

JMG

Den medialiserade myndigheten

En analys av svenska myndigheters anpassningar
till medielogiken

Magnus Fredriksson
Josef Pallas



GÖTEBORGS UNIVERSITET
JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION

Arbetsrapport nr 70

Den medialiserade myndigheten

En analys av svenska myndigheters anpassningar
till medielogiken

Magnus Fredriksson
Josef Pallas

ISSN 1101-4679
2014-10-21

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation
Göteborgs universitet
www.jmg.gu.se

FÖRORD

Den här rapporten är skriven inom ramen för ”Med löpsedeln som uppdrag”, ett forskningsprojekt som drivs av Magnus Fredriksson och Josef Pallas. Projektets övergripande syfte är analysera hur disparata villkor påverkar medel och mål med myndigheters kommunikation och hur idén om mediernas betydelse har kommit att bli en del av myndigheters förhållningssätt till sin omvärld. Tidigare har vi publicerat rapporten ”Med synlighet som ledstjärna - en analys av vilka principer som styr kommunikationsarbetet i nationella förvaltningsmyndigheter” som finns att ladda ner från <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-198940>

Den analys som presenteras här är den andra inom projektet och den ska fungera som en övergripande kartläggning av svenska myndigheters mediearbete. Rapporten finns att ladda ner från <http://www.jmg.gu.se/publicerat/arbetsrapporter/>

Vi vill passa på att tacka alla som på olika sätt har hjälpt oss med arbetet; informatörer, kommunikatörer, registratorer och andra vid alla de myndigheter vi har varit i kontakt med under arbetets gång. Ett särskilt tack till den myndighet som lät oss vara med och följa det löpande arbetet under tre månader. Och slutligen ett tack till Monika Unander som har hjälpt oss med språkgranskningen,

Göteborg och Uppsala, oktober 2014

Magnus Fredriksson
Göteborgs universitet
magnus.fredriksson@jmg.gu.se

Josef Pallas
Uppsala universitet
josef.pallas@fek.uu.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING	7
INLEDNING	9
MEDIALISERING.....	10
METOD	11
Delstudie ett – dokumentanalys	11
Delstudie två – deltagande observationer	13
MEDIALISERINGEN AV SVENSKA MYNDIGHETER.....	14
MEDIERNA I VARDAGEN.....	19
Produkter	20
Rutiner och praktiker	21
Professionella normer och värderingar.....	23
Organisering	24
SLUTSATSER.....	26
REFERENSER	29
FÖRTECKNING ÖVER MYNDIGHETER SOM INGÅR I STUDIEN.....	30

FIGUR OCH TABELLFÖRTECKNING

Figur 1: Operationaliseringar av Schulzs fyra dimensioner av medialisering	12
Tabell 1. Antal myndigheter som inkluderar åtta olika aspekter om medier i sina styrdokument för kommunikation (antal)	15
Figur2. Antal aspekter om medier som svenska myndigheter inkluderar i sina styrdokument för kommunikation (andel)	19

SAMMANFATTNING

I denna rapport visar vi hur svenska myndigheter på olika sätt anpassar sig till medierna genom att utveckla metoder, strategier och förhållningssätt som gör det möjligt för dem att aktivt påverka vilken betydelse medierna ska ha i deras verksamheter. Baserat på två delstudier – en innehållsanalys av myndigheternas styrdokument för mediekontakter, och en observations- och intervjustudie av en myndighets mediearbete – kan vi konstatera att det finns stora skillnader i omfattning och typ av anpassning som myndigheter gör till mediernas preferenser, värderingar, rutiner och arbets sätt. Samtidigt som en majoritet av myndigheterna gör en sådan anpassning, kan vi också se att många myndigheter väljer att bortse från medierna i sina styrdokument eller helt väljer att inte upprätta några styrdokument för sin kommunikationsverksamhet.

Våra studier visar också att när myndigheter tar till sig idén om att de ska anpassa sin verksamhet till mediernas normer, principer och arbetsrutiner så sker det genom en politisk process där olika delar av organisationen är involverad. Våra resultat pekar på att myndigheters *nyhetsprodukter* (rapporter, presentationer, mediematerial etc.), *praktiker* (mediekontakter, myndighetsutövning, planering, rådgivning etc.), *professioner* (hur olika yrkesgrupper förhåller sig till sina arbetsuppgifter särskilt i förhållande till medier) och *organisering* (myndigheters medieaktiviteter i relation till organisering av verksamheten i övrigt) påverkas olika beroende på förhandlingar och styrkeförhållanden mellan myndigheternas grupper av professionella. Så beroende på vilken fråga (t ex publicering av allmännyttiga forskningsresultat eller information till företag om nya regler kring en ny produktkategori); på vilken nivå frågan hanteras (t ex lokalt eller nationellt); och vilken spridning frågan kan tänkas få i medierna, så kommer olika intressen försöka påverka hur myndigheten ska agera i enskilda situationer.

Därmed kommer vi till slutsatsen att dels finns skillnader i hur olika myndigheter förhåller sig till medier, men också att en och samma myndighet hanterar kommunikations- och medierelaterade frågor på olika sätt beroende på vilken del av verksamheten vi tittar på.

INLEDNING

Om vi vill förstå förutsättningarna för offentlig verksamhet och myndigheters styrning och organisation kan vi inte bortse från medier. Deras betydelse bottnar dels i att de förväntas kommentera och analysera aktuella händelser, dels att de förväntas granska makthavare inom politik och förvaltning. För att det ska vara möjligt att utföra dessa uppdrag har medierna fått en särställning i grundlagen, som innehåller Offentlighetsprincipen och Tryckfrihetsförordningen som bland annat reglerar meddelarfriheten. Det finns även andra lagar som på olika sätt reglerar hur myndigheter ska bemöta journalister, till exempel Förvaltningslagen. På så vis fyller medier en central roll för medborgarna vilket ger dem en legitim rätt att kontrollera och ställa myndighetsrepresentanter till svars.

Men att medier har en juridisk särställning räcker inte som förklaring om vi vill förstå deras betydelse för myndigheters verksamheter. Mediernas inverkan på myndigheter sträcker sig längre än så. I forskningslitteraturen används begreppet *medialisering* för att beskriva mediernas ökande betydelse för hur vårt samhälle är ordnat och fungerar. I korthet är det en teori som går ut på att medierna har kommit att bli en självständig institution och fått en sådan position att organisationer och andra institutioner anpassar sig till hur medierna fungerar. På så vis har mediernas normer, principer och arbetsrutiner kommit att bli betydande för organisering och styrning av bland annat politiken, näringslivet, civilsamhället men också för myndigheter. Medialiseringsteorin tar inte ställning (och inte heller vi) till om mediernas ökade betydelse är positiv eller negativ, den ger inte heller vägledning om hur myndigheters mediearbete bör se ut. Vad den i första hand hjälper oss med är att skapa bättre förståelse för vad det är som styr relationerna mellan organisationer och medier.

Tidigare studier av svenska förhållanden har visat att flera sektorer kan sägas fungera på ett sätt som medialiseringsteorin antar (Grafström, Petrelius Karlberg, & Windell, 2013; Pallas & Fredriksson, 2013; Pallas & Strannegård, 2010) och det finns studier av myndigheter i andra länder som bekräftar dessa resultat (Schillemans, 2012; Thorbjørnsrud, Ihlen, & Ustad Figenschou, 2014). Tidigare forskning har dock sina brister. En sådan är att man ofta utgår ifrån ett antagande om att alla organisationer anpassar sig till medierna, att det sker på liknande sätt och att organisationer har små möjligheter att hitta egna förhållningssätt i sina möten med medier. I denna rapport vill vi visa att detta är en allt för enkel beskrivning och istället göra tydligt att myndigheter har kommit att utveckla metoder, strategier och förhållningssätt som gör det möjligt för dem att "förhandla" om hur stor betydelse medierna ska ha för deras verksamheter. Detta gör vi genom att besvara två huvudsakliga frågeställningar:

- I vilken utsträckning har svenska myndigheter anammat idén om att medierna och medielogiken är något man måste anpassa sig till?
- Hur går svenska myndigheter tillväga när de förhåller sig till medielogiken?

För att besvara dessa frågor har vi genomfört två delstudier dels en studie som omfattar en analys av alla förekommande dokument (policys, strategier, riktlinjer, etc.) som finns upprättade vid svenska nationella förvaltningsmyndigheter (se bilaga för fullständig förteckning) med beskrivningar av myndighetens principer för mediekontakter. Dels en studie som bygger på deltagande observationer vid en av dessa myndigheter. Under observationerna följde vi det dagliga arbetet vid myndigheten under tre månader. Vi intervjuade också 19 personer som arbetade vid myndigheten.

MEDIALISERING

Teorin om samhällets medialisering utgår ifrån att medierna har blivit den dominerande kommunikationskanalen mellan aktörer i olika samhällssfärer. Politik, ekonomi, forskning, religion är exempel på områden som har studerats och där man har funnit belägg för ett sådant påstående (Lundby, 2014). Vad man har kunnat peka på är att mediernas position som bärande kommunikationsform har inneburit att medierna - i allt större utsträckning - börjar uppträda självständigt utifrån sina egna spelregler. Detta har i sin tur lett till att andra samhällsaktörer såsom politiska partier, företag, myndigheter, sjukhus, universitet och skolor börjar anpassa sig till medierna för att försäkra sig om att medierna uppmärksammar - eller låter bli att uppmärksamma - deras sak eller organisation. Det vill säga: En förväntad mediebevakning blir en faktor som dessa organisationer tar hänsyn till vid t ex rekrytering, resursfördelning eller omstruktureringar. I förlängningen har detta inneburit att medierna har kommit att utvecklas till en fristående institution vars normer, principer, arbetsrutiner och föreställningar blir vägledande för hur andra aktörer agerar i olika sammanhang. Medierna blir helt enkelt självklara inslag i många organisationers verksamheter på samma sätt som globalisering, individualisering, marknadisering och andra liknande förändringar som är typiska för vår samtid (Couldry, 2014; Pallas, Jonsson, & Strannegård, 2014). Medialiseringen tar sig många olika uttryck men Winfried Schulz (2004) menar att den kan beskrivas utifrån fyra dimensioner; *förlängning, ersättning, sammansmältning och anpassning*.

Med mediernas hjälp kan organisationer *förlänga* sin kommunikation i tid och rum. Medier gör det möjligt att kommunicera med intressenter över i stort sett hela världen och de gör det möjligt att tillgängliggöra information var och när den än behövs eller efterfrågas. Det här är på många sätt mediernas mest logiska och traditionella betydelse. Ett exempel på detta är när myndigheter väljer att kommunicera med journalister som man sedan hoppas ska förmedla informationen vidare till allmänheten. Utsträckning innebär också att organisationer betraktar medier som ett mer effektivt sätt att kommunicera på, eftersom medier anses förstärka budskap och ha högre trovärdighet än den reklam myndigheten själv gör.

Ersättning innebär att medier får ersätta andra former av information och kommunikation. Ett exempel är när myndighetsföreträdare läser, lyssnar eller tittar på nyheter för att orientera sig om vad som händer i den politiska världen istället för att ta del av den information som kommer från departementen. Ett annat är när myndigheter använder sig av medieanalyser för att bevaka omvärlden. På samma sätt innebär ersättning att myndighetsföreträdare prioriterar att medverka i medier (för att på så vis förmedla sina ståndpunkter) istället för att medverka i formella möten med företrädare för olika intressen. Ersättning innebär helt enkelt att medieaktiviteter tränger undan andra typer av (kommunikations-) aktiviteter.

Medialiseringens tredje dimension är *sammansmältning* som pekar mot att aktiviteter riktade mot medier har kommit att bli en viktig del av andra typer av aktiviteter eller arbetsuppgifter. En myndighet som låter medier vara en del av projektplaneringen genom att införa krav på medieplan för alla större projekt gör medier till en självklar del av myndighetsutövande. Men sammansmältning kan också handla om att mediekontakter blir en uttalad del av alla anställdas arbetsuppgifter inte bara de som är ett särskilt ansvar.

Anpassning sker när andra aktiviteter i myndigheters organisation ändrar karaktär genom att de anpassas till medierna. Det kan röra sig om att myndigheter anställer personer som uteslutande

arbetar med mediefrågor, att myndigheters verksamheter organiseras på ett sätt som gör det möjligt att ha kontinuerlig beredskap för mediekontakter, att medieträning påverkar arbetsuppgifter hos personal som inte primärt arbetar med kommunikations- och/eller mediefrågor, eller att det fattas beslut som styrs av en önskan att myndigheter ska kunna kontrollera mötet mellan deras organisation, anställda och medier.

Sammantaget kan vi konstatera att medialiseringen kan ha betydande konsekvenser för hur organisationer bedriver sin verksamhet. Vi kan också konstatera att medialiseringen kommer till uttryck i form av normer, principer och föreställningar om vad, hur, när och varför en organisation ska anpassa sig till mediernas logik, men också genom en mängd olika typer av aktiviteter och praktiker som på ett eller annat sätt förhåller sig till dessa normer och föreställningar. Eller uttryckt annorlunda; medialiseringen är både en uppsättning idéer och en uppsättning aktiviteter som inte med nödvändighet behöver vara desamma.

METOD

För att besvara våra frågor har vi genomfört två undersökningar. Dels en dokumentanalys som omfattar samtliga nationella förvaltningsmyndigheter (Enligt SCB:s förteckning, se bilaga), dels en observations- och intervjustudie där vi har följt det dagliga arbetet på en av dessa myndigheter under en tremånadersperiod.

Delstudie ett – dokumentanalys

Den första delstudien syftar till att bestämma i vilken omfattning svenska myndigheter har anammat idén om att medierna och medielogiken är något man måste anpassa sig till. Den omfattar en innehållsanalys av policydokument, strategidokument och olika typer av handböcker och instruktioner på intranät osv. Anledningen till att vi valt att analysera dessa texter är att den typ av idéer som vill kartlägga kommer till uttryck i olika former av diskurser (Brown, Ainsworth, & Grant, 2012; Maguire & Hardy, 2009; Zilber, 2002). Diskurser uttrycker föreställningar om sådant som på olika sätt präglar organisationens verksamheter. Policydokument och skrivna instruktioner är därmed en (av flera) lämpliga källor om man vill fånga dessa föreställningar, utifrån att det är här en myndighet förväntas rättfärdiga sitt mediearbete inför anställda, politiker och andra intressenter. Det är även här som man ger instruktioner för hur personalen ska agera när de möter journalister och andra medierepresentanter. På så vis är dessa dokument en väg till kunskap om myndigheternas synsätt på varför, hur och när man ska kommunicera via medier (Brown et al., 2012; Hart, 1997).

