

Arbetsrapport nr. 37

# Känslor av medieförtroende

Oscar Westlund



Arbetsrapport nr. 37

# Känslor av medieförtroende

Oscar Westlund

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](mailto:majken.johansson@jmg.gu.se)  
2006



# Förord

Mediers betydelse för sin publik kan belysas på många olika sätt. En ansats som blivit allt vanligare är att undersöka allmänhetens förtroende för medier. Förtroende står för ett slags symboliskt kapital, som uppfattas framför allt relaterat till mediets kvalitativa vikt. Det handlar mindre om mediets utbredning och mera om dess upplevda betydelse. Under det gångna decenniet har genomförts ett flertal kvantitativa studier av allmänhetens förtroende både för medier som samhällsinstitution och för enskilda medier. Resultaten från dessa studier ger en tämligen entydig bild: TV, särskilt public service, och lokal morgonpress rankas högt, medan särskilt kvällstidningar kommer mycket lågt.

Den fråga som regelbundet inställer sig vid analyser av förtroendemätningar är vad svarspersonerna egentligen lägger in i begreppet förtroende. Vad står högt förtroende för? Och i vilken utsträckning kan förtroende uttryckas i andra termer? Dessa frågor är bakgrunden till att forskningsprogrammet Dagspresskollegiet initierat en kvalitativ studie som bygger på djupintervjuer av ett fåtal personer. Studien avser att ge en bild av vilka dimensioner som kan finnas i människors förtroendebedömningar. I intervjuerna har informanterna fått berätta om sin syn på förtroende både allmänt och i fråga om specifika medier. De resultat som framkommit skall användas som underlag för fortsatt teori- och metodutveckling.

Undersökningen har genomförts av Oscar Westlund, doktorand i journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet. Han har självständigt svarat för uppläggning och genomförande av undersökningen, liksom han svarar för rapportens slutsatser.

Göteborg i mars 2006

Annika Bergström  
Projektansvarig i Dagspresskollegiet





# Innehållsförteckning

<b>Inledning</b>	6
<b>Perspektiv på förtroende</b>	7
Förtroende för samhällsinstitutioner	9
Intermedialt förtroende	10
Förtroende inom olika samhällsgrupper	12
<b>Syfte, metod och material</b>	14
<b>Vad är förtroende?</b>	16
Vad innebär det att ha förtroende för medier?	17
<b>Medieförtroende</b>	22
Intermedialt förtroende	22
Intramedialt förtroende	25
Förtroendets roll för medieanvändningen	27
<b>Sammanfattande diskussion</b>	30
Intermedialt och intramedialt förtroende	30
Medieförtroende som fenomen och måttstock	32
En hypotes om <i>media priming</i>	34
<b>Bilaga - Presentation av de 11 intervjupersonerna</b>	37
<b>Referenser</b>	43





# Inledning

*Journalistens viktigaste kapital är läsarens förtroende, vilket är ett förtroende som bara kan byggas upp och upprätthållas om läsaren kan lita på att det är journalistens egen röst hon hör och ingen annans. Varje gång vi tillåter läsaren misstänka att det i själva verket är någon annan som av oklara skäl vill henne något sågar vi ännu ett litet hack i den allt bräckligare gren vi alla sitter på.*

**Göran Rosenberg, (*Vem kan man längre lita på?*, i *Journalisten*, 2005-04-26)**

Denna studie har utförts eftersom det ansågs fodras kvalitativa metodologiska grepp för att tränga på djupet i människors värderingar för att bättre kunna förstå vad resultaten från de kvantitativa undersökningarna om förtroende betyder. Kvantitativa studier ger ett mycket bra underlag för en generaliserbar förståelse av hur människors förtroende för olika medier skiljer sig åt, och dessutom förändras över tid. Emellertid kan kvantitativa metoder medföra en brist av nyanserad och djupare förståelse av ett fenomen, något som lättare uppnås genom kvalitativa studier. I denna intervjuundersökning skall jag söka djupare insikter i människors förtroende för medier. En av kärnfrågorna handlar om vad som egentligen menas med förtroende och trovärdighet, och vad det innebär att känna förtroende för medier. En annan kärnfråga handlar om det intermediala förtroendet, d.v.s. på vilket sätt, och varför människor känner olika förtroende för olika medier. Vidare avsåg studien att undersöka det intramediala förtroendet, vilket handlar om huruvida människor känner olika förtroende för exempelvis olika nyhetsprogram inom en TV-organisation eller att olika avdelningar i tidningen är olika trovärdiga. I rapporten diskuteras också vilken roll förtroendet har för användning av nyhetsmedia.

Rapporten bygger på kunskap från tidigare forskning om förtroende och trovärdighet som växte fram i Sverige under mitten av 1970-talet. Forskningen företogs av forskare som exempelvis Arvidsson, Hermerén och Lundberg och ansatserna som användes var bl.a. surveystudier, experiment och teoretiska begreppsanalyser. Inledningsvis var det i synnerhet villkoren för trovärdighetsbedömningarna som hamnade i fokus, inte konsekvenserna. Teoriutvecklingen har varit svag och välutvecklade förklaringsmodeller har saknats.<sup>1</sup> Forskningen om förtroende i Sverige har varit inriktad på två olika nivåer, *innehållsförtroende* och *institutionsförtroende*. Innehållsförtroende handlar om allmänhetens förtroende för medier och mediernas innehåll. Med institutionsförtroende avses istället det förtroende medierna åtnjuter som samhällsinstitutioner. Studierna av institutionsförtroendet påbörjades 1986 genom SOM-institutets<sup>2</sup> undersökning, och det årliga studiet av innehållsförtroende initierades 1999 på initiativ av Dagspresskollegiet<sup>3</sup>, också som en del av SOM-undersökningen. Rapporten har en traditionell disposition genom att jag under rapportens första hälft diskuterar tidigare forskning och teoribildning. Den första delen bör ge en kontext och bredare förståelse för de empiriska resultat från djupintervjuerna med personer från Göteborg och Bohuslän, som sedan presenteras under rapportens andra del.

---

<sup>1</sup> Elliot (1997: 27ff)

<sup>2</sup> Samhälle Opinion Massmedia (SOM) är en frågeundersökning som sedan 1986 genomförs varje höst vid Statsvetenskapliga institutionen, Förvaltningshögskolan och Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet. Undersökningen går ut till 6000 slumpmässigt utvalda personer i Sverige.

<sup>3</sup> Dagspresskollegiet är ett forskningsprogram som syftar till att belysa dagspressens långsiktiga utveckling i ett publikperspektiv. Sedan 1979 genomförs bl.a. årliga studier av medieanvändning och medieattityder.

## Perspektiv på förtroende

I detta avsnitt skall jag, med utgångspunkt i tidigare forskning, föra ett resonemang kring hur man kan förhålla sig till begreppet förtroende. Österman diskuterar att förtroendebegreppet saknar en klar och tydlig definition och eftersom det inte råder en explicit norm om hur det bör uppfattas är det flera forskare som efterlyser bättre definitioner.<sup>4</sup> Detta kan te sig ganska förvånande eftersom förtroende är ett ämne som diskuterades av filosofer redan på Aristoteles tid. Med tanke på begreppets komplexa natur bör man inte heller tala om mediers förtroende i en absolut mening. Det innehåll forskarsamhället associerar med begreppet förtroende kan ha en skild mening i förhållande till hur publiken skulle uttrycka sig om förtroende. Tidigare forskning visar tydligt att mediepubliken gör klar åtskillnad mellan olika mediers trovärdighet. Elliott skriver att det är svårt att finna några enhetliga trovärdighetskriterier eftersom publiken tar fasta på mediernas olika aspekter. Det skall också understrykas att publiken inte endast bedömer olika medier på olika sätt, men också att ett enskilt medium kan bedömas olika. Detta innebär att medier kan komma att bedömas olika beroende på vilka aspekter av mediet som utvärderas. Individens förtroende kan baseras på antingen enskilda aktörer, genrer eller en helhetsbedömning av medieföretaget. Denna undersökning diskuterar bl.a. just dessa aspekter.

Förtroendet växer fram hos mottagaren om avsändaren uppfattas som trovärdig. Det är med andra ord mottagaren som avgör huruvida medier uppfattas som trovärdiga eller inte. Trovärdigheten hör ihop med sanning och öppenheten. Den hör också samman med om föremålet för förtroende kan konkretiseras, eller om det är väldigt abstrakt. Förtroende är en demokratisk fråga i den bemärkelsen att samhällets medborgare bör ha förtroende för att medierna som förmedlar information är trovärdiga, i synnerhet om informationen kommer från myndigheter. Förtroende kan ses som en tvådimensionell företeelse som handlar om huruvida en person dels har kunskap om företeelsen, dels vilken attityd man har. Det är möjligt för en människa att både känna att denne har, alternativt saknar förtroende, oavsett om man har mycket eller lite kunskap om företeelsen. Förtroende handlar om ett samspel mellan individens egenskaper, såsom kunskap och utbildning, och objektet/företeelsen. Ämne och sammanhang spelar också roll.<sup>5</sup> Förtroende handlar framförallt om hur individer upplever mediers kvalitativa aspekter och är ofta ett uttryck för ett slags symboliskt kapital. Det handlar framförallt om upplevelsen av mediet. För att medier skall tillskrivas trovärdighet är det viktigt att det överhuvudtaget är möjligt att tro på medier, att medier är värda att tro på, samt att medierna faktiskt hålls som trovärdiga. Förtroende för medier handlar om en sorts förväntan, en känsla för vad mediet kan erbjuda i utbyte. Individens förväntningar på medier beror på tidigare erfarenheter, eller föreställningar om mediets beskaffenhet. Människors föreställningar och förväntningar påverkar deras förtroende för medier, vilket också handlar om individers förhållningssätt till medier och huruvida de kan lita på det som sägs och skrivs. Förtroende är relaterat till tillit och tilltro och kan ses som ett tillstånd hos en individ som är präglad av känslomässiga förväntningar. Genom att betrakta förtroende som ett tillstånd ges möjligheten att se orsaker som bakomliggande till hur en individ väljer att agera.<sup>6</sup> MedieAkademiens förtroendemätningar utgår från att förtroende är en egenskap hos samhällets institutioner, att det är en systemegenskap som bedöms av enskilda medborgare.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Österman, (1999:4ff)

<sup>5</sup> Ibid, (2004:75f)

<sup>6</sup> Elliot (1997: kap 3)

<sup>7</sup> Holmberg & Weibull (2004)

Elliott argumenterar att det är begränsande att utgå från medierna och se deras återgivning av verkligheten som ett flöde som förmedlas från medier till publik. Genom att istället sätta publiken i centrum blir trovärdigheten en subjektiv bedömning som publiken gör av medier, inte en objektiv egenskap hos mediet själv. Utifrån detta resonemang kan sägas att förändringar i människors förtroende därmed inte behöver betraktas som en variation hos medierna. Det kan också vara ett uttryck för att kriterierna för att utvärdera medierna förändras. Människors subjektiva upplevelser är betydelsefulla i bemärkelsen att upplevelsen av hur ett medium svarar mot de egna behoven och intressena har en positiv koppling till ökat förtroende. Elliott skriver ”förtroende för medier kan ses som en känslomässigt präglad förväntan på medier, baserad på tidigare kännedom om medier och med relevans för individens relation till medier.”<sup>8</sup>

Elliott skriver vidare att människors föreställningar om medier kan ta sin utgångspunkt i tre olika former av kunskap. Det kan vara egna erfarenheter, deduktiva slutsatser utifrån vad individen vet om medier, samt kunskap utifrån personer i individens omgivning. Det handlar alltså om erfarenhetskunskap, symbolkunskap och härledd kunskap. Erfarenhetskunskap skiljer sig på flera sätt från symbolkunskap. Medan erfarenhetskunskap handlar om upplevelser av direkta utbyten är symbolkunskap mer inriktad på ideologiska och sociala värden med bas i normativa föreställningar om mediernas roll och uppgifter i samhället.<sup>9</sup> Bland icke-användare är symbolkunskapen viktig, och social klass och utbildningsnivå har visat sig skilja människor efter hur deras förtroende för medier är. Människors användningsvanor är alltså knutna till förtroendet för medier. Men vad är orsak och vad är verkan? Är det så att högt förtroende resulterar i användning av medier? Eller är det snarare så att man bör tolka det höga förtroendet som ett resultat av att personen använder ett medium och att förtroendet därmed successivt byggs upp?

Människors förtroende för medier tenderar att bli lägre i takt med att de upplevs som mer abstrakta. Det kan handla om att själv använda mediet, eller att människor i ens omgivning är användare och diskuterar sina upplevelser. Likaså är mediernas förankring i samhället viktigt i bemärkelsen att det uppstår en närhet till publiken och en sorts social relevans. Andra aspekter som påverkar människors förtroende för medier är också att publiken upplever att mediernas faktainnehåll är korrekt. Här spelar mediernas förmedlingsform in eftersom det tryckta ordet kan sägas vara mer blottat för publikens kritiska ögon. Vidare är status och mediers image en viktig aspekt av förtroende. Mediers sociokulturella image hör samman med den prestige mediet har i den sociala gruppen en individ eftersträvar att tillhöra. Människors sociokulturella värderingar kan medföra att en person vill ta avstånd från olika medier eller dess genrer som en social markering. Likaså kan givetvis användning av särskilda medier eller medieinnehåll vara ett uttryck för samma sociokulturella värderingar.<sup>10</sup> Förtroendet är inte nödvändigtvis ett resultat av hur positiva eller negativa mediets egenskaper eller konsekvenser är. Man kan också betrakta förtroendet som resultatet av en utvärdering av huruvida mediet gett ett visst förtroendereklevant utbyte, vilket antingen förstärker eller försvagar benägenheten att söka utbyte hos mediet.<sup>11</sup> Människors generella förtroende är olika. Rothstein skriver att forskning indikerar att de sociala omständigheterna påverkar förtroendet för andra människor mer än nedärvd kultur.<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> Elliot (1997:49)

<sup>9</sup> Ibid. s 287

<sup>10</sup> Ibid, s 113

<sup>11</sup> Ibid, s 77

<sup>12</sup> Rothstein, (2004:75-80)

## Förtroende för samhällsinstitutioner

Forskningen om förtroende i Sverige handlar, som nämnts, om både innehållsförtroende och institutionsförtroende. Även om denna undersökning fokuserar kring förtroende för medier utgör forskningen om institutionsförtroende en central del i trovärdighetsforskningen. Den traditionella svenska forskningen om institutionsförtroende är intressant i detta sammanhang särskilt eftersom förtroende för medieinstitutioner ses i ett större perspektiv. En kortare diskussion av denna forskning bör därför bidra med en del nyttiga insikter av relevans för denna undersökning.

Från SOM-undersökningens resultat för år 2004 framgår att kungahuset, sjukvården och polisen är de institutionerna som flest personer har mycket högt förtroende för. Längst ner på förtroendelistan finner vi de politiska partierna, Europaparlamentet samt EU-kommissionen. Man kan också utgå från ett s.k. balansmått<sup>13</sup> där man samtidigt tar hänsyn till både andelen som har lågt och de som har högt förtroende. Det innebär att förtroendet för en institution uttrycks genom andelen högt förtroende minskat med andelen lågt förtroende och kan liknas vid en institutions förtroendebas. Utifrån balansmättet är det istället universitet/högskolor (+51) och sjukvården (+51) som får högst förtroende. De gör det däremot på olika sätt; universitet/högskolor får ett högt balansmått eftersom väldigt få har litet förtroende. Sjukvården å andra sidan lyfts genom en hög andel med stort förtroende.<sup>14</sup> SOM-undersökningen för år 2003 uppvisar liknande resultat.<sup>15</sup>

Bland medieinstitutionerna kommer radio-TV högt (+36), samtidigt som dagspressen placerar sig något under mitten (-11). Den avgörande skillnaden är att dagspressens andel med ganska stort förtroende endast är hälften så stor som för radio-TV. Samtidigt är det tre gånger fler som uttrycker ganska litet förtroende för dagspressen i förhållande till radio-TV.<sup>16</sup> Elliot diskuterar att medieförtroendet påverkas av att etermediernas bevakningsnivå är mer nationell och internationell i förhållande till dagspressen.<sup>17</sup> I sammanhanget kan nämnas att människor gör åtskillnad i synen på medieinstitutionernas funktioner. TV och radio förväntas ge ett utbyte av underhållning och bildning och i dagspressen förväntas opinionsbildning och samhällsbevakning vara framträdande.<sup>18</sup> I förståelsen för förtroendet för medieinstitutionerna visar det sig att ålder och genus är viktiga faktorer. Tonåringar har högst förtroende, personer i yngre medelåldern minst. Kvinnor har i allmänhet högre förtroende än män. Förtroendet för medieinstitutionerna visar likheter med förtroendet för de enskilda medierna. Däremot är förtroendet för medieinstitutionerna tämligen skilt från människorna som arbetar inom dem.<sup>19</sup> Människor kan ha högre eller lägre förtroende för en medieinstitutionens medarbetare än för medieinstitutionen själv.

