

Arbetsrapport nr. 33

Synen på icke-fiktion i TV

Resultatredovisning

Åsa Nilsson

Lennart Weibull

Annette Hill

Arbetsrapport nr. 33

Synen på icke-fiktion i TV

Resultatredovisning

Åsa Nilsson

Lennart Weibull

Annette Hill

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation
Box 710, 405 30 GÖTEBORG
Telefon: 031-773 49 76 • Fax: 031-773 45 54
E-post: majken.johansson@jmg.gu.se
2005



ÅSIKTER OM TV I SVERIGE 2005.....	3
<i>...med fokus på fakta och icke-fiktio</i> n.....	3
SVENSKARNAS TITTARVANOR, KANALPREFERENSER OCH ÅSIKTER OM PROGRAMINNEHÅLL	5
<i>Huvudresultat</i>	5
<i>Kanalval och kanalattityder: i mycket en åldersfråga</i>	6
<i>Viktiga och mindre viktiga typer av faktaorienterade program</i>	7
<i>Tittande på olika typer av TV-program</i>	8
<i>Information mot underhållning</i>	9
<i>Televisionens opinionsbildande roll</i>	11
<i>Icke-fiktio</i> ns etik.....	11
<i>Reflexioner</i>	12
REFERENSER	13
BILAGA 1: RESULTAT I FIGURER OCH TABELLER	
BILAGA 2: METODDOKUMENTATION	
BILAGA 3: FORMULÄR	

Åsikter om TV i Sverige 2005

Föreliggande rapport redovisar kortfattat resultaten från studien ”Åsikter om TV i Sverige 2005”, en frågeundersökning om faktabaserade TV-program, riktad till 2 000 vuxna invånare i Sverige (16–80 år). Undersökningen utgör den svenska delen av ett större projekt om allmänhetens och TV-publikens attityder till verklighetsorienterade TV-program i Sverige, *Television Audiences and Factual and Reality Programming*, som har genomförts under ledning av professor Annette Hill, University of Westminster, London (Hill 2005; Hill, kommande; Hill m.fl. 2005).

Den svenska frågeundersökningen upprepar till stora delar en liknande undersökning utförd i Storbritannien. Frågorna rör olika typer av faktabaserade program (”factual programming”): hur viktiga är de, hur tar man del av dem, vilka krav ställs på dem, hur uppfattas innehållet? Faktabaserade program ges i undersökningen en mycket vid innebörd; härmed ska förstås all typ av icke-fiktion, från nyheter och samhällsprogram till livsstilsprogram och dokusåpor. Närmare uppgifter om undersökningens uppläggning och utfall redovisas i bilaga.

För undersökningens fältarbete, genomfört i samarbete med Kinnmark Information AB, svarar biträdande forskare Åsa Nilsson som tillsammans med professor Lennart Weibull svarar för innehållet i föreliggande rapport. Biträdande forskare Karin Mossberg har varit behjälplig med inkodning av svar på ett antal s.k. öppna frågor som ingick i enkäten. Undersökningen är genomförd med stöd från MMT Centre, Jönköping International Business School, vid Högskolan i Jönköping (professor Robert Picard).

...med fokus på fakta och icke-fiktion

Frågeundersökningen fokuserar tolv kategorier av icke-fiktiva programtyper (tablå 1). Dessa kategorier valdes ut för att i så hög grad som möjligt svara mot innehållskategorierna i den brittiska studien. I den första av enkätens frågor där programkategorierna nämndes följdes dessa av ett antal programexempel, hämtade från både SVT, TV4 och någon privat kanal, i syfte att undvika svar färgade av kanalkontext.

Tablå 1 De tolv programkategorier som fokuserades i enkäten

Nyheter

ex: *Rapport, Nyheterna, TV3 Nyheter*

Samhällsprogram/dokumentärer

ex: *Dokument utifrån, enskilda dokumentärer*

Undersökande journalistik

ex: *Uppdrag granskning, Kalla fakta, Insider*

Politiska debattprogram

ex: *Agenda, Debatt, Ekdal mot makten*

Talkshows

ex: *Sen kväll med Luuk, TV-huset, David Letterman show*

Konsumentprogram

ex: *Plus, Kontroll, Motorjournalen*

Naturprogram

ex: *Mitt i naturen, Farligt möte*

Dokumentära serier

ex: *Djursjukhuset, Barnsjukhuset, Veterinärerna*

Rekonstruktioner

ex: *Efterlyst, På liv och död*

Livsstilexperiment

ex: *Par på prov, Switched, Blind date*

Livsstilsprogram

ex: *Äntligen hemma, Solens mat, Roomservice, Fab 5, Gröna rum*

Dokusåpor

ex: *Big Brother, Farmen, Riket*

Svenskarnas tittarvanor, kanalpreferenser och åsikter om programinnehåll

Huvudresultat

Nyheter innehar en särställning hos den svenska TV-publiken: det är utan konkurrens den mest viktiga typen av faktaorienterade program och har också flest tittare på regelbunden basis. Det finns i övrigt en klar skiljelinje mellan hur svenskar ser på traditionella faktaprogram å ena sidan och livsstilsprogram, talkshows och dokusåpor å den andra. Detta gäller i högre grad synen på programmets viktighet än ifråga om tittarvanor. Yngre personer gör i sina viktighetsbedömningar en mindre åtskillnad mellan olika programtyper än äldre.

Individens mer generella kanalpreferenser slår igenom i såväl tittarvanor som bedömningar av icke-fiktionsprogram. SVT:s och TV4:s trogna tittare och de som är positiva till dessa kanaler ser i högre grad på nyheter, samhällsprogram och andra mer traditionella typer av faktaprogram. Det är också denna typ av program som anses ha högst informationsvärde. Dessa program anses också ge en bättre bild av verkligheten än andra icke-fiktionsprogram som livsstilsprogram, dokusåpor och talk shows.

Programtypen som bryter mot det generella mönstret längs dimensionerna viktighet, information/underhållning, kanalberoende och verklighetsförankring är politiska debattprogram. Dessa anses ge en relativt bristfällig bild av verkligheten samtidigt som de upplevs som informativa snarare än underhållande och anses utgöra en typ av program som är relativt viktig att visa i TV. I denna typ av program uppfattar också en relativt stor andel av befolkningen att medverkande "vanliga människor" förstår sig, samtidigt som det inte anses acceptabelt. Även i dokusåpor, talk shows och livsstilsprogram anses de medverkande förstå sig i tämligen hög grad, men det är i dessa sammanhang betydligt mer accepterat. En rimlig anledning till detta är att de till skillnad från nyhets- och samhällsprogram främst uppfattas som underhållning, vilket gör det mer oproblemiskt om programmen uppfattas som regisserade skådespel snarare än som fönster mot verkligheten.

Ifråga om verklighetsförankringen i faktaorienterade program mer allmänt framkommer hur uppfattningarna skiljer sig åt beroende på från vilka länder programmen kommer. Svenska program anses något mer verklighetsförankrade än program från övriga Norden, vilka i sin tur anses ge en bättre bild av verkligheten än program från Storbritannien, vilka i sin tur anses mer verklighetsförankrade jämfört med program från övriga Europa och än tydligare i relation till USA. Det finns dock en intressant åldersfaktor i sammanhanget i det att yngre allmänt är mer skeptiska oavsett programmets produktionsland.

Undersökningen visar att traditionella nyhets- och samhällsprogram uppfattas som viktigare för inläring och åsiktsbildning än icke-fiktionsprogram med inriktning på livsstil

och relationer. Unga anser emellertid oftare än äldre att de lär sig från de senare typerna av program.

Huvudtendensen är att oavsett vilka grupper av människor det gäller ställer TV-publiken generellt betydligt högre krav på att medverkande i nyhetsprogram behandlas på ett korrekt/rättvist sätt än medverkande i dokusåpor. Skillnaden är minst ifråga om kändisar, vilka liksom politiker och experter i minst utsträckning anses förtjäna ett korrekt bemötande i såväl nyheter som dokusåpor.

Kanalval och kanalattityder: i mycket en åldersfråga

SVT:s två huvudkanaler och TV4 har en särställning bland svenska folket: över 80 procent har som vana att titta på dessa kanaler minst tre dagar i veckan, att jämföra med ungefär hälften så stor andel som ser på TV3 och Kanal 5 (figur 1). Därefter följer Eurosport, TV4+ och ZTV med mellan 13 och 16 procent som tittar lika ofta, medan övriga kanaler ses av mindre än var tionde svensk. Även sett till dagligt tittande har SVT:s och TV4:s kanaler en överlägset stor publik: 60 respektive 48 procent jämfört med TV3 och Kanal 5:s knappa 20 procent. Resultaten speglar mycket väl dem från den nationella SOM-undersökningen 2004 (se metodbilagens figur 3). Det finns en tydlig åldersfaktor i kanalvanorna: inom gruppen 16–29-åringar tittar två tredjedelar på TV3 och Kanal 5 minst tre dagar i veckan men bara 50 procent på någon av SVT:s kanaler. ZTV har också en ung tittarprofil. TV4 har däremot en jämn tittarandel över åldersgrupperna (figur 2; jfr. tabell 3). Utbildning inverkar positivt på tittande på SVT:s kanaler och tvärtom negativt på tittande på andra kanaler än SVT, vilket framgår av tittarprofilen för SVT relativt andra tittargrupper (tabell 3). De som inte tittar regelbundet på någon kanal är yngre och mer välutbildade än andra (två faktorer som tenderar att hänga samman).

Mönstret för tittarvanor återspeglas i värderingarna av de olika svenska kanalerna (figur 4). SVT:s huvudkanaler och TV4 värderas mest positivt: cirka två tredjedelar har en åtminstone ganska positiv syn på dessa kanaler, att jämföra med cirka 30 procent för Kanal 5 och TV3. SVT:s två specialkanaler – Kunskapskanalen och SVT24 – är ungefär var femte ganska positivt inställd till, ZTV ungefär var tionde. Kännedom är dock en viktig faktor härvidlag; sett till enbart dem med en åsikt är skillnaden mellan kanaler betydligt mindre, även om ZTV fortfarande värderas förhållandevis lågt (figur 5). Ju mer man tittar på respektive kanal, desto positivare är man generellt (tabell 6). Ifråga om SVT och TV4 är emellertid även de som inte alls eller sällan tittar relativt ofta positiva; det gäller cirka var femte, vilket är en betydligt större andel jämfört med den motsvarande för de kommersiella kanalerna (ungefär en på tjugo).

Utöver tittarvanor framträder genom en faktoranalys tre mer kvalitetsrelaterade förklaringsfaktorer. Kanalbedömningarna för respektive kanal faller ut på ett sätt som kan tolkas i termer av underhållning, ”digitalservice” respektive ”public

service”, där de privata kanalerna laddar högt på den första, SVT:s nya kanaler på den andra och SVT1/SVT2 och TV4 på den tredje (tabell 7). Liksom beträffande tittarvanor slår också åldersfaktorn i det att unga bedömer de kommersiella kanalerna och i viss mån TV4 mer positivt än äldre, som Tvärtom värderar SVT:s kanaler högre (figur 8; jfr. tabell 9). I den grupp som ställer sig positiva till samtliga kanaler är kvinnor i klar majoritet, i övrigt syns inga könsskillnader. Högutbildade är överrepresenterade i gruppen positiva till både SVT och TV4 men inte till de kommersiella kanalerna, medan lågutbildade är överrepresenterade i gruppen som är negativ till SVT (tabell 9).

Viktiga och mindre viktiga typer av faktaorienterade program

Olika typer av TV-innehåll värderas som olika viktigt. Nyheter har i sammanhanget en särställning; 95 procent anser att det är mycket viktigt att nyhetsprogram visas i de svenska TV-kanalerna, ytterligare 4 procent svarar att det är ganska viktigt (figur 10). När det gäller de andra typer av icke-fiktionsprogram som ingick i frågebatteriet tycker drygt hälften att det är mycket viktigt att man visar debattprogram/dokumentärer och undersökande journalistik, omkring var tredje att man visar politiska debattprogram, konsumentprogram och naturprogram. I botten hamnar livsstilsprogram, dokusåpor, talkshows och rekonstruktioner, med några fåtal procent som anser det är mycket viktigt att detta visas. Dokumentära serier intar en mellanposition med 17 procent. Ser man till andelen som svarar åtminstone ganska viktigt försvinner nyheternas särställning, medan skiljelinjen mellan traditionella informationsorienterade program och nyare genrer med större underhållningsprägel förblir tydlig.

En faktoranalys av viktighetsbedömningen för respektive innehållskategori resulterar i dimensioner som pekar på betydelsen av ”kommunikativ form”. De genrer som bygger på en undersökande typ av journalistik kring samhällsorienterade ämnen faller ut i en första dimension, de som skildrar människors liv i ett inte sällan spekulativt syfte faller ut i en andra, medan dokumentära program inriktade på specifika ämnen bildar ytterligare en dimension och nyheter till sist faller ut i en egen trots att den i mycket delar den undersökande typ av journalistik som präglar den samhällsorienterade första gruppen – en följd av nyheternas särställning hos publikens viktighetsbedömning (tabell 11). Skillnaderna i bedömningar är förhållandevis små sett till kön och ålder. Men det finns ändå generella skillnader mellan ungas och gamlas värderingar i det att unga i högre grad anser mer moderna genrer som rekonstruktioner, talkshows, dokusåpor och livsstilsprogram vara viktigt TV-innehåll medan äldre tvärtom värderar konsumentprogram högre (figur 12).

Tidigare forskning har visat hur TV-kanalerna är nischade mot olika typer av innehåll (Nordström 2001). Våra resultat visar i likhet med tidigare studier att SVT generellt bedöms som bäst på nyheter och andra traditionella samhällsorienterade program och ämnesspecifika dokumentära program (figur 14). TV4 rankas som bäst ifråga om talkshows och livsstilsprogram, medan TV3 hamnar i topp för rekon-

struktioner och Kanal 5 för dokusåpor. SVT:s ställning som bäst på samhällsorienterade program och dokumentärer är egentligen endast hotad vad gäller dokumentära serier där TV4 får nästan lika många röster. Dokusåpor och livsstilsprogram är de genrer där konkurrensen mellan kanalerna är som störst.

Tittande på olika typer av TV-program

Precis som är fallet med värderingar av olika typer av icke-fiktionsprogram i TV har nyheter en särställning sett till tittarvanor. Nästan alla svenskar ser nyheter minst varje vecka (95 procent) (figur 15). Ifråga om andra samhällsorienterade genrer – som över lag värderas som relativt viktigt innehåll – är tittandet mer splittrat; samhällsprogram/dokumentärer och undersökande journalistik ser drygt hälften minst varje vecka, konsumentprogram cirka 40 procent, medan politiska debattprogram samlar knappt 30 procent. Andelen för naturprogram och dokumentära serier ligger på cirka 40 procent. Av programmen med generellt lägre viktighetsbedömning är livstilsprogram den typ som fångar flest tittare på veckobasis, 55 procent. Minst andel tittare har i jämförelse kategorin livsstilsexperiment, 10 procent. Dokusåpor, rekonstruktioner och talkshows samlar ungefär en fjärdedel.

Resultaten kring tittarmönster matchar väl resultat från den nationella SOM-undersökningen 2004 i de fall jämförelser kan göras (Nilsson & Weibull 2005). Störst differens mellan undersökningarna gäller kategorin ”naturprogram”, där andelen tittare minst varje vecka är 45 procent i denna studie att jämföra med SOM-undersökningens 64 procent, men där den senare frågar efter ”djur/natur”. I övrigt är tittarmönstret över olika programtyper mycket likt.

Genom jämförelser med den nationella SOM-undersökningen 2004 kan tittandet på icke-fiktivt TV-innehåll även relateras till fiktionsgenrer. Nyheter hamnar fortfarande i topp, men därefter placeras sig lättare underhållning och film vid en rangordning beträffande det veckoregelbundna tittandet (figur 16). Andelen tittare på samhällsprogram/dokumentärer respektive undersökande journalistik är i ungefär samma storleksordning som den för drama/serier respektive sport.

Olika programtyper visas olika ofta på TV, varför det kan finnas skäl att vidga tittarkriteriet till månadsfrekvens, särskilt med tanke på de hushåll som inte har tillgång till de kommersiella kanalerna. Nyheter hamnar då fortfarande i topp (98 procent), men försprånget till de andra programtyperna minskar väsentligt (figur 17). Dokusåpor är den kategori som får mest förändrad plats i rangordningen, från åttonde till elfte plats. Sett tvärtom till dagligt tittande intar dokusåpor andraplatsen efter nyheter relativt de andra kategorierna, sjätte plats om kriteriet är tittande minst flera gånger i veckan (figur 18). Det betyder att om erfarenheten av dokusåpor från månatligt tittande gäller en relativt liten andel av befolkningen, mindre än hälften, så är programtypen desto mer central i regelbundna tv-vanor. Tittande på dokusåpor är också tillsammans med tittande på livstilsprogram relativt utbrett i förhållande till

graden av viktighet som programtypen tillmäts (figur 19). I jämförelse är de samhällsorienterade program som av många bedöms som viktiga ett innehåll som inte många tittar på flera gånger i veckan. En rimlig orsak är att denna typ av program har karaktär av prestigeprogram, men resultaten kan även vara en konsekvens av ett mer begränsat utbud. Sambandet på individnivå mellan tittande och viktighetsbedömning blir också starkare om kravet sänks till tittande åtminstone någon gång per vecka (tabell 20).

Tittande på olika programtyper har en tydlig koppling till kanalval. De som tittar på samtliga kanaler tittar i större utsträckning på samtliga programtyper (tabell 21). Annars framkommer hur de som exklusivt tittar på SVT i högre grad ser på nyheter, samhällsprogram/dokumentärer, politiska debattprogram och naturprogram än de som inte tittar på SVT. De senare tittar tvärtom i relativt hög grad på dokusåpor, livsstilprogram, dokumentära serier, rekonstruktioner och talkshows. Mönstret är detsamma sett till kanalbedömningar (tabell 22). De svenska kanalerna är med andra ord tydligt publiknischade till sitt innehåll.

Information mot underhållning

En aspekt av programinnehållet som kan relateras till kanalprofilerna som framträtt ovan är graden av information kontra underhållning. Resultaten visar att ett programs viktighet i mycket ska förstås utifrån dess prägel av informationsförmedlare. I alla fall är det omvänt de programtyper som bedöms vara viktiga och där SVT har sin starkaste ställning som upplevs som mest informationsorienterade (figur 23; jfr. figur 10 och 14). De kategorier som upplevs som mindre viktiga och där särskilt Kanal 5 men också TV3 har starkast ställning är tvärtom de som upplevs som mest underhållningspräglade. Naturprogram upplevs av flertalet som en blandning i detta avseende, liksom dokumentära serier och rekonstruktioner, men också i viss mån livsstilsprogram. De dimensioner som faller ut i dessa uppfattningar kan beskrivas i termer av samhälle, livsstil, ”verklighetsinblickar” och relationer (tabell 24).

En aspekt av informationsorienterat innehåll är dess anspråk på att leverera någon typ av fakta. Relevant i det avseendet är i vilken mån TV-programmen upplevs ge en god eller felaktig bild av verkligheten. Beträffande de olika programkategorierna anser det stora flertalet respondenter att nyheterna, de samhällsorienterade programmen och de dokumentära serierna generellt ger en åtminstone ganska god bild av verkligheten (figur 25). Politiska debattprogram hamnar dock relativt lågt i en sådan rangordning, med 42 procent som anser att programtypen ger en ganska god bild, en nivå jämförbar med den för rekonstruktioner. Motsvarande andel för livsstilsprogram är en dryg femtedel, livsstilsexperiment en dryg tiondel och för dokusåpor och talkshows 5 respektive 6 procent. Beträffande de senare kategorierna är det endast 2, 3 procent som anser att de ger en mycket god bild. Med detta strängare kriterium blir nyheternas topposition tydligare; här är det 38 procent som anser att programtypen ger en mycket god bild av verkligheten, att jämföra med 29 procent

för naturprogram som är den kategori som placeras närmast efter. Det finns en viss åldersfaktor i sammanhanget, särskilt vad gäller rekonstruktioner, undersökande journalistik och politiska debattprogram som äldre tycks förhålla sig något mer kritiskt till än yngre (figur 26). Konsumentprogram och naturprogram är de enda kategorier som äldre uppfattar som mer verklighetstroga än yngre.

På frågan om hur viktigt det är att programmen ger en god bild av verkligheten, svarar det stora flertalet att det är ganska viktigt för alla samhällsorienterade program, nyheter och dokumentärer, och i viss mån även beträffande rekonstruktioner (figur 27). Tveksamheten är större beträffande livsstilsprogram, och vad gäller dokusåpor och talkshows är andelen en knapp fjärdedel respektive en knapp tredjedel. Detta innebär att det beträffande politiska debattprogram finns en avsevärd diskrepans mellan viktighetsbedömningen och uppfattningen om i vilken grad programmen lever upp till detta krav. Om 88 procent anser att det är åtminstone ganska viktigt att denna typ av program ger en god bild av verkligheten, är det bara 42 procent som uppfattar att programmen lever upp till detta åtminstone ganska väl (figur 28). Att dokusåpor, talkshows och livsstilsprogram inte ger en vidare verklighetstrogen bild ses inte i lika hög grad som ett problem. Detta förhållande avspeglas även på den individuella nivån; en tredjedel anser att politiska debattprogram inte ger en god verklighetsbild men tycker det är viktigt att programmen gör det (tabell 29). Här kan också urskiljas en ungefär lika stor grupp som tycker att naturprogram är verklighetstroga, men att det inte är så viktigt att de är det; det tycks alltså finnas ett visst publikt underlag för mer underhållsinriktade och spekulativa naturprogram, vilket i viss mån även gäller dokumentära serier.

Ett skäl till att program inte upplevs som särskilt verklighetstroga kan vara det att man uppfattar dem som medverkar i programmen som onaturliga, konstlade. Detta är en rimlig förklaring till synen på dokusåpor som inte särskilt verklighetstroga, och i princip utan informationsvärde; tre fjärdedelar av respondenterna anser att vanliga människor i denna typ av program förställer sig inför kameran i åtminstone ganska hög grad, 59 procent svarar ”i mycket hög grad” – vilket placerar denna programkategori i en särställning (figur 30). Men också i talkshows och livsstilsprogram upplevs i relativt hög grad människor förställa sig. Intressant att notera är att detta också gäller politiska debattprogram; nästan hälften av respondenterna anser att vanliga människor i åtminstone ganska hög grad förställer sig i denna typ av miljö – vilket kan relateras till att drygt tre fjärdedelar anser det vara oacceptabelt (figur 31). Övriga samhällsorienterade program saknar denna typ av mycket tydliga kritik. När det gäller dokusåpor och talkshows och i viss mån livsstilsprogram ställs inte samma krav på verklighetstroga skildringar; dessa programtyper uppfattas ju också som underhållsorienterade och resultaten kan tolkas som att de i högre grad uppfattas som fiktion, dvs. program med rätt att luras.

Det finns en dimension i synen på TV-programmens verklighetsbild som gäller programmets ursprung: svenska och nordiska program uppfattas generellt som mer verklighetstroga än program från Storbritannien, vilka i sin tur uppfattas – rimligen

med grund i Storbritanniens public service-tradition – som mer verklighetstroga än program från övriga Europa och än mer så jämfört med program från USA (figur 32). Det finns emellertid en intressant åldersfaktor med i spelet: det är särskilt bland äldre som skillnaden mellan länderna är markant, bland yngre är synen på särskilt svenska och nordiska program mer skeptisk, dvs. mer jämförbar med den på europeiska och amerikanska program (figur 33).

Televisionens opinionsbildande roll

Televisionens program har potential att förse sin publik med fakta och opinionskapande material. Nyheter är i särklass den programtyp som i högst grad anses erbjuda ett sådant innehåll. Två tredjedelar av de tillfrågade anser att nyheter ”för de mesta” eller ”alltid” hjälper dem att bilda uppfattning i olika frågor (figur 34). Motsvarande andel för samhällsprogram/dokumentärer, konsumentprogram och undersökande journalistik är cirka 40 procent, medan andelen för politiska debattprogram är 26 procent, vilken är i nivå med dokumentära serier. Som jämförelse är andelen som anser sig ofta bilda uppfattningar genom att titta på talkshows och dokusåpor 3 respektive 6 procent. Här finns dock en åldersskillnad i det att unga oftare än gamla bildar uppfattningar utifrån tittande på denna typ av program, liksom utifrån livsstilsprogram och rekonstruktioner (figur 35). Äldre tycker tvärtom att naturprogram i väsentligt större utsträckning fyller den funktionen.