I vår studie har vi därmed definierat omfattande och variationsrika beskrivningar av myndigheters mediearbete som ett uttryck för att dessa myndigheter i stor utsträckning har anammat idén om att medierna och medielogiken är något som organisationer inom den offentliga sektorn måste anpassa sig till. Och följdriktig har vi definierat en begränsad och/eller ensidig eller helt utebliven beskrivning av mediearbete som att dessa myndigheter i liten utsträckning har anammat idén om att medierna och medielogiken är något man måste anpassa sig till.

Inledningsvis kontaktade vi samtliga myndigheter med en begäran om att få ut alla dokument som på ett eller annat vis reglerar myndighetens kommunikationsarbete i allmänhet och mediearbete i synnerhet. Vi gav konkreta exempel på vilken typ av dokument vi sökte och efter förtydliganden och påstötningar kunde vi summera materialet till 533 dokument från 182 myndigheter. Dokumenten omfattade allt från 1 till 250 sidor. Till en början läste vi igenom alla dokument och tog bort alla som inte innehöll skrivningar om media. När detta var gjort återstod 284 dokument.

Första steget i kodningsarbetet var att vi slumpmässigt valde ut dokumenten från 20 organisationer. Därefter läste vi igenom dessa och antecknade alla beskrivningar om media i ett separat dokument. Alla påståenden, noteringar, instruktioner togs med. Därefter läste vi igenom det nya dokumentet och kategoriserade varje anteckning utifrån Schulz fyra dimensioner. Därefter jämförde vi våra tolkningar och diskuterade noggrant igenom dem, särskilt de där vi inledningsvis inte var överrens. I nästa steg skapade vi en uppsättning av generella påståenden/aspekter som kunde knytas till Schulz fyra dimensioner, två för varje dimension (figur 1).

Figur 1: Operationaliseringar av Schulz fyra dimensioner av medialisering.

Dimension	Aspekt
Förlängning	Media beskrivs som en kanal för kommunikation Medierna beskrivs som mer effektiva än andra former av kommunikation (till exempel reklam).
Ersättning	Medierna beskrivs som en målgrupp i sig själv (mediebild) Medierna beskrivs som en informationsskälla för myndigheten (medialanalys)
Samman- smältning	Medierna beskrivs som en del av anställdas arbetsuppgifter Medierna beskrivs som en del av myndighetens aktiviteter
Anpassning	Beskrivningar av hur myndighetens produkter och praktiker ska anpassas till medierna. Beskrivningar av strukturer och processer som anpassade till hur medierna arbetar.

Därefter kodades alla dokument med utgångspunkt i dessa aspekter. Om en och samma organisation hade fler än ett dokument slog vi samman dessa till en korpus då det är organisationen som är analysenhet i vår studie och inte dokumenten i sig. Varje aspekt markerades bara en gång. Det vill säga, vi har inte mätt vilken inbördes betydelse myndigheterna lägger vid respektive aspekt.

För att försäkra oss om att analysen vilar på tillförlitliga resultat utförde vi ett reliabilitetstest där vi använde oss av Krippendorffs alpha (Krippendorff, 2004). Testet mäter likvärdigheten mellan två olika kodningar av en och samma text. För att få ett underlag kodade vi om materialen från 18 myndigheter, det vill säga tio procent, och resultaten från andra tillfället jämfördes sedan med resultaten från det första. Analysen gav ett alpha på .79 vilket indikerar tillförlitliga resultat.

Delstudie två – deltagande observationer

Vår andra delstudie bygger på ett material som har samlats in genom deltagande observationer. Under tre månader, april-juni 2012, följde en av författarna det dagliga arbetet på en medelstor myndighet. I observationen ingick också Almedalsveckan, 2012 där samma författare följde seminarier, paneldebatter, föreläsningar och intervjuer där myndighetens anställda medverkade i sin roll som myndighetsrepresentant. I samband med observationerna gjordes också 19 intervjuer med personer som arbetade på och med myndigheten. Förutom personalen som arbetade direkt med kommunikation och media, intervjuade vi också ledningsrepresentanter, myndighetens experter, projektledare och övrig administrativ personal. I materialet ingick också intervjuer med externa kommunikationskonsulter som arbetat med myndigheten under den aktuella perioden.

Vi valde just denna myndighet därför att den tillhör en av de mer medialiserade myndigheterna (utifrån resultaten i den första delstudien) och vi kunde därför förvänta oss att medier var en självklar del i myndighetens verksamhet. Så genom att välja just denna myndighet kunde vi försäkra oss om att vi skulle kunna studera hur medialiseringen *de facto* kommer till uttryck i en myndighet.

Till detta kommer också att myndigheten är förhållandevis synlig i svenska medier. Under perioden 2010-2012 motsvarade bevakningen av myndigheten och dess aktiviteter en artikel varannan dag i antingen Aftonbladet, Dagens-Nyheter, Expressen eller Svenska Dagbladet. Ytterligare ett skäl var att myndigheten inte har råkat ut för några extraordinära (mediala) händelser under den senaste femårsperioden. Den kunde därmed betraktas som relativt ordinär.

Totalt arbetade åtta personer på myndighetens kommunikationsenhet. Räkna vi även med personer som vid sidan av sina ordinarie arbetsuppgifter hade ansvar för att vid behov hantera mediefrågor blir antalet mer än det dubbla. Kommunikationsenheten ansvarade för mediekontakter och andra typer av kommunikationsinsatser, man var också delaktig i myndighetens strategiarbete.

Observationerna var semistrukturerade vilket innebär att vi hade formulerade ett antal övergripande frågor innan vi påbörjade arbetet utan att för den sakens skull bestämma vilka händelser eller personer som skulle följas. Under observationerna sattes medierelaterade händelser i fokus. Till stor del utspelades dessa på kommunikationsenheten, men om en fråga gick vidare till en annan avdelning följde vi den dit. Det innebär också att vi var med när representanter för myndigheten blev intervjuade av journalister. På så vis omfattar observationerna ett flertal av myndighetens avdelningar, yrkegrupper och nivåer. Observationerna genomfördes tre dagar i veckan med ett rullande schema vilket innebär att alla veckodagar täcktes åtminstone fyra gånger under perioden som vi var där.

Intervjuerna genomfördes av samma forskare som gjorde observationerna och de var semistrukturerade med utgångspunkt i frågor som handlade om hur respondenterna förstod och förhöll sig till media och olika typer av medieaktiviteter. Under intervjuerna ställde vi också frågor om respondentens utbildningsbakgrund, arbetslivserfarenhet och ansvarsområden på myndigheten.

Som komplement till observationerna och intervjuerna har vi också gjort en mer detaljerad analys av myndighetens policys, strategier och instruktioner för kommunikation, samt samlat in och bearbetat pressmeddelanden och andra typer av mediematerial.

Analysen av materialen gjordes av båda författarna. Inledningsvis läste vi underlagen var och en för sig för att identifiera i vilka situationer – i dess vidaste bemärkelse – som medier aktualiserades, vilka personer som var involverade, vilka resonemang som fördes och vilka eventuella beslut som fattades. Med utgångspunkt i detta arbetade vi sedan gemensamt fram fyra temaområden som på olika sätt fångar hur medier involveras i myndighetens arbete. De fyra temana är *produkter, praktiker, professioner* och *organisering*. De beskrivs utförligt i resultatredovisningen nedan.

MEDIALISERINGEN AV SVENSKA MYNDIGHETER

Att medier anses vara en viktig komponent i myndigheters verksamheter torde knappast komma som en överraskning. I stort sett alla myndigheter som har någon typ av styrdokument för sitt kommunikationsarbete har inkluderat skrivningar om medier. Motiven för varför medierna är viktiga varierar, men tre förklaringar är vanligare än andra. En är att medierna fyller en viktig funktion när de förmedlar samhällsinformation och granskar offentliga verksamheter. Därför ska myndigheter vara tillgängliga och snabbt besvara frågor från journalister och/eller lämna ut begärda handlingar. I detta ger myndigheter många gånger medier och journalister en särskild position då medierna anses agera som ombud för allmänheten. Eller som Svenska ESF-rådet skriver i ”Svenska ESF-rådets kommunikationspolicy”:

Enligt offentlighetsprincipen har alla rätt till insyn i myndighetens verksamhet. Därför är det viktigt att journalister får de fakta de behöver för att klara sina uppgifter och att de möts med största möjliga öppenhet.

Genom att vara aktiv i kontakterna med massmedier når informationen snabbare ut och risken för missförstånd och felaktigheter minskar.

Precis som offentlighetsprincipen är yttrandefriheten och meddelarfriheten grundlagsskyddade rättigheter. Efterforskningar av anställdas kontakter med massmedia får inte förekomma. (s. 7)

Ett andra motiv är att medierna anses vara en viktig informationskälla för allmänheten och att de därmed kan göra att myndighetens information får god spridning utan allt för stora kostnader även om man därmed också förlorar kontrollen över sina budskap. Eller som Mälardalens högskola skriver i ”Handbok för mediekontakter”:

Varje kontakt med massmedia innebär en möjlighet att föra ut ett budskap och korrekta uppgifter, en möjlighet att kommunicera med människor. Ju oftare Mälardalens högskola förekommer i media, desto större är möjligheten att vi når våra målgrupper och allmänheten med det budskap vi vill förmedla. /.../

Tänk på att det är läsaren, lyssnaren eller tittaren som är din samtalspartner, din egentliga målgrupp – massmedia är en av kanalerna dit.” (sidnummer saknas)

Det tredje motivet – som delvis ligger i linje med det andra – är att många myndigheter är måna om att synas och att synas på rätt sätt. I vissa fall därför att det kan gynna den verksamhet som myndigheten bedriver, i andra fall så har en positiv bild kommit att bli ett mål i sig självt. Att en positiv bild av myndigheten är betydelsefull är bland annat utgångspunkt för Kriminalvårdens mediearbete som i ”Mediepolicy för Kriminalvården” skriver att:

Den externa bilden av Kriminalvården formas till stora delar genom medierna. Det är därför viktigt med ett aktivt förhållningssätt i mediefrågor. Varje tillfälle som en representant för

Kriminalvården har kontakt med en journalist är ett tillfälle att förmedla Kriminalvårdens budskap och ge en korrekt bild av Kriminalvården och det arbete som myndigheten bedriver (s. 1).

Att svenska myndigheter har anammat idén om att medierna och medielogiken är något man ska anpassa sig till kan alltså ses som ett resultat av både tvingande omständigheter (lagstiftning) men också normer och föreställningar. Vad vi också kan se är att medierna anses vara viktiga för kommunikationens och synlighetens skull, men här finns också flera exempel på myndigheter som tillskriver medierna så pass stor betydelse att andra aktörer hålls tillbaka. Medierna anses helt enkelt vara så pass viktiga att de förväntas vara en oundviklig del av anställdas arbetsuppgifter och aktiviteter som i grunden bygger på andra syften. Medierna har kommit att anses vara en grundförutsättning för myndigheternas möjligheter att hantera sina ansvarsområden. Resultaten i tabell 1 visar att många myndigheter också betraktar medier och medieorientering just utifrån detta anpassningsperspektiv.

Tabell 1. Antal myndigheter som inkluderar åtta olika aspekter om medier i sina styrdokument för kommunikation (antal)

Dimension	Aspekt	Antal myndigheter
Utsträckning	Media som kanal	156
	Media som förstärkare	13
Ersättning	Media som målgrupp	73
	Media som informationskälla	54
Sammansmältning	Media som del av arbetsuppgifter	125
	Media som del av aktiviteter	75
Anpassning	Produkter och praktiker	105
	Strukturer och organisering	121

Resultaten i tabell 1 påminner oss återigen om att medialiseringen tar sin utgångspunkt i att organisationer uppfattar medier som en prioriterad kommunikationskanal. Bland svenska myndigheter är detta en dominerande och återkommande uppfattning. Det är en inställning som kommer till uttryck på lite olika sätt, men som det är formulerat i ”Kommunikationspolicy för Sveriges lantbruksuniversitet” får ändå ses som relativt representativt:

Journalister är en viktig målgrupp och media en prioriterad kanal för att nå ut till allmänhet och olika målgrupper (sidnummer saknas)

En betydande andel av myndigheterna är också angelägna om att relationen till medierna är något som prioriteras av alla i organisationen - inte bara kommunikationsenheten. Det stora flertalet myndigheter har skrivningar i sina dokument som pekar på att alla anställda förväntas vara behjälpliga om de blir kontaktade av journalister. I vissa fall hänvisar myndigheterna till förvaltningslagen, i andra fall är uppmaningen förankrad i mer generella beskrivningar om myndigheters ansvarsområden och prioriteringar. Konjunkturinstitutet ger uttryck för båda i sin Kommunikationspolicy:

KI:s verksamhet omfattas av offentlighetsprincipen. Vårt förhållningssätt och vårt agerande ska präglas av öppenhet gentemot allmänhet och media. Vår hållning är att öppenhet och

insyn bidrar till att upprätthålla kvaliteten i vårt arbete. En förutsättning för denna öppenhet är ansvarskännande och förtroende mellan medarbetare.