---

<sup>13</sup> Balansmättet kan sägas fånga upp hela förtroendeskalan genom att andelen som saknar förtroende subtraheras från andelen som förtroende för varje enskilt medium. Går mellan + 100 (alla har högt förtroende) till -100 (alla har lågt förtroende)

<sup>14</sup> Holmberg & Weibull, (2005)

<sup>15</sup> Weibull (2004)

<sup>16</sup> Ibid, (2004)

<sup>17</sup> Elliot (1997:222)

<sup>18</sup> Ibid (292)

<sup>19</sup> Ibid (224ff)

## Intermedialt förtroende

Bedömningarna av förtroende kan ha sin grund i erfarenhetskunskap som blir en form av utvärdering av mediet. Men eftersom inte alla personer använder alla de olika medierna kan bedömningarna, som nämnts, också utgå från andra kriterier. Dessa kan vara individens allmänna föreställning om mediernas innehåll, vilket i sin tur kan baseras på antingen symbolkunskap eller tidigare erfarenheter. En icke-användare av en medieform kan ha varit användare tidigare, men upphört sin mediekonsumtion som följd av ett lågt förtroende. Innehållsförtroendet kan med andra ord ha sin grund både i individens personliga erfarenhet som allmänna föreställningar om mediers roll och funktion. Att fånga upp attityderna bland även icke-användarna är viktigt för att få en bild av allmänhetens förtroende. Vid mätningar av allmänhetens förtroende för medier gynnas medier med hög räckvidd eftersom de har en större andel användare, och användning leder till erfarenhetskunskap. Medier kan också vara etablerade i olika omfattning, och etablerade medier känner människor vanligen till. Etablerade medier har haft mer tid att bli avdramatiserade och familjära, aspekter som är viktiga för förtroendet.

Individens förväntade utbyte av medier är mycket viktigt för medieförtroendet och kan relateras till mediets värden och egenskaper. Det är också så att den subjektiva föreställningen om utbytet är viktigast, eftersom studier visat att det faktiska utbytet kan vara mycket lägre än det förväntade och upplevda.<sup>20</sup> Bilden av medierna påverkas av hur människor uppfattar dem som förmedlingskanaler, exempelvis formmässiga och tekniska aspekter. Alla utbyten en individ kan få från medier behöver inte vara relevanta, denne kan skilja ut somliga aspekter som viktiga, andra som oviktiga. Vidare är människor i allmänhet mer kritiska till innehållet i tryckta medier än etermedier, antagligen eftersom det just är lättare att kritisera. Det tryckta ordet kan betraktas som mer bestående.

SOM-undersökningen 2004 visar att andelen som anger ett mycket högt förtroende är högst för Sveriges Radio, den lokala morgontidningen på orten samt Sveriges Television. Dessa mönster för förtroende liknar de resultat Elliot redovisade 1997. Man kan också göra analyser utifrån balansmättet där det framgår att Sveriges Television och lokala morgontidningar ligger högst, följt av Sveriges Radio och TV4. Att TV4 snabbt fick ett högt förtroende bland allmänheten hör säkerligen samman med det allmänt höga förtroendet för TV, samtidigt bör påpekas att TV4 faktiskt inte fått samma förtroende som SVT. Stockholms morgontidningar får ett relativt lågt balansmätt vilket beror på att varannan intervjuad uppger att de inte tar del av mediet, allmänheten har helt enkelt alltför vag uppfattning. Elliot skriver att de som inte har förtroende för Stockholms morgontidningar vanligen är särskilt intensiva i sin skepticism till dessa tidningar.<sup>21</sup>

Ett utmärkande drag för bedömningarna av förtroendet för medier bland allmänheten är att endast en liten andel uttalar ett lågt förtroende för något av de nämnda medierna. Kvällstidningarna skiljer sig åt från mängden, mer än en tredjedel av allmänheten uttrycker att de har ganska eller mycket lågt förtroende. De som läser kvällspress sex till sju dagar i veckan uttrycker högt förtroende, och förtroendet sjunker sedan snabbt i takt med minskad användning. De mer

---

<sup>20</sup> Lichenstein & Rosenfeld (1983) i Elliot (1997: 69)

<sup>21</sup> Elliott (1997:153)

frekventa kvällstidningsläsarnas syften är vanligen att ta del av nyheter. De mer sporadiska läsarna kan i större utsträckning antas söka sig till kvällstidningen p.g.a. underhållning. Tillförlitligheten lyfts fram som en viktig förklaringsgrund. Vidare kan sägas att status och prestige spelar in, i vissa kretsar är det socialt gångbart att ta avstånd från kvällspressen. Det är främst medelålders, äldre, politiskt ointresserade och lågutbildade som värderar kvällspressen högt. Genomgående kan sägas att lågutbildade visar sig vara mer positiva och okritiska än andra till medier av underhållningskaraktär.<sup>22</sup>

Trots stabiliteten i förhållandet mellan medierna finns det några tendenser att peka på. När det gäller mera långsiktiga förändringar kan framhållas den successiva ökningen i förtroende för Internetnyheter: år 1999 var andelen som hade åtminstone ganska högt förtroende 17 procent, 2003 var den 27 procent. För kvällstidningarna finns på motsvarande sätt en nedgång från 27 procent år 2000 till 22 procent 2003. Det stigande förtroendet för Internetnyheter påverkas med all sannolikt av ökad erfarenhet av nätet, medan nedgången för kvällspress troligen kan sättas i samband med en ökning av personinriktad sensationsjournalistik, en typ av innehåll som allmänheten ställer sig mer kritisk till. En mer svårförklarad förändring är uppgången i förtroende för den lokala morgonpressen från 63 till 70 procent mellan 2002 och 2003. Den står i motsättning till det minskade institutionsförtroendet för dagspress: medan dagspressen som samhällsinstitution når sin hittills lägsta nivå är förtroendet för den lokala morgonpressen högre än någonsin tidigare. Frågan är hur dessa olikartade tendenser skall förstås. Det kan inverka att läsning av lokaltidningen i viss bemärkelse innebär ett erkännande för den ort man bor vid och icke-läsning kan rentav uppfattas som ett ointresse för personens omgivning. Weibull skriver att förtroendet för ett medium i stor utsträckning kan påverkas av de värderingar som råder i samhället.<sup>23</sup>

Förtroendet för morgontidningar handlar inte endast om bra och trovärdig nyhetsbevakning men också att tidningen tar upp politiska och lokala nyheter. Morgontidningens läsare har större förtroende för sin tidning än kvällstidningens läsare vilket innebär att sambandet mellan läsning och högt förtroende är starkare för morgontidningsläsning. För kvällstidningsläsarna minskar visserligen skepsisen bland läsarna, men kan inte sägas påverka förtroendet på samma sätt som för morgontidningsläsning.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Wadbring & Weibull (2005: 384)

<sup>23</sup> Weibull (2000: 122)

<sup>24</sup> Elliot (1997:175)

## Förtroende inom olika samhällsgrupper

Vi har märkt att förtroendet till medier påverkas av den subjektiva föreställningen av vad medierna ger för utbyten. Likaså att förtroendet skiljer sig kraftigt mellan användare och icke-användare av medierna. Genom användning av medier blir människor bekanta med mediets egenskaper. När individen etablerar medievanor innebär det inte sällan att personen ifråga accepterar mediet och utvecklar ett förtroende för det. Graden av medieanvändning kan betraktas som en indikator för individens förtroende. Hög användning av medier inte bara höjer förtroendet utan utjämnar också förtroendeskillnader medier emellan. Låg användning innebär att allmänheten i större utsträckning baserar sitt förtroende på symbolkunskap, som i förlängningen är relaterat till individers sociala villkor.<sup>25</sup> Vi kan också konstatera att förtroendet till kvällspressen alltså är skiktat utifrån ålder, utbildning och politiskt intresse.

Det är naturligtvis så att somliga personer har större förtroende än andra för människor, fenomen och institutioner i allmänhet. Medier kan ge individer utbyten i form av exempelvis underhållning eller information. Däremot kan underhållning få flera olika innebörder för olika människor, för somliga är det att titta på TV, för andra att läsa en kvällstidning, för en tredje något annat. Somliga skulle kanske hävda att SVT primärt hör samman med nyheter och information, men betraktar TV4 snarare som ett medium för underhållning. Några faktorer har visat sig ha större betydelse för medieförtroende, faktorer som kan förknippas med sociokulturella villkor.

Elliott använder ett flertal bakgrundsfaktorer för att förstå individernas sociokulturella villkor, dessa är utbildning, ålder, kön, social klass och boendeort. Utbildning är viktigt såtillvida att hög utbildning ger ett välutvecklat kulturellt kapital, vilket ofta kan förknippas med särskilda kulturella värden. Människors upplevda sociala klass hör, precis som utbildning, samman med den kulturella orienteringen. Ålder är intimt förknippat till människors livsstilar och livscykeln. Medier är en del av människors livsstil och personer i olika åldrar förhåller sig olika till olika medier. Boendeort handlar delvis också om livsstilar eftersom den urbana miljön kan sägas erbjuda ett bredare utbyte av värden och identiteter samtidigt som rörligheten är mer intensiv. Beträffande kön kan det nämnas att män och kvinnor inte sällan föredrar olika innehåll.<sup>26</sup> Genus spelar endast roll för skiktningen av icke-användare, då kvinnor har högre förtroende. Det kan understrykas att det i synnerhet är genom social klass man kan se skillnader i förtroende. Bland människor av hög social klass är förtroendet genomgående lägre. Det handlar om kulturella värderingar, att det kan uppfattas som socialt inkorrekt att hysa förtroende för särskilda medier.

Innan vi går vidare till syftet och undersökningens resultat skall jag kort sammanfatta forskningsläget. Det har genomförts åtskilliga studier, framförallt kvantitativa, av människors förtroende på såväl institutions- som innehållsnivå. Utgångspunkten är att förtroende är en subjektiv förståelse hos mottagaren. Däremot har inte tidigare forskning kunnat visa vad begreppet förtroende betyder för människor och vilka kriterier som tillämpas i bedömningen av medieföretag. Vi vet att människor kan utgå från olika former av kunskap, som erfarenhetskunskap och symbolkunskap, men inte hur den används och förtroendets roll för medieanvändning. Förtroende associeras till tillit, sanningsenlighet, faktainnehåll och förtroendet tenderar att bli lägre desto mer abstrakt ett medium är. Användning och egna erfarenheter medför

---

<sup>25</sup> Elliot (1997:193)

<sup>26</sup> Ibid (1997:170f)



följaktligen vanligen ett högre förtroende för ett medium. Människors användningsmönster samt ålder, kön utbildning, social klass och boendeort har utgjort kriterier för urvalet i rekryteringsprocessen.

## Syfte, metod och material

Denna undersökning utgår från att det behövs skapa förståelse för vilka värden och vilken betydelse människor lägger i begreppet förtroende, i synnerhet vad förtroende för medier handlar om. Detta kan sägas vara ett bakomliggande syfte för att kunna undersöka huvudsyftet, vilket består i att förstå hur människor resonerar kring andra aspekter av sitt förtroende för medier, såväl det intermediala, som det intramediala förtroendet. Undersökningen kan därmed sägas fokusera kring förtroende för medier på en mikronivå. En mycket viktig avgränsning är att fokus är på nyhetsmedier, framförallt nyheter i morgonpress och TV. Om sedan diskussionerna kommit att handla även om andra nyhetsmedier, som nättidningar, kvällstidningar, gratistidningar och radio har jag låtit intervjupersonerna utveckla sina resonemang kring dessa fenomen. Även om jag givit intervjupersonerna stort utrymme för att utveckla sina tankar och resonemang under intervjuerna kan dessa sägas ha varit semi-strukturerade. Det innebär att jag haft en intervjumall med obligatoriska frågor strukturerade utifrån teman som kan härledas från undersökningens syfte.

För att få ett djuplodande och nyanserat resultat med möjlighet till dialog och uppföljning av frågor föll valet på att göra djupintervjuer med sammanlagt elva personer. Intervjuerna utfördes under oktober och november 2005. Intervjuerna har skett på praktiskt lämpliga platser. Min tanke var att hem- eller arbetsmiljön i största utsträckning är att eftersträva eftersom det är en trygg plats för intervjupersonerna. De flesta intervjuerna har också skett i dessa miljöer, men två av intervjuerna har emellertid skett vid offentliga kaféer. Intervjuerna har varierat i omfattning, från drygt en timme till två och en halv. Flertalet av intervjuerna har tagit omkring en och en halv timme att genomföra. Med utgångspunkt i att förtroendet för medier kan antas variera framförallt med social klass, ålder och boendeort eftersträvades ett strategiskt urval som sökte att maximera olikheter. Tanken med att intervjua människor inte bara i Göteborg men också i Bohuslän var att finna människor utanför Göteborgs urbaniserade boendemiljö. Det medför också en bredd i synen på vilka nyhetsmedier personerna använder. Utifrån social klass och ålder har fem göteborgare och sex Bohuslänningar intervjuats. Kort information om intervjupersonerna återfinns nedan, och som bilaga finns också utförligare beskrivningar av samtliga intervjupersoner.

<b>Namn (fiktivt)</b>	<b>Ålder</b>	<b>Yrkesområde idag</b>	<b>Morgontidnings- prenumeration</b>
<b>Göteborg</b>			
Minette	27	Vård	Ja
Carl	28	Försäljning/konsult	Ja
Anki	49	Vård	Nej
Stefan	53	Vård	Ja
Laila	58	Information/handel (Chef)	Ja
<b>Bohuslän</b>			
Hanna	23	Högskolestuderande	Ja
Jens	27	Arbetslös akademiker	Nej
Lisa	30	Mammaledigt affärsbiträde	Nej
Eva	40	Information (Chef)	Ja
Anita	41	Receptionist	Ja
Ing-Britt	52	Utbildning/administration	Ja

Min bedömning är att det uppnåddes en god variation i urvalskriterier bland de fem intervjuade Göteborgarna. För de sex Bohusläningarna däremot var det svårare att strategiskt rekrytera människor och det blev en överrepresentation av kvinnor och finns även skevheter i åldersspridning. Det bedömdes vara mest intressant att intervjua människor i åldern 20 till 60 år, vilket blev en grov urvalsram. Olikheterna bland intervjupersonerna är inte maximal och man hade kunnat önska intervjuer med fler personer. Exempelvis saknas perspektiv helt från någon person med invandrarbakgrund eller någon högutbildad medelålders man. Emellertid upplevde jag att det genom urvalet uppnåddes mättnad i intervjustudien kring dess centrala frågor, och beslutade därför att elva intervjupersoner var ett tillräckligt underlag för att besvara studiens syften.

I analysarbetet har jag arbetat med de anteckningar och digitala ljudfiler som skapades genom inspelningarna vid intervjuerna. Dessa har skrivits ut selektivt. Därefter har jag sorterat och bearbetat material efter teman som följer undersökningens syften. Detta innebär givetvis en selektiv och subjektiv bearbetningsprocess och även om en annan forskares analys inte helt skulle likna den jag här framför, skulle den vara likartad om man utgår från redovisa svar utifrån samma syften. I bilagan presenterar jag förhållandevis utförligt de elva unika individernas bakgrund och dagliga medieanvändning, vilket kan vara förtjänstfullt att läsa för att bättre förstå de olika intervjupersonernas resonemang i det följande emiriska analysarbetet.

