysen visar att medierna i stor utsträckning svarar mot en egen dimension i samhällsförtroendet. Denna dimension är emellertid inte helt renodlad; det finns beröringspunkter framför allt med fackföreningarna men också med den kommersiella sektorn. Detta understryker det som tidigare sagts om dagspressinstitutionen och associationen till särintressen.

Dimensionsanalysen visar emellertid inte några mer påtagliga kopplingar mellan medierna och offentliga sektorn som helhet. Detta skulle kunna betyda, att public service-faktorns betydelse för radio/TV-förtroendet inte främst handlar om public service-ideologins egentliga substans. Det skulle snarare handla om den sociala omsorgstanke och det principiella allmänintresse som public service representerar.

Mot bakgrund av detta skulle man åtminstone delvis kunna tolka förtroendekonjunkturen för radio/TV-institutionen som variationer i människors behov av att värna om denna princip, och inte i första hand som reella förändringar av förtroendet i sig. Att de institutioner som representerar offentlig service visar mycket likartade förtroendekonjunkturen sinsemellan pekar mot att sådana mekanismer finns med i bilden. Konjunkturen för dessa institutioner låter sig mycket lättare relateras till det ekonomiska klimatet i Sverige, och de politiska förslagen om nedskärningar inom offentlig sektor, än till faktiska förändringar av verksamheterna inom institutionerna eller människors konkreta behov av dem.

Att mediernas förtroendekonjunkturen samvarierar med förtroendekonjunkturen för offentlig service innebär med andra ord inte att förtroendet bygger på samma grund, utan att förtroendenivåernas utveckling över tid påverkas av samma faktorer.¹¹

Noter

1. Jfr Luhmann 1988.
2. Tidigare svenska studier av attityden till politiker visar att allmänhetens misstro vuxit sedan slutet av 1960-talet (Österman 1981; Holmberg och Gilljam 1987). En förtroendemätning före 1986 motsvarande SOM-undersökningen skulle alltså möjligen kunnat ge ännu högre förtroendesiffror för riksdag och regering än de som redovisas här. Det är emellertid inte alldeles självklart att så skulle ha blivit fallet. Det som tidigare främst studerats är tilltron och misstron till politiker i specifika avseenden, i flera fall med inriktning mot det så kallade politikerföraktet. Politikermissstro, och politikerförakt, måste ses som relaterat till det generella förtroendet för de politiska institutionerna, men är inte samma sak som institutionsförtroendet. Det är fullt tänkbart att synen på politikerna kan ha blivit mer negativ utan att förtroendet på institutionsnivå berörts i nämnvärd utsträckning. På andra håll har man kunnat konstatera att utvärderingen av de människor som är ansvariga för verksamheten inom ramarna för en institution inte i alla avseenden behöver vara likvärdig med synen på institutionen i sig (Lipset och Schneider 1987).
3. Denna folkbildningsfunktion svarar emellertid inte enbart mot ett formellt policyattribut, utan också mot ett reellt. Studier av mediernas informationsfunktioner när det gäller en politisk opinionsbildning inför en folkomröstning visar att det framför allt är TV som når fram till de breda folklagren (Asp 1986).
4. Jfr Lipset och Schneider 1987.
5. Jfr Listhaug 1984; Listhaug och Wiberg 1995.
6. Jfr Lipset och Schneider 1987.
7. Analysen är en principalkomponentanalys med oblik rotation. Anledning till valet av oblik rotation i stället för ortogonal är att institutionerna i viss utsträckning korrelerar med varandra och i sådana fall är en oblik rotation mer ändamålsenlig (Norusis 1990:B-141ff). En förberedande analys visade att grundskolan utgjorde en smutsig variabel – den föll konsekvent utanför mönstret genom att inte ladda speciellt högt på någon av de fyra faktorerna utan i stället ladda halvhögt på de flesta. Av den anledningen uteslöts grundskolan ur den fortsatta analysen för att ett mer renodlat faktormönster skulle erhållas.
8. Eftersom utfallet av en faktoranalys är helt beroende av de olika variabler som inkorporerats i analysen kan man inte dra slutsatsen att denna intresseföreträdande funktion är den *mest* framträdande av samtliga tänkbara alternativa eller kompletterande funktioner. Förs förtroendet för andra institutioner in i analysen kan detta dels resultera i att det dyker upp viktigare dimensioner beträffande medierna, dels att det befintliga mönstret förändras.
9. Flera av de kommersiella privata lokalradiostationer som etablerats på senare år har haft en tydlig partsanknuten profil, men denna verksamhet inleddes efter den period som min undersökning täcker. Den enda partsföreträdande etermediekanal som fanns på svensk botten före 1993 var närradion. Närradion svarade emellertid enbart för en mycket liten del av det totala etermedieutbudet och dess betydelse för institutionsförtroendet torde vara ytterst marginell.
10. Denna tendens återkommer även i SOM-undersökningarna 1994 och 1995, som inte ingår i min undersökningsperiod.
11. Lipset och Schneider fann liknande mönster i sin studie av det amerikanska samhällsförtroendet (1987).

Kapitel 16

Samhällsinstitutionernas förtroendebas

Medierna kan sägas svara mot en egen dimension i samhällsförtroendet. Hur mediernas förtroendebas förhåller sig till de övriga institutionernas är en annan fråga.

Den analysmodell för medieförtroendet, som presenterades i kapitel 6, kan i generaliserad form tillämpas på förtroendet för samhällsinstitutionerna: Förtroendet för samhällsinstitutionerna beror på hur individen utvärderar institutionen och hur förtroendereklevant det värde är som institutionen har för individen. Det personliga beroendet av institutionens verksamhet, utvärderingen av institutionen och det ideologiska synsättet på institutionens grundläggande funktioner i samhället kan därmed betraktas som avgörande för förtroendet för samhällsinstitutionerna¹.

Här studerar jag samhällsförtroendets bas ur två aspekter. Den ena aspekten gäller förtroendets *demografiska* bas. Den demografiska basen är knuten till människors förhållningssätt till institutionernas praktiska verksamhet, främst genom de sociala rollerna och de socioekonomiska villkoren. Institutionernas funktionella värden, och därmed människors beroende och behov av institutionernas verksamhet, varierar beroende på om man är kvinna eller man, ung eller gammal, lågutbildad eller högutbildad.

Den andra aspekten på förtroendebasen gäller *ideologi*. Människors ideologiska orientering och partisympati utgör en viktig grund för hur institutionerna värderas och vilket grundläggande synsätt man har på deras samhällsliga funktioner.

Samhällsförtroendets demografiska bas

Min avsikt är att undersöka om det finns genomgående skillnader av mer påtagligt slag mellan förtroendebasen för medierna och förtroendebasen för andra institutioner. Analysen baseras på medelvärdet för perioden 1986-1993².

Ett sådant förfaringsätt innebär att eventuella förskjutningar över tid i förtroendebasen inte kommer till uttryck, utan tvärtom kan döljas. Jag har emellertid inte haft för avsikt att mer utförligt studera förtroendebasens förändring över tid; att göra detta skulle ta oproportionellt utrymme i anspråk. Syftet är

främst att relatera medieförtroendets bas till det övriga samhällsförtroendet. Att använda data från sex år i stället för från ett innebär en stabilisering av underlaget, som inte alltid håller storleksmässigt för en nedbrytning i undergrupper. Medelvärden eliminerar inte problemet med ett litet antal svarspersoner i vissa grupper, men problemet kan bli något mindre besvärande.

I de fall där det finns anledning att ändå lyfta fram vissa tendenser över tid har jag gjort detta i noter.

Samhällsförtroendets utbredning

Inledningvis redovisar jag en översikt över hur vanligt det är att man har stort eller litet förtroende för samhällsinstitutioner (tabell 16:1). Kommentarer bygger i huvudsak på medelvärdena för undersökningsperioden.

Tabell 16:1. Antal institutioner som allmänheten har stort respektive litet förtroende för 1986-1993

Antal institutioner	Procent av allmänheten med stort förtroende						Medelvärde 1986-1993
	1986	1989	1990	1991	1992	1993	
0	4	4	7	8	4	6	6
1	6	5	7	8	8	8	7
2	7	7	10	12	11	13	10
3	10	11	15	14	15	15	13
4	14	16	15	16	17	16	16
5	12	17	14	13	15	15	14
6	13	14	11	10	11	12	12
7	12	11	9	8	9	7	9
8	8	7	6	5	5	4	6
9	5	4	3	3	2	2	3
10	4	3	2	2	1	1	2
11	4	3	3	2	1	1	2
Medelvärde för antal institutioner med tilltro	5,2	5,2	4,6	4,3	4,3	4,1	4,5
Antal institutioner	Procent av allmänheten med litet förtroende						Medelvärde 1986-1993
	1986	1989	1990	1991	1992	1993	
0	33	29	24	19	14	13	22
1	20	18	15	16	15	16	17
2	16	17	16	16	17	17	17
3	13	14	16	14	16	19	15
4	8	11	12	13	15	14	12
5	5	6	7	10	11	9	8
6	3	3	5	5	6	5	5
7	1	2	2	4	3	4	3
8	1	1	2	1	1	2	1
9	0	0	1	1	1	1	1
10	0	0	0	1	0	0	0
11	0	0	1	0	0	0	0
Medelvärde för antal institutioner med skepsis	1,8	2,1	2,6	2,8	2,9	2,9	2,5
Antal svarspersoner	1495	1424	1472	1430	1617	1549	

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

I medeltal två procent av allmänheten har högt förtroende för samtliga undersökta institutioner, sju procent för nio institutioner eller fler. Att hysa stort förtroende för merparten av samhällsinstitutionerna är med andra ord inte särskilt vanligt. Drygt hälften av allmänheten nöjer sig med att ha tilltro till fyra institutioner eller mindre.

Det är å andra sidan inte heller så vanligt att totalt *sakna* stort förtroende för samhället. Endast sex procent har uppgett annat svarsalternativ än stort förtroende för samtliga institutioner.

Att hysa skepsis mot många institutioner samtidigt är emellertid ännu ovanligare: praktiskt taget inga svarspersoner faller in i kategorin att uttryckligen ha litet förtroende för samtliga institutioner, endast fem procent visar skepsis mot mer än sex institutioner. För 83 procent av allmänheten gäller att man har litet förtroende för mindre än fem institutioner, och drygt hälften uppger litet förtroende för två institutioner eller mindre.

Att samhällsförtroendet minskat under undersökningsperioden framgår av det genomsnittliga antal institutioner som allmänheten hyst tilltro till respektive skepsis mot. 1986 hade man tilltro till i genomsnitt 5,2 institutioner. Detta värde sjunker fortlöpande för att 1993 ligga på 4,1 institutioner. 1986 hade allmänheten litet förtroende för i genomsnitt 1,8 institutioner; 1993 hade genomsnittsvärdet stigit till 2,9.

Genus

I kapitel 13 framgick att de genuskillnader som finns i förtroendet för medieinstitutionerna inte återkommer i alla grupper och alltså inte syns för genus totalt. Att eventuella genuskillnader inte ger sig till känna på denna nivå är det normala när det gäller samhällsförtroendet; i stort sett visar genus enbart mindre variationer (tabell 16:2).

Tabell 16:2. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter genus 1986-1993 (balansmått, medelvärden för perioden)

	Män	Kvinnor	Differens män-kvinnor
Regeringen	-8	-6	<5
Polisen	+43	+56	+13
Sjukvården	+65	+62	<5
Försvaret	+6	+13	+7
Riksdagen	0	+6	+6
Bankerna	+5	+19	+14
Dagspressen	+14	+17	<5
De fackliga org	-23	-10	+13
Radio/TV	+45	+49	<5
Grundskolan	+29	+35	+6
Storföretagen	+9	-3	-12

Anm: För årsvisa värden, se tabell 44 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Kvinnor har något högre förtroende för polisen, bankerna och fackföreningarna medan männen har något högre förtroende för storföretagen. Det vanligaste är emellertid att män och kvinnor totalt sett har ungefär likartat förtroende för samhällsinstitutionerna.

Ålder

Åldersfaktorn gör sig mer gällande än genus. Att förtroendet är relaterat till ålder går igen för samtliga institutioner. Mönstret varierar emellertid, liksom storleksordningen av ålderseffekten (figur 16:1). Ålderskurvorna kan delas in i tre olika kategorier, beroende på dominerande huvudtendens.

Förtroendet för medieinstitutionerna utmärks i regel, i likhet med förtroendet för storföretagen och i viss mån grundskolan, av ett relativt högt förtroende bland de unga och ett relativt lågt bland de yngre medelålders. I den grupp som befinner sig i övre medelåldern är förtroendet återigen något högre, en återhämtning som sedan planar ut eller vänds i ny nedgång bland de äldre³.

Medieinstitutionerna ligger närmast att visa upp ett negativt samband mellan ålder och förtroende. Förtroendet för regeringen, riksdagen och polisen tenderar mot ett positivt samband – ju äldre grupper, desto högre förtroendet – även om det endast undantagsvis rör sig om ett mer renodlat linjärt samband⁴.

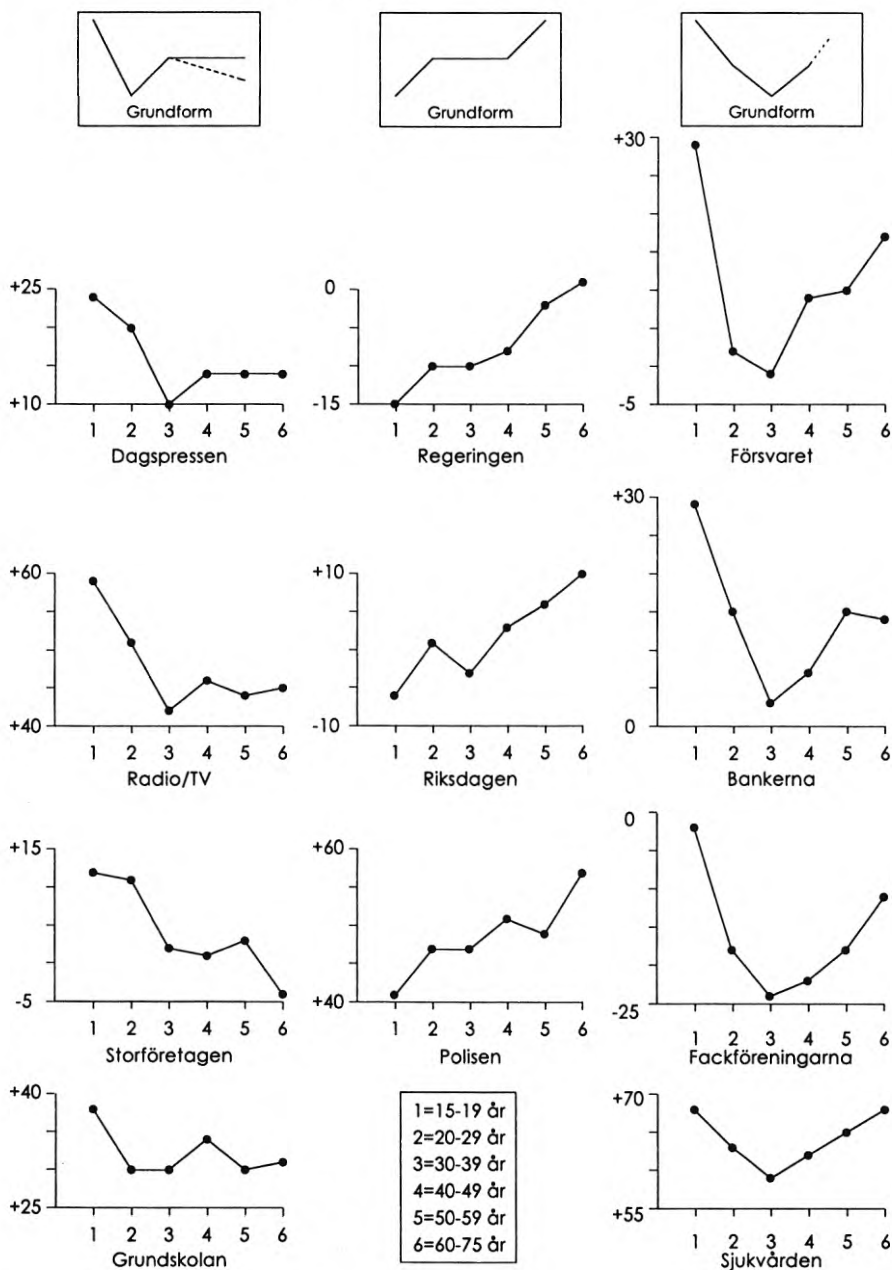
Ålderskurvorna beträffande försvaret, fackföreningarna, bankerna och sjukvården utmärks å sin sida av att vara kurvlinjära: de unga (särskilt tonåringarna) har högre förtroende än alla andra, i yngre medelåldern är förtroendet påtagligt lägre för att sedan åter vara högt bland de äldre.

Det mest genomgående draget är med andra ord att de unga oftast har det högsta förtroendet och de i yngre medelåldern, framför allt de i trettioåren, det lägsta. Detta utmärker förtroendet för alla institutioner utom regeringen, riksdagen och polisen. Största åldersvariationerna i förtroendet hittar vi beträffande försvaret och bankerna (mycket beroende på tonåringarnas höga förtroende). Förtroendet för fackföreningarna, radio/TV, regeringen och storföretagen varierar också en del beroende på ålder. Förtroendet för social service, riksdagen och dagspressen visar de minsta åldersskillnaderna.

Utbildning

Utbildningsfaktorn visar, till skillnad från genus och ålder, olika tendenser för dagspress och etermedier. Medelvärde från åren 1986-1993 visar en svag ansats åt ett lägre radio/TV-förtroende i grupper med högre utbildning, vilket också gäller för bankerna och grundskolan och, i något större utsträckning, fackföreningarna⁵ (tabell 16:3).

Figur 16:1. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter ålder 1986-1993 (balkansmätt, medelvärde)



Anm: För årsvisa värden, se tabell 45 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 16:3. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter utbildning 1986-1993 (balansmått, medelvärden för perioden)

	Låg	Utbildning Medel	Hög	Differens låg-hög
Regeringen	-11	-7	0	+11
Polisen	+50	+51	+48	<5
Sjukvården	+65	+64	+62	<5
Försvaret	+9	+11	+7	<5
Riksdagen	-2	0	+10	+12
Bankerna	+14	+14	+7	-7
Dagspressen	+13	+16	+19	+6
De fackliga org	-10	-18	-26	-16
Radio/TV	+49	+47	+42	-8
Grundskolan	+36	+30	+26	-10
Storföretagen	-8	+6	+15	+23

Anm: För årsvisa värden, se tabell 46 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Förtroendet för dagspressen visar svaga men regelmässiga tendenser åt att vara högre bland de högutbildade och lägre bland de lågutbildade, åtminstone före 1991. Ett positivt samband av mer utpräglad natur finns beträffande förtroendet för riksdagen och regeringen, men främst efter regeringsskiftet. Före 1991 var tendenserna snarare det motsatta. Det mest genomgående positiva sambandet mellan utbildning och förtroende visar storföretagen.

Förtroendet för etermedierna, bankerna, grundskolan och fackföreningarna visar således negativa samband med utbildningsfaktorn medan förtroendet för dagspressen, regeringen, riksdagen och storföretagen visar positiva. Generellt förefaller utbildning att spela större roll för andra institutioner än medierna. Utbildning ger störst utslag för förtroendet för storföretagen och fackföreningarna, fast med omvända förtecken – positivt för det förra och negativt för det senare.

En sammanfattning av samhällsförtroendets demografiska bas 1986-1993 visar att medieinstitutionerna delar bas med flera andra institutioner, men endast delvis: ingen annan institution har genomgående samma förtroendestarka (eller förtroendesvaga) grupper som någon av medieinstitutionerna (figur 1 i bilagan).

Å andra sidan är detta det vanliga förhållandet för samhällsinstitutionernas demografiska bas. Majoriteten av institutionerna har förtroendebaser som endast delvis överlappar varandra.

Samhällsförtroendets ideologiska bas

Samhällsförtroendets ideologiska bas kan ses dels mot bakgrund av en mer generell ideologisk orientering, dels mot bakgrund av specifika partisympatier.

Ideologi

Faktoranalysen i föregående kapitel indikerade att en ideologisk dimension finns med i bilden som grund för samhällsförtroendet. Att ideologi är relevant för förtroendet för samhällsinstitutionerna är rimligt, eftersom politisk ideologi i stor utsträckning handlar om normer för hur samhället borde vara organiserat.

Ideologisk orientering bestämmer synen på vilka grundläggande samhälleliga funktioner institutionerna har⁶. Synsätten kan vara mer eller mindre konfliktladdade. Sjukvården, exempelvis, torde inte framkalla några mer påtagliga ideologiska skiljaktigheter medan storföretagen borde vara mer kontroversiella.

Ideologiska premisser kan också betinga bilden av institutionen, och värderingen av den, även i de fall där det inte finns konflikter i synsättet på funktionen. Då handlar det inte om synen på den grundläggande funktionen eller legitimiteten, utan synen på verksamheten i sig eller de människor som bär upp verksamheten.

Det finns med andra ord mycket som pekar mot att den ideologiska hemvisten har betydelse för förtroendet för samhällsinstitutionerna. Mycket riktigt skiktas förtroendet för samtliga institutioner av ideologisk hemvist, här mätt som svarspersonernas placering utmed en vänster-höger skala (tabell 16:4).

Tabell 16:4. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter ideologisk orientering 1986-1993 (balansmått, medelvärden för perioden)

	Ideologisk orientering			Differens vänster-höger
	Vänster	Varken vänster eller höger	Höger	
Borg regering	-53	-27	+28	+81
S-regering	+44	+1	-29	-73
De fackliga org	+18	-17	-48	-66
Storföretagen	-21	-2	+30	+51
Riksdagen (b-reg)	-14	-16	+9	+23
Riksdagen (s-reg)	+36	+8	-2	-38
Försvaret	-4	+11	+18	+22
Grundskolan	+41	+34	+21	-20
Bankerna	+1	+14	+19	+18
Sjukvården	+71	+63	+58	-13
Polisen	+46	+50	+54	+8
Radio/TV	+52	+47	+42	-10
Dagspressen	+14	+12	+20	+6

Anm: För årsvisa värden, se tabell 47 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

De tydligaste utfallen bjuder inte på några större överraskningspoänger: Den socialdemokratiska regeringen och fackföreningarna har genomgående sin

förtroendebas bland vänsterorienterade, medan den borgerliga regeringen och storföretagen har sin lika genomgående förankring bland högerorienterade.

Utöver detta visar sig grundskolan, sjukvården och i viss mån etermedierna ha sin förtroendebas främst i vänsterlägret. Förtroendet för försvaret och bankerna är högerbaserat; till viss del gäller detta också för polisen och dagspressen. Högerövervikten för dagspressen märks emellertid inte genomgående, enbart vissa år.

Det finns således påtagliga skiljelinjer i samhällsförtroendet utmed vänsterhögerdimensionen. Medieinstitutionerna tillhör emellertid de fåtaliga institutioner som bara kunnat uppvisa ideologibetingade förtroendeskilnader i mindre utsträckning under undersökningsperioden (de övriga är polisen och sjukvården). Detta bekräftar de tendenser som vi kunde se beträffande polariteten i de olika institutionernas förtroendeopinioner.

Men man kan notera en tendens för etermedieförtroendet att bli mer ideologiskt laddat efter 1991. Under samma period avreglerades etermediemarknaden med en växande andel privata och kommersiella initiativ som följd. Men den växande ideologiskillnaden beror inte på att förtroendet ökat hos de högerorienterade och/eller minskat bland de vänsteridentifierade; den faller i huvudsak tillbaka på en nettoökning av förtroendet i vänsterlägret. Marknadsbetingelserna har uppenbarligen inte någon större relevans för etermedieförtroendets ideologiska grund – åtminstone inte på det här stadiet i strukturomvandlingen av TV- och radiosektorn.

Partisympati

Ideologi fångar upp grundläggande och principiella norm- och värdemönster, som kan löpa delvis på tvärs över det partipolitiska spektrat⁷. Den politiska partiagendan rör mer konkreta frågor av dagsaktuell karaktär än vad höger-vänsterdimensionen innefattar. Ideologisk grundorientering utgör idealt det bakomliggande värdesystem utifrån vilket individen utvärderar denna partiagenda. I praktiken är emellertid ideologi och partisympati inte så hårt länkade till varandra kausalt; de partipolitiska preferenserna utformas till viss del oberoende av den ideologiska orienteringen (Holmberg och Gilljam 1987; jfr också Oskarson 1994).

Att medieinstitutionerna inte är ideologiskt kontroversiella i förtroendeavseende behöver med andra ord inte betyda att det saknas skiljelinjer i förtroendet efter partifärg. Partierna har dessutom traditionellt varit knutna till medierna i flera avseenden. Främst gäller detta dagspressen, där partierna har gjort sig gällande genom ägarskap och tidningarnas självvalda partisignaturer. De svenska dagstidningarnas faktiska partipresskaraktär har tunnats ut betydligt de se-

naste decennierna, men det hindrar inte att föreställningar om den svenska partipressen fortfarande kan leva kvar och prägla bilden av dagspressinstitutionen.

De stora etermedierna saknar officiellt partipolitiska kopplingar. Sveriges Television och Sveriges Radio måste dessutom vara opartiska enligt lag. Detta hindrar emellertid inte att publiken ändå kan uppleva att programföretagen gynnar något av de politiska partierna (Asp 1991).

Partiagendan och partisympatierna är mer föränderliga på kort sikt än de mer trögrörliga ideologiska identifikationerna. Därför görs analysen inte utifrån medelvärden för hela undersökningsperioden, utan inledningsvis utifrån olika partisympatisörers förtroende vid en mätpunkt, 1993. Det innebär att detta års partipolitiska situation, med bland annat en borgerlig regering, utgör ram för denna analys (tabell 16:5).

Tabell 16:5. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter partisympati 1993 (balansmått)

	v	s	c	Parti fp	m	kds	mp
Regeringen	-66	-65	+7	0	+45	+23	-43
Polisen	+2	+53	+59	+56	+55	+72	+40
Sjukvården	+65	+73	+75	+62	+68	+75	+59
Försvaret	-31	+2	+21	+11	+27	+21	-2
Riksdagen	-37	-26	+1	-1	+15	+5	-26
Bankerna	-70	-37	-48	-43	-22	-41	-45
Dagspressen	+12	+8	+5	+4	+6	-4	-15
De fackliga org	+17	+8	-41	-40	-54	-34	-17
Radio/TV	+39	+55	+34	+34	+34	+53	+51
Grundskolan	+17	+46	+35	+35	+34	+39	+36
Storföretagen	-57	-17	+6	+8	+31	+7	-11
Medelvärde	-10	+9	+14	+11	+22	+20	+3
Minsta antal svarspersoner	48	734	88	143	358	56	52

Anm: Observera att antalet svarspersoner är litet beträffande v, kds och mp.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

1993 skiktade partisympati förtroendet för de olika institutionerna i minst lika hög grad som vad ideologi gjorde, och efter ett likartat mönster: påtagligaste effekten av partisympati syns på förtroendet för regeringen, storföretagen och fackföreningarna, minsta effekten på förtroendet för sjukvården, grundskolan och medierna. Den enda förskjutningen gäller förtroendet för polisen, som 1993 inte berördes nämnvärt av ideologi men som samma år skiktades i relativt stor utsträckning av partisympati.

När det kommer till kritan betyder alltså inte heller partisympati speciellt mycket för förtroendet för medieinstitutionerna, inte jämfört med förtroendet för andra samhällsinstitutioner. Det hindrar inte att man ändå kan hitta en hel del skillnader mellan olika partianhängare när det gäller medieförtroendet.

Dagspressen hade ett relativt starkt förtroendestöd hos vänsterpartisterna 1993, en bas som dagspressen enbart delade med fackföreningarna detta år (vänsterpartisterna var på det stora hela den partigrupp som förhöll sig kyligast till samhället när det gäller förtroende). Dagspressens förtroendesvaga fanns framför allt bland miljöpartistiska partisympatisörer.

