



Mediemetoder– doktorandkurs, HT 2015

Prof. Pelle Snickars

3. Kvantitativa metoder

MKV & kvantitativa metoder

Jag är en humanistiskt orienterad medieforskare och har aldrig arbetat med kvantitativa metoder. Följande föreläsning är färgat av detta; kvantitativa metoder tillhör **inte** min forskningsexpertis.

MKV & kvantitativa metoder

Jag är en humanistiskt orienterad medieforskare och har aldrig arbetat med kvantitativa metoder. Följande föreläsning är färgat av detta; kvantitativa metoder tillhör **inte** min forskningsexpertis.

Samhällsvetenskapligt färgade kvantitativa metoder handlar i regel om forskningsarbete med **fokusgrupper**, **massintervjuer** via exempelvis telefon, **surveyundersökningar** eller **enkäter**.

MKV & kvantitativa metoder

Jag är en humanistiskt orienterad medieforskare och har aldrig arbetat med kvantitativa metoder. Följande föreläsning är färgat av detta; kvantitativa metoder tillhör **inte** min forskningsexpertis.

Samhällsvetenskapligt färgade kvantitativa metoder handlar i regel om forskningsarbete med **fokusgrupper**, **massintervjuer** via exempelvis telefon, **surveyundersökningar** eller **enkäter**.

I det följande kommer jag att presentera några grundläggande metodiska möjligheter (och tillkortakommanden) inom **kvantitativ innehållsanalys** – kort kopplat till **kritisk diskursanalys** – samt säga något om **enkätforskning**, med exemplet **SOM-undersökningar** (vid Göteborgs universitet), liksom hur de forskningsmetodologiskt genomförs. Efter paus tänkte jag sedan att vi gemensamt tittar på **hur SOM-frågorna är formulerade** och diskuterar enkäternas form.

MKV & kvantitativa metoder

Som ni vet har jag uttalat mig kritiskt om olika former av **medierelaterad enkätforskning**. Det är dock viktigt att framhålla att jag **inte är kritisk till statistisk forskning överlag eller till allmänna enkäter** om, säg, bostadssituation, synen på politiska partier eller preferens av tandkräm.

Den **grundläggande poängen** med min kritik av den medierelaterade enkätforskningen handlar enbart om hur paradoxalt **självuppskattad medieanvändning** är jämfört med digital användning där *allt* mediebruk registreras *per automatik*. Det är **glappet mellan dessa mätmetoder** jag kritiserat.

Kvantitativa mätmetoder

Kunskap om **massmediapubliker** var länge baserad på representativa statistiska urval, gjorda av publikanalytiker vid medieföretagens marknadsavdelningar, framför allt inom en amerikansk kontext. Konsumentundersökningar inom **marknadsföring och reklam** gav upphov till allehanda **mätmetoder** vilka sedan vandrade över till den tidiga **effektforskningen** om massmedier, vilken ofta hade **beteendevetenskapliga inslag**.

Inom massmediapublikanalys var – och är – rådande variabler ofta av socioekonomisk art (ålder, kön, etnicitet, utbildning, konsumtionspreferenser). Sådana kategorier är bekanta för såväl medieanvändare själva som för mediebranschens företrädare, annonsörer och analytiker.

Kvantitativa mätmetoder

Olika former av **klassificering** och **beräkning** är helt fundamentalt för kvantitativa metoder generellt. Det centrala med **innehållsanalys** till exempel (som kvalitativ metod) är att den kan brytas ned i **siffror** – som ligger till grund för statistik och statistisk analys.

Poängen med att räkna hur ofta exempelvis miljöpartister figurerar i VK under, säg, tre utvalda år – 2005, 2010 och 2015 – är att **antalet** kan föras in i ett Excel-dokument där förändringar blir uppenbara.

Den här typen av klassificerings- och beräkningsbarhet gör att kvantitativa metoder alltid förefaller och ser ut att vara **långt mer vetenskapliga** än humanistiskt färgade kvalitativa undersökningar.

Kjell Nowak 1963

Den mer **samhällsvetenskapligt färgade medieforskningen** i Sverige föds just ur en sådan **klassifieringsiver** – baserat på en större **enkätundersökning**. När Kjell Nowak (sedermera professor inom ämnet) 1963 publicerade översikten ***Masskommunikationsforskning i Sverige*** sorterade han sitt material enligt kategoriserande principer.