Icke-fiktions etik

I nyhetsprogram – liksom i andra icke-fiktionsprogram – medverkar i varierande utsträckning ”verkliga” människor, det vill säga andra än professionella skådespelare. Denna typ av samarbete mellan producent och medverkande (t. ex. källor, vittnen, bärare av personliga historier) bygger på frivillighet; det kan därför finnas skäl att förvänta sig att de medverkande behandlas på ett korrekt/rättvist sätt. Uppfattningarna om hur det förhåller sig med den saken skiljer sig dock något beroende på vilka grupper av människor det handlar om. Kändisar, politiker, människor med psykiska eller fysiska handikapp och människor tillhörande etniska minoriteter som medverkar i nyhetsprogram anses inte få ett korrekt/rättvist bemötande i lika hög grad som grupperna män, kvinnor respektive barn; andelen som anser att respektive grupp behandlas korrekt/rättvist i åtminstone ganska hög grad varierar totalt mellan en och knappt två tredjedelar (figur 36). Ungdomar och gamla hamnar här i en mellanställning. Med kravet ställt på ett i *mycket* hög grad korrekt/rättvist bemötande är skillnaderna betydligt mindre – och resulterar även i en förändrad rangordning; oavsett om det handlar om experter eller psykiskt handikappade människor är andelen med denna uppfattning mellan 10 och 20 procent. Men totalt sett finns det således en utbredd skepsis beträffande nyhetsproduktionens etiska sida. Det framträder särskilt i relation till hur *viktigt* man anser en korrekt/rättvis behandling av nyhetsprogrammets medverkande vara; 83 procent tycker att det är mycket viktigt

ifråga om barn, hälften när det handlar om kändisar – med övriga grupper rangordnade emellan (figur 39). Genom att inkludera även dem som anser det ganska viktigt växer andelen till mellan 70 och 94 procent. Resultaten innebär inte desto mindre att det finns ett viss publikt stöd för att inte alltid behandla medverkande experter, politiker och särskilt kändisar på ett korrekt/rättvist sätt (jfr. figur 42).

Även dokusåpor gör anspråk på att skildra människor som medverkar som ”vanligt folk”. Men här är uppfattningen att de medverkande behandlas på ett helt annat sätt, oavsett vilken kategori människor det handlar om. Andelen som anser att respektive grupp behandlas ganska korrekt/rättvist varierar mellan 13 och 24 procent; med det hårdare kravet (”mycket...”) mellan 5 och 10 procent (figur 37). Här legitimerar samtidigt publiken producenternas agerande i större utsträckning: andelen som tycker det är mycket viktigt med en korrekt/rättvis behandling av de medverkande i dokusåpor varierar mellan 33 och 54 procent beroende på grupp (figur 40). Det är särskilt kändisar, politiker och experter som i viss mån uppfattas som medverkande ”på egen risk” (jfr. figur 43), det vill säga samma grupper som i nyhets-sammanhang i minst mån anses ”förtjäna” en korrekt/rättvis behandling.

Reflexioner

Översikten av den svenska allmänhetens bedömning erbjuder på relativt få överraskande resultat. Det som möjligen är något oväntat är den mycket tydliga skillnad som genomgående framträder mellan samhällsorientering och underhållning och som i sin tur är mycket nära kopplad till förtroende för kanaler och innehåll. Det generella mönstret är således att Sveriges Television som innehåller högst andel nyhets- och samhällsprogram (*Svenskt TV-utbud 2004*) värderas högst, medan särskilt TV3 och Kanal 5 får låga värderingar. Samma mönster återkommer i fråga om genrer, där nyheter och samhällsjournalistik ligger på en helt annan nivå än dokusåpor, liksom det indirekt kan utläsas i kravet på de medverkande i de olika typerna av program. Svenskarnas värderingar av särskilt olika typer av TV-kanaler är i detta avseende mycket tydligare än de är i motsvarande studie i Storbritannien (Hill, kommande).

Resultatet har också stöd i andra svenska undersökningar (Holmberg & Weibull 2004; Nordström 2001; Weibull 2004), men frågan är hur det ska tolkas. En rimlig förklaring är att public service under lång tid har haft en stark ställning i Sverige. Ända fram till början av 1990-talet var Sveriges Televisions kanaler helt dominerande, medan de kanaler som förmedlades via satellit hade en klar underhållningskaraktär och till en början nådde relativt få. Situationen kan jämföras med Storbritannien, där BBC i och för sig har en stark ställning men där reklamfinansierade privata TV-kanaler som även haft krav att sända samhällsprogram har funnits sedan 1950-talet (Hadenius & Weibull 2005). De särskilda förväntningarna på public service i förhållande till andra kanaler kom tydligt till uttryck i debatten om det rimliga att SVT sände dokusåpan Robinson 1998 (Weibull 1999).

Samtidigt finns det två andra iakttagelser att göra. För det första stämmer inte åsikter och beteende helt överens. Även om det finns en mycket positiv uppfattning om samhällsprogram och undersökande journalistik väljer TV-publiken i ökande utsträckning att titta på underhållning. SVT har sedan början av 1970-talet halverat sin publikandel från över 90 procent av tittartiden till omkring 40 procent. I undersökningar av tittarpreferenser ligger också underhållning relativt högt (Asp 2002) och här anses andra kanaler än SVT ha de bättre programmen (Nordström 2001). För det andra visar bedömningarna av de faktabaserade programmen att det finns en viss åldersskillnad i bedömningarna; överlag är yngre något mer positiva till underhållningskanaler och till dokusåpor. Det finns anledning att tro att detta inte bara har att göra med levnadsåldern som sådan utan att det reflekterar bedömningar hos en generation som vuxit upp med de nya TV-kanalerna (jfr. Nilsson 2005).

En rimlig slutsats av undersökningens samlade resultat är att positioneringen av de svenska TV-kanalerna (Gustafsson & Weibull 1995) står stark i publikens medvetande, men att den sakta men säkert är på väg att erodera bland annat som en följd av de många underhållningsinriktade kanalerna och det förändrade TV-utbudet. Det kritiska förhållningssätt som publiken uppvisar i förhållande till underhållningsutbudet är i den situationen en viktig del av den svenska TV-traditionen.

Referenser

- Asp, Kent. (2002) "TV-tittarnas programpreferenser och den 11 september". I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Det våras för politiken*. SOM-rapport nr. 30, SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg.
- Gustafsson, Karl Erik & Weibull, Lennart (1995) "Sweden". I European Institute for the Media (red.) *Television Requires Responsibility*. Bertelsmann Foundation Publishers, Gütersloh.
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (2005) *Massmedier – En bok om press, radio & TV*. 8:e, rev. uppl. Albert Bonniers Förlag, Stockholm.
- Hill, Annette (2005) *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. Routledge, London.
- Hill, Annette (kommande) *Factual TV: The Reception of News, Documentary and Reality Television*. Routledge, London.
- Hill, Annette med Weibull, Lennart & Nilsson, Åsa (2005) *Audiences and Factual Reality Television in Sweden*. Research Report nr. 2005-4. Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School, Jönköping.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2004) *MedieAkademiens förtroendebarmeter 2004*. MedieAkademin, Göteborg.
- Nilsson, Åsa (2005) "Tidningsläsandets åldrar och generationer". I Bergström, Annika; Wadbring, Ingela & Lennart Weibull (red.) *Nypressat – Ett kvartsekel med svenska dagstidningsläsare*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, Göteborg.

Nilsson, Åsa och Weibull, Lennart (2005) Medier eller innehåll? I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Lyckan kommer, lyckan går. Trettio kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-rapport nr. 36, SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg.

Nordström, Bengt (2001) ”Public servicetraditionens starka och svaga sidor”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Land, Du välsignade?* SOM-rapport nr. 26, SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg.

Svenskt TV-utbud 2004 (2005) Granskningsnämndens rapportserie, rapport nr. 17, Stockholm.

Weibull, Lennart. (1999) “Hälften för, resten emot”. JMG Granskaren, nr.3/1999. Göteborgs universitet, Göteborg.

Weibull, Lennart (2004) ”Förtroendet för mediernas innehåll”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Ju mer vi är tillsammans*. SOM-rapport nr. 34, SOM-institutet, Göteborgs universitet, Göteborg.

Bilaga 1: Resultat i figurer och tabeller

Watching channels (per cent)

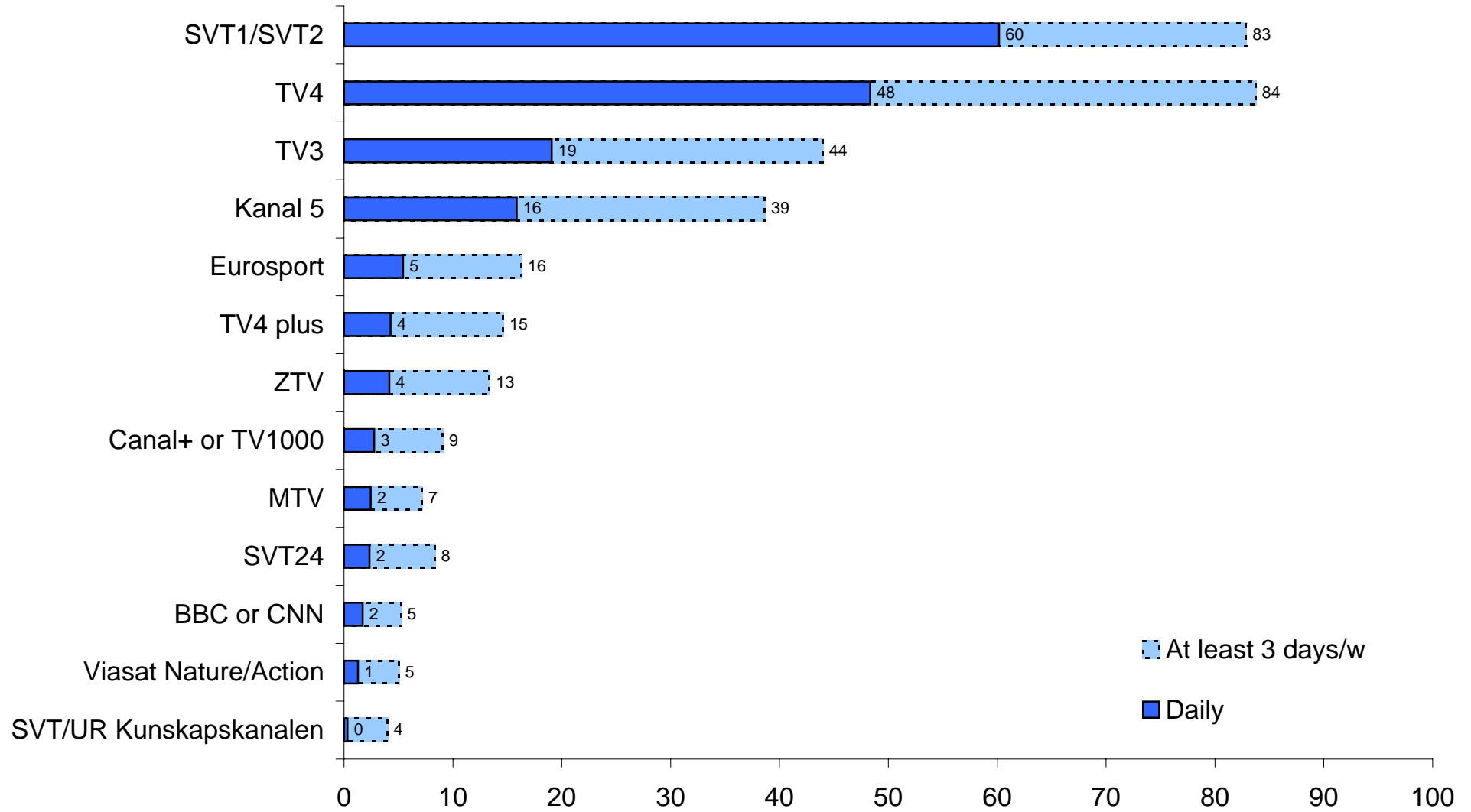
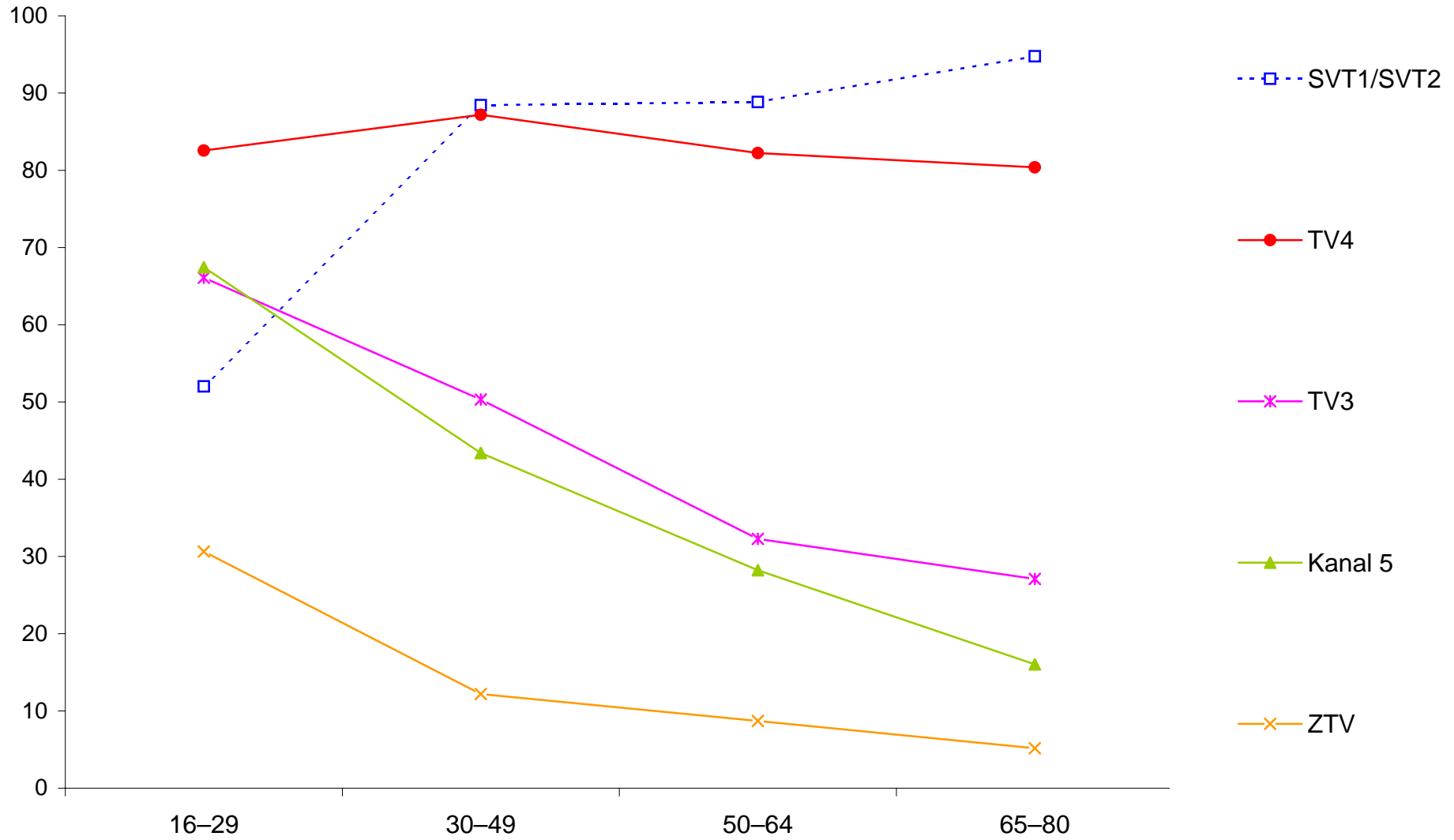


Table:
1

Watching channels by age (per cent)



Profile of channel audiences (watching at least 3 days/week)

	All	SVT/ TV4	SVT only	Not SVT	None	All <i>respondents</i>
Per cent	27	25	17	16	13	100
Under 30	16	6	4	50	27	18
65+	14	23	26	5	9	17
Women	51	49	59	57	55	53
Men	49	51	41	43	45	47
Basic education	61	53	47	66	54	57
Higher education	20	22	23	20	12	20
High education	20	25	30	13	35	23

Channel evaluation (per cent)

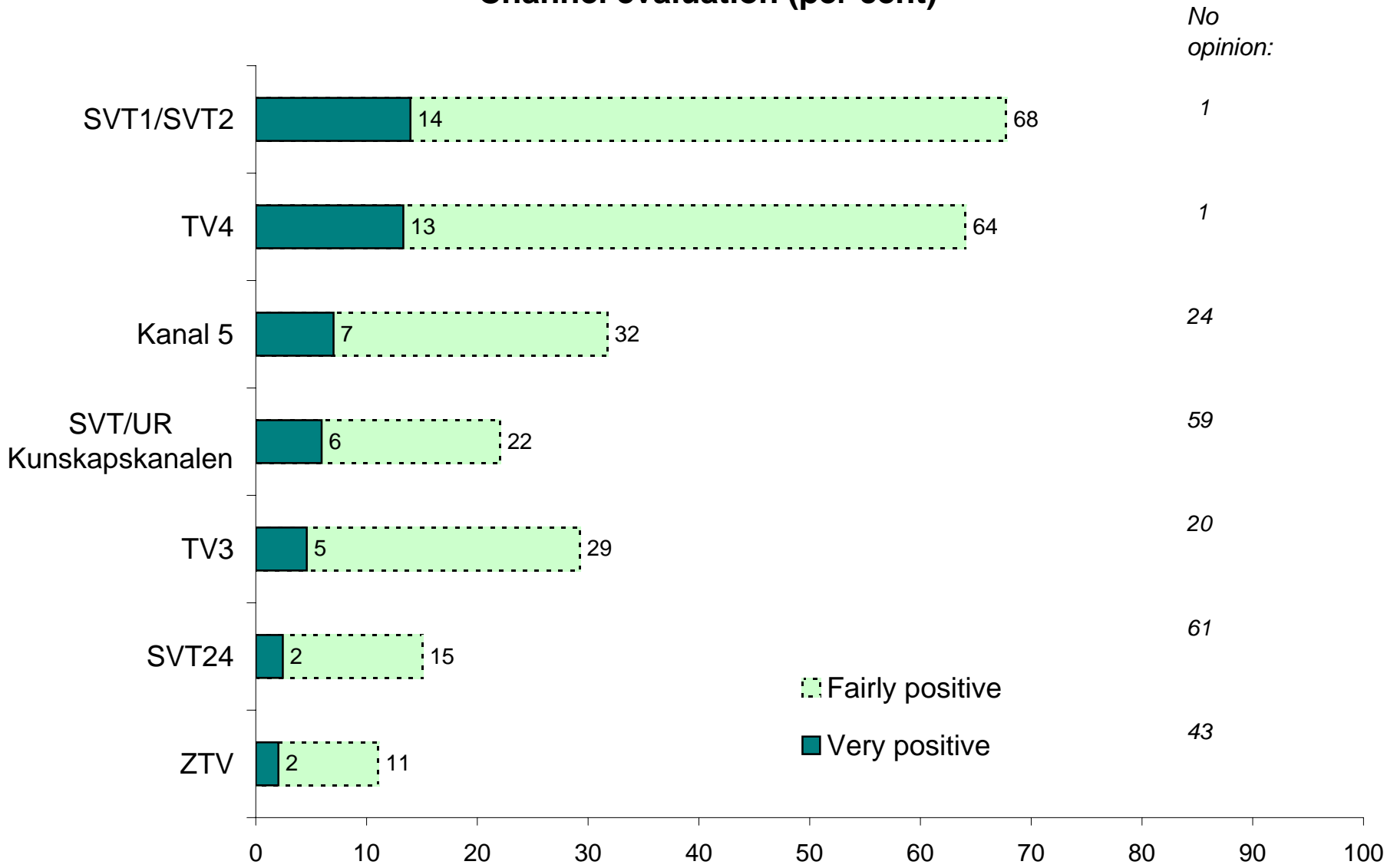


Table:
4

Channel evaluation; opinions only (per cent)

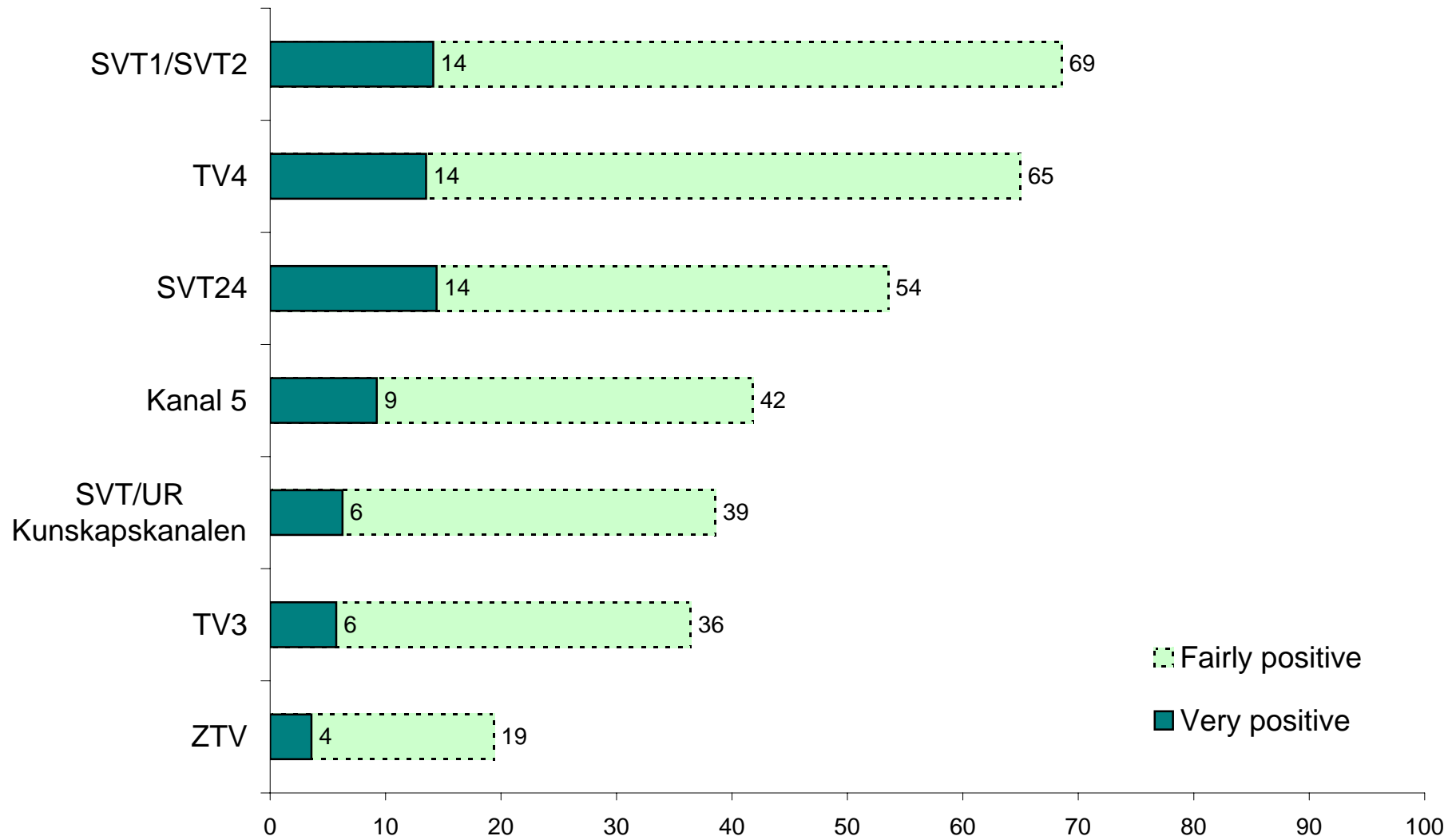


Table:
5

Evaluation of SVT (SVT1/SVT2) by watching habits, including comparison with positive evaluation of other channels (per cent)