Etermediernas förtroendestarka grupper återfanns 1993 bland socialdemokrater och kristdemokrater. Övriga borgerliga partiers anhängare visade relativt lågt förtroende, inklusive de moderata sympatisörerna som annars hyste det varmaste förtroendet för samhällsinstitutionerna detta sista år före det socialdemokratiska regeringstillträdet 1994.

Samhällsförtroendets partikarta har emellertid skiftat något över åren. Det är inte bara förtroendet för de politiskt kontroversiella institutionerna som har varierat beroende på de politiska konjunkturerna, också förtroendet för medierna har visat glidningar i partibasen (Weibull och Börjesson 1990; Elliot 1991b, 1992).

Dagspressens starkaste förtroendestöd har tidigare funnits främst hos miljöpartister och folkpartister medan de mest förtroendesvaga återfunnits bland vänsterpartister och kristdemokrater (tabell 16:6). 1993 är således förtroendebasen mer eller mindre omvänd. Detta skifte verkar emellertid inte vara bestående; tilläggsanalyser av data från valåret 1994 visar en återgång till det tidigare förhållandet.

Tabell 16:6. Medieinstitutionernas förtroendebas bland olika partisympatisörer 1989-1994 (partier med högsta respektive lägsta balansvärdena)

	1989	1990	1991	1993	1994
Dagspressinstitutionen					
Förtroendestarka	fp,m	fp,m,mp	mp (fp)	v	fp
Förtroendesvaga	kds (v,c)	v (kds,c)	kds (v)	mp	kds
Radio/TV-institutionen					
Förtroendestarka	s (v,fp)	s (mp)	fp	s,kds	s,fp
Förtroendesvaga	kds,mp	v,kds	v,kds	c,fp,m	kds

Anm: Med förtroendestarka menas partisympatisörer som har högre förtroende än andra partiers sympatisörer, med förtroendesvaga sympatisörer som har lägre förtroende än andra. För underlag, se tabell 48 i bilagan.

Källa: SOM-undersökningarna 1989-1991, 1993-1994 (riks).

Socialdemokraterna har ofta konstituerat en stor del av basen för radio/TV-förtroendet, men de har haft ett varierat sällskap över åren. Miljöpartister, vänsterpartister, kristdemokrater och folkpartister har också figurerat i bilden, fast mer

tillfälligt. Kristdemokrater har oftast tillhört de med minst förtroende för etermedierna, men även vänsterpartister har tidigare varit kritiska.

Sympatisörer till mindre partier, som ofta legat och vägt vid tröskeln till riksdagsrepresentation, har med andra ord påfallande ofta haft lågt förtroende för båda medieinstitutionerna.

Summering och diskussion

Att samhällsinstitutionerna i stora stycken har egna *demografiska förtroendebaser* ter sig naturligt mot bakgrund av de skilda praktiska funktioner som institutionerna har. De olikheter beträffande sociala roller och socioekonomiska villkor som utmärker de demografiska grupperna innebär att de praktiska relationerna till institutionerna ser olika ut. Dessa skillnader i beroende och behov bidrar till att skikta förtroendet för institutionerna.

Detta hindrar inte att det finns återkommande mönster i förtroendet. Att de yngre har högre förtroende för medieinstitutionerna än vad andra åldersgrupper har är inte inikt för medierna. Tvärtom, yngre har som regel högre samhällsförtroende än andra. Det är bara de institutioner som tydligast kan sägas företräda social auktoritet och ordning, dvs de politiska institutionerna och polisen, som ligger sämre till förtroendemässigt bland yngre än bland andra.

Att förtroendet för medieinstitutionerna är lägst bland människor i medelåldern är inte heller det speciellt för medierna, utan är snarare ett vanligt drag i mönstret. Att hysa förhållandevis litet förtroende för samhället samvarierar med att man själv är socialt, karriärmässigt och ekonomiskt etablerad samtidigt som man är i en aktiv ålder.

Utbildning och genus har generellt mindre betydelse än ålder för samhällsförtroendet. De livsvillkor som är knutna till dessa variabler förefaller med andra ord att vara mindre avgörande än de villkor som livscykeln innebär.

Ideologi spelar, inte oväntat, stor roll för förtroendet för de flesta samhällsinstitutionerna. Detta gäller även för institutioner som faller utanför de renodlat politiska. En vänster-högerdimension låter sig urskiljas: förtroendet för social service och fackföreningar har förankring åt vänster medan förtroendet för näringsliv och samhällsbevarande institutioner har sin bas bland högerorienterade.

Medieinstitutionerna faller emellertid återigen ur mönstret en smula genom att visa förhållandevis låg ideologisk laddning, på samma sätt som mediernas förtroendeopinion visade låg polaritet. Detta gäller även mer specifika partisympatier. Sammantaget pekar detta mot att medieinstitutionerna spelar en roll i samhället som numera ligger vid sidan av mer djupgående ideologiska tvister. Det förefaller som om verksamheten inom medierna värderas efter likartade ideologiska normer, åtminstone i de avseenden som är relevanta för förtroendet

på institutionsnivå. Jämfört med andra delar av samhällslivet är alltså medieinstitutionerna inte ideologiskt kontroversiella.

Däremot kan medierna vara kontroversiella utifrån ett politiskt representationsperspektiv. Att sympatisörer till de mindre partierna tenderat att förhålla sig mer skeptiska än andra kan bero på att de hyser uppfattningen att medierna inte bevakat deras partiintressen lika mycket som andra partiers. Under valåren (1991 och 1994) tenderar randpartisympatisörernas stöd för medierna att vara ännu svagare än under mellanvalsåren, vilket också pekar i riktning mot ett missnöje bland dessa grupper med hur partierna får komma fram i medierna.

Noter

1. Jfr Listhaug och Wiberg 1995:301.
2. 1987 och 1988 utgår liksom tidigare av undersökningstekniska skäl.
3. Förtroendet för både grundskolan och storföretagen visar vissa år en tendens mot ett renodlat linjärt negativt samband med ålder (tabell 45 i bilagan).
4. När det gäller polisen faller detta i huvudsak tillbaka på åren före 1990; därefter har åldersvariationerna i förtroendet som regel varit små eller måttliga. När det gäller de politiska institutionerna syns en tendens mot uppbrytning av grundmönstret efter 1990 genom en ökning av förtroendet bland de unga.
5. Beträffande fackföreningsförtroendet finns en relativt klar linjär tendens: förtroendet sjunker successivt med utbildningsgrad. Detta är mindre tydligt för grundskolan, och beträffande banker och etermedier består sambandet huvudsakligen i att de högutbildade visar lägre förtroende än övriga.
6. Jfr Holmberg 1981:159f; jfr även Berger och Luckmanns syn på institutionaliseringen av återkommande mänskligt handlande: en objektivisering med normativa undertoner ("så här gör man") (Berger och Luckmann 1984).
7. För närmare diskussion av vänster-högerdimensionens innebörd, se Fuchs och Klingemann 1990.

Sammanfattning och slutdiskussion

I detta kapitel återvänder jag till de huvudfrågeställningar som inledde de empiriska analyserna. Jag summerar och diskuterar det som utgör det väsentligaste i svaret på frågorna. Diskussionen förs främst mot bakgrund av den analysmodell för medieförtroendet som jag presenterade i kapitel 6 (figur 6:1).

De huvudsakliga frågeställningarna lyder:

- Hur ser allmänhetens förtroende för medierna ut?
- Vilken betydelse har mediernas olika egenskaper och villkor?
- Vilken betydelse har individernas olika egenskaper och villkor?
- Vad kan förklara eventuella förändringar av förtroendet över tid?

Ytterligare två frågeställningar är av mer underordnad karaktär och gäller vad förtroendet för medieinstitutionerna bygger på och vilken typ av utbyte som är viktigast för människors institutionsförtroende. Dessa behandlas inte under särskilda avsnitt, utan diskuteras löpande i samband med de mer övergripande frågeställningarna.

Allmänhetens förtroende för massmedierna

Inledningsvis, vad kan sägas vara mest utmärkande för allmänhetens förtroende för de svenska massmedierna?

Förtroendet för de olika medierna skiljer sig betydligt på den övergripande nivån. Riksradiion och Sveriges Television kan tillgodoräkna sig det högsta förtroendet med ett stort förtroendeöverskott. Förtroendet för TV4, den lokala morgonpressen och den lokala radiokanalen P4 är lägre, men även här är andelen tilltro klart större än andelen skepsis. Samma gäller för Stockholms morgontidningar i den egna utgivningsregionen; i övriga landet är förtroendet för denna typ av press lägre. Kvällspressen har de lägsta förtroendeandelarna och är det enda undersökta mediet som uppvisar ett förtroendeunderskott bland allmänheten som helhet.

Detta gäller förtroendet för medierna som skilda medietyper. Samma grundmönster återkommer emellertid även i förtroendet för medierna som institutioner: Radio/TV-institutionen har högre förtroende än dagspressinstitutionen. Detta mönstret visar en mycket stark konstans över tid. En slutsats är således att etermedierna generellt har högre förtroende hos allmänheten än vad tidningarna har.

Förtroendet för enskilda medietyper och förtroendet för medierna som institutioner uppvisar vissa skillnader. Institutionsförtroendet utmärks både av modererade förtroendenivåer och lägre laddning jämfört med medieförtroendet. Det innebär att institutionsförtroendet inte enbart visar lägre förtroendeandelar, utan också är mindre intensivt och utmärks av lägre andelar bestämda ställningstaganden än förtroendet på den mer konkreta medienivån. Delvis kan detta bero på att institutionsförtroendet har studerats i en annan undersökningskontext än förtroendet för medierna. Men även med hänsyn till sådana omständigheter kvarstår faktum: de enskilda medietyperna förefaller ha högre angelägenhetsgrad förtroendemässigt än vad medieinstitutionerna har.

Mönstret återkommer om man jämför förtroendet för generella pressgrupper med förtroendet för de konkreta, namngivna tidningsorganisationer som faktiskt förekommer i människors omgivning; förtroendenivåerna är högre för de namngivna tidningarna.

Med andra ord: Människors förtroende för medierna blir svalare ju mer abstrakt form dessa har. Detta är i och för sig inte överraskande med tanke på den betydelse som förtroende generellt har som attityd för människor. Förtroendeattitydens speciella karaktär förutsätter inte bara att det man har (eller saknar) förtroende för har ett visst värde för individen; i förtroendebegreppet finns också ett inslag av närhet och intimitet. Detta inslag torde bli mer påtagligt när förtroendeobjektet antar en mer handgriplig gestalt.

Men detta pekar också på den praktiska erfarenhetens betydelse. Denna erfarenhet behöver inte bestå i att man faktiskt tar del av mediet. Den kan också handla om en allmän bekantskap, t ex att man regelmässigt stöter på mediets namn eller medarbetare, eller att människor man samtalar med refererar till mediet. Ett lokalt medium, med ett kort avstånd till det område man bevakar och de människor som man har som publik, har i det avseendet en uppenbar fördel.

Förtroendet för medierna är inte konstant över tid. Förtroendet för framför allt dagspressinstitutionen har varierat påtagligt under den period som undersökningen spänner över, dvs 1986-1993. Det pendlar regelmässigt mellan ett återkommande takvärde och ett lika återkommande golvvärde. Denna tendens är unik för dagspressinstitutionen. Ingen annan av de samhällsinstitutioner som omfattats av mätningarna visar ett liknande mönster. I de fall som förtroendet har förändrats i mer påtaglig omfattning handlar det om mer varaktiga omvärderingar. För dagspressförtroendet förefaller rörligheten snarare att vara ett naturligt inslag i utvecklingen över tid.

Förtroendet för radio/TV-institutionen visar en betydligt jämnare tidskurva. Variationerna i dagspressförtroendet återkommer i radio/TV-kurvan, men utslaget är mycket svagare och förtroendet ligger alltid en bra bit över förtroendet för dagspressinstitutionen. Jämfört med andra samhällsinstitutioner placerar sig radio/TV-institutionen regelmässigt bland dem som åtnjuter störst förtroende bland allmänheten.

Förtroendet för medieinstitutionerna är med andra ord ovanligt instabilt respektive ovanligt stort jämfört med förtroendet för andra samhällsinstitutioner. Detta hindrar emellertid inte att medieförtroendet är mindre laddat än det övriga samhällsförtroendet. Förtroendeopinionen för medieinstitutionerna är mindre intensiv, mindre polariserad och mindre präglad av bestämda ställningstaganden.

Detta pekar mot att medieinstitutionerna har mindre betydelse för människor än vad andra samhällsinstitutioner har. Det behöver inte betyda att *medierna i sig* är mindre viktiga – som vi kunde se tidigare är medieförtroendet både högre och mer laddat på den konkreta nivån än på den abstrakta institutionsnivån. Anledningen till att medieinstitutionerna ter sig mindre angelägna än andra institutioner kan ligga i synen på institutionernas samhälleliga funktion. När det gäller medier kan människor uppleva en klyfta mellan å ena sidan det samhälleliga uppdrag som medierna har, att sörja för den grundläggande samhällsorienteringen, att granska makthavare osv, och den faktiska journalistiska verksamheten å den andra. När det gäller t ex sjukvård kan man uppfatta att den dagliga, praktiska verksamheten och de funktioner som institutionen har i stort sett sammanfaller.

Denna tankegång valideras av att förtroendet för medieinstitutionerna i sig och förtroendet för dem som är verksamma inom institutionen, dvs journalistkåren, inte går hand i hand på samma sätt som beträffande övriga institutioner. Normalt är förtroendet för en institution och förtroendet för institutionsbärarna av samma dignitet. Förtroendet för journalisterna är emellertid lägre än förtroendet för medieinstitutionerna.

Journalisterna som yrkeskår borde vara ett förtroendeobjekt som är konkret och påtagligt. Det handlar ju om människor av kött och blod, inte om mer eller mindre abstrakta medietyper och medieinstitutioner. Ett mer handfast förtroendeobjekt stimulerar normalt förtroendet för medierna, men så är alltså inte fallet beträffande journalisterna. Detta kan betyda att journalistkåren inte alls uppfattas så konkret som man tycker att den borde. I stället för människorna är det yrkesrollen som kommer i förgrunden vid allmänhetens bedömning av journalisterna. Det kan också betyda att synen på journalisterna snarare präglas av de spektakulära avsteg som förekommit än av det dagliga ordinarie arbete som är ryggraden i de svenska mediernas verksamhet. Detta innebär i så fall att journalistkåren är betydligt känsligare för sådana enstaka, uppmärksammade avsteg än vad andra yrkesgrupper är.

Medieinstitutionerna hade 1993 en relativt jämn förtroendemässig förankring i olika befolkningsgrupper. Den demografiska förtroendebasen kan med andra ord sägas vara jämförelsevis homogen. Men både dagspressinstitutionens och radio/TV-institutionens förtroendebas har genomgått vissa förändringar sedan mitten av 1980-talet. För dagspressens del har de skillnader som tidigare fanns mellan olika demografiska grupper minskat. För radio/TV-institutionens del har den demografiska basen för förtroendet omstrukturerats åldersmässigt. Sammantaget är medieinstitutionernas demografiska förtroendebaser mer likartade på 1990-talet än vad de var under 1980-talet.

Betydelsen av mediernas egenskaper och villkor

En viktig utgångspunkt för att belysa förtroendet för medierna är de olika mediernas egenskaper och villkor.

Den *spridning* som ett medium har bland allmänheten korrelerar med förtroendet i stort. Ju större spridning, desto högre förtroende bland allmänheten. Detta kan ses som en bekräftelse på medieanvändningens betydelse för förtroendet, eftersom stor räckvidd är likvärdigt med utbredda användningsvanor och vi vet att användning och förtroende hänger ihop. Men i det här sammanhanget gäller det inte främst sambandet mellan individens användning av ett medium och individens förtroende för mediet. Det handlar om sambandet mellan en *utbredd* användning av mediet och förtroendet för mediet bland allmänheten *i stort*.

En viktig fråga gäller vad som egentligen påverkat vad. Är den höga räckvidden en följd av att mediet befunnits vara förtroendeingivande och därmed stimulerat till användning, eller är det höga förtroendet en konsekvens av att mediet redan är väl spritt bland allmänheten av andra skäl?

I praktiken är sannolikt båda förhållandena giltiga. Enligt mitt synsätt är förtroende för ett medium ett utfall av att mediet besitter vissa värden för individen. Dessa värden torde också i stor utsträckning resultera i att man tar del av mediet. På så vis kan förtroende ses som en viktig faktor bakom medieval och medieanvändning. Men det är inte självklart att förtroendet är en faktor som har självständig betydelse för användningen. De värden hos mediet som ligger till grund för förtroendet kan vara de egentliga bakomliggande faktorerna. I sådana fall utgör förtroende snarare en indikator på att mediet uppskattas av sin publik (jfr figur 6:2).

Att högt förtroende inte heller är tillräckligt för att garantera ett medium hög eller bibehållen räckvidd framgår av utvecklingen för Sveriges Television under 1990-talets inledande år. Trots att SVT behöll sina relativt höga förtroendeandelar bland allmänheten sjönk tittarsiffrorna. Och omvänt: De tillfälliga fluktuationer i förtroendenivån, som vi regelmässigt kunnat se beträffande dagspress-

institutionen, har inte påverkat spridningen i någon större omfattning på kort sikt. Men vad en mer permanent omvärdering av ett medium skulle innebära för spridningen återstår att se.

De värden som ligger till grund för förtroendet behöver emellertid inte med nödvändighet vara relaterade till sådant som innebär att individen använder mediet, utan till att mediet är allmänt känt och allmänt accepterat. Vi vet att användare av ett medium som regel har högre förtroende för mediet än andra. Samtidigt återspeglas storleksordningen av mediets generella spridning bland dem som inte använder mediet regelmässigt. Detta pekar på att även den andra orsaksriktningen i sambandet förtroende-spridning är aktuell: hög spridning stimulerar högt förtroende generellt.

De icke användningsrelaterade värden som medier kan ha för människor är en bidragande orsak till att mediets *etableringsgrad* också förefaller vara av vikt för förtroendet. Graden av etablering handlar delvis om räckvidd, men den handlar också om hur allmänt känt och accepterat mediet är. Exemplet TV4 visar emellertid att denna faktor kan kompenseras av annat. Finns tillräckligt många andra förtroendegynnande faktorer med i bilden spelar det inte så stor roll att mediet är nytt på marknaden. Mediet kan ändå på kort tid etablera sig förtroendemässigt i allmänheten i stort. Sådana mediefaktorer kan dels gälla innehållet, dels hur mediet värderas generellt. Beträffande innehållet förefaller både den *geografiska bevakningsnivån* och den övergripande *profilen* att vara av betydelse. Att samhällsbevakningen ligger på riksnivå och att utbudsprofilen är seriös och traditionell korrelerar i stort med högre förtroendenivåer.

Men frågan är om det egentligen inte är den *status* och den *image* som mediet har som ligger bakom detta. Statusen hos ett medium gynnas som regel av att samhällsbevakningen gäller angelägenheter av nationellt eller internationellt intresse; image missgynnas av att utbudsprofilen har en "tabloidkaraktär". Både mediets status och image förefaller vara av betydelse, men på olika sätt. Statusen tenderar att främst ha en gynnande effekt på förtroendet och blir därmed en positiv egenskap som medierna kan ha mer eller mindre av. Betydelsen av image förefaller främst ligga i att den sänker förtroendet för ett medium och blir med andra ord något som medför mer eller mindre problem.

Detta skulle kunna peka på en viktig skillnad mellan de olika typer av värderingar som allmänheten gör av medierna. I den värderingssfär som gäller uppfattningen om mediernas samhällselig legitimitet handlar det om huruvida man är beredd att ge mediet sitt godkännande. I den sfär som gäller de mer socio-kulturella värdena hos medierna handlar det om huruvida man ger uttryck för avståndstagande från mediet.

Samspelet mellan mediets innehållskaraktäristika å ena sidan och allmänhetens värdering av mediet å den andra beror mycket på det specifika mediet. Värderingens utfall är inte självklart. Det generellt låga förtroendet för Stockholms morgontidningar utanför användarkretsarna har en kärna av starkt avståndsta-

gande. Dessa tidningars allmänt erkända status hjälper inte här – anknytningen till rikets huvudstad kan tvärtom kanske vara anledningen till eftertryckligheten i avståndstagandet. Av de rikstäckande medierna har radion det högsta förtroendet – men detta kommer inte radion tillgodo på den regionala nivå. Här förefaller lokalanknytningen vara till större förfång för radion än för morgonpressen. Visserligen är morgontidningarna betydligt mer etablerade som typ av medium, men detta räcker inte för att förklara skillnaden. Uppenbarligen har lokalpressen något som lokalradion saknar, och som gynnar förtroendet. Lokalpressens status är inte lika hög som riksetermediernas, men å andra sidan åtnjuter lokal-tidningarna en särskild ställning som faller utanför kategorierna status och image.

Trots den lokala radions något missgynnade ställning kunde vi tidigare konstatera att etermedierna generellt har ett försteg förtroendemässigt framför tidningarna. Korrelationsanalysen pekar i samma riktning: mot en generell etermediefaktor och en specifik TV-faktor. Frågan är givetvis om det verkligen handlar om skillnaderna mellan mediernas tekniska förmedlingsformer – elektroniska medier versus tryckta medier – eller om det egentligen är de mediefaktorer som jag diskuterat ovan som är anledningen till att etermedierna får högre förtroende än tidningar.

Bortser vi från mediernas grundform kan de övriga faktorerna mycket väl förklara försteget för radio och TV. Den höga räckvidden, statusen som samhällsligit legitimerade institutioner av myndighetskaraktär, public service-profilen och en samhällsbevakning av allmän giltighet talar till riksetermediernas fördel i förtroendesammanhang. Därtill kommer viktiga skillnader mellan etermedier och dagspress beträffande de förtroenderrelevanta förväntningarna på de respektive medieinstitutionernas *grundläggande uppgifter* i samhället. Båda institutionerna tillskrivs en företrädande funktion, men med olika innebörd. Förtroendet för etermedieinstitutionen förefaller vara hårdare kopplad till den typ av företrädande roll som kommer till uttryck i public service-principen: att värna om människor och ta tillvara deras intressen. Detta svarar mot den grundläggande innebörden i förtroendebegreppet generellt (jfr kapitel 3). Dagspressinstitutionens företrädande funktioner uppfattas som mer kopplade till vissa partsintressen, vilket skapar en viss förtroendemässig distans mellan institutionen och allmänheten i stort. Överlag förväntas dagspressen ta ett större ansvar för samhällsbevakningen och opinionsbildningen än etermedierna. För etermediernas del är det i stället bildningsfunktionens betydelse för förtroendet som är mer framträdande, vilket också kommer till uttryck genom att trovärdigheten spelar något större roll för radio/TV än för dagspress.

Men detta talar i och för sig inte emot att även förmedlingsteknologin också har betydelse för förtroendet. Att etermedierna åtnjuter störst förtroende ligger i linje med de resonemang som förts kring mediernas förmåga att förmedla olika typer av föreställningar. Etermediernas teknologi, framför allt TV:s, anses

vara bättre lämpad för de koder som är bärare av de emotionella och estetiska dimensionerna än de tryckta mediernas förmedlingslogik. TV är ett intimare medium än tidningarna på så vis att TV förmedlar *upplevelser* av intimare art. Å andra sidan är det tryckta mediet lokaltidningen lokaliserad till en mer bekant och närallgigande *miljö* än etermedierna och kan på det viset sägas vara mer intim.

Att etermedier och tryckta medier har skilda förutsättningar att förmedla olika typer av föreställningar kan möjligen också utgöra en del av förklaringen bakom den åtskillnad som människor gör mellan de båda medieinstitutionerna när det gäller förtroendereklevanta funktioner. Den samhällsbevakande och opinionsbildande funktionen kommer mer till sin rätt i en kognitivt orienterad förmedlingsform, som det tryckta mediet, medan den omsorgsprincip som präglar public service-etermedierna gör sig bäst i en medieteknologi som tillåter mer emotionella upplevelser och koder.

Individernas egenskaper och villkor

De egenskaper och villkor som utmärker individerna är en annan utgångspunkt för att belysa medieförtroendet.

Individens *användningsvanor* är relaterade till förtroendet för mediet. Generellt sett korrelerar medieanvändning med medieförtroendet beträffande samtliga medier, men sambanden är betydligt starkare för kvällspressen och TV4 än för övriga medier. Lokalpressen visar de lägsta sambanden mellan användning och förtroende.

Att förtroendet för ett medium korrelerar med användningen kan som framhållits tidigare innebära två saker: antingen att förtroendet står för ett godkännande av mediet, ett godkännande som ligger till grund för användningen, eller att förtroendet är en följd av etablerade användningsvanor, användningsvanor som grundats på andra faktorer än förtroende. I det ena fallet föregår förtroendet användning, i det andra föregår användning förtroendet.

Jag saknar möjlighet att fastställa vilken av dessa orsaksriktningar som är mest giltig. Sannolikt är båda tillämpliga; ett visst samspel dem emellan kan inte heller uteslutas. I det följande resonemanget utgår jag därför från att sambandet mellan användning och förtroende både kan handla om en effekt av förtroendet på användningsvanorna och ett mått på hur starka banden är mellan individen och mediet.

Sambandet mellan förtroende och användning är högst för de medier som utmärks av "tabloidprofil", något som normalt ger sämre image. Detta kan tolkas som att "tabloidmedierna" har ett speciellt värde för de människor som valt att använda dem. Man läser inte kvällstidningen eller tittar på TV4 rutinmässigt;

att ta del av dessa medier betyder något särskilt för publiken, något som är betydelsefullt. För kvällspressens del kan det handla om hur tidningarna speglar tillvarons grundläggande villkor. För TV4 kan det handla både om denna mytiska funktion men också att mediet står för ett brott med det gamla.

Sambandet kan också tolkas som att kvällspress- och TV4-publiken känner ett starkare behov av att försvara sitt medieval än andra mediers publik, särskilt lokalpressens. Kvällspressens sociokulturella image är låg, så detta är logiskt beträffande kvällstidningarna. Beträffande TV4 kan etableringsfaktorn också spela in, och det faktum att kanalen bryter med en traditionell form för TV, men sannolikt handlar det mest om det som TV4 har gemensamt med kvällstidningarna: profilen.

Att sambandet mellan förtroende och användning är svagast för lokalpressen kan ses på motsvarande vis, fast med omvända förtecken. Valet att läsa den lokala morgontidningen är inte bara mer okontroversiellt utan också mer självklart. Man använder lokaltidningen frikopplat från om den har ett särskilt, förtroenderrelevant värde i större utsträckning än beträffande andra medier. Läsning av lokal morgontidning är inte ett val som behöver försvaras eller legitimeras. Tvärtom, läsning av lokaltidningen är tämligen naturligt.

Denna skillnad mellan kvällstidningar och lokala morgontidningar kommer också till uttryck i mönstret för sambandet: läsning av lokaltidningen förstärker tilltron för lokalpressen mer än vad icke-läsning förstärker skepsisen, medan läsning av kvällstidning i stället har sin främsta betydelse genom att minska benägenheten att hysa skepsis mot kvällspressen.

Sambandet mellan användning och förtroende pekar också på *erfarenhetskunskapens* betydelse som grund för förtroendet för medierna. En viktig iakttagelse i detta sammanhang är att erfarenhetskunskap tenderar att utjämna skillnader mellan förtroendet för olika medier. Ju mer egna erfarenheter av mediet, desto mindre skillnader i medieförtroendet mellan olika mediers publik.

Men det är inte nödvändigt med egna erfarenheter av mediet för att få ett underlag för förtroende. Även de som inte använder medierna kan ge uttryck för mer eller mindre förtroende för dem, ibland mycket eftertryckligt. De föreställningar om medier som existerar parallellt med de egna erfarenheterna har alltså betydelse för medieförtroendet – de bidrar till att bygga upp den bild av mediet som förtroendet baserar sig på.

Som förtroendegrund skiljer sig denna *symbolkunskap* från erfarenhetskunskapen på så vis att den gör mycket större skillnad mellan medierna. Bland de olika mediernas trogna användare är förtroendet för respektive medium ungefär lika stort. Bland icke-användarna är skillnaderna stora. Här finns sannolikt en del av förklaringen till att förtroende korrelerar med mediets spridning – ju mindre spridning, desto större utrymme för symbolkunskapen som gör större förtroendemässig åtskillnad mellan medierna än vad erfarenhetskunskapen gör.