## Vad är förtroende?

I detta avsnitt avser jag att inledningsvis belysa intervjupersonernas åsikter och resonemang kring vad begreppet förtroende handlar om. Därefter kommer jag att gå vidare och diskutera hur intervjupersonerna resonerar kring innebörden av att ha eller sakna förtroende för olika medier. Detta avsnitt baseras på diskussioner vid vilka intervjupersonerna ombads att reflektera över begreppet förtroende i generella termer, utan koppling till medier.

Intervjupersonernas beskrivningar och associationer till vad förtroende handlar om är mångfacetterade. Exempelvis anser *Anki, 49*, *Minette, 27* och *Eva, 40* att tillit är viktigt för att man skall kunna lita på en annan person och att denne kan hålla ett löfte. Ett sådant löfte kan handla om att lita på att någon ska sköta sitt arbete eller bevara en hemlighet. *Ing-Britt, 52*, diskuterar att för att känna förtroende för en person måste det denna säger överensstämma med sanningen, det är för henne viktigt att personer står för vad de säger. Sanningsenlighet är precis som tillit också centralt i diskussionerna om förtroende. För att känna förtroende för en person eller organisation är det viktigt att ha en känsla av tillit till att denna person eller organisation uttrycker sanningen. Exempelvis säger *Stefan, 53*, att sanningsenligheten är mycket viktig och att en person eller organisation absolut inte är trovärdig om de förvanskar sanningen eller rentav ljuger. *Laila, 58*, anser att trovärdighet är något som byggs upp i en process. Förtroendet för människor byggs successivt upp desto mer känslan av tillit utvecklas, men förtroendet kan också sjunka. *Laila, 58*, tycker att hon med sin stigande ålder allt enklare och snabbare kan göra bedömningar om personer och organisationer är trovärdiga. När *Carl, 28*, diskuterar att förtroende byggs upp kring en känsla säger han att ett objekts trovärdighet inte nödvändigtvis behöver handla om vad som verkligen är, men vad man tror att det är. Det handlar alltså inte endast om objektets identitet, men snarare om dess framställning och människors uppfattning och fördomar. *Minette, 27*, understryker att hennes grundhållning är att hon vill känna förtroende för sin omgivning, det tror hon är ett mänskligt behov. *Anita, 41*, *Minette, 27*, och *Hanna, 23* anser att vid bedömningen av en organisations trovärdighet utgår man från olika former av kunskap, dels egna erfarenheter, dels föreställningar om hur instanser arbetar, dels vad som presenteras om organisationen i medier.

Förutom tillit och sanningsenlighet är det flera andra faktorer som nämns i den grundläggande diskussionen kring förtroende. *Laila, 58*, anser att en viktig aspekt av förtroende för personer handlar om seriositet och att det man säger tas på allvar. Förtroende handlar enligt *Laila, 58*, också om social kompetens, kunskapsnivå och att det inte uppstår fel. *Lisa, 30*, anser att begreppet förtroende förutom tillit till stor del handlar om ärlighet och att man inges en känsla av trygghet. *Anita, 41*, anser också att förtroende handlar om trygghet, ansvar och pålitlighet. Att man kan delegera något i förtroende och lita på att denna gör det den ska. *Jens, 27*, tycker också att förtroende handlar om tillit, sanningsenlighet och trygghet. Han säger att förtroende för personer handlar om att bli bekväm, att våga bli personlig. En person bevisar ständigt om denne är trovärdig. För organisationer handlar trovärdighet också om att kunna uppvisa kunskap och erfarenhet. *Jens, 27*, gör dock ingen medveten bedömning av sitt förtroende för organisationer, det är snarare så att en känsla växer fram. För att *Jens, 27*, skall tappa förtroendet för en organisation måste det vara högt uppsatta personer som gör allvarliga fel. När *Eva, 40*, skall försöka förklara begreppet förtroende exemplifierar hon med vad det innebär att ha förtroende för en vän. Det handlar enligt hennes mening om att kunna lyssna och bevara en hemlighet, men

också om att ha kunskap och att stå för vad man gör och säger. Om man ser till en organisation försöker *Eva, 40*, att se till organisationens syfte, om det är kommersiellt eller ideellt, det handlar om att ta hänsyn till vem står bakom. Hon anser att trovärdiga personer och organisationer ger ett intryck av att vara seriösa. *Eva, 40*, berättar att vad hon menar med seriositet är att det ska finnas ett engagemang och att ståndpunkten ska vara tydlig.

Intervjupersonerna har haft svårigheter att förklara vad begreppet förtroende innebär. De har i flera fall uttryckt att de måste exemplifiera för att kunna förklara vad begreppet betyder. Genomgående är också att förtroende, även om det är svårt att förklara som begrepp, har en särskild innebörd för intervjupersonerna. De förklarar att förtroende är en känsla man har för någon eller något, en känsla som i de flesta fall byggs upp successivt. Vilka kriterier som ens förtroende byggs upp genom har intervjupersonerna svårt för att precisera. Därför säger de också att det är svårt att motivera varför de har en känsla av att en person eller organisation är mer trovärdig än en annan. En gemensam uppfattning bland intervjupersonerna är vidare att förtroende är eftersträvansvärt. I sina förklaringar av vad förtroende handlar om framkommer att det kan handla om att känna tillit, trygghet och bekvämlighet. Det kan också vara viktigt att personen/organisationen uppfattas som sanningsenlig, uppfyller sina åtaganden och uppfattas som seriös.

## **Vad innebär det att ha förtroende för medier?**

Som tidigare nämnts är ett bakomliggande syfte med denna undersökning att skapa förståelse för människors syn på medieförtroende. I detta avsnitt skall jag därför bygga vidare på insikterna om begreppet förtroende från föregående avsnitt, genom att ställa dessa i relation till hur intervjupersonerna gör sina bedömningar av olika mediers trovärdighet. Min bedömning är att intervjupersonerna överlag betraktar förtroende som en känsla som successivt byggs upp, en känsla vars centrala fundament är tillit och sanningsenlighet. Dessa fundament synliggörs än tydligare i de diskussioner som nu kommer att föras kring intervjupersonernas förtroende för medier.

Den allmänna bilden är att intervjupersonerna överlag uttrycker att de har en kritisk hållning till medier, merparten har inte fullt förtroende för något medium. Några av intervjupersonerna påpekar att det är svårt att konsekvent förhålla sig kritisk till mediernas innehåll, att man nog tar till sig en hel del information tämligen okritiskt ändå. Somliga uttrycker också att de vill betrakta medier som trovärdiga, att det ändå bör vara så att mediers ambition är att presentera en sorts sanning. Från intervjuerna drar jag slutsatsen att medieförtroende har tre övergripande dimensioner;

1. Mediers intentioner.
2. Mediers förmåga.
3. Mediers innehållsprofil.

Intervjupersonerna gör skillnad på en organisation/företags intentioner och dess kunskap/förmåga. När intervjupersonerna gör någon form av bedömning av sin känsla av förtroende för medier handlar det alltså dels om hur de bedömer mediets intentioner till att presentera sanningen, dels deras förmåga att verkligen göra det. Somliga bedömer dock endast

mediers intentioner, andra endast förmågan. Förtroende för medier handlar med andra ord dels om en misstanke att medierna medvetet förvränger verkligheten, dels att olika medier har olika förutsättningar för att korrekt återge verkligheten. Vid en diskussion kring mediers förmåga att skapa trovärdighet talar intervjupersonerna om tre huvudsakliga aspekter. För det första handlar det om att journalister och medarbetare måste ha en god kunskapsnivå om det de skriver/talar om. En andra aspekt är att innehållet skall vara faktabaserat och den tredje aspekten handlar om mediernas presentationsform och karaktär. Den tredje dimensionen av medieförtroendebedömningen är mediernas innehållsprofil, och handlar mer om människors subjektiva upplevelser av mediernas egenskaper och stil. Innehållsprofilen handlar om huruvida medierna karaktäriseras av viktiga och informativa nyheter eller av mindre viktiga och mer underhållande nyheter. Vilken innehållsprofil ett medium har präglar också vilka förväntningar människor får. Nu skall jag utveckla förståelsen av dimensionerna om mediers förmåga och mediers innehållsprofil genom en utförligare resultatredovisning.

Apropå mediernas förmåga säger *Carl*, 28, att kunskapsnivå handlar om journalisternas generella kompetens och att faktanivån handlar om den journalistiska produktens verklighetsanknytning. En journalist med lägre kunskapsnivå i form av utbildning och erfarenhet, förmodas enligt *Carl*, 28, utföra ett sämre och därmed mindre trovärdigt arbete. *Carl*, 28, tror att det är vanligare med något mindre kunniga journalister vid små lokaltidningar, och att de mer begränsade ekonomiska resurserna där säkerligen kan bidra till ytterligare sämre förutsättningar. *Laila*, 58, resonerar också att journalisternas resurser, men också det journalistiska uppdraget kan påverka hur bra arbete de gör. *Carl*, 28, tycker vidare att det är viktigt att journalister är på plats och insamlar primärinformation eftersom detta är viktigt för att journalisterna skall förstå vad de presenterar. Nyheterna ska vara genuina och inte något som de kopierar från andra journalister och sedan omarbetar. *Carl*, 28, nämner att somliga journalister vid Göteborgs-Posten tycks arbeta om andras artiklar till sina egna, särskilt vid in- och utrikesnyheter. Detta påverkar trovärdigheten negativt eftersom det ger en känsla av att journalisterna inte har tillräcklig faktakunskap om fältet. *Carl*, 28, säger att det i sådana fall är större chans att Göteborgs-Posten feltolkar information och missar viktiga aspekter eftersom informationen redan är vinklad.

*Stefan*, 53, och *Anki*, 49, diskuterar till stor del samma aspekter som *Carl*, 28, men påpekar också att det är viktigt att medier bidrar till fördjupning. Medieförtroende handlar enligt somliga intervjupersoner också om journalisternas kunskap och resurser, liksom mediernas möjligheter för snabb distribution, medier skall vara snabba och kunna presentera de senaste händelserna. Etermedierna har intervjupersonerna generellt högt förtroende för, bland annat eftersom deras nyheter är väldigt färska. *Jens*, 27, påpekar att även om etermediernas snabbhet överlag är positivt för trovärdigheten kan det säkerligen också medföra att det lättare uppstår fel.

Eftersom journalisternas kunskapsnivå bedöms är det kanske inte förvånande att många intervjupersoner har berättat att de har värderingar kring enskilda journalister, liksom sina föreställningar om den perfekta journalisten från ett trovärdighetsperspektiv. Många intervjupersoner lägger journalisters namn på minnet, såväl för press som för etermedier. Mitt intryck är att intervjupersonerna har haft mest synpunkter kring vad de tycker gör en bra TV-journalist/nyhetsuppläsare. *Lisa*, 30, anser att en förtroendeingivande nyhetsreporter i TV bör vara medelålders, ge intryck av att ha mycket kunskap och berätta om viktiga händelser. *Jens*, 27, berättar att han har mycket stort förtroende för nyhetsreportern Bengt Magnusson vid TV4. Detta förtroende har byggts upp successivt och handlar om varaktigheten av att se en och samma

person vecka efter vecka göra sin sak bra. Flera intervjupersoner berättar att nyhetsuppläsaren i TV bör uppfattas som neutral, vara iklädd fina kläder, samt ha ett bra och tydligt språk. För somliga är det fördelaktigt om personen är medelålders och det framförs även att de uppfattar unga vackra kvinnor som de minst trovärdiga nyhetsuppläsarna. Exempelvis säger *Stefan, 53*, att han har högre förtroende för äldre män som nyhetsankare än när TV-nyheterna presenteras av till synes okunniga, men vackra unga kvinnor. *Jens, 27*, uttrycker ett lägre förtroende för journalister som ser unga ut på sin bild intill artikeln, han tror att de har mindre kunskap och erfarenhet. Han tror att åldern säger mer om en journalists kunskap än om vilken tidning denne arbetar vid. Flera intervjupersoner säger att i TV kan vidare också en bra röst och ett väl avstämt tempo vara viktigt, och tycks vara än viktigare i radio. Bra språkvård är viktigt oavsett medium och i tidningar är det viktigt med skrivstil och språk.

Den tredje förtroendeaspekten handlar om hur människor upplever mediers innehållsprofil. En komplicerad aspekt i förtroende för medier handlar om att intervjupersonerna har uttryckt svårigheter i hur de bedömer förtroende i förhållande till vad de anser är bra respektive viktigt innehåll. På ett teoretiskt plan brukar man ibland göra skillnad på olika innehålls bruksvärde och symbolvärde.<sup>27</sup> Genomgående uttrycker intervjupersonerna, i enlighet med tidigare forskningsresultat,<sup>28</sup> att de har lägre förtroende för kvällstidningarna. Det är rentav som så att kvällstidningarna tycks användas som en måttstock för hur mindre trovärdiga medier är. Därmed används kvällstidningarna också som ett hjälpmedel för att förklara vad ett förtroendeingivande medium är. I detta sammanhang är det vanligt att kvällstidningarna beskrivs som mindre trovärdiga bl.a. utifrån att de är oseriösa och presenterar oviktiga nyheter. *Laila, 58*, säger att om medierna har mer lättsamt, mindre viktigt och mer sensationellt innehåll tappar hon förtroendet för medierna. Det handlar dels om ämnesval, dels om vinklingen av nyheten och sättet nyheterna presenteras på. Exempelvis tycker *Laila, 58, Jens, 27, m.fl* att etermedier och morgonpress är seriös och för dem har de således högt förtroende. Av kvällspressen förväntar de sig däremot inte alltför mycket seriösa nyheter och har också mycket lågt förtroende. Min slutsats är att intervjupersonernas förtroende för medier genomgående påverkas av huruvida medierna är profilerade mot seriösa eller mer underhållande nyheter.

*Eva, 40*, säger med en skämtsam ton att de mest förtroendeingivande medierna är de mer seriösa och tråkiga medierna. *Eva, 40*, berättar att hon tycker att det är mycket svårt att särskilja trovärdighet från kvalitet i bedömningen av olika medier. Hon säger; ”Är det kvalitet inger det förtroende”. Det sensationella och underhållande är mindre trovärdigt. *Hanna, 23*, tycker att medier vars profil är mot viktiga och väsentliga nyheter uppfattas som mer trovärdiga. *Anki, 49*, har mindre förtroende för nyheterna på TV3 eftersom hon anser att deras innehåll är mer ytligt och presenteras på ett alldeles för lättvindigt sätt. *Minette, 27*, är av uppfattningen att hög trovärdighet är mest betydelsefullt för medier som presenterar viktiga nyheter, och det är också till dessa hon associerar ett högt förtroende. *Stefan, 53*, berättar att han litar mer på nyhetsmedier av mer fördjupande karaktär.

Resultaten antyder att det för kvällstidningar för att uppnå hög trovärdighet inte är tillräckligt att ha mycket kompetenta journalister med intentioner om att aldrig presentera något annat än

---

<sup>27</sup> Bruksvärdet handlar om vad man tar del av i medier, symbolvärdet vad man tycker är viktigt innehåll. Se Christiansen och Bergström (1997); Weibull (1983)

<sup>28</sup> Se SOM-undersökningarna.

sanningen. Det eftersom trovärdigheten påverkas negativt av att deras bevakningsområden och vinklingar uppfattas handla om mindre viktiga nyheter, rentav trivialiteter. Kvällspressen som mediegenre associeras helt enkelt med låg trovärdighet delvis p.g.a. en karaktär med underhållande men tämligen oviktigt innehåll. En mer utförlig diskussion kring intervjupersonernas attityd till kvällstidningar kommer i avsnittet om det intermediala förtroendet.

Min slutsats är att intervjupersonerna har haft svårt att särskilja vad de tycker är bra innehåll, respektive viktigt innehåll, i relation till vad som är förtroendeingivande innehåll. För att komplicera det ytterligare bör det nämnas att jag tycker mig se tendenser att i bedömningen av medier med seriös profil och viktigt nyhetsinnehåll är det mindre vanligt att intervjupersonerna tror att mediet har en intention om att förvränga sanningen. Denna förvrängning sker i så fall vid den andra dimensionen om förmåga, genom bristande tid och resurser.