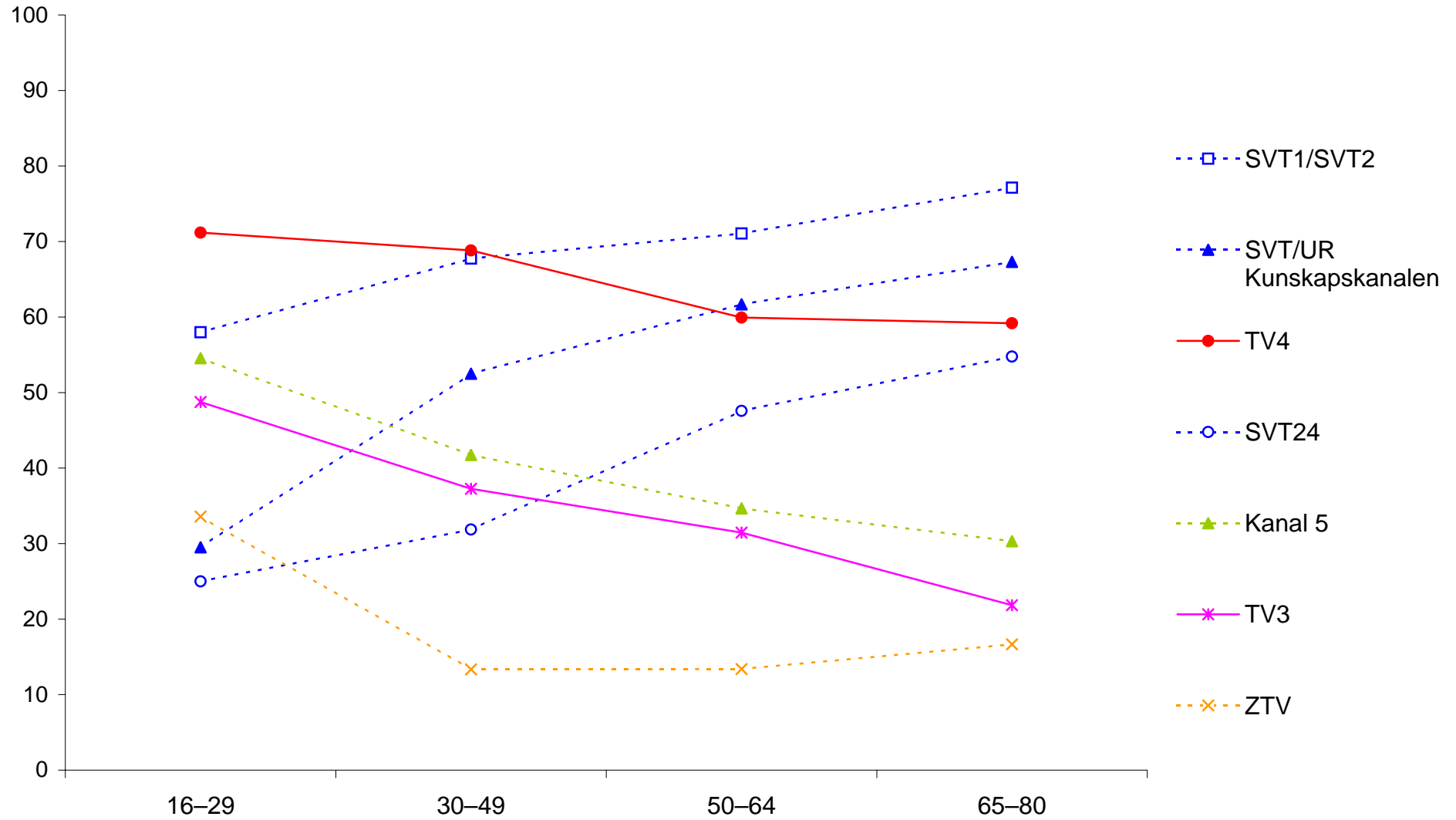
<i>Watching SVT1/SVT2:</i>						<i>Diff. daily-never</i>
	Daily	5–6 d/w	3–4 d/w	1–2 d/w	Less regularly/ never	
Very positive	18	15	6	7	2	
Fairly positive	62	52	48	34	21	
Neither positive/negative	15	31	36	33	35	
Fairly negative	4	3	9	21	15	
Very negative	0	0	0	4	15	
No opinion	0	0	0	1	13	
Sum	100	100	100	100	100	
Number of responses	558	110	99	89	62	
<hr/>						
Sum: positive	80	66	55	40	23	57
<hr/>						
<i>Positive channel evaluation by habits of watching channel respectively</i>						
TV4	80	65	52	37	20	60
TV3	64	58	30	21	4	60
Kanal 5	75	55	40	27	6	69
ZTV	55	50	33	18	3	52
SVT24	52	78	74	43	6	46
SVT/UR Kunskapskanalen	100	100	79	73	14	86

Dimensions in channel evaluation (factor scores)

	Entertainment	Digital service	Public service
ZTV	0,89	0,09	-0,21
TV3	0,85	-0,15	0,27
Kanal 5	0,85	-0,20	0,19
SVT24	0,01	0,92	0,13
SVT/UR Kunskapskanalen	-0,22	0,69	0,38
TV4	0,38	0,13	0,79
SVT1/SVT2	-0,11	0,43	0,76
<i>Explained variance (%)</i>	35	23	22

Comment: Factor Analysis (varimax rotation; 3 components extracted)

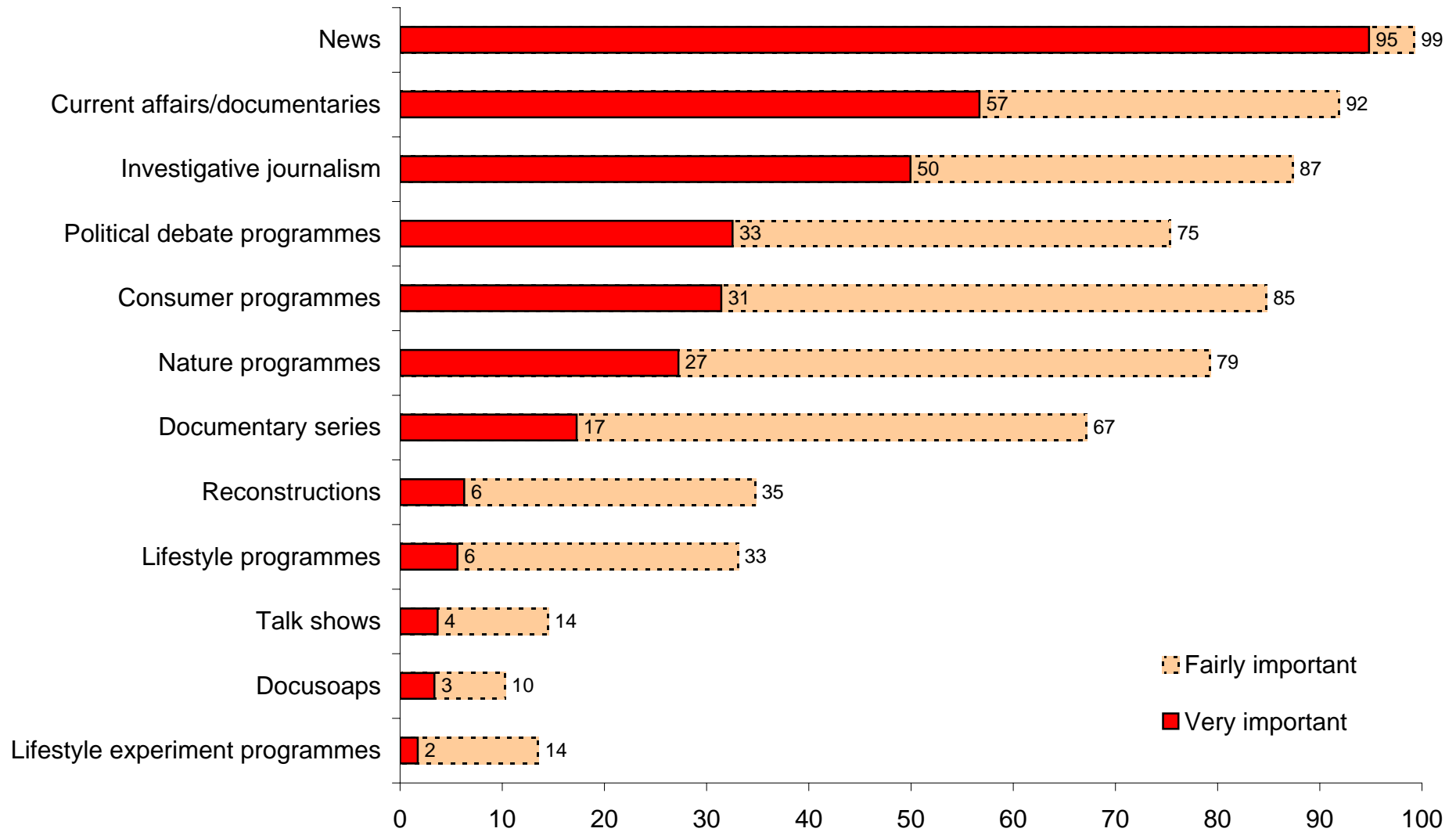
Channel evaluation by age (per cent amongst those with opinion)



Profile of channel evaluation groups

	All+	SVT/ TV4+	SVT+	SVT-	All-	All respondents
Percent	28	24	17	19	11	100
Under 30	22	16	17	39	20	18
65+	11	18	20	5	7	17
Women	62	50	48	56	47	53
Men	39	50	52	44	53	47
Basic education	59	44	48	69	59	57
Higher education	19	22	27	18	19	20
High education	22	34	25	13	22	23

Importance of showing on Swedish channels (per cent)



Importance showing on Swedish TV channels (factor scores)

	Society	People/life	"Reality"	News
Investigative journalism	0,84	0,01	0,07	0,06
Political debate programmes	0,79	0,01	-0,01	0,04
Current affairs/documentaries	0,73	-0,09	0,27	0,17
Consumer programmes	0,53	0,13	0,37	0,18
Lifestyle experiment programmes	0,06	0,77	0,18	-0,19
Lifestyle programmes	0,17	0,73	0,13	0,00
Docusoaps	-0,29	0,64	0,06	0,06
Talk shows	0,03	0,54	-0,06	0,47
Documentary series	0,20	0,12	0,79	0,05
Nature programmes	0,12	-0,02	0,68	0,38
Reconstructions	0,04	0,31	0,61	-0,24
News	0,22	-0,07	0,12	0,74
<i>Explained variance (%)</i>	20	16	15	9

Comment: Factor Analysis (varimax rotation; 4 components extracted)

Importance of showing on Swedish channels, by age (per cent)

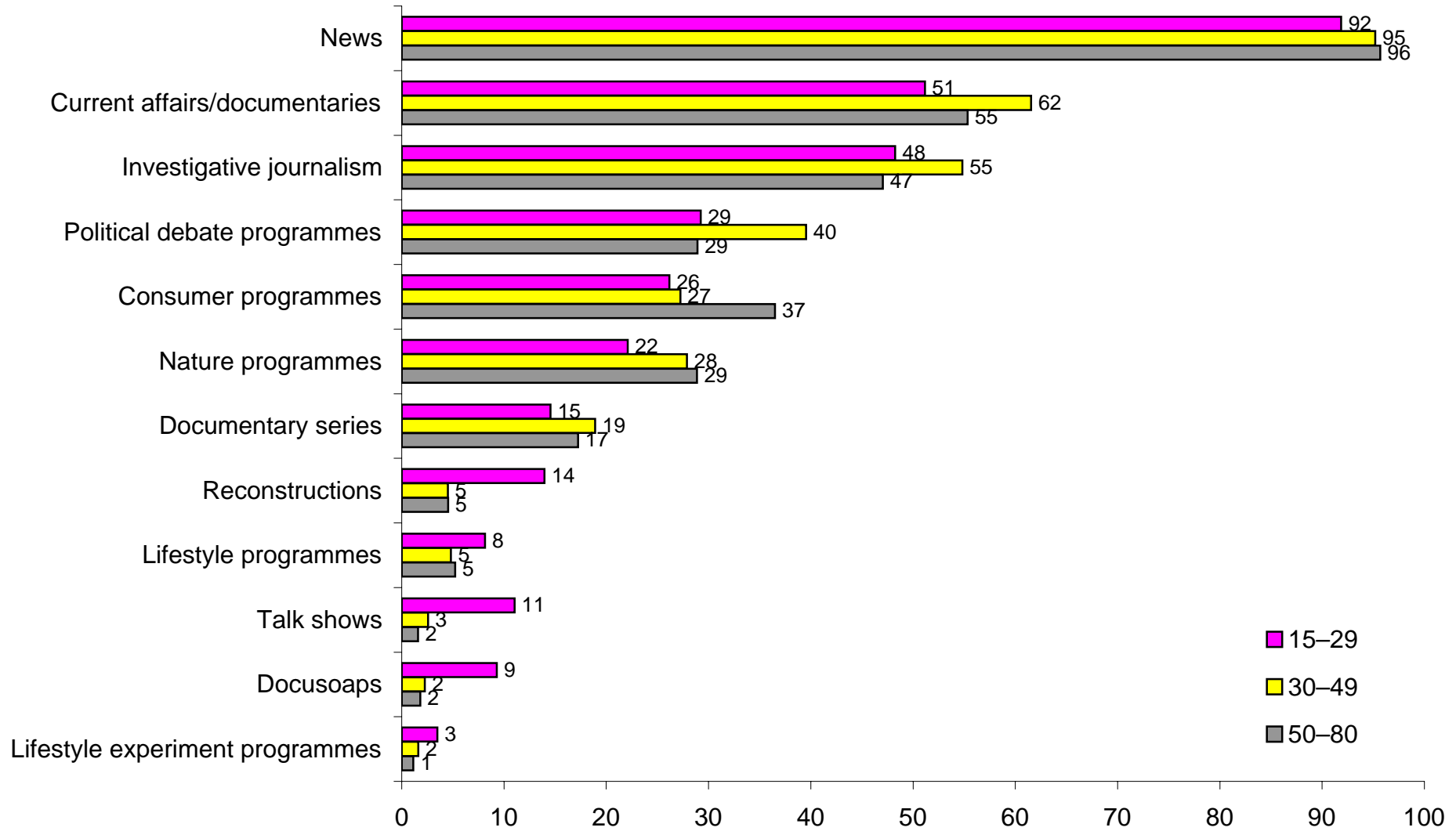


Table:
12

Best channel

News	SVT1/SVT2
Current affairs/documentaries	SVT1/SVT2
Investigative journalism	SVT1/SVT2
Political debate programmes	SVT1/SVT2
Talk shows	TV4
Consumer programmes	SVT1/SVT2
Nature programmes	SVT1/SVT2
Documentary series	SVT1/SVT2
Reconstructions	TV3
Lifestyle experiment programmes	TV4
Lifestyle programmes	TV4
Docusoaps	Kanal 5

Best channel (per cent)

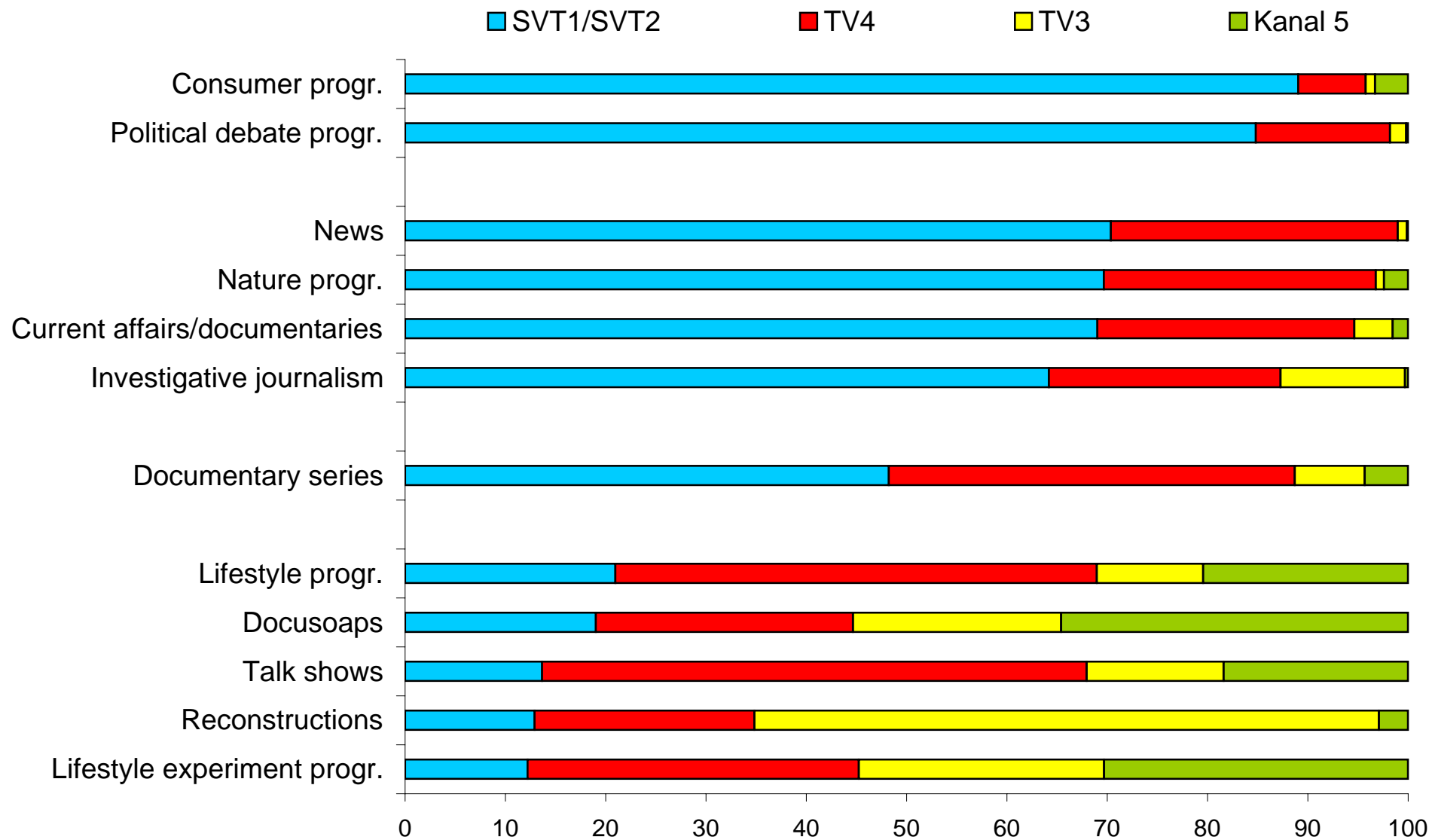


Table:
14

Viewing habits: watching at least once a week (per cent)

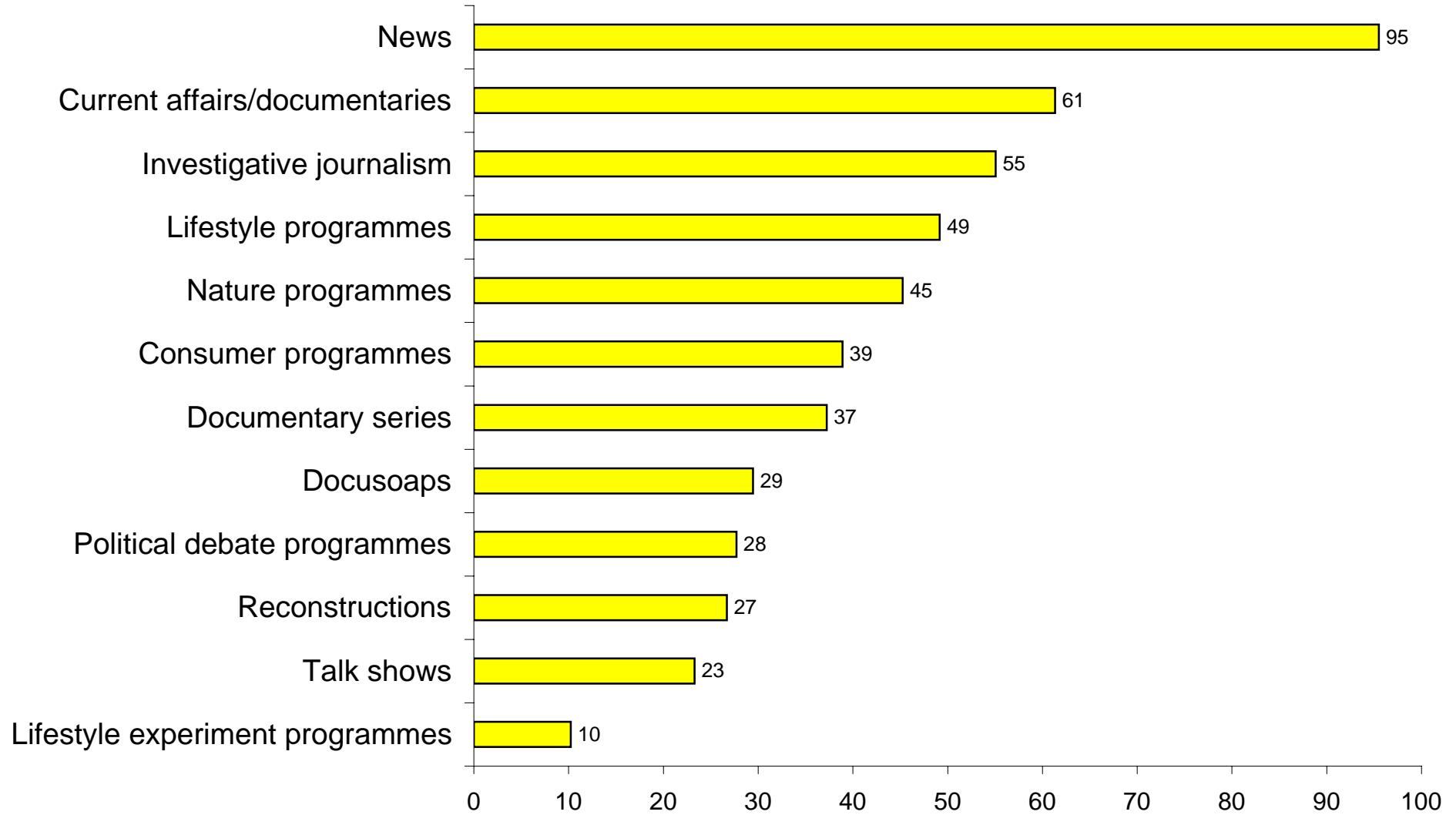


Table:
15

**Viewing habits Factual programming and
National SOM 2004
(watching at least once a week; per cent)**

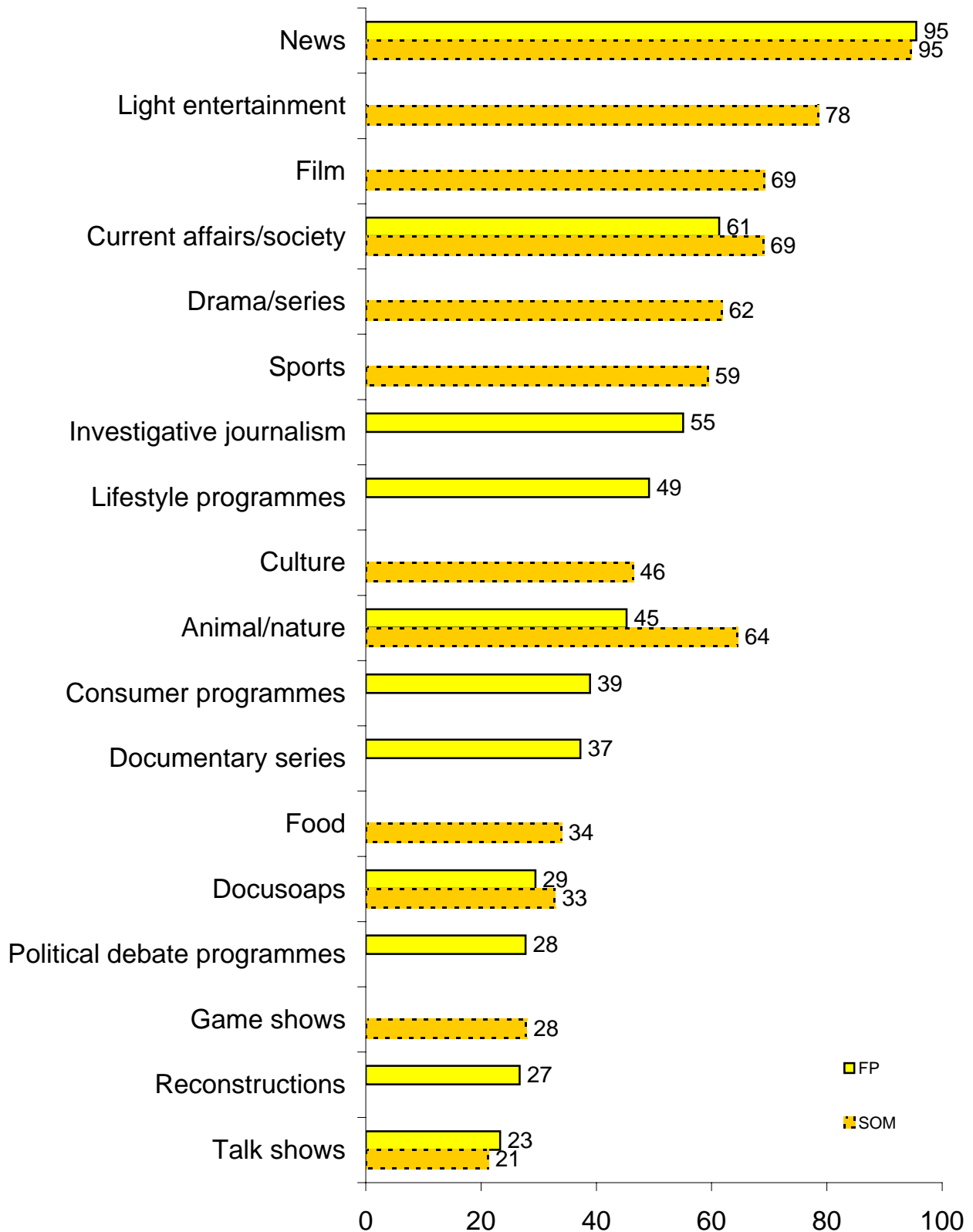
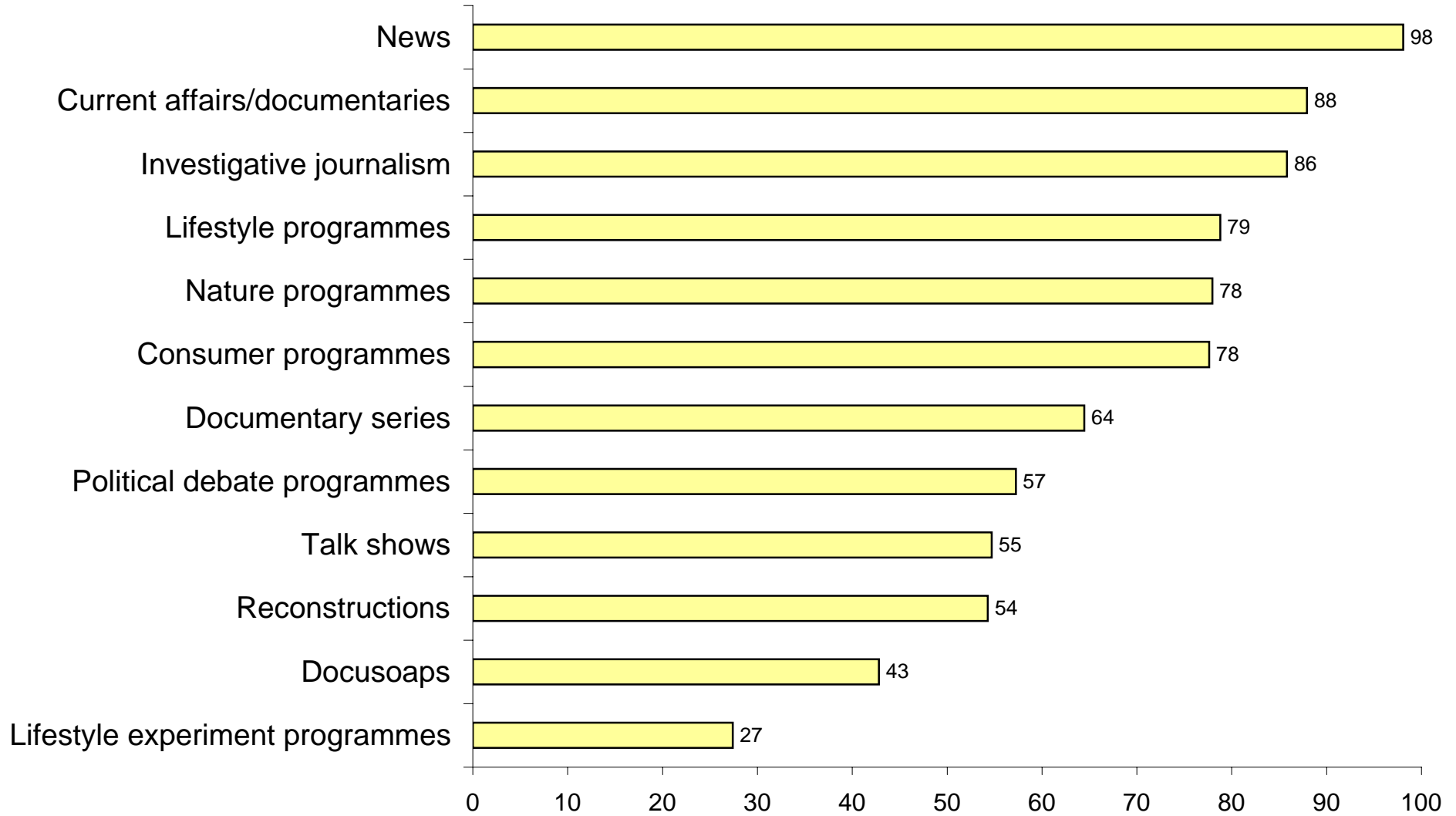