Frågan är varför dessa båda typer av kunskapsunderlag har så olikartad betydelse för förtroendet. Hur kommer det sig att erfarenhetskunskap tenderar att jämställa förtroendet för olika medier medan symbolkunskapen i stället differentierar?

Orsaken kan ligga i att de olika sätten att skaffa sig kunskap resulterar i systematiska skillnader i bilden av mediet. Erfarenhetskunskap och symbolkunskap kan belysa olika aspekter av medierna, eller förmedla skilda utvärderingar av medierna. Detta kan resultera i att individens bild av mediets egenskaper och möjligheter kommer att skilja sig beroende på om kunskapen bygger på egen erfarenhet eller på föreställningar som förmedlats av symbolmiljön. Orsaken kan också ligga i att individens värdering av bilden av mediet skiljer sig beroende på om det rör sig om en erfarenhetsbaserad bild eller inte. I båda fallen kommer det att resultera i systematiska olikheter när det gäller det förväntade utbytet av mediet.

Att erfarenhetskunskap och symbolkunskap förmedlar olikartat underlag för bilden av mediet är ett rimligt antagande. Erfarenhetskunskapen är centrerad kring det direkta utbyte som individen har av mediet i användarsituationen: olika informations- och kunskapsvärden, underlag för identitetsarbete och socialisering, eskapism och pleasure. Symbolkunskapen är mer inriktad på de aspekter som gäller mediets sociala eller ideologiska värde: som sociokulturellt attribut, som form för social interaktion eller som inslag i en normativ uppfattning om mediernas uppgifter i samhället. Det senare illustreras av att erfarenhetskunskapen har mindre betydelse för medierna som institutioner än på den mer konkreta nivån.

Att erfarenhetskunskapen tenderar att jämställa förtroendet för olika medier kan betyda att de omedelbara förtroenderrelevanta utbyten som människor har av medieanvändning i själva användningssituationen i grund och botten är desamma för olika medier och för olika människor. Oberoende av om vi sitter framför TV:n, radion eller tidningen är det samma utbyte som har betydelse för förtroendet, och oavsett om det gäller TV, radio eller tidningar kan medierna också erbjuda detta utbyte. Kärnan i erfarenhetskunskapen som grund för förtroende skulle i så fall utgöras av ett utbyte av medier som är av sådan karaktär att de olika mediernas utbudsprofil, teknologi, image osv inte spelar roll.

Men det kan också handla om att dessa utbyten skiljer sig medier eller människor emellan, men att alla förtroenderrelevanta utbyten är *lika* relevanta för förtroendet.

Frågan är emellertid om det empiriska underlag jag använder som utgångspunkt verkligen räcker till för den typen av slutsatser. Kanske den enda slutsats som kan dras är att de utbyten av medier som de egna direkta erfarenheterna kan förmedla väger tyngre för förtroendet än symbolkunskapen. Att förtroendet för olika medier är av samma storleksordning bland dem med mest erfarenhetskunskap kanske enbart är en indikator på att man inte kommer längre än så

med den typ av empiri som jag har tillgång till. För att närmare kunna belysa de utbyten av medier som den direkta användningen ger behövs andra metoder.

Att det värde som medierna har indirekt, i det sociala livet, skiljer sig medier emellan är inte så förvånande. De olika mediernas status och image varierar kraftigt, vilket innebär att symbolkunskapen om medier förser människor med mycket olikartat underlag för bilden av de olika medierna. Denna bild skiljer sig inte enbart medier emellan. Symbolkunskapen är nära knuten till mediernas sociokulturella värden, vilket också visar sig i att värderingen av den bild som symbolkunskapen förmedlar skiljer sig kraftigt mellan olika grupper med olika *sociala och kulturella villkor*.

Bland de grupper där symbolkunskapen spelar störst roll, dvs bland icke-användarna av medierna, har framför allt individens kulturella orientering i form av social klass och utbildning mycket stor betydelse för förtroendet för medierna. Olika indikatorer på livsstil och sociala roller har också betydelse, men inte riktigt lika påtagligt. Den del av förtroendet för medierna som baseras på symbolkunskap blir således i mycket stor utsträckning en fråga om den sociokulturella orientering som individens klass- och utbildningsmässiga bakgrund pre-disponerar henne för.

Detta skriver in medierna i den uppsättning preferenser som signalerar olika positioner i det sociokulturella rummet. Framför allt, det skriver in *förtroendet* för medier i dessa preferenser. Medieförtroendet är till viss del en fråga om smak och avsmak i en social mening (jfr Bourdieu 1984). Att avsmak har minst lika stor betydelse som smak visar framför allt det förtroende som bygger på hur symbolkunskapen beträffande kvällspressen värderas.

Generellt har de sociala och kulturella villkoren större betydelse för medieförtroendet bland icke-användarna än bland användarna. Men dessa faktorer saknar inte betydelse i grupperna med erfarenhetskunskap. Även här sätter både kulturell orientering och indikatorer på olika livsstilar sina spår, framför allt när det gäller förtroendet för kvällstidningarna och lokalradion. Genomslaget av social klass är till och med som regel lika stort bland användarna av medierna som bland icke-användarna.

Att dessa faktorer påverkar medieförtroendet också bland medieanvändarna kan falla tillbaka på att dessa grupper inte är renodlade kunskapsmässigt – även här spelar symbolkunskapen roll. I så fall är det logiskt att en återklang av de faktorer som gör sig gällande bland icke-användarna återkommer bland användarna. Men det kan också peka mot att de kulturella och sociala villkoren trots allt ges spelrum även vid förvärvandet och utvärderingen av erfarenhetskunskap, även om effekterna inte är lika påtagliga.

Den lokala morgonpressen faller något utanför mönstret när det gäller de kulturella och sociala villkorens betydelse för förtroendet. Generellt visar lokalpressen antingen begränsade skillnader (bland icke-läsarna) eller inga skillnader alls (bland läsarna) när det gäller betydelsen av de individrelaterade variabler

som undersökningen omfattar. Förtroendet för den lokala morgonpressen struktureras uppenbarligen i stor utsträckning av andra faktorer än sådana som rör användning, kulturell orientering, livsstil och sociala roller. Detta kan antagligen förklaras av lokaltidningarnas speciella förhållande till sitt bevakningsområde. Lokaltidningen har en särskild funktion att signalera läsarens samhörighet med orten. Tillsammans med de låga korrelationerna mellan förtroende och användning gör detta att man kan leka med tanken att användning föregår förtroende i större utsträckning än beträffande andra medier – förtroende för den egna, lokala morgontidningen är liksom vanan att läsa tidningen ett sätt att visa samhörighet med och acceptans av den bygd man lever i.

Den svenska *medieideologin* lägger stor tonvikt vid nyhetsmediernas betydelse för samhällslivet i allmänhet och för det demokratiska statsskicket i synnerhet. Detta innebär bl a att medierna tillskrivs stort ansvar för informationsspridning och att de förväntas spela en aktiv roll i det politiska livet, bl a genom att förmedla underlag för politisk opinionsbildning och granska de politiska makthavarna.

De explicit politiska normativa funktionerna förefaller emellertid ha en begränsad betydelse för människors förtroende för medieinstitutionerna. De spelar större roll här än på den mer konkreta nivån, men människors upplevelser av hur medieinnehållet återspeglar deras åsikter generellt och hur lyhörda journalisterna är för sin publik har ännu större betydelse.

Att den politiska dimensionen i mediernas samhällliga uppdrag inte är avgörande för förtroendet syns även i effekten av människors politiska orientering. Förtroendet för medieinstitutionerna visar ovanligt nedtonade skiljelinjer när det gäller ideologi och partisympati jämfört med förtroendet för andra samhällsinstitutioner. Det mönster som syns här kan även det relateras till representationsaspekten: Småpartiernas sympatisörer har lägre förtroende för medieinstitutionerna.

Att förtroendet för medieinstitutionerna tenderar att vara jämförelsevis avpolitiserat behöver emellertid inte innebära att medieinstitutionerna saknar generell politisk betydelse för människor. Det innebär att *förtroendet* för medieinstitutionerna inte *främst* är knutet till hur medierna sköter de politiska funktioner som ligger inlagda det samhällliga uppdraget. Förtroendet förefaller i stället att i första hand vara relaterat till hur medierna företräder publiken i en mycket bredare bemärkelse än den specifikt politiska.

En sådan företrädande funktion hos medierna öppnar för mer icke-kognitiva värden än vad som normalt brukar diskuteras i dessa sammanhang. Den allmänt accepterade synen på mediernas normativa samhällsfunktioner utmärks nämligen inte enbart av en stark tonvikt på de aspekter som har relevans för de politiska processerna i samhället. Den begränsar sig också till i huvudsak kognitivt och instrumentellt orienterade utbyten av medier: att skaffa information som underlag för omvärldsuppfattning, praktiska beslut i vardagen, åsiktsbildning,

politiskt deltagande osv. Att människor i praktiken sätter stort värde på att kunna spegla sig i medierna, att kunna återfinna sig själv rekonstruerad, pekar emellertid på betydelsen av andra aspekter av medierna.

Kanske den klassiska diskuterande borgerliga offentlighet, som fortfarande omhuldas av dagens medieideologer, har spelat ut sin traditionella roll, åtminstone vad publiken beträffar. Offentligheten har funnit nya former i 1900-talets medielandskap, vilket bl a Thompson (1990) och Meyrowitz (1985) visat. I det senmoderna samhället har i stället nya krav växt fram på medierna som institutioner i samhället, krav som gäller mediernas roll för individens grundläggande orientering i tillvaron, för hennes identitetsarbete och hennes ontologiska trygghet.

Detta är naturligtvis mycket spekulativt, och även om en sådan divergens skulle finnas mellan medieideologins normer och människors faktiska krav på medieinstitutionerna så betyder inte det att medierna inte längre har en viktig funktion att fylla i den politiska opinionsbildningen. Men det kan betyda att den traditionella uppfattningen om hur detta bäst skall göras inte längre har förankring i dagens mediepublik (jfr Curran 1991).

Att det kan finnas en starkare icke-kognitiv orientering i de värden som medierna har för publiken än i de värden som medieideologin föreskriver betyder inte heller att de kognitiva utbytena inte alls är relevanta för människor. Tvärtom: Mediernas *kunskapsvärde* är av stor betydelse för förtroendet, både på institutionsnivå och på mer konkret nivå. Synen på medieinnehållets trovärdighet visar sig korrelera starkt med förtroendet för mediet, även om det är ett samband av defensiv natur: det är främst *brister* i trovärdigheten som får konsekvenser för förtroendet. Vidare tenderar de grupper som sätter allmänt värde på mediernas nyhetsfunktion att ha högre förtroende för medieinstitutionerna än andra.

Men att kunskapsvärdet är viktigt för förtroendet behöver inte innebära att det är den instrumentella aspekten som har störst betydelse. Kunskapsvärdet kan t ex också vara knutet till tryggheten i att ha en generell överblick över omvärlden (eller, populärt uttryckt, "ha koll på läget"), eller att vinna självinsikt, eller att bygga upp en världsåskådning.

Förändringen av medieförtroendet över tid

Tidsserien över förtroendet för medieinstitutionerna visar att förtroendet regelmässigt pendlat upp och ner, men att detta i första hand gäller dagspressinstitutionen. Vad beror detta på? Varför är förtroendet för dagspressen mer känsligt än etermediernas, och vad förklarar förtroendekurvans speciella mönster? Fyra tänkbara förklaringar ligger nära till hands: förändringar av medierna, föränd-

ringar inom demografin, förändringar av samhällsförtroendet som helhet och förändringar i villkoren för utvärderingen av medierna.

Medierna genomgick flera strukturella förändringar under den tid som undersökningen gäller, dvs 1986-1993. Etermediemarknaden omstrukturerades och nya former för radio och TV introducerades. Dagspressens upplagor minskade något. Dagspressens journalistik fick delvis en ny och mer provokativ framtoning. Ingen av dessa förändringar kan emellertid fullt ut tjäna som förklaring till mediernas förtroendekonjunkturen. Tvärtom är det snarare påfallande att 1990-talets omvälvningar på etermediemarknaden *inte* avsatte några tydligare spår i kurvan över radio/TV-förtroendet.

Det betyder inte att förtroendet för radio/TV-institutionen måste betraktas som orubbligt. Som attityd sitter förtroendet djupt. Det kan ta tid för en negativ konjunkturförändring att slå igenom. Men när förtroendebufferten väl är tömd *kan* vägen ner till botten av förtroendeligan vara mycket kort – som exemplet bankerna visat. I detta sammanhang kan det vara värt att notera att utvecklingen av samhällsförtroendet de allra sista åren, efter den egentliga undersökningsperioden, för ovanlighetens skull visat en samlad tendens för förtroendet för samhällsinstitutionerna: 1994 ökade förtroendet tillfälligt för samtliga institutioner – utom för radio/TV-institutionen¹.

En annan tänkbar förklaring är den *demografiska sammansättningen*. Förändras mediernas demografiska förtroendebas över tid, kommer det att avspeglas i kurvorna över medieförtroendet. Det har visserligen skett vissa förskjutningar i den demografiska basen för förtroendet, men inte av en sådan art att de kan tänkas utgöra förklaring till förtroendekonjunkturerna. Förtroendevariationerna går dessutom igen i så gott som samtliga befolkningsgrupper, både beträffande dagspressen och radio/TV, vilket pekar på att det handlar om en faktor som har genomslag rakt genom den demografiska basen.

En tredje tänkbar faktor utgörs av *samhällsförtroendet* som helhet. Förändringarna av dagspressförtroendet skulle kunna vara en del av en allmän konjunkturförändring i förtroendet för samhället. Som vi kunde se ovan är inte heller detta aktuellt. Mycket, mycket generellt kan mönstret för dagspressförtroendet delvis sägas gå igen i utvecklingen av förtroendet för offentlig service, men på det stora är olikheterna mer påfallande än likheterna.

Återstår den fjärde faktorn, förutsättningarna för *utvärderingen av medierna*. Mycket pekar på att det är denna faktor som bäst kan förklara både dagspressförtroendets regelmässiga fluktuationer och skillnaden mellan förtroendet för dagspressen och förtroendet för radio/TV.

När vi talar om dagspressinstitutionen i förtroendesammanhang tenderar människor att snarare tänka på morgontidningar än på kvällspress, även om båda kategorierna sorterar under begreppet dagspress. När vi talar om radio/TV-institutionen tänker man i första hand på TV, främst Sveriges Television.

Synsätten på dessa två medier kommer därför att spela största rollen för institutionsförtroendet.

När det gäller förtroende gör människor uppenbarligen viss åtskillnad i synen på de båda institutionernas funktioner. Dagspressen tillskrivs större ansvar för samhällsbevakning och opinionsbildning, medan radio/TV mer förväntas stå för ett generellt publikintresse där bildningsfunktionen men också till viss del underhållningsfunktionen är framträdande.

Det är naturligt att medier som är verksamma i den hetluft, som samhällsbevakning och opinionsbildning utgör, är mer känsliga för tillfälliga svängningar i utvärderingsklimatet. Sådana funktioner är oftare föremål för kritisk utvärdering, och reaktionerna på sättet att sköta dessa uppgifter blir kraftigare. Att tyngdpunkten i dagspressinstitutionens bevakning sammanfaller med publikens egen närmiljö bidrar till att skärpa reaktionerna – lokalpressen har en särskild angelägenhet och relevans för människor. Att dagspressen kan associeras med särintressen vid sidan av uppgiften att företräda allmänheten i stort kan skapa en viss distans mellan publiken och mediernas opinionsbildning.

Detta kan förklara att förtroendet för dagspressen pendlar upp och ned. Att mönstret för dessa pendlingar återspeglas i radio/TV-kurvan beror på att de båda institutionernas funktioner inte är helt segregerade.

Mönstret i sig kommer således att vara beroende av det tillfälliga utvärderingsklimatet. Här kan ett flertal olika omständigheter spela in. Vissa kan knytas till medierna i sig: aktuell debatt om mediernas uppgifter och arbetsmetoder, enstaka men uppmärksammade journalistiska övertramp eller bragder, positiva publika reaktioner på att medierna avslöjar oegentligheter inom stat och näringsliv, negativa publika reaktioner på alltför mycket eländesjournalistik osv. Andra omständigheter som påverkar utvärderingen kan relateras till den allmänna samhällsutvecklingen och tidsandan, t ex nationella ekonomiska kriser med nedskärningshot eller turbulent politisk eller militär utveckling i landets närhet.

Det betydelsefulla i detta sammanhang är att variationerna inte främst faller tillbaka på *medierna i sig*, utan på *kriterierna för hur de utvärderas*. Det anmärkningsvärda är att dessa kriterier i så fall varierar efter samma mönster i alla grupper av befolkningen. Förtroendet för medieinstitutionerna utmärks visserligen av ovanligt hög homogenitet jämfört med andra samhällsinstitutioner, där kontrasterna mellan olika grupper är starkare. Men med tanke på att förtroendet för de enskilda medierna kan visa så stora skillnader beroende på individernas sociala och kulturella villkor är det ändå påfallande att förtroendekonjunkturer för institutionerna varierar så samstämmigt.

Detta beror delvis på att det i första hand är människors erfarenhetskunskap om medierna som är föremål för variationerna i utvärderingen – förändringarna över tid syns främst bland de grupper som läser morgontidning oftast – och erfarenhetskunskapen resulterar i mindre förtroendeskilnader grupper emellan

än vad symbolkunskapen gör. Men även med tanke på detta är det påfallande hur likartat olika grupper varierar i förtroende över tid. Uppenbarligen är utvärderingsklimatet för medierna mycket homogent.

Slutord

Inledningsvis redovisade jag hur storleksordningen ser ut när det gäller förtroendet för medierna. Denna rangordning innebär emellertid inte att man samtidigt kan uttala sig om vilka medier som har högt eller lågt förtroende i *absolut* mening. En sådan bedömning förutsätter normer för vad som kan betraktas som högt respektive lågt förtroende, normer som äger en allmän giltighet. Det ligger inte inom ramarna för denna framställning att fastställa sådana normer, men jag avslutar min framställning med att ta upp diskussionen.

Normer för högt och lågt förtroende aktualiserar flera delikata problem. Är högt och lågt förtroende i absolut mening en fråga om kvantitativa kriterier? Hur stort förtroende skall ett medium i så fall åtnjuta hos allmänheten för att kunna klassas som ett medium med högt förtroende? Krävs det att alla människor, eller åtminstone nästan alla, hyser uttalad tilltro, eller räcker det med en majoritet? Eller handlar det om att ingen skall hysa skepsis mot mediet?

Frågan om kriterier för högt och lågt förtroende bör kanske i stället avgöras mot bakgrund av hur mycket förtroende olika medier *borde* ha ur normativ synvinkel, dvs hur mycket förtroende de förtjänar. Detta måste i så fall bestämmas med hänsyn till de olika mediernas faktiska kvaliteter. Frågan blir då vilka kvaliteter som är viktiga och hur kriterierna för bedömning av detta skall se ut. Skall samma kriterier gälla i olika utsträckning för olika medier, eller skall man tillämpa helt olika kriterier?

Weibull och Börjesson använder nyhetsbevakningens kvalitet som ett sådant normativt kriterium (1995:156f). Överensstämmer denna kvalitet med allmänhetens förtroende är publiksynen i fas med normen. Om nyhetsbevakningen håller en god kvalitet men allmänhetens förtroende ändå är litet, resulterar detta i en situation "som är något tragisk" (s 157). Den omvända situationen, att nyhetsbevakningen är dålig men allmänhetens förtroende ändå är stort, ser författarna som en fara ur demokratisk synvinkel.

Om medier med en undermålig nyhetsförmedling åtnjuter stort förtroende är förvisso detta ett demokratiskt problem, men enbart under förutsättning att nyhetsbevakningens kvalitet har faktisk bäring för allmänhetens förtroende för mediet i fråga. Mycket pekar på att den verkligen har det, även om den relativa betydelsen uppenbarligen skiftar medier emellan, men detta illustrerar ett viktigt dilemma. Är det rimligt att formulera normer för högt och lågt förtroende oberoende av hur människor faktiskt förhåller sig till medierna förtroendemässigt?

Detta leder vidare till frågan om det i så fall över huvud taget är möjligt med normer för förtroende som äger generell giltighet. Den studie som jag har redovisat här pekar tvärtom på att olika grupper – både i publiken och i allmänheten som helhet – har skilda uppfattningar om och förväntningar på medierna när det gäller förtroendet. Ett fortsatt arbete med att studera förtroendet för medier måste under alla omständigheter inriktas på att närmare belysa grunderna för människors medieförtroende.

Detta ger anledning att återknyta till den analysmodell som jag presenterade i kapitel 6 (figur 6:1). Avsikten med de empiriska analyser jag redovisat har inte varit att omsätta modellen i praktiken fullt ut; snarare har modellen fått tjäna som en generell ram för de analyser som gjorts och de resonemang som dessa analyser föranlett. Om jag trots detta återvänder till analysmodellen och använder den för att summera analyserna kan följande sägas:

Både *mediets* och *individens egenskaper och villkor* har visat sig vara av vikt för medieförtroendet. Mediets egenskaper förmedlas både av den *erfarenhetskunskap* och den *symbolkunskap* som människor har om medier. Erfarenhetskunskapen och symbolkunskapen förefaller emellertid spela olika roller för de förväntningar, som människor har på mediet. Detta kan antingen bero på den *bild* av mediet som de båda kunskapstyperna leder till, eller på att människor *värderar* bilden på olika sätt beroende på om den främst är erfarenhetskunskaps- eller symbolkunskapsbaserad. Under alla omständigheter har människors värderingar av mediet stor betydelse, och därmed individens egenskaper och villkor.

De faktorer som ligger närmast bakom förtroendet, det *utbyte* som människor förväntar sig att medier kan erbjuda och det som gör att vissa utbyten är mer *relevanta* för förtroendet, har varit svåra att belysa med hjälp av det empiriska underlag som jag har haft tillgång till. Att alla medievärden inte är lika relevanta för förtroendet är emellertid uppenbart – förtroende för medier är inte synonymt med en generell acceptans eller sympati för mediet.

En fullständig prövning av analysmodellen kräver betydligt fler analyser än de som jag kunnat utföra här, och som har genererat lika många frågor som svar. Hur stor självständig betydelse har mediernas faktiska egenskaper för förtroendet, dvs i hur stor utsträckning modifieras betydelsen av dessa egenskaper av individens sätt att få kunskap och individens värdering? Vilka roller spelar erfarenhetskunskapen och symbolkunskapen dels för individens bild av mediet, dels för individens värdering av denna bild? Vilka utbyten förväntar sig människor egentligen av medier generellt? Vad är det som gör att vissa utbyten är mer relevanta för förtroendet än andra?

Den fortsatta forskningen kring allmänhetens förtroende för medierna förutsätter bättre kunskaper på flera punkter, framför allt beträffande de subjektiva värden som medier kan ha för människor. En mer utförlig bild av förtroendet för medierna kräver att vi vet mer om vilka betydelser medier egentligen har för människor, och hur olika medier skiljer sig därvidlag.

Detta fordrar sannolikt andra, mer kvalitativt orienterade metodansatser än de som jag använt mig av här. Samma gäller det som är den springande punkten i sammanhanget: det som gör att vissa medievärden är mer relevanta för medie-förtroendet än andra. Mycket pekar dessutom på att en fruktbar kontext för vidare studier av vad denna förtroenderelevans innebär är massmediernas särskilda betydelse för människor i det senmoderna samhället.

Not

1. Riks-SOM-undersökningarna 1994 och 1995.

Summary in English: Public Confidence in the Media

The objective of my dissertation is two-fold. The aim has been to analyse theoretically the concept of confidence in the media and to give an empirically based picture of Swedish public confidence in the major news media.

Public confidence in the media is a problematic area which is remarkably inadequately researched, both theoretically and empirically. The related research area of *media credibility*, on the other hand, has attracted somewhat keener interest by the researchers in media and communications.

Research into Credibility

A research survey shows that research into media credibility was initiated during the 1960s and was reinforced during the next decade, by which time the research area had had time both to benefit from and be separated from research in the related field of source credibility.

The emphasis within the research into media credibility has clearly been dominated by North America. The topical research incentives in the USA have therefore to a large extent influenced the research. Important contexts of the research have included the commercial media need to maximise audience ratings, the debate on journalistic ethics within the American news media and the rôle of the media in connection with political discontent and declining confidence in major institutions.

One type of criticism aimed at the research is concerned with its weak theoretical attachment and almost non-existing concept analysis. On the whole, researchers outside the USA have attempted to approach these questions more theoretically. In Sweden, the very few researchers who concern themselves with media credibility have put the emphasis on the development of a meaningful theoretical framework.

The Concept of Media Confidence

The bottom line is that at present we have limited and mainly only empirical knowledge of media credibility. In the case of people's trust in the media, the situation is weaker still. In my own attempt I have therefore had to make a few clarifications which have no foundation in the research tradition, for the simple reason that there is none. One such clarification concerns the purport of the *concept of trust in general*. Here I have chosen to concur with the concept analysis made within the fields of sociology and political science and which regards trust as an emotionally coloured expectation in the individual person. This expectation implies that the object trusted is inclined to favour the interests of the individual concerned.

My view of the *concept of media confidence* is that it concerns an individual variable which is of importance for people's relationship to the media. Trust in the media can be regarded as an attitude, and as such it is made up of three components: one component which embraces cognitive perceptions, one purely emotive component, and a component which deals with the preparedness for action which the individual person has vis-à-vis his or her surroundings.

Trust in a medium thus encompasses

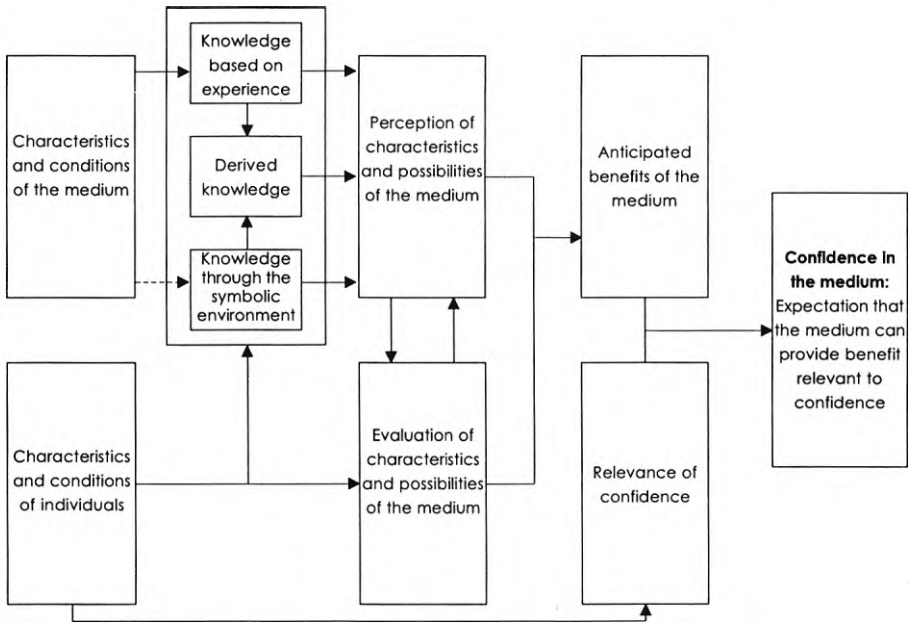
- that the individual person expects to get a certain and valued benefit out of it
- that the individual person embraces the medium with a special and trust specific feeling
- that the individual person is inclined to act in a specific way vis-à-vis the medium, e.g. concerning the internalisation of the content of the medium.

I relate the concept of *media credibility* to the first cognitive component. Trust is a characteristic of the individual person, whilst credibility is a characteristic that the individual applies to the medium based on subjective premises. Evaluation by the individual of media credibility is made against the background of the relevance that the medium content has for the acquisition of knowledge by the individual. If the information value of the medium is of importance to the person's confidence in the medium and if the individual deems the medium as credible, then the approach towards media credibility is part of the cognitive component.