Så långt kan vi enligt min mening dra slutsatsen att intervjupersonerna har en kritisk grundhållning till medier. Man förhåller sig särskilt kritisk till kvällstidningarna eftersom dessa uppfattas ha intentioner om att förvränga verkligheten genom sin sensationsjournalistik som strävar efter att sälja fler lösnummer. För att medierna skall vara trovärdiga är det viktigt att de har intentioner om att redovisa sanningen, är neutrala och ansvarsfulla, men också inger intervjupersonen en känsla av tillit och trygghet. De förtroendeingivande medierna är seriösa och tar upp viktiga nyheter och skall ge en känsla av att ha god journalistisk kunskap och förmåga. Förmågan handlar dels om journalisternas kompetens, dels medieföretagets ekonomiska resurser. Intervjupersonerna diskuterar också att det är viktigt att innehållet baseras på fakta, att journalister är på plats och redovisar primärinfo, helst med bra djup och med kontinuerlig uppdatering. Intervjupersonerna har även visat sig ha preferenser om hur särskilt förtroendeingivande journalister bör vara, vilket handlar om t.ex. röst, ålder, utseende, kläder, utstrålning, kön m.m. I detta sammanhang blir det viktigt att föra en diskussion kring intervjupersonernas möjlighet att göra bedömningar av olika mediers trovärdighet. Som tidigare nämnts görs bedömningen av olika organisationers trovärdighet utifrån flera olika former av kunskap, förutom egna erfarenheter och föreställningar också vad man hör från bekanta. Flera av intervjupersonerna har uttryckt att det är mycket svårt att veta om man kan lita till mediers innehåll, vilket handlar om att det sällan finns ett facit. Flera av intervjupersonerna säger att de mer eller mindre medvetet brukar jämföra nyheter mellan olika medier, vilket ger en form av dubbelkontroll. När flera oberoende medier rapporterar samma sak tror intervjupersonerna att sannolikheten är högre att det är sanningsenligt. Exempelvis säger *Jens, 27*, att när olika mediers nyhetsrapportering skiljer sig åt brukar han lita mest på de medier vars presentationer liknar varandra mest, inte de som avviker. Vid stora nyheter brukar *Jens, 27*, vilja ha mycket information om händelsen, vilket gör att han ofta jämför olika källor med varandra. Några av intervjupersonerna säger att de vid sådana särskilt viktiga eller kontroversiella nyheter söker upp information i flera medier för att få olika aktörers perspektiv.

Ett ytterst intressant resultat i denna studie är enligt min mening att i avsaknad av en objektiv måttstock av det renodlat sanningsenliga och trovärdiga nyhetsmediet använder flera intervjupersoner ett existerande medium som referens i bedömningen av andra medier. Exempelvis berättar *Eva, 40*, och *Anita, 41*, att SVT är deras måttstock för hur hon bedömer andra mediers trovärdighet. Det innebär i praktiken att om de läser om en händelse i kvällstidningen kan de känna sig osäkra på om det är sant, men ser de på Aktuellt eller Rapport



att de rapporterar likadant om händelsen upplever de att de fått bekräftat att det är sant. Omvänt har det visat sig att kvällstidningen utgör ett referensmått på vad ett icke-trovärdigt medium representerar. Som måttstock har kvällstidningen en annan, men nog så viktig funktion. Ett teoretiskt grundat resonemang kring detta fenomen kommer jag att utveckla i den sammanfattande slutdiskussionen.

Det är emellertid inte alltid intervjupersonerna upplever att de måste göra sina bedömningar av mediernas nyhetsrapportering utifrån andra sekundärkällor. I flera fall menar sig intervjupersonerna ha direkt insyn i den ”verklighet” medierna rapporterar om. Medan inrikes- och utrikesnyheter är tämligen abstrakta och svåra att få direkt insyn utan hjälp av andra medier är det en annan sak med lokala nyheter. Någon av Göteborgs-Postens läsare och flera av Bohusläningens läsare uttrycker att de lagt märke till att tidningen skriver felaktigt om händelser som de själva har direkt kännedom om. *Ing-Britt, 52*, understryker att det är en mycket viktig aspekt kring förtroende för medier att journalisters beskrivningar av en händelse överensstämmer med individens egen uppfattning i de fall individen har direkt insyn i händelsen. Med direkt insyn tycks intervjupersonerna avse när journalisterna skriver om deras arbetsplats, men innefattar också när tidningen skriver felaktigt om ett område en nära bekant eller familjemedlem känner till. Förtroendet för den bekanta eller familjemedlemmen tycks vara högre så om de säger att tidningen skrivit felaktigt om dem så verkar intervjupersonerna utgå från att det är sant, vilket i sin tur påverkar förtroendet för tidningen negativt. En intressant aspekt i sammanhanget är att flera intervjupersoner berättat att när journalister skriver felaktigt i tidningen är det framförallt förtroendet för den enskilda journalisten som påverkas, inte för hela tidningen. Exempelvis berättar *Laila, 58*, att det skulle krävas mycket innan hon tappar förtroendet för Göteborgs-Posten eftersom de alltid bedrivit seriös journalistik och därmed byggt upp ett stort förtroende. De tillfällen hon upptäcker felaktigheter i tidningen betraktar hon som enskilda journalisters misstag, och det skulle krävas mycket felaktigheter innan tidningens trovärdighet påverkas.

Avslutningsvis kan vi säga att förtroende är en känsla som växer fram hos människor. Det är svårt att uttrycka kriterier för hur man bedömer förtroende men det handlar till stor del om sanningsenlighet, tillit och faktarelevans. I intervjupersonernas bedömning av förtroende för medier bedöms tre övergripande dimensioner; mediernas intentioner, mediernas förmåga samt mediernas innehållsprofil. Denna undersökning syftar inte till att bedöma vilken av de tre dimensionerna som är viktigast, men mitt intryck från intervjuerna är att intervjupersonerna framförallt diskuterat mediernas förmåga och innehållsprofil. Nu skall vi se på vilka sätt människors förtroende för medier skiljer sig åt.

## Medieförtroende

Intervjupersonerna har tillfrågats om känslan av förtroende för olika medier, och hur känslan skiljer sig åt dem emellan. Det är viktigt att ha i åtanke att människor överlag har högre förtroende för medier de vanligen använder än de medier de valt att inte använda. Genomgående har intervjupersonerna haft ganska lätt för att säga vilka medier som är mer respektive mindre trovärdiga. En viktig iakttagelse är däremot att flertalet intervjupersoner haft problem att förklara varför de tycker som de gör. Men även om de har svårt att berätta varför de har högre förtroende för vissa medier än andra är intervjupersonerna ändå tämligen klara över att somliga medier är mer trovärdiga än andra. I detta avsnitt skall resultaten från diskussionerna om intervjupersonernas intermediala förtroende (d.v.s. hur förtroendet skiljer sig för olika medier) lyftas fram för granskning. Går det att finna förklaringar till den viktiga frågan om på vilka grunder intervjupersonerna gör en uppdelning i mer eller mindre trovärdiga medier?

## Intermedialt förtroende

Intervjupersonerna tycker givetvis olika kring hur trovärdiga olika medier är, men en enkel slutsats när man överblickar intervjuerna är att de har gemensamt att etermedierna uppfattas som mest trovärdiga. Merparten har lika högt förtroende för SVT, TV4 och SR, övriga etermedialalternativ avses inte. Några rangordnar SR högst, andra föredrar SVT och ytterligare några anser att såväl SR, SVT som TV4-nyheterna tillsammans är de mest förtroendeingivande medierna. Valet av nyhetsprogram i TV handlar framförallt om vilken sändningstid som passar personens vanor. Några intervjupersoner tycker emellertid att SVT är mer trovärdigt än TV4, vilket de säger handlar om att TV4 har en mer lättsam profil och att SVT är public service och funnits till längre. Ett fåtal anser vidare att de nationella morgontidningarna är lika förtroendeingivande som etermedierna. I förhållande till SOM's årliga mätningar av förtroende kan sägas att resultaten är liknande i den bemärkelsen att public service- etermedierna hamnar högt. Däremot brukar förtroendet för den lokala morgontidningen vara högre än vad resultaten i denna studie visar.<sup>29</sup>

Då kommer vi till frågan om hur intervjupersonerna resonerar kring att placera SVT, TV4 och SR högst upp på trovärdighetens topp. *Carl, 28*, argumenterar att SVT och TV4 är mest trovärdiga, dels eftersom de inger en känsla av förtroende, men också eftersom han utgår från att de är mest utsatta för granskning. *Lisa, 30*, har högst förtroende för nyheterna i TV och anser att SVT och TV4 är lika trovärdiga. Samtidigt kan sägas att *Lisa, 30*, tycker att det är mer givande och underhållande med TV-nyheter än radiolyssnande eller tidningsläsning, vilket i sin tur kan påverka känslan av förtroende. *Lisa, 30*, understryker att det enligt hennes uppfattning är lättare att förvränga sanningen i tidningar än TV. *Lisa, 30*, anser att rörliga bilder ger ett intryck av att vara mer sanningsenligt, att det är svårare att manipulera. *Lisa, 30*, säger; "Att skriva ner någonting kan varje människa göra, men det är väldigt annorlunda med TV." Det kan tilläggas att *Lisa, 30*, dagligen ser TV-nyheterna men inte prenumererar på någon tidning. Också *Hanna, 23*, tycker att nyheterna på TV kan ge ett intryck av att vara mer sanna p.g.a. att bilderna ger ett intryck av att tala för sig själva. Hon tycker att på TV får man se vad som verkligen har hänt och kan skapa en egen bild. *Minette, 27*, är av uppfattningen att etermedierna är mer

<sup>29</sup> Se SOM-undersökningarna 1999-2004

förtroendeingivande handlar om att hon uppfattar dem vara mer neutrala än tidningar med sin politiska anknytning.<sup>30</sup> *Anita, 41*, tycker att TV-nyheternas höga förtroende gynnas av att det är en faktisk person som presenterar nyheterna, att det verbala är mer trovärdigt i medier än det skriftliga. *Anki, 49*, anser att SVT överlag har duktiga och specialiserade reportrar som är kunniga inom sitt område. TV-nyheter ger även en hög närvarokänsla av att man är på plats där det händer. Både *Stefan, 53*, och *Anki, 49*, tycker att journalisterna är mer förtroendeingivande om de är på plats och rapporterar. Även om hon tycker att det finns duktiga reportrar även på TV4 anser hon att det där ofta är nyhetsuppläsare, som må vara duktiga på att presentera nyheterna, men som inte är lika kunniga som vid SVT. Både *Stefan, 53*, och *Anki, 49*, berättar att TV3:s underhållningsprofil och att de bokstavligen läser upp nyheter gör deras nyheter mindre trovärdiga. En av intervjupersonerna, *Minette, 27*, berättar en intressant sak. Även om hon tycker att hennes förtroende för nyheterna i SVT och TV4 är likvärdigt, är det på något sätt negativt för bilden av TV4 att de har reklamsändningar i anslutning till nyheterna. Hon tycker att det kan vara störande och att hon många gånger föredrar nyheterna i SVT.

Intervjupersonerna uttrycker att de gör en bedömning av innehållet i sig och att deras förtroendebedömning inte påverkas av att nyheterna presenteras av public service- organisationer. Exempelvis säger *Anki, 49*, att nyheternas innehåll i Aktuellt är lika bra oavsett om nyheterna sänds i SVT, TV3 eller TV4. *Stefan, 53*, anser att nyheterna skulle kunna ryckas ur sitt sammanhang och bedömas för vad de är med samma resultat, oberoende av sändarens status. Olika TV-kanaler kan däremot ha olika profil, exempelvis säger *Laila, 58*, att TV4 har en ledigare stil än SVT utan att för den skull vara mindre trovärdiga, de rapporterar fortfarande om viktiga nyheter. I sammanhanget kan sägas att *Jens, 27*, säger att även om en kompetent journalist presenterar en nyhet på ett utomordentligt sätt, skulle denna tappa i trovärdighet om nyheten inte är viktig. Innehållets karaktär är alltså väldigt betydelsefullt i bedömningen av mediers trovärdighet. Att mediernas profilering och innehåll mot seriösa och viktiga nyheter påverkar känslan av förtroende känner vi igen från den tidigare förda diskussionen.

Intervjupersonernas förtroende för morgonpressen är skiftande, majoriteten anser att morgonpressen är mycket trovärdig om än inte fullt lika trovärdig som de ovan diskuterade etermedierna. Några tycker att morgonpressen är lika trovärdig medan somliga gör skillnad på lokal och nationell morgonpress. Alla är dock överens om att man har i princip samma förtroende för en papperstidning och dess nättidning eftersom det är samma företag som står bakom. Att nättidningen kan vara snabb med att rapportera nyheter är ett plus i bemärkelsen att läsaren vet att denne läser det senaste, men samtidigt är det negativt i den meningen att tidspressen kan medföra fler fel. Ingen av intervjupersonerna har uttryckt att förtroendet skulle vara olika för en papperstidning och dess nättidning beroende på om det är en morgontidning eller kvällstidning som avses.<sup>31</sup> I diskussionen kring morgontidningar finner jag det särskilt intressant att samtidigt som nästan alla tycker att morgonpressen är aningen mindre trovärdig än etermedierna, har de också gemensamt att känna att det är svårt att förklara varför. Vid intervjuerna har intervjupersonerna till synes utan problem och med en självsäker röst klargjort sitt förtroende för

---

<sup>30</sup> Vad *Minette, 27*, avser med politisk anknytning, om det är politisk inriktning eller enskilt parti, omfattar dessvärre inte intervjuunderlaget.

<sup>31</sup> Frågan har i intervjuerna vanligen formulerats som; ”skiljer sig ditt förtroende för en papperstidning och samma företags nättidning?”. Då har jag avsett både morgontidning som kvällstidning, men det är möjligt att alla intervjupersoner inte tolkat frågan på det sättet.

morgonpressen i relation till andra medier, men i nästa andetag sagt att de känner så p.g.a. en känsla de har.

Intervjupersonerna från Bohuslän läser överlag tidningen Bohusläningen och de framför flera argument till att deras förtroende för denna morgontidning är lägre än för etermedierna. De berättar att de lokala nyheterna inte upplevs som lika viktiga som nyheterna på TV eller i Sveriges Radio. Min slutsats är också att det handlar om att flera intervjupersoner har egen erfarenhet av, eller hört från bekanta, att journalister vid Bohusläningen har gjort olika misstag. Men samtidigt kan närheten till den lokala tidningen vara positivt, som för *Laila*, 58. Hon prenumererar på Göteborgs-Posten och känner att hennes tämligen höga förtroende för lokaltidningen hör samman med en känsla av att mycket av nyheterna är lokala och att hon tror sig kunna avgöra om de är sanna eller inte. Att ha personlig insyn i de rikstäckande mediernas rapportering är givetvis mindre vanligt, vilket kan både gynna och missgynna. Andra förtroendesänkande aspekter handlar om en känsla av att lokaltidningens förmåga är lägre. *Jens*, 27, och *Carl*, 28, säger att journalisterna vid lokaltidningar tillhör vad de anser att man kan kalla för en andrasortering i förhållande till större morgontidningar. En annan aspekt som handlar om morgontidningarnas förmåga är tidsaspekten. *Carl*, 28, anser att nyheter är färskvara och att papperstidningen inte kan förväntas ha de senaste nyheterna, vilket han tycker ger honom anledning att vara skeptisk när han läser tidningen. *Ing-Britt*, 52, säger att de tidigare nämnda etermedierna är mer förtroendeingivande än morgonpressen eftersom hon upplever dem som mer direkta och seriösa.

Nyheterna på SVT och TV4 samt i Sveriges Radio utgör för flertalet av prenumeranter måttstocken för trovärdiga medier. Kvällstidningarna uppfattas tvärtom som klart minst trovärdiga bland intervjupersonerna. Faktum är att flera diskussioner har tagit sin utgångspunkt i belysande exempel på hur kvällstidningar representerar något väl distanserat från trovärdighet. Vid några av intervjuerna har vi också diskuterat nyheter i kommersiell radio, på TV3 samt veckotidningar och jag förstår det som att dessa medier inte heller är trovärdiga. Flera intervjupersoner betraktar dem inte ens som nyhetsmedier p.g.a. dess nöjesbetonade och oseriösa karaktär. Fokus kommer därför i den fortsatta diskussionen att hamna kring kvällstidningen.