Table:
16

Viewing habits: watching at least once a month (per cent)



Most regular viewing habits (per cent)

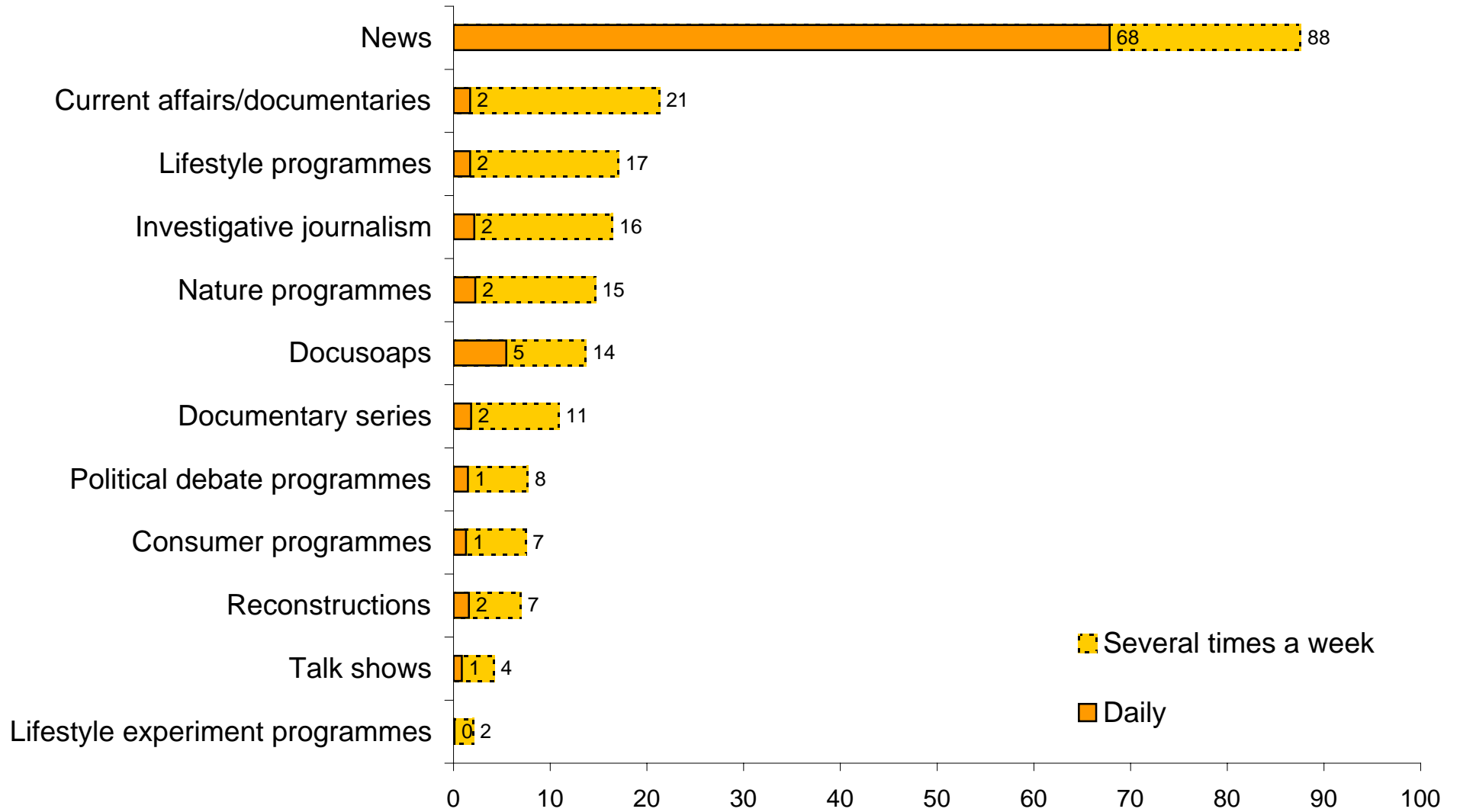
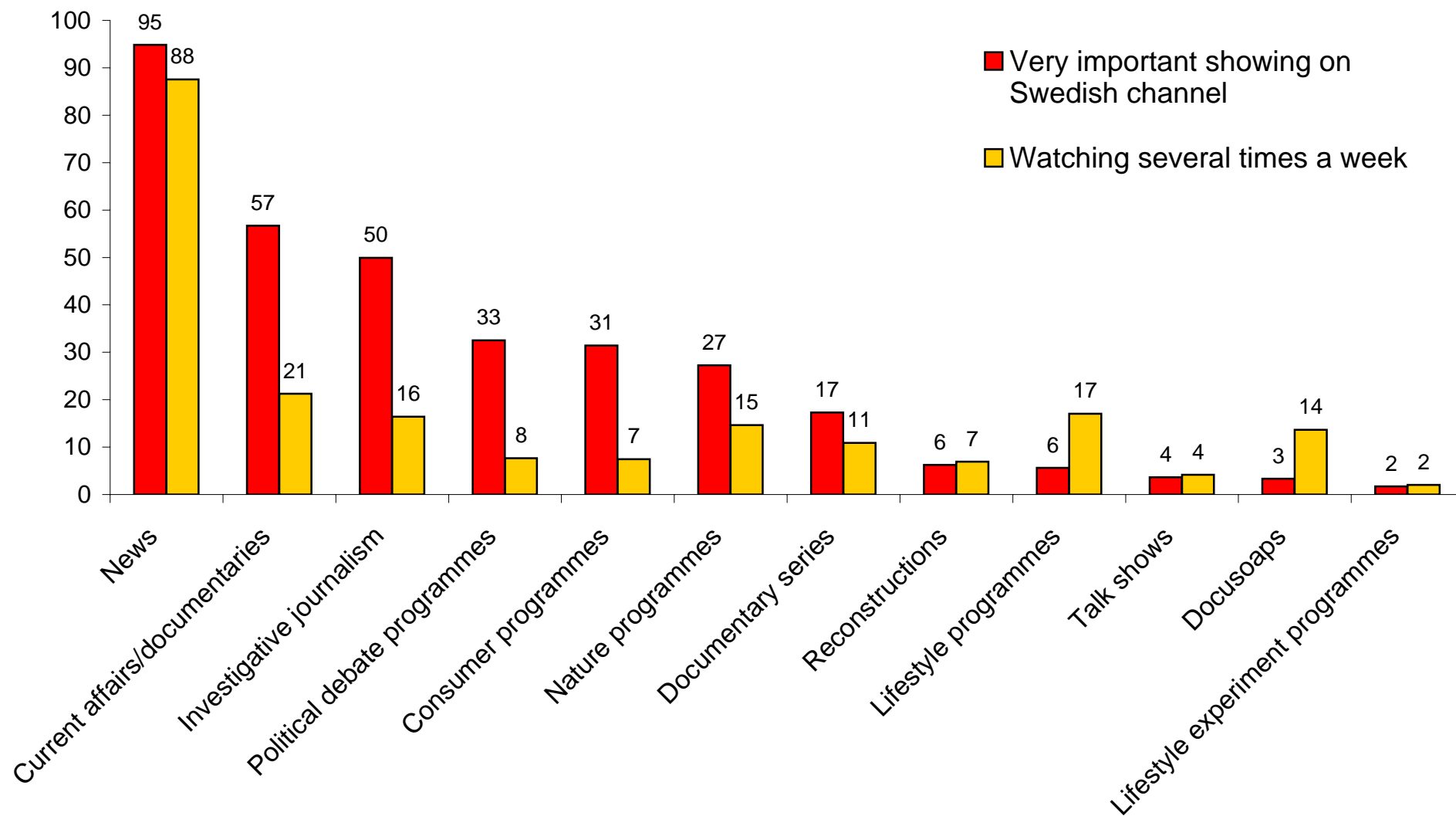


Table:
18

Important contents vs. regular viewing habits (per cent)



Individual relation between regular wiewing habits and notion of importance (per cent)

	Watches weekly:	Yes	Yes	No	No	Sum per cent
	Important:	Yes	No	Yes	No	
News		95	0	4	1	100
Current affairs/documentaries		59	3	33	5	100
Investigative journalism		51	4	36	9	100
Nature programmes		41	4	39	16	100
Consumer programmes		36	3	49	12	100
Documentary series		28	9	39	24	100
Political debate programmes		26	2	49	23	100
Lifestyle programmes		22	27	11	40	100
Reconstructions		16	11	19	54	100
Docusoaps		8	22	2	68	100
Talk shows		7	16	8	69	100
Lifestyle experiment programmes		4	6	10	80	100
<i>Mean</i>		33	9	25	33	100

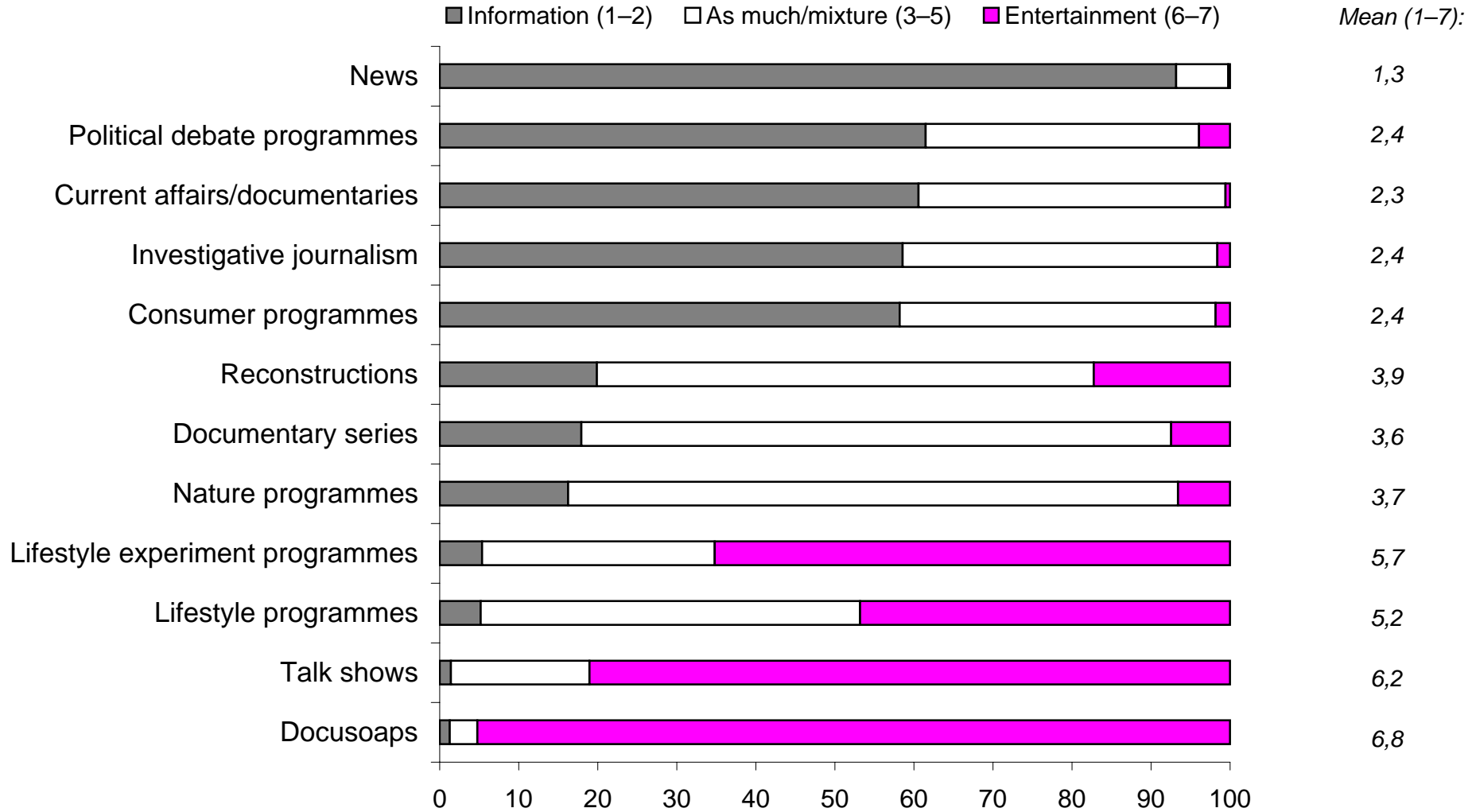
Content preferences by channel habits (per cent watching at least several times/week)

<i>Channels watched (at least 3 days/week):</i>	All	SVT/ TV4	SVT only	Not SVT	None	<i>All respondents</i>
News	96	98	97	69	59	88
Current affairs/documentaries	30	22	22	13	7	21
Lifestyle programmes	26	15	8	22	4	17
Investigative journalism	25	18	12	11	4	16
Nature programmes	19	17	15	9	6	15
Docusoaps	21	4	3	35	4	14
Documentary series	17	9	5	16	3	11
Political debate programmes	12	7	9	2	3	8
Consumer programmes	12	8	6	5	0	7
Reconstructions	12	3	3	10	3	7
Talk shows	7	2	2	7	2	4
Lifestyle experiment programmes	3	0	0	7	1	2

Content preferences by channel evaluation (per cent watching several days/week)

<i>Channel evaluation:</i>	SVT/				All -	<i>All respondents</i>
	All +	TV4 +	SVT +	SVT -		
News	90	95	92	77	77	88
Current affairs/documentaries	29	21	32	12	17	21
Lifestyle programmes	29	15	13	24	6	17
Investigative journalism	23	17	21	12	10	16
Nature programmes	19	10	17	12	7	15
Docusoaps	21	5	10	36	7	14
Documentary series	21	6	9	15	7	11
Political debate programmes	10	9	10	4	7	8
Consumer programmes	12	7	10	5	4	7
Reconstructions	15	6	3	8	9	7
Talk shows	9	2	2	9	3	4
Lifestyle experiment programmes	3	0	2	7	1	2

Perception of information vs. entertainment (per cent)



Dimensions in perceptions of information/entertainment (factor scores)

	Society	Lifestyle	"Reality"	Relations
Investigative journalism	0,79	-0,02	0,18	0,12
Current affairs/documentaries	0,71	-0,12	0,22	0,15
Political debate programmes	0,61	0,24	-0,03	0,01
News	0,55	0,01	-0,14	-0,27
Consumer programmes	0,41	0,27	0,27	-0,20
Lifestyle experiment programmes	0,00	0,83	0,12	0,19
Lifestyle programmes	0,08	0,83	0,07	0,16
Documentary series	0,08	0,08	0,82	-0,01
Nature	0,06	0,07	0,74	0,09
Reconstructions	0,12	0,48	0,51	0,04
Talk shows	0,11	0,13	0,00	0,78
Docusoaps	-0,11	0,19	0,07	0,77
<i>Explained variance (%)</i>	17	15	14	12

Comment: Factor Analysis (varimax rotation; Kaiser's criterion)

True-to-life (per cent)

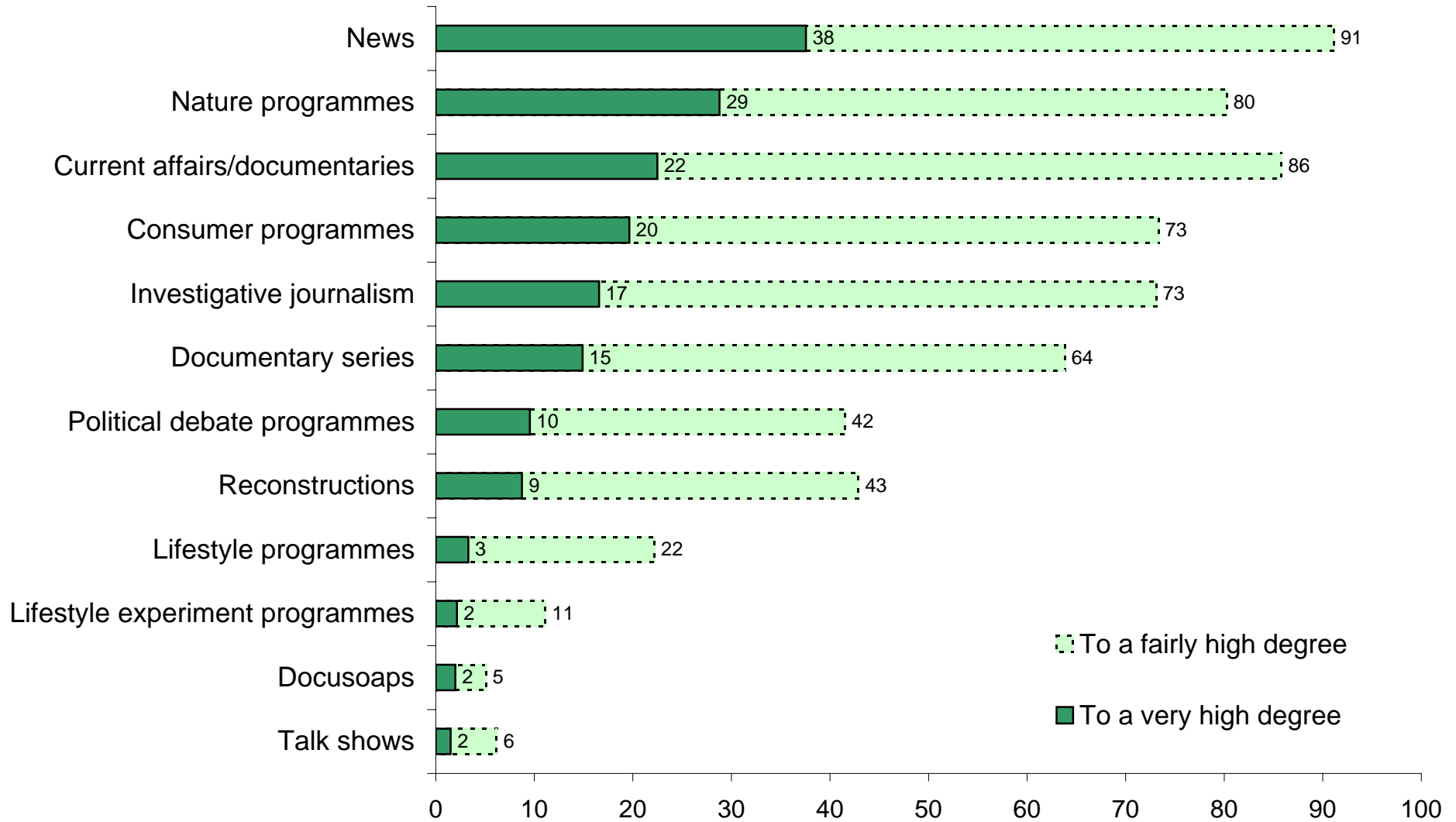


Table:
25

Fairly true-to-life, by young and old (per cent)

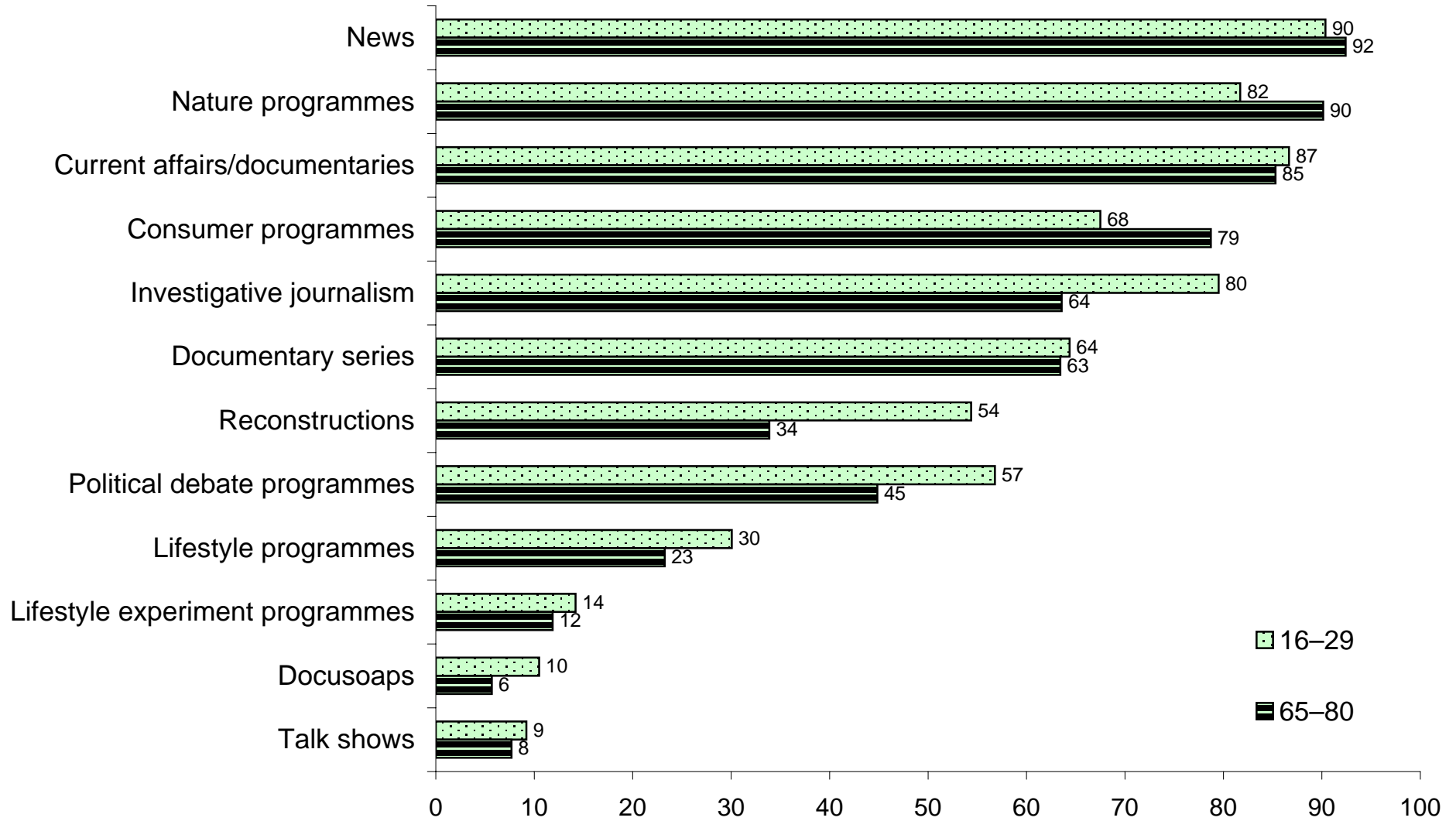


Table:
26

Important that true-to-life (per cent)