Vi ska vara tillgängliga och tillmötesgående i kontakter med medier. Faktafrågor ska i första hand besvaras av sakkunnig handläggare. Frågor som gäller mer övergripande analyser och slutsatser, samt frågor där den tillfrågade känner sig osäker bör hänvisas till enhetschef, avdelningschef eller gd. Känsliga och kontroversiella frågor och övergripande frågor med stor nyhetspotential bör normalt besvaras av gd eller prognoschef. (s. 4)

Givet att det finns generella förväntningar på att anställda ska besvara frågor från journalister, har många myndigheter också upprättat rutiner och anpassat sina strukturer för att kunna tillgodose mediernas krav på service. Många dokument pekar på att journalister arbetar under tidspress och att det är något som myndigheter och deras tjänstemän måste ta hänsyn till i sitt arbete. Det är få saker som ska prioriteras högre om myndigheten har att hantera en fråga från en journalist. Men lika mycket som det är en fråga om service, är myndigheters mediearbete en fråga om kontroll. Det råder ingen tvekan om att många myndigheter upprättar sina medierutiner för att kunna upprätthålla kontrollen över vad som förmedlas av de anställda. I vissa fall handlar det om att anställda i efterhand ska rapportera sina kontakter med journalister till kommunikationsenheten, i andra fall handlar det om att man ska meddela kommunikationsenheten innan detta sker och i ytterligare fall har man skapat rutiner som centraliserar alla mediekontakter till en enskild ansvarig. Det senare är ett förhållningssätt som Statens konstråd ger uttryck för i sin "Presspolicy":

Pressansvariges uppgifter och ansvar

Statens konstråd har en pressansvarig, som är direkt underställd myndighetens direktör.

TALESMANNASKAP

Den som är pressansvarig på Statens konstråd svarar på inkommande frågor från massmedia och uttalar sig för myndigheten i allmänna frågor om verksamheten. Den pressansvarige koordinerar myndighetens samtliga kontakter med massmedia. Ingen kontakt med massmedia skall tas utan att den pressansvarige i förhand har informerats och godkänt detta.

PRODUKTION AV PRESSINFORMATION

Pressansvarig, i samråd med interna och externa parter, ansvarar för det operativa arbetet med att skapa informationsmaterial för media, att distribuera pressinformation, planera pressträffar och att bevaka publicitet som gäller Statens konstråd. (sidnummer saknas)

Utöver rutiner och strukturer är det också vanligt att myndigheter har instruktioner för hur anställda ska anpassa sitt material och hur de ska bemöta journalister. Det kanske absolut tydligaste exemplet är sättet att skriva på. Att ett pressmeddelande ska vara skrivet som en tidningsartikel är en självklarhet och likaså förekommer det exempel på myndigheter som pekar på betydelsen av att rapporter och andra material är skrivna på ett sätt som gör att de enkelt kan användas av journalister. Även här argumenteras det ofta att journalister arbetar under tidspress.

Bemötandet av journalister är delvis knutet till att man vill ge snabb och tillmötesgående service, men det handlar också om att skapa kontroll. Det finns en tydlig önskan från myndigheternas sida att vilja kontrollera vilken information som lämnar organisationen, men också hur den förmedlas. I vissa fall pekar dokumenten på att anställda som har ledande positioner - eller ofta har kontakter med journalister av andra skäl - kan/ska genomgå medieträning. I andra fall anges rekommendationer om hur myndighetsanställda ska agera under en intervju. Rekommendationer som kan innehålla allt från hur de som representerar sina

myndigheter ska besvara en fråga, till hur man ska vara klädd om man medverkar i TV (t ex inte bära stora smycken). Råden är på det hela taget desamma oberoende av organisation. Arbetsförmedlingen kan fungera som exempel när man i sin "Policy för kontakter med massmedier" sammanfattar sina råd:

ALLTID vid mediekontakter

- Tänk efter innan du svarar
- Be att få återkomma om du behöver fundera
- Håll dig inom ditt ansvarsområde
- Kan du inte svara – hänvisa till rätt person
- Tala kort och enkelt – håll dig till fakta
- Antag att allt är "on the record"
- Håll fast vid dina huvudbudskap

ALDRIG vid mediekontakter

- Ljuga, gissa eller ha egna teorier
- Bli upprörd eller arg
- Låta situationen eller journalisten stressa dig
- Använda fackspråk eller förkortningar
- Diskutera konfidentiell information
- Använda uttrycket "inga kommentarer"
- Tala om sådant som är utanför ditt yrkesområde
- Tala "off the record" (s. 14)

Att anställda förväntas besvara frågor från journalister och att detta ska prioriteras i relation till andra aktiviteter är en form av sammansmältning, det vill säga – ordinarie arbetsuppgifter knyts till arbetsuppgifter som är medieorienterade. En annan typ av sammansmältningen är när medierna blir en del av andra aktiviteter. Detta kommer till uttryck på olika sätt i dokumenten, men ett återkommande tema är att medierna lyfts fram som något man ska ta hänsyn till i projekt och liknande på ett mycket tidigt stadium. Vilket bland annat är fallet hos Energimarknadsinspektion som kärnfullt anger att "Information via massmedier ska finnas med tidigt i planeringen av inspektionens olika aktiviteter." (s. 5) i sin "Policy för massmediekontakter på Ei".

Ersättning innebär att medier får ersätta andra former av information och kommunikation. Det kommer till uttryck på olika sätt men i myndigheternas fall gäller det i första hand i kontakten med medborgare och andra intressenter. Medierna betraktas som en viktig informationskanal, vilket gör att många myndigheter betraktar medierna som en målgrupp i sig. Som en konsekvens prioriterar man därför ner andra typer av kommunikation. Men syftet med medieuppmärksamhet är också knutet till att många myndigheter betraktar mediebildens som avgörande för hur deras organisation uppfattas. En negativ mediebild anses vara av stor betydelse för omvärldens förtroende för myndigheten på samma sätt som en positiv mediebild kan stärka förtroendet. Detta kommer bland annat till uttryck i Fortifikationsverkets "Mediekontakter. Handbok":

Att leva utan mediekontakter går inte.

Inte om man har en verksamhet.

Vi har ett val – antingen tar vi tag i våra medierelationer och arbetar för att vis vilka vi är eller låter vi andra skapa bilden av oss. Det senare kan resultera i att man får en helt skev bild av organisationen vilket i sin tur påverkar verksamheten på olika sätt.

Det finns flera anledningar till varför vi ska synas och höras i media. Fortifikationsverket har genom åren varit ganska anonymt för de flesta. För att ge en rättvisande bild av vår verksamhet till beslutsfattare, kunder och andra som berörs av vår verksamhet är det viktigt att faktiskt synas. (s. 3)

Den andra formen av ersättning – att medierna kan fungera som informationskälla – är inte lika vanligt förekommande, åtminstone inte när myndigheterna ger instruktioner till sina medarbetare. I de fall det förekommer är det sällan som en uppmaning till de anställda utan snarare som information om att det är något man gör på myndigheten. Som exempelvis Forum för levande historia som i sin Presspolicy skriver att:

En annan intern informationskanal är de återkommande personalmötena varannan vecka där pressekreteraren lyfter fram aktuella artiklar och frågor, sammanfattar kort myndighetens bild i media den senaste tiden och analyserar det allmänna debattläget. (sidnummer saknas)

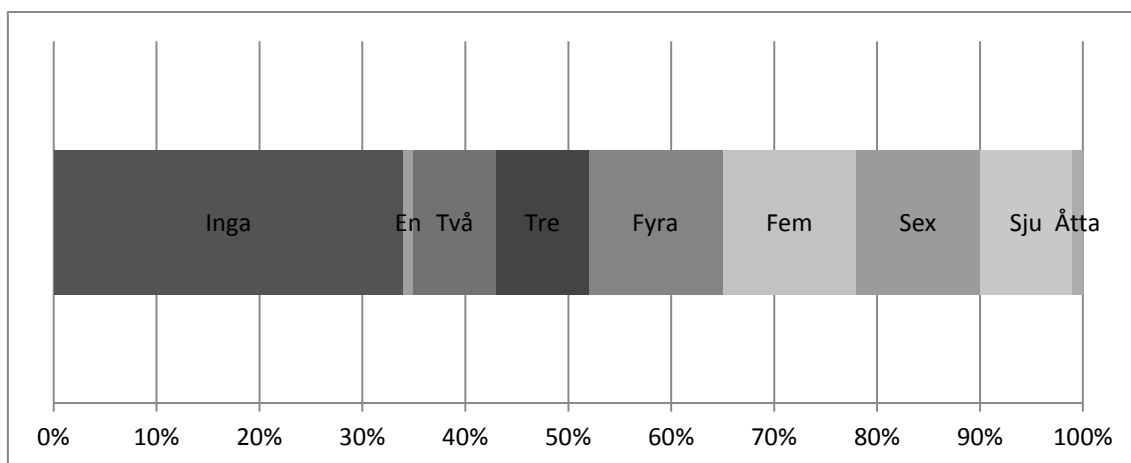
Föreställningen om att (nyhets)medier skulle ha andra egenskaper än andra former av kommunikation är en idé som dyker upp i olika sammanhang men mer sällan i myndigheternas dokument. Den förekommer men det är få myndigheter som explicit lyfter fram detta som ett skäl till varför medier ska prioriteras. Ett av undantagen är Tillväxtverket som i ”Så här gör vi på tillväxtverket – för enhetlig och effektiv kommunikation” skriver att:

Annonsutrymme i form av redaktionell text köper vi inte av främst två anledningar. Dels är innehållet inte trovärdigt. Dels har vi inga svårigheter att komma ut i "äkta" redaktionellt utrymme när vi verkligen vill det och det är viktigt. Att vara med på redaktionell plats är hundra gånger mer värt än att synas på köpt annonsplats. (s. 5)

Sammantaget kan vi konstatera att svenska myndigheter som kollektivt har anammat idén om att medierna och medielogiken är något myndigheter måste anpassa sig till. På olika sätt och i varierad utsträckning ger myndigheter instruktioner som innebär en anpassning till medier. De kan därmed betraktas som mer eller mindre medialiserade. Var och en av de åtta faktorerna – även om det finns variationer i hur ofta – är återkommande i dokumenten. Det är tydligt att medier anses vara en viktig aspekt av myndigheters kommunikationsaktiviteter. Medierna beskrivs många gånger som en förlängning som gör det möjligt för myndigheterna att med enkla medel kommunicera med sina intressenter och målgrupper. På samma sätt beskrivs medierna relativt ofta som en form av ersättning för andra typer av aktiviteter. Resultaten pekar också på att medierna har stor betydelse även för andra typer av aktiviteter som rekrytering, marknadsföring och ledarskap, de kan alltså betraktas som sammansmälta med andra verksamheter.

Resultaten ovan pekar på en generell medialisering av den svenska myndighetssfären utifrån att samtliga aspekter är vanligt förekommande när myndigheterna beskriver sitt mediearbete. Vad som däremot inte framgår är om detta kan sägas gälla alla myndigheter eller om det finns variationer. Uttryckt annorlunda; är alla myndigheter i lika stor utsträckning medialiserade eller finns det skillnader mellan olika myndigheter? Resultaten i figur 2 besvarar den frågan.

Figur2. Antal aspekter om medier som svenska myndigheter inkluderar i sina styrdokument för kommunikation (andel)



Kommentar: Resultaten baseras på ett additivt index där antalet aspekter om medier som varje myndighet inkluderar i sina styrdokument har summeras. Skalan löper från 0 (myndigheten saknar dokument eller har inga skrivningar om medier i sina dokument) till 8 (myndigheten inkluderar alla åtta aspekter om medier i sina styrdokument, jmf. figur 1).

Resultaten som presenteras i figuren gör tydligt att mer än var sjätte myndighet har anammat idén om att medierna och medielogiken är något man måste anpassa sig till. Detta säger två saker; dels att svenska myndigheter är angelägna om att kontrollera – eller åtminstone försöka kontrollera – hur deras organisationer kommunicerar med medier. Dels att dessa ambitioner sträcker sig långt utanför ramarna för ett mer traditionellt kommunikationsarbete. För även om det är få myndigheter som inkluderar alla aspekter i sina dokument är det inte ovanligt att man närmar sig sex eller sju – en majoritet har inkluderat mer än fyra. Detta ger oss en relativt tudelad bild av svenska myndigheters mediearbete. Å ena sidan har vi myndigheter som på det hela taget tycks bortse från medierna. Å andra sidan har vi myndigheter som har ett mycket tydligt och uttalat fokus på medier. I det senare fallet växer också en bild fram av att många myndigheter präglas av idén att medierna är något mer än en kommunikationskanal. Syftet med att formulera regler och instruktioner, försöka styra processer och ange ansvar kan svårigen förstås på annat sätt än att man från myndigheters sida, på olika sätt, försöker anpassa sin verksamhet utifrån och i relation till de villkor som skapas av mediernas normer, principer och arbetsrutiner.

MEDIERNA I VARDAGEN

Dokumenterna som ligger till grund för resultaten ovan uttrycker vilka föreställningar som präglar myndigheternas förhållningssätt till medier. Men de ger bara en begränsad insyn i hur mediearbetet i praktiken har kommit att påverka myndigheters verksamheter. De analyserade dokumenterna bör alltså ses som uttryck för medvetna (och omedvetna) ideal och principer. Vidare fokuserar dokumenterna i huvudsak på kommunikationsaktiviteter och bortser därmed från andra faktorer som på olika sätt inverkar på den löpande verksamheten. Det vill säga, det är sällan som idealen kring mediearbetet ställs mot andra delar av verksamheten i dokumenterna. För

att komma förbi dessa två tillkortakommanden behöver vi komma betydligt närmare det dagliga arbetet. Detta har vi gjort genom att genomföra observationer på en av myndigheter som ingick i vårt material och som i sina styrdokument uppvisade en relativt representativ inställning till medierna. Den täcker sex aspekter i sina styrdokument.

Nedan presenterar vi resultaten av dessa observationer och vi gör det utifrån fyra teman: *produkter* (det som myndigheten producerar i termer av rapporter, presentationer, mediematerial etc.), *praktiker* (det som anställda gör när de utför sina arbetsuppgifter till exempel myndighetsutövning, planering, rådgivning etc.), *professioner* (hur olika yrkesgrupper förhåller sig till sina arbetsuppgifter särskilt i förhållande till medier) och *organisering* (hur verksamheten vid myndigheten organiseras och hur detta eventuellt påverkas av myndighetens medieaktiviteter).