Från tidigare förda diskussioner vet vi att mediers trovärdighet påverkas av deras profilering mot eller bort från mot seriösa och viktiga nyheter. Min slutsats från intervjupersonernas yttranden är att kvällstidningarna uppfattas ett av den svenska nyhetsbranschens mer framstående exempel av oseriösa nyhetsmedier, och har bl.a. därför också lågt förtroende. Exempelvis berättar *Hanna*, 23, *Stefan*, 53, och *Ing-Britt*, 52 att de saknar förtroende för kvällspressen eftersom de primärt presenterar nöjesnyheter. De tycker att kvällstidningarnas profil är oseriös, bl.a. därför att även viktiga nyheter vinklas för att skapa ett underhållningsvärde. Det är därför svårt att lita till innehållet, att man läser mer för underhållningens skull. Kvällstidningarna verkar tillåta sig att tänja på gränserna för sanningshalten. Intervjupersonerna har vidare framfört att också kvällstidningarnas presentationsformer sänker trovärdigheten. De upplever att kvällspressens sensationsjournalistik använder vinklingar som inte sällan kan upplevas förvränga sanningen. *Anita*, 41, har mindre förtroende för kvällstidningarna delvis eftersom dessa inte ger känslan av breda perspektiv utan alltför mycket fokuserar kring individer. *Jens*, 27, tycker att kvällstidningarnas nöjesnyheter kan vara integritetssänkande för personerna som omtalas, vilket bidrar ytterligare till att sänka trovärdigheten.

*Laila, 58*, kallar rentav kvällstidningarnas innehåll för pseudo-nyheter, men tror samtidigt att kvällstidningsjournalisterna har god kompetens för att producera just den sortens nyheter. *Laila, 58*, säger att på något sätt kan man ändå känna förtroende för att kvällstidningarna skall producera underhållande, men oviktigt innehåll. Ett intressant resultat som framkommer vid intervjun med *Lisa, 30*, är att hon uttrycker att hennes förtroende för kvällstidningarna är aningen högre än för morgontidningarna. Hon anser att kvällstidningarna har större nyheter om viktigare saker, åtminstone viktigare i bemärkelsen att de är intressantare för henne själv. Som jag förstår det kan denna avvikande åsikt påverkas av att hon anser att lokaltidningen Tidningen Trollhättan har alltför ointressanta lokalnyheter och att hon har föga erfarenhet av andra morgontidningar. Vidare säger *Lisa, 30*, också att hon tycker att kvällstidningar är intressantare och mer underhållande än morgontidningarna, och att det är lite svårt att särskilja förtroendet från vad hon tycker bäst om att läsa.

I detta avsnitt har det diskuterades på vilket sätt intervjupersonerna anser att medier är olika trovärdiga, vad man kan kalla intermediala skillnader. Som förväntat har intervjupersonerna överlag haft högst förtroende för etermedierna, i synnerhet public service medierna. Etermedierna uppfattas som mer neutrala och kring TV sägs det att det audiovisuella bär med sig en känsla av saklig och neutral nyhetsrapportering där alla slutsatser lämnas till tittaren. Även morgonpressen uppfattas som förtroendeingivande. Samtidigt visar det sig att flera intervjupersoner har egna erfarenheter, eller hört från släkt och bekanta, om sin tidnings felaktigheter som sänkt förtroendet. Genomgående har intervjupersonerna lågt förtroende för kvällspressen. Intervjupersonerna uttrycker vidare att det är mediernas innehåll, inte avsändare som bedöms. De medier som rapporterar sakligt och professionellt om vad man upplever som viktiga och seriösa nyheter är de som upplevs som mest förtroendeingivande. Samtidigt som vi kan se flera intermediala skillnader kan sägas att ett antagande i denna intervjustudie var att det finns intramediala skillnader, d.v.s. att människor kan ha olika högt förtroende för olika delar i exempelvis en morgontidning. Det är dessa eventuella intramediala olikheter nästa avsnitt syftar till att kasta ljus över.

## **Intramedialt förtroende**

Inledningsvis kan det konstateras att den spontana reaktionen bland intervjupersonerna vid frågan om de upplever sådana skillnader inte bekräftar detta antagande. Att den spontana reaktionen överlag varit att det inte finns skillnader upplever jag som ett viktigt resultat i sig. Intervjupersonerna har dock sedan tänkt efter, och det har visat sig att somliga har en del åsikter som faktiskt bekräftar antagandet. Här finns ett metodologiskt problem jag anser bör lyftas fram. Det kan diskuteras att min fråga om intervjupersonerna upplever intramediala skillnader är ledande i den bemärkelsen att intervjupersonerna får upp ögonen för ett fenomen som de kanske inte tidigare har tänkt på. Intervjusituationen kan ha gjort att intervjupersonerna känt sig manade att tänka till, och att svaren ger sken av att detta är en viktig aspekt av deras förtroende för medier. Vad denna skillnad än kan tänkas innebära, skall jag nu diskutera vad intervjupersonerna slutligen sade.

Få intervjupersoner förde diskussioner kring intramediala skillnader i förtroende för etermedierna. *Ing-Britt, 52*, berättar att hennes förtroende för Sveriges Televisions och Sveriges Radios regionala nyheter är högre än för samma kanalens riksnyheter. Det eftersom hon har

personliga kontakter inom en av de regionala redaktionerna tycker hon sig veta att där går allting rätt till. I övrigt framförs att etermediernas rikssändningar är mer trovärdiga eftersom de rapporterar mer professionellt och om viktigare nyheter. Det var endast *Ing-Britt, 52*, som uttryckte att hennes förtroende skiljer sig åt inom etermedierna. Bland övriga intervjupersoner var det, i de fall de upplevde intramediala skillnader, endast skillnader i tidningsmediet som lyftes fram.

*Carl, 28*, säger att han vid närmare eftertanke inte har förtroende för Göteborgs-Postens väderrapportering. När *Carl, 28*, funderar kring sitt förtroende för lokaltidningar säger han att han faktiskt endast har förtroende för att de ska kunna rapportera om enklare lokala nyheter, inte om inrikes-, utrikes- och ekonominyheter. *Carl, 28*, tillägger dock att hans attityd till lokaltidningar är ganska fördomsfull eftersom han alltid varit bosatt i Göteborg och prenumererat på Göteborgs-Posten. Den enda egna erfarenhet *Carl, 28*, har från lokaltidningar är från den mindre endagarstidningen han läser vid sommarstugan om somrarna. Det är annars vid lokaltidningen Bohusläningen intervjupersonerna, särskilt *Ing-Britt, 52* och *Eva, 40*, upplever störst skillnader i förtroende. Förtroendet varierar dock främst med enskilda journalister, och eftersom dessa tycks skriva om alla möjliga ämnen uttrycker intervjupersonerna att det inte är särskilda avdelningar som utmärks som mindre trovärdiga. *Stefan, 53*, är av uppfattningen att det ska vara tydligt när journalister är subjektiva, om det sker utan att vara explicit drabbar det förtroendet. *Stefan, 53*, tycker att det finns somliga journalister vid Göteborgs-Posten som är alldeles för subjektiva. *Laila, 58*, berättar att hon tycker att kulturjournalisterna på GP är särskilt bra och förtroendeingivande, men hon tror inte det handlar om förtroende utan snarare kvalité och smak.

Vid intervjun med *Laila, 58*, framkom ett intressant perspektiv på förtroende för kvällstidningar som uppvisar intramediala skillnader. *Laila, 58*, uttrycker att hennes förtroende för det innehåll som kvällstidningar framförallt skriver om, sport- och nöjesnyheter, är tämligen högt. Hennes uppfattning är att kvällstidningarna har god kompetens för att rapportera om underhållande nyheter. Däremot har *Laila, 58*, inte förtroende för kvällstidningarnas rapportering om vad hon tycker är viktigare ämnen. Förtroendet är därmed högt för det underhållande innehåll som karaktäriserar kvällspressen, men lågt för det allmänna nyhetsinnehållet som hon uppfattar som viktiga nyheter. Men även om *Laila, 58*, har högt förtroende för det underhållande innehåll som karaktäriserar kvällspressen, är hennes helhetsbedömning av kvällspressen att de är minst trovärdiga av de olika nyhetsmedierna. Även *Ing-Britt, 52*, och *Jens, 27*, har överlag lågt förtroende för kvällstidningar men känner högre förtroende för sportnyheterna och de mer informativa och mindre hårt vinklade nöjesnyheterna än för allmännyheterna. Men även andra attityder förekommer, exempelvis berättade *Eva, 40*, *Hanna, 23*, och *Lisa, 30*, att de har större förtroende för allmänna utrikes och inrikesnyheter än för nöjesnyheterna i kvällstidningen. *Eva, 40*, berättar vidare att för kvällstidningsartiklar brukar hon läsa namnet på journalisten först, eftersom det finns somliga journalister hon tycker är mycket trovärdiga, medan hon nästan saknar förtroende för andra.

*Anki, 49*, och *Stefan, 53*, anser att nyhetsinnehållet kan se väldigt annorlunda ut i olika avdelningar och de understryker att de tycker att sport och nöjesnyheter har en mer ledig stil, men tycker inte att detta påverkar deras förtroende. Att hålla sig till sanningen och undvika journalistiska misstag är lika viktigt i alla tidningens avdelningar. *Anita, 41*, berättar att hennes förtroende är ganska lågt för kvällstidningarna överlag, eftersom de innehåller mycket oviktiga och oseriösa nyheter. Samtidigt säger hon att hennes förtroende för kvällstidningarnas nyheter

kan vara högt när de väl tar upp viktiga nyheter, särskilt om kvällstidningsrapporteringen överensstämmer med nyheterna på TV.

Bland de slutsatser man kan dra kring intramediala förtroendeskillnader är att det är ett fenomen som intervjupersonerna funderar mindre kring i vardagen. Somliga intervjupersoner upplever intramediala skillnader, och då är det framförallt tidningsmediet som avses. Det visar sig att det intramediala förtroendet i flera fall handlar om att intervjupersonerna primärt bedömer somliga journalisters trovärdighet olika med grund i vad som uppfattas som mindre sanningsenliga artiklar. För lokaltidningen är i övrigt mitt intryck att intervjupersonerna inte anser att vissa avdelningar är mer trovärdiga än andra. I Bohusläningens fall kan det tilläggas att andelen allmänreportar uppfattas vara hög och att dessa skriver inom flera olika avdelningar. Beträffande kvällstidningen uttrycks emellertid olika förtroende beroende på avdelning, men åsikterna är delade och i fokus ligger kvällstidningens profil mot underhållande nyheter. Det reser återigen frågan om hur mycket människors förtroende för medier handlar om vilket innehåll man själv värderar som viktigt i relation till innehållets sanningshalt, kvalitet och behållningsvärde. Intervjupersonerna uttrycker svårigheter att särskilja trovärdiga, viktiga och bra nyheter. Vid diskussionen av förtroendet för olika journalister kan sägas att mediekonsumenten kan skapa en särskild relation till en journalists arbete som baseras dels på förtroende, dels på intresse. En sorts förtroende handlar om att en person kan ha för vana att läsa en särskild kulturjournalists recensioner av böcker, filmer och cd-skivor eftersom det gång på gång visar sig att personen har samma smak som journalisten och kan utveckla ett särskilt sorts förtroende för dennes kulturkritik och rekommendationer.

## Förtroendets roll för medieanvändning

Vid det här laget vet vi hur intervjupersonerna resonerar kring begreppet förtroende och hur de anser att olika mediers trovärdighet varierar. En intressant aspekt är givetvis om, och i så fall på vilket sätt förtroendet påverkar medieanvändningen.

De medier som intervjupersonerna anser rapporterar om viktiga nyheter är SVT, SR, TV4-nyheterna samt morgontidningarna. Även om intervjupersonerna inte har fullt förtroende för dessa medier är det, som tidigare diskussioner visat, tämligen högt. I detta sammanhang är det framförallt viktigt att understryka att de tycker att någon form av grundläggande trovärdighet är viktigt för att intervjupersonerna ska använda dessa medier. Somliga intervjupersoner säger att förtroendet inte behöver spela en avgörande roll för användning. Exempelvis säger *Carl*, 28, att förtroendet inte är avgörande för att han skall fortsätta läsa Göteborgs-Posten. *Anki*, 49, anser att förtroende är en viktig aspekt i hennes relation till nyhetsmedier, men inte en avgörande aspekt för att hon skall ta del av deras nyheter. *Anki*, 49, tycker att förtroende för medier är en naturlig del av relationen till dem, och blir i den bemärkelsen relevant först om man inte har, eller tappar förtroendet för medier. Men diskussionerna får en väldigt hypotetisk karaktär, för det handlar om hur intervjupersonerna tror att de skulle agera om nyhetsmediernas trovärdighet skulle försämrats. *Anki*, 49, och *Carl*, 28, säger att de skulle fortsätta använda vid en liten försämring, men säger att det är tveksamt om något nyhetsmedium totalt förändrade karaktär, men det finner de inte sannolikt.

*Carl, 28*, är av uppfattningen att nyhetsmedierna är självreglerande, om ett medieföretag rapporterar om ett viktigt ämne tror han att liknande nyhetsmedier måste göra likadant för att vara trovärdiga. Det handlar om en förmodad likriktning i mediernas nyhetsvärderingsprocesser. *Stefan, 53*, anser att han känner ett någorlunda förtroende för de nyhetsmedier han använder, och det är liksom en grundförutsättning. Han tycker att det givetvis finns en gräns någonstans för hur mycket fel nyhetsmedier kan göra innan han tappar förtroendet och upphör med sin användning. *Stefan, 53*, har svårt att föreställa sig att de nyhetsmedier han känner förtroende för på ett konsekvent sätt skulle agera så att han skulle tappa sitt förtroende. *Stefan, 53*, anser att alla nyhetsmedier kan göra sina enstaka misstag. Därför står det klart för honom att för att trovärdigheten verkligen skulle sjunka, måste nyhetsmedierna konsekvent göra fel och agera oseriöst. *Eva, 40*, säger att hennes toleransnivå för olika mediers felaktigheter är olika, om SVT gör fel är det mycket allvarligare än om en kvällstidning gör det. Det är för medier med viktiga nyheter det är viktigast med hög trovärdighet, och även inverkar mest på hurvida man använder ett medium eller inte. Med viktiga nyheter avser *Eva, 40*, nyheter som berör henne, information om aktuella händelser. *Minette, 27*, tycker att förtroende är en mycket viktig aspekt beträffande användningen av seriösa nyhetsmedier, men tycker att det är svårt att uttrycka när nyhetsmedier uppnår en tillräcklig nivå av trovärdighet. Att uttrycka en sådan nivå säger samtliga intervjupersoner är väldigt svårt, det handlar om en sorts känsla som finns inom en, att man liksom inom sig vet.

Kvällstidningen är ett medium intervjupersonerna överlag har lågt förtroende för men som flera ändå använder. Hur skall detta förstås? Innehållet i kvällstidningarna anses av intervjupersonerna vara mindre viktigt. Många tycks vidare vara av uppfattningen att kvällstidningarnas spelrum för att förvränga sanningen genom hård vinkling av sina artiklar får vara större än i andra nyhetsmedier. Jag förstår det som att intervjupersonerna anser att om kvällspressen förvrider sanningen är det inom ramen för deras redan existerande fördomar och förväntningar, och påverkar därmed inte deras syn i särskilt hög grad. Exempelvis säger *Laila, 58*, att för kvällstidningar är det inte särskilt viktigt med förtroende, att hon inte sällan köper och läser dem även om hon inte har förtroende för dem. *Minette, 27*, är av uppfattningen att kvällstidningar, kommersiella kanaler och veckotidningar fyller en mer underhållande funktion där förtroendets roll är mindre. *Lisa, 30*, tycker att kvällstidningarna är mest underhållande att läsa och att det är klart viktigare för henne än trovärdigheten. *Stefan, 53*, säger att han upplever att veckotidningar som *Se & Hör* och även i viss mån kvällspressen underförstått inte behöver hålla sig till sanningen, att det primärt handlar om underhållning. *Anita, 41*, anser att hon tycker att det är godtagbart med en mer subjektiv och underhållande journalistik för sport och nöje i alla medier. Den underhållande journalistiken associerar hon framförallt till hur journalister gör nyheter om individer, men också språk och val av ämnen.