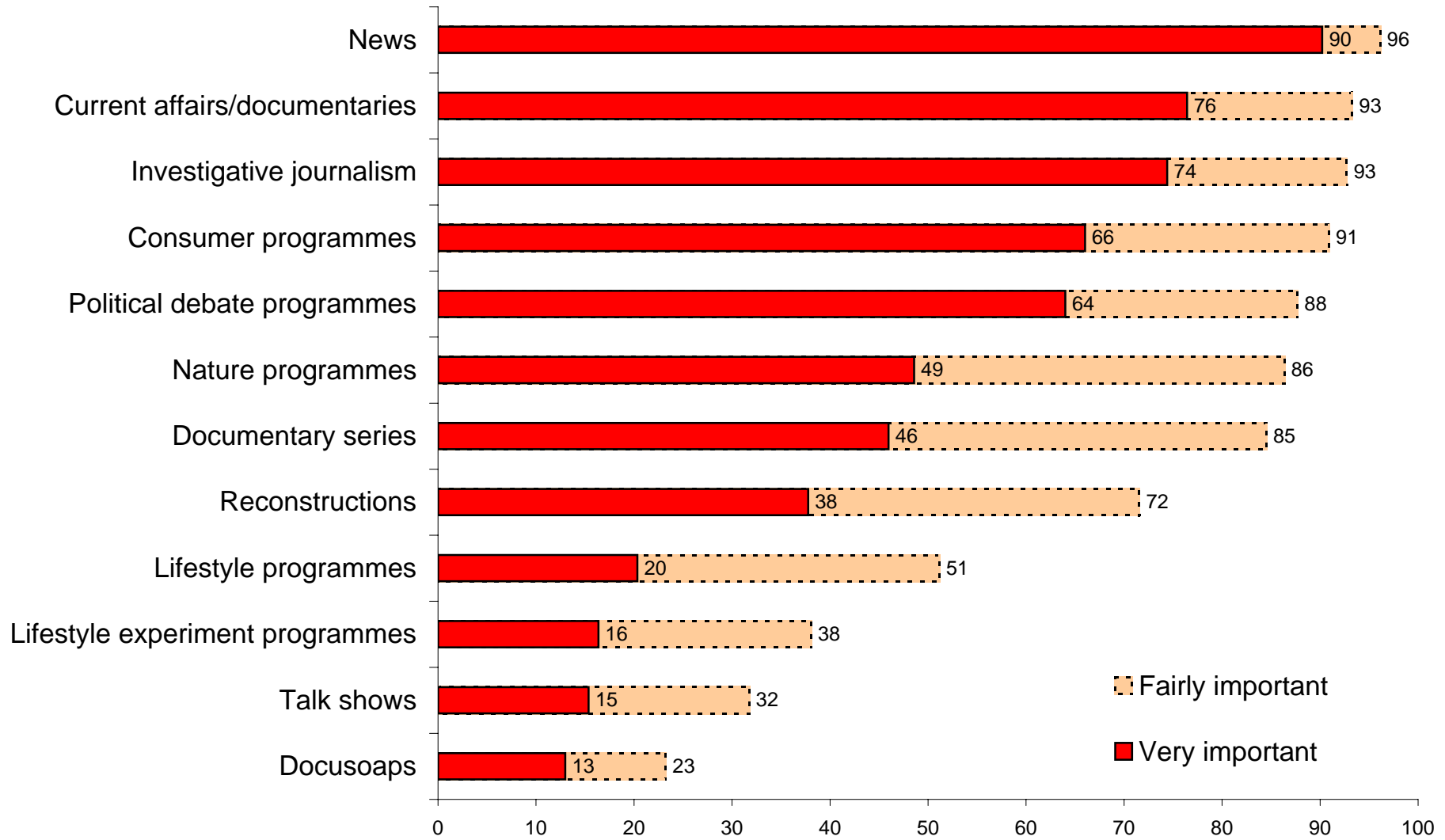


Table:
27

True-to-life: importance vs. percpetion (per cent)

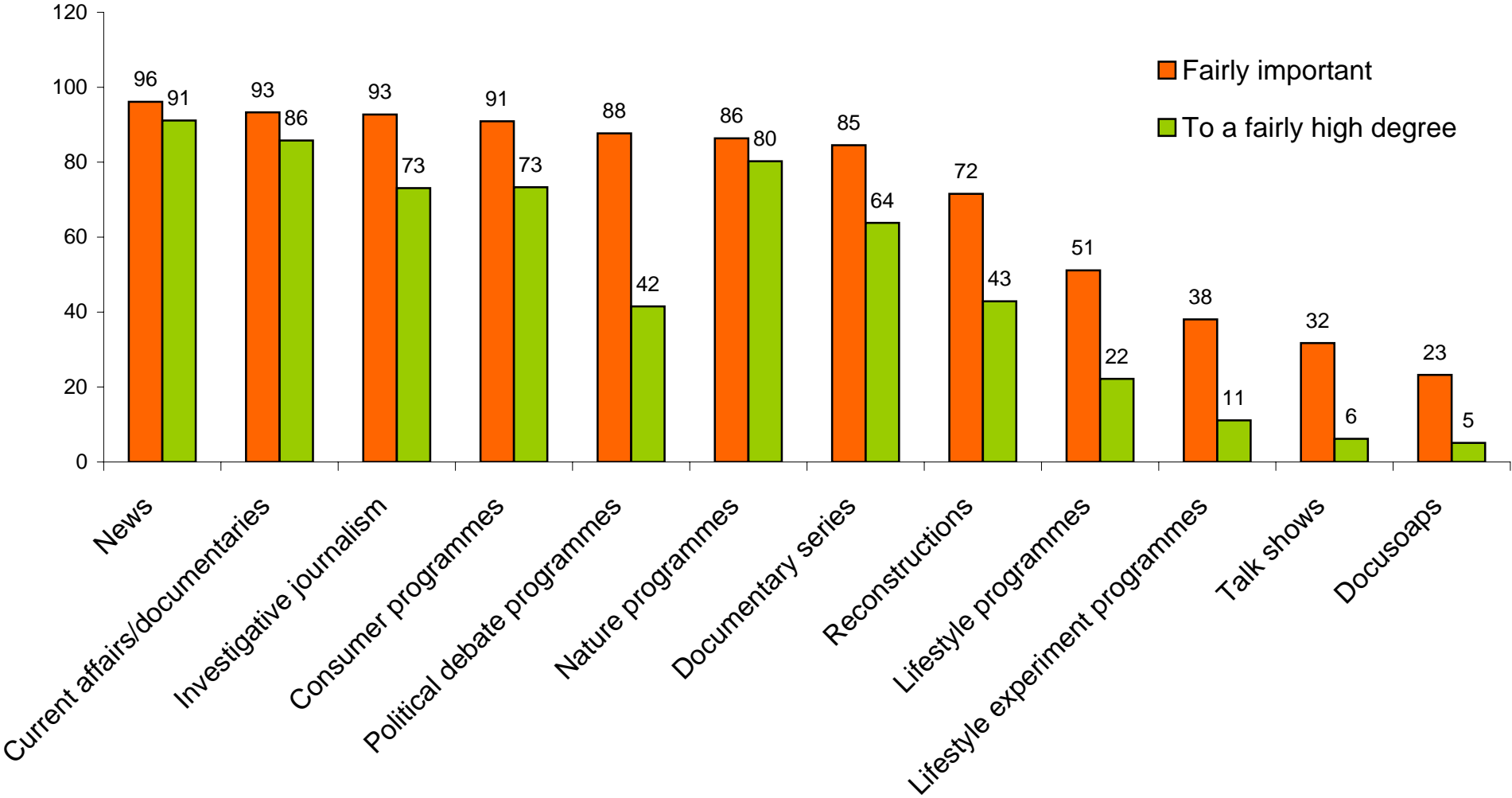


Table:
28

Individual relation between perception of true-to-life and notion of importance (per cent)

	True-to-life: Very important:	Yes Yes	Yes No	No Yes	No No	Sum per cent
News		84	7	6	3	100
Current affairs/documentaries		71	15	8	6	100
Investigative journalism		60	13	15	12	100
Consumer programmes		57	16	11	16	100
Nature programmes		45	35	4	16	100
Documentary series		38	26	10	26	100
Political debate programmes		32	10	33	25	100
Reconstructions		25	18	14	43	100
Lifestyle programmes		10	12	10	68	100
Lifestyle experiment programmes		5	6	12	77	100
Talk shows		3	4	12	81	100
Docusoaps		3	3	10	84	100
<i>Mean</i>		36	14	12	38	100

Ordinary people act up for the camera (per cent)

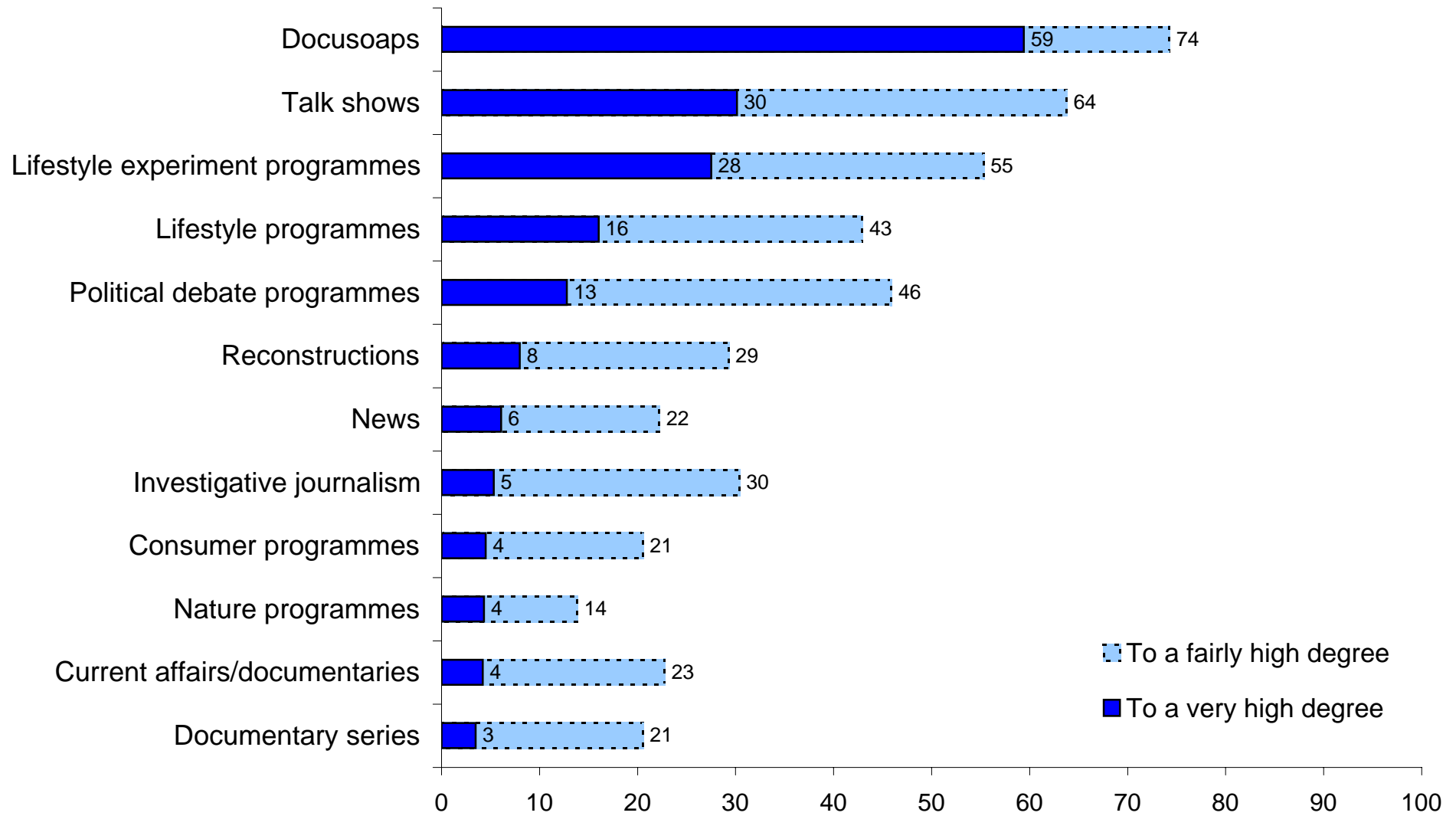


Table:
30

People acting-up in TV: Non-acceptance vs. perception (per cent)

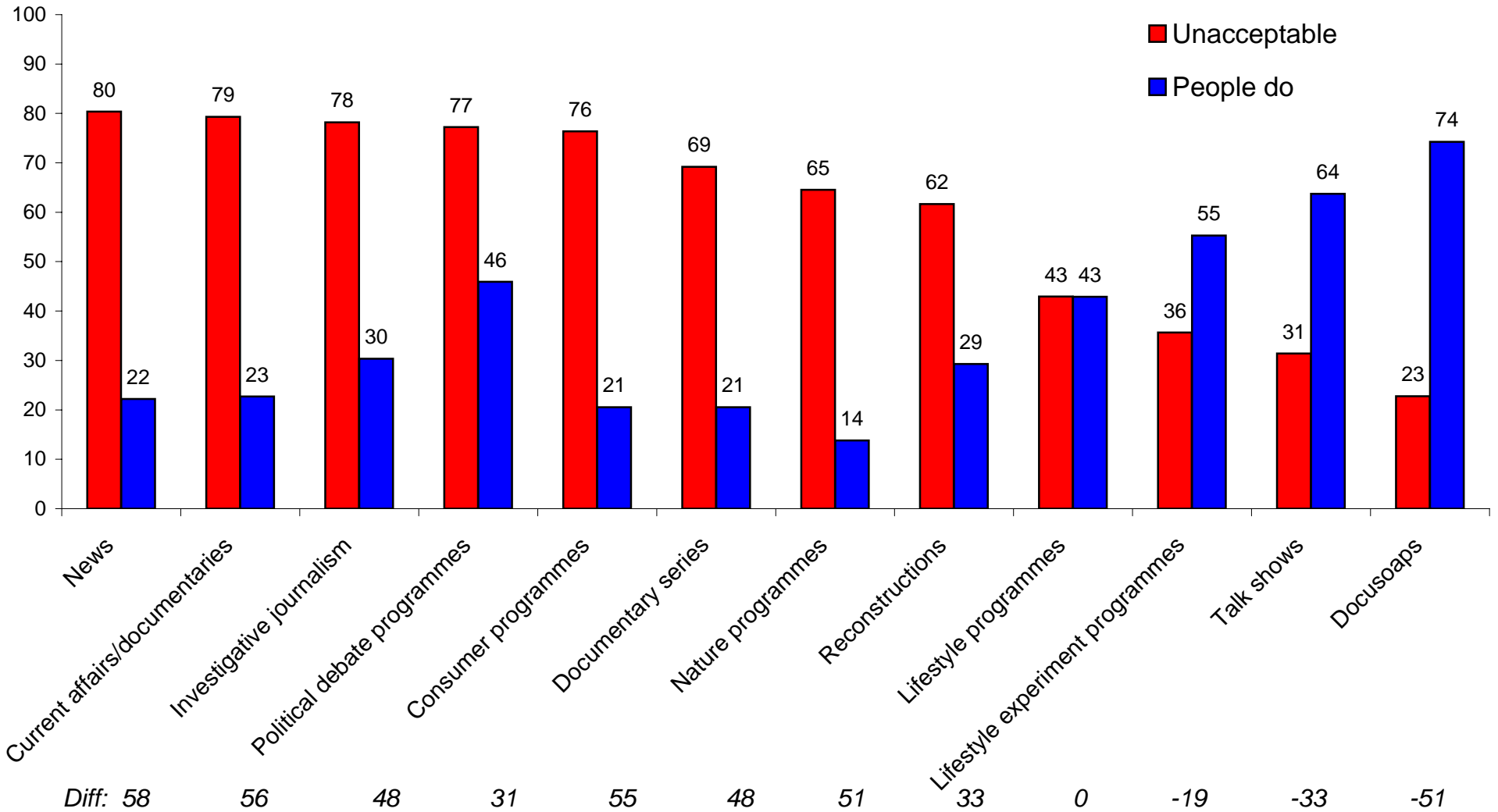
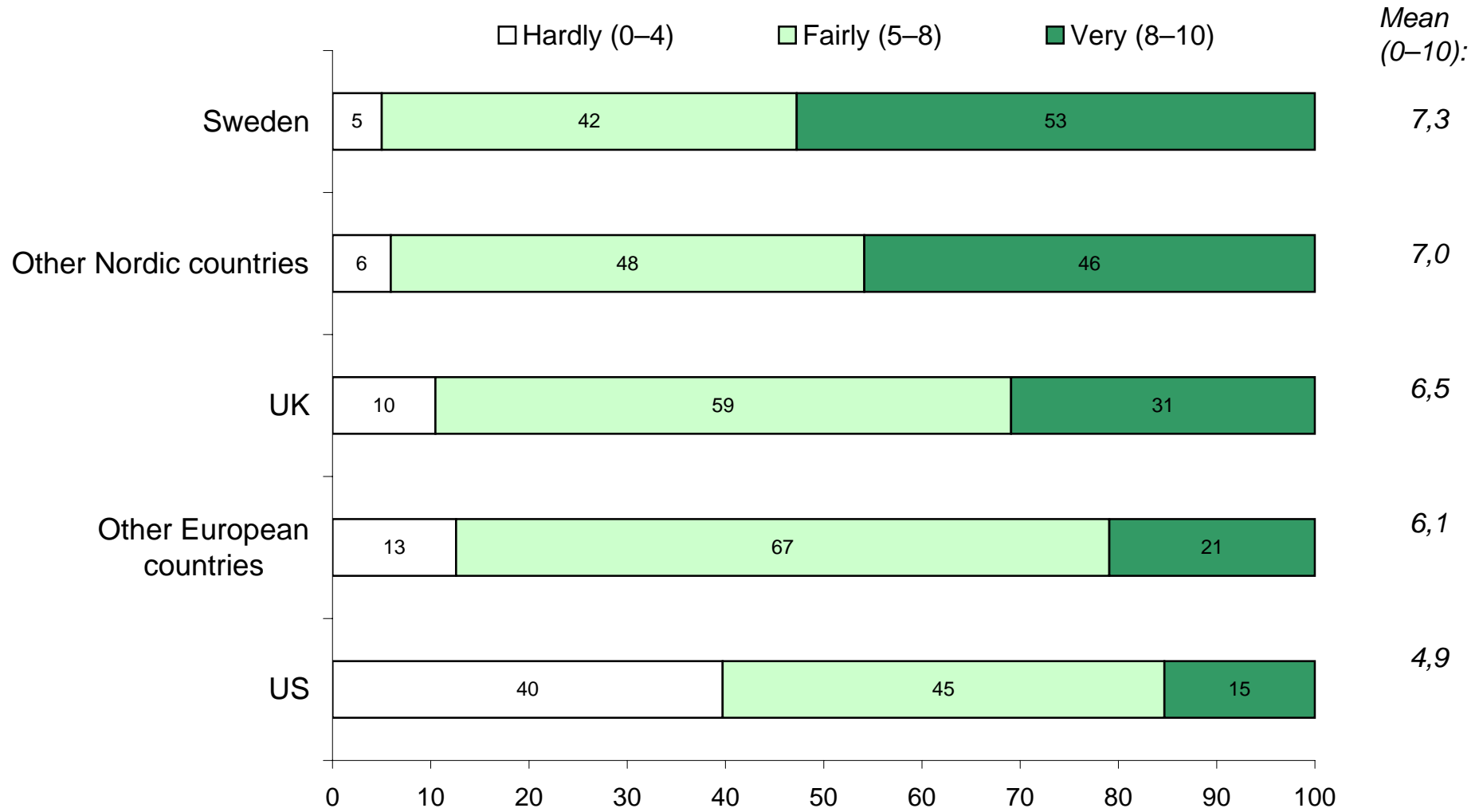


Table:
31

True-to-life: programmes from different countries (per cent)



True-to-life: programmes from different countries, by age (per cent)

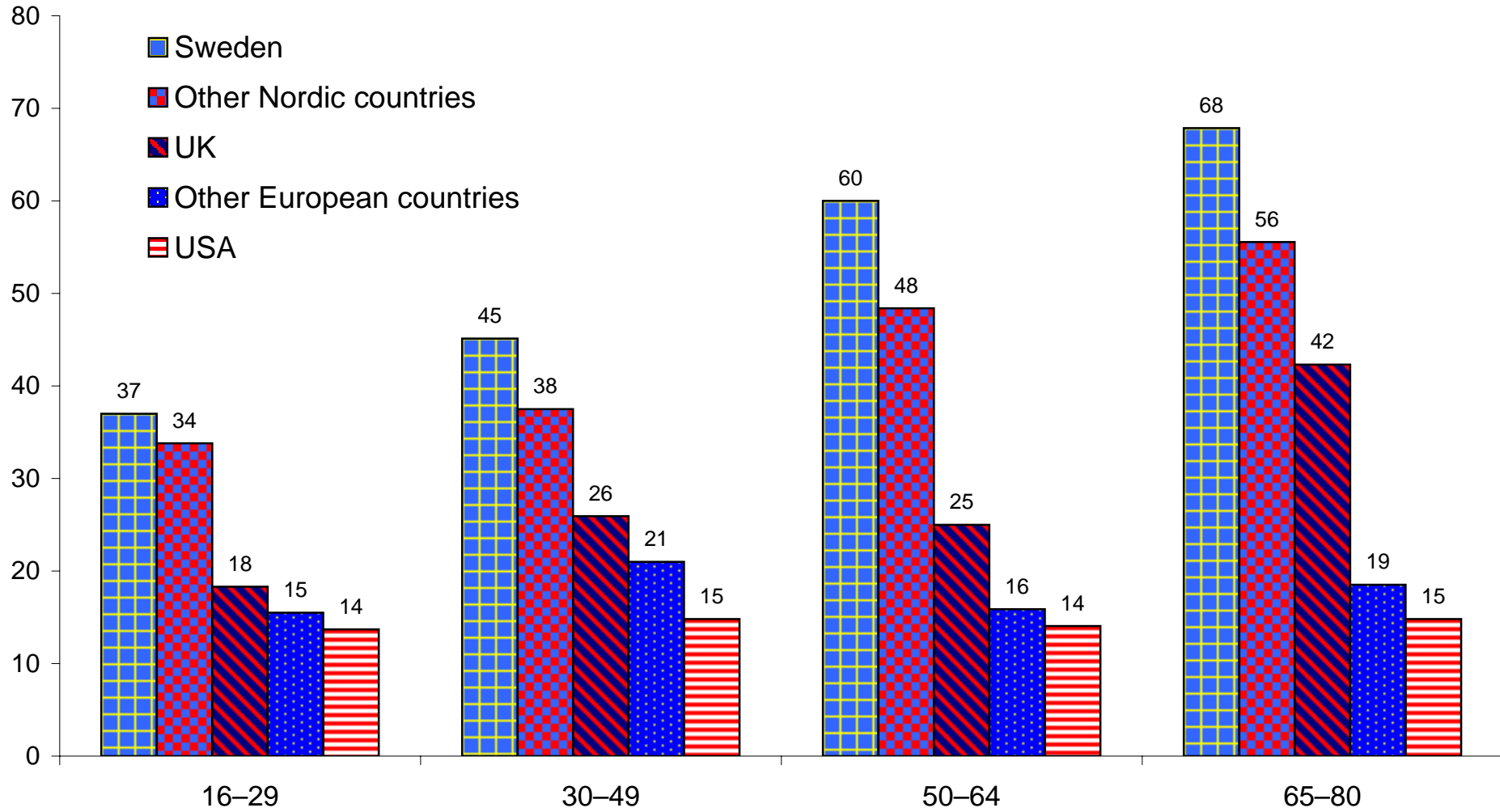


Table:
33

Opinion forming (per cent 'always' or 'most of the time')