Produkter

Myndighetens kommunikationsenhet arbetade fortlöpande med att producera och sprida material. Inte bara som ett sätt att informera allmänheten och andra intressenter om sina aktiviteter och ansvarsområden. Utan också som ett sätt att skapa ett flöde av berättelser som passar och stödjer, det pågående arbete på myndigheten. Webnotiser (för att saluföra kommande händelser, rapporter, presentationer och varningar), pressmeddelanden, sammanställningar, broschyrer, uppställningar med "Frågor och svar", talmanus, utskrifter av tal etc., var alla utformade enligt gemensamma principer. Dels utifrån att de skulle fungera som en tillförlitlig källa för information, dels att de skulle vara medievänliga för att på så vis kunna bidra till att skapa en positiv bild av myndigheten och dess aktiviteter. I stort sett allt material – inklusive talmanus för generaldirektörens anföranden och underlag till intervjuer med myndighetens experter - passerade kommunikationsenheten innan det gick vidare. Allt för att säkerställa att materialet passade in i myndighetens tänkta ramverk.

Avdelningen inte bara "kontrollerade" innehållet i materialet. Lika stor energi och fokus låg på att stämma av utformning, format, dramaturgi, timing och andra faktorer som ansågs vara avgörande för att hur materialet skulle uppmärksammas i - och tas emot av - medierna. Eller som en av myndighetens pressekreterare uttryckte det

Vårt ansvar är förstas att [genomgående] förse media med information som är korrekt, relevant och trovärdig. Men det finns ingen motsättning mellan att göra allt detta, och sätta information i ett format och stil som är attraktiv för medierna.

En diskussion mellan kommunikationsdirektören och en av myndighetens kommunikatörer som ansvarade för myndighetens pressbevakning visar på liknande överväganden och hänsynstaganden. Diskussionen rörde en artikel i en av Sveriges större dagstidningar. Artikeln pekade på negativa konsekvenser av en nyligen införd lagstiftning som i sin tur vilade på ett EU-direktiv. Eftersom myndigheten är ansvarig för att kontrollera att lagen följs - och dessutom var involverad i förarbetet till lagen - innebar artikeln också en indirekt kritik mot själva myndigheten. Samtalet mellan de båda handlade om artikelns innehåll men också vad som skulle göras för att få rätt vinkel och rätt ton på de texter och intervjuer som förväntades komma i artikelns kölvatten:

Vi måste se till att vi [till intervjuerna] har människor som kan leverera 'one-liners' och förklara detaljerna i reglerna för lekmän – klart och tydligt!

Medieträning och genomgångar med experter och tjänstemän i ledande positioner var en annan typ av situationer där det blev tydligt hur självklart det var att myndigheten skulle presenteras och kommuniceras utifrån vad som kallades för ett "mediespråk". Om en expert på myndigheten skulle göra en intervju eller ett publikt framträdande fick hen genomgå en autentisk och omfattande övning (i vissa fall kunde denna vara i ett par timmar) där myndighetens kommunikatörer agerade journalister. Följande exempel är utdrag från en sådan genomgång där en av myndighetens experter (tillika talesperson) förbereddes för en TV-intervju

Myndighetens presschef (MP): Bra svar, verkligen! Men se till att du inte hamnar i onödiga detaljer. Håll det kort och använd svaren från Q&A-listan [som lades fram av MP före övningen].

Myndighetens talesperson (TP): Ja, det ska jag.

MP: Alla de andra talespersoner måste stänga av sina telefoner när rapporten blir släppt så du är den enda som ger myndighetens formella syn på detta.

TP: Ok, ska jag hänvisa till de bilder som visar PRODUKTERNA?

PO: Nej, vi länkar till dem i pressmeddelandet så att de presenteras i rätt sammanhang. Men du kan göra vårt case starkare genom att hänvisa till de andra myndigheter som är med i rapporten. De har samma Q&A-lista så det blir inga problem om deras talespersoner också pratar med pressen.

En anpassning till mediespråket, format, dramaturgi och produktionscykler var dock inte det enda som präglade myndigheters nyhetsmaterial. Det var också tydligt att myndighetens huvuduppdrag hade stort inflytande över innehåll och utformning, särskilt sådant som skulle tryckas. I rapporter och andra dokument använde myndigheten ofta ett formellt språk som kan beskrivas som faktadrivet snarare än enbart nyhetsdrivet.

Låt oss ta exempel från myndighetens arbete med sociala medier. Under den perioden som vi var plats publicerade myndigheten 10 uppdateringar på sina Facebooksidor, 48 uppdateringar på sina Twitterkonton, tio inlägg på sin blogg, tre klipp på Youtube, 42 pressmeddelanden, två debattartiklar och fyra längre kommentarer som publicerades av andra myndigheter eller organisationer. Syftet med detta material var delvis att presentera fakta om enskilda produkter (pressmeddelanden och rapporter), eller peka på begränsningar i lagstiftning och politiska förslag (debattartiklar). De förra ingick i en ambition att "konsekvent och kontinuerligt förse myndighetens huvudsakliga kunder [medborgarna] med relevant information" enligt pressekreteraren. Detta material skiljde sig markant från debattartiklarna som i betydligt större utsträckning spelade på känslor och dramatik snarare än fakta.

Rutiner och praktiker

I princip varje morgon hade kommunikationsenheten sitt morgonmöte kl 08.30 under ledning av kommunikationsdirektören. Där presenterades vad som hade hänt på myndigheten samt det senaste dygnets mediebevakning av myndigheten och dess ansvarsområden. Som underlag användes en sammanställning som pressekreteraren var ansvarig för. Varje större artikel, nyhetsinslag, bloggpost eller Facebook-kommentar lyftes fram och diskuterades utifrån myndighetens pågående eller planerade arbete och ansvar. Därefter gjordes en bedömning om det fanns behov av bemötande från myndigheten. Med detta som utgångspunkt uppdaterade kommunikationsdirektören avdelningens prioriteringslista för dagen. Listan innehöll – förutom

bemötanden och frågor som var direkt knutna till kommunikationsarbetet – också händelser och beslut ute i organisationen där enheten ansåg att det fanns behov av ett ”kommunikativt stöd”. Vad detta innebar kunde variera, men vanligen förväntades enheten att ta fram underlag i form av pressmeddelanden, bildmaterial, riktlinjer inför intervjuer till myndighetens experter och riskbedömningar kring hur olika frågor skulle kunna komma att hanteras av medierna och andra aktörer. Det var kommunikationsdirektören som ytterst var ansvarig för prioriteringen men hen arbetade utifrån väletablerade principer. Eller som hen uttryckte det själv:

Naturligtvis, det som är brådskande behöver hanteras först. Men vi följer ett antal principer som styr vårt kommunikationsarbete - och det gäller medieaktiviteter i synnerhet. Och synlighet till varje pris är inte allt. Det är sammanhanget där vi verkar som avgör. Vi prioriterar att sprida kunskap och skapa debatt kring de viktigaste frågorna. Så även om den dagliga mediebevakningen sätter agendan för det dagliga arbetet, så vi är angelägna om att vara måna om det som är viktigast för våra kunder, det vill säga skattebetalarna.

Till varje punkt på morgonlistan dedikerades personer och resurser. Det senare räknat i antalet arbetstimmar men vid behov tog man också upp resor, produktionskostnader och köp av annonsutrymme etc. Under denna prioriteringsprocess var det många olika intressen i form av projektledare, kommunikatörer, internet/intranätansvariga, pressekreterare, upplysningstjänstansvariga och andra som på olika sätt försökte påverka prioriteringslista utifrån de uppdrag de hade. Pressekreterarna - till exempel - pekade ofta på behovet av snabbhet, timing och vinkling. Myndighetens talespersoner (som ofta var experter på något av myndighetens ansvarsområden) å andra sidan lyfta ofta fram vikten av bättre faktaåtergivning och neutralitet. Denna typ av konflikt kom till uttryck i en diskussion mellan en pressekreterare (PS) och kommunikationsdirektören (KD)

PS: vi måste hitta en twist i texten [en artikel publicerad in en större dagstidning om kvalitetsproblem med en konsumentprodukt] som vi kan ifrågasätta. Så vi behöver mer material som stödjer vår uppfattning [om problematiken kring denna och liknande produkter].

KD: För det första måste vi komma med en idé om hur vi kan ta oss an artikeln. Och konsumenternas perspektiv måste tas i.

PS: Det finns många [experter på myndigheten] som också vill att deras intressen är representerade. Så det här kommer att vara en långsam process.

KD: Vi måste vara försiktiga med hur vi argumenterar. Och vi behöver fakta!

I diskussionerna som följde presenterades ett stort antal olika aspekter som personer på kommunikationsenheten ansåg var nödvändiga att ta hänsyn till för att få till ett bra svar på artikeln. En bra subjektiv vinkel ansågs nödvändig framförallt av kommunikatörer samtidigt som projektledarna (med ansvar för specifika ämnesområden snarare än generell kommunikation) ansåg att det var viktigt att produkterna diskuteras oberoende av medierna. Många var starkt kritiska till de rutiner som ledde till att informations- och kommunikationsmaterialet förenklades och menade att myndigheten inte kunde ge upp sin trovärdighet för att kunna anpassa sig till medierna. Vetenskapliga resultat kan inte – menade man – reduceras till anekdoter.

Vid andra tillfällen fick kommunikationsenheten hantera kommentarer från andra aktörer (både interna och externa) eller formulera uttalanden tillsammans med andra myndigheter. I de fall där myndigheten behövde ta politisk hänsyn i en fråga fick generaldirektören kliva fram och sätta prägel på det som skulle kommuniceras.

Med andra ord, mycket av det praktiska arbetet som skedde på kommunikationsenheten handlade om att stöpa om texter, bilder och annat presentationsmaterial – inklusive pressmeddelanden, rapporter, uttalanden etc. – till något som kunde betraktas som önskvärt och passande. I de flesta fall var detta arbete anpassat till rådande nyhetsproduktionsstrukturer och nyhetspraktiker. Det var också uppenbart att en sådan anpassning ledde till konflikter som baserades just på hur metoder, rutiner, verktyg och förståelse för medier som särskilda grupper (t.ex. pressekreterare, kommunikationsstrateger och experter) tillämpade i sitt arbete, och hur detta kom att påverka övriga delar av myndighetens verksamhet. Diskussionerna gällde inte bara vilken aspekt av en fråga eller ämne som skulle kommuniceras. Det fanns också olika synpunkter kring hur nyhetsinformation som myndigheten arbetade med skulle valideras (t.ex. mediedatabaser, online-sökmotorer, vetenskapliga rapporter, externa experter), när en sådan information skulle släppas (skulle myndigheten t ex följa medierytmen, skulle kommunikationen samordnas med andra myndigheter, eller skulle myndigheten invänta lämpligt politiskt tillfälle) och vilka plattformar eller kanaler som skulle användas för spridning av nyhetsmaterialet (t.ex. fackpress, sociala medier, stora dagstidningar, hemsidan).

Professionella normer och värderingar

Exemplen ovan visar att mediearbetet vid myndigheten formades av ett flertal olika yrkesgrupper. På kommunikationsenheten arbetade personer som tidigare varit journalister, personer med tidigare erfarenheter som tjänstemän och i viss utsträckning också personer som hade expertkunskaper inom myndighetens olika ansvarsområden. Till det kom också personer som i huvudsak arbetat som kommunikatörer eller PR-konsulter. Om vi till detta lägger myndighetens talespersoner, högre chefer och själva generaldirektören så blir listan över yrkesgrupper som på ett eller annat sätt var direkt involverade i kommunikationsarbetet förhållandevis lång. Detta blev också tydligt i olika sammanhang där kommunikations- och mediefrågor utgjorde en del i myndighetens övriga aktiviteter. Kommunikationsdirektören kommenterade mångfalden av professioner så här:

Efter att ha arbetat på MYNDIGHET och MYNDIGHET som strateg har jag lärt mig att man måste arbeta med kommunikation mer holistiskt - varje del av organisationen måste förstå att man är en del av en större enhet. Och det gäller speciellt om man jobbar med media. Vi försöker att utbilda [i kommunikation och mediehantering] och stärka de olika avdelningarna på myndigheten [via talespersonssystemet], men vi måste fortfarande samordna medieaktiviteter centralt.

Samtidigt blev denna helhetssyn ofta ifrågasatt. Ett exempel var möten där man diskuterade information till en av myndighetens delmålgrupper för att påverka dessa gruppers beteende i relation till specifika typer av produkter. Projektledare argumenterade huvudsakligen för att myndigheten skulle prioritera målgruppernas behov. Ett ställningstagande som stod i konflikt med kommunikationsdirektörens strävan efter att koordinera myndighetens kommunikation. Det senare var en ambition som kommunikationsdirektören hade utifrån ett antagande om att det skulle generera bättre mediebevakning för myndigheten och dess verksamhet. En diskussion mellan kommunikationsdirektören (KD) och en av projektledarna (PL) kring behovet av samordning och koordinering visar på hur diskussionerna kunde ta sig ut:

KD: Detta [en idé om hur myndigheten ska kommunicera inom ramen för ett pågående projekt] måste samordnas internt och med andra myndigheter.

PL: Men vi måste vara tydliga med detta. Jag [som specialist] bryr mig mest om dem [skattebetalare].

KD: Och det är bra. Men vi måste tänka på hur de andra [talespersoner] kan prata om detta med pressen. Och vi måste prata med branschen för att säkerställa en dialog.

PL: Jag kan inte kompromissa om detta. De [skattebetalare] är våra uppdragsgivare. Det är de som är viktiga!

Yrkestillhörighet påverkade inte bara hur personalen inom myndigheten såg på kommunikationens innehåll och mottagare. Vilken profession man tillhörde hade också stor betydelse för hur man tenderade att se på medierna och deras roll. För såväl general- som kommunikationsdirektören var ett strategiskt förhållningssätt till medierna avgörande för att myndigheten skulle kunna få stöd från andra aktörer, inklusive företag, andra myndigheter och departementet. Kommunikatörer betraktade medierna som en kanal som kunde användas för att sprida information till berörda målgrupper vid behov, samtidigt som myndighetens pressekreterare – med bakgrund i journalistik och PR-industrin – ofta utgick ifrån att medierna var arena för att skapa synlighet och uppmärksamhet för organisationen. Det sistnämnda perspektivet blev också ett dominerande förhållningssätt då journalister ofta definierades som kommunikationsenhetens (och myndighetens) huvudsakliga målgrupp. Inte sällan kunde vi höra kommentarer i stil med "hur skulle en journalist tänka i en sådan här situation?"