Issues

I have primarily limited myself to the cognitive component in media confidence. Figure 18:1 shows how I regard the background to this cognitive component.

Figure 18:1. Analysis Model of the Cognitive Component in Media Confidence



Those issues on which the empirical part of my work is founded should not be seen as a test of the explanatory powers of the model; the data to which I have had access are not enough for such a test. The model has instead served as a starting point to generate a number of issues which seem relevant to illustrate the confidence of the Swedish public in the media.

Media included in the empirical analyses are the local morning papers, the Stockholm morning papers, the tabloids, the Swedish domestic public service television (Sveriges Television), the domestic and the regional public service radio (riksradion, P4) and a commercial terrestrial TV channel (TV4). The media are studied both as individual media types and at a more comprehensive level as institutions in society.

The main issues are:

1. *How can public confidence in the media be described?*

The description is made taking into consideration structural attitude characteristics, foundation in various demographic groups and changes over time.

2. *What importance do the various media characteristics have in relation to confidence?*

The characteristics included in the analysis consist of the range of the medium, and its degree of establishment, transmission technology, the moni-

toring level and profile of the contents, general status and image and media ideological functions.

3. *What significance do the characteristics and conditions of the individual person have in relation to confidence?*

The background variables included here are use of the medium, how the medium is assessed and evaluated, social and cultural conditions and ideological orientation.

4. *What can explain the development of media confidence over a period of time?*

Possible factors behind this development are structural changes in the media, structural changes in the demographic combination, the evaluation climate and the general public confidence in the major institutions of society.

The material used in the empirical analyses consists of survey data compiled by the SOM surveys which are carried out annually by Göteborg University. The material encompasses the period 1986-1993. Since my analyses have been made as secondary analysis of material already compiled previously, this has meant certain limitations.

Results

The main results of the empirical analysis are:

1. *Description of Swedish public confidence in the media:*

The Swedish public has most confidence in the national public service broadcast media and least confidence in the tabloids. Confidence in the local media is in an intermediate position. In general, confidence in the broadcast media has always been higher than confidence in the daily papers. One significant feature is that confidence in the daily papers varies considerably more over a period of time than confidence in radio and TV. Confidence in the media becomes less the more abstract forms the media take. At the institutional level, confidence in the media is furthermore less polarised and less intensive than confidence in other social institutions. In 1993 confidence in media institutions was relatively evenly associated with various groups of the population.

2. *The significance of media characteristics and conditions:*

The range of the medium in the population corresponds with confidence, but this is probably not only due to the fact that a high level of confidence has stimulated the circulation of the medium. Well-established media with a high

degree of acceptance by the public also tend to *inspire* a large degree of confidence. Weak establishment can as such be compensated for by other factors which favour confidence, e.g. status and public monitoring at a national level. However, a low image tends to decrease confidence in a medium. The fact that broadcast media generally enjoy higher confidence than the daily papers can to a certain extent be explained by the fact that the public ascribes the two media institutions disparate social functions. The broadcast media is expected to safeguard general interests in accordance with the public service principle, while the daily press is expected to accept a greater responsibility for social debates and opinion forming, which also links the daily papers with the interests of various parties.

3. The significance of the individual person's characteristics and conditions:

The habitual use of a medium is correlated with confidence. The relationship is most significant in the case of media with a "tabloid profile" and least significant for the local morning papers. This indicates that the tabloid media either have a special value for their public or that those concerned feel a greater need to defend their choice of media. However, a decision to read the local morning paper is fairly non-controversial. Knowledge concerning media based on the experience of the medium tends not only to intensify confidence but also to minimise differences between the publics of the media. But the confidence of the people in the media does not need to be based on knowledge acquired through experience. It can also be built on the knowledge about the media acquired indirectly by the people concerned, through their symbolic environment. This latter form of knowledge tends to differentiate the various media from the viewpoint of confidence. It also depends to a great extent on the socio-cultural orientation of the individuals. On the whole, confidence in a medium is to a great extent precisely a question of social and cultural factors, both among those who avail themselves of the medium and among those who do not. The political variables, however, are of limited significance, particularly concerning confidence in the concrete media. The capacity of journalists to be keenly aware of their public plays a greater part in this connection.

4. Changes in media confidence over a period of time

Variations in confidence in the media cannot be explained by either structural changes within the media or within demography. The fluctuations in confidence do not, furthermore, make up any part in the changes in public confidence on the whole. The factor which appears to be of the greatest significance to variations in confidence over a period of time consists instead of the evaluation climate. The prevailing conditions for the way in which the media are evaluated by the general public can explain both that the broadcast media constantly enjoy

confidence that is higher and that confidence in the daily papers varies to a much greater extent than confidence in the broadcast media. The fact that the daily papers are attributed greater responsibility for public monitoring and opinion forming also implies that they are more vulnerable. Reactions to the way in which the daily papers carry out their tasks are more marked and manifest themselves more easily in temporary variations of confidence.

Litteraturreferenser

- Abel, J. och M. Wirth (1977): "Newspaper vs. TV Credibility for Local News". *Journalism Quarterly*, 54:371-375.
- Abrahamsson, U. (1993): "När kvinnor ser på TV...". I: U. Carlsson (red): *Nordisk forskning om kvinnor och medier*. Nordicom-Nytt/Sverige 3. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Ajzen, I. och M. Fishbein (1980): *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Engelwood Cliffs: Prentice-Hall.
- Andersen, O. (1987): "Befolkningen har stort set ikke tillid til journalister". *Danske Presse*.
- Andreoli, V. och S. Worchel (1978): "Effects of Media, Communicator, and Message Position on Attitude Change". *Public Opinion Quarterly*, 42:59-70.
- Ang, I. (1985): *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Meuthen.
- Ang, I. (1990): "Melodramatic Identifications. Television Fiction and Women's Fantasy". I: M. Brown (red): *Television and Women's Culture*. London: Sage Publications.
- Arvidson, P. (1977): *Trovärdighet hos massmedier*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 81.)
- Arvidson, P. (1980): *Trovärdighet och förtroende, tillförlitlighet och tillit*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 103.)
- Arvidson, P. (1981): *Tror vi på våra massmedier?* Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 109.)
- ASNE (1985): *Newspaper Credibility: Building Reader Trust*. A National Study Commissioned by The American Society of Newspaper Editors.
- Asp, K. (1982): "Väljarna och massmediernas partiskhet". I: K. Asp et al: *Väljare, partier, massmedia. Empiriska studier i svensk demokrati*. Stockholm: Liber Förlag.
- Asp, K. (1986): *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, K. (1988): "Politisk journalistik. Studier i mediernas partiskhet och makt". I: U. Carlsson (red): *Forskning om journalistik*. Nordicom-Nytt/Sverige 4. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Asp, K. (1991): *Partiskbeten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. (Arbetsrapport nr 16.)
- Asp, K. (1992): "Demokratin och det journalistiska uppdraget". I: K. Asp m fl: *Uppdraget. Journalistiken och den moderna demokratin*. Stockholm: Tidens förlag/Svenska journalistförbundet.
- Asp, K. (1993): *Programbeskrivning: Journalistik och demokrati - studier i medie kvalitet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet (stencil).
- Asp, K. (1995a): "Medierna och folkstyrelsen". I: R. Severinsson (red): *Studier i medielandskapet. Ett urval analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. (Rapport nr 5.)
- Asp, K. (1995b): *Kommersialiserade nyheter på ont och gott*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. (Arbetsrapport nr 50.)
- Assarsson, J. (1995): "Systemtilltro och brukarmissnöje. En reanalys av maktutredningens medborgarundersökning". *Statsvetenskaplig Tidskrift*, 98:157-184.

- Atwood, E. (1966a): "The Effects of Incongruity Between Source and Message Credibility". *Journalism Quarterly*, 43:90-94.
- Atwood, E. (1966b): "Effects of Source and Message Credibility on Writing Style". *Journalism Quarterly*, 43:463-468.
- Avtal mellan staten och Sveriges Television AB 1993-1996.*
- Axelrod, R. (1973): "Schema Theory: An Information Processing Model of Perception and Cognition". *American Political Science Review*, 67:1248-1266.
- Bagozzi, R. (1989): "Attitudes". I: E. Barnouw et al: *International Encyclopedia of Communications*. New York: Oxford University Press.
- Barber, B. (1983): *The Logic and Limits of Trust*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Beck, U. (1992): *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage Publications.
- Bentele, G. (1988): "Der Faktor Glaubwürdigkeit". *Publizistik*, 33: 406-426.
- Berger, P. och T. Luckmann (1984): *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Berglind, H. (1977): *Individen och den sociala miljön*. Lund: Studentlitteratur.
- Berlo, D., J. Lemert och R. Mertz (1969): "Dimensions for Evaluating the Acceptability of Message Sources". *Public Opinion Quarterly*, 33:563-576.
- Bird, E. och R. Dardenne (1988): "Myth, Chronicle, and Story: Exploring the Narrative Qualities of News". I: J. Carey (red): *Media, Myths, and Narratives. Television and the Press*. Newbury Park: Sage Publications.
- Birgersson, B.O. och J. Westerståhl (1989): *Den svenska folkstyrelsen*. Stockholm: Allmänna förlaget.
- Björkqvist Hellingwerf, K. (1995): *Mediebarometern 1979-1995*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. (Arbetsrapport nr 61.)
- Blumer, H. och P. Hauser (1933): *Movies, Delinquency and Crime*. New York: Macmillan.
- Blumler, J. and E. Katz (red)(1974): *The Uses of Mass Communication. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Boëthius, U. (1993): "Ungdomar, medier och moraliska paniker". I: Fornäs, J., U. Boëthius och B. Reimer: *Ungdomar i skilda sfärer*. Stockholm: Symposion.
- Bok, S. (1979): *Att ljuga. Moraliska val i offentligt och enskilt liv*. Stockholm: Rabén och Sjögren.
- Bonniers svenska ordbok* (1989). Stockholm: Bonniers.
- Boorstin, D. (1978): *The Republic of Technology: Reflections on our Future Community*. New York: Harper & Row.
- Bourdieu, P. (1984): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Brinton, J., C. Bush och T. Newell (1957): *The Newspaper and the Public*. Stanford University, Institute for Communication Research.
- Bryant, J. och D. Zillman (red) (1986): *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Cantril, H. (1966): *The Invasion from Mars. A Study in the Psychology of Panic*. Princeton: Princeton University Press.
- Cardiff, D. och P. Scannell (1987): "Broadcasting and National Unity". I: J. Curran et al (red): *Impacts and Influences*. London: Methuen.
- Carey, J. (red) (1988): *Media, Myths, and Narratives. Television and the Press*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Carey, J. (1989): *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Carey, J. och A. Kreiling (1974): "Popular Culture and Uses and Gratifications: Notes Toward an Accommodation. I: J. Blumler och E. Katz (red): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.

- Carlsson, U. och M. Anshelm (red) (1995): *MedieSverige 1995. Statistik och analys*. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Chaiken, S. (1980): "Heuristic versus Systematic Information Processing and the Use of Source versus Message Cues in Persuasion". *Journal of Personality and Social Psychology*, 39:752-766.
- Chaiken, S. (1987): "The Heuristic Model of Persuasion". I: M. Zanna, J. Olson och C. Herman (red): *Social Influence: The Ontario Symposium. Vol. 5*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Chambers, I. (1986): *Popular Culture. The Metropolitan Experience*. London: Methuen.
- Chaney, D. (1986): "A Symbolic Mirror of Ourselves: Civic Ritual in Mass Society". I: R. Collins et al (red): *Media, Culture and Society. A Critical Reader*. London: Sage Publications.
- Cinnamond, J. (1989): *The Development of Intersubjective Trust: Rules and Practices*. Ann Arbor: UMI Dissertation Services.
- Cohen, S. (1980): *Folk Devils and Moral Panics*. 2:a uppl. Oxford: Martin Robertson.
- Corner, J. (1986): "Codes and Cultural Analysis". I: R. Collins et al: *Media, Culture and Society. A Critical Reader*. London: Sage Publications.
- Cronkhite, G. och J. Liska (1980): "The Judgement of Communicant Acceptability". I: M. Roloff och G. Miller (red): *Persuasion: New Directions in Theory and Research*. Newbury Park: Sage Publications.
- Curran, J. (1991): "Mass Media and Democracy: A Reappraisal". I: J. Curran och M. Gurevitch (red): *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold.
- Dahlgren, P. (1985): "For a Hermeneutics of TV News". I: P. Drummond och R. Paterson: *Television in Transition*. London: British Film Institute.
- Dahlgren, P. (1990): "TV och våra kulturella referensramar". I: U. Hannerz (red): *Medier och kulturer*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Dasgupta, P. (1988): "Trust as a Commodity". I: D. Gambetta (red): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell.
- DeBono, K. och R. Harnish (1988): "Source Expertise, Source Attractiveness, and the Processing of Persuasive Information: A Functional Approach". *Journal of Personality and Social Psychology*, 55:541-546.
- DeFleur, M. och S. Ball-Rokeach (1989): *Theories of Mass Communication*. 5:e uppl. New York: Longman.
- Den svenska marknaden*, nr 2 1969.
- Dennis, E. (1989): *Reshaping the Media*. Newbury Park: Sage Publications.
- Dervin, B. (1989): "Audience as Listener and Learner, Teacher and Confidante: The Sense-Making Approach". I: R. Rice och C. Atkin (red): *Public Communication Campaigns*. 2:a uppl. Newbury Park: Sage Publications.
- Deutsch, M. (1958): "Trust and Suspicion". *Journal of Conflict Resolution*, 2:265-279.
- Deutsch, M. (1973): *The Resolution of Conflict: Constructive and Destructive Processes*. New Haven: Yale University Press.
- Djerf, M. (1989): "Dagspressens funktioner i en förändrad mediasituation". I: L. Weibull och K. Björkqvist (red): *Dagspressen och dess läsare. Empiriska studier av dagspressens utveckling under 1980-talet*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Dobos, J. och J. Dimmick (1988): "Factor Analysis and Gratification Constructs". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 32:335-350.
- Dunn, J. (1988): "Trust and Political Agency". I: D. Gambetta (red): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell.
- Eagly, A. och S. Chaiken (1975): "An Attribution Analysis of the Effect of Communicator Characteristics on Opinion Change: The Case of Communicator Attractiveness". *Journal of Personality and Social Psychology*, 32:136-144.

- Eagly, A., W. Woods och S. Chaiken (1978): "Causal Inferences About Communicators and Their Effects on Opinion Change". *Journal of Personality and Social Psychology*, 36:424-435.
- Eagly, A. och S. Chaiken (1984): "Cognitive Theories of Persuasion". I: L. Berkowitz (red): *Advances in Experimental Social Psychology. Vol. 17*. New York: Academic Press.
- Easton, D. (1965): *A Systems Analysis of Political Life*. New York: John Wiley & Sons.
- Edelstein, A. (1974): *The Uses of Communication in Decision-Making*. New York: Praeger.
- Edelstein, A. och D. Tefft (1974): "Media Credibility and Respondent Credulity With Respect to Watergate". *Communication Research*, 1:426-439.
- Editor & Publisher*, 9 februari 1985. "Achieving Credibility" (ledare).
- Eisenstadt, S.N. och L. Roniger (1984): *Patrons, Clients and Friends. Interpersonal Relations and the Structure of Trust in Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Elliot, M. (1986): *Allmänhetens syn på massmediernas trovärdighet*. Avdelningen för masskommunikation, statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. (Arbetsrapport nr 17.)
- Elliot, M. (1989): "Mediernas trovärdighet". I: L. Weibull och K. Björkqvist (red): *Dagspressen och dess läsare. Empiriska studier av dagspressens utveckling under 1900-talet*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Elliot, M. (1990): *Förtroendet för medierna*. Avdelningen för masskommunikation, statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. (Arbetsrapport nr 60.)
- Elliot, M. (1991a): *Förtroendet för samhällsinstitutionerna*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (stencil).
- Elliot, M. (1991b): *Förtroendekapital i förändring. Om svenskarnas samhällstilltro*. Svensk Informations Medicenter. (SIM-rapport 2/91.)
- Elliot, M. (1992): "Medborgerlig tillit och misstro: Om samhällsförtroendet i kristider". I: S. Holmberg och L. Weibull (red): *Perspektiv på krisen*. Statsvetenskapliga institutionen, institutionen för journalistik och masskommunikation samt förvaltningshögskolan, Göteborgs universitet. (SOM-rapport nr 9.)
- Elliott, P. (1974): "Uses and Gratifications Research: A Critique and a Sociological Alternative". I: J. Blumler och E. Katz (red): *The Uses of Mass Communication. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Erikson, E. (1950): *Childhood and Society*. New York: Norton.
- Etermedia*, nr 2/1997.
- Etiska regler för press, radio och TV* (1988). Pressens Samarbetsnämnd. Stockholm: TU:s Förlags AB.
- Festinger, L. (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press.
- Findahl, O. (1988): *Televisionens möjligheter och begränsningar som informations- och kunskapsförmedlare*. Sveriges Radio, publik- och programforskningsavdelningen (PUB).
- Findahl, O. (1995): "Television". I: U. Carlsson och M. Anshelm (red): *MedieSverige 1995. Statistik och analys*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Findahl, O. och B. Höjjer (1984): *Begriplighetsanalys. En forskningsgenomgång och en tillämpning på nyhetsinslag i radio och TV*. Lund: Studentlitteratur.
- Fink, C. (1988): "Media Ethics". *In the Newsroom and Beyond*. New York: McGraw-Hill.
- Fishbein, M. och I. Ajzen (1975): *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading-Menlo Park: Addison-Wesley Publishing Company.
- Fiske, J. (1984): *Kommunikationsteorier. En introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Fornäs, J. (1990): "Speglingar: Om de ungas mediebruk i senmoderniteten". I: U. Hannerz (red): *Medier och kulturer*. Stockholm: Carlssons.
- Fowles, J. (1992): *Why Viewers Watch. A Reappraisal of Television's Effects*. Rev. uppl. Newbury Park: Sage Publications.

- Frith, S. (1983): "The Pleasures of the Hearth". I: J. Donald (red): *Formations of Pleasure*. London: Routledge.
- Fuchs, D. och H.D. Klingemann (1990): "The Left-Right Schema". I: K. Jennings et al: *Continuities in Political Action. A Longitudinal Study of Political Orientations in Three Western Democracies*. New York: Walter de Gruyter.
- Furhoff, L. och H. Hederberg (1965): *Dagspressen i Sverige*. Stockholm: Aldus/Bonniers Förlag.
- Gambetta, D. (red) (1988): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell.
- Gamson, W. (1968): *Power and Discontent*. Homewood: The Dorsey Press.
- Gantz, W. (1981): "The Influence of Researcher Methods on Television and Newspaper Credibility Evaluations". *Journal of Broadcasting*, 25:155-169.
- Garfinkel, H. (1963): "A Conception of, and Experiments with, 'Trust' as a Condition of Stable Concerted Actions". I: O.J. Harvey (red): *Motivation and Social Interaction*. New York: Ronald Press.
- Gaziano, C. (1988): "How Credible Is the Credibility Crisis?". *Journalism Quarterly*, 65:267-278.
- Gaziano, C. och K. McGrath (1986): "Measuring the Concept of Credibility". *Journalism Quarterly*, 63:451-462.
- Gaziano, C. och K. McGrath (1987a): "Newspaper Credibility and Relationships of Newspaper Journalists to Communities". *Journalism Quarterly*, 64:317-328.
- Gaziano, C. och K. McGrath (1987b): "Segments of the Public Most Critical of Newspapers' Credibility: A Psychographic Analysis". *Newspaper Research Journal*, 8:1-17.
- Giddens, A. (1991a): *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991b): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Good, D. (1988): "Individuals, Interpersonal Relations, and Trust". I: D. Gambetta (red): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell.
- Graber, D. (1988): *Processing the News. How People Tame the Information Tide*. 2:a uppl. New York: Longman.
- Greenberg, B. och M. Roloff (1974): "Mass Media Credibility: Research Results and Critical Issues". *News Research Bulletin*, 6:29-44.
- Griffin, K. och B. Patton (1971): "Personal Trust in Human Interactions". I: Griffin, K. och B. Patton: *Basic Readings in Interpersonal Communications*. New York: Harper and Row.
- Gunter, B. (1987): *Poor Reception. Misunderstanding and Forgetting Broadcast News*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gunter, B. (1988): "The Perceptive Audience". I: J. Anderson (red): *Communication Yearbook/11*. Newbury Park: Sage Publications.
- Gunther, A. (1988): "Attitude Extremity and Trust in Media". *Journalism Quarterly*, 65:279-287.
- Gunther, A. (1992): "Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups". *Public Opinion Quarterly*, 56:147-167.
- Gunther, A. och D. Lasorsa (1986): "Issue Importance and Trust In Mass Media". *Journalism Quarterly*, 63:844-848.
- Gustafsson, K.E. (1996): "Den svenska kvällspressens moderna förebilder". I: U. Carlsson och K.E. Gustafsson (red): *Den moderna dagspressen 350 år*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Habermas, J. (1984): *Borgerlig offentlighet. Kategorierna "privat" och "offentligt" i det moderna sambället*. Lund: Arkiv.
- Hadenius, S. och L. Weibull (1989): *Massmedier. En bok om press, radio och TV*. 4:e uppl. Stockholm: Bonniers.
- Hale, D. (1984): "Unnamed News Sources: Their Impact on the Perceptions of Stories". *Newspaper Research Journal*, 5:49-55.

- Hall, S. (1981): "Encoding/Decoding in Television Discourse". I: S. Hall et al (red): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- Harding, S. och D. Phillips med Michael Fogarty (1986): *Contrasting Values in Western Europe. Unity, Diversity and Change*. London: Macmillan.
- Hardt, H. (1979): *Social Theories of the Press. Early German and American Perspectives*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Hart, V. (1978): *Distrust and Democracy: Political Distrust in Britain and America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Haskins, J. och M. Miller (1984): "The Effects of Bad News and Good News on a Newspaper's Image". *Journalism Quarterly*, 61:3-13.
- Hass, G. (1981): "Effects of Source Characteristics on Cognitive Responses and Persuasion". I: R. Petty, T. Ostrom och T. Brock (red): *Cognitive Responses in Persuasion*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Havelock, E. (1963): *Preface to Plato*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hedman, L. (1995): "Radio". I: U. Carlsson och M. Anshelm (red): *MedieSverige 1995. Statistik och analys*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Hermerén, G. (1978a): *Objektivitetsbrister*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 87.)
- Hermerén, G. (1978b): *Trovärdighetsbrister*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 90.)
- Hobson, D. (1980): "Housewives and the Mass Media". I: S. Hall et al (red): *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.
- Hobson, D. (1982): *"Crossroads": The Drama of a Soap Opera*. London: Meuthen.
- Holmberg, C.G., I. Oscarsson och P. Rydén (1983): *En svensk presshistoria*. Stockholm: Esselte Studium.
- Holmberg, S. (1981): *Svenska väljare*. Stockholm: Liber Förlag.
- Holmberg, S. och K. Asp (1984): *Kampen om kärnkraften. En bok om väljare, massmedier och folkomröstningen 1980*. Stockholm: Liber Förlag.
- Holmberg, S. och M. Gilljam (1987): *Väljare och val i Sverige*. Stockholm: Bonniers.
- Horton, D. och R. Wohl (1956): "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy and Distance". *Psychiatry*, 19:215-229.
- Hovland, C., I. Janis och H. Kelley (1953): *Communication and Persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Hovland, C. et al (1957): *The Order of Presentation in Persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Hovland, C. och I. Janis (red) (1959): *Personality and Persuasibility*. New Haven: Yale University Press.
- Hultén, O. (1994): "Mångfald eller likriktning? Studier av TV:s utbud". *Nordicom-Information*, nr 4/1994:9-22.
- Hultén, O. (1996): "Det svenska TV-utbudet 1987-1994. Sändningstid och programkategorier". I: O. Hultén, Henrik Söndergaard och U. Carlsson (red): *Nordisk forskning om public service. Radio och TV i allmänhetens tjänst*. Nordicom, Göteborgs universitet. (Nordic Media Trends 2.)
- Hutchins, R. (1947): *A Free and Responsible Press: Commission on Freedom of the Press*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hvitfelt, H. (1989): *Nyheterna och verkligheten. Byggstenar till en teori*. Journalisthögskolan, Göteborgs universitet.
- Höjjer, B. (1986): *När jag såg det tänkte jag.. Förståelse och upplevelse av två faktaprogram*. Sveriges Radio, publik- och programforskningsavdelningen (PUB).

- Höjjer, B. (1987): *Vatten, väder och vind. Förståelse och upplevelse av ett radioprogram och av ett TV-program*. Sveriges Radio, publik- och programforskningsavdelningen (PUB).
- Höjjer, B. (1991): *Lustfylld glömska, kreativ illusion och realitetsprövning. Om publikens tankeprocesser vid tittande på fiktion och fakta*. Sveriges Radio, publik- och programforskningsavdelningen (PUB).
- Höjjer, B. (1994): "Från kunskapsförvärvande och begriplighet till upplevelser och reception". I: U. Carlsson et al (red): *Kommunikationens korsningar. Möten mellan olika traditioner och perspektiv i medieforskningen*. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Infante, D., K. Parker, C. Clarke, L. Wilson och I. Nathu (1983): "A Comparison of Factor and Functional Approaches to Source Credibility". *Communication Quarterly*, 31:43-48.
- Innis, H. (1964): *The Bias of Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- Isotalus, Pekka (1995): "Friendship through Screen – Review of Parasocial Relationship". *Nordicom-Review*, nr 1/1995:59-64.
- Izard, R. (1985): "Public Confidence in the News Media". *Journalism Quarterly*, 62:247-255.
- Jacobson, H. (1969): "Mass Media Believability: a Study of Receiver Judgments". *Journalism Quarterly*, 46:20-28.
- Jensen, K. Bruhn (1986): *Making Sense of the News*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jensen, K. Bruhn (1988): "News as Social Resource: A Qualitative Empirical Study of the Reception of Danish Television News". *European Journal of Communication*, 3:275-301.
- Jensen, K. Bruhn (1990): "The Politics of Polysemy: Television News, Everyday Consciousness and Political Action". *Media, Culture and Society*, 12:57-77.
- Johnson, H., J. Torcivia och M. Poprich (1968): "Source Credibility, Authoritarianism, and Attitude Change". *Journal of Personality and Social Psychology*, 9:179-183.
- Johnson, H. och R. Izzet (1969): "Relationship Between Authoritarianism and Attitude Change as a Function of Source Credibility and Type of Communication". *Journal of Personality and Social Psychology*, 13:317-321.
- Johnson, H. och J. Scileppi (1969): "Effects of Ego-Involvement Conditions on Attitude Change to High and Low Credibility Communicators". *Journal of Personality and Social Psychology*, 13:31-36.
- Katz, E., J. Blumler och M. Gurevitch (1974): "Utilization of Mass Communication". I: J. Blumler, och E. Katz (red): *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Kegley, C. och G. Raymond (1990): *When Trust Breaks Down. Alliance Norms and World Politics*. Colombia: University of South Carolina Press.
- Kelly, H. (1973): "The Processes of Causal Attribution". *American Psychologist*, 28:107-128.
- Klapper, J. (1961): *The Effects of Mass Communication*. Glencoe: The Free Press.
- Knies, K. (1857): *Der Telegraph als Verkehrsmittel. Mit Erörterungen über den Nachrichtenverkehr überhaupt*. Tübingen: Verlag der Laupp'schen Buchhandlung.
- Kohut, A. och M. Robinson (1986): *The People & the Press*. The Gallup Organization.
- Kratz, Charlotta (1991): *Verklighetsval och kapital. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av Stockholmstidningar utanför Stockholm*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. (Arbetsrapport nr 6.)
- Lazarsfeld, P. och H. Field (1946): *The People Look at Radio*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Lewis, D. och A. Weigert (1985): "Social Atomism, Holism, and Trust". *The Sociological Quarterly*, 26:455-471.
- Lewis, J. (1991): *The Ideological Octopus. An Exploration of Television and its Audience*. New York: Routledge.
- Lichtenstein, A. och L. Rosenfeld (1983): "Uses and Misuses of Gratification Research. An Explication of Media Functions". *Communication Research*, 10:97-109.