Klassificeringssystemet hade som en utgångspunkt "den numera klassiska modell över kommunikationsprocessen" med leden **kommunikator, meddelande, kanal** och **mottagare** som framgångsrikt hade använts av amerikanska forskare. Ovanför de fyra kategorier som de fyra leden fick bilda hos Nowak, formerades en tvådelad huvudgruppering i "Strukturella förhållanden" respektive "Kommunikationsprocessen och dess effekter". Under de fyra kategorierna gjordes sedan ytterligare grupperingar utifrån "det insamlade materialets" – det vill säga forskningens – karaktär.

I. Undersökningens uppläggning

UTGÅNGSPUNKTER

Syfte

I Sverige existerar inte någon institution med speciell inriktning på masskommunikationsforskning. Forskning på området bedrivs inom en rad olika discipliner och resultaten når oftast endast en begränsad krets. Det generella syftet med den föreliggande inventeringen har varit att försöka skapa överblick över den svenska masskommunikationsforskningen. Detta görs i form av en systematiserad förteckning över undersökningar och forskningsrapporter, en enkel bibliografi. I anslutning till denna lämnas en översikt av verksamheten inom olika delområden. Förutom denna sammanfattning av forskningens omfattning har syftet varit att lämna vissa anvisningar om forskningskapacitet, vilket görs i ett avslutande avsnitt. Materialet i dess helhet avses kunna ge uppslag till vidare forskning.

Kjell Nowak 1963

KLASSIFICERINGSSYSTEMET¹

1. Strukturella förhållanden

1.1 *Kommunikator*

1.12 Beslutsfattare

1.2 *Kanal*

1.20 Allmänt

1.21 Enskilda medias omfattning och räckvidd

1.22 Mottagarnas värderingar av enskilda media

1.23 Strukturdata om medias innehåll

1.29 Övrigt

1.3 *Meddelande*

1.31 Innehållsanalys av politisk propaganda

1.32 Övriga innehållsanalyser

1.39 Övrigt

1.4 *Mottagare*

1.40 Allmänna data om mottagargrupper

1.41 Konsumtion och konsumtionsvanor rörande massmedia

1.42 Värderingar av olika massmedia och deras innehåll

1.49 Övrigt

1.5 *Övriga strukturundersökningar*

Kjell Nowak 1963

2. Kommunikationsprocessen och dess effekter

2.0 *Kommunikationsprocessen — allmänt*

2.1 *Kommunikator*

2.2 *Kanal*

2.21 Generella effekter av olika media

2.22 Effektskillnader mellan media

2.23 Effektskillnader mellan enheter av samma medium

¹ Se också redogörelsen för klassificeringssystemet på s. 14 ff.

Kjell Nowak 1963

2.4 *Mottagare*

2.40 Allmänt

2.41 Exponering och perception

2.41.1 Selektivitet i exponering

2.41.2 Selektivitet i perception

2.41.3 Subliminal perception

2.41.9 Övrigt

2.42 Personlighetsvariabler

2.42.1 Motivationella personlighetsvariabler

2.42.2 Andra personlighetsvariabler

2.43 Kommunikationssituationen

2.44 Opinionsledarskap

2.44.1 Politisk opinionsbildning

2.44.2 Annan opinionsbildning

2.45 Diffusion

2.46 Effektstudier

2.46.1 Politisk propaganda

2.46.2 Reaktioner för speciellt slags mediainnehåll

2.46.3 Förekomst av effekt

2.46.4 Metodstudier

Kjell Nowak 1963

Nowaks klassificering utgick från en **enkät** han skickat ut kring vart och på vilka sätt det bedrevs mediestudier – men den blandade högt och lågt. Undersökningen avsåg främst material från 1957 och framåt. Nowak själv kvantifierade inte materialet – förmodligen på grund av **dess spretiga karaktär**. Här återfanns olika tittarundersökningar hos Sveriges Radio, seminarieuppsatser av doktorander och trebetygsuppsatser från universiteten sida vid sida med opinionsundersökningar och tidningsstatistik.

Nowaks klassificeringen var med andra ord lika vetenskaplig som underlaget var brokigt. **Vetenskaplighet är en praktik som görs.**

Innehållsanalys

Enkäter är ett sätt att klassificera och beräkna, men vanligare inom MKV är att ägna sig åt olika former av **kvantitativ innehållsanalys**. Här handlar det inte sällan om **representationen** av X i **mediet** Y på basis av **urvalet** Z.