Gemensamt för personalen på kommunikationsenheten var att de betraktade – visserligen på olika sätt och av olika anledningar - medierna som avgörande för myndighetens verksamhet. Denna uppfattning stod dock i skarp kontrast till hur övriga delar av myndigheten - bland annat myndighetens talespersoner – såg på medierna. Dessa talespersoner var ofta experter inom sitt område och de förhöll sig till medierna som något som kunde äventyra myndighetens möjlighet till saklig och objektiv kommunikation. I regel förnekade inte talespersonerna mediernas betydelse som informationsförmedlare, men överlag var man skeptisk till mediernas tendenser till att förenkla och förvanska viktig information. Eller som en av myndighetens talespersoner uttryckte det:

Förstå mig rätt, jag gillar att jobba med media. Men du måste vara mycket försiktig med vad du säger. De [journalister] misstolkar dig eftersom de letar efter en historia att berätta. Utmaningen ligger i att säga vad du vill säga på ett sådant sätt, att när det kommer ut "på den andra sidan" så finns det viktigaste och det mest relevanta kvar.

Talespersonerna var också generellt sett tveksamma och kritiska till journalistikens ideal och myndighetens mediearbete. De var ovilliga till att kompromissa med sin professionella integritet och menade att förenklingar och populariseringar betydligt försämrade kvalitén på myndighetens information.

Organisering

Arbetet vid myndighetens kommunikationsenhet bedrevs till stor del i projektform, med utgångspunkt i myndighetens ansvarsområden. Pressekreterare, kommunikatörer, projektledare, webb- och intranätansvariga och kommunikationsdirektören koordinerade sitt arbete så att de kunde delta i flera parallella projekt. Samtidigt var man angelägen om att det skulle finnas beredskap för oförutsedda utmaningar eller uppgifter. Prioriteringslistan som sattes upp under morgonmötet kunde ändras under dagen om det uppstod akuta behov. Projekten följde ofta en förbestämd arbetsordning som bland annat tog hänsyn till vilket kommunikationsmaterial som

skulle tas fram. Denna ordning fanns inte nerskriven den satt i "ryggmärgen", vilket förstärktes av att stora delar av kommunikationsarbetet utfördes mer eller mindre rutinmässigt. En av medarbetare på kommunikationsenheten beskriver det på följande sätt:

Alla vet ganska väl vad de ska göra efter att vi vid morgonmötet bestämt vad som ska prioriteras. KOMMUNIKATIONS-DIREKTÖREN lägger ut ansvaret för de olika texter eller projekt och sedan går alla på auto-pilot. Visst, vi pratar mycket om våra olika perspektiv eller hur vi vill vinkla specifika frågor, men när det kommer till kritan så gör vi alla vårt jobb.

Att myndighetens mediearbete i stor utsträckning påverkades av mediernas rytm och arbetsrutiner blev också tydligt i organiseringen av kommunikationsenheten. Arbetsuppgifter, resursfördelning, system och teknik för produktion, publicering och spridning av nyhetsmaterial var strukturerade och organiserade på ett sätt som påminde om arbetet vid en nyhetsredaktion. Detta förstärktes genom att kommunikationsdirektören var noga med att vid nya rekryteringar försäkra sig om att olika journaliskompetenser skulle finnas representerade vid avdelningen. Att skriva, göra research, genomföra intervjuer, hantera mjukvara och verktyg för redigering av texter var exempel på sådant som ansågs vara nödvändiga bitar i avdelningens kompetensprofil. Många gånger var det dessutom kompetenser som användes i samarbeten med intresseorganisationer och andra myndigheter. Vid sådana tillfällen kunde de samverkande myndigheterna utnyttja varandras kunskaper och färdigheter i gemensamma medieaktiviteter, t ex vid publicering av rapporter eller pressmeddelanden som sträckte sig över flera myndigheters ansvarsområden. Kommunikationsenheten var också knuten till nyhetsbevaknings- och distributionssystem (t ex TT), databaser och andra typer av nyhetstjänster som bidrog till att myndighetens mediaarbete följde ett relativt strukturerat och standardiserat upplägg. Sammantaget innebar detta att myndigheten utgjorde en del av ett produktionssystem som knöt ihop ett större antal nyhetsproducerande aktörer. Eller som det beskrevs av en av myndighetens pressekreterare:

Vinkeln på en berättelse kan ändras beroende på hur nyheten utvecklas under dagen. Det händer att man måste tänka om vad man ville göra och börja om. Och du måste verkligen hålla reda på vad som är "i luften" - så att du kan planera när du släpper det egna materialet.

Myndighetens mediearbete organiserades och synkroniserades också utifrån andra typer av samarbeten. I vissa fall var det medieaktiviteter man själv tog initiativ till, i andra fall blev myndigheten tillfrågad eller ålagd ett kommunikationsansvar av departementet. I de flesta fall innebar det att myndigheten tvingades till att modifiera sina egna rutiner och processer för att anpassa sig till – eller helt underkasta sig – andras rutiner. En del samarbeten med andra myndigheter, företag eller regionala och lokala myndigheter förutsatte vissa anpassningar som frångick det egna mediearbetet. Det kunde bland annat handla om att myndigheten gav en av sina projektledare i uppdrag att samordna medieutspel med andra myndigheter men att varje aktör i övrigt stod för sina respektive delar av materialet. I en sådan situation var det t ex svårt att samordna när och hur nyhetsmaterialet gjordes tillgänglig och till vem. I samarbetet med regeringen fick myndigheten underordna sig departementets rutiner och processer för mediehantering. Generaldirektören sammanfattade sin syn på hur medieaktiviteter sköttes i relation till det ansvariga departementet:

Medier är viktiga för vår möjlighet att sätta agendan även mot departementen. Får vi positiv publicitet så är det enklare att argumentera för t ex särskilda satsningar. Men när jag gör ett utspel med ANSVARIG MINISTER så är det deras [departementets och regeringkansliets] regler som gäller.

Ett annat konkret exempel på det sistnämnda var myndighetens framträdande i Almedalen. Här fick myndigheten anpassa sig – både innehållsmässigt och organisatoriskt – till ett nylanserat projekt som presenterades av departementet och dess företrädare. Så när ett gemensamt seminarium skulle genomföras fick myndigheten – i likhet med andra aktörer kopplade till projektet – tona ned sina egna (mediala) prioriteringar och följa departementets rutiner och prioriteringar. Som en konsekvens fick myndigheten låta bli att lyfta några av sina prioriterade frågor och även bryta mot egna värderingar kring hur mediearbete skall bedrivas. Myndigheten fick här bland annat kringgå sin princip att det är de som arbetar närmast den aktuella verksamheten som skall uttala sig i press.

SLUTSATSER

Det råder ingen tvekan om att medier på olika sätt har betydelse för svenska myndigheter och det råder inte heller någon tvekan om att många myndigheter har anammat idén om att de ska anpassa sig till mediernas normer, principer och arbetsrutiner. Resultaten från vår dokumentanalys visar med all tydlighet att det finns en stor strävan från många myndigheter att etablera medierna som en självklar komponent i de anställdas arbetsuppgifter. Men också att medierna ses som en självklar del av myndigheternas verksamheter, även sådana som kan betraktas som relativt ”icke-publika”. Medierna har helt enkelt kommit att smälta samman med många av de verksamheter som bedrivs vid svenska myndigheter. Detta kommer i sin tur till uttryck i en anpassning där många myndigheter arbetar för att utveckla rutiner och strukturer som gör det möjligt att dels fånga upp journalisters kontaktförsök, dels försäkra sig om att det som förmedlas följer den officiella linjen. För många myndigheter är detta ett resultat av att man betraktar medierna som den viktigaste kommunikationskanalen.

Samtidigt som resultaten pekar på en påtaglig medialisering bland en majoritet av de svenska förvaltningsmyndigheterna, kan också vi konstatera att en betydande grupp myndigheter inte lägger någon större vikt vid medier. Denna grupp är mindre än den förra, men utgör ändå mer än en tredjedel av alla myndigheter. Därmed är också ett annat av våra antaganden till stora delar bekräftat – det om att graden av medialisering skiljer sig mellan olika myndigheter.

Resultaten från de studier vi presenterar här kan inte ge oss svar på vad det är som driver dessa prioriteringar. Men vi kan visa på att det är ett mer eller mindre aktivt ställningstagande. Myndigheters anpassning till medier, deras språk, dramaturgi, rutiner och arbetsprocesser är något som sker med ett syfte och med en tanke om att deras mediearbete ska ha positiva effekter. Detta blev om inte annat tydligt under våra observationer då vi kunde se hur myndighetens personal – kommunikatörer, pressansvariga, projektledare, administrativ personal, ämnesexperter, talespersoner och ledningsrepresentanter - var angelägna och skickliga på att påverka, inte bara hur medier uppfattades internt, utan även hur denna syn fick stort inflytande på hur myndigheten kommunicerade och i övrigt skötte sina åtaganden.

Detta leder oss till att konstatera att när myndigheter tar till sig idén om att de ska anpassa sina organisationer till mediernas normer, principer och arbetsrutiner så sker det genom en politisk process där olika delar av myndigheterna är involverade. Det för bland annat med sig att olika professioner och deras företrädare hamnar i konflikt med varandra. Så beroende på vilken fråga (t ex publicering av allmännyttiga forskningsresultat eller information till företag om nya regler kring en ny produktkategori), på vilken nivå frågan hanteras (t ex lokalt eller nationellt), och

vilken spridning frågan kan tänkas få i medierna, så kommer olika intressen försöka påverka hur myndigheten ska agera i situationen. Detta är i sig inte ett revolutionerat resultat. Men i kontrast till befintlig medialiseringslitteratur kommer vi till slutsatsen att det inte bara finns skillnader i hur olika myndigheter förhåller sig till medier, utan att det också finns skillnader i hur en och samma myndighet hanterar kommunikations- och medierelaterade frågor beroende på vilken del av verksamheten vi tittar på.

I ljuset av detta vill vi peka på tre principer som på olika sätt och av olika anledningar bidrar till men också aktualiseras, när myndigheter anammar idén om att de ska anpassa sig till mediernas normer, principer och arbetsrutiner.

- Synlighet – en princip som vilar på att medieuppmärksamhet har ett värde i sig utan att den nödvändigtvis måste kopplas till andra mål eller verksamheter. Genom framförallt myndigheters kommunikatörer – som representanter för en allt starkare och autonom profession – definieras medietarbetet som något som ska hjälpa myndigheter att uppnå synlighet och uppmärksamhet och därmed också anseende och förtroende. Två egenskaper som allt fler menar är avgörande för att en myndighet ska uppfattas som framgångsrik.
- Autonomi – mediebildens har stor inverkan på relationerna mellan myndigheter och departement och det råder ingen tvekan om att en positiv mediebild skapar handlingsutrymme och ”lugn och ro” för en myndighet. Så länge myndigheten undviker avslöjanden eller allt för omfattande kritik i medierna har man därmed stora möjligheter att bedriva verksamheten på behörigt avstånd från ansvarig minister och departement. Och motsatsen – att myndigheter ställs inför ökad kontroll och styrning – gäller därmed för de organisationer som får allt för mycket negativ medieuppmärksamhet. I linje med detta resonemang kan vi också se hur myndigheter använder sig av mediebildens för att sätta tryck på politiker i sammanhang när man vill få till stånd – eller motverka - någon typ av förändring.
- Upplysning – information är en central uppgift för många myndigheter. De ska tillhandahålla information om samhället, hur det är organiserat och fungerar, aktuella sakfrågor, individens rättigheter och skyldigheter samt särskild information som personer eller grupper behöver för att kunna möta särskilda situationer. Detta innebär att medier med nödvändighet blir en viktig länk mellan myndigheter och allmänhet.

Givetvis finns det fler principer som aktualiseras när myndigheter möter medier men utifrån resultaten som vi presenterar här – och har presenterat tidigare (Fredriksson & Pallas, 2013) – får dessa tre betraktas som de mest framträdande. En tilltagande medialisering innebär därmed att myndigheter ställs inför påtagliga konflikter när man ska prioritera mellan olika verksamheter och ansvarsområden. Vilket i sin tur gör att det finns anledning att fråga sig hur detta påverkar hur myndigheter prioriterar och värnar hur deras verksamheter bedrivs och organiseras. Eller uttryck annorlunda; vad händer med myndigheters verksamheter när de i allt större utsträckning anpassar sin verksamhet till medielogiken? Vad händer med andra professioners prioriteringar och ansvarsområden när de underordnas mediernas ökade betydelse? Vad händer med politikernas möjligheter att utvärdera och styra myndigheterna, och hur påverkas medborgarna när deras förståelse för en myndighets arbete huvudsakligen förmedlas via media? Detta är frågor som vi inte kan besvara här men som det finns all anledning att komma tillbaka till i ett annat sammanhang.

REFERENSER

- Brown, A. D., Ainsworth, S., & Grant, D. (2012). The Rhetoric of Institutional Change. *Organization Studies*, 33(3), 297-321.
- Couldry, N. (2014). When Mediatization Hits the Ground'. In A. Hepp & F. Krotz (Eds.), *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age* (pp. 54-71). Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Fredriksson, M., & Pallas, J. (2013). Med synlighet som ledstjärna: En analys av vilka principer som styr kommunikationsarbetet i nationella förvaltningsmyndigheter (Vol. 2013, pp. 38). Uppsala: Uppsala University.
- Grafström, M., Petrelius Karlberg, P., & Windell, K. (2013). *Föredöme eller fördömd? : medierna som moralisk domstol*. Stockholm: SNS Förlag.
- Hart, R. P. (1997). *Modern Rhetorical Criticism*. (2 ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lundby, K. (Ed.). (2014). *Mediatization of Communication*. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Maguire, S., & Hardy, C. (2009). Discourse and Deinstitutionalization. The Decline of DDT. *Academy of Management Journal*, 52(5), 148-178.
- Pallas, J., & Fredriksson, M. (2013). Corporate media work and micro-dynamics of mediatization. *European Journal of Communication*, 28(4), 420-435. doi: 10.1177/0267323113488487
- Pallas, J., Jonsson, S., & Strannegård, L. (Eds.). (2014). *Organizations and the Media. Organizing in a Mediatized World*. London: Routledge.
- Pallas, J., & Strannegård, L. (Eds.). (2010). *Företag och Medier*. Liber: Liber.
- Schillemans, T. (2012). *Mediatization of Public Services. How organizations adapt to news media*. Frankfurt: Peter Lang.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101. doi: 10.1177/0267323104040696
- Thorbjørnsrud, K., Ihlen, Ø., & Ustad Figenschou, T. (2014). Mediatization in New Areas: The Changed Role of Public Bureaucracies. In J. Pallas, S. Jonsson & L. Strannegård (Eds.), *Organizations and the Media. Organizing in a Mediatized World*. London: Routledge.
- Zilber, T. B. (2002). Institutionalization as an Interplay between Actions, Meanings, and Actors: The Case of a Rape Crisis Center in Israel. *Academy of Management Journal*, 45, 234-254.