- Lichtenstein, A. och L. Rosenfeld (1984): "Normative Expectations och Individual Decisions Concerning Media Gratification Choices". *Communication Research*, 11:393-411.
- Liebes, T. och E. Katz (1988): "Dallas and Genesis: Primordially and Seriality in Popular Culture". I: J. Carey (red): *Media, Myths, and Narratives. Television and the Press*. Newbury Park: Sage Publications.
- Liebes, T. och E. Katz (1990): *The Export of Meaning. Cross-Cultural Readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Lippman, W. (1957): *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Lipset, S. och W. Schneider (1987): *The Confidence Gap. Business, Labor, and Government in the Public Mind*. Rev. uppl. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Liska, J. (1978): "Situational and Topical Variations in Credibility Criteria". *Communication Monographs*, 45:85-92.
- Listhaug, O. (1984): "Confidence in Institutions: Findings from the Norwegian Values Study". *Acta Sociologica*, 27:111-122.
- Listhaug, O. (1995): "The Dynamics of Trust in Politicians". I: Klingemann, H.D. och D. Fuchs (red): *Citizens and the State*. Oxford: Oxford University Press.
- Listhaug, O. och M. Wiberg (1995): "Confidence in Political and Private Institutions". I: Klingemann, H.D. och D. Fuchs (red): *Citizens and the State*. Oxford: Oxford University Press.
- Livingstone, S. (1990): *Making Sense of Television. The Psychology of Audience Interpretation*. Oxford: Pergamon Press.
- Lowery, S. och M. DeFleur (1983): *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*. New York: Longman.
- Luhmann, N. (1979): *Trust and Power. Two Works by Niklas Luhmann*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Luhmann, N. (1988): "Familiarity, Confidence, Trust: Problems and Alternatives". I D. Gambetta (red): *Trust. Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell.
- Lull, J. (red) (1988): *World Families Watch Television*. Newbury Park: Sage Publications.
- Lull, J. (1990): *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge.
- Lund, S. och A. Rolland (1986): *Tillit eller skepsis til nyhetene?* NRK.
- Lundberg, D. (1973): *Medietrovärdighet och informationsanvändning*. Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm. (Studier i ekonomisk psykologi nr 85.)
- Luria, A.R. (1976): *Cognitive Development: Its Cultural and Social Foundations*. Cambridge: Harvard University Press.
- Löfgren, O. (1990): "Medierna i nationsbygget: Hur press, radio och TV gjort Sverige svenskt". I: U. Hannerz (red): *Medier och kulturer*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- MacNeil, R. (1985): *The Mass Media and Public Trust*. Gannett Center for Media Studies. (Occasional Paper No. 1.)
- Maletzke, G. (1972): *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*. Rev. uppl. Hamburg: Verlag Hans Bredow-Institut.
- Marhuenda, J.-P. (1979): "Journaux, radio, television: Qui croire?". *Revue Française de Communication*, no 3.
- McCain, T., J. Chilberg och J. Wakshlag (1977): "The Effect of Camera Angel on Source Credibility and Attraction". *Journal of Broadcasting*, 21:35-46.
- McGuire, W. (1968): "Personality and Social Influence". I: E. Borgatta och W. Lambert (red): *Handbook of Personality Theory and Research*. Skokie: Rand-McNally.
- McGuire, W. (1973): "Persuasion, Resistance, and Attitude Change". I: I. de Soila Pool och W. Schramm: *Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally Collage Publishing Company.

- McLeod, J. och L. Becker (1974): "Testing the Validity of Gratification Measures through Political Effects Analysis". I: J. Blumler och E. Katz (red): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- McLeod, J., C. Bybee och J. Durall (1982): "Evaluating Media Performance by Gratifications Sought and Received". *Journalism Quarterly*, 59:3-12,59.
- McLuhan, M. (1994): *Understanding Media: The Extensions of Man*. London: Routledge.
- McQuail, D. (1987): *Mass Communication Theory. An Introduction*. 2:a uppl. London: Sage Publications.
- McQuail, D. (1992): *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- McQuail, D. (1994a): "Mass Communication and the Public Interest: Towards Social Theory for Media Structure and Performance". I: D. Crowley och D. Mitchell (red): *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press.
- McQuail, D. (1994b): *Mass Communication Theory. An Introduction*. 3:e uppl. London: Sage Publications.
- Meyer, P. (1985): *An Ethical Audit*. Gannett Center for Media Studies. (Occasional Paper No. 3.)
- Meyer, P. (1988): "Defining and Measuring Credibility of Newspapers: Developing an Index". *Journalism Quarterly*, 65:567-574.
- Meyer, T. och A. Hexamer (1981): "Perceived Truth and Trust in Television Advertising Among Mexican-American Adolescents: Socialization and Developmental Considerations". *Journal of Broadcasting*, 25:139-153.
- Meyrowitz, J. (1985): *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
- Meyrowitz, J. (1994): "Medium Theory". I: D. Crowley och D. Mitchell (red): *Communication Theory Today*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, A., E. Goldenberg och L. Erbring (1979): "Type-Set Politics: Impact of Newspapers on Public Confidence". *American Political Science Review*, 73:67-84.
- Modleski, T. (1982): *Loving with a Vengeance: Mass-Produced Fantasies for Women*. London: Methuen.
- Morley, D. (1980): *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: British Film Institute.
- Morley, D. (1986): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, D. (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Mosier, N. och A. Ahlgren (1981): "Credibility of Precision Journalism". *Journalism Quarterly*, 58:375-381.
- Mulder, R. (1980): "Media Credibility: A Use-Gratifications Approach". *Journalism Quarterly*, 57:474-477.
- Mulvey, L. (1975): "Visual Pleasure and Narrative Cinema". *Screen*, 16:6-18.
- Murdock, G. (1989): "Critical Inquiry and Audience Activity". I: B. Dervin et al (red): *Rethinking Communication. Vol. 2: Paradigm Exemplars*. Newbury Park: Sage Publications.
- Newhagen, J. och C. Nass (1989): "Differential Criteria for Evaluating Credibility of Newspapers and TV News". *Journalism Quarterly*, 66:277-284.
- Nordenstreng, K. (1978): *Kommunikationsteori. Om massmedierna och kunskapsprocessen i samhället*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1994. MedieNotiser 1/1995, Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 1995. MedieNotiser 1/1996, Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.

- Nordström, B. (1975): *Förtroendet för massmedia*. Sveriges Radio, publik- och programforskningsavdelningen (PUB).
- Norusis, M. (1990): *SPSS/PC+ Statistics 4.0*. Chicago: SPSS Inc.
- Nowak, K., B. Carlman och K.E. Wärneryd (1966): *Masskommunikation och åsiktsförändring*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet.
- NSK News Bulletin (1991): "Newspaper Credibility Rises to a Remarkable Level". Vol 14, nr 4, december 1991. The Japan Newspaper Publishers and Editors Association.
- Odenlind, A.-L. och A. Östlund (1996): *Dokumentären i public service-TV och kommersiell TV*. Fördjupningsarbete i medie- och kommunikationsvetenskap. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- O'Keefe, D. (1990): *Persuasion. Theory and Research*. Newbury Park: Sage Publications.
- O'Keefe, G. (1985): "Public View on Crime: Television Exposure and Media Credibility". I: R. Bostrom och B. Westley (red): *Communication Yearbook 8*. Newbury Park: Sage Publications.
- Ong, W. (1990): *Muntlig och skriftlig kultur. Teknologiseringen av ordet*. Göteborg: Bokförlaget Anthropos.
- Opinionen*, TEMO:s nyhetsbrev, nr 1 1991.
- Ord för ord. Svenska synonymer och uttryck* (1977). Stockholm: P.A. Norstedt & Söners Förlag.
- Oskarson, M. (1994): *Klassröstning i Sverige – rationalitet, lojalitet eller bara slentrian*. Stockholm: Nerenius & Santérus Förlag.
- Palmgreen, P. och J. Rayburn (1985): "An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications". I: K.E. Rosengren, L. Wenner och P. Palmgreen (red): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Palmgreen, P., L. Wenner och K.E. Rosengren (1985): "Uses and Gratifications Research: The Past Ten Years". I: K.E. Rosengren, L. Wenner och P. Palmgreen (red): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Parisot, L. (1988): "Attitudes about the Media: A Five Country Comparison". *Public Opinion*, 10:18-19, 60.
- Parkin, F. (1971): *Class Inequality and Political Order*. London: Paladin.
- Petty, R. och J. Cacioppo (1986a): "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion". I: L. Berkowitz (red): *Advances in Experimental Social Psychology. Vol. 19*. New York: Academic Press.
- Petty, R. och J. Cacioppo (1986b): *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag.
- Postman, N. (1985): *Amusing Ourselves to Death*. London: Penguin.
- Pratkanis, A., M. Lippé, A. Greenwald och M. Baumgardner (1988): "In Search of Reliable Persuasion Effects: III. The Sleeper Effect is Dead. Long Live the Sleeper Effect". *Journal of Personality and Social Psychology*, 54:203-218.
- Press, A. (1990): "Class, Gender and the Female Viewer: Women's Responses to Dynasty". I: Brown, M.E. (red): *Television and Women's Culture*. Newbury Park: Sage Publications.
- Radway, J. (1987): *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*. London: Verso.
- Rayburn, J. och P. Palmgreen (1984): "Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory". *Communication Research*, 11:537-562.
- Reagan, J. och J. Zenaty (1979): "Local News Credibility: Newspaper vs. TV Revisited". *Journalism Quarterly*, 56:169-172.
- Real, M. (1989). *Super Media. A Cultural Studies Approach*. Newbury Park: Sage Publications.
- Reich, B. and C. Adcock (1975): *Values, Attitudes and Behaviour Change*. London: Methuen.
- Reimer, B. (1994a): *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

- Reimer, B. (1994b): "Nya mönster? Ungdomars medievanor 1988-1993". I: S. Holmberg och L. Weibull (red): *Vägval*. SOM-institutet, Göteborgs universitet. (SOM-rapport nr 11.)
- Reimer, B. (1996): "Ungdomar och massmedier". I: *Krokig väg till vuxen. Fyra forskare om fritid, massmedier, skola och arbete*. Stockholm: Ungdomsstyrelsen.
- Rhine, R. och L. Severance (1970): "Ego-Involvement, Discrepancy, Source Credibility, and Attitude Change". *Journal of Personality and Social Psychology*, 16:175-190.
- Richardson, K. och J. Corner (1986): "Reading Reception: Mediation and Transparency in Viewers' Reception of a TV Programme". *Media, Culture and Society*, 8:485-508.
- Riker, W. (1980): "Political Trust as Rational Choice". I: Lewin, L. och E. Vedung (red): *Politics as Rational Action. Essays in Public Choice and Political Analysis*. Dordrecht: D. Reidel Publishing Company.
- Rimmer, T. och D. Weaver (1987): "Different Questions, Different Answers? Media Use and Media Credibility". *Journalism Quarterly*, 64:28-36.
- Robinson, M. (1976): "Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of 'The Selling of the Pentagon'". *American Political Science Review*, 70:409-432.
- Roe, K. (1983): *Mass Media and Adolescent Schooling: Conflict or Co-Existence*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Roe, K. (1985): "The Swedish Moral Panic over Video 1980-1984". *Nordicom-Review*, nr 1/1985:20-25.
- Rokeach, M. (1973): *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Roper, B. (1967): *Emerging Profiles of Television and Other Mass Media: Public Attitudes, 1959-1967*. New York: Television Information Office.
- Rosengren, K.E. (1977): "Värderade nyheter". *Statsvetenskaplig Tidskrift*, 3:203-212.
- Rosengren, K.E. (1980): "Bias in News. Methods and Concepts". I: C. Wilhoit och H. de Bock (red): *Mass Communication Review Yearbook. Vol. 1*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Rosengren, K.E., M. Carlsson och Y. Tägerud (1990): *Quality in Programming: Views from the North*. Sociologiska institutionen, Lunds universitet. (Forskningsrapporter i kommunikationssociologi nr 26.)
- Rosengren, K.E., L. Wenner och P. Palmgreen (red)(1985): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Rotter, J. (1971): "Generalized Expectancies for Interpersonal Trust". *American Psychologist*, 26:443-452.
- Rubin, A. (1984): "Ritualized and Instrumental Television Viewing". *Journal of Communication*, 34:67-77.
- Rubin, A. och E. Perse (1987): "Audience Activity and Television News Gratifications". *Communication Research*, 14:58-84.
- Rönström, A. (1995): "SOM-undersökningen 1994. Genomförande och tillförlitlighet". I: S. Holmberg och L. Weibull (red): *Det gamla riket*. SOM-institutet, Göteborgs universitet. (SOM-rapport nr 13.)
- Salmon, C. (1989): "Campaigns for Social 'Improvement': An Overview of Values, Rationales, and Impacts". I: C. Salmon (red): *Information Campaigns: Balancing Social Values and Social Change*. Newbury Park: Sage Publications.
- Salmon, C. och J.S. Lee (1983): "Perceptions of Newspaper Fairness: A Structural Approach". *Journalism Quarterly*, 60:663-670.
- Sargent, L. (1965): "Communicator Image and News Reception". *Journalism Quarterly*, 42:35-42.
- Scannell, P. (1988): "Radio Times: The Temporal Arrangements of Broadcasting in the Modern World". I: P. Drummond och R. Paterson (red): *Television and its Audience*. London: British Film Institute.

- Scannell, P. (1989): "Public Service Broadcasting and the Modern Public Life". *Media, Culture and Society*, 11:135-166.
- Schank, R. och R. Abelson (1977): *Scripts, Plans, Goals and Understanding. An Inquiry into Human Knowledge Structures*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schröder, K. (1988): "The Pleasure of 'Dynasty': The Weekly Reconstruction of Self-Confidence". I: P. Drummond och R. Paterson (red): *Television and its Audience*. London: British Film Institute Publishing.
- Schulman, G. och C. Worrall (1970): "Salience, Source Credibility, and the Sleeper Effect". *Public Opinion Quarterly*, 34:371-382.
- Schutz, A. (1962): *The Problem of Social Reality*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Schwartz, T. (1974): *The Responsive Chord*. Garden City: Anchor.
- Schäffle, A. (1881): *Bau und Leben des Sozialen. Vol. 1 Körpers*. Tübingen: Verlag der Laupp'schen Buchhandlung.
- Shaw, D. (1985): "The Times Poll: Media: High Ratings Are Tempered". *Los Angeles Times*, Aug 12 1985.
- Silj, A. (1988): *East of Dallas: The European Challenge to American Television*. London: British Film Institute Publishing.
- Silverstone, R. (1981): *The Message of Television: Myth and Narrative in Contemporary Culture*. London: Heinemann Educational Books.
- Silverstone, R. (1988): "Television Myth and Culture". I: J. Carey (red): *Media, Myths, and Narratives. Television and the Press*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Silverstone, R. (1994): *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Simmel, G. (1964): *The Sociology of Georg Simmel*. New York: The Free Press.
- Simmel, G. (1978): *The Philosophy of Money*. London: Routledge.
- Simmel, G. (1981): *Storstäderna och det andliga livet*. I: G. Simmel: *Hur är samhället möjligt?* Göteborg: Bokförlaget Korpen.
- Singletary, M. (1976): "Components of Credibility of a Favorable News Source". *Journalism Quarterly*, 53:316-319.
- SOU 1975:78. *Svensk press. Pressens funktioner i samhället*.
- Spates, J. (1983): "The Sociology of Values". *Annual Review of Sociology*, 9:27-49.
- Stam, R. (1983): "Television News and Its Spectator". I: A. Kaplan (red): *Regarding Television. Critical Approaches - An Anthology*. Los Angeles: University Publications of America.
- Stamm, K. och R. Dube (1994): "The Relationship of Attitudinal Components to Trust in Media". *Communication Research*, 21:105-123.
- Stephenson, W. (1967): *The Play Theory of Mass Communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sternthal, B., L. Phillips och R. Dholakia (1978): "The Persuasive Effect of Source Credibility: A Situational Analysis". *Public Opinion Quarterly*, 42:285-314.
- Svensk handordbok. Konstruktioner och fraseologi* (1977). Stockholm: Esselte Studium.
- Swanson, D. (1987): "Gratification Seeking, Media Exposure, and Audience Interpretations: Some Directions for Research". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31:237-254.
- Swanson, D. och A. Babrow (1989): "Uses and Gratifications: The Influence of Gratification-Seeking and Expectancy-Value Judgements on the Viewing of Television News". I: B. Derwin et al (red): *Rethinking Communication. Vol. 2: Paradigm Exemplars*. Newbury Park: Sage Publications.
- Swinth, R. (1967): "The Establishment of the Trust Relationship". *Conflict Resolution*, 11:335-344.
- Tannenbaum, P. och J. McLeod (1963): "Public Images of Mass Media Institutions". I: *Paul Deutschmann Memorial Papers in Mass Communications Research*.

- Thompson, J. (1990): *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.
- TS-boken 1994. Tidningsstatistik AB, Sollentuna.
- Törnqvist, K. (1970): *Attityder till några internationella problem och massmedier*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 47.)
- Törnqvist, K. (1974): *Förtroendet till massmedierna*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 63.)
- Törnqvist, K. (1978): *Opinion 78*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 92.)
- Törnqvist, K. (1979): *Opinion 79*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 97.)
- Törnqvist, K. (1980): *Opinion 80*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 106.)
- Törnqvist, K. (1981): *Opinion 81*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 111.)
- Törnqvist, K. (1982): *Opinion 82*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 116.)
- Törnqvist, K. (1983): *Opinion 83*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 121.)
- Törnqvist, K. (1984): *Opinion 84*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 128.)
- Vallone, R., L. Ross och M. Lepper (1985): "The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Biases in Coverage of the 'Beirut Massacre'". *Journal of Personality and Social Psychology*, 49:577-585.
- Waldahl, R. (1982): *Kommunikasjon og politisk deltakelse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Weaver, P. (1981): "TV News and Newspaper News". I: R. Adler (red): *Understanding Television. Essays on Television as a Social and Cultural Force*. New York: Praeger Publishers.
- Weibull, L. (1983): *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber Förlag.
- Weibull, L. (1989): "Lokal-TV bland andra medier". I: K. Roe och L. Weibull (red): *Vad gör kabel-TV i Sverige?* Lund: Studentlitteratur.
- Weibull, L. (1991): "Pressetiska bedömningar bland allmänheten". *Pressens årbog 1990*. Pressehistorisk Selskab.
- Weibull, L. (1993): "The Status of the Daily Newspaper. What Readership Research Tells Us about the Role of Newspaper in the Mass Media System". *Poetics*, 21:259-282.
- Weibull, L. (1995): "Det mest lästa – och det viktiga". I: L. Weibull och C. Kratz (red): *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Weibull, L. (1996): "Hur skall det gå för kvällspressen? Medelstenssens tidning 65 år senare". I: U. Carlsson (red): *Medierna i samhället. Igår, idag, imorgon*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Weibull, L. och B. Börjesson (1990): *Förtroendeklyfta? Allmänhetens syn på samhällsinstitutioner, medier och journalistik*. Svensk Informations Mediecenter. (SIM-rapport 2/90.)
- Weibull, L. och B. Börjesson (1995): *Publicistiska seder. Svensk pressetik i teori och praktik 1900-1994*. Stockholm: Tidens förlag/Svenska Journalistförbundet.
- Weiss, W. (1956): "Opinion Congruence with a Negative Source on an Issue as Factor Influencing Agreement on Another Issue". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 52:109-114.
- Wertham, F. (1954): *Seduction of the Innocent*. New York: Rinehart.

- Westerståhl, J. (1968): *Vietnam i Sveriges Radio. En studie av opartiskhet och saklighet i nyhetsförmedlingen utförd på uppdrag av Radionämnden*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (stencil).
- Westerståhl, J. (1969): *Valrörelsen 1968 i Sveriges Radio. En studie av opartiskhet och saklighet i nyhetsförmedlingen utförd på uppdrag av radiochefen*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (stencil).
- Westerståhl, J. (1971): *LKAB-konflikten i radio/TV och dagspress. Studier av nyhetsförmedlingen utförda på uppdrag av Sveriges Radios styrelse och Arbetarrörelsens arkiv*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet (stencil).
- Westerståhl, J. (1972): *Objektiv nyhetsförmedling*. Stockholm: Norstedt & Söner.
- Westerståhl, J. (1977): "Objektiv nyhetsförmedling". *Statsvetenskaplig Tidskrift*, häfte 3/1977:195-202.
- Westley, B. och W. Severin (1964): "Some Correlates of Media Credibility". *Journalism Quarterly*, 41:325-335.
- White, A. och J. Andsager (1991): "Newspaper Column Readers' Gender Bias: Perceived Interest and Credibility". *Journalism Quarterly*, 68:709-718.
- Whitney, C. (1985): *The Media and The People: Soundings from Two Communities*. Gannett Center for Media Studies, Columbia University, New York.
- Wiberg, M. (1988): *Between Apathy and Revolution. Explications of the Conditions for Political Legitimacy*. Turun Yliopiston Julkaisuja, Turku.
- Wiggins, J. (1973): *Personality and Prediction: Principles of Personality Assessment*. Reading: Addison-Wesley.
- Williams, R. (1961): *The Long Revolution*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R. (1974): *Television. Technology and Cultural Form*. London: Fontana/Collins.
- Winnicott, D.W. (1958): "Transitional Objects and Transitional Phenomena". I: D. W. Winnicott: *Collected Papers. Through Paediatrics to Psycho-Analysis*. London: Hogarth Press.
- Winnicott, D.W. (1965): *Playing and Reality*. Harmondsworth: Penguin.
- Wirth, L. (1971): "Urbanism som livsform". I: G. Lindberg: *Urbana processer*. Lund: Gleerups.
- Woodall, G., D. Davis och H. Sahin (1983): "From the Boob Tube to the Black Box. TV News Comprehension from an Information Processing Perspective". I: E. Wartella och C. Whitney (red): *Mass Communication Review Yearbook. Vol. 4*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Worchel, S., V. Andreoli och J. Eason (1975): "Is the Medium the Message: A Study of the Effects of Media, Communicator, and Message Characteristics on Attitude Change". *Journal of Applied Social Psychology*, 5:157-172.
- Wu, C. och D. Shaffer (1987): "Susceptibility to Persuasive Appeals as a Function of Source Credibility and Prior Experience With the Attitude Object". *Journal of Personality and Social Psychology*, 52:677-688.
- Österman, T. (1981): *Förtroendet för politiker*. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. (Psykologiskt försvar nr 107.)

Tabellbilaga

Tabell 1. Förtroendet för medierna efter region 1993 (balansmått, intensitetsmått)

	Riksområde							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Balansvärde								
Den lokala morgonpressen	+32	+45	+45	+38	+44	+48	+49	+52
Stockholms morgonpress	+43	+14	0	-10	+3	-2	-7	-7
Kvällspressen	-50	-31	-23	-32	-36	-23	-18	-35
SVT	+54	+65	+67	+60	+60	+59	+58	+55
TV4	+34	+59	+59	+55	+47	+47	+41	+48
Riksradiation	+58	+71	+67	+62	+68	+66	+67	+62
P4	+21	+37	+46	+25	+35	+43	+43	+52
Intensitet								
Stockholms morgonpress:								
Stort förtroende	.16	.12	.10	.21	.08	.05	.25	.33
Litet förtroende	.33	.40	.60	.46	.55	.37	.56	.24
Kvällspressen:								
Stort förtroende	.03	.13	.11	.08	.06	.12	.00	.30
Litet förtroende	.57	.44	.33	.40	.33	.26	.37	.28
Minsta antal svarspersoner	257	252	142	185	296	138	56	71

1=Stockholms län, 2=östra Mellansverige, 3=Småland inkl. Gotland och Öland, 4=Sydsverige, 5=Västsverige, 6=norra Mellansverige, 7=mellersta Norrland, 8=övre Norrland.

Anm: Balansmättet utgörs av andelen stort förtroende minus andelen litet förtroende; intensitetsmättet utgörs av kvoten mellan andelen mycket stort/litet förtroende och andelen stort/litet förtroende totalt.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 2. Förtroendet för de svenska massmedierna 1990 (procent)

	Mycket stort	Ganska stort	Varken stort eller litet	Ganska litet	Mycket litet	Antal
Riksradiation	19	56	21	2	1	1527
Sveriges Television	13	54	28	4	2	1535
Den lokala morgonpressen	8	53	33	4	2	1498
Lokalradiation	14	46	32	6	3	1519
Morgonpressen i Stockholm	4	29	54	7	6	1389
Kvällspressen	2	16	38	27	17	1478

Källa: SOM-undersökningen 1990.

Tabell 3. Förtroendet för medierna i olika grupper 1990 och 1993 (balansmått)

	1990	1993	Antal 1990	Antal 1993
Förtroendet för den lokala morgonpressen				
<i>Genus</i>				
Män	+56	+41	748	820
Kvinnor	+55	+44	733	789
<i>Ålder</i>				
15-19 år	+56	+43	128	129
20-29 år	+59	+44	268	284
30-39 år	+54	+40	255	297
40-49 år	+54	+41	302	333
50-59 år	+53	+40	200	243
60-75 år	+57	+46	311	327
<i>Utbildning</i>				
Låg	+54	+42	598	600
Medel	+58	+41	360	363
Hög	+55	+44	500	572
<i>Social klass</i>				
Arbetare	+57	+40	625	712
Jordbrukare	+49	+21	491	58
Tjänstemän	+58	+50	407	402
Högre tjänstemän/ akademiker	+51	+38	141	173
Egna företagare	+53	+41	156	148
<i>Boendeort</i>				
Landsbygd	+54	+35	281	317
Mindre tätort	+55	+43	533	603
Större tätort	+65	+46	482	497
Storstad	+58	+43	177	179
Förtroendet för Stockholms morgonpress				
<i>Genus</i>				
Män	+22	+6	692	712
Kvinnor	+17	+13	680	689
<i>Ålder</i>				
15-19 år	+13	0	125	122
20-29 år	+22	+19	252	269
30-39 år	+22	+9	237	264
40-49 år	+27	+12	274	294
50-59 år	+21	+12	187	208
60-75 år	+12	0	284	254
<i>Utbildning</i>				
Låg	+5	-9	353	487
Medel	+18	+8	337	314
Hög	+39	+26	481	543
<i>Social klass</i>				
Arbetare	+4	-6	557	606
Jordbrukare	-5	-17	441	52
Tjänstemän	+32	+21	393	356
Högre tjänstemän/ akademiker	+49	+42	142	164
Egna företagare	+32	+13	145	133
<i>Boendeort</i>				
Landsbygd	+3	-9	258	272
Mindre tätort	+10	+2	482	512
Större tätort	+28	+21	454	443
Storstad	+52	+31	173	170

Förtroendet för kvällspressen*Genus*

Män	-29	-37	739	809
Kvinnor	-21	-30	722	770

Ålder

15-19 år	+4	-24	126	131
20-29 år	-21	-26	268	286
30-39 år	-22	-29	253	297
40-49 år	-33	-35	299	325
50-59 år	-28	-41	202	242
60-75 år	-30	-40	295	302

Utbildning

Låg	-8	-17	580	577
Medel	-21	-26	357	351
Hög	-45	-58	502	577

Social klass

Arbetare	-3	-13	611	700
Jordbrukare	-44	-52	461	52
Tjänstemän	-40	-51	409	399
Högre tjänstemän/ akademiker	-64	-71	144	171
Egna företagare	-24	-36	153	147

Boendeort

Landsbygd	-20	-29	269	304
Mindre tätort	-21	-25	522	586
Större tätort	-25	-39	485	496
Storstad	-39	-56	178	181

Förtroendet för Sveriges Television*Genus*

Män	+57	+58	766	833
Kvinnor	+65	+63	750	805

Ålder

15-19 år	+74	+50	125	133
20-29 år	+65	+61	269	287
30-39 år	+63	+55	257	299
40-49 år	+61	+63	306	334
50-59 år	+65	+60	214	250
60-75 år	+48	+67	328	339

Utbildning

Låg	+62	+62	620	616
Medel	+63	+61	369	360
Hög	+59	+57	506	586

Social klass

Arbetare	+68	+60	646	725
Jordbrukare	+56	+64	50	58
Tjänstemän	+58	+65	414	411
Högre tjänstemän/ akademiker	+51	+54	144	177
Egna företagare	+55	+56	157	149

Boendeort

Landsbygd	+58	+60	283	314
Mindre tätort	+62	+61	541	606
Större tätort	+63	+61	500	512
Storstad	+58	+56	186	192

Förtroendet för riksråd*Genus*

Män	+70	+65	761	826
Kvinnor	+74	+66	748	788

Ålder

15-19 år	+66	+53	128	133
20-29 år	+74	+66	269	288
30-39 år	+75	+60	257	296
40-49 år	+75	+69	304	332
50-59 år	+75	+67	211	246
60-75 år	+65	+70	322	323

Utbildning

Låg	+69	+61	608	600
Medel	+73	+65	369	356
Hög	+75	+70	508	584

Social klass

Arbetare	+75	+60	638	714
Jordbrukare	+71	+71	491	58
Tjänstemän	+73	+74	414	405
Högre tjänstemän/ akademiker	+71	+71	146	177
Egna företagare	+66	+59	157	146

Boendeort

Landsbygd	+68	+63	282	314
Mindre tätort	+73	+65	537	596
Större tätort	+73	+69	495	506
Storstad	+73	+59	188	185

Förtroendet för lokalradion/P4*Genus*

Män	+45	+34	755	816
Kvinnor	+56	+35	746	779

Ålder

15-19 år	+45	+26	128	132
20-29 år	+40	+30	268	284
30-39 år	+46	+24	255	292
40-49 år	+50	+44	304	327
50-59 år	+61	+38	210	242
60-75 år	+61	+41	318	321

Utbildning

Låg	+64	+50	607	598
Medel	+53	+32	367	356
Hög	+32	+20	503	568

Social klass

Arbetare	+62	+43	636	710
Jordbrukare	+76	+36	491	55
Tjänstemän	+46	+34	410	402
Högre tjänstemän/ akademiker	+18	+2	145	171
Egna företagare	+45	+30	155	142

Boendeort

Landsbygd	+60	+40	284	308
Mindre tätort	+56	+40	535	589
Större tätort	+41	+32	488	498
Storstad	+46	+15	187	185

Anm: Underlaget för 1993 är anpassat till 1990 års urval.