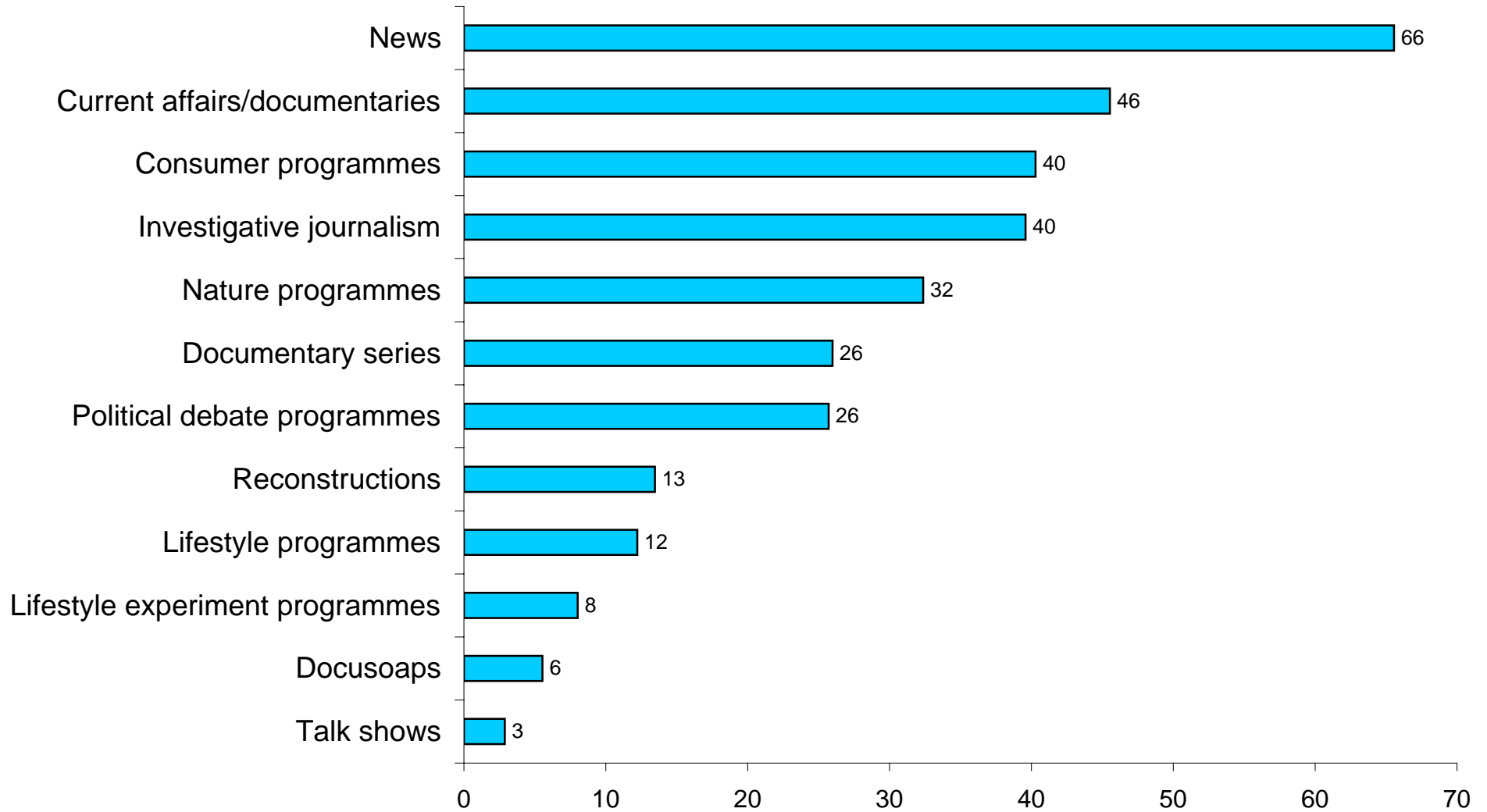


Table:
34

Opinion forming, by young and old (per cent)

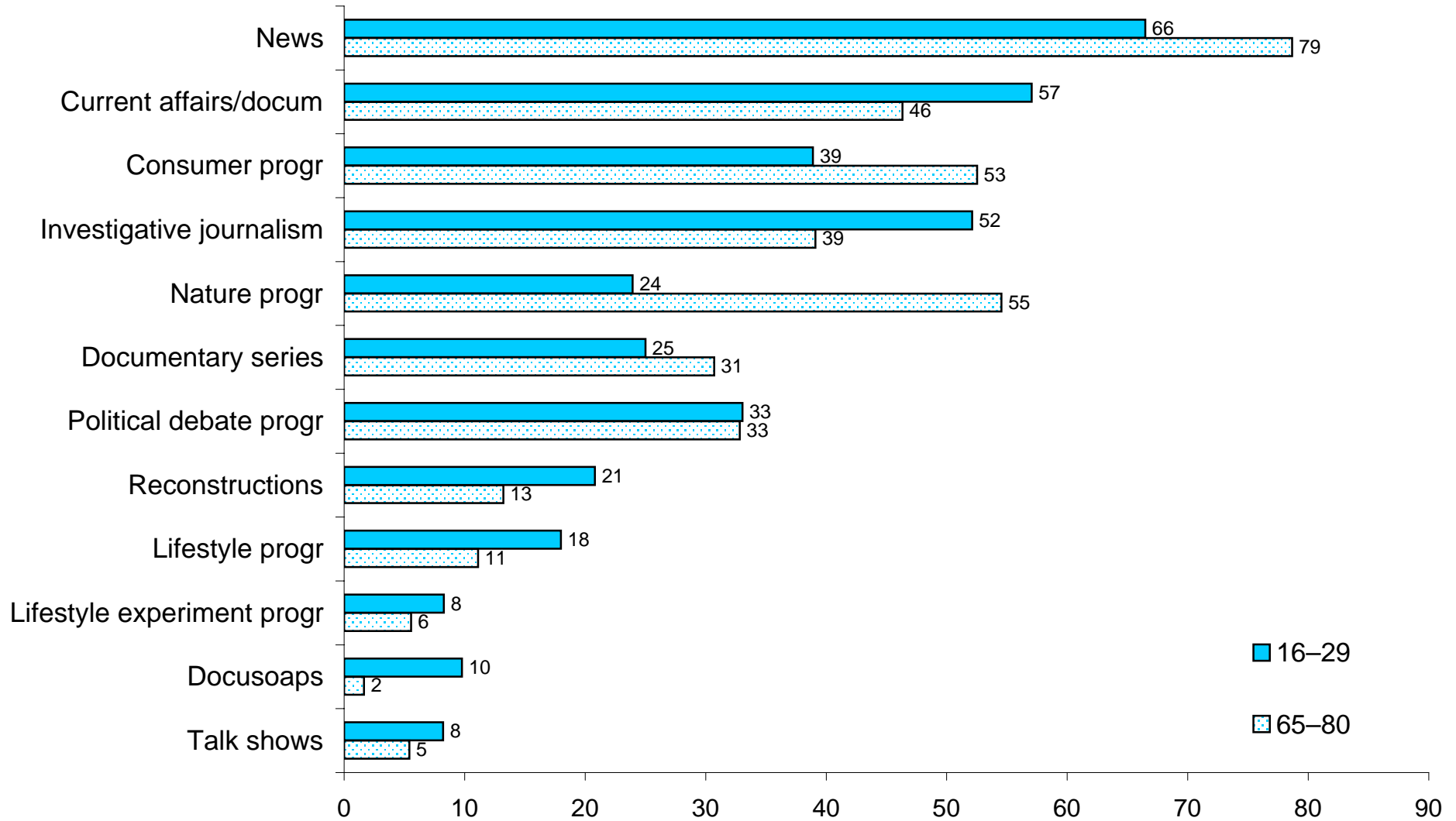
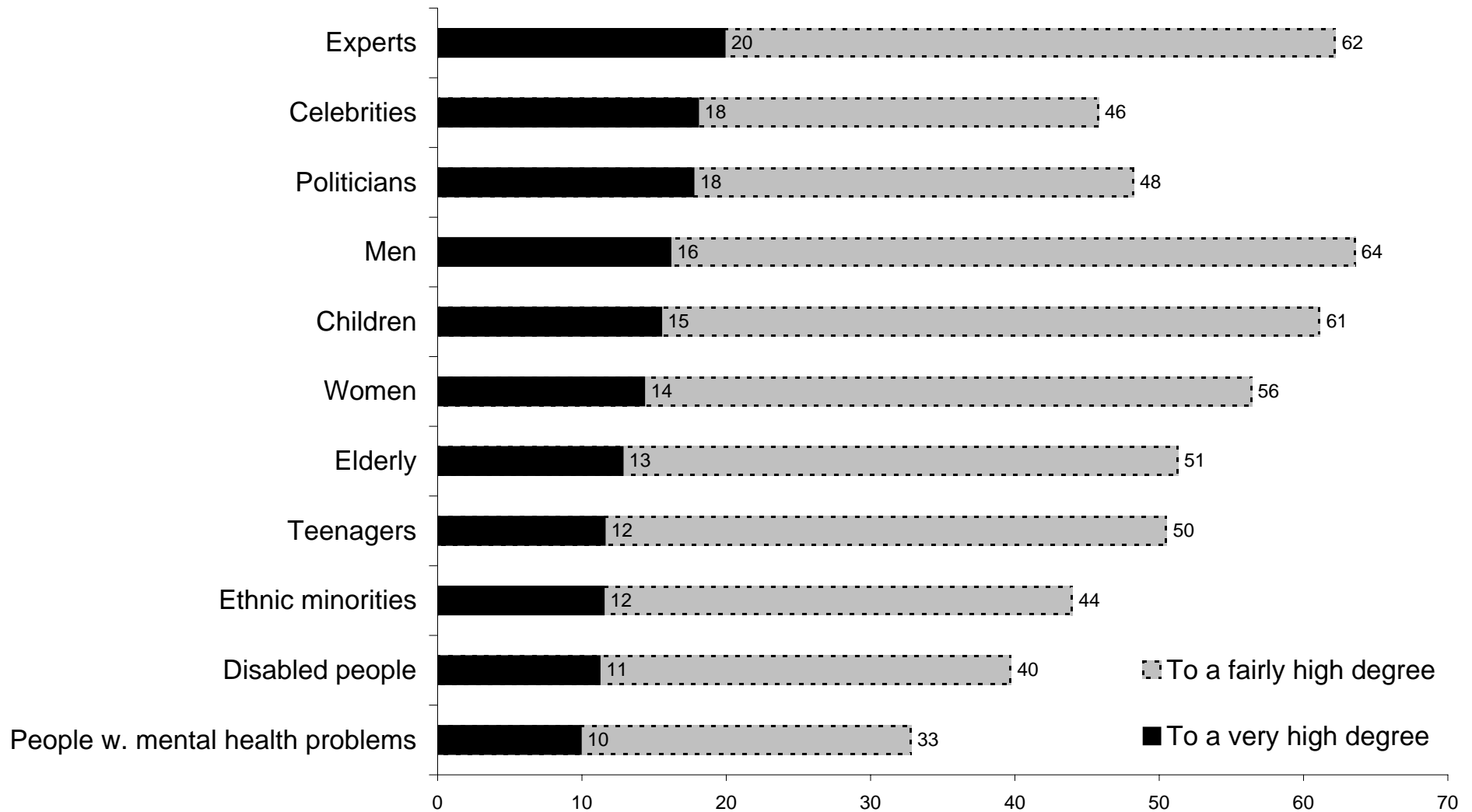


Table:
35

Perceptions of fair treatment in news programmes (per cent)



Perceptions of fair treatment in docusoaps (per cent)

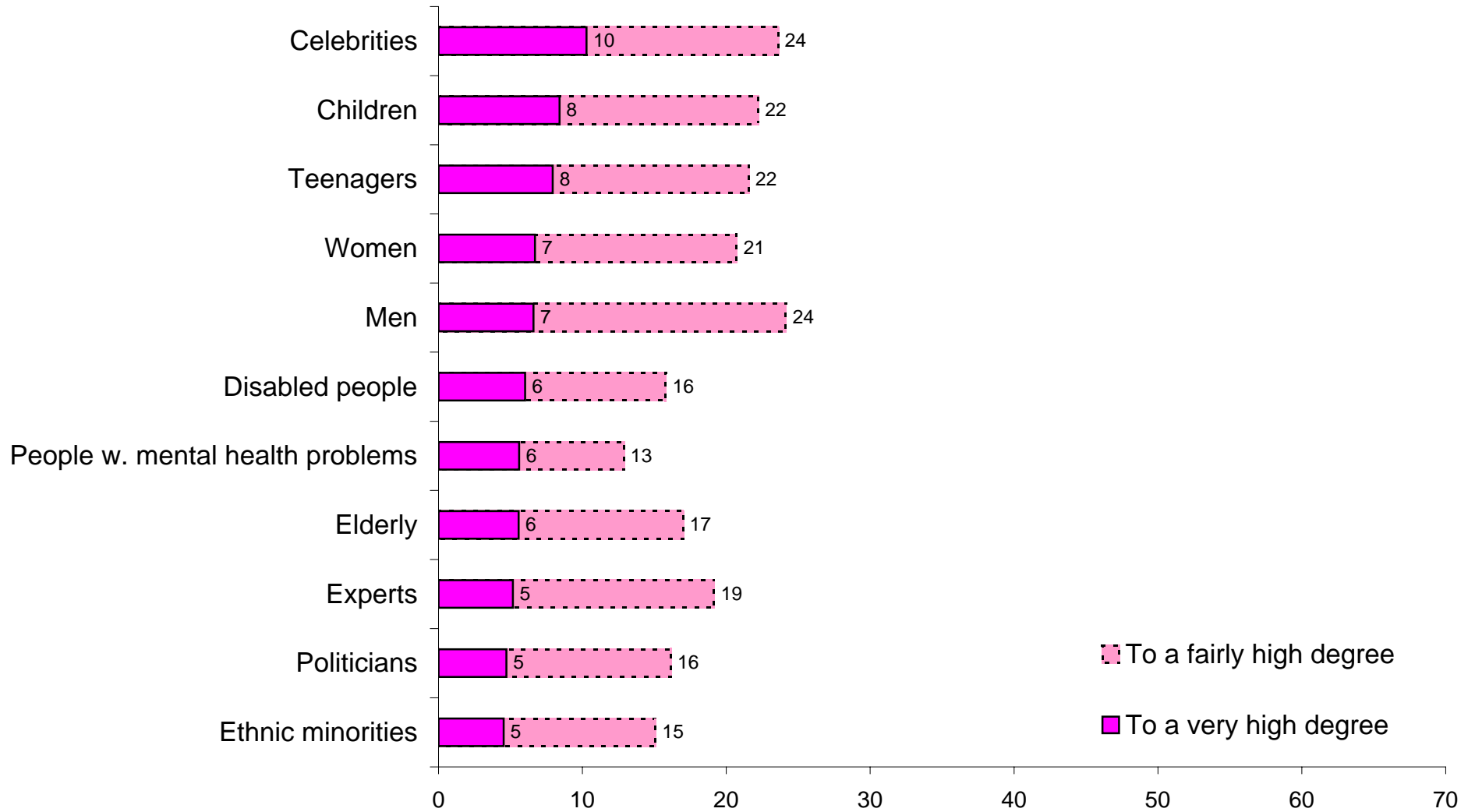


Table:
37

Perception of fair treatment in news vs. docusoaps (per cent)

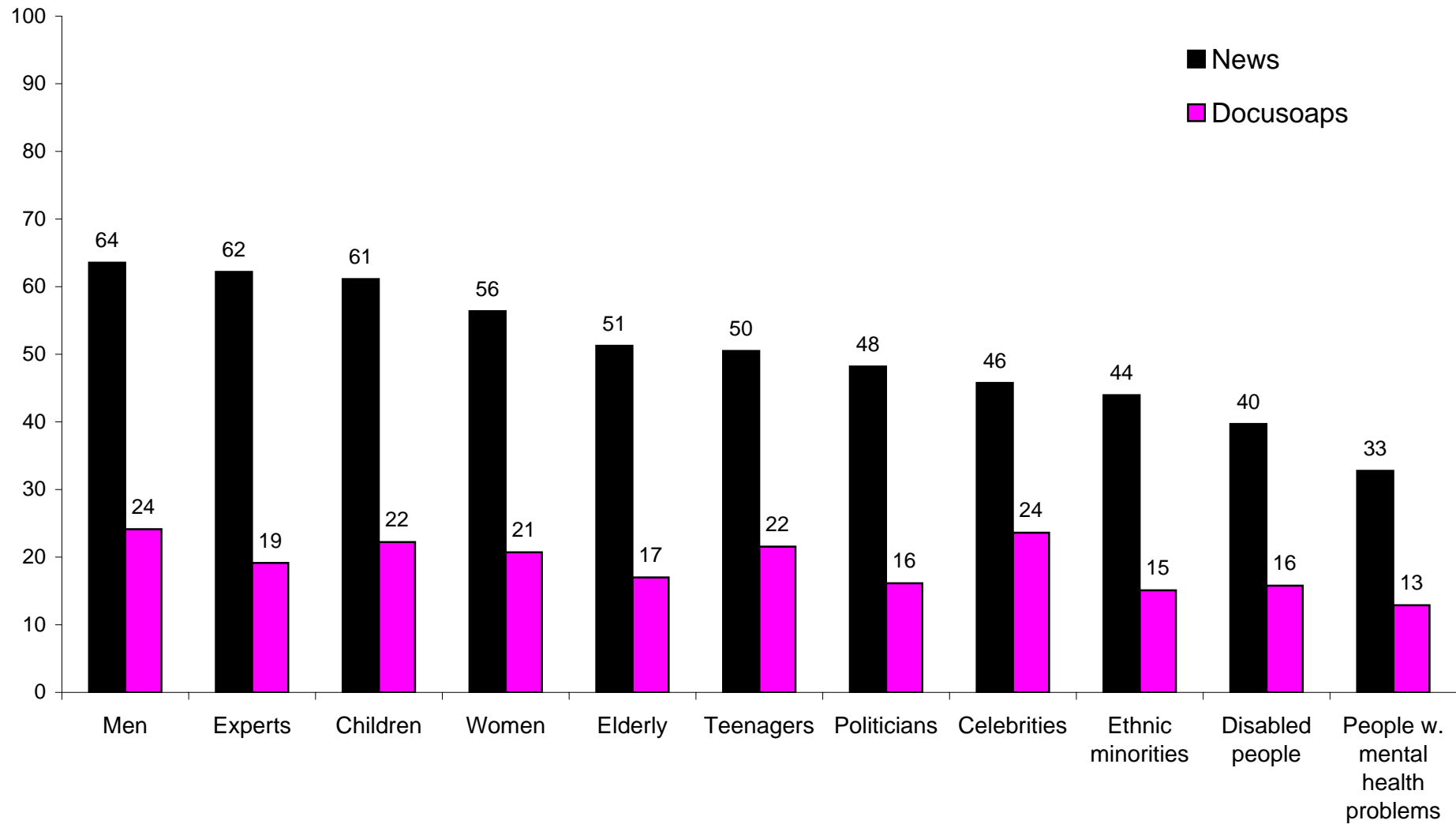
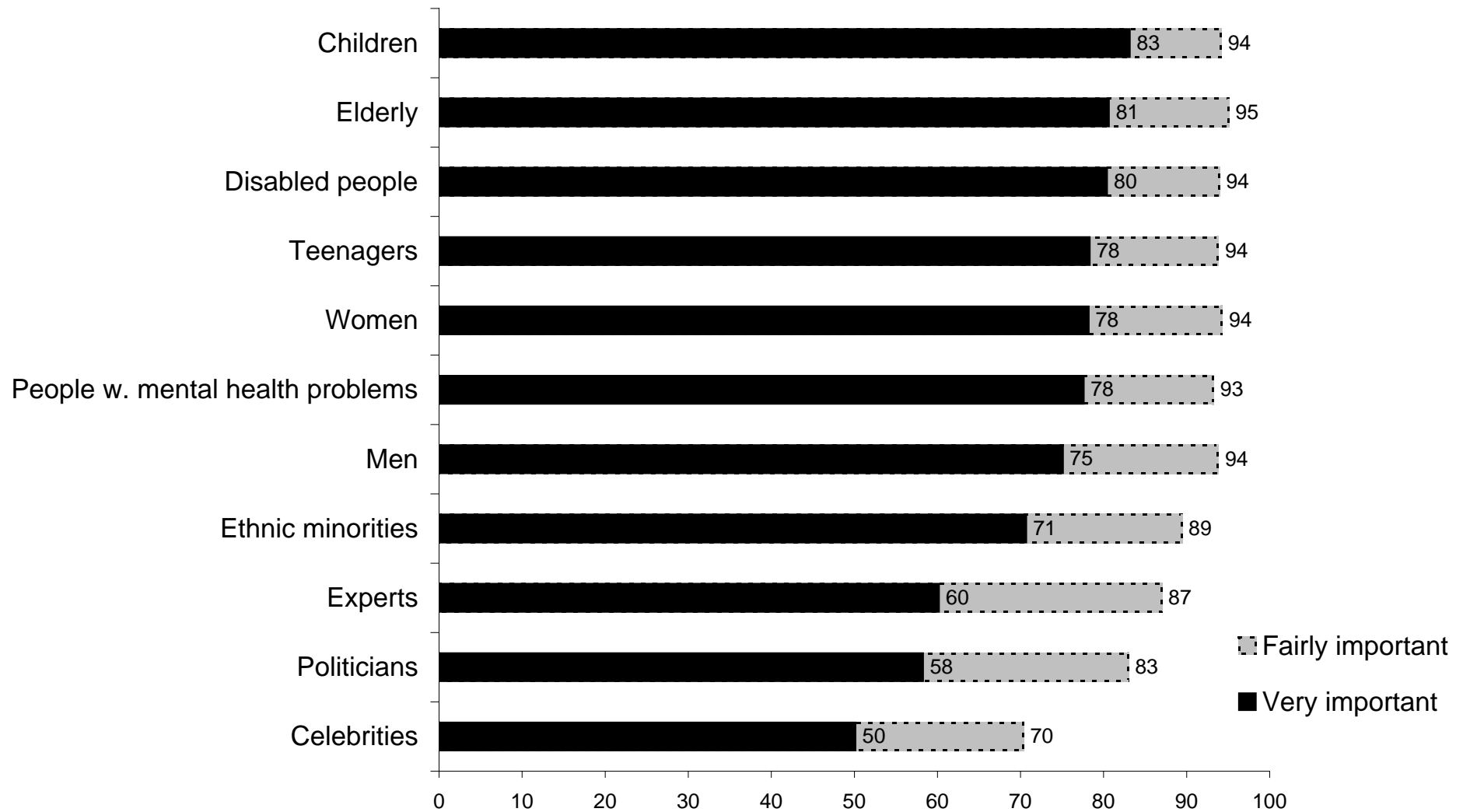


Table:
38

Importance of fair treatment in news programmes (per cent)



Importance of fair treatment in docusoaps (per cent)

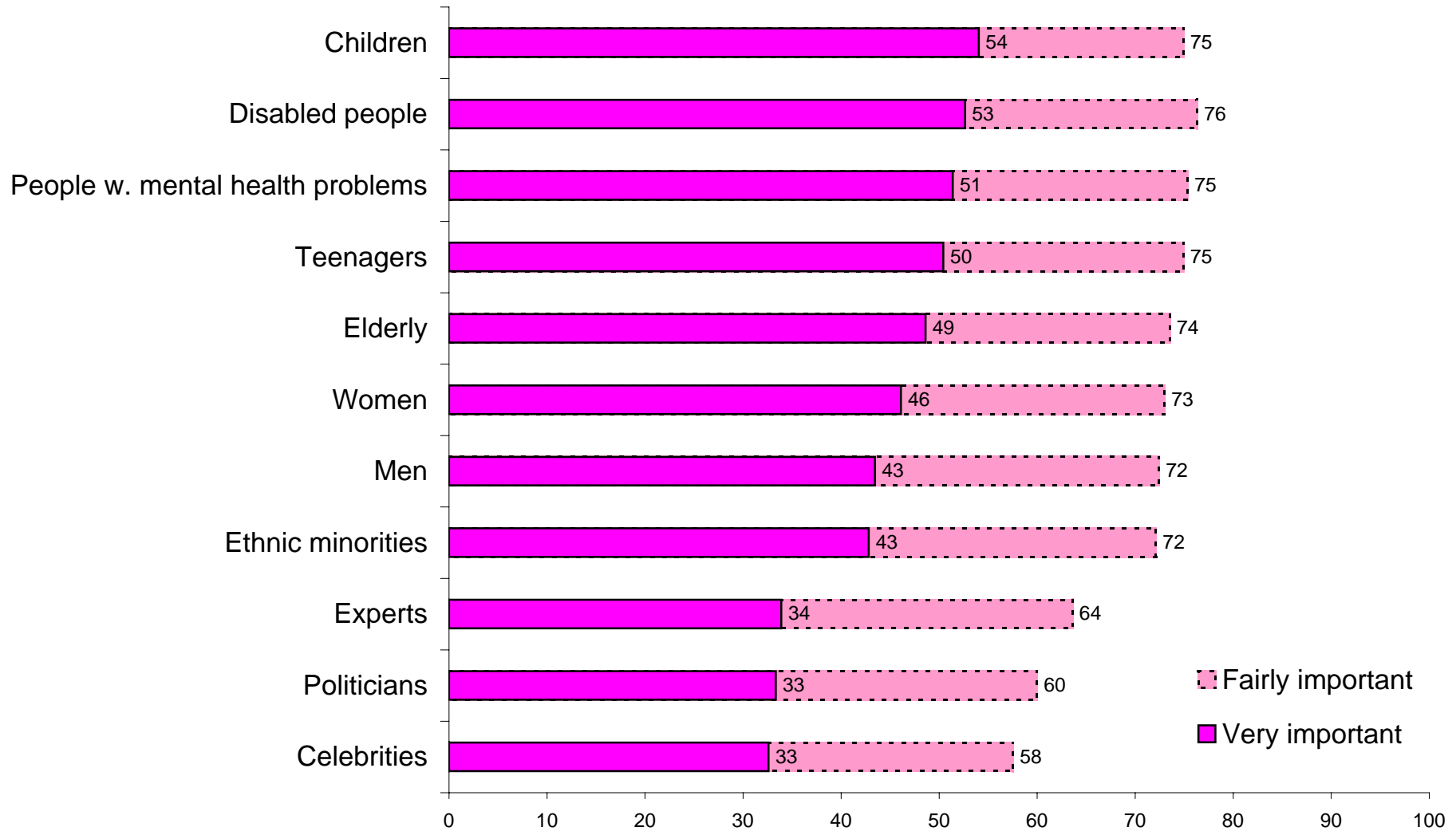
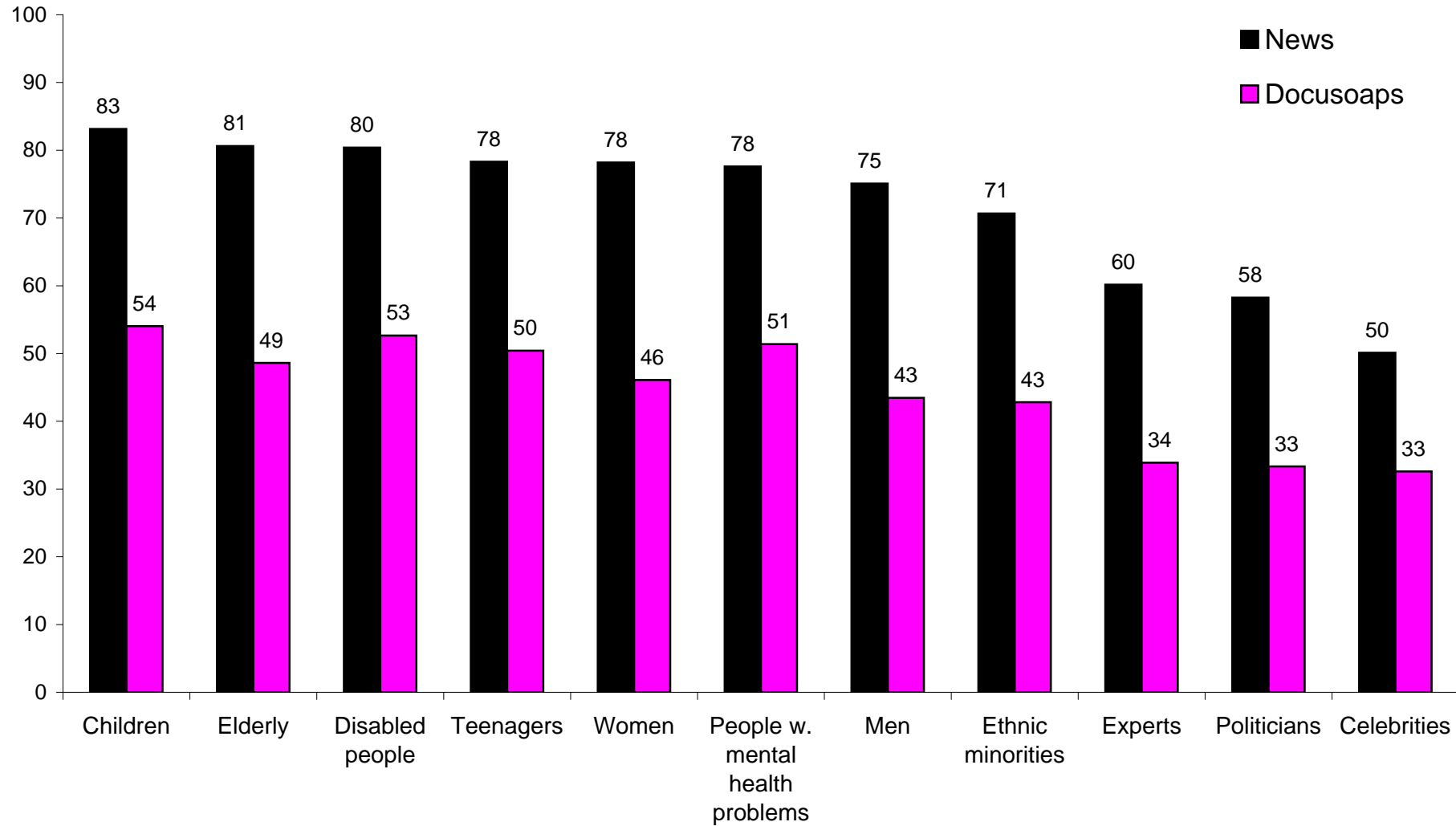