Exempel på kvantitativ innehållsanalys á la MKV

Digital Media Spaces of Fluid Politics

Participatory Assemblages and Networked Narratives

This paper explores international coverage of Pussy Riot and related digital network activism around the digital news flows. Theoretically, the essay takes as its starting point the focal position of processes of *assembly* and the realist social ontology of actor-network structures of digital media ecology. It explores new types of *participatory assemblages* and how they use *material* and *virtual media spaces* as part of their subversive action. In particular, the interest is in the relational space, digital network action and processes of assembly (Jackson, 1989; Shields, 1991; Keith and Pile, 1993; Crang, 1998). Drawing on recent studies on actor-network theory (Latour 2005, Serres 1995, Law & Hassard 1991) and assemblage theory (Deleuze & Guattari 1996; Hetherington and Law 2000; DeLanda 2006), it focuses on how thinking of media as assembling practices provides a basis for conceptualizations of the parameters of the media–politics nexus.

Empirically the paper explores actors and processes of media narratives in the online coverage in four newspapers (the Guardian, the New York Times, Novaya Gazeta, and Rossiiskaya Gazeta).

Key words: participatory assemblage, relational space, media narrative, Pussy Riot, digital network activism

Exempel på kvantitativ innehållsanalys á la MKV

Digital narratives as Assemblages: Data and Methods

Empirically this paper analyses the online coverage in four newspapers (the Guardian, the New York Times, Novaya Gazeta, and Rossiiskaya Gazeta). The sample consists of 194 articles from the Guardian, 127 from the New York Times, 472 from the Novaya Gazeta, and 230 from Rossiiskaya Gazeta. The main actors in the headline, and the news angle were systematically analysed and the text was analysed through looking for the organising principles, main concepts, space/place and actors.³

The sample covers a ten months' period (1 January to 22 December 2012). This sample includes the formative events that track the group expanding its role from a local to a global movement. These events were the '*Putin Zassal*' (Putin Has Pissed Himself) on 20 January 2012, when the band performed a protest song inspired by the events of the anti-Putin protests, at the Lobnoye Mesto in Red Square; The Punk Prayer on 21 February when five masked members of the band entered the Cathedral of Christ the Saviour in Moscow to play on the altar the five minutes' performances '*Madonna, Drive Putin Away*' after which guards came to escort them away. The video '*Punk Prayer: Mother of God Drive Putin Away*' uploaded to YouTube that same day amassing thousands of clicks.

Innehållsanalys

Berger framhåller att **systematisk klassifikation** av innehåll ligger till grund för mycket av den samtida medieforskningen. **Urval** ska vila på **representativitet** och **objektiva kriterier** (som andra forskare kan följa).

Berger citerar Charles R. Wrights bok, *Mass Communication: A Sociological Perspective*: "For example, analyses of the social class membership of **television characters** requires **clear specifcation of the criteria by which class is identified** and classified".

Innehållsanalys

Berger framhåller att **systematisk klassifikation** av innehåll ligger till grund för mycket av den samtida medieforskningen. **Urval** ska vila på **representativitet** och **objektiva kriterier** (som andra forskare kan följa).

Berger citerar Charles R. Wrights bok, *Mass Communication: A Sociological Perspective*: "For example, analyses of the social class membership of **television characters** requires **clear specification of the criteria by which class is identified** and classified".

En **invändning** – hur förhåller sig **form och innehåll** till varandra i televisuell representation av klass? Är det så enkelt att bara "räkna" hur många *workers* som förekommer i tv-såpa? Handlar det inte också om **sätten som de framställs på**, det vill säga hur klass **mediespecifikt** representeras?

Svensk films representation av Sverige

**En kvantitativ och kvalitativ studie
av representationen av olika grupper
i långa svenska spelfilmer som hade
premiär 2014**

Om studien

I 2013 års filmavtal står att ”stöden ska fördelas jämnt mellan kvinnor och män”, och att ”stödgivningen ska utgå från ett mångfaldsperspektiv”. Under samma år intensifierade Svenska Filminstitutets arbetet med att främja breddad representation och jämställdhet i svensk film. För detta har vi två handlingsplaner: ”På väg mot en jämställd filmproduktion” och ”Handlingsplan för breddad representation och tillgänglighet”. Båda kan laddas ner från vår webbplats sfi.se.

I den här studien har Filminstitutet uppdragit åt undersökningsföretaget Miklo att mäta och redovisa representativiteten i 30 långa spelfilmer som hade premiär i Sverige 2014. Syftet har varit att identifiera vilka mönster och strukturer som återfinns i svenska filmer när det gäller representation av Sverige och Sveriges befolkning. Vi har låtit Miklo studera hur karaktärerna i filmerna agerar, ser ut och konstrueras; och också förekomsten och framställningen av de grupper som är skyddade mot diskriminering enligt den