Vid diskussionerna kring de olika intervjupersonernas förtroende för olika medier har många explicit eller implicit påpekat att människor i deras omgivning sagt att kvällstidningarna är mindre trovärdiga. Människors kritiska inställning till kvällspressen är väl utbredd och i intervjuerna markerar nästan alla klart och tydligt att de minsann vet att kvällstidningarnas sensationsjournalistik skall man inte lita till, att det liksom är ett faktum som man förväntas känna till. Många intervjupersoner berättar att de mycket väl kan ha påverkats av att människor i deras omgivning saknar förtroende för kvällspressen. Flera intervjupersoner tror att kvällspressens låga trovärdighet kan vara en myt som sprids, och understryker att de tror att den är riktig. *Minette, 27*, säger att likväl som det finns föreställningar om att kvällstidningar och



veckotidningar inte är trovärdiga, kan det också vara en myt att SVT eller de nationella morgontidningarna skulle vara särskilt förtroendeingivande. *Laila*, 58, m.fl tror att det finns myter om medier som påverkar människors känsla av förtroende, både i en positiv som en negativ riktning.

Den övergripande slutsatsen av svarspersonernas bedömningar är att förtroende är viktigt för att intervjupersonerna skall finna mening i att använda vissa medier, men samtidigt tycks de ta för givet att dessa viktiga medier är och ska vara trovärdiga. I den bemärkelsen kan trovärdigheten tyckas få en underordnad roll. Exempelvis uppfattas SVT som ett förtroendeingivande medium, men förtroendet är ingen viktig aspekt för den vane användaren, vilken ser det som en grundförutsättning. Förtroendet för seriösa nyhetsmedier styr inte valet av och användningen av informativa nyhetsmedier. Detta val handlar istället om andra faktorer som exempelvis individens preferenser, t.ex. djup, bredd och snabbhet, eller val utifrån tryckta medier eller etermedier.

Från resonemangen drar jag också slutsatsen att för kvällstidningen, som intervjupersonerna överlag uttrycker ett mycket lågt förtroende för, är det inte heller viktigt med förtroende. Intervjupersonerna tycks ha en annan ansats till sin användning av kvällspressen som innebär att de utgår från att artiklarna de läser troligen inte är helt sanna. Kvällstidningsläsningen fyller en annan funktion än den informativa<sup>32</sup>, nämligen att ge läsaren underhållning och förströelse. Men samtidigt som resultaten i denna intervju-undersökning visar att människor kan använda kvällstidningen utan att känna förtroende för densamma, har jag också funnit att andra människor inte vill läsa kvällstidningar, vilket delvis beror på ett lågt förtroende. Resultaten kan tolkas mot tidigare diskussioner om att vad intervjupersoner uppfattar som trovärdigt i flera fall hänger samman med innehållets profil och karaktär. Det förklarar också varför kvällstidningarna trots sitt mycket låga förtroende i SOM-mätningarna är bland de dagstidningar med störst upplaga i Sverige. Sammanfattningsvis kan förhållandena i all enkelhet beskrivas som att intervjupersonerna lägger ett större värde vid känslan av förtroende vid användningen av nyhetsmedier som rapporterar vad de kallar viktiga och seriösa nyheter. Trovärdigheten är emellertid tämligen oväsentlig när det handlar om nyheter om mindre viktiga händelser med en primär underhållningsfunktion.

---

<sup>32</sup> Weibull (1983)

## Sammanfattande diskussion

En utgångspunkt för denna undersökning var antagandet att förtroende är en viktig aspekt kring människors användning av nyhetsmedier och att det behövs ytterligare insikter i vad förtroende för medier handlar om. Tanken var att det behövs en fördjupande kunskap om vilka värden och vilken mening människor lägger bakom begreppet förtroende, i synnerhet vad förtroende för medier handlar om. Huvudsyftet är dock att belysa hur människor resonerar kring sitt förtroende för medier, såväl det intermediala som det intramediala förtroendet. Vidare diskuteras vilken roll förtroendet har för användning av nyhetsmedier. Undersökningen är avgränsad till nyhetsmedier och under oktober och november 2005 har jag intervjuat 11 personer. Intervjuerna har ägt rum antingen i intervjupersonernas hem, vid deras arbetsplats eller vid ett café. Ansatsen medför givetvis att dessa resultat inte är generaliserbara utan avser att bidra med tolkningsramar till generaliserbara studier.

### Intermedialt och intramedialt förtroende

Några av de viktiga resultaten i denna undersökning handlar om hur människor resonerar kring varför de har högre förtroende för somliga medier än andra. En viktig slutsats kring det intermediala förtroendet är att känslan av förtroende för medier är mycket svår att omsätta i ord. Intervjupersonerna kunde tämligen enkelt berätta vilka medier som var mer eller mindre förtroendeingivande än andra, men hade desto större svårigheter att argumentera varför det förhåller sig så. Precis som i SOM-undersökningen 2004 hade intervjupersonerna överlag högst förtroende för public service- medierna. Däremot hamnade den lokala morgontidningen lägre i trovärdighet i denna undersökning. En av förklaringarna tycks vara att flera av intervjupersonerna har egna erfarenheter eller hört från bekanta om tillfällena då Bohusläningen rapporterat felaktigt, vilket sänker deras trovärdighet. Det bristande förtroendet handlar i detta fall om att lokaltidningen uppfattas ha sämre förmåga (kunskap, kompetens och resurser) att rapportera lika trovärdigt som exempelvis SVT.

Bland de förklaringar som ges till varför SVT, TV4 och SR uppfattas som mest trovärdiga är att de har personal med god förmåga, samt att de är mer neutrala än dagspressen med sin politiska anknytning. Flera av intervjupersonerna har åsikter kring hur en trovärdig TV-journalist bör vara och hur de skall agera, vilket handlar om deras förmåga. Enligt min mening tror jag att det är möjligt att människor upplever att de får en personlig relation till människor i TV-rutan, en sorts parasocial interaktion<sup>33</sup>, och att förtroendet kring enskilda människor byggs upp successivt. Kanske kan man säga att journalister får en chans att marknadsföra och befästa sin trovärdighet. Detta skulle i så fall gynna etermedier eftersom det visuella och att höra en röst kan upplevas som mer personligt än det tryckta ordet. En annan viktig förklaringsfaktor till det höga förtroendet för TV-nyheterna handlar om att intervjupersonerna känner mycket högt förtroende för bilder och video, särskilt om det rapporteras på plats vid händelsernas centrum i realtid. Intervjupersonerna berättar att när man tittar på TV-nyheterna upplever de att de får se sanningen neutralt, och att TV lämnar åt dem att dra sina egna slutsatser. SVT, TV4 och SR upplevs ha goda intentioner och bra förmåga. Av de tre viktiga dimensionerna som nämnts handlar den tredje om mediernas innehållsprofil. Det kan understrykas att det handlar om människors subjektiva uppfattning om

---

<sup>33</sup> Nordlund (1976)

huruvida ett medium karaktäriseras av viktiga eller oviktiga nyheter. I bedömningen tar man också hänsyn till om nyheterna uppfattas som informativa eller underhållande.

De mest förtroendeingivande medierna bedöms rapportera om viktiga och informativa nyheter. På denna punkt upplevs kvällstidningarna ha stora brister ur ett trovärdighetsperspektiv. Förutom kvällstidningarnas profilering mot mindre viktiga nyheter av underhållande karaktär påverkas deras trovärdighet också negativt av sensationsjournalistikens hårda vinklingar i artiklarna. Intervjupersonerna känner sig helt enkelt osäkra på om artiklarna i kvällstidningarna är sanningsenliga. En frågeställning som denna undersökning inte kan ge svar på, och som av olika skäl är svår att undersöka, handlar om normer och myter samt den sociala påverkan på förtroende. Emellertid går det åtminstone att fråga sig om det är socialt accepterat att känna fullt förtroende för medier. Är det inte en norm att man bör ha en kritisk hållning för att uppfattas som en intellektuell samhällsmedborgare? Status och mediers image kan kanske sägas vara en viktig aspekt av förtroende, och det kanske rentav är rimligt att konstatera att det inte är rumsrent att uttala högt förtroende för svensk kvällspress.

Ett antagande i denna intervjustudie var att människors förtroende för medier kan tänkas variera intramedialt. Resultaten pekar mot att intervjupersonerna inte medvetet tycks ha reflekterat kring några sådana variationer i någon större utsträckning. Efter en stunds eftertanke har de emellertid framfört en del värderingar som bekräftar detta fenomen. Intramediala skillnader förekommer främst i förhållandet till dagspressen och kvällspressen. För dagspressen handlar de intramediala variationerna om att flera av intervjupersonerna utifrån olika kunskapsformer fått en känsla av att somliga journalister är mindre trovärdiga än andra. Vid kvällspressen gör en del intervjupersoner åtskillnad mellan olika avdelningar. Nästan alla har lågt förtroendet för kvällspressen men några framför att de tycker att de tycker att sporten och nöjesnyheterna är mer trovärdiga eftersom det är inom dessa fält kvällspressen är särskilt duktiga på att framföra intressanta och färskna nyheter. Andra tycker tvärtom att det endast är riks- och utrikesnyheterna de kan känna förtroende för. För dessa intervjupersoner tycks förtroendeingivande nyheter höra ihop med viktiga nyheter, och dit hör inte sport och nöje.

Ett allmänt problem är att fastställa vad som är orsak och verkan när det kommer till förtroendets roll för medieanvändning. Är förtroende en förutsättning för att börja använda nyhetsmedier eller är förtroendet något som växer fram successivt i takt med att användningsmönsterna formas? Denna undersökning kan inte ge svar på ett generaliserbart plan. Emellertid pekar resultaten mot att förtroende för medier är betydelsefullt för användningen av nyhetsmedier med fokus på viktiga nyheter. Det skall dock sägas att en hög grad av trovärdighet tycks vara en sorts grundförutsättning i valet av nyhetsmedier för viktigt innehåll. Utifrån ett sådant synsätt har trovärdigheten en mycket underordnad roll i människors val av sina nyhetsmedier, vilket istället styrs av andra preferenser. Aningen spetsat kan det sägas att trovärdigheten för seriösa nyhetsmedier blir viktig först när den sjunkit väldigt lågt, men att detta förtroende i dagsläget inte är viktigt vid valet mellan olika seriösa nyhetsmedier. För nyhetsmedier med en mindre seriös och mer underhållande profil, i detta sammanhang avses kvällspressen, är trovärdigheten mindre betydelsefull för användning. Intervjupersonerna berättar att för dem har kvällstidningen primärt en underhållningsfunktion, och i detta sammanhang spelar sanningshalten en väsentligt mindre viktig roll. För somliga kan det låga förtroendet för kvällspressen givetvis innebära att man upphör med sin användning.

## Medieförtroende som fenomen och måttstock

I rapportens första del diskuterades olika syn på vad förtroende för medier handlar om. I denna undersökning har jag satt publiken i centrum för att göra sina egna subjektiva bedömningar av vad de anser att förtroende är, och vad förtroende för medier handlar om. Utgångspunkten är att förtroende för medier handlar om en subjektiv värdering hos mottagaren, inte en objektiv egenskap hos mediet själv. De förändringar i trovärdighet som nyhetsmedier uppvisar från en tid till en annan behöver därmed inte betraktas som en variation hos medierna, eftersom det också beror på hur individer bedömer deras trovärdighet. Elliott diskuterar att människors föreställningar om medier kan ta sin utgångspunkt i tre olika former av kunskap; erfarenhetskunskap, symbolkunskap och härledd kunskap. Det är ur ett forskningsperspektiv viktigt att veta på vilken kunskapsgrund människor gör sin bedömning, men än viktigare hur den görs. Denna undersökning bidrar med flera intressanta resultat kring hur människor gör just sådana bedömningar.

När intervjupersonerna skall försöka förklara vad förtroende handlar om gör de associeringar till tillit, sanning, ärlighet, trygghet m.m. Detta tycks vara centrala element i begreppet, men för att förstå förtroendet för medier måste man gräva mycket djupare. Från intervjuerna går det att urskilja tre övergripande dimensioner som påverkar huruvida intervjupersonerna känner förtroende för medier, d.v.s. att de är sanningsenliga och tillitsfulla. De tre faktorerna är;

- Mediers intentioner.
- Mediers förmåga.
- Mediers innehållsprofil.

Den första dimensionen handlar om att det viktigt för intervjupersonerna att de känner att medierna har goda intentioner om att göra sitt bästa att rapportera sanningsenligt om världen. Nyhetsmedier bör rapportera om olika parter syn i en fråga på ett neutralt sätt och politiska, ekonomiska och eventuella andra intressen skall inte få påverka nyhetsmediet. Intervjupersonerna upplever att det är mindre trovärdigt med exempelvis en politiskt färgad tidning som försöker hylla sitt parti utanför ledarplats. En andra dimension handlar om mediernas förmåga att verkligen rapportera om sanningen. Intervjupersonerna har diskuterat olika mediers fördelar; exempelvis tidspress och snabbhet eller det tryckta jämfört med det visuella. Det har också förts diskussioner om mediers personal och resurser för att göra ett bra arbete, att det finns föreställningar om att journalister kan vara olika bra utifrån deras ålder, kön och stil. Likaså att det vid somliga nyhetsmedier överlag finns bättre journalister än vid andra. När intervjupersonerna gör sin bedömning av mediernas förmåga att rapportera om sanningen har det löpande haft en tendens att smälta samman med upplevelsen av bra respektive viktiga nyheter. Det för oss in på den tredje viktiga dimensionen som handlar om människors subjektiva upplevelse av nyhetsmediers innehållsprofil.

När intervjupersonerna har bedömt sitt förtroende har de uttryckt att mediernas trovärdighet inte bara handlar om att ha intentioner och förmåga att rapportera om världen på ett sanningsenligt sätt. Det går inte att rapportera om vad som helst. Medierna vinner mycket trovärdighet om de rapporterar om nyheter som uppfattas som viktiga. De nyheter som upplevs som viktiga kan, men

gör det inte nödvändigtvis alltid, sammanfalla med de nyheter en person tycker är intressanta. Nyhetsmedier kan uppfattas som mycket viktiga och inte attrahera publik, och omvänt kan medier uppfattas som oviktiga ändå få en bred publik. I detta sammanhang spelar givetvis människors förväntningar in. Studier visar att det innehåll som bedöms som viktigast i dagspressen är inrikes- och utrikes följt av lokala skol- och arbetsmarknadsfrågor, för TV är det särskilt nyhets- och samhällsprogram. I båda typerna av medier kommer det lättare stoffet klart lägre i fråga om viktighet<sup>34</sup>

Ett intressant resultat i denna studie är hur intervjupersonerna resonerar kring vad förtroende för medier handlar om. Det kan påpekas att begreppet förtroende har visat sig vara svårt för intervjupersonerna att tydligt förklara. Även om merparten har väldigt klara värderingar om hur förtroendeingivande olika medier är har de svårt att förklara varför. Som jag förstår det handlar intervjupersonernas förtroende för medier om en sorts känsla som sitter djupt rotad inom dem. Genomgående har intervjupersonerna använt exempel för att förklara hur de tar ställning till olika medier ur ett förtroendeperspektiv. Att bedöma mediernas förtroende är av naturliga skäl en svår uppgift eftersom det inte finns något facit. Människor vill att nyhetsmedierna skall ha intentioner och förmåga att rapportera om viktiga nyheter, men hur ska de kunna göra en bedömning att så verkligen sker? Det här skulle kunna utvecklas till en vetenskapsfilosofisk diskussion kring ontologiska och epistemologiska verklighetsbilder. Det kan sägas att nyhetsmedier genomför en konstruktion av verkligheten i sina olika presentationer och att det givetvis i hög grad är svårt att veta vad som är sant på ett objektivet plan. Det viktiga i detta sammanhang är emellertid att nyhetsmediernas publik vanligen endast har tillgång till nyhetsmediernas presentationer av verkligheten. Publiken saknar vanligen en egen erfarenhet av hur det har hänt, vilket de kunde ha skapat sig genom att själva ha deltagit vid exempelvis en politisk debatt eller en bilolycka. Det är nu det blir synnerligen intressant. Det visar sig att intervjupersonerna använder ett nyhetsmediums konstruktioner av verkligheten för att bedöma sitt förtroende för andra mediernas konstruktioner av verkligheten. Detta kan uttryckas som att i avsaknad av en objektiv måttstock för bedömningen av nyhetsmediers trovärdighet använder människor andra nyhetsmedier som måttstock.