FÖRTECKNING ÖVER MYNDIGHETER SOM INGÅR I STUDIEN

ALKOHOLSORTIMENTSNÄMNDEN
ALLMÄNNA REKLAMATIONSNÄMNDEN
ARBETSFÖRMEDLINGEN
ARBETSGIVARVERKET
ARBETSMILJÖVERKET
ARVFONDSDELEGATIONEN
BARNOMBUDSMANNEN
BLEKINGE TEKNISKA HÖGSKOLA
BOKFÖRINGSNÄMNDEN
BOLAGSVERKET
BOVERKET
BROTTSFÖREBYGGANDE RÅDET
BROTTSOFFERMYNDIGHETEN
CENTRALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN
CENTRALA STUDIESTÖDSNÄMNDEN
DANS- OCH CIRKUSHÖGSKOLAN
DATAINSPEKTIONEN
DISKRIMINERINGSOMBUDSMANNEN
DOMARNÄMNDEN
E-LEGITIMATIONSNÄMNDEN
EKOBROTTSMYNDIGHETEN
EKONOMISTYRNINGSVERKET
ELSÄKERHETSVERKET
ENERGIMARKNADSINSPEKTIONEN
EXPORTKREDITNÄMNDEN
FASTIGHETSMÄKLARNÄMNDEN
FIDEIKOMMISSNÄMNDEN
FINANSINSPEKTIONEN
FINANSPOLITISKA RÅDET
FOLKE BERNADOTTEAKADEMIN
FORSKARSKATTENÄMNDEN
FORSKNINGSRÅDET F MILJÖ ARELLA NÄRINGAR OCH SAMHÄLLE
FORSKNINGSRÅDET FÖR ARBETSLIV OCH SOCIALVETENSKAP
FORTIFIKATIONSVERKET
FORUM FÖR LEVANDE HISTORIA
FÖRSVARETS MATERIELVERK
FÖRSVARETS RADIOANSTALT
FÖRSVARSEXPORTMYNDIGHETEN
FÖRSVARSHÖGSKOLAN
FÖRSVARSMAKTEN
FÖRSVARUNDERRÄTTELSEDOMSTOLEN
FÖRSÄKRINGSKASSAN
GENTEKNIKNÄMNDEN
GIH
GÖTEBORGS UNIVERSITET
HARPSUNDSNÄMNDEN
HAVS- OCH VATTENMYNDIGHETEN
HÄLSO- & SJUKVÅRDENS ANSVARSNÄMND
HÖGSKOLAN DALARNA
HÖGSKOLAN I BORÅS
HÖGSKOLAN I GÄVLE

HÖGSKOLAN I HALMSTAD
HÖGSKOLAN I KRISTIANSTAD
HÖGSKOLAN I SKÖVDE
HÖGSKOLAN PÅ GOTLAND
HÖGSKOLAN VÄST
ILO-KOMMITTÉN
INSPEKTIONEN FÖR ARBETSLÖSHETSFÖRSÄKRING
INSPEKTIONEN FÖR SOCIALFÖRSÄKRINGEN
INSPEKTIONEN FÖR STRATEGISKA PRODUKTER
INSTITUTET FÖR ARBETSMARKNADSPOLITISK UTVÄRDERING
INSTITUTET FÖR RYMDFYSIK
INSTITUTET FÖR SPRÅK OCH FOLKMINNEN
JUSTITIEKANSLERN
KAMMARKOLLEGIET
KARLSTADS UNIVERSITET
KAROLINSKA INSTITUTET
KEMIKALIEINSPEKTIONEN
KOMMERSKOLLEGIUM
KONJUNKTURINSTITUTET
KONKURRENSVERKET
KONSTFACK
KONSTNÄRSNÄMNDEN
KONSUMENTVERKET
KRIGSFÖRSÄKRINGSNÄMNDEN
KRIMINALVÅRDEN
KRONOFOGDEMYNDIGHETEN
KUNGLIGA BIBLIOTEKET
KUNGLIGA KONSTHÖGSKOLAN
KUNGLIGA MUSIKHÖGSKOLAN
KUNGLIGA TEKNISKA HÖGSKOLAN
KUSTBEVAKNINGEN
KÄRNAVFALLSFONDENS STYRELSE
LAGRÅDET
LANTMÄTERIET
LINKÖPINGS UNIVERSITET
LINNÉUNIVERSITETET
LIVRUSTKAMMAREN OCH SKOKLOSTERS SLOTT MED STIFTELSEN
HALLWYLSKA MUSEET
LIVSMEDELSVERKET
LOTTERIINSPEKTIONEN
LULEÅ TEKNISKA UNIVERSITET
LUNDS UNIVERSITET
LÄKEMEDELSVERKET
LÄNSSTYRELSEN I BLEKINGE LÄN
LÄNSSTYRELSEN I DALARNAS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I GOTLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I GÄVLEBORGS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I HALLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I JÄMTLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I JÖNKÖPINGS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I KALMAR LÄN
LÄNSSTYRELSEN I KRONOBERGS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I NORRBOTTENS LÄN

LÄNSSTYRELSEN I SKÅNE LÄN
LÄNSSTYRELSEN I STOCKHOLMS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I SÖDERMANLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I UPPSALA LÄN
LÄNSSTYRELSEN I VÄRMLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I VÄSTERBOTTENS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I VÄSTERNORRLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I VÄSTMANLANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I VÄSTRA GÖTALANDS LÄN
LÄNSSTYRELSEN I ÖREBRO LÄN
LÄNSSTYRELSEN I ÖSTERGÖTLANDS LÄN
MALMÖ HÖGSKOLA
MEDLINGSINSTITUTET
MIGRATIONSVERKET
MITTUNIVERSITETET
MODERNA MUSEET
MYNDIGHETEN FÖR HANDIKAPPOLITISK SAMORDNING
MYNDIGHETEN FÖR INTERNATIONELLA ADOPTIONSFRÅGOR
MYNDIGHETEN FÖR KULTURANALYS
MYNDIGHETEN FÖR RADIO OCH TV
MYNDIGHETEN FÖR SAMHÄLLSSKYDD OCH BEREDSKAP
MYNDIGHETEN FÖR TILLGÄNGLIGA MEDIER
MYNDIGHETEN FÖR TILLVÄXTPOLITISKA UTVÄRDERINGAR OCH ANALYSER
MYNDIGHETEN FÖR VÅRDANALYS
MYNDIGHETEN FÖR YRKESHÖGSKOLAN
MÄLARDALENS HÖGSKOLA
NATIONALMUSEUM MED PRINS EUGENS WALDEMARSUDDE
NATURHISTORISKA RIKSMUSEET
NATURVÅRDSVERKET
NORDISKA AFRIKAINSTITUTET
NOTARIENÄMNDEN
NÄMNDEN FÖR HEMSLÖJDSFRÅGOR
NÄMNDEN FÖR STATLIGT STÖD TILL TROSSAMFUND
NÄMNDEN FÖR STYRELSEREPRESENTATIONSFRÅGOR
NÄMNDEN MOT DISKRIMINERING
OPERAHÖGSKOLAN I STOCKHOLM
PATENT- OCH REGISTRERINGSVERKET
PATENTOMBUDSNÄMNDEN
PENSIONSMYNDIGHETEN
POLARFORSKNINGSSEKRETARIATET
POST- OCH TELESTYRELSEN
POSTVERKETS AVVECKLINGSORGANISATION
PRESSTÖDSNÄMNDEN
PRÖVNINGSNÄMNDEN FÖR STÖD TILL KREDITINSTITUT
REGERINGSKANSLIET
REGIONALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN I GÖTEBORG
REGIONALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN I LINKÖPING
REGIONALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN I LUND
REGIONALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN I STOCKHOLM
REGIONALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN I UMEÅ
REGIONALA ETIKPRÖVNINGSNÄMNDEN I UPPSALA
RESEGARANTINÄMNDEN
REVISORSNÄMNDEN

RIKSANTIKVARIEÄMBETET
RIKSARKIVET
RIKSGÄLDSKONTORET
RIKSUTSTÄLLNINGAR
RYMDSTYRELSEN
RÄTTSMEDICINALVERKET
SAMESKOLSTYRELSEN
SAMETINGET
SIDA
SKATTERÄTTSNÄMNDEN
SKATTEVERKET
SKILJENÄMNDEN I VISSA TRYGGHETSFRÅGOR
SKOGSSTYRELSEN
SKOLVÄSENDETS ÖVERKLAGANDENÄMND
SMITTSKYDDSinSTITUTET
SOCIALSTYRELSEN
SPECIALPEDAGOGISKA SKOLMYNDIGHETEN
STATENS ANSVARSNÄMND
STATENS BEREDNING FÖR MEDICINSK UTVÄRDERING
STATENS CENTRUM FÖR ARKITEKTUR OCH DESIGN
STATENS ENERGIMYNDIGHET
STATENS FASTIGHETSVERK
STATENS FOLKHÄLSOINSTITUT
STATENS FÖRSVARSHISTORISKA MUSEER
STATENS GEOTEKNISKA INSTITUT
STATENS HAVERIKOMMISSION
STATENS HISTORISKA MUSEER
STATENS INSPEKTION FÖR FÖRSVARSunDERRÄTTELSEVERKSAMHETEN (SIUN)
STATENS INSTITUTIONSSTYRELSE
STATENS JORDBRUKSVERK
STATENS KONSTRÅD
STATENS KULTURRÅD
STATENS MARITIMA MUSEER
STATENS MEDIERÅD
STATENS MUSEER FÖR VÄRLDSKULTUR
STATENS MUSIKVERK
STATENS NÄMND FÖR ARBETSTAGARES UPPFINNINGAR
STATENS PERSONADRESSREGISTERNA MND
STATENS SERVICECENTER
STATENS SKADEREGLERINGSNÄMND
STATENS SKOLINSPEKTION
STATENS SKOLVERK
STATENS TJÄNSTEPENSIONS- OCH GRUPPLIVNÄMND
STATENS TJÄNSTEPENSIONSVERK
STATENS VA-NÄMND
STATENS VETERINÄRMEDICINSKA ANSTALT
STATENS VÄG- OCH TRANSPORTFORSKNINGSINSTITUT
STATENS ÖVERKLAGANDENÄMND
STATISTISKA CENTRALBYRÅN
STATSKONTORET
STOCKHOLMS DRAMATISKA HÖGSKOLA
STOCKHOLMS UNIVERSITET
STRÅLSÄKERHETSMYNDIGHETEN

STYRELSEN FÖR ACKREDITERING OCH TEKNISK KONTROLL
SVENSKA ESF-RÅDET
SVENSKA INSTITUTET
SVENSKA INSTITUTET FÖR EUROPAPOLITISKA STUDIER
SVERIGES FÖRFATTARFOND
SVERIGES GEOLOGISKA UNDERSÖKNING
SVERIGES LANTBRUKSUNIVERSITET
SVERIGES METEOROLOGISKA O HYDROLOGISKA INSTITUT
SÄKERHETS- OCH INTEGRITETSSKYDDSNÄMNDEN
SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA
TANDVÅRDS- OCH LÄKEMEDELSFÖRMÅNSVERKET
TILLVÄXTVERKET
TOTALFÖRSVARETS FORSKNING SINSTITUT, FOI
TOTALFÖRSVARETS REKRYTERINGSMYNDIGHET
TRAFIKANALYS
TRAFIKVERKET
TRANSPORTSTYRELSEN
TULLVERKET
UMEÅ UNIVERSITET
UNGDOMSSTYRELSEN
UPPSALA UNIVERSITET
VALMYNDIGHETEN
VERKET FÖR INNOVATIONSSYSTEM
VETENSKAPSRÅDET
ÅKLAGARMYNDIGHETEN
ÖREBRO UNIVERSITET
ÖVERKLAGANDENÄMNDEN FÖR HÖGSKOLAN
ÖVERKLAGANDENÄMNDEN FÖR NÄMNDEMANNAUPPDRAG
ÖVERKLAGANDENÄMNDEN FÖR STUDIESTÖD

PUBLIKATIONER UTGIVNA AV INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION (JMG)

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

- **JMG:s bokserie: Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation**

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

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

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

JMG:s bokserie Göteborgsstudier i masskommunikation (1980 — 1990)

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber. 521 sid.
 2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm. 350 sid.
 3. Lennart Weibull, Karin Björkqvist (1989) *Dagspressen och dess läsare*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International. (slut)
- Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation (1990 – (Pris: 200 kr plus moms och porto)
1. Robert Burnett (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. (slut)
 2. Roger Wallis (1991) *Internationalisation, Localisation & Integration*. 281 sid.
 3. Ronny Severinsson (1994) *Tidningar i konkurrens. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950 - 1985*.
 4. Bo Reimer (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Almqvist & Wiksell International. Stockholm. (slut)

5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*.
6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*.
7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies*.
8. Admassu Tassew (1995) *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*.
9. Monika Djerf Pierre (1996) *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961 – 1994*.