Table:
40

Importance of fair treatment in news vs. docusoaps (per cent)



Fair treatment in news programmes: importance vs. perception (per cent)

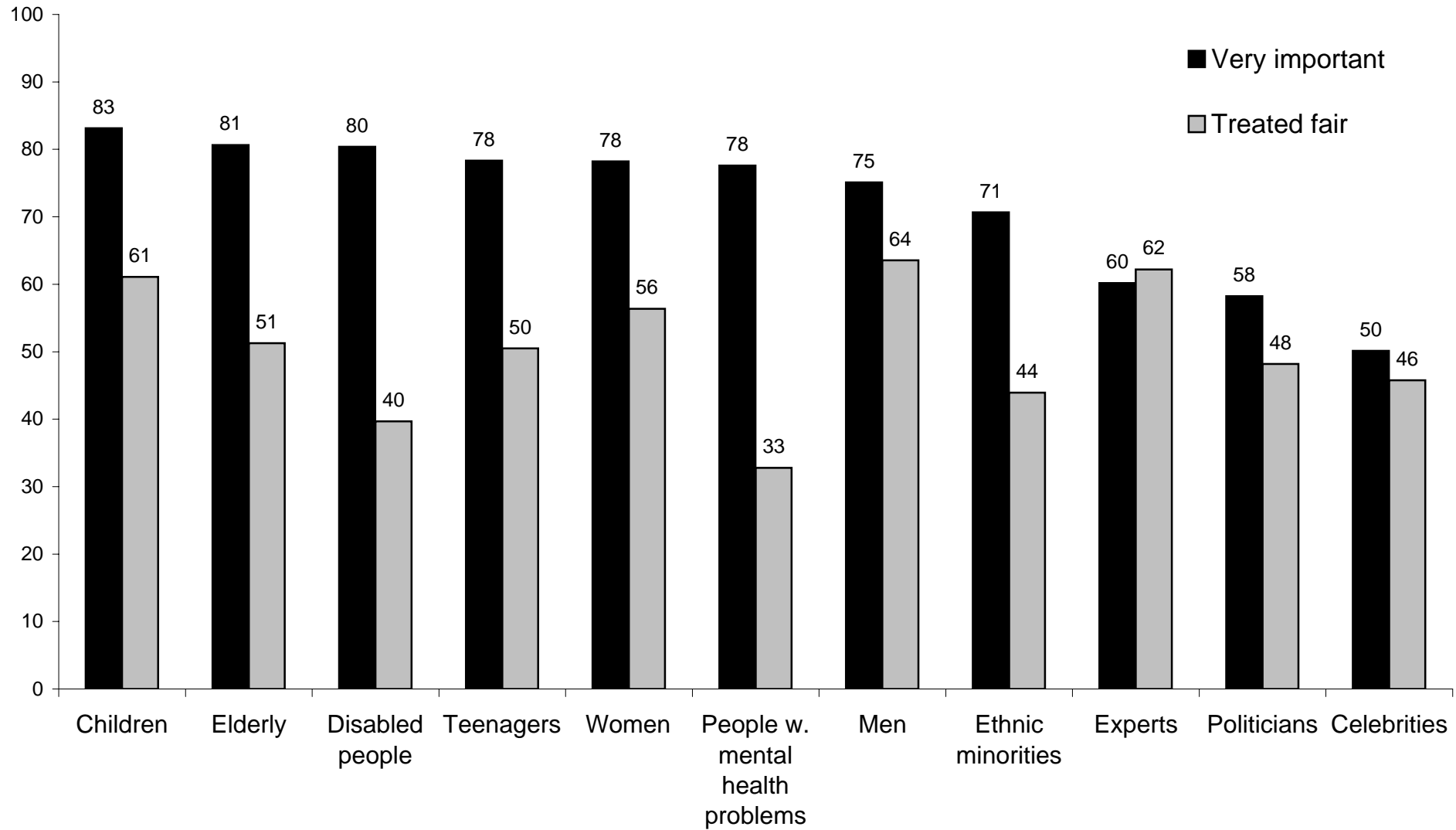


Table:
42

Fair treatment in docusoaps: importance vs. perception (per cent)

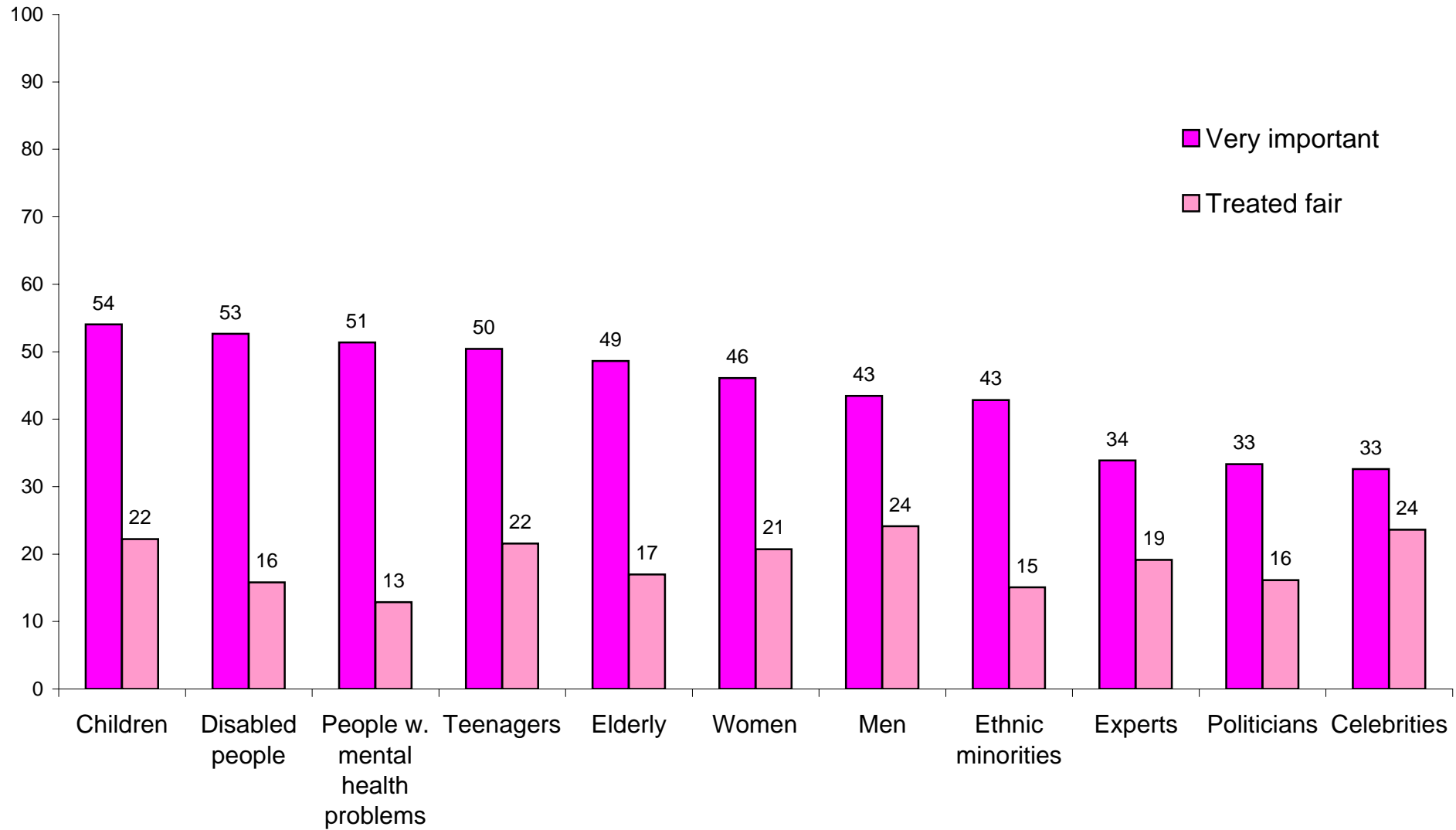


Table:
43

Bilaga 2: Metoddokumentation

TV OPINIONS IN SWEDEN: METHOD AND REPRESENTATIVITY

ÅSA NILSSON

Survey design

The survey study *TV Opinion In Sweden* is aimed at the Swedish population aged 16–80 years, including foreign citizens. The questionnaire was sent out to a random sample of 2 000 people living all over Sweden.

The questionnaire contained 12 pages of questions on TV habits and TV attitudes (see Appendix). Most questions contained fixed response alternatives, requiring a single mark, but the questionnaire also included two open-ended questions. In all, the questionnaire contained 39 questions, most of them multi-item questions.

Field work

The main part of the questionnaires was collected in February and March 2005. The field period began January 31 when the questionnaires were mailed out together with a letter, reaching (most) respondents on February 3. During the month to come, the initial send-out was followed up by a thanks/reminder postcard; a new questionnaire; and by a set of telephone reminders. Due to the relatively low response rate (cf. e.g. Nilsson 2005), an extra set of telephone reminders were added in order to encourage the respondents to fill in the questionnaire. Table 1 shows the field work in detail.

As an initial response to the survey, on February 7, 115 questionnaires had been completed and returned, meaning a first gross response rate of 6 per cent (Table 2). This corresponds to 12 per cent of the questionnaires that would be completed by the end of the field period. Monday one week later, the gross result was 17 per cent, two weeks later 24 per cent. Beginning on the sixth week, the response rate was still not higher than 36 per cent; however, by a new set of telephone reminders, the response rate accelerated somewhat (cf. Figure 1). In the end of April, i. e. after 12 weeks of fieldwork, a gross result of 47 per cent was reached.

From Figure 2 it is evident how the filling-in of questionnaires was encouraged by the reminders. (Observe the fact that Saturdays and Sundays – with no mail delivered – are included along the time axis, which somewhat exaggerates the pattern by bringing the response curve all the way down to “0” each weekend.)

Response rate and sample loss

From the gross sample, common procedure is to exclude persons that have diseased, are invalids, non Swedish-speaking, have changed address, have moved abroad or for other similar reasons are not considered part of the population (cf. note to table 3), i. e. the so-called sample loss. Excluding the sample loss, the net sample is the established base when presenting a survey's response rate.

From the original sample of 2 000 people, 146 were excluded as known sample loss (Table 3). The net sample is thus 1 854 people; with 944 respondents that means a net response rate of 51 per cent.

The telephone reminders are helpful also when it comes to gain knowledge of why people are not able or willing to participate in the survey. Together with the information from the “refuse questionnaire” and from contacts initiated by the respondents, we learnt that the most common reason for not being able to participate is being ill/disabled/unable, which covered one third of the people (Table 4). But almost as big a share of the sample loss was due to people living abroad or away travelling. People having moved or living by unknown address make up one fifth, non Swedish-speaking one tenth. A small share was due to mortality.

The most often stated reason for not *wanting* to participate is lack of time (table 5). This result is not unique for this study but is an experience also from other survey studies (Nilsson 2005). Not wanting to participate as a matter of principle is also quite common, as is the reason that the questions are not found interesting enough. A relatively common reason mentioned is that one is not watching TV, at least not very often.

Representativity and response rate by population groups

For a representative survey, the degree of variation in response rate in different population groups is crucial. If a certain group is underrepresented and the responses from this group tend to differ from the average, the survey's general results are less valid for the population as a whole.

As is evident from the data in Table 6, women participate to a somewhat higher degree than men, an experience often made in other studies (e. g. Nilsson 2005). When it comes to age, there is a dividing line at 50 years – those under, especially the 20–29-year-olds, being somewhat less willing to participate. In terms of geography, people living in the Stockholm area, in Western and in Southern Sweden are somewhat less inclined to participate than those living in other parts of the country; the somewhat weaker response willingness in the big city areas is also a common experience (*ibid.*).

The demographic composition of the respondents constitutes a kind of miniature Sweden. By Table 7, the distribution amongst responses with regard to gender, age, and geographic region is compared with the Swedish population, as well as with the gross and net sample respectively.

In the table, the variations in response rate between women and men is reflected in women being somewhat overrepresented amongst the respondents; it has nothing to do with a skewness in the drawn sample. Also we see that the age group 20–29 is somewhat underrepresented compared with in the Swedish population, and people in their fifties and sixties on the contrary somewhat overrepresented. There is also a slight underrepresentation of people living in the Stockholm area. On the whole the responses very well match the demographic pattern of the Swedish population.

Apart from demographic profile, it is possible to validate the representativeness of the response sample by comparing its feature with that of another survey on a, to the study, very crucial area: general tv-habits. The results from the question on how often one watch certain TV channels are possible to compare with the results from the National SOM study 2004 (“Riks-SOM 2”; age span adapted to that of this study, i. e. 16–80), based on a response sample of 1 772 people. The SOM survey has a somewhat higher response rate: 66 per cent. From Figure 3 it is clear how very similar those two surveys measure TV channel habits; the

biggest difference in the results, focusing on the share watching at least 3 days a week, is four percentage points (referring to the ZTV channel).

References

Nilsson, Åsa (2005) ”Den nationella SOM-undersökningen 2004”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (eds.) *Lyckan kommer, lyckan går*. Report no. 36. The SOM Institute, Göteborg University.

Field work

<i>Jan. 31</i>	Questionnaire with missive sent out (reaching respondents by Feb. 3).
<i>Feb. 7.</i>	“Post-card” reminder (reaching respondents Feb. 10).
<i>Feb. 15</i>	Postal reminder: questionnaire with new missive sent out (reaching respondents Feb. 18).
<i>Feb. 24–Mar. 7</i>	Phone reminding.
<i>Mar. 8</i>	Postal reminder: questionnaire with new missive to those not reached by phone (reaching respondents Mar. 11).
<i>Mar. 17–Mar. 22</i>	Phone reminding.
<i>Apr. 1</i>	Postal reminder: questionnaire with new missive including a one-page “refuse questionnaire” to fill in for those not wanting to or not able to fill in the survey questionnaire (reaching respondents Apr. 6).
<i>Apr. 18</i>	“Refuse questionnaire” (without ordinary questionnaire) sent to those respondents remaining from above.
<i>Apr. 29</i>	Field period closed.

Received responses week by week (number; per cent)

Response week	Date (Monday)	Number	Gross per cent	Cumulative per cent
1	Feb. 7	115	6	12
2	Feb. 14	348	17	37
3	Feb. 21	487	24	52
4	Feb. 28	600	30	64
5	Mar. 7	653	33	69
6	Mar. 14	715	36	76
7	Mar. 21	800	40	85
8	Mar. 29	861	43	91
9	Apr. 4	894	45	95
10	Apr. 11	919	46	98
11	Apr. 18	930	47	99
12	Apr. 25	937	47	99
	Apr. 29	942	47	100
	Unknown arrival	2		
	Sum	944	47	

Gross response rate (gross cumulative per cent)

Per cent

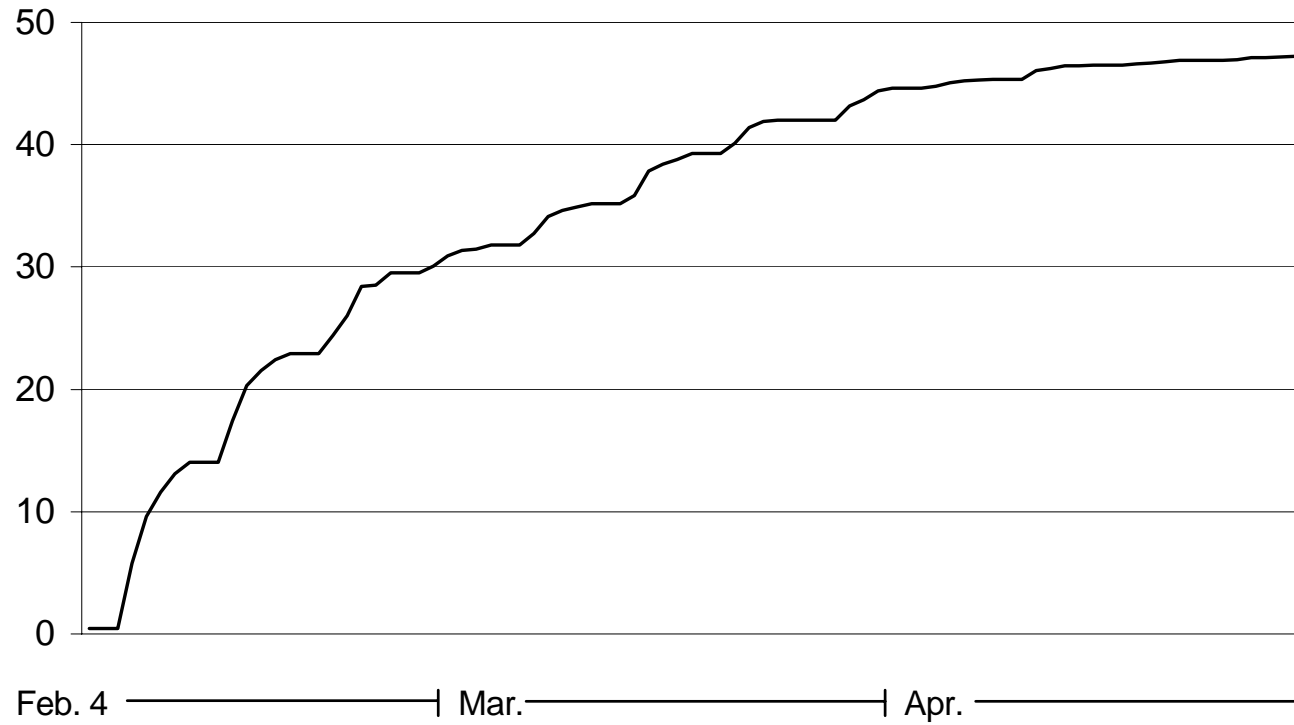


Figure:
1

Received responses day-per-day (numbers)

Number of questionnaires

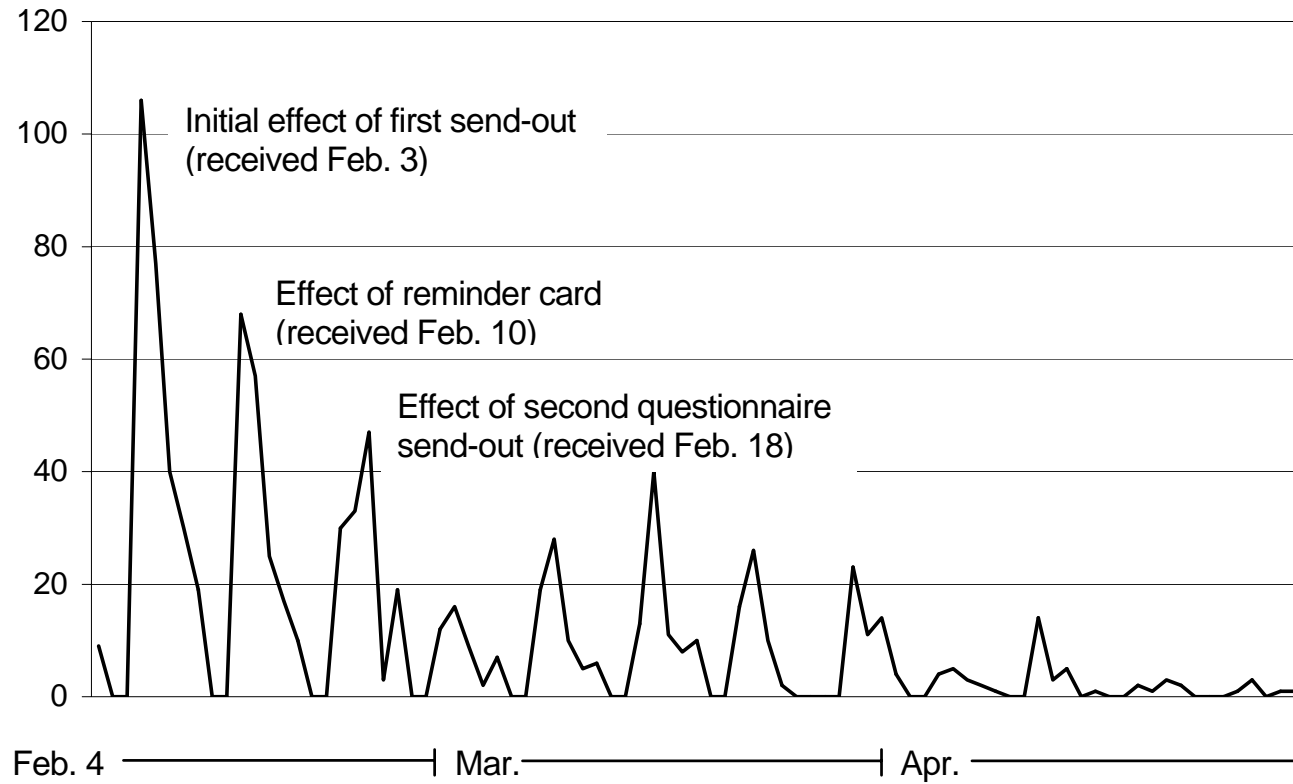


Figure:
2

Responses and sample loss

Gross sample	2 000
Sample loss	146
Net sample	1 854
Unwilling/not reached	912
Responses	944
Gross response rate	47%
Net response rate	51%

Comment: The net sample equals the gross sample minus samples loss: people living on unknown/changed address; living/studying/working abroad; long-time vacation; long-time ill, invalid, hospitalised, mentally retarded; diseased; military service; non Swedish-speaking; non communicative.