Källa: SOM-undersökningarna 1990 och 1993 (riks).

Tabell 4. Förtroendet för kvällstidningarna i Västsverige efter läsning av olika kvällstidningar 1993 (balansmått)

	Idag	Förtroende för Aftonbladet	Expressen	Minsta antal svarspersoner
Idag-läsare	+33	-10	-26	430
Aftonbladet-läsare	-2	+27	-29	112
Expressen-läsare	+10	-16	+5	106
Läser inte någon kvälls- tidning regelbundet	-25	-36	-46	726

Anm: Med läsare av tidning avses sådana som läser tidningen minst 4 dagar/vecka.

Källa: Väst-SOM-undersökningen 1993.

Tabell 5. Antal medier som allmänheten har stort respektive litet förtroende för 1990 och 1993

Antal medier	Procent av allmänheten med stort förtroende		Procent av allmänheten med litet förtroende	
	1990	1993	1990	1993
6	7	4	2	1
5	15	11	1	1
4	24	21	1	2
3	22	23	4	5
2	12	14	10	13
1	7	10	32	34
0	13	18	51	43

Tabell 6. De vanligaste mediekombinationerna när det gäller stort förtroende 1990 och 1993

Mediekombination ¹	Procent av allmänheten	
	1990	1993
Samtliga medier	34	23
Inget medium	15	18
SVT, riksradiation och lokalradiation/P4	11	11
Lokalpressen, SVT och riksradiation	9	12
SVT och riksradiation	6	8

1. Stockholms morgonpress, kvällspressen och TV4 ingår inte i de möjliga kombinationerna.

Anm: Värdena för 1993 är beräknade utifrån ett underlag som är jämförbart med 1990 års undersökning.

Källa: SOM-undersökningarna 1990 och 1993 (riks).

Tabell 7. Förtroendet för dagstidningarna efter läsning 1993 (procent)

a. Förtroendet för de lokala morgontidningarna efter läsning av lokal morgontidning

	Läsning	Ej läsning
<i>Utanför Stockholms län</i>		
Stort förtroende	57	27
Litet förtroende	8	26
Varken-eller	35	47
Balansvärde	+50	+1
Antal svarspersoner	1280	138

b. Förtroendet för Stockholms morgontidningar efter läsning av Dagens Nyheter/Svenska Dagbladet

	Läsning	Ej läsning
<i>I Stockholms län</i>		
Stort förtroende	61	28
Litet förtroende	5	20
Varken-eller	34	52
Balansvärde	+56	+9
Antal svarspersoner	220	71
<i>Utanför Stockholms län</i>		
Stort förtroende	66	20
Litet förtroende	5	21
Varken-eller	30	59
Balansvärde	+61	-1
Antal svarspersoner	64	71

c. Förtroendet för kvällstidningarna efter läsning av kvällstidningar

	Läsning	Läsning mer sällan/aldrig
Stort förtroende	23	6
Litet förtroende	32	67
Varken-eller	45	27
Balansvärde	-9	-61
Antal svarspersoner	930	777

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 8. Sambandet mellan förtroende för medierna och användning 1993 (Pearsons r)

	Pearsons r
Förtroende för lokala morgonpressen och läsning av lokal morgontidning	.07
Förtroende för Stockholms morgonpress och läsning av DN/SvD utanför Stockholm	.15
Förtroende för Stockholms morgonpress och läsning av DN/SvD i Stockholm	.08
Förtroende för kvällspressen och läsning av Aftonbladet/Expressen	.32
Förtroende för Sveriges Television och tittande på SVT	.16
Förtroende för TV4 och tittande på TV4	.33

Anm: Signifikans: .001-nivån.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 9. Förtroendet för medierna i olika grupper 1993 (procent)

Förtroende för lokalpressen									
	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	52	53	53	54	50	49	52	55	58
Litet	10	8	10	10	9	7	12	8	11
Varken-eller	38	39	38	36	42	44	37	38	31
Antal	889	863	135	299	319	352	252	221	173

	Utbildning			Social klass					
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ak	Eg.föret	
Stort	51	51	54	49	46	58	48	54	
Litet	9	9	9	9	16	7	10	13	
Varken-eller	40	40	37	42	39	35	43	33	
Antal	667	388	617	767	70	441	179	168	

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	47	54	55	50
Litet	12	9	9	8
Varken-eller	41	37	36	42
Antal	345	642	549	201

Förtroende för Stockholms morgonpress									
	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	27	28	19	32	28	27	31	25	25
Litet	21	15	20	14	16	16	20	25	25
Varken-eller	52	57	62	54	56	57	50	50	50
Antal	776	743	128	284	286	310	214	171	125

	Utbildning			Social klass					
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ak	Eg.föret	
Stort	17	26	39	18	16	34	52	31	
Litet	25	17	13	23	32	12	10	20	
Varken-eller	58	57	48	59	53	54	38	49	
Antal	535	335	582	651	57	387	170	150	

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	18	22	35	42
Litet	26	20	14	12
Varken-eller	57	58	51	46
Antal	292	542	484	190

Förtroende för kvällspressen

	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	14	16	20	21	16	14	10	11	11
Litet	50	45	43	45	44	48	50	51	54
Varken-eller	36	39	37	34	41	38	39	39	35
Antal	873	835	137	301	321	343	251	207	147

	Utbildning			Social klass					
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ak	Eg.föret	
Stort	17	16	10	22	9	7	6	15	
Litet	35	42	65	34	59	56	78	54	
Varken-eller	49	42	25	45	32	37	16	32	
Antal	636	374	620	748	59	436	177	165	

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	16	17	14	7
Litet	44	42	51	62
Varken-eller	41	41	35	31
Antal	327	621	545	202

Förtroende för Sveriges Television

	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	63	68	61	66	61	65	65	68	74
Litet	5	4	8	5	5	4	4	3	4
Varken-eller	32	28	31	30	34	31	31	29	21
Antal	910	884	140	304	322	353	260	231	183

	Utbildning			Social klass					
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ak	Eg.föret	
Stort	67	64	64	65	66	69	60	62	
Litet	4	2	7	5	3	3	8	6	
Varken-eller	29	34	30	30	31	28	32	32	
Antal	692	389	630	777	73	451	183	171	

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	64	66	67	61
Litet	5	4	6	5
Varken-eller	31	31	27	34
Antal	348	647	565	215

Förtroende för TV4									
	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	55	58	67	65	54	58	53	48	47
Litet	7	9	6	7	7	8	8	10	12
Varken-eller	38	33	27	29	39	34	38	42	41
Antal	884	847	140	304	316	344	253	218	154

	Utbildning			Social klass					
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ak	Eg.föret	
Stort	57	57	53	60	60	54	43	61	
Litet	6	5	12	6	8	8	18	9	
Varken-eller	37	38	35	35	32	38	39	31	
Antal	651	379	622	759	63	434	180	163	

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	59	57	57	45
Litet	10	6	9	12
Varken-eller	31	38	34	44
Antal	333	627	544	209

Förtroende för riksrådion									
	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	68	70	60	69	65	70	71	72	74
Litet	5	4	8	4	4	2	5	3	5
Varken-eller	27	26	32	27	31	28	25	25	21
Antal	898	863	139	303	320	351	255	222	170

	Utbildning			Social klass					
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ak	Eg.föret	
Stort	66	67	73	64	75	75	73	68	
Litet	6	2	4	5	3	1	3	9	
Varken-eller	29	30	23	31	23	24	24	23	
Antal	671	383	628	767	71	442	183	168	

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	66	69	72	65
Litet	5	4	4	4
Varken-eller	29	29	24	31
Antal	344	636	558	207

Förtroende för P4									
	Genus		Ålder						
	Män	Kvinnor	1	2	3	4	5	6	7
Stort	47	46	40	41	39	51	49	54	51
Litet	12	10	12	11	13	7	11	12	11
Varken-eller	41	44	48	48	48	41	40	34	38
Antal	885	847	138	300	314	346	248	221	164

	Utbildning			Social klass				
	Låg	Medel	Hög	Arb	Jordb	Tjm	H.tjm/ok	Eg.föret
Stort	58	44	35	52	55	43	20	47
Litet	8	11	14	10	14	8	18	16
Varken-eller	34	46	51	38	31	49	62	37
Antal	664	380	610	760	65	438	177	163

	Boendeort			
	Ren landsbygd	Mindre tätort	Större tätort	Storstad
Stort	50	49	45	31
Litet	10	9	12	15
Varken-eller	40	42	43	54
Antal	335	626	548	206

Ålder 1=15-19 år, 2=20-29 år, 3=30-39 år, 4=40-49 år, 5=50-59 år, 6=60-69 år, 7=70-85 år.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 10. Förtroendet för den lokala morgonpressen i grupper med kontroll för läsning av lokal morgontidning 1993 (procent)

Förtroende	Icke-läsare			Läsare	
	Genus			Genus	
	Män	Kvinnor		Män	Kvinnor
Stort	26	33		56	55
Litet	25	20		8	7
Varken-eller	50	49		36	38
Balansvärde	+1	+14		+48	+48
Antal	121	101		768	762

Förtroende	Ålder			Ålder		
	15-30	31-60	61-80	15-30	31-60	61-80
Stort	37	23	21	57	53	59
Litet	18	22	38	8	7	7
Varken-eller	45	55	41	35	39	34
Balansvärde	+20	+1	-17	+49	+46	+52
Antal	91	100	291	377	812	342

Förtroende	Utbildning			Utbildning		
	Låg	Medel	Hög	Låg	Medel	Hög
Stort	22	30	32	56	54	56
Litet	26	24	18	7	7	8
Varken-eller	52	46	50	37	40	36
Balansvärde	-3	+7	+15	+49	+47	+48
Antal	90	461	74	577	342	543

Förtroende	Boendeort			Boendeort		
	Lands- bygd	Mindre tätort	Större tätort	Lands- bygd	Mindre tätort	Större tätort
Stort	26	29	29	51	57	59
Litet	33	21	14	8	7	8
Varken-eller	42	51	57	41	36	33
Balansvärde	-7	+8	+16	+43	+50	+50
Antal	55	77	58	290	565	491

Förtroende	Social klass		Social klass	
	Arbetare	Tjänstemän	Arbetare	Tjänstemän
Stort	26	31	54	60
Litet	23	9	6	6
Varken-eller	52	59	40	34
Balansvärde	+3	+22	+48	+54
Antal	132	321	635	409

Anm: Med icke-läsare avses personer som uppger att de inte regelbundet läser någon lokal morgontidning; med läsare avses personer som uppger sådan läsning minst 1 g/veckan.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 11. Förtroendet för kvällspressen i grupper med kontroll för läsning av kvällstidning 1993 (procent)

Förtroende	Icke-läsare		Läsare	
	Genus		Genus	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Stort	4	6	21	25
Litet	71	61	34	30
Varken-eller	25	32	45	46
Balansvärde	-68	-55	-13	-6
Antal	379	395	489	437

Förtroende	Ålder			Ålder		
	15-30	31-60	61-80	15-30	31-60	61-80
Stort	7	6	1	28	19	25
Litet	66	66	66	30	33	35
Varken-eller	27	28	33	43	48	41
Balansvärde	-59	-60	-65	-2	-13	-10
Antal	191	401	183	281	496	147

Förtroende	Utbildning			Utbildning		
	Låg	Medel	Hög	Låg	Medel	Hög
Stort	7	4	3	24	24	18
Litet	50	62	82	23	30	45
Varken-eller	43	34	15	53	47	37
Balansvärde	-43	-58	-79	+1	-7	-28
Antal	270	145	332	362	226	287

Förtroende	Boendeort		Boendeort	
	Utanför storstad	Storstad	Utanför storstad	Storstad
Stort	6	2	23	13
Litet	64	83	31	40
Varken-eller	31	15	45	46
Balansvärde	-58	-81	-8	-27
Antal	667	104	819	97

Förtroende	Social klass			Social klass		
	Arb.	Tjm.	H. tjm.	Arb.	Tjm.	H. tjm.
Stort	10	2	-	29	12	16
Litet	53	72	89	22	41	57
Varken-eller	37	27	11	49	47	26
Balansvärde	-43	-70	-89	+7	-29	-41
Antal	281	214	116	464	221	61

Anm: Med icke-läsare avses personer som uppger att de sällan eller aldrig läser någon kvällstidning; med läsare avses personer som uppger läsning av minst en kvällstidning minst 1 dag/veckan.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 12. Förtroendet för Sveriges Television i grupper med kontroll för titande på Kanal 1 och TV2 1993 (medelvärden för Kanal 1 och TV2; procent)

Förtroende	Icke-tittare		Tittare	
	Genus		Genus	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Stort	45	58	66	69
Litet	15	7	4	3
Varken-eller	41	35	30	28
Balansvärde	+31	+51	+63	+66
Antal	114	129	787	736

Förtroende	Ålder			Ålder		
	15-30	31-60	61-80	15-30	31-60	61-80
Stort	51	52		66	67	72
Litet	16	6		3	4	3
Varken-eller	33	42		31	30	25
Balansvärde	+36	+46		+62	+62	+69
Antal	85	143	(14)	387	762	369

Förtroende	Utbildning			Utbildning		
	Låg	Medel	Hög	Låg	Medel	Hög
Stort	49	56	49	69	66	66
Litet	11	6	12	3	2	6
Varken-eller	40	38	39	28	33	28
Balansvärde	+38	+49	+37	+66	+64	+60
Antal	80	62	93	596	322	527

Förtroende	Social klass			Social klass		
	Arb.	Tjm.	H. tjm.	Arb.	Tjm.	H. tjm.
Stort	55	52	42	68	71	62
Litet	10	8	9	4	3	8
Varken-eller	36	40	51	29	27	29
Balansvärde	+45	+44	+33	+64	+68	+55
Antal	135	49!	23!	637	399	156

Anm: Med icke-tittare avses personer som uppger att de tittar på SVT 2 ggr/veckan eller mindre; med tittare avses personer som uppger att de tittar 3 ggr/veckan eller mer.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 13. Förtroendet för TV4 i grupper med kontroll för tittande på TV4 1993 (procent)

Förtroende	Icke-tittare		Tittare	
	Genus		Genus	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Stort	32	36	60	64
Litet	18	25	4	5
Varken-eller	50	40	36	31
Balansvärde	+14	+11	+56	+59
Antal	161	157	704	669

Förtroende	Ålder			Ålder		
	15-30	31-60	61-80	15-30	31-60	61-80
Stort	37	36	26	67	62	53
Litet	25	19	27	5	4	7
Varken-eller	39	46	47	28	34	41
Balansvärde	+12	+17	-1	+63	+58	+46
Antal	49!	195	74	422	686	262

Förtroende	Utbildning			Utbildning		
	Låg	Medel	Hög	Låg	Medel	Hög
Stort	37	38	28	61	61	62
Litet	14	16	28	5	3	6
Varken-eller	49	46	44	34	36	32
Balansvärde	+22	+22	+1	+57	+58	+55
Antal	98	63	148	535	311	462

Förtroende	Boendeort				Boendeort			
	Lands- bygd	Mindre tätort	Större tätort	Stor- stad	Lands- bygd	Mindre tätort	Större tätort	Stor- stad
Stort	31	39	36	21	66	60	62	57
Litet	24	11	28	27	7	5	4	4
Varken-eller	45	50	36	52	28	35	34	38
Balansvärde	+7	+28	+8	-6	+59	+55	+58	+53
Antal	58	106	91	62	267	508	442	141

Förtroende	Social klass			Social klass		
	Arb.	Tjm.	H. tjm.	Arb.	Tjm.	H. tjm.
Stort	40	26	26	64	62	49
Litet	17	22	30	4	4	14
Varken-eller	43	52	44	33	34	37
Balansvärde	+24	+4	-4	+60	+58	+36
Antal	114	96	50	627	335	126

Anm: Med icke-tittare avses personer som uppger att de tittar på TV4 2 ggr/veckan eller mindre; med tittare avses personer som uppger att de tittar 3 ggr/veckan eller mer.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 14. Förtroendet för P4 i grupper med kontroll för lyssnande på lokalnyheter 1993 (procent)

Förtroende	Icke-tittare		Tittare	
	Genus		Genus	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Stort	33	25	55	55
Litet	18	17	8	7
Varken-eller	50	59	37	38
Balansvärde	+15	+8	+46	+48
Antal	269	237	579	568

Förtroende	Ålder			Ålder		
	15-30	31-60	61-80	15-30	31-60	61-80
Stort	31	30	19	49	54	62
Litet	15	17	25	8	7	8
Varken-eller	54	53	56	42	39	30
Balansvärde	+16	+12	-6	+41	+47	+54
Antal	217	297	63	241	633	272

Förtroende	Utbildning			Utbildning		
	Låg	Medel	Hög	Låg	Medel	Hög
Stort	36	34	24	63	49	45
Litet	18	17	17	6	8	12
Varken-eller	46	49	59	31	44	43
Balansvärde	+18	+16	+6	+57	+41	+34
Antal	125	98	225	504	270	329

Förtroende	Boendeort				Boendeort			
	Lands- bygd	Mindre tätort	Större tätort	Stor- stad	Lands- bygd	Mindre tätort	Större tätort	Stor- stad
Stort	26	32	33	11	60	57	53	42
Litet	16	17	19	14	8	6	8	13
Varken-eller	58	52	48	75	32	37	40	45
Balansvärde	+10	+15	+14	-3	+52	+51	+45	+29
Antal	87	186	164	65	233	417	356	131

Förtroende	Social klass			Social klass			
	Arb.	Tjm.	H. tjm.	Arb.	Tjm.	H. tjm.	
Stort		34	29	10	60	50	32
Litet		18	14	18	6	6	16
Varken-eller		48	57	73	34	45	52
Balansvärde		+17	+16	-8	+54	+44	+15
Antal		212	123	74	514	301	92

Anm: Med icke-lyssnare avses personer som uppger att de lyssnar till lokalnyheterna mer sällan eller aldrig; med lyssnare avses personer som uppger att de lyssnar minst 1 g/veckan.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 15. Förtroendet för Sveriges Television (SVT) och TV4 efter generellt titande på olika programtyper 1993 (procent)

	I stort sett allt	Konsumtionsvolym		Inget/nästan inget alls
		Ganska mycket	Inte särskilt mycket	
Förtroende för Sveriges Television				
<i>Underhållning</i>				
Stort	74	67	65	52
Litet	–	3	5	15
Varken-eller	26	30	30	33
Antal	80	965	629	103
<i>Nyheter</i>				
Stort	78	66	53	*
Litet	3	4	9	*
Varken-eller	19	30	38	*
Antal	295	1186	286	28
<i>Dokumentär/samhälle</i>				
Stort	70	68	65	46
Litet	3	3	5	13
Varken-eller	27	29	30	42
Antal	99	877	679	120
<i>Sport</i>				
Stort	71	66	62	66
Litet	3	4	5	6
Varken-eller	26	30	33	28
Antal	214	530	588	451
<i>Kultur</i>				
Stort	*	69	66	61
Litet	*	4	4	6
Varken-eller	*	27	31	33
Antal	43	455	855	424
<i>Djur/natur</i>				
Stort	71	65	64	59
Litet	5	3	5	9
Varken-eller	24	31	30	31
Antal	236	933	503	118

Förtroende för TV4

<i>Underhållning</i>				
Stort	66	61	52	40
Litet	3	5	11	26
Varken-eller	32	35	38	34
Antal	76	938	610	96
<i>Nyheter</i>				
Stort	62	57	53	*
Litet	7	7	9	*
Varken-eller	31	36	38	*
Antal	269	1155	282	28
<i>Dokumentär/samhälle</i>				
Stort	60	56	58	47
Litet	9	8	8	10
Varken-eller	31	36	35	43
Antal	91	854	661	113
<i>Sport</i>				
Stort	68	56	54	54
Litet	4	6	10	10
Varken-eller	28	39	36	36
Antal	203	522	566	432
<i>Kultur</i>				
Stort	*	50	57	63
Litet	*	12	7	6
Varken-eller	*	39	37	32
Antal	38	439	832	412
<i>Djur/natur</i>				
Stort	58	57	56	51
Litet	8	7	8	11
Varken-eller	34	36	36	38
Antal	219	905	491	116

* Antalet svarspersoner >50.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 16. Förtroendet för den lokala morgonpressen efter bedömning av egenskaper hos läst lokal morgontidning 1990 (procent)

Förtroende	Stämmer med läst lokal tidning		
	Mycket bra	Ganska bra	Inte särskilt/ inte alls bra
<i>Innehåller lokala nyheter</i>			
Stort	77	62	42
Litet	3	3	11
Varken-eller	20	35	48
Antal	439	494	86
<i>Bevakar de stora politiska händelserna</i>			
Stort	80	67	40
Litet	4	2	15
Varken-eller	16	32	46
Antal	265	618	114
<i>Skriver trovärdigt och sakligt</i>			
Stort	80	69	37
Litet	3	3	12
Varken-eller	18	28	51
Antal	204	676	122
<i>Är partipolitiskt obunden</i>			
Stort	78	68	63
Litet	7	3	5
Varken-eller	16	29	32
Antal	102	492	355

Källa: SOM-undersökningen 1990.

Tabell 17. Förtroendet för medieinstitutionerna 1986-1993 (procent)

	1986	1989	1990	1991	1992	1993
<i>Dagspressinstitutionen</i>						
Mycket stort förtroende	2	3	3	3	4	2
Ganska stort förtroende	27	39	33	27	38	27
Varken stort eller litet förtroende	52	44	45	44	43	47
Ganska litet förtroende	16	12	15	19	12	19
Mycket litet förtroende	3	2	4	7	3	5
Antal svars personer	1411	1481	1520	1494	1681	1640
<i>Radio/TV-institutionen</i>						
Mycket stort förtroende	8	8	9	6	10	6
Ganska stort förtroende	46	48	44	46	50	47
Varken stort eller litet förtroende	38	37	39	38	33	40
Ganska litet förtroende	6	6	7	9	5	7
Mycket litet förtroende	2	1	2	1	2	1
Antal svars personer	1431	1483	1523	1508	1695	1643

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 18. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter genus 1986-1993 (procent).

Förtroende	1986		1989		1990		1991		1992		1993	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
Stort	27	31	43	41	37	35	30	30	42	41	26	33
Litet	19	19	15	13	20	18	28	24	15	15	25	23
V/e	53	50	42	46	43	47	42	47	42	44	49	44
Balans	+8	+12	+28	+28	+17	+17	+3	+6	+27	+26	+1	+10
Antal	721	690	716	765	751	752	735	683	893	784	816	824

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 19. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter ålder 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986						1989					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Stort	31	28	28	29	26	33	50	47	36	42	40	42
Litet	19	21	22	21	16	17	13	11	12	14	19	15
V/e	51	52	50	51	58	50	37	42	52	43	41	43
Balans	+12	+7	+6	+8	+10	+16	+36	+35	+24	+28	+21	+27
Antal	151	252	237	263	214	294	119	264	277	300	213	306
Förtroende	1990						1991					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Stort	42	40	34	35	33	34	37	31	29	29	31	27
Litet	15	17	20	18	19	22	23	23	30	26	26	29
V/e	43	43	46	47	47	45	40	46	42	45	43	44
Balans	+27	+24	+15	+17	+14	+12	+14	+8	-1	+4	+5	-2
Antal	127	270	257	303	211	317	133	261	261	301	208	325
Förtroende	1992						1993					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Stort	50	44	37	37	42	44	35	33	26	29	28	29
Litet	11	13	19	18	12	15	20	20	26	24	26	25
V/e	39	42	44	45	46	41	45	47	48	47	46	46
Balans	+39	+31	+18	+19	+30	+29	+14	+13	0	+5	+2	+4
Antal	130	300	272	361	254	343	133	288	300	331	254	334

Anm: 1=15-19 år, 2=20-29 år, 3=30-39 år, 4=40-49 år, 5=50-59 år, 6=60-75 år.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 20. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter utbildning 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986			1989			1990		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
Stort	27	29	39	38	45	45	33	35	39
Litet	19	19	18	16	12	13	20	18	18
V/e	54	52	43	46	43	42	47	48	43
Balans	+8	+10	+20	+22	+33	+32	+13	+17	+22
Antal	663	494	186	618	374	479	604	367	509

Förtroende	1991			1992			1993		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
Stort	29	27	32	41	40	44	27	29	32
Litet	25	24	30	15	16	15	22	22	27
V/e	46	49	38	45	44	41	51	49	41
Balans	+4	+3	+3	+26	+24	+30	+5	+7	+5
Antal	603	409	457	628	452	593	609	366	586

Anm: L=låg, M=medelhög, H=hög.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 21. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter boendeort 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986				1989			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Stort	27	29	27	36	35	40	47	45
Litet	25	20	17	14	18	14	13	13
V/e	48	51	56	50	47	46	41	42
Balans	+2	+9	+11	+23	+17	+27	+34	+32
Antal	267	545	417	176	280	481	489	221

Förtroende	1990				1991			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Stort	32	33	36	50	25	29	31	39
Litet	24	19	17	13	28	27	25	26
V/e	45	49	46	37	47	45	44	35
Balans	+8	+14	+19	+37	-3	+2	+5	+12
Antal	282	536	490	188	291	546	466	174

Förtroende	1992				1993			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Stort	37	43	42	44	28	26	33	33
Litet	18	15	13	14	21	24	25	25
V/e	45	42	45	42	51	50	42	42
Balans	+19	+28	+28	+29	+7	+2	+8	+8
Antal	306	626	539	202	317	610	509	187

Anm: 1=landsbygd, 2=mindre tätort, 3=större tätort, 4=storstad.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 22. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter genus 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986		1989		1990		1991		1992		1993	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
Stort	52	57	57	56	53	52	50	55	59	61	53	53
Litet	9	6	9	6	10	7	11	9	8	5	8	7
V/e	40	37	35	38	37	41	39	36	32	34	39	40
Balans	+43	+51	+48	+50	+44	+45	+40	+45	+51	+55	+44	+46
Antal	732	699	720	763	754	752	743	690	896	794	816	827

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 23. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter ålder 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986						1989					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Stort	61	51	51	52	56	57	63	55	57	60	47	57
Litet	5	10	9	8	6	7	5	8	6	4	11	8
V/e	34	39	40	41	38	36	32	38	37	36	41	35
Balans	+57	+42	+42	+44	+50	+50	+58	+47	+51	+56	+36	+48
Antal	153	252	235	266	217	308	118	264	277	302	211	308
Förtroende	1990						1991					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Stort	66	57	51	48	53	49	65	59	47	51	49	47
Litet	6	6	8	9	7	12	7	8	12	11	12	12
V/e	28	37	41	43	40	39	28	33	41	38	39	41
Balans	+61	+51	+43	+39	+46	+37	+59	+51	+35	+40	+37	+35
Antal	127	269	256	303	209	325	136	259	261	302	207	338
Förtroende	1992						1993					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Stort	72	65	51	57	60	60	55	60	47	51	50	55
Litet	2	5	8	8	8	9	5	7	10	6	8	9
V/e	25	30	42	36	32	32	40	33	43	43	42	37
Balans	+70	+60	+43	+49	+53	+51	+50	+54	+37	+45	+42	+46
Antal	130	301	275	362	254	349	133	287	299	331	254	332

Anm: 1=15-19 år, 2=20-29 år, 3=30-39 år, 4=40-49 år, 5=50-59 år, 6=60-75 år.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 24. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter utbildning 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986			1989			1990		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
Stort	58	51	50	58	57	55	53	55	50
Litet	5	9	11	6	8	8	8	8	9
V/e	37	40	40	37	35	37	38	36	42
Balans	+52	+42	+39	+52	+49	+47	+45	+47	+41
Antal	673	501	186	621	375	477	607	370	507

Förtroende	1991			1992			1993		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
Stort	53	53	49	62	60	58	55	51	50
Litet	10	9	13	7	6	7	6	5	11
V/e	37	38	38	32	34	34	37	44	39
Balans	+43	+45	+37	+55	+53	+51	+49	+46	+39
Antal	611	407	460	639	451	596	612	369	582

Anm: L=låg, M=medelhög, H=hög.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 25. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter boendeort 1986-1993 (procent)

Förtroende	1986				1989			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Stort	53	54	56	53	56	58	56	54
Litet	8	7	7	10	10	6	5	10
V/e	40	39	37	37	34	36	39	36
Balans	+45	+47	+50	+43	+46	+52	+51	+44
Antal	265	555	427	179	282	484	489	218

Förtroende	1990				1991			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Stort	53	51	55	50	52	53	52	50
Litet	11	7	8	8	11	8	11	15
V/e	36	42	37	42	37	39	37	35
Balans	+42	+44	+46	+42	+42	+45	+41	+35
Antal	283	538	492	187	293	558	463	176

Förtroende	1992				1993			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Stort	57	65	57	57	52	55	54	43
Litet	7	6	7	8	8	6	7	16
V/e	36	29	36	35	40	40	39	41
Balans	+50	+59	+50	+50	+44	+49	+48	+26
Antal	312	630	541	202	316	608	511	190

Anm: 1=landsbygd, 2=mindre tätort, 3=större tätort, 4=storstad.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 26. Sambandet mellan förtroendet för medierna som enskilda medietyper och förtroendet för medierna på institutionsnivå 1990 och 1993 (Pearsons r)

	1990	1993
Korrelationer med dagspressinstitutionen		
Den lokala morgonpressen	.37	.42
Stockholms morgonpress	.37	.29
Kvällspressen	.34	.36
Korrelationer med radio/TV-institutionen		
Sveriges Television	.61	.56
TV4	*	.47
Riksradien	.47	.39
Lokalradien/P4	.33	.32

* Ingår ej i undersökningen.