10. Tomas Andersson Odén (1996) *Principer på pränt. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet
11. Margareta Melin-Higgins (1996) *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
12. Maria Elliot (1997) *Förtorendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.
13. Kent Asp, Bengt Johansson och Larsåke Larsson (1997) *Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.
14. Carlsson, Ulla (1998) *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
15. Johansson, Bengt (1998) *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.
16. Wallin, Ulf (1998) *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.
17. Larsson, Larsåke (1998) *Nyheter i samspel. Studier i kommunaljournalistik. Institutionen för journalistik och masskommunikation*. Göteborgs universitet.
18. Weibull, Lennart och Ingela Wadbring /red/ (1998) *Publik och medier 1996/1997. Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet.
19. Lindstedt, Inger (1998) "Till de unga, till dem som ämna bliva tidningsmän". *Handböcker i journalistik*. Göteborgs universitet.
20. Dahlén, Peter (1999) *Från Vasaloppet till Sportextra. Radiosportens etablering och förgrening 1925 – 1995*. Stockholm: Stiftelsen Etermedierna i Sverige.
21. Löfgren Nilsson, Monica (1999) *På Bladet, Kuriren och Allehanda. Om ideal och organiseringsprinciper i den redaktionella vardagen*. Göteborgs universitet.
22. Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart /red/ (2000) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*.
23. Andersson Odén, Tomas (2000) *Skaraborgar'n och Spionen. Tidningar i Västra Götaland genom 250 år*.
23. Ghersetti, Marina (2000) *Sensationella berättelser. En studie av nyheter från Angola 1987 och om Prinsessan Diana 1997 i dagstidningar, radio och TV*.

JMG:s rapportserie (avslutad 1994)

Rapporter från Avdelningen för masskommunikation

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

Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (avslutad 1994)

1. Emanuelsson, Eva & Karlsson, Kristina (1991) *Informatörer inför 90-talet*. Pris: 90 kronor.
2. Wallin, Ulf (1991) *Bilden av EG*. Pris: 120 kronor.
3. Wallin, Ulf (1992) *EG - Hot eller löfte? Argument i dagspress, radio och TV för och emot svenskt EG-medlemskap*. Pris: 100 kronor.
4. Flodin, Bertil (1993) *Samhällskommunikation under 80-talet. En kunskapsöversikt*. Pris: 150 kronor.
5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94*. Pris: 200 kronor.

Arbetsrapporter

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

1. Lennart Weibull (1984) *Trender i massmedieanvändningen*.
2. Bo Reimer (1985) *Tidningsläsning i södra Halland*.
3. Lennart Weibull (1985) *Läsvanor för svensk morgonpress 1979-1984*.
4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) *Sport i medierna*.

5. Lennart Weibull (1985) *Masskommunikationen i Sverige. Några reflektioner om läget 1985*.
6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) *Internaliserad kultur. Ett forskningsprogram om värden, individer och massmedier*.
7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. A Review Essay*.
8. Bo Reimer (1985) *Values and the Choice of Measurement Technique. The Rating and Ranking of Postmaterialism*.
9. Lennart Weibull (1986) *Press, radio, TV och nya medier i Japan*.
10. *Nyhets-spridningen om mordet på statsminister Olof Palme. En sammanställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning 2-4 mars 1986*.
11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) *Kassettidningsläsning på Gotland*.
12. Lennart Weibull (1986) *Massmediernas framtida utveckling*.
13. Ronny Severinsson (1986) *Tidningsläsning i Södermanland*.
14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986) *Tidningsläsning i Kalmar län*.
15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986). *Läsvanor 1986*.
16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren (1986). *Maps of Culture: Macro and Micro*.
17. Maria Elliot (1986). *Allmänhetens syn på massmediernas trovärdighet*.
18. Lennart Weibull (1986) *Tendenser i svensk dagstidningsläsning*.
19. Bo Reimer (1986) *Social Space and the Structuring of Communication Processes*.
20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) *Actions and Reactions - the Nordic Countries in Age of Satellite Broadcasting*.
21. Lennart Weibull (1987) *Massmediernas räckvidd 1985/86*.
22. Ronny Severinsson (1987) *Dagspressutvecklingen i Västergötland*.
23. Keith Roe (1987) *The Swedish Moral Panic over Video 1980-84*.
24. Bo Reimer (1987) *Dagens Nyheter i västra Sverige*.
25. Ann-Marie Hellerström (1987) *Lokal-TV- ett reellt alternativ till satellit-TV*.
26. Ronny Severinsson (1987) *Skaraborgspressens innehåll 1950-1985*.
27. Ronny Severinsson (1987) *Tidningsläsning i Essunga, Götene och Vara*.
28. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Gästrikland - presentation av en läsarundersökning*.
29. Bo Reimer (1988) *Reading Postmaterialism*.
30. Lennart Weibull (1988) *Publicistisk sed. Ett forskningsprogram om ett regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik*.

31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) *Läsvanestudien 1986. Huvudresultat och metodjämförelse.*
32. Magnus Anshelm (1988) *Sverige - nu - SOM 86 - en jämförelse av två undersökningar.*
33. Rutger Lindahl och Lennart Weibull (1988) *Palme i amerikanska ögon. En studie av den amerikanska pressens behandling av nyheten om mordet på statsminister Olof Palme 1986.*
34. Magnus Anshelm (1988) *Massmediernas räckvidd 1986/87 - en analys av Mediebarometern.*
35. Ingela Strid (1988) *Svenska folkets intressen 1973-1982. En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen.*
36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) *Mått på mätning - En förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade mått.*
37. Britt Börjesson (1988) *Brott och publicitet. Kriminaljournalistik och presstetik under 1900-talet.*
38. Lennart Weibull (1988) *Rapport från kontaktresa till Uruguay 10-22 april 1988.*
39. Gunilla Jarlbro (1988) *En kvalitativ studie av hur människor upplever tidningsinnehåll.*
40. Monica Löfgren (1988) *Kabel-TV i Göteborg.*
41. Lennart Weibull (1988) *Lokal-TV via kabel. Synen på en ny kanal bland andra medier.*
42. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Värmland. Presentation av en läsundersökning från våren 1977.*
43. Keith Roe (1988) *Adolescents' VCR Use: How and Why.*
44. Monika Djerf (1989) *Finns det funktionsdimensioner i medieanvändningen? En faktoranalys.*
45. Karin Björkqvist (1989) *Det politiska tidningsvalet.*
46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) *Läsvanor och läsintressen.*
47. Monika Djerf (1989) *Massmedier och beslutsfattare: en litteraturstudie.*
48. Britt Börjesson (1989) *Pressens självsanering. Ett regelsystems framväxt.*
49. Magnus Anshelm (1989) *Mediebarometern resultat från 1988/99.*
50. Lennart Weibull (1989) *Rapport från en andra kontaktresa till Uruguay. Om massmedier, utbildning och forskning i social kommunikation samt Instituto Comunicacion y Desarrollo.*
52. Monica Löfgren (1989) *Nyhetstidningen 8 sidor - innehåll, spridning och läsning.*
53. Keith Roe (1989) *Notes on the Concept of Aggression and its (Mis) Use in Media Research.*
54. Charlotta Kratz (1989) *Tidningsläsning i Kalmar och på Öland.*
55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989) *City 103 och dess lyssnare - en undersökning om lyssnandet på svenska arbetsgivarreföreningens närradiostation i Göteborg.*
56. Karin Björkqvist (1990) *Mediebarometern under åttiotalet.*
57. Roger Wallis (1990) *Music, music everywhere, and so much of it the same.*
58. Charlotta Lekvall och Patrik Vult von Steyern (1990) *City 103 och tre livsstilar.*
59. Margareta Melin (1990) *Kommunaktuellt - studier av tidningens spridning och abonnenternas läsvanor.*
60. Maria Elliot (1990) *Förtroendet för medierna.*
61. Keith Roe (1990) *Never Has so Much Been Written by so Many about so Few, or, Why Youth Research?*
- Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (1990 - (Pris: 80 kr + moms och porto)**
1. Ronny Severinsson (1990) *Massmedier, allmänhet och flyktingfrågor i Sverige och Sjöbo. En fallstudie på Sjöbo.*
2. Ronny Severinsson (1990) *Tidningsläsning i Nordvästra Skåne.*
3. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne. En presentation av en läsundersökning.*
4. Bo Reimer (1990) *Kulturdiskussioner - Inlägg i tre eviga debatter.*
5. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i Jönköping. En presentation av en läsundersökning.*
6. Charlotta Kratz (1991) *Verklighetsval och kapital. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av stockholmstidningar utanför Stockholm.*
7. Deanna Huthman (1991) *Dynamisk public relations. En explorativ studie av Public Relations i fyra företag.*
8. Admassu Tassew (1991) *Public service broadcasting concept and practice: a preliminary overview of the ideals and some swedish experience.*
9. Ronny Severinsson (1991) *Tidningsvanor i Gästrikland 1989. Presentation av en läsundersökning.*
10. Lennart Weibull (1991) *Publik och medier i samspel. En analys gjord för MedieSverige 1991.*
11. Monica Löfgren (1991) *Massmediernas räckvidd 1979 - 1990.*
12. Lennart Weibull (1991) *Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning.*
13. Charlotta Kratz (1991) *Tidningsläsning i Södra Halland 1990, jämförelser med situationen 1984.*
14. Margareta Melin (1991) *Från kulturteori till journalistkultur. En litteraturöversikt över diskussionerna kring kulturbegreppet.*

15. Charlotta Kratz (1991) *Från icke-läsare till allätare. Fyra läsartyper i Stockholm och i landsorten.*
16. Kent Asp (1992) *Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse.*
17. Ronny Severinsson (1992) *Med eller utan prenumeration i Eskilstuna och Katrineholm. Presentation av en läsa rundersökning från hösten 1990.*
18. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Mediebarometern 1979-1991.*
19. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Dagspress och medievanor. En analys av läsvanestudien 1991.*
20. Lennart Weibull och Karl Erik Rosengren (1992) *Swedes' view of the world. A Descriptive Report from the First Two BALTICOM Surveys.*
21. Monica Löfgren Nilsson (1992) *Kvinnligt, manligt, journalistiskt - journalisters syn på nyhetsvärdering.*
22. Monika Djerf-Pierre (1992) *A Toaster With Pictures. The Evolution of American Broadcasting 1921-1991.*
23. Charlotta Kratz (1992) *En fråga om smak. Om stabila och rörliga grupperns kulturella preferenser.*
24. Thomas Östberg (1992) *Sportjournalistik - en analys av fyra dagstidningar 1961 - 1991.*
25. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Mediebarometern 1979 - 1992.*
26. Carin Nilsson, Åsa Widgren (1993) *Videotex - massmedium eller ej? En litteraturstudie och begreppsanalys.*
27. Margareta Melin (1993) *Var finns kvinnorna? En analys av manligt och kvinnligt i kurslitteraturen vid Journalisthögskolan i Göteborg.*
28. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Läsvanestudiens mått på läsvanor. En analys av två mått på läsvanor.*
29. Gunilla Jarlbro (1993) *HIV-aktuellt - En läsarundersökning.*
30. Monica Löfgren Nilsson (1993) *Klimat och kön - Journalisters bedömningar av arbetsklimatet på nyhetsredaktioner.*
31. Bengt Carlsson, Inger Lindstedt, Lennart Weibull (1993) *Studieresa till amerikanska högskoleutbildningar i journalistik, medier och kommunikation - En personlig reserapport.*
32. Håkan Hvitfelt, Lennart Weibull (1993) *Pendeln har svängt - En reserapport från Kina.*
33. Ulf Wallin (1993) *Den franska folkomröstningen - En analys av rapporteringen om den franska folkomröstningen om Maastrichtfördraget i svensk press, radio och TV samt i övriga nordiska länders press.*
34. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Tidningsläsning i Luleå och Kiruna*
35. Tomas Andersson (1994) *Jönköpings-Posten och Smålandsposten - två småländska tidningsstrategier.*
36. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Mediebarometern 1979 - 1993.*
37. Bengt Johansson (1994) *Att studera massmediernas innehåll. En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation.*
38. Maria Edström, Maria Jacobson (1994) *Massmediernas enfaldiga typer. Kvinnor och män i mediebruset den 17 mars 1994.*
39. Ingela Wadbring, Lennart Weibull (1994) *På konsumenternas sida. En analys av hur konsumentfrågorna speglas i göteborgspresen.*
40. Bo Reimer (1994) *Kulturell identitet och massmedieanvändning på Åland.*
41. Olof Hultén, Carin Nilsson (1994) *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993. Undersökning av sändningstid och programkategorier.*
42. Kent Asp (1994) *Medieval 94'.* Anförande vid Folkrorelsernas Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring medie-kvalitet.
43. Margareta Melin (1995) *Can Women Become Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*
44. Margareta Melin (1995) *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*
45. Ingela Wadbring (1995) *Sista ordet är inte sagt än! - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid journalistutbildningen i Göteborg.*
46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Tidningsläsning i Gästrikland.*
47. Gunilla Jarlbro (1995) *Barn, ungdom och reklam.*
48. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Mediebarometern 1979 - 1994.*
49. Lennart Weibull (1995) *Journalister om Journalisten. Redovisning av en läsarundersökning från hösten 1994.*
50. Kent Asp (1995) *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont. En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.*
51. Monica Löfgren Nilsson (1995). "Pennskaften" *Female Journalists in Sweden.*
52. Gunilla Jarlbro (1995) *Våldsbrott i svensk press. En jämförelse mellan åren 1983 och 1993.*
53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist (1995) *Samma röster med nya ansikten. En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmässiga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.*
54. Dino Viscovi (1995) *Med Loket mot framtiden. Om unga arbetarklassmän, invandrare, EU och massmedier.*
55. Ingela Wadbring (1995) *Tidningsläsaren - vem är det? En analys av olika grupperns tidnings- användning.*
56. Marina Ghersetti (1996) *Jakten på den försvinnande publiken. Om besök och besökare på svenska biografer.*
57. Kent Asp (1996) *Sverigebilden i TV-nyheterna. En undersökning av Stockholmsdominansen i Rapport (1986 - 1995) och Nyheterna (1991 - 1995).*
58. Lennart Weibull (1996) *Bio, film och samhälle 1995. En analys av svenskarnas biobesök, filmpreferenser och syn på film och samhälle*
59. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug - en litteraturoversigt ud fra et humanistisk-samfundvidenskabeligt perspektiv.*