Reasons behind sample loss (per cent)

Ill/disabled/unable	34
Living abroad/long-time travelling	31
Address unknown/changed	22
Non Swedish-speaking	11
Diseased	2
Sum per cent	100
Number of responses	146

Reasons for not wanting to participate (per cent)

	Per cent
Not having the time	37
A matter of principle	19
Questions not interesting	18
Never/rarely watch TV, have no TV set	14
Questions too difficult	5
Not without compensation	2
Not trusting the anonymity	1
Combination of reasons	4
Summa procent	100
Number of responses	346

Net response rate in demographic groups (procent)

	Per cent	Group size (net)
TOTAL	51	1 856
<i>Gender</i>		
Female	54	929
Male	48	925
<i>Age</i>		
16–19	44	127
20–29	42	279
30–39	46	347
40–49	49	325
50–59	59	344
60–69	59	255
70–80	55	177
<i>Region</i>		
Stockholm	47	371
Östra Mellansverige	55	337
Småland med öar	54	148
Sydsverige	47	272
Västsverige	48	373
Norra Mellansverige	54	167
Norrland	57	186

Profile of responses, gross sample, net sample and of the Swedish population in 2004 (per cent)

		Population	Gross sample	Net sample	Responses
<i>Gender</i>	Woman	50	50	50	53
	Man	50	50	50	47
<i>Age</i>	16–19	7	7	7	6
	20–29	16	16	15	13
	30–39	18	18	19	17
	40–49	17	17	17	17
	50–59	18	18	18	21
	60–69	14	14	14	16
	70–80	10	10	10	10
<i>Region</i>	Stockholm	21	21	20	19
	Östra Mellansverige	17	18	18	19
	Småland med öarna	9	8	8	8
	Sydsverige	14	14	15	14
	Västsverige	20	20	20	19
	Norra Mellansverige	9	9	9	10
	Norrland	10	10	10	11

Comments: Population data are calculated from SCB data bases (www.scb.se/databaser); sample data refers to register data; response data are based on questionnaire responses (register data if response is missing).

Watching channels at least 3 days/week; results compared with those of National SOM 2004 (per cent)

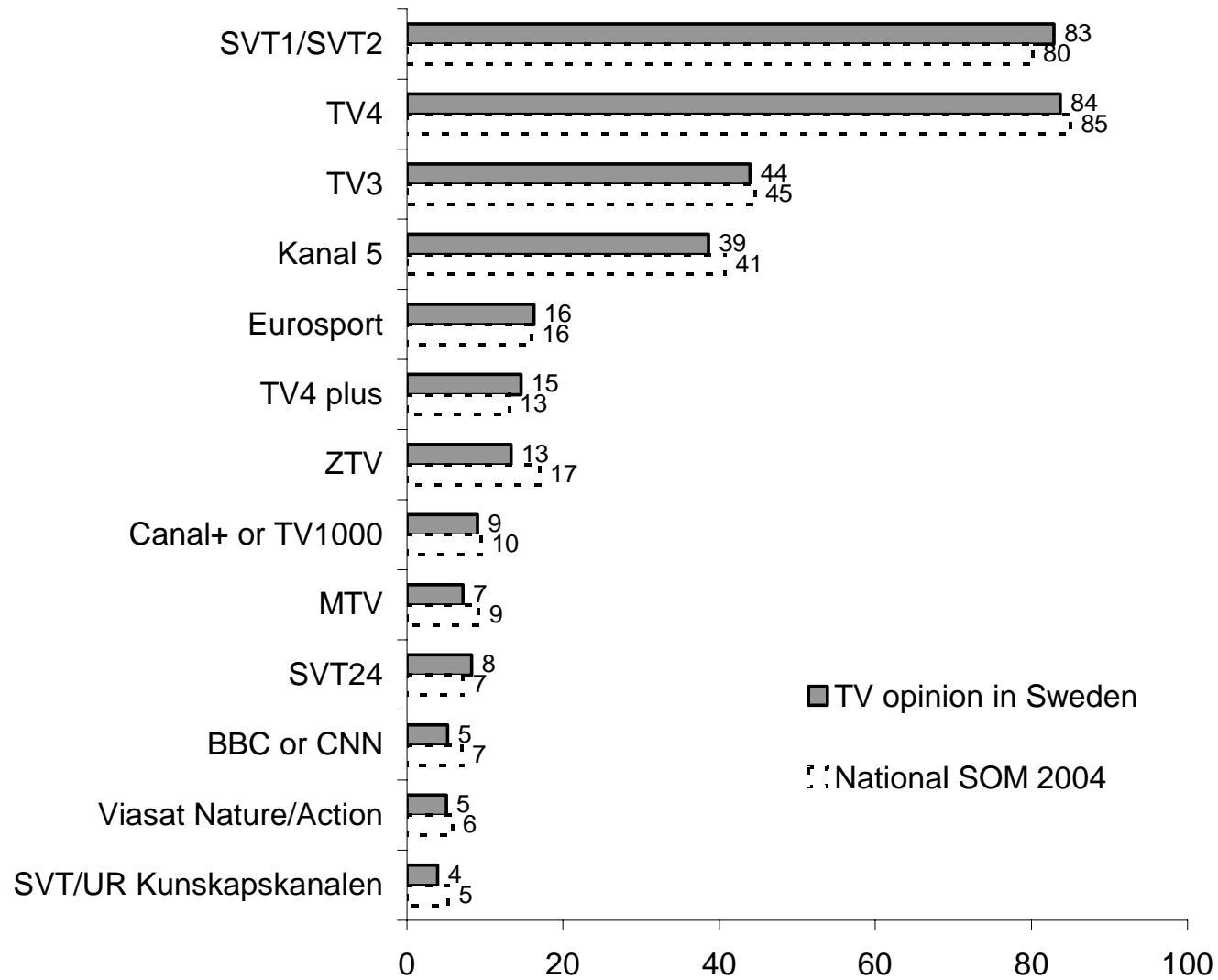


Figure:
3



ÅSIKTER OM TV I SVERIGE 2005

En studie av vad
allmänheten tycker
om olika typer av
TV-program

MMT CENTRE



JÖNKÖPING INTERNATIONAL
BUSINESS SCHOOL
JÖNKÖPING UNIVERSITY

JMG



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

UNIVERSITY OF WESTMINSTER



SÅ HÄR FYLLER DU I FORMULÄRET

Här är ett exempel:

Fråga 1 Hur väl anser du att påståendet '*I dag skiner solen*' stämmer?

	Stämmer helt och hållet	Stämmer ganska bra	Stämmer varken bra eller dåligt	Stämmer ganska dåligt	Stämmer inte alls
Om du tycker att påståendet <u>inte stämmer alls</u> , sätt då ett kryss längst till höger på följande sätt:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Om du tycker att påståendet <u>stämmer ganska bra</u> , markerar du så här:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skulle du råka sätta ett kryss i fel ruta, rätta till det genom att stryka över hela rutan. Sätt därefter kryss i rätt ruta på följande sätt:	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formuläret läses <u>optiskt</u> av en dator. Håll därför om möjligt kryssen <u>innanför</u> rutorna.		Kryssa så här: <input checked="" type="checkbox"/>		Kryssa ej så här: <input checked="" type="checkbox"/>	

Använd helst kulspeppenna och inte tusch eller blyerts.

TV-TITTANDE, TV-KANALER OCH PROGRAMTYPER

Fråga 1 Hur ofta brukar du titta på program i följande TV-kanaler?

	Har ej tillgång	Tittar på kanalen:					
		Dagligen	5–6 ggr/vecka	3–4 ggr/vecka	1–2 ggr/vecka	Mer sällan	Aldrig
SVT1/SVT2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanal 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4 plus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT/UR Kunskapskanalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Viasat Nature/Action	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canal+ eller TV1000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eurosport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BBC eller CNN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 2 Vilket är ditt allmänna intryck av de svenska TV-kanalerna?

	Mycket positivt	Ganska positivt	Varken positivt eller negativt	Ganska negativt	Mycket negativt	Ingen uppfattning
SVT1/SVT2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanal 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT24	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SVT/UR Kunskapskanalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 3 I TV brukar man skilja mellan fiktionsprogram, som t. ex. såpoperor, dramaserier och biograffilmer, och program som inte är fiktion utan mer verklighetsorienterade, som t. ex. nyheter och dokumentära program av olika slag. De verklighetsorienterade eller dokumentära programmen kan vara mycket olika, och det finns skilda uppfattningar om vilka typer av program som räknas dit.

Vi skulle vilja be dig att nedan ge några exempel på enskilda program eller programserier (oavsett om du tittar på dem eller inte) som enligt din uppfattning är verklighetsorienterade eller dokumentära.

.....

 forts.

Fråga 3 *forts...*

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Fråga 4 **Nedan följer en rad olika typer av TV-program. För varje kategori ges några exempel. Hur ofta tittar du på följande typer av TV-program?**

	Dagligen	Flera gånger i veckan	Någon gång i veckan	Någon/några gånger i månaden	Mer sällan/ aldrig
Nyheter (<i>ex. Rapport, Nyheterna, TV3 Nyheter</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/dokumentärer (<i>ex. Dokument utifrån, enskilda dokumentärer</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik (<i>ex. Uppdrag granskning, Kalla fakta, Insider</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram (<i>ex. Agenda, Debatt, Ekdal mot makten</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talkshows (<i>ex. Sen kväll med Luuk, TV-huset, David Letterman show</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram (<i>ex. Plus, Kontroll, Motorjournalen</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram (<i>ex. Mitt i naturen, Farligt möte</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier (<i>ex. Djurpensionatet, Barnsjukhuset, Veterinärerna</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner (<i>ex. Efterlyst, På liv och död</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment (<i>ex. Par på prov, Switched, Blind date</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram (<i>ex. Äntligen hemma, Solens mat, Roomservice, Fab 5, Gröna rum</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor (<i>ex. Big Brother, Farmen, Riket</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 5 För samma typer av program, vilken TV-kanal tycker du har de bästa programmen? (Markera endast en kanal per programtyp.)

	SVT1/SVT2	TV3	TV4	Kanal 5	Ingen uppfattning
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/ dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 6 Hur skulle du med hjälp av skalan nedan kategorisera följande typer av program? Skalans värde 1 motsvarar att programmet enligt din mening är ett renodlat informationsprogram, värde 7 att det är ett renodlat underhållningsprogram.

	Ett renodlat informationsprogram		Lika mycket informations- som underhållningsprogram			Ett renodlat underhållningsprogram	
	1	2	3	4	5	6	7
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/ dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 7 Hur viktigt tycker du att det är att svenska TV-kanaler visar följande typer av program?

	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/ dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TV-PROGRAMMENS INNEHÅLL**Fråga 8 Hur mycket tycker du att du allmänt sett lär dig av följande typer av TV-program?**

	Mycket	Ganska mycket	En del	Något lite	Inget	<i>Ser aldrig</i>
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/ dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 9 Man kan lära sig olika saker från olika typer av TV-program. Vad tycker du att du lär dig om genom att titta på följande typer av program? (Du kan svara med flera kryss per rad.)

	Vad som händer i världen	Vad som händer i Sverige	Samhällsfrågor/allmän opinion	Människors relationer och liv	Får praktiska tips	Ökar min allmänna kunskap	Får idéer/inspiration	Inget av detta	Ser aldrig
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 10 Hur ofta tycker du att följande typer av program hjälper dig att bilda uppfattningar i olika frågor?

	Alltid	För det mesta	Ibland	Sällan	Aldrig	Ser aldrig
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MÄNNISKORNA OCH SAMHÄLLET I TV

Fråga 11 Olika grupper av människor, som till exempel barn och äldre, blir behandlade på olika sätt i olika typer av TV-program. Vi vill veta vad du anser om hur människor behandlas i detta sammanhang. När det gäller nyhetsprogram i TV:

a) I vilken grad anser du att följande grupper av människor behandlas korrekt/rättvist?

b) Ange också hur viktigt du tycker att det är att gruppen behandlas korrekt/rättvist.

	<i>a) I vilken grad behandlas gruppen korrekt/rättvist i <u>nyhetsprogram</u> i TV?</i>					<i>b) Hur viktigt är det att gruppen behandlas korrekt/rättvist i <u>nyhetsprogram</u> i TV?</i>			
	I mycket stor grad	I ganska stor grad	I varken stor eller liten grad	I ganska liten grad	I mycket liten grad	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Barn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tonåringar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äldre människor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvinnor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Män	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etniska minoriteter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Människor med funktionshinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Människor med psykiska problem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kändisar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 12 Och när det gäller dokusåpor i TV:

a) I vilken grad anser du att följande grupper av människor behandlas korrekt/rättvist?

b) Ange också hur viktigt du tycker att det är att gruppen behandlas korrekt/rättvist.

	<i>a) I vilken grad behandlas gruppen korrekt/rättvist i <u>dokusåpor</u> i TV?</i>					<i>b) Hur viktigt är det att gruppen behandlas korrekt/rättvist i <u>dokusåpor</u> i TV?</i>			
	I mycket stor grad	I ganska stor grad	I varken stor eller liten grad	I ganska liten grad	I mycket liten grad	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Barn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tonåringar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Äldre människor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvinnor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Män	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etniska minoriteter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Människor med funktionshinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Människor med psykiska problem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Experter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kändisar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 13 Olika TV-program skildrar människors liv och samhället på olika sätt.

- a) I vilken grad anser du att följande typer av program ger en rimlig bild av verkligheten?**
b) Ange också hur viktigt du tycker att det är att programmen ger en rimlig bild av verkligheten?

	<i>a) I vilken grad ger programmen en rimlig bild av verkligheten?</i>					<i>b) Hur viktigt är det att programmen ger en rimlig bild av verkligheten?</i>			
	I mycket stor grad	I ganska stor grad	I varken stor eller liten grad	I ganska liten grad	I mycket liten grad	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/ dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 14 De frågor som du besvarat har handlat om olika typer av TV-program som sänds i Sverige, både program gjorda i Sverige och i andra länder. Om du skulle göra en sammanfattande bedömning av dessa programtyper, hur verklighetstroga uppfattar du program från följande länder?

Program från:	Ger en helt felaktig bild av verkligheten					Ger en mycket god bild av verkligheten					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Övriga nordiska länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storbritannien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andra europeiska länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
USA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Om du anser att det är skillnad på svenska program och program från andra länder, kan du i så fall kort beskriva på vilket sätt:

.....

.....

.....

.....

Fråga 15 När vanliga människor är med i TV kanske de inte alltid uppträder naturligt utan agerar på ett särskilt sätt beroende av det TV-program de är med i.

a) I vilken grad anser du att vanliga människor brukar förstålla sig framför TV-kameran?

b) Hur viktigt tycker du att det är att de inte förstår sig?

	a) I vilken grad förstår sig vanliga människor i..?					b) Hur viktigt är det att vanliga människor <u>inte</u> förstår sig i..?			
	I mycket stor grad	I ganska stor grad	I varken stor eller liten grad	I ganska liten grad	I mycket liten grad	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte särskilt viktigt	Inte alls viktigt
Nyheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samhällsprogram/dokumentärer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Undersökande journalistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Politiska debattprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Talk shows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konsumentprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokumentära serier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekonstruktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilexperiment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livsstilsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dokusåpor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TV OCH TITTARNA

Fråga 16 En del TV-program har interaktiva inslag som gör det möjligt för publiken att rösta eller kommentera programmets innehåll genom att ringa ett telefonnummer eller skicka ett SMS med mobiltelefon. Har du använt sådana interaktiva möjligheter?

Nej, aldrig Ja, en gång Ja, ibland Ja, regelbundet

↳ Om du inte använt sådana interaktiva möjligheter, vilket är skälet?

- Jag är inte intresserad av interaktiva möjligheter
- Jag känner inte till dessa interaktiva möjligheter
- Jag vet inte hur man gör för att delta interaktivt

Fråga 17 En del TV-program såsom nyheter, debattprogram, dokumentärer eller dokusåpor har hemsidor där man kan få information om programmet, chatta med människor som är med i programmet eller med andra tittare. Har du använt någon sådan hemsida?

Nej, aldrig Ja, en gång Ja, ibland Ja, regelbundet

↳ Om du inte använt sådana hemsidor, vilket är skälet?

- Jag har inte tillgång till internet
- Jag är inte intresserad av sådana hemsidor
- Jag vet inte hur man kommer till hemsidorna

FLODVÅGSKATASTROFEN I SYDASIEN

Fråga 18 När fick du **först** höra talas om flodvågskatastrofen i Sydasiens som inträffade på natten till söndag Annandag jul (svensk tid)? (Markera endast en ruta.)

	Morgonen/förmiddagen	Mitt på dagen	Eftermiddagen	Kvällen
Annandag jul (söndag)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Måndagen (dagen därpå)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Tisdagen eller senare <input type="checkbox"/> Jag minns inte				

Fråga 19 Följde du fortlöpande nyheterna om katastrofen under de två första dagarna efter katastrofen?

Nej

Ja → Hur följde du nyheterna? (Du kan markera flera svar.)

Genom radio

Genom morgontidning(ar)

Genom TV

Genom kvällstidning(ar)

Genom internet

På annat sätt: _____

Om du följde nyheterna om katastrofen under de två första dagarna genom TV, vilken kanal tittade du på i huvudsak? (Markera endast ett svar.)

SVT1/SVT2

Annan svensk kanal (TV3, Kanal 5, ZTV)

SVT24

BBC eller CNN

TV4

Annan utländsk kanal

Fråga 20 Allmänt sett, anser du att det utrymme som de svenska nyhetsmedierna ägnat flodvågskatastrofen varit för litet, lagom eller för stort?

Alldeles för litet

Något för litet

Lagom

Något för stort

Alldeles för stort

Fråga 21 På det hela taget, vilket förtroende har du för det sätt som medierna har rapporterat om flodvågskatastrofen i följande avseenden?

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende
Katastrofens omfattning och konsekvenser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Räddningsinsatserna i området	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De drabbades/anhörigas reaktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska regeringens agerande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Svenska myndigheters agerande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 22 Anser du att medierna i sin bevakning av flodvågskatastrofen på det hela taget speglat de drabbades/anhörigas reaktioner på ett närgånget eller hänsynsfullt sätt?

	Alldeles för närgånget	Något för närgånget	Ganska hänsynsfullt	Mycket hänsynsfullt	Har inte tagit del av
SVT1/SVT2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyhets sajter på Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Den lokala morgontidningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällstidningarna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 23 Känner eller kände du någon som drabbats av flodvågskatastrofen i Sydostasien?

Nej "Bekants bekant" Arbetskamrat, personlig bekant Familjemedlem, nära anhörig

ANDRA MEDIEVANOR OCH INTRESSEN I ÖVRIGT

Fråga 24 Brukar du läsa eller titta i följande – och i så fall hur ofta?

	6–7 dagar/ vecka	3–5 dagar/ vecka	1–2 dagar/ vecka	Mer sällan	Aldrig
Lokal morgontidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan morgontidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kvällstidning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 25 Brukar du använda internet – och i så fall hur ofta?

	6–7 dagar/ vecka	3–5 dagar/ vecka	1–2 dagar/ vecka	Mer sällan	Aldrig
I hemmet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
På min arbetsplats/skola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
På annan plats	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Brukar *aldrig* använda internet

Fråga 26 Vilken typ av TV-program föredrar Du att titta på? Svara med hjälp av nedanstående skala.

	Inte alls intresserad av att titta på					Mycket intresserad av att titta på					
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Informations- och faktaprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förströelse- och underhållningsprogram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 27 Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande?

	Ingen gång	Någon gång under de senaste 12 månaderna	Någon gång i halv- året	Någon gång i kvar- talet	Någon gång i månaden	Någon gång i veckan	Flera gångar i veckan
Gått på bio/teater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sysslat med sport/idrott	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gått på restaurant/bar/pub på kvällstid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ätit snabbmat (hamburgare/pizza/kebab)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Druckit sprit/vin/starköl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spelat datorspel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Använt text-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umgåtts med vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diskuterat politik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varit upptagen kvällstid med aktiviteter/ärenden utanför hemmet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbetat övertid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyrt video/DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tittat på TV under dagtid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läst någon bok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TILL SIST NÅGRA FRÅGOR OM DIG SJÄLV

När man sammanställer resultatet av sådana här undersökningar brukar man dela upp svaren i olika grupper. För att kunna göra detta behöver vi dina svar på dessa avslutande frågor.

Fråga 28 Är du kvinna eller man?

- Kvinna
 Man

Fråga 29 Vilket år är du född?

Årtal: 19

Fråga 30 Vilket är ditt civilstånd?

- Ensamstående
 Sambo
 Gift
 Änka/änkling

Fråga 31 Hur ser ditt hushåll ut?

- Jag bor ensam → Gå till fråga 32.
- Jag bor med/delar regelbundet mitt hushåll med: →
- | | Ja | Nej |
|----------------------|--------------------------|--------------------------|
| En vuxen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Flera vuxna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ett eller flera barn | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Om du regelbundet delar ditt hushåll med barn, hur många är de och i vilka åldrar är de?

Antal barn: ...i åldrarna: 0–3 år 4–6 år 7–15 år 16 år eller äldre

Fråga 32 Var någonstans har du respektive din far och din mor huvudsakligen vuxit upp?

	Du själv	Din far	Din mor
Ren landsbygd i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mindre tätort i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stad eller större tätort i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stockholm, Göteborg eller Malmö	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat land i Norden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annat land i Europa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Land utanför Europa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fråga 33 Om du skulle beskriva ditt nuvarande hem, vilket av nedanstående alternativ stämmer då bäst?

- Arbetarhem
 Jordbrukarhem
 Tjänstemannahem
 Högre tjänstemanna-/akademikerhem
 Företagarhem

Fråga 34 Vilken skolutbildning har du? Markera det alternativ som du anser passar bäst in på dig. Om du ännu inte avslutat din utbildning, markera då den du genomgår för närvarande.

- Ej fullgjort grundskola eller motsvarande obligatorisk skola
- Grundskola eller motsvarande obligatorisk skola
- Studier vid gymnasium, folkhögskola eller motsvarande
- Examen från gymnasium, folkhögskola eller motsvarande
- Eftergymnasial utbildning, ej högskola
- Studier vid högskola/universitet
- Examen från högskola/universitet
- Examen från forskarutbildning

Fråga 35 Vilken inriktning har din utbildning i huvudsak? Kryssa för det alternativ som bäst stämmer in på din utbildning.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ekonomi/handel/administration | <input type="checkbox"/> Media/journalistik/reklam |
| <input type="checkbox"/> Estetisk/design/hantverk/konst | <input type="checkbox"/> Naturvetenskap/matematik/data |
| <input type="checkbox"/> Hotell/restaurang/service/skönhetsvård | <input type="checkbox"/> Pedagogik |
| <input type="checkbox"/> Hälso-/sjukvård | <input type="checkbox"/> Samhällsvetenskap/juridik |
| <input type="checkbox"/> Humaniora/kultur | <input type="checkbox"/> Socialt arbete/omsorg/psykologi |
| <input type="checkbox"/> Jordbruk/skogsbruk/miljövärd | |
| <input type="checkbox"/> Teknik/byggt teknik/industri/transport | <input type="checkbox"/> Annan |

Fråga 36 Vilken av de här grupperna tillhör du för närvarande?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Förvärvsarbetande (även sjukskriven, föräldraledig) | <input type="checkbox"/> Ålderspensionär/avtalspensionär |
| <input type="checkbox"/> Har arbete i arbetsmarknadspolitiska åtgärder | <input type="checkbox"/> Förtidspensionär/sjukpensionär |
| <input type="checkbox"/> Genomgår arbetsmarknadsutbildning | <input type="checkbox"/> Studerande |
| <input type="checkbox"/> Arbetslös | <input type="checkbox"/> Annat |

Fråga 37 Vilket yrke har/hade du?

-
- (yrke/sysselsättning)
- Har **aldrig** yrkesarbetat → Gå till fråga 39.

Fråga 38 Arbetar/arbetade du hel- eller deltid?

- Heltid
- Deltid, minst 15 timmar i veckan
- Deltid, mindre än 15 timmar i veckan

Fråga 39 Har du tillgång till följande i ditt hushåll?

	Ja	Nej
Digital-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DVD-spelare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persondator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ÅSIKTER OM TV I SVERIGE 2005

ÅSIKTER OM TV är en vetenskaplig frågeundersökning som genomförs i samarbete mellan Media Management and Transformation Centre (MMTC) vid Internationella Handelshögskolan i Jönköping, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet (JMG) samt School of Media, Arts and Design vid University of Westminster i London.

ÅSIKTER OM TV syftar till att undersöka vad allmänheten anser om olika typer av TV-program. Undersökningen går ut till 2 000 slumpmässigt utvalda personer i Sverige och genomförs i samarbete med Kinnmark Information AB.

Ansvarig för undersökningen är professor Annette Hill, MMTC/University of Westminster i samverkan med professor Robert Picard, MMTC och professor Lennart Weibull, JMG Magnus Kinnmark, Kinnmark Information AB, är projektsamordnare.

Har du frågor som rör din medverkan i undersökningen, ring gärna
Kinnmark Information, telefon: 020-28 28 30
(samtalet kostar endast en markering).

Du kan också ringa eller skicka e-post till Barbara Eklöf, biträdande forskare
vid MMTC, Internationella Handelshögskolan i Jönköping:
telefon: 036-15 77 86, e-post: barbara.eklof@ihh.hj.se

*Denna streckkod är endast till för att
inkomna svar skall kunna prickas av
vid datorns optiska läsning. Då slipper
du få påminnelse i onödan.*