Alla människor använder givetvis inte samma medium som måttstock. Intervjupersonerna i denna undersökning skiljer sig åt när det gäller vilket medium som fungerar som måttstock: de dubbelkollar olika ofta och medan somliga använder ett medium som måttstock använder andra flera medier. Som en röd tråd genom diskussionerna finner jag att det finns en tendens att människor kontrollerar olika nyhetsmediers presentationer med varandra. Ju fler som överensstämmer med varandra desto bättre. Det är också vanligast att intervjupersonerna använder det eller de nyhetsmedier de har högst förtroende för som måttstock i bedömningen av om nyheter i andra medier är trovärdiga eller inte. Exempelvis berättar *Eva, 40*, och *Anita, 41*, att SVT är deras måttstock för hur de bedömer andra mediernas trovärdighet. Det innebär i praktiken att de kan läsa en artikel i kvällstidningen och känna sig osäkra på om den är sann. Om de sedan ser på Aktuellt eller Rapport att de rapporterar likadant som kvällstidningen upplever de att de fått bekräftat att artikeln i kvällstidningen är sann. En annan iakttagelse som kan nämnas i detta sammanhang är att intervjupersonerna vanligen använder kvällstidningen som exempel för att förklara vad ett icke-trovärdigt medium representerar. Kvällstidningen blir därmed i viss bemärkelse en referens för intervjupersonerna i diskussionen kring förtroende.

---

<sup>34</sup> Strid, (2005: 188); Nilsson m fl (2005:12).

## En hypotes om *media priming*

Det finns inom journalistik- och masskommunikationsforskningen en lång tradition av att studera effekter och påverkan. En i sammanhanget relevant teoribildning handlar om att publiken använder sin kunskap kring vad medier rapporterar om som ett sorts referensmått för sin bedömning av olika fenomen. Det centrala begreppet i denna teoribildning kallas *Priming*, vilket handlar om en process där innehåll i ett medium fungerar som ett slags referensmått för publiken. Hypotesen har utvecklats av de nordamerikanska medieforskarna Iyengar & Kinder, bygger vidare på agenda-setting forskningen genom olika experiment.<sup>35</sup>

Agenda-setting hypotesen handlar om att de fenomen som nyhetsmedier fokuserar kring mest är de som publiken uppfattar som viktigast.<sup>36</sup> Teorin om priming å andra sidan behandlar hur människor gör när de skall utvärdera komplexa fenomen. Publiken tar då inte i åtanke allt de vet, utan publiken utgår istället från det som först faller dem i tankarna, vilket ofta är vad nyhetsmedier har rapporterat om fenomenet ifråga. Nyhetsmedier fokuserar kring vissa aspekter av händelser i världen samtidigt som andra händelser ignoreras. Iyengar & Kinders studier visar att TV fungerar som ett standardmått, om exempelvis TV-nyheter om ett politiskt parti framförallt fokuserar kring skolfrågor blir det utifrån hur partiet agerat i denna fråga som personer kommer ihåg och formar sin helhetsbedömning. I korthet menar Iyengar & Kinder att massmedias makt ligger i förmågan att rikta publikens uppmärksamhet till att tycka att vissa fenomen är viktiga genom agenda-setting, samt att tillgodose publiken med ett referensmått för sina bedömningar genom priming.<sup>37</sup>

Priming blir intressant i denna undersökning eftersom dess grundsten är att nyhetsmedier utgör ett referensmått för bedömning av fenomen i tillvaron. Denna undersökning visar att ett nyhetsmedium kan ha en funktion som referensmått för andra nyhetsmedier när det gäller bedömningen av olika nyhetsmediers trovärdighet i nyhetsrapporteringen. Eftersom medier används för att bedöma medier väljer jag att kalla detta fenomen för *media priming*.

Media priming sker exempelvis när människor bedömer att en artikel de läser på Göteborgs-Postens nättidning är trovärdig med grund i att de har högt förtroende för Göteborgs-Posten som papperstidning. De olika distributionskanalerna erhåller samma trovärdighet eftersom personen i första hand tar ställning till sitt förtroende för företaget som varumärke och helhet. Om en människa dessutom har allra högst förtroende för SVT och de rapporterar likadant som Göteborgs-Posten sker media priming genom att personen får bekräftelse på att Göteborgs-Postens artikel är trovärdig. Men även om Dagens Nyheter inte skulle bekräfta trovärdigheten handlar det om media priming. Det skall understrykas att media priming sker oavsett om människors jämförelser av nyhetsmedier bekräftar eller dementerar trovärdigheten i ett mediums rapportering. Det kan vidare klargöras att media priming inte avgör vilket nyhetsmedium som skall bestämma om ett annat är trovärdigt eller inte. Media priming handlar om att människor använder nyhetsmedier likt ett verktyg för att bedöma sitt förtroende för andra nyhetsmedier. Media priming tillämpas i brist på en objektiv verklighet för att bedöma sitt förtroende för ett

---

<sup>35</sup> Iyengar & Kinder (1987)

<sup>36</sup> McCombs & Shaw (1977, 1997)

<sup>37</sup> Iyengar & Kinder (1987)

medium och dess innehålls trovärdighet. Media priming är del av de hierarkiska subjektiva upplevelser av förtroende som människor tilldelar olika medier intermedialt och intramedialt.

Intervjustudiens resultat pekar på att människors upplevda förtroende för medier kan återföras till två huvuddimensioner; *innehållsintentioner hos medierna* och *publikens resultatutvärdering*. Den första dimensionen om innehållsintentioner handlar om hur människor värderar och uppfattar mediernas intentioner och ambitioner till att rapportera sanningsenligt, om vad de själva tycker är viktiga och seriösa nyheter. Innehållsintentioner är med andra ord en syntes av hur människor bedömer mediernas intentioner med deras upplevda innehållsprofil. Viktiga och informativa nyheter från en avsändare som uppfattas ha intentioner om att förmedla sanningen värderas som förtroendeingivande. För exempelvis TV-kanaler hör den upplevda viktigheten nära samman med graden av informationsförmedling, och sjunker i takt med att graden av underhållning ökar.<sup>38</sup>

Den andra dimensionen om resultatutvärdering tar fäste vid upplevelsen av resultatet av mediernas innehållsintentioner. Människor gör bedömningar av medieföretagens och dess medarbetares förmåga att leverera sanningsenligt och viktigt innehåll. Människor tar ställning till hur sanningsenligt innehållet ger intrycket av att vara med grund i egna erfarenheter eller vad de hör från släkt och bekanta.

Enligt min mening kan förtroende för medier ses som ett relativt fenomen. Medieförtroendet är relativt till inte bara en sorts objektiv verklighet men också andra medier, egna erfarenheter och förväntningar. De två dimensionerna innehållsintentioner och resultatutvärdering både påverkar och påverkas av den hierarkiska trappan i media priming. Övergripande kan sägas att bedömningen av medierna och dess innehåll på den högsta nivån är mest självständig och framförallt kopplad till de två dimensionerna innehållsintentioner och resultatutvärdering. I bedömningen av medier på den andra och tredje nivån ökar emellertid beroendet till mer förtroendeingivande medier för att känslan av förtroende skall infinna sig. De tre nivåerna i den hierarkiska trappan är;

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1. <i>First order media priming</i>  | Exemplariskt förtroendeingivande medium som används som facit i bedömningen av övriga medier.   |
| 2. <i>Second order media priming</i> | Medium vars innehåll ibland måste bekräftas av medier i <i>first order media priming</i> för att känslan av förtroende ska infinna sig. |
| 3. <i>Third order media priming</i>  | Intramedial bedömning av förtroendet för det enskilda innehållet i ett medium utifrån förtroendet för mediet det presenteras inom.      |

First order media priming är alltså den högsta av de tre hierarkiska dimensionerna i media priming och är ett eller de medier som en person har allra högst förtroende för. First order media priming hamnar på en intermedial nivå där människor tar ställning till hur förtroendeingivande medieföretag och medieorganisationer uppfattas vara. Mycket tyder på att det i första hand är

---

<sup>38</sup> Nilsson, Weibull & Hill, (2005)

SVT som utgör människors standardmått på denna högsta nivå<sup>39</sup> och som blir ett slags referensram för hur man ska bedöma andra medier. Givetvis kan det även vara andra medier än SVT som hamnar i denna position men det gemensamma för människors bedömningar av mediet är att de två dimensionerna innehållsintentioner och resultatutvärdering ger ett mycket positivt utslag, d.v.s. mediet har en kvalitetsambition och lever dessutom upp till den. Mycket talar för att nationellt spridda medier har lättare att placeras på denna nivå, troligen eftersom nationella medier upplevs rapportera på en annan abstraktionsnivå och att nyheterna upplevs som viktiga. För lokala medier å andra sidan är den upplevda viktigheten i innehållet ofta är lägre, liksom det finns större möjligheter att utvärdera deras kvalitet genom egen erfarenhet.

Second order media priming står för den nivå där andra medier placeras in i förhållande till den första. Dessa medier når inte riktigt upp till det förtroende mediet på den översta nivån åtnjuter. Men relationerna mellan dessa medier är inte bara påverkad av förhållande till first order media priming utan också av människors bedömningar på de dimensioner som vi kallat innehållsintentioner och resultatutvärdering. Medierna på denna andra nivå befinner sig i ett beroendeförhållande till de förtroendemässigt starkare medierna på den översta nivån, men deras inplacering är alltså i sin tur också beroende av hur deras innehållsambitioner bedöms och hur deras kvalitet värderas. Exempelvis kommer kvällstidningar, som människor överlag har mycket lågt förtroende för, att hamna lågt både som en följd av att de jämförs med den norm som sätts av det medium en person har störst förtroende för, och av hur deras ambition och kvalitet bedöms.

Slutligen har vi fenomenet third order media priming, vilket till skillnad från första och andra ordningens media priming handlar om den intramediala nivån av förtroende. Med detta menas hur innehållet i ett visst medium påverkas av det förtroende mediet som sådant åtnjuter. Hypotesen har visst stöd genom tidigare studier som pekar på att människors bedömningar av innehållet i medier påverkas av vilket medium som är avsändare.<sup>40</sup> Om innehållet presenteras inom ramen för ett medium eller av en journalist/medarbetare som personen har högt förtroende för är det troligare att personen bedömer innehållet som trovärdigt.

Denna undersökning kan inte visa hur utbrett det är med media priming eftersom studien inte genomförts med generaliserbara anspråk som målsättning. Media priming bör istället ses som en hypotes om hur det möjligen kan förhålla sig och denna hypotes bör prövas i en framtida kvantitativ undersökning.

---

<sup>39</sup> I de flesta representativa frågeundersökningar upplevs SVT som mest förtroendeingivande i flertalet grupper av människor. Jfr Weibull (2004) och Wadbring & Weibull (2005).

<sup>40</sup> Nowak, Carlman & Wärneryd (1966)



## Bilaga - Presentation av de 11 intervjupersonerna

Intervjustudien omfattar elva personer som valts ut utifrån en förhoppning om att finna människor med olika bakgrund och värderingar. I detta avsnitt har jag skrivit kortare individuella presentationer för var och en av de elva unika individerna. När du sedan läser analysen av intervjuerna och hur olika intervjupersoner har resonerat blir det enkelt för dig att gå tillbaks till detta avsnitt för att göra dig påmind om personen bakom, eftersom jag i analysen endast refererar till; *Namn, ålder*. Det skall understrykas att alla namn är påhittade och att jag försökt att inte presentera information som skulle kunna röja intervjupersonernas anonymitet. För översiktlighetens skull presenteras alla intervjupersoner i stigande åldersordning, de från Göteborg först, sedan alla från Bohuslän.

### Intervjupersoner från Göteborg

#### *Minette, 27*

*Minette, 27*, kommer från ett medelklasshem i Småland och efter några års trevande högskolestudier fastnade hon för sjuksköterskeutbildningen och är nu anställd inom vården i Göteborg. *Minette, 27*, lever ensam i en central lägenhet i andra hand och har för närvarande en prenumeration på Göteborgs-Posten. Hon tillägger att hon haft det i perioder, och nu är det viktigt för att hon skall kunna hitta en ny lägenhet eftersom kontraktet går ut i början av nästa år. *Minette, 27*, säger att hon endast tar sig tid att läsa tidningen en kort stund på de dagar hon arbetar, och läser mer på ledig tid. Hennes arbetstider är förlagda till såväl veckodagar som helger. *Minette, 27*, skummar igenom lokal-, riks- och utrikesnyheterna, och ägnar vanligen mest tid åt sportdelen. Dessutom tittar hon alltid igenom dödsannonserna, vilket hör samman med hennes arbete. I de perioder hon inte prenumererar på Göteborgs-Posten försöker hon läsa de tidningar hon kommer över. Arbetsplatsen tillhandahåller inte Göteborgs-Posten men vanligen är det någon som tagit med den eller Metro. Emellertid är det ont om lugna stunder att läsa tidningen noggrant. *Minette, 27*, har dock för vana att mer eller mindre dagligen besöka aftonbladets nättidning, och läser då mest sport- och nöjesnyheter. Dessutom söker hon upp extra information om ishockeylaget HV71 genom att besöka deras hemsida, vilken innehåller mycket journalistisk information. För *Minette, 27*, är också text-TV en viktig del av nyhetsvardagen, rentav uttrycker *Minette, 27*, skämtsamt att text-TV är hennes bästa vän. Genom text-TV kan *Minette, 27*, uppdatera sig dagligen på tider som passar henne. Hon uttrycker att detta är en väl etablerad vana som inte kan ersättas av nättidningar, inte ens om hon skulle få bredband till bostaden. *Minette, 27*, har en mediekonsumtion där TV har en framträdande plats. *Minette, 27*, tittar vanligen en till två timmar per dag, ofta mer på helger. Sportnytt ser hon dagligen och TV-nyheter från SVT eller TV4 ser hon när det passar in i dagen, ibland på morgonen, ibland på kvällen och ibland vid båda tillfällena. *Minette, 27*, säger att hon också tittar mycket på underhållningsprogram och filmer, även om hon inte följer särskilda serier. Radion står ofta på i bakgrunden när hon är hemma, och det är musiken på de kommersiella kanalerna hon lyssnar till.

### **Carl, 28**

*Carl, 28*, växte upp i ett hem som prenumererade på Göteborgs-Posten, och han påbörjade också en egen prenumeration i samband med att han flyttade hemifrån. *Carl, 28*, kommer från en tjänstemannafamilj, är utbildad ekonom och arbetar som produktspecialist i ett bioteknikföretag. *Carl, 28*, bor ensam i en bostadsrättslägenhet i centrala Göteborg och har för närvarande ingen partner. *Carl, 28*, läser Göteborgs-Posten dagligen till frukost på veckodagarna och ägnar den ungefär en kvart. På helgerna läser han den noggrannare, inte sällan uppemot en timme. Det innehåll som är intressant under veckorna är primärläsningen av lokalt-, inrikes- och utrikesmaterial samt ekonomi- och sportnyheter, ibland också krönikor och kulturnyheter. *Carl, 28*, uttrycker att han under veckorna vanligen endast läser artiklarna tills han fått en uppfattning om dess budskap. Det kan innebära att han i vissa fall endast läser rubriken, ibland också ingressen och i vissa fall hela artikeln. Han tycker att många artiklar är vanligt förekommande och att man får en känsla av vad de handlar om genom att bara läsa rubriken. På helgerna läser *Carl, 28*, tidningen mer i detalj och brukar också ägna sig mer åt kulturdelen och bilagorna. När *Carl, 28*, ibland försover sig eller är på resande fot och inte kan läsa tidningen på morgonen, tar han inte igen denna läsning. *Carl, 28*, ser dagligen Aktuellt eller Nyheterna på TV4, eftersom de har bra nyhetsbevakning och presentation, samt att programmet sänds vid en passande tid. *Carl, 28*, reser mycket i bil i arbetet och lyssnar då mycket på radio, endast radio P1. Vidare läser *Carl, 28*, tre månatliga branschtidningar, en tidskrift varannan vecka samt ett branschrelaterat nyhetsbrev via e-post. Kvällstidningarna läser han mycket sällan och nättidningen används mindre frekvent, men det sker i samband med stora idrottshändelser eller andra stora nyhetshändelser. *Carl, 28*, tittar på TV ungefär en till två timmar per dag. Det är endast SVT och TV4 som han tittar på, fastän han har ComHems kabel-TV utbud. *Carl, 28*, tittar främst på dokumentärer eller debattprogram på TV, vilket han tycker är avkopplande.