Anm: Samtliga korrelationer är signifikanta på .001-nivån.

Källa: SOM-undersökningarna 1990 och 1993 (riks).

Tabell 27. Medieinstitutionernas förtroendepublik 1993 (procent)

	Institutionsförtroende							
	Stort båda	Stort rtv litet dags	Litet båda	Sto dags v/e rtv	Stort rtv v/e dags	Litet dags v/e rtv	V/e båda	Alla
Genus								
Män	44	55	51	42	56	52	50	51
Kvinnor	56	45	49	58	44	48	50	49
Antal	402	101	89	66	349	195	381	1618
Ålder								
14-19	10	7	5	11	8	8	8	8
20-29	20	14	11	17	23	17	13	18
30-39	16	19	25	18	16	18	21	18
40-49	19	23	20	23	19	19	23	20
50-59	15	18	18	15	14	16	17	16
60-75	21	21	21	17	21	21	18	20
Antal	402	102	89	66	349	197	381	1622
Utbildning								
Låg	39	48	31	23	42	31	44	39
Medel	23	21	15	25	24	25	26	24
Hög	39	31	54	53	35	44	30	37
Antal	382	98	83	61	328	191	365	1544
Boendeort								
Landsbygd	19	19	20	12	19	15	23	19
Mindre tätort	34	43	29	30	43	40	38	38
Större tätort	36	32	29	33	28	34	29	31
Storstad	10	6	23	24	9	11	10	12
Antal	396	100	87	66	348	194	378	1605

Anm: Kombinationerna stort förtroende dagspress/litet förtroende radio/TV samt varken stort eller litet förtroende dagspress/litet förtroende radio/TV utgår ur redovisningen pga att underlaget är för litet (<30).

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 28. Förtroendet för medieinstitutionerna efter genus, utbildning och boendeort med kontroll för ålder 1986-1993 (balansmått)

a. Genus

	15-29 år		30-49 år		50-75 år	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
<i>Dagspressinstitutionen</i>						
1986	+5	+14	+7	+7	+11	+17
Antal	210	193	249	251	262	246
1989	+36	+35	+22	+30	+29	+20
Antal	196	187	251	304	269	274
1990	+27	+23	+14	+17	+13	+12
Antal	200	195	272	282	265	258
1991	+11	+12	0	+15	0	+4
Antal	179	190	277	255	277	238
1992	+31	+36	+16	+22	+36	+22
Antal	212	217	341	292	332	265
1993	+9	+20	-5	+9	0	+6
Antal	234	187	315	316	267	321
<i>Radio/TV-institutionen</i>						
1986	+47	+48	+42	+44	+41	+59
Antal	212	193	251	250	269	256
1989	+51	+51	+49	+56	+45	+44
Antal	196	186	252	304	272	273
1990	+55	+54	+40	+42	+41	+40
Antal	200	194	272	281	268	261
1991	+60	+54	+36	+41	+31	+43
Antal	179	191	277	257	285	242
1992	+63	+63	+43	+40	+51	+53
Antal	212	218	341	296	334	269
1993	+53	+52	+37	+46	+46	+43
Antal	234	186	312	318	270	323

b. Utbildning

	15-29 år			30-49 år			50-75 år		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
<i>Dagspressinstitutionen</i>									
1986	+11	+7	+15	+4	+9	+19	+10	+20	+28
Antal	100	258	40!	229	157	100	334	79	46!
1989	+23	+41	+36	+21	+31	+29	+23	+26	+32
Antal	71	128	180	210	126	217	337	120	82
1990	+16	+22	+29	+22	+13	+12	+6	+15	+30
Antal	75	129	188	212	119	223	311	114	97
1991	+1	+8	+15	+10	+1	-7	+1	0	+1
Antal	84	138	166	209	147	202	308	123	88
1992	+32	+29	+36	+22	+13	+20	+27	+27	+39
Antal	78	137	214	219	151	262	326	157	112
1993	+6	+8	+18	+6	+5	-1	+4	+7	-6
Antal	62	107	223	218	142	244	329	117	119
<i>Radio/TV-institutionen</i>									
1986	+59	+45	+33	+48	+39	+40	+53	+37	+42
Antal	98	262	40!	231	158	98	344	81	48!
1989	+50	+51	+50	+52	+56	+52	+51	+38	+24
Antal	70	129	179	212	126	216	339	120	82
1990	+52	+53	+56	+50	+46	+30	+41	+41	+39
Antal	75	129	187	212	119	222	314	117	97
1991	+49	+58	+53	+44	+40	+32	+40	+35	+16
Antal	84	137	168	209	146	203	316	123	88
1992	+71	+61	+62	+51	+46	+44	+54	+52	+46
Antal	77	137	216	224	150	262	332	156	113
1993	+44	+60	+50	+46	+43	+35	+52	+36	+28
Antal	62	107	222	216	142	244	334	120	116

c. Boendeort

	15-29 år				30-49 år				50-75 år			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<i>Dagspressinstitutionen</i>												
1986	+2	+11	+6	+17	-4	+5	+11	+29	+7	+14	+13	+22
Antal	64	176	113	481	90	216	141	52	113	153	163	76
1989	+20	+37	+41	+41	+12	+26	+33	+31	+20	+19	+31	+29
Antal	69	134	130	471	103	186	169	95	108	161	190	79
1990	+13	+28	+22	+42	+13	+11	+18	+33	0	+5	+18	+37
Antal	77	145	132	431	96	212	182	69	106	173	173	75
1991	+5	+21	-2	+9	-1	-6	+13	+3	-9	-5	+2	+26
Antal	60	158	128	451	112	207	168	70	118	179	168	59
1992	+29	+32	+37	+39	+12	+26	+15	+19	+21	+25	+37	+33
Antal	75	178	119	56	119	227	205	80	110	213	209	63
1993	+26	+5	+11	+28	+10	-4	+7	+4	-8	+7	+8	-2
Antal	69	168	132	461	131	243	177	73	117	199	200	68
<i>Radio/TV-institutionen</i>												
1986	+57	+49	+54	+40	+33	+43	+50	+42	+47	+51	+52	+52
Antal	63	179	114	471	91	214	142	53	111	162	171	79
1989	+46	+51	+51	+52	+52	+53	+55	+51	+40	+53	+46	+30
Antal	70	134	129	461	103	187	170	94	109	163	190	78
1990	+49	+53	+61	+48	+44	+45	+39	+26	+35	+36	+43	+53
Antal	77	145	132	421	96	212	181	69	107	175	176	75
1991	+50	+60	+52	+45	+41	+38	+41	+31	+39	+39	+31	+32
Antal	60	161	126	451	111	208	168	71	121	187	167	60
1992	+61	+66	+61	+61	+43	+54	+44	+38	+49	+58	+48	+53
Antal	75	178	119	57	121	228	206	80	114	215	210	62
1993	+51	+56	+50	+46	+43	+43	+48	+19	+42	+51	+46	+21
Antal	69	167	119	461	132	239	178	74	115	202	201	70

Anm: 1=landsbygd, 2=mindre tätort, 3=större tätort, 4=storstad.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 29. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter regelbundenheten i tidningsläsning 1993 (procent)

	Läsning morgontidning dagar/vecka			
	<1	1-3	4-5	6-7
Stort	25	26	27	31
Litet	30	24	30	22
Varken-eller	45	50	42	47
Antal	188	160	206	1086

	Läsning kvällstidning dagar/vecka ¹				
	Aldrig	Mer sällan	1-2	3-5	6-7
Stort	26	25	32	28	40
Litet	28	26	23	23	19
Varken-eller	46	49	46	47	41
Antal	234	521	411	247	218

1. Om svarspersonen regelbundet läser fler kvällstidningar avses läsning av den kvällstidning som läses oftast.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 30. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter regelbundenheten i TV-tittande och radiolyssnande 1994 (procent)

	Tittande på SVT gånger/vecka				
	Dagl	5-6	3-4	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	57	51	47	51	44
Litet	5	7	11	7	11
Varken-eller	39	41	41	43	45
Antal	714	306	244	150	56

	Tittande på TV3 gånger/vecka				
	Dagl	5-6	3-4	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	56	53	54	50	47
Litet	6	7	8	10	7
Varken-eller	38	40	38	40	46
Antal	199	117	168	184	189

	Tittande på TV4 gånger/vecka				
	Dagl	5-6	3-4	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	55	52	51	48	47
Litet	5	6	8	10	7
Varken-eller	40	42	40	42	46
Antal	610	299	282	163	85

	Lyssnande på P1 gånger/vecka			
	Dagl	3-6	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	47	52	46	55
Litet	7	11	9	6
Varken-eller	46	37	45	40
Antal	252	114	110	970

	Lyssnande på P2 gånger/vecka			
	Dagl	3-6	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	45	49	52	53
Litet	12	8	9	6
Varken-eller	43	43	40	41
Antal	60	74	101	1186

	Lyssnande på P3 gånger/vecka			
	Dagl	3-6	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	56	47	52	54
Litet	8	7	8	6
Varken-eller	36	46	41	41
Antal	235	330	222	656

	Lyssnande på P4 gånger/vecka			
	Dagl	3-6	1-2	Mer sällan/aldrig
Stort	54	50	50	54
Litet	6	8	8	7
Varken-eller	40	42	42	39
Antal	492	341	187	449

Källa: SOM-undersökningen 1994 (riks).

Tabell 31. Förtroendet för medieinstitutionerna efter åsikt om viktigheten av att få nyheter om aktuella händelser i Sverige och utlandet 1993: Antal svarspersoner

Nyhetsområde	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
<i>Dagspressinstitutionen</i>				
Sverige ¹	409	730	412	79
Norden exkl. Sv.	191	955	406	80
Europa ²	196	871	464	100
Övriga världen ³	274	798	450	109
<i>Radio/TV-institutionen</i>				
Sverige ¹	410	732	410	79
Norden exkl. Sv.	193	956	403	80
Europa ²	198	872	464	98
Övriga världen ³	277	799	449	108

1. Medelvärde för Stockholmsområdet, Göteborgsområdet och Norrland.

2. Medelvärde för Estland, Litauen, Polen, Tyskland och Storbritannien.

3. Medelvärde för Mellanöstern och Israel, Ryssland, Indien, Japan samt USA.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 32. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter åsikt om viktigheten av att få nyheter om aktuella händelser i Sverige och utlandet med kontroll för läsning av morgontidning 1993 (balansmått)

Nyhetsområde	Läsare		Icke-läsare	
	Inte viktigt	Viktigt	Inte viktigt	Viktigt
Sverige ¹	+12	+6	+1	-19
Norden exkl. Sv.	+13	+1	-2	-13
Europa ²	+13	+3	+1	-16
Övriga världen ³	+14	0	-3	-10
Medelvärde samtliga områden	+13	+2	-1	-14

1. Medelvärde för Stockholmsområdet, Göteborgsområdet och Norrland.

2. Medelvärde för Estland, Litauen, Polen, Tyskland och Storbritannien.

3. Medelvärde för Mellanöstern och Israel, Ryssland, Indien, Japan samt USA.

Anm: Med läsare avses personer som uppger att de läser morgontidning regelbundet 6-7 dagar/veckan, med icke-läsare personer som uppger att de läser morgontidning 2 dagar/veckan eller mindre. "Viktigt" omfattar svarsalternativen mycket och ganska viktigt, "inte viktigt" omfattar svarsalternativen inte särskilt viktigt och inte alls viktigt.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 33. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter åsikt om viktigheten av att få nyheter om aktuella händelser i Sverige och utlandet med kontroll för lyssnande på Dagens Eko 1993 (balansmått)

Nyhetsområde	Lyssnare		Icke-lyssnare	
	Inte viktigt	Viktigt	Inte viktigt	Viktigt
Sverige ¹	+49	+42	+42	+37
Norden exkl. Sv.	+48	+46	+44	+34
Europa ²	+49	+44	+44	+35
Övriga världen ³	+49	+44	+43	+36
Medelvärde samtliga områden	+49	+44	+44	+36

1. Medelvärde för Stockholmsområdet, Göteborgsområdet och Norrland.

2. Medelvärde för Estland, Litauen, Polen, Tyskland och Storbritannien.

3. Medelvärde för Mellanöstern och Israel, Ryssland, Indien, Japan samt USA.

Anm: Med lyssnare avses personer som uppger att de lyssnar på Dagens Eko i riksradiation minst 5 ggr/veckan, med icke-lyssnare personer som uppger att de lyssnar mer sällan eller aldrig. "Viktigt" omfattar svarsalternativen mycket och ganska viktigt, "inte viktigt" omfattar svarsalternativen inte särskilt viktigt och inte alls viktigt.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 34. Förtroendet för radio/TV-institutionen efter åsikt om viktigheten av att få nyheter om aktuella händelser i Sverige och utlandet med kontroll för tittande på Aktuellt i Kanal 1 och Rapport i TV2 1993 (balansmått, medelvärde för båda programmen)

Nyhetsområde	Tittare		Icke-tittare	
	Inte viktigt	Viktigt	Inte viktigt	Viktigt
Sverige ¹	+50	+41	+47	+31
Norden exkl. Sv.	+51	+40	+44	+37
Europa ²	+50	+45	+46	+33
Övriga världen ³	+49	+44	+43	+34
Medelvärde samtliga områden	+50	+43	+45	+34

1. Medelvärde för Stockholmsområdet, Göteborgsområdet och Norrland.

2. Medelvärde för Estland, Litauen, Polen, Tyskland och Storbritannien.

3. Medelvärde för Mellanöstern och Israel, Ryssland, Indien, Japan samt USA.

Anm: Med tittare avses personer som uppger att de tittar på Aktuellt/Rapport minst 5 ggr/veckan, med icke-tittare personer som uppger att de tittar mer sällan eller aldrig. "Viktigt" omfattar svarsalternativen mycket och ganska viktigt, "inte viktigt" omfattar svarsalternativen inte särskilt viktigt och inte alls viktigt.

Källa: SOM-undersökningen 1993 (riks).

Tabell 35. Förtroendet för medieinstitutionerna efter åsikt om medier och journalistik 1989: Antal svarspersoner

Påstående	Instämmer helt	Instämmer delvis	Delvis motsatt åsikt	Helt motsatt åsikt
<i>Dagspressinstitutionen</i>				
Massmedierna ger i regel en riktig bild av vilka stämningar och åsikter som finns hos vanligt folk	51	649	532	120
Journalister är i allmänhet mycket skickliga på att bedöma vad publiken är intresserad av	168	844	290	53
Många journalister är medvetet ute efter att skapa misstro mot politiker	377	649	195	57
Massmedierna tar ofta upp väsentliga frågor som gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden	411	758	123	31
<i>Radio/TV-institutionen</i>				
Massmedierna ger i regel en riktig bild av vilka stämningar och åsikter som finns hos vanligt folk	53	649	529	119
Journalister är i allmänhet mycket skickliga på att bedöma vad publiken är intresserad av	169	841	291	52
Massmedierna tar ofta upp väsentliga frågor som gör politikerna uppmärksamma på eftersatta områden	411	758	124	30
Många journalister är medvetet ute efter att skapa misstro mot politiker	378	647	196	56

Källa: SOM-undersökningen 1989.

Tabell 36. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter åsikt om hur läst morgontidning följer de pressetiska reglerna 1989: Antal svarspersoner

Etisk regel	Åsikt om hur väl regeln följs		
	Mycket väl	Ganska väl	Inte särskilt väl
Ge korrekta nyheter	188	915	250
Respektera personlig integritet	194	662	435
Inte döma någon ohörd	182	672	414
Ge plats åt bemötanden	132	793	375
Vara försiktig med namn	227	720	344
Vara varsam med bilder	171	843	275

Källa: SOM-undersökningen 1989.

Tabell 37. Förtroendet för medieinstitutionerna efter åsikt om förekomst av missvisande eller felaktiga uppgifter i olika medier 1986: Antal svarspersoner

	Förekomst av missvisande uppgifter		
	I stor utsträckning	I mindre utsträckning	Inte alls
<i>Dagspressinstitutionen</i>			
Lokaltidningar	293	872	139
Kvällstidningar	812	384	56
<i>Radio/TV-institutionen</i>			
TV-nyheter	142	781	397
Radionyheter	97	767	431

Källa: SOM-undersökningen 1986.

Tabell 38. Förtroendet för dagspressinstitutionen efter åsikt om läst morgontidning visar sina politiska åsikter på nyhetssidorna 1986 (balansmått)

Åsikt	Balansvärde	Antal svarspersoner
Ja, i mycket hög grad	+7	550
Ja, i mindre grad	+14	565
Nej, inte alls	+14	355

Källa: SOM-undersökningen 1991.

Tabell 39. Förtroendet för elva samhällsinstitutioner 1986-1993 (procent)

a. Total fördelning över alla svarsalternativ

		Mycket stort	Ganska stort	Varken stort eller litet	Ganska litet	Mycket litet	Antal
1986	Regeringen	15	38	33	10	5	1446
	Polisen	15	50	26	8	3	1444
	Sjukvården	27	49	17	5	2	1455
	Försvaret	8	30	36	17	9	1420
	Riksdagen	10	37	38	10	4	1421
	Bankerna	21	47	26	5	1	1435
	Dagspressen	2	27	52	16	3	1411
	De fackliga org	6	24	37	21	13	1420
	Radio/TV	8	46	38	6	2	1431
	Grundskolan	7	38	34	16	5	1417
	Storföretagen	5	27	45	16	8	1418
1989	Regeringen	5	24	40	19	11	1496
	Polisen	13	51	25	8	4	1494
	Sjukvården	26	47	19	6	2	1493
	Försvaret	8	31	38	16	7	1482
	Riksdagen	6	31	41	16	6	1483
	Bankerna	11	43	32	11	3	1483
	Dagspressen	3	39	44	12	2	1481
	De fackliga org	4	22	37	22	15	1477
	Radio/TV	8	48	37	6	1	1483
	Grundskolan	10	43	31	13	3	1481
	Storföretagen	5	28	45	15	7	1481
1990	Regeringen	4	17	32	28	20	1535
	Polisen	11	48	29	10	4	1536
	Sjukvården	21	47	20	9	3	1537
	Försvaret	8	28	41	15	9	1520
	Riksdagen	4	21	39	22	14	1522
	Bankerna	13	44	31	8	3	1525
	Dagspressen	3	33	45	15	4	1520
	De fackliga org	3	16	40	26	17	1519
	Radio/TV	9	44	39	7	2	1523
	Grundskolan	7	39	37	13	5	1520
	Storföretagen	6	28	48	13	6	1518
1991	Regeringen	4	26	36	21	14	1520
	Polisen	11	48	27	11	4	1530
	Sjukvården	20	47	20	10	3	1520
	Försvaret	7	25	41	17	11	1507
	Riksdagen	4	27	41	19	9	1502
	Bankerna	6	26	34	24	11	1518
	Dagspressen	3	27	44	19	7	1494
	De fackliga org	3	18	35	27	18	1488
	Radio/TV	6	46	38	9	1	1508
	Grundskolan	7	37	36	15	5	1496
	Storföretagen	3	23	44	21	9	1497

1992	Regeringen	4	21	32	25	19	1701
	Polisen	11	50	27	9	3	1702
	Sjukvården	25	52	16	6	2	1705
	Försvaret	6	24	42	18	11	1680
	Riksdagen	3	21	41	23	12	1684
	Bankerna	3	16	26	30	25	1695
	Dagspressen	4	38	43	12	3	1681
	De fackliga org	4	19	35	26	16	1680
	Radio/TV	10	50	33	5	2	1695
	Grundskolan	9	43	34	11	3	1689
	Storföretagen	3	22	44	21	12	1689
1993	Regeringen	3	18	31	25	23	1658
	Polisen	11	51	28	8	3	1659
	Sjukvården	22	53	18	5	2	1661
	Försvaret	7	27	43	16	8	1640
	Riksdagen	2	18	46	22	13	1645
	Bankerna	3	15	28	32	22	1653
	Dagspressen	2	27	47	19	5	1640
	De fackliga org	3	18	39	25	15	1639
	Radio/TV	6	47	40	7	1	1643
	Grundskolan	7	43	38	9	3	1634
	Storföretagen	3	22	47	20	9	1638

b. Andelar stort och litet förtroende samt balansvärden

	Stort	Litet	Balansmätt	
1986	Regeringen	53	15	+38
	Polisen	64	10	+54
	Sjukvården	76	7	+69
	Försvaret	38	25	+13
	Riksdagen	48	14	+34
	Bankerna	68	6	+62
	Dagspressen	29	19	+10
	De fackliga org	29	34	-5
	Radio/TV	54	8	+47
	Grundskolan	45	21	+24
Storföretagen	32	23	+8	
1989	Regeringen	29	30	-1
	Polisen	64	11	+53
	Sjukvården	73	8	+65
	Försvaret	39	23	+16
	Riksdagen	37	23	+14
	Bankerna	53	15	+39
	Dagspressen	42	14	+28
	De fackliga org	27	36	-10
	Radio/TV	56	7	+49
	Grundskolan	53	16	+37
Storföretagen	33	22	+11	

1990	Regeringen	20	47	-27
	Polisen	58	13	+45
	Sjukvården	68	12	+56
	Försvaret	36	23	+13
	Riksdagen	25	36	-11
	Bankerna	58	11	+46
	Dagspressen	36	19	+17
	De fackliga org	18	42	-24
	Radio/TV	52	8	+44
	Grundskolan	46	17	+29
Storföretagen	34	19	+15	
1991	Regeringen	30	35	-5
	Polisen	58	14	+44
	Sjukvården	67	13	+54
	Försvaret	31	28	+3
	Riksdagen	31	28	+3
	Bankerna	32	34	-2
	Dagspressen	30	26	+3
	De fackliga org	21	45	-24
	Radio/TV	52	11	+41
	Grundskolan	44	20	+24
Storföretagen	25	31	-5	
1992	Regeringen	24	44	-20
	Polisen	61	12	+49
	Sjukvården	76	8	+69
	Försvaret	29	29	0
	Riksdagen	24	35	-11
	Bankerna	19	55	-36
	Dagspressen	42	15	+26
	De fackliga org	23	42	-20
	Radio/TV	60	7	+53
	Grundskolan	52	14	+38
Storföretagen	24	32	-8	
1993	Regeringen	21	48	-27
	Polisen	61	11	+51
	Sjukvården	75	7	+68
	Försvaret	33	24	+9
	Riksdagen	20	35	-15
	Bankerna	17	55	-37
	Dagspressen	30	24	+6
	De fackliga org	21	40	-19
	Radio/TV	53	8	+45
	Grundskolan	50	12	+38
Storföretagen	25	28	-3	

Anm: Balansmättet utgörs av andelen stort förtroende minus andelen litet förtroende.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 40. Samhällsförtroendet: standardavvikelse 1986-1993

	1986	1989	1990	1991	1992	1993	Medelvärde
Regeringen	1.01	1.04	1.09	1.07	1.11	1.11	1.07
De fackliga org	1.08	1.07	1.02	1.06	1.07	1.03	1.06
Försvaret	1.06	1.03	1.03	1.06	1.04	1.01	1.04
Bankerna	.86	.94	.92	1.07	1.11	1.07	1.00
Riksdagen	.94	.97	1.04	.99	1.00	.96	.98
Storföretagen	.96	.95	.92	.95	.98	.93	.95
Sjukvården	.91	.92	.98	1.00	.90	.87	.93
Grundskolan	.97	.94	.94	.96	.91	.86	.93
Polisen	.90	.93	.92	.95	.90	.89	.92
Dagspressen	.80	.81	.86	.93	.84	.87	.85
Radio/TV	.79	.77	.82	.79	.80	.76	.79

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 41. Intensiteten i samhällsförtroendet 1989-1993

	1986	1989	1990	1991	1992	1993	Medelvärde
Regeringen	.30	.27	.35	.28	.34	.38	.32
Sjukvården	.35	.35	.30	.29	.32	.29	.32
De fackliga org	.30	.30	.33	.32	.31	.30	.31
Bankerna	.30	.21	.23	.26	.38	.35	.29
Försvaret	.27	.24	.29	.31	.29	.26	.28
Riksdagen	.23	.20	.30	.22	.25	.28	.25
Storföretagen	.24	.22	.23	.21	.27	.23	.23
Polisen	.24	.23	.21	.21	.19	.19	.21
Grundskolan	.18	.19	.19	.19	.18	.16	.18
Radio/TV	.16	.14	.18	.11	.19	.12	.15
Dagspressen	.10	.09	.13	.18	.12	.13	.13

Anm: Intensiteten utgörs av kvoten mellan den sammanlagda andelen mycket stort och mycket litet förtroende och den sammanlagda andelen stort och litet förtroende.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993.