60. Ylva Brune (1996) *Välberg i nyheterna - en kamp mellan tolkningsmönster.*
61. Karin Björkqvist Hellingwerf (1996) *Mediebarometern 1979 - 1995.*
62. Ingela Wadbring (1996) *Den journalistiska vägen - vadan och varthän? En studie om kvinnliga och manliga journaliststudenter i Göteborg.*
63. Ylva Brune (1996) *Svenskar, invandrare och flyktingar i rubrikerna.*
64. André Jansson (1996) *TV-tittarna och det sociala rummet - En studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning.*
65. Bo Reimer (1996) *Inte utan relevans - Om ungdomars användning av massmedier.*
66. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug i hverdagslivet - en kvalitativ interview-undersøgelse om ti menneskers computer- og Internetbrug i privatsfæren.*
67. Ebba Sundin (1997) *Barn och massmedier - En forskningsöversikt.*
68. Monica Löfgren Nilsson (1997) *Hon och han i journalistutbildningen - Ett pedagogiskt projekt.*
69. Bertil Flodin (1997) *Medborgarna och EU-informationen - En studie av inställning, aktivitet och kunskap hos svenska folket inför folkomröstningen 1994*
70. Maria Edström (1997) *Kön och journalistik - att utvidga medieverkligheten. En litteraturöversikt*
71. Larsåke Larsson (1997) *Forskningsöversikt - Kommunjournalistik.*
72. Torsten Malmström och Lennart Weibull (1997) *Snöstormen den 17 november 1995.*
73. Anna Maria Andersson (1997) *Vem är den svenske journalisten? - En studie av journalistkåren i yrkesliv och vardagsliv 1994 - 1995.*
74. André Jansson (1997) *Svensk dagstidningsläsning i förändring. Resultat från Riks-SOM-studien 1996.*
75. Britt-Marie Leivik Knowles (1997) *Inter-organisatorisk kommunikation mellan myndigheter och medier. Forskningsöversikt över myndigheters och mediers interaktion i samband med allvarliga samhällsstörningar.*
76. André Jansson (1997) *Sätt att se på TV. En kvantitativ problematisering av den selektiva TV-publiken.*
77. Sigurd Høst och Ronny Severinsson (1997) *Avisstrukturen i Norge og Sverige - 1960 til 1995. Arbeidsrapport nr. 1 fra prosjektet Norsk-svensk dagspresseutvikling.*
78. Anders Lithner och Ingela Wadbring (1997) *Ungdomars dagstidningsläsning.*
79. André Jansson (1997) *Tidningsvärden i morgon- och kvällspress.*
80. Tomas Andersson Odén (1997) *Pressen i Skaraborg. Tidningar och redaktörer från 1793 och framåt.*
81. Magnus Andersson (1997) *Populärmusik: såväl Wu-Tang Clan som Pat Bone.*
82. Birgitte Christiansen och Annika Bergström (1998) *Tidningars symbol- & bruksvärde. Kvalitativa intervjuer med några av Göteborgs-Postens & Hallands Nyheters läsare.*
83. Erik Fjellman och Jan Sjögren (1998) *Nyhetsläsning på Internet - Svenska CNN från ett användarperspektiv.*
84. Ronny Severinsson /red/ (1998) *Lokalt innehåll i norska och svenska tidningar. Fyra redaktörer läser varandras tidningar.*
85. Anna Maria Andersson, Birgitte Christiansen & Karin Fogelberg (1998) *Vad tycker tittarna? En publikstudie av två underhållningsprogram.*
86. André Jansson (1998) *Dagstidningsläsning 1997. En tabellrapport från Dagspresskollegiet.*
87. Kent Asp (1988) *Medierna och giftutsläppet i Hallandsåsen.*
88. Ronny Severinsson (1988) *Marjasin i medierna. En innehållsanalys på uppdrag av Medieakademien.*
89. Annika Bergström (1988) *Tidningar, radio och TV i västra Småland.*
90. Annika Bergström (1999) *Internet i svenska hushåll hösten 1997.*
91. Lennart Weibull och Ingela Wadbring (1999) *De nya svenskarna möter svenska massmedier.*
92. Liselotte Englund (1999) *Katastroffjournalistikens dilemman. En forskningsöversikt med etiska och psykologiska perspektiv.*
93. Josefine Sternvik (1999) *Dagspressens ungdomssatsning.*
94. Maria Domellöf (1999) *Mycket nöje! Nöjesjournalistik i förändring.*
95. Annika Bergström (1999) *Internet i medielandskapet.*
96. Anna Maria Jönsson (2000) *Radio och TV i allmänhetens tjänst? Allmänhetens syn på public service-verksamheten.*
97. Liselotte Englund (2000) *Kvalitetseffektivitet i Public Service-radion. En kunskaps- och forskningsöversikt med förslag till indikatorer på radiokvalitet.*
98. Kent Asp, Bengt Johansson och Åsa Nilsson (2000) *Medievalsundersökningen 1998. Teknisk rapport.*
99. Magnus Fredrikson (2000) *Var skall jag kryssa? - En studie av RSV:s och dagspressens personvals information inför valet 1998.*
100. Stina Bengtsson (2000) *Personvalet och journalisterna - 16 svenska journalister om det första svenska personvalet 1998.*

Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (2001-)

1. Annika Bergström & Ingela Wadbring (2001) *Medierna i vardagslivet. En metodologisk skiss över hur det är möjligt att använda dagböcker som insamlingsmetod i medieforskningen.*
2. Kent Asp & Magnus Fredriksson (2001) *Bilavgaserna och den allmänna opinionen. Åsikter och handlingsberedskap.*
3. Tomas Andersson Odén (2002) *2001 års publicistiska bokslut. En rapport om 36 tidningars bokstäver - i siffror.*
4. Gabriella Sandstig (2002) *Organisation och kön. En strategisk litteraturöversikt av ämnesområdena organisation och kön applicerat på forskningsprojektet "Kvinnorna i journalistkulturen".*
5. Therese Eriksson (2002) *Gratis-tidningsmarknaden i Sverige 2001.*
6. Rudolf Antoni (2002) *Publikens publik. Aktuell forskning kring användning och värdering av medier.*
7. Rudolf Antoni & Therese Eriksson (2002) *Läsvanestudien. En tabellrapport.*
8. Gabriella Sandstig (2003) *Orons platser. En granskning av människors upplevelser av rädsla och otrygghet.*
9. Tomas Andersson Odén (2003) *2002 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.*
10. Ingela Wadbring (2003) *2002 års Publicistiska bokslut. Del 2 Om läsares och medarbetares syn på tidningar.*
11. Tomas Andersson Odén & Ingela Wadbring (2003) *Teknisk rapport för publicistiska bokslut.*
12. Mariann Björkemarken (2003) *Jönköpings Lokal-TV Förening. Utvecklingen av en lokal TV-verksamhet.*
13. Kent Asp (2003) *Medieval 2002 - partiskheten och valutgången. En studie av valrörelsens medialisering.*
14. Petra Sintorn (2003) *Publicistiska bokslut - hyllvärmare eller redskap för förändring?*
15. Oscar Westlund (2003) *Betala för nyheter på internet?*
16. Bengt Johansson, Lisa Henricsson & Annelie Karlsson (2003) *Hur farligt är Göteborg? Risker i GP:s lokaltyheter.*
17. Gabriella Sandstig (2004) *Att undersöka otrygghet - en metodstudie.*
18. Tomas Andersson Odén (2004) *2003 års Publicistiska bokslut. Del 1 Om tidningars redaktioner och innehåll.*
19. Ulrika Andersson (2004) *2003 års Publicistiska bokslut. Del 2 Sportens olika sidor: männens och de manliga sporternas revir.*
20. Josefine Sternvik (2004) *Ögonrörelser och dagstidningsläsning - en forskningsöversikt.*
21. Valpuri Mäkinen (2004) *En tidning för alla? Om invandrarers användning av och attityder till medier i allmänhet och dagstidningar i synnerhet.*
22. Eva Berglie (2004) *Jakten på lycka. En teoriutvecklande studie av tredjepersonseffekten.*
23. Åsa Nilsson (2004) *Mediers räckvidd. En jämförelse av mätmetoder och undersökningar.*
24. Oscar Westlund (2004) *www.lokaltidning.se . Prenumeranterns attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning.*
25. Karin Fogelberg (2005) *Media Literacy. En diskussion om medieundervisning.*
26. Mira Öhlin (2005) *Fågel, fisk eller... Om klassresenärers medievanor.*
27. Tomas Andersson Odén (2005) *2004 års publicistiska bokslut. Om tidningars redaktioner och innehåll.*
28. Anna Maria Jönsson (2005) *Mångfalden i journalistkåren - studier av social sammansättning, samhällsyn och nyhetssyn i den svenska journalistkåren.*
29. Tomas Andersson Odén (2005) *President Chavez i press, radio och TV. Mediebevakningen av folkomröstningskampanjen i Venezuela, augusti 2004.*
30. Ulrika Andersson (2005) *Journalister och deras läsare. En studie av tidningsjournalisters syn på läsare och läsarusundersökningar.*
31. Ulrika Andersson, Ingela Wadbring (2005) *I gratis-tidningsland.*
32. Carl Bergholtz, Johan Olsson (2005) *Unga dagstidningsläsare i ny mediesituation.*
33. Åsa Nilsson, Lennart Weibull, Annette Hill (2005) *Synen på icke-fiktions-TV. Resultatredovisning.*
34. Ulrika Andersson (2005) *Nya svenskar och svenska medier.*
35. Ulf Wallin, Johannes Bjerling, Christoffer Lärkner (2006) *Barnen i nyheterna om tsunamin. En studie av mediernas rapportering under första månaden.*
36. Oscar Westlund (2006) *Media and Communication studies in Sweden. Disciplinary Boundary Construction - a theoretical contribution to Theory of Science.*
37. Oscar Westlund (2006) *Känslor av medieförtroende.*
38. Kent Asp (2006) *Journalistkårens partisympatier.*

39. Jonas Ohlsson (2006) *Partiernas press*
40. Ulrika Hedman (2006) *Har ni nåt webbigt? En fallstudie av Göteborgs-Postens flerkanalpublicering: Redaktionell organisering och arbetsrutiner, nyhetsvärde samt medielogik*
41. Anna Bolin (2006) *In whose interest? A journalists' view of their responsibilities and possibilities within the mainstream press in Sri Lanka*
42. Kent Asp (2006) *Rättvisa nyhetsmedier. Partiskheten under 2006 års medievalsval*
43. Marina Ghersetti (2007) *Bilden av funktionshinder. En studie av nyheter i Sveriges Television*
44. Malin Dellgran (2007) *Konsten att förhandla. Om journalister i en kommersiell tv-kultur*
45. Johannes Bjerling (2007) *Partiledarutfrågningarna i SVT 2006*
46. Ulrika Andersson (2007) *Fokus på unga vuxna. Sociala förändringar och växande medieutbud skapar nya medievanor bland unga*
47. Oscar Westlund (2007) *Mobiltelefonianvändning. En forskningsöversikt*
48. Jonas Ohlsson (2007) *Göteborgsakademiker 2006. Medieinnehav och medieanvändning bland unga högutbildade*
49. Ingela Wadbring (2007) *Från annonsblad till tidningar. Decenniers utveckling av lokala gratistidningar.*
50. Oscar Westlund (2007) *Mobiltelefonen som multimedieum och nyhetsmedium. Ett användarperspektiv.*
51. Gabriella Sandstig (2007) *Förtroendet för polisen. En analys av medborgarnas syn på polisen och dess roll i samhället 1986 - 2006.*
52. Sandra Byström, Björn Danielsson, Bengt Johansson (2007) *Regionala TV-nyheter i medielogikens tid. En studie av Västnyttens bevakning av Västra Götalandsregionen.*
53. Mathias A Färdigh (2008) *Mediesystem i Europa. En studie av de europeiska ländernas mediesystem utifrån ett användarperspektiv.*
54. Tomas Andersson Odén, Johannes Bjerling (2008) *A-press med borgerliga ägare.*
55. Therese Blomqvist, Maja Norin (2009) *"Sjuning, åttning, nining Tidning!" -Förskolebarns föreställningar om dagstidningen*
56. Ulrika Hedman (2009) *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete. Nättidningarnas användarskapade innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv.*
57. Magnus Ekström, Björn Granstrand (2009) *Dagstidningen på 3,5 tum? En nutids- och framtidsstudie av svensk dagspress förhållande till mobila tjänster.*
58. Johan Cedersjö, Roger Gustavsson (2009) *Hot eller möjlighet? En kvantitativ studie av svenska landsortsbaserade dagspressjournalisters inställning till användarskapat innehåll.*
59. Marina Ghersetti (2009) *Personer med invandrarbakgrund i SVTs nyhetsprogram. En innehållsanalys av Rapport, Aktuellt, Sportnytt och Kulturnyheterna 2001.*
60. Marina Ghersetti (2009) *Terrorattackerna i USA. Sveriges Radios rapportering om den 11 september 2001.*
61. Monica Löfgren Nilsson (2009) *Kvinnor, män och nyheter i televisionen. En innehållsstudie av ämnen och källor under 45 år.*
62. Johannes Bjerling, Jonas Ohlsson (2010) *En introduktion till logistisk regressionsanalys.*
63. Diana Jacobsson (2010) *Viruset och vaccinet. En undersökning av pressens rapportering kring vaccinationen i samband med svininfluensan 2009.*
64. Marina Ghersetti, Tomas A. Odén (2010) *Snöovädret i medierna vintern 2009-2010.*
65. Marina Ghersetti (2011) *Olika men ändå lika. Rapporteringen om riksdagsvalet 2010 i fem stora pappers- och webbtidningar.*
66. Mira Hjort, Signe Oskarsson, Madelene Szabó (2011) *Jättekälv eller tidsfördriv. En studie i hur svenska journalister använder sociala medier som arbetsverktyg.*
67. John Rejnäs, Martin Günséus (2011) *GP.se - om publiken själv får välja. En studie i publikens delningsvärdering.*
68. Carl Malmer (2012) *Professionell men personlig. En publikstudie av läsares uppfattningar om journalisters aktivitet på twitter.*
69. Ingrid Lord (2013) *Institutioners organisatoriska lärande från samhällskriser. En studie av redaktioner, myndigheter och resebyråer i samband med tsunamivarningen 2012.*
70. Magnus Fredriksson, Josef Pallas (2014) *Den medialiserade myndigheten. En analys av svenska myndigheters anpassningar till medielogiken*

De flesta av rapporterna finns tillgängliga på JMGs hemsida. <http://www.jmg.gu.se/publicerat/arbetsrapporter/>

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

Box 710
405 30 GÖTEBORG

TEL 031 - 786 5179
e-post christina.jones@jmg.gu.se