### **Anki, 49**

*Anki, 49*, är sambo och bor i villa i Alingsås men pendlar regelbundet till Göteborg då hon arbetar inom vården vid ett sjukhus inom Göteborgsområdet. Hon kommer från ett arbetarhem och har själv vidareutbildat sig till skötare. *Anki, 49*, uttrycker att för hennes nyhetsintag är etermedierna viktigast. När hon är hemma, och vanligen också när hon kör bil, lyssnar hon nästintill oavbrutet till radio P4. Dessutom tittar *Anki, 49*, dagligen på Rapport, TV4-nyheterna samt regionala nyheter. Hon har ingen prenumeration på Göteborgs-Posten men läser den grundligt de dagar hon arbetar, och understryker att det blir väldigt ofta i alla fall. Dessutom läser hon emellanåt Alingsås tidning. *Anki, 49*, läser inte nättidningar regelbundet, men när hon gör det besöker hon gp.se eller gt.se. Hennes mediekonsumtion är framförallt nyhetsinriktad, hon tittar sällan på annat än nyheter på TV. Däremot blir det klart en del musik och andra program i P4 tillägger hon.

### **Stefan, 53**

*Stefan, 53*, är gift och bor i villa med deras barn i en nordostlig Göteborgsförort. Han kommer från en medelklassfamilj och har efter gymnasieexamen läst till mentalskötare och är sedan länge anställd inom psykiatrin. För *Stefan, 53*, utgör Göteborgs-Posten basen i hans nyhetsutbud, och han läser dagligen tidningen grundligt, det tar honom vanligtvis en timme. Läsvanorna är aningen skiftande eftersom han arbetar natt. De dagar han är ledig läser han alltid Göteborgs-Posten till frukost, de andra dagarna kan det ske i samband med att han kommer hem, när han vaknar på eftermiddagen, eller rentav att han läser den på kvällen när han kommit till arbetsplatsen. För *Stefan, 53*, är också nyheter via etermedier mycket viktiga och han lyssnar regelbundet på

ekonyheterna och ser Rapport. Det är främst public service kanalerna som används, radion är ofta på i bakgrunden men TV är ofta avstängd. Förutom Rapport ser *Stefan, 53*, endast ett fåtal kulturprogram och dokumentärer. Ett par gånger i veckan besöker *Stefan, 53*, dn.se eller svd.se i samband med att han surfar på Internet, och läser då kulturartiklar.

### ***Laila, 58***

*Laila, 58*, växte upp i en tjänstemannafamilj och bor idag i villa i utkanten av Göteborg tillsammans med sin man och ett av de två numera vuxna barnen. *Laila, 58*, är utbildad informatör med goda kunskaper i språk och arbetar idag som business manager för ett etablerat event- och konferensföretag. *Laila, 58*, börjar dagen med att ägna Göteborgs-Posten en halvtimmes läsning till frukost, först skummande från första till sista sidan. När hon har skaffat sig en uppfattning om tidningens innehåll går hon tillbaks till intressanta artiklar. *Laila, 58*, intresserar sig för det mesta, särskilt lokala nyheter, kultur, politik, ledare och andra allmännyheter. Sporten läser hon aldrig. Varken radion eller TV:n bryr hon sig om innan hon åker till arbetet. Om hon reser kollektivt brukar hon läsa igenom Metro, vilket kan ge nya perspektiv på händelserna i Göteborgs-Posten, eller skildra helt andra nyheter. Vissa dagar kör hon bil till arbetsplatsen, dessa dagar brukar hon lyssna till P1. Arbetsdagen brukar vara hektisk och även om hon arbetar mycket framför datorn gör hon som regel inga privata ärenden under arbetstid. Ibland besöker hon nättidningar på lunchtimmen, vanligen Aftonbladet, Expressen, Dagens Industri eller Göteborgs-Posten. Nättidningar besöker hon framförallt när någon kollega berättar att något viktigt hänt, eller om hon vet att något skall ske, och att medierna kan förväntas rapportera om det. Vid arbetsdagens slut tar *Laila, 58*, med sig arbetsplatsens papperstidningsversion av Dagens Industri hem för läsning. Hennes läsning av Göteborgs-Posten fortsätter under kvällen. Hon ägnar tidningen ytterligare en halvtimme att verkligen läsa artiklarna hon inte hann med under morgonen extra noggrant. *Laila, 58*, ser alltid någon nyhetssändning under kvällen, vilken det blir anpassas till hennes hemkomst, mattider och annat och kan därför bli Aktuellt ena dagen, Rapport nästa och TV4 Nyheterna den tredje. *Laila, 58*, låter med andra ord inte mediernas sändningstid i alltför hög grad strukturera hennes vardag. *Laila, 58*, tittar också en del på samhälls-, djur- och kulturprogram samt filmer tillsammans med sin man, vilket sker framförallt på vardagar, på helger brukar de göra annat. *Laila, 58*, brukar också läsa den kvällstidning hennes man köper hem, och 3-4 gånger per vecka läser hon nättidningar från hemmet. *Laila, 58*, läser också en hel del böcker, men lyssnar lite till radio och cd. En gång i veckan kommer en lokal gratistidning som hon läser, och på somrarna läser hon Bohusläningen eftersom de har sommarstuga i de trakterna.

## Intervjupersoner från Bohuslän

### *Hanna, 23*

*Hanna, 23*, är studerande på högskolan och på sitt fjärde år. Hon kommer från ett arbetarhem och bor idag i en hyresrätt i centrala Uddevalla med sin sambo. *Hanna, 23*, börjar dagen med att sätta igång radion, det är de kommersiella kanalerna och musik i bakgrunden hon vill ha. Samtidigt läser hon Bohusläningen till frukost under ungefär en halvtimme, mestadels lokala nyheter, inrikes och utrikes. Hon brukar strunta i sport- och kulturnyheter. Sedan Metro etablerats lokalt det senaste året blir hon mer eller mindre påtvingad en tidning på väg till skolan, och ibland händer det att hon också skummar igenom den. Under dagen utför hon mycket arbete vid datorn, hon uppskattar att hon ägnar Internet omkring tre timmar, varav 30-60 minuter läggs på nättidningar. Det är företrädesvis kvällstidningarna på Internet hon besöker, för att läsa om mode och nöjesnyheter. Hennes Internet- och nättidningskonsumtion är aningen mindre på helgerna. Under kvällen tittar hon på TV, det är mestadels underhållningsprogram, men någon gång i veckan ser hon också TV4-nyheterna.

### *Jens, 27*

*Jens, 27*, kommer från ett arbetarhem i Göteborg och bor idag tillsammans med sin sambo i en hyresrätt i centrala Uddevalla. *Jens, 27*, är akademiker och för närvarande arbetslös. *Jens, 27*, hade tidigare en prenumeration på Göteborgs-Posten men har valt bort den nu eftersom hans inkomster är begränsade. Han och hans sambo har prioriterat att ha bredband i hemmet, och *Jens, 27*, läser nättidningar under kortare stunder flera gånger per dag. Han besöker vanligen Göteborgs-Posten och kvällstidningarna och eftersom de uppdateras frekvent gör han flera besök om ett par minuter per tillfälle. Han besöker sällan Bohusläningens nättidning, delvis eftersom han är mindre intresserad av det lokala med sin bakgrund från Göteborg, men också eftersom man måste betala. Däremot skummar *Jens, 27*, ibland Metro. Vidare lyssnar *Jens, 27*, mycket sällan till radio och för TV är det inte nyheter men primärt serier och filmer som *Jens, 27*, brukar ta del av.

### *Lisa, 30*

*Lisa, 30*, kommer från ett arbetarhem och lever idag som ensamstående med sina två barn i ett villaområde i Trollhättan och är mammaledig från sitt arbete som affärsbiträde. *Lisa, 30*, har inte någon morgontidningsprenumeration. Medierna brukar inte komma in i hennes vardagsmiljö förrän framåt eftermiddagen genom att hon lyssnar till musiken på de kommersiella radiokanalerna. När hon besöker sin mamma brukar hon emellertid skumma igenom lokaltidningen Tidningen Trollhättan (TT), hon är intresserad av det lokala, i synnerhet sporten. *Lisa, 30*, köper ibland kvällstidning, vanligen GT, men det är inte med någon särskild regelbundenhet utan snarare när det verkligen hänt något. Däremot är *Lisa, 30*, noga med att läsa all direktreklam, vilken hon betraktar som viktig information. *Lisa, 30*, använder Internet dagligen, mestadels för att chatta samt läsa och skriva e-post, inte särskilt ofta för att läsa nättidningar. *Lisa, 30*, använder TV:n mycket, uppskattningsvis fyra timmar per dag. Hon tittar mycket på doku-såpor, serier och filmer, tittandet är med andra ord underhållningsbetonat. *Lisa, 30*, har emellertid en djupt rotad nyhetsbevakningsrutin, och det är att se de lokala och nationella nyheterna på TV4 varje kväll innan hon skall sova. Det är just genom TV-nyheterna som *Lisa, 30*, håller sig uppdaterad om vad som sker i världen säger hon.

### ***Eva, 40***

*Eva, 40*, kommer från en arbetarfamilj och bor nuförtiden centralt i Uddevalla i en hyresrätt med sin sambo och sina två barn. *Eva, 40*, är högt utbildad och arbetar som chef inom ett informationsyrke. Hon börjar dagen med att skumma igenom Bohusläningen under tio till femton minuter till frukost, särskilt de lokala nyheterna. Hon ägnar sedan vanligen en än längre stund till att läsa igenom sport och nöjesnyheter på text-TV. Under arbetsdagens gång besöker hon vanligen nättidningar ett flertal gånger, vanligen Aftonbladet eller Expressen eftersom hon tycker att dessa håller mycket hög kvalitet på Internet. Ibland besöks även Göteborgs-Posten och Bohusläningen. Nättidningarna besöks även på kvällar och helger, fast i begränsad omfattning. På kvällarna brukar *Eva, 40*, titta på antingen Aktuellt eller Rapport, men vanligen också någon underhållande TV-serie. I övrigt läser *Eva, 40*, mycket böcker och hon lyssnar mycket på cd men inte radio.

### ***Anita, 41***

*Anita, 41*, växte upp i en arbetarfamilj och bor idag med sin sambo och två barn i en villa i Uddevalla. *Anita, 41*, är utbildad vårdare, kock och massörska, men arbetar idag som receptionist. *Anita, 41*, börjar dagen med att skumma igenom tidningen till frukost och läser mest om olyckor, brott och inrikesnyheter. De lokala nyheterna skummar hon mest rubriker eftersom hon resonerar att viktiga nyheter alltid kommer att nå henne om de är tillräckligt viktiga. *Anita, 41*, läser ibland på arbetsplatsen, men det är först på helger som hon ägnar tidningen betydligt mer tid. *Anita, 41*, läser dagligen kvällstidningar på Internet under arbetstid, i synnerhet aftonbladet.se. Hon läser då framförallt nöjesnyheter och en del allmännyheter, som hon tycker kan vara jobbiga eftersom de ofta är våldsrelaterade och kan handla om exempelvis övergrepp på barn. *Anita, 41*, har också för vana att kolla upp matrecept på nättidningarna. Av och till, åtminstone någon gång per vecka, besöker *Anita, 41*, timesonline.co.uk i syfte att förbättra sina engelska kunskaper. *Anita, 41*, använder sällan radio och hon ser knappt aldrig TV-nyheter. TV:n används istället ett par gånger i veckan för att titta på underhållande program om matlagning, serier, doku-såpor och film. *Anita, 41*, läser också mycket böcker och hyr DVD-filmer, i synnerhet på helger.

### ***Ing-Britt, 52***

*Ing-Britt, 52*, är uppvuxen i ett arbetarhem och bor idag i villa med sin man, tillsammans har de tre barn. *Ing-Britt, 52*, har en magisterexamen och arbetar idag inom utbildningsväsendet med såväl undervisning som administrativa uppgifter. *Ing-Britt, 52*, är mycket angelägen om att hålla sig ajour om vad som händer i världen, såväl internationellt, som i Sverige och lokalt. *Ing-Britt, 52*, läser Bohusläningen grundligt under de sex dagar den ges ut, och på söndagar kompletterar hon med Göteborgs-Posten. Tidningsläsningen tar ungefär en halvtimme på vardagar, längre på helger, och sker till frukost. *Ing-Britt, 52*, säger att hon intresserar sig för det mesta i tidningen, men läser inte sporten och nöjesnyheter. *Ing-Britt, 52*, brukar titta på såväl TV4's lokala nyheter som SVT riksenheter på morgonen. Vidare lyssnar hon även till pratprogram och nyheterna i P1, och sedan P3 i bilen på väg till och från arbetet. De kommersiella kanalerna har hon tröttnat på, framförallt p.g.a. all reklam. Under arbetsdagen är radion avstängd, men däremot besöker hon vanligen någon internationell nättidning, numera framförallt The Guardian. De svenska nättidningarna besöker hon sällan. När *Ing-Britt, 52*, kommer hem från arbetet på eftermiddagen eller kvällen brukar hon se antingen Aktuellt eller Rapport. Det är sällan hon tittar på andra program på vardagar, det sker framförallt på helger. Det är framförallt vid stora evenemang som

OS, VM eller en viktig damfotbollsmatch som hon vill titta. *Ing-Britt, 52*, köper sällan kvällstidningar själv, men när hennes man gör det tycker hon om att läsa en stund, hon tycker att det är kul läsning, men inte särskilt mycket information. *Ing-Britt, 52*, mediekonsumtion är framförallt informationsinriktad. Det kan emellertid tilläggas att hon gärna läser böcker, lyssnar på cd-skivor och även besöker biografen några gånger per år, vilket ger en underhållningsdimension.

# Referenser

- Christiansen Birgitte och Bergström Annika, *Tidningarnas symbol- och bruksvärde*, JMG, Göteborgs Universitet, 1997
- Elliot Maria, *Förtroendet för medierna*, Göteborgs Universitet, 1997
- Holmberg Sören & Weibull Lennart, *Förtroendebarmeter 2004*, Medieakademin, Göteborg, 2004
- Holmberg Sören & Weibull Lennart, "Rimligt förtroende?", i *Lyckan kommer, lyckan går*, SOM-rapport nr 36, Red. Sören Holmberg & Lennart Weibull, Göteborg, 2005
- Iyengar.S & Kinder D.R, *News that matters*, Chicago, 1987
- McCombs Maxwell, Shaw Donald L & Weaver David: *Communication and democracy: exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory* , Mahwah, N.J, 1997
- McCombs Maxwell, Shaw Donald L: *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*, 1977
- Nilsson Åsa, Weibull Lennart & Hill Annette, *Synen på icke-fiktionen i TV*, Arbetsrapport nr.33, JMG, Göteborgs Universitet, 2005
- Nordlund Jan-Erik, *Mediaumgänge – en explorativ studie*, Lund, 1976
- Nowak Kjell, Carlman Benny & Wärneryd Karl-Erik, *Masskommunikation och åsiktsförändringar*, Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (EFI), 1966
- Rosenberg Göran, *Vem kan man längre lita på?*, Journalisten, 2005-04-26
- Rothstein Bo, "Förtroende i det multikulturella samhället", i *Ju mer vi är tillsammans*, SOM-rapport nr 34, Red. Sören Holmberg & Lennart Weibull, Göteborg, 2004
- Strid Jan, "Läst och viktigt", i Annika Bergström, Ingela Wadbring & Lennart Weibull (Red), *Nypressat*, Göteborg, 2005
- Wadbring Ingela & Weibull Lennart, "Medieförtroende – en framgångsfaktor?", i *Lyckan kommer, lyckan går*, SOM-nr 36, Göteborg, 2005
- Weibull Lennart, "Förtroendet för dagspressen", i *Tryckt*, red. Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Göteborg, 2000
- Weibull, Lennart, *Förtroendet för medier 2003*, PM nr 52, JMG, Göteborgs Universitet, 2004
- Weibull Lennart, *Tidningsläsning i Sverige*, Publica, Stockholm, 1983
- Österman Torsten, *Förtroende*, Styrelsen för psykologiskt försvar, Meddelande 148, Stockholm, 1999
- Österman Torsten, *Förtroendet under vardag och kriser*, Styrelsen för psykologiskt försvar, Stockholm, 2004