Tabell 42. Förtroendet för samhällsinstitutioner: korrelationer 1986-1993 (Pearsons r)

1986

	Reg	Polis	Sjukv	Försv	Riksdag	Bank
Regeringen	–					
Polisen	.29	–				
Sjukvården	.23	.36	–			
Försvaret	.19	.43	.29	–		
Riksdagen	.68	.35	.26	.36	–	
Bankerna	.10	.31	.22	.29	.22	–
Dagspressen	.24	.22	.19	.23	.31	.23
De fackl org	.51	.21	.22	.19	.44	.10
Radio/TV	.29	.27	.23	.18	.31	.23
Grundskolan	.25	.27	.27	.25	.30	.23
Storföretagen	.04 ²	.18	.15	.23	.12	.30

	Dagspr	Fack	Radio/TV	Grundsk
Dagspressen	–			
De fackl org	.28	–		
Radio/TV		.41	.33	–
Grundskolan	.21	.32	.32	–
Storföretagen	.25	.01 ²	.15	.24

Minsta parvisa antal: 1391

1989

	Reg	Polis	Sjukv	Försv	Riksdag	Bank
Regeringen	–					
Polisen	.20	–				
Sjukvården	.22	.29	–			
Försvaret	.11	.34	.24	–		
Riksdagen	.68	.22	.22	.21	–	
Bankerna	.08 ¹	.24	.15	.26	.17	–
Dagspressen	.12	.14	.08	.16	.18	.30
De fackl org	.43	.21	.23	.13	.38	.14
Radio/TV	.15	.16	.18	.16	.15	.17
Grundskolan	.25	.23	.30	.21	.23	.15
Storföretagen	-.01 ²	.19	.04 ²	.29	.11	.37

	Dagspr	Fack	Radio/TV	Grundsk
Dagspressen	–			
De fackl org	.25	–		
Radio/TV		.32	.27	–
Grundskolan	.13	.30	.28	–
Storföretagen	.31	.05 ²	.13	.16

Minsta parvisa antal: 1466

1990

	Reg	Polis	Sjukv	Försvar	Riksdag	Bank
Regeringen	–					
Polisen	.31	–				
Sjukvården	.23	.36	–			
Försvaret	.22	.40	.29	–		
Riksdagen	.73	.35	.24	.37	–	
Bankerna	.19	.30	.19	.27	.28	–
Dagspressen	.15	.20	.12	.22	.24	.28
De fackl org	.43	.23	.22	.23	.41	.22
Radio/TV	.19	.23	.23	.23	.25	.29
Grundskolan	.26	.29	.35	.25	.29	.22
Storföretagen	.07 ¹	.19	.08 ¹	.27	.19	.30

	Dagspr	Fack	Radio/TV	Grundsk
Dagspressen	–			
De fackl org	.28	–		
Radio/TV	.42	.31	–	
Grundskolan	.19	.29	.37	–
Storföretagen	.26	.01 ²	.21	.23

Minsta parvisa antal: 1510

1991

	Reg	Polis	Sjukv	Försvar	Riksdag	Bank
Regeringen	–					
Polisen	.30	–				
Sjukvården	.16	.40	–			
Försvaret	.25	.38	.29	–		
Riksdagen	.68	.31	.22	.29	–	
Bankerna	.23	.31	.27	.28	.27	–
Dagspressen	.17	.19	.14	.21	.21	.28
De fackl org	.07 ¹	.20	.29	.18	.29	.21
Radio/TV	.13	.23	.18	.14	.23	.25
Grundskolan	.10	.25	.37	.20	.20	.25
Storföretagen	.33	.18	.08	.21	.26	.28

	Dagspr	Fack	Radio/TV	Grundsk
Dagspressen	–			
De fackl org	.24	–		
Radio/TV	.43	.27	–	
Grundskolan	.18	.28	.34	–
Storföretagen	.25	-.00 ²	.20	.18

Minsta parvisa antal: 1474

1992

	Reg	Polis	Sjukv	Försvar	Riksdag	Bank
Regeringen	-					
Polisen	.23	-				
Sjukvården	.03 ²	.32	-			
Försvaret	.30	.36	.21	-		
Riksdagen	.61	.29	.18	.32	-	
Bankerna	.22	.25	.19	.27	.26	-
Dagspressen	.16	.18	.13	.15	.20	.20
De fackl org	-.08	.20	.22	.12	.19	.21
Radio/TV	.03 ²	.20	.17	.15	.16	.16
Grundskolan	.05 ²	.23	.23	.20	.19	.20
Storföretagen	.38	.14	.09	.24	.29	.27
		Dagspr	Fack	Radio/TV	Grundsk	
Dagspressen		-				
De fackl org		.25	-			
Radio/TV		.43	.27	-		
Grundskolan		.18	.25	.29	-	
Storföretagen		.17	.00 ²	.11	.19	

Minsta parvisa antal: 1661

1993

	Reg	Polis	Sjukv	Försvar	Riksdag	Bank
Regeringen	-					
Polisen	.26	-				
Sjukvården	.12	.35	-			
Försvaret	.28	.32	.25	-		
Riksdagen	.61	.31	.22	.33	-	
Bankerna	.25	.25	.19	.26	.27	-
Dagspressen	.12	.17	.14	.14	.19	.22
De fackl org	-.12	.16	.18	.10	.17	.17
Radio/TV	.01 ²	.20	.17	.14	.14	.15
Grundskolan	.09	.24	.29	.18	.21	.17
Storföretagen	.39	.21	.16	.26	.32	.30
		Dagspr	Fack	Radio/TV	Grundsk	
Dagspressen		-				
De fackl org		.25				
Radio/TV		.48	.26	-		
Grundskolan		.20	.18	.30	-	
Storföretagen		.17	-.02 ²	.14	.22	

Minsta parvisa antal: 1618

Anm: Signifikans: .001-nivån utom ¹ (.01-nivån) och ² (>.01-nivån).

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 43. Förtroendet för samhällsinstitutionerna 1986-1993: principalkomponentanalys, oblimin (faktorladdningar)

1986

	Faktor			
	1	2	3	4
Regeringen	.91	-.08	-.02	-.06
Riksdagen	.85	.16	-.04	-.01
De fackliga org	.66	-.20	.28	.05
Storföretagen	-.09	.81	.18	-.17
Bankerna	-.01	.64	.09	.15
Försvaret	.25	.50	-.23	.34
Radio/TV	.11	.03	.74	.15
Dagspressen	.09	.26	.70	.00
Sjukvården	-.10	-.12	.17	.90
Polisen	.20	.27	-.10	.58
Procent förklarad varians	34	14	10	8

1989

	Faktor			
	1	2	3	4
Regeringen	.92	-.07	-.00	-.05
Riksdagen	.89	.12	.01	-.10
De fackliga org	.52	-.11	.08	.42
Storföretagen	-.01	.82	-.01	.01
Bankerna	.04	.68	.12	.08
Sjukvården	.02	-.23	.78	.16
Polisen	.07	.16	.68	-.03
Försvaret	-.01	.39	.59	-.10
Radio/TV	-.06	-.02	.13	.84
Dagspressen	.06	.45	-.16	.62
Procent förklarad varians	29	16	11	10

1990

	Faktor			
	1	2	3	4
Sjukvården	.87	.09	-.06	.23
Polisen	.69	-.13	.02	-.14
Försvaret	.56	-.12	.03	-.35
Regeringen	-.00	-.94	.07	.05
Riksdagen	.04	-.89	.03	-.15
Dagspressen	-.09	.02	-.79	-.17
Radio/TV	.11	.06	-.79	.01
De fackliga org	.04	-.48	-.48	.33
Storföretagen	-.03	-.02	-.11	-.85
Bankerna	-.16	-.08	-.33	-.43
Procent förklarad varians	34	14	11	9

1991

	Faktor			
	1	2	3	4
Sjukvården	.76	.06	-.04	-.27
Polisen	.73	-.10	-.03	-.01
Försvaret	.70	-.06	-.06	.14
Bankerna	.50	.03	.31	.22
Regeringen	-.01	-.92	-.09	.12
Riksdagen	.02	-.91	.04	-.14
Radio/TV	-.04	.01	.82	-.10
Dagspressen	-.02	.00	.81	.08
De fackliga org	.15	-.16	.40	-.67
Storföretagen	.11	-.20	.29	.66
Procent förklarad varians	32	13	11	10

1992

	Faktor			
	1	2	3	4
Regeringen	.87	-.03	.09	.11
Riksdagen	.80	.14	-.17	-.05
Radio/TV	.02	.81	.01	-.02
Dagspressen	.11	.81	.13	.12
De fackliga org	-.15	.49	-.42	-.06
Sjukvården	-.11	-.00	-.75	.07
Polisen	.30	.04	-.66	-.04
Försvaret	.34	-.08	-.46	.22
Bankerna	-.15	.05	-.24	.78
Storföretagen	.19	.04	.20	.75
Procent förklarad varians	29	15	11	9

1993

	Faktor			
	1	2	3	4
Riksdagen	.88	-.05	.02	.23
Regeringen	.85	-.09	-.02	-.18
Storföretagen	.42	.29	.11	-.42
Bankerna	.38	.20	.19	.06
Dagspressen	.07	.85	-.12	.06
Radio/TV	-.17	.84	.08	.03
Sjukvården	-.18	-.02	.87	.04
Polisen	.09	-.02	.72	.03
Försvaret	.24	.02	.52	-.08
De fackliga org	.13	.16	.07	.89
Procent förklarad varians	30	15	11	8

Anm: Grundskolan är inte inkluderad i faktormatriserna.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 44. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter genus 1986-1993
(balansmått)

Förtroende	1986		1989		1990		1991		1992		1993	
	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K	M	K
Regeringen	+34	+41	-1	-2	-28	-26	-4	-5	-20	-19	-31	-23
Polisen	+47	+62	+47	+59	+41	+49	+36	+53	+41	+58	+46	+55
Sjukvården	+70	+68	+68	+62	+57	+55	+54	+54	+69	+68	+69	+67
Försvaret	+6	+21	+14	+18	+13	+12	-4	+12	-5	+6	+9	+10
Riksdagen	+28	+39	+14	+14	-13	-8	+2	+8	-14	-7	-18	-12
Bankerna	+57	+67	+32	+45	+43	+51	-10	+6	-43	-27	-47	-28
Dagspressen	+8	+12	+28	+28	+17	+17	+3	+6	+27	+26	+1	+10
De fackl org	-12	+2	-14	-6	-30	-18	-29	-16	-28	-10	-24	-13
Radio/TV	+43	+51	+48	+50	+44	+45	+40	+45	+51	+55	+44	+46
Grundskolan	+21	+27	+33	+40	+25	+32	+20	+31	+37	+40	+37	+39
Storföretagen	+13	+2	+17	+5	+22	+8	0	-10	-3	-14	+5	-11
Minsta antal svarspersoner	721	690	716	761	750	748	735	673	890	781	813	819

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 45. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter ålder 1986-1993 (balansmått)

Förtroende	1986						1989					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Regeringen	+25	+29	+38	+39	+51	+42	-17	-9	+2	-3	-1	+10
Polisen	+36	+39	+47	+58	+66	+69	+37	+47	+53	+61	+41	+65
Sjukvården	+62	+68	+65	+67	+68	+80	+67	+63	+61	+66	+63	+69
Försvaret	+11	-2	-3	+23	+20	+27	+38	+3	+5	+19	+12	+29
Riksdagen	+26	+26	+27	+38	+41	+39	-1	+5	+16	+14	+14	+24
Bankerna	+57	+61	+48	+62	+69	+71	+65	+43	+31	+31	+39	+40
Dagspressen	+12	+7	+6	+8	+10	+16	+36	+35	+24	+28	+21	+27
De fackl org	+7	-8	-13	-10	-6	+1	+13	-17	-14	-11	-18	-2
Radio/TV	+57	+42	+42	+44	+50	+50	+58	+47	+51	+56	+36	+48
Grundskolan	+24	+22	+20	+26	+23	+27	+31	+29	+36	+50	+24	+42
Storföretagen	+11	+9	+4	+6	+10	+10	+18	+19	+9	+7	+9	+9
Minsta antal svarspersoner	151	252	235	263	212	294	118	263	275	300	211	304
Förtroende	1990						1991					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Regeringen	-38	-35	-27	-27	-27	-16	-2	-13	-8	-6	+4	-1
Polisen	+41	+45	+46	+47	+47	+45	+41	+45	+40	+44	+44	+48
Sjukvården	+66	+55	+51	+55	+62	+56	+58	+55	+50	+49	+57	+57
Försvaret	+43	+1	+5	+8	+19	+19	+26	-8	-6	+6	+7	+4
Riksdagen	-24	-10	-17	-12	-3	-2	-3	-3	-4	+7	+6	+11
Bankerna	+63	+42	+40	+46	+55	+48	+15	+5	-12	-7	-4	-2
Dagspressen	+27	+24	+15	+17	+14	+12	+14	+8	-1	+4	+5	-2
De fackl org	-6	-26	-30	-32	-16	-19	-12	-26	-33	-28	-27	-15
Radio/TV	+61	+51	+43	+39	+46	+37	+59	+51	+35	+40	+37	+35
Grundskolan	+46	+21	+27	+28	+38	+24	+33	+24	+23	+26	+18	+25
Storföretagen	+20	+17	+16	+19	+14	+8	+6	-2	-7	-5	+4	-16
Minsta antal svarspersoner	125	267	256	303	208	317	131	257	261	301	206	319
Förtroende	1992						1993					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Regeringen	-30	-14	-26	-26	-15	-11	-29	-19	-39	-37	-23	-16
Polisen	+47	+52	+48	+45	+49	+55	+44	+56	+47	+49	+47	+57
Sjukvården	+81	+65	+64	+68	+68	+72	+73	+74	+61	+64	+69	+72
Försvaret	+31	-6	-8	-6	-5	+12	+24	+21	-1	+6	+4	+10
Riksdagen	-19	-3	-14	-13	-14	-7	-17	-12	-28	-19	-10	-5
Bankerna	-1	-30	-46	-50	-37	-31	-27	-32	-46	-42	-33	-37
Dagspressen	+39	+31	+18	+19	+30	+29	+14	+13	0	+5	+2	+4
De fackl org	-11	-18	-24	-24	-24	-13	0	-15	-28	-25	-19	-15
Radio/TV	+70	+60	+43	+49	+53	+51	+50	+54	+37	+45	+42	+46
Grundskolan	+48	+44	+33	+37	+37	+35	+48	+40	+41	+35	+41	+32
Storföretagen	+12	+9	-7	-16	-10	-22	+5	+13	-5	-8	-9	-10
Minsta antal svarspersoner	127	298	272	359	252	339	132	287	299	330	251	330

	Medelvärde 1986-1993					
	1	2	3	4	5	6
Regeringen	-15	-10	-10	-8	-2	+1
Polisen	+41	+47	+47	+51	+49	+57
Sjukvården	+68	+63	+59	+62	+65	+68
Försvaret	+29	+2	-1	+9	+10	+17
Riksdagen	-6	+1	-3	+3	+6	+10
Bankerna	+29	+15	+3	+7	+15	+14
Dagspressen	+24	+20	+10	+14	+14	+14
De fackl org	-2	-18	-24	-22	-18	-11
Radio/TV	+59	+51	+42	+46	+44	+45
Grundskolan	+38	+30	+30	+34	+30	+31
Storföretagen	+12	+11	+2	+1	+3	-4

Anm: 1=15-19 år, 2=20-29 år, 3=30-39 år, 4=40-49 år, 5=50-59 år, 6=60-75 år.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 46. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter utbildning 1986-1993 (balansmått)

Förtroende	1986			1989			1990		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
Regeringen	+42	+31	+40	+7	+10	-5	-22	-31	-31
Polisen	+57	+50	+51	+59	+51	+48	+45	+51	+41
Sjukvården	+70	+68	+70	+67	+66	+61	+60	+62	+49
Försvaret	+15	+11	+9	+21	+17	+8	+13	+12	+13
Riksdagen	+36	+30	+34	+17	+9	+15	-11	-16	-6
Bankerna	+65	+58	+59	+44	+34	+34	+45	+48	+48
Dagspressen	+8	+10	+20	+22	+33	+32	+13	+17	+22
De fackl org	+3	-11	-19	-3	-11	-19	-16	-19	-36
Radio/TV	+52	+42	+39	+52	+49	+47	+45	+47	+41
Grundskolan	+32	+18	+11	+47	+30	+29	+33	+30	+22
Storföretagen	0	+15	+21	+5	+9	+21	+6	+14	+26
Minsta antal svarspersoner	663	494	186	617	373	477	602	366	506
Förtroende	1991			1992			1993		
	L	M	H	L	M	H	L	M	H
Regeringen	-14	-3	+6	-39	-19	+1	-42	-28	-11
Polisen	+42	+46	+46	+45	+54	+50	+50	+55	+49
Sjukvården	+57	+57	+47	+68	+64	+73	+68	+64	+70
Försvaret	+4	+7	-1	-3	+4	0	+4	+12	+14
Riksdagen	-2	+3	+12	-28	-8	+5	-24	-18	-3
Bankerna	+4	+7	-18	-35	-28	-42	-37	-36	-40
Dagspressen	+4	+3	+3	+26	+24	+30	+5	+7	+5
De fackl org	-15	-27	-35	-15	-17	-26	-15	-21	-23
Radio/TV	+43	+45	+37	+55	+53	+51	+49	+46	+39
Grundskolan	+31	+24	+16	+40	+36	+37	+35	+41	+39
Storföretagen	-16	-2	+7	-25	-3	+6	-18	+3	+8
Minsta antal svarspersoner	598	404	457	624	450	594	599	364	582

Anm: L=låg, M=medel, H=hög.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 47. Förtroendet för samhällsinstitutionerna efter ideologisk orientering 1986-1993 (balansmått)

	1986			1989			1990		
	Vä	V/e	Hö	Vä	V/e	Hö	Vä	V/e	Hö
Regeringen	+75	+32	+6	+38	0	-35	+20	-29	-57
Polisen	+49	+56	+59	+47	+54	+57	+46	+44	+46
Sjukvården	+70	+67	+72	+72	+65	+59	+70	+58	+45
Försvaret	-3	+20	+21	+1	+17	+26	+8	+13	+16
Riksdagen	+53	+29	+18	+37	+12	-2	+18	-16	-23
Bankerna	+50	+62	+73	+24	+41	+49	+36	+47	+54
Dagspressen	+11	+8	+12	+26	+22	+37	+10	+17	+22
De fackl org	+31	-9	-40	+26	-12	-40	+13	-21	-51
Radio/TV	+52	+48	+41	+53	+50	+46	+46	+47	+41
Grundskolan	+31	+29	+11	+47	+38	+26	+40	+33	+15
Storföretagen	-17	+6	+36	-15	+4	+41	-8	+8	+40
Minsta antal svarspersoner	470	446	452	398	553	472	358	576	527
	1991			1992			1993		
	Vä	V/e	Hö	Vä	V/e	Hö	Vä	V/e	Hö
Regeringen	-29	-19	+25	-59	-28	-30	-70	-34	+30
Polisen	+41	+42	+49	+47	+49	+54	+43	+53	+56
Sjukvården	+67	+55	+41	+77	+68	+61	+71	+67	+68
Försvaret	-8	+4	+10	-14	-1	+16	-7	+14	+21
Riksdagen	+5	-10	+14	-20	-18	+6	-27	-20	+7
Bankerna	-8	-4	+1	-46	-30	-32	-49	-33	-30
Dagspressen	-1	+2	+9	+27	+22	+31	+8	+2	+7
De fackl org	+9	-23	-53	+18	-22	-54	+9	-17	-52
Radio/TV	+43	+40	+40	+60	+53	+47	+55	+44	+37
Grundskolan	+36	+30	+11	+45	+41	+27	+44	+35	+37
Storföretagen	-29	-9	+17	-32	-11	+19	-27	-7	+28
Minsta antal svarspersoner	441	441	561	522	595	525	543	571	486

Anm: Vä=vänster, V/e=varken vänster eller höger, Hö=höger.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Tabell 48. Förtroendet för medieinstitutionerna efter partisympati 1989, 1990, 1991, 1994 (balansmått)

	vpk/v	s	c	fp	m	kds	mp
<i>Dagspressinstitutionen</i>							
1989	+17	+29	+19	+35	+39	+14	+26
1990	-8	+16	+5	+27	+26	+8	+24
1991	-8	+1	+2	+17	+13	-13	+24
1994	+9	+15	+19	+34	+12	-2	+17
Minsta antal svars personer	63	372	97	124	295	42	50
<i>Radio/TV-institutionen</i>							
1989	+55	+59	+49	+54	+42	+31	+31
1990	+36	+50	+47	+45	+41	+37	+48
1991	+25	+48	+39	+59	+38	+24	+46
1994	+44	+55	+50	+54	+37	+32	+44
Minsta antal svars personer	64	375	97	126	295	42	50

Källa: SOM-undersökningarna 1989-1991, 1994 (riks).

Figurbilaga

Figur 1. Samhällsförtroendets demografiska bas 1986-1993

GENUS:

Polisen
Bankerna
Facket
(Försvaret)
(Grundskolan)
(Riksdagen)

Kvinnor högre
förtroende

Storföretagen

Män högre
förtroende

Regeringen
Sjukvården
Dagspressen
Radio/TV

Ingen större skillnad
mellan
genusgrupper

ÅLDER:

Regeringen
Riksdagen
Polisen

Yngre lägre
förtroende
Äldre högre
förtroende

Dagspressen
Radio/TV
Storföretagen
(Grundskolan)

Yngre högre
förtroende
Medelålders lägre
förtroende

Försvaret
Bankerna
Facket
Sjukvården

Yngre högre
förtroende
Medelålders lägre
förtroende
Äldre något högre
förtroende

UTBILDNING:

Storföretagen
Regeringen
Riksdagen
(Dagspressen)

Lågutb lägre
förtroende
Högutb högre
förtroende

Facket
Grundskolan
(Bankerna)
(Radio/TV)

Lågutb högre
förtroende
Högutb lägre
förtroende

Polisen
Sjukvården
Försvaret

Ingen större skillnad
mellan utbildnings-
grupperna

Anm: Figuren bygger på medelvärdena för perioden 1986-1993.

Källa: SOM-undersökningarna 1986, 1989-1993 (riks).

Göteborgsstudier i masskommunikation

Redaktör: Lennart Weibull

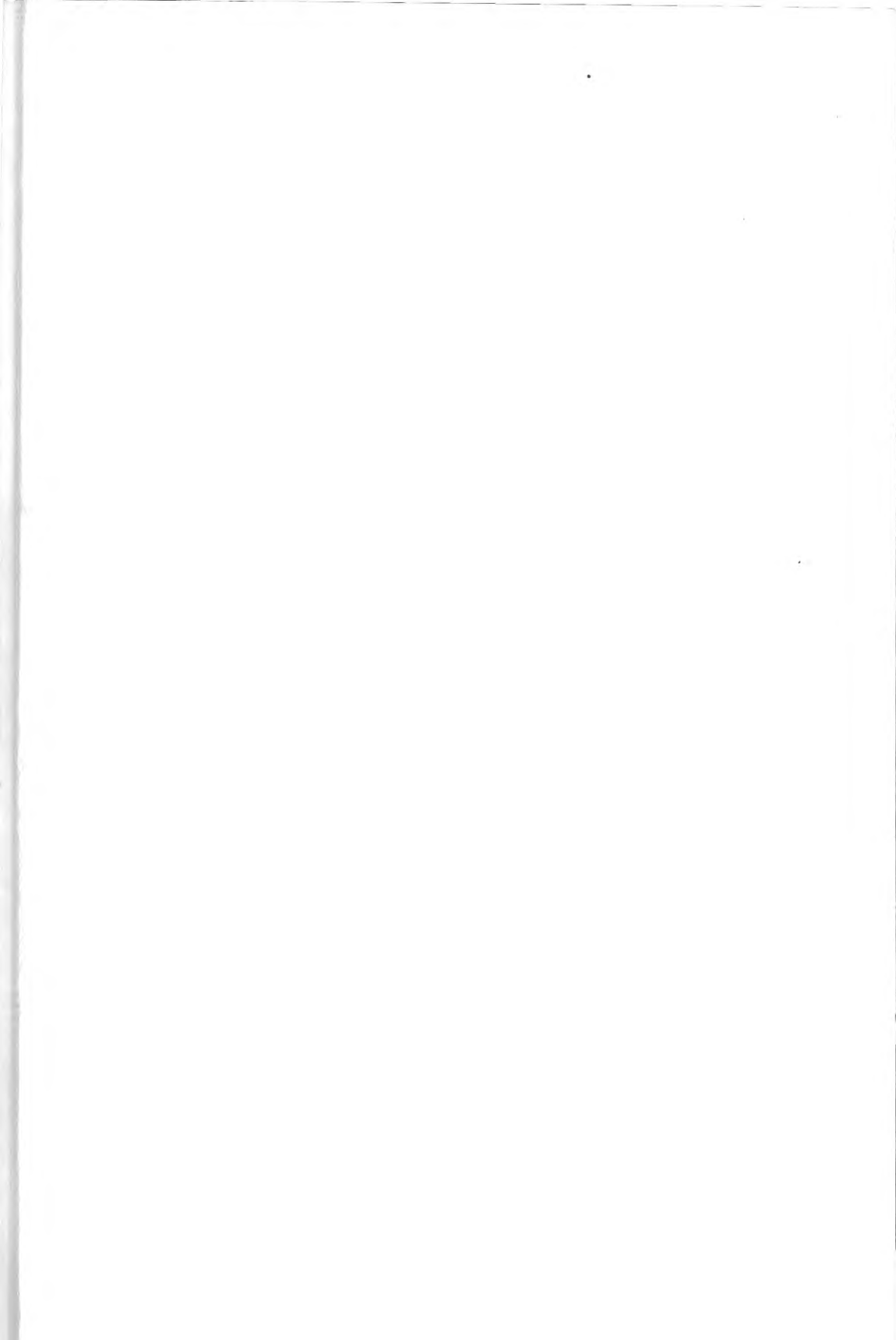
1. Burnett, Robert: *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1990
2. Wallis, Roger: *Internationalisation, Localisation & Integration*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1991

Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation

Redaktörer: Kent Asp och Lennart Weibull

3. Severinsson, Ronny: *Tidningar i konkurrens*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1994
4. Reimer, Bo: *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1994
5. Wallin, Ulf: *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1994
6. Weibull, Lennart och Charlotta Kratz (red.): *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1995
7. Borden, William: *Power Plays: A Comparison of Swedish and American Press Policies*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1995
8. Tassew, Admassu: *Reporting a Pandemic: A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Prestige Dailies*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1995
9. Djerf Pierre, Monika: *Gröna Nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetsändringar 1961-1994*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet 1996
10. Andersson Odén, Tomas: *Principer på pränt. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1996
11. Melin-Higgins, Margareta: *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1996
12. Elliot, Maria: *Förtroendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1997





Människors förtroende för massmedierna har kommit upp till diskussion i flera sammanhang, bland annat i samband med journalistisk etik, väljarnas syn på politiker och mediernas betydelse i ett demokratiskt statsskick. I **Förtroendet för medierna** belyses allmänhetens förtroende för TV, radio och dagspress mot bakgrund av dessa perspektiv, men också mot bakgrund av massmediernas roll i det senmoderna samhället.

Framställningen omfattar dels en teoretisk analys av begreppet medieförtroende, dels empiriska analyser av svenska allmänhetens förtroende under perioden 1986-1993. Resultaten visar bland annat att förtroende för medier i stor utsträckning handlar om sociokulturella värderingar. De empiriska analyserna visar också att förtroendet inte enbart baseras på människors egna medieerfarenheter utan också på andra föreställningar om medierna, till exempel synen på deras funktioner i samhället.

Maria Elliot undervisar i medie- och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs universitet.



JMG

Institutionen för
journalistik och masskommunikation
Göteborgs universitet

ISSN 1101-4652

ISBN 91-88212-15-7

Grafikerna i Kungälv AB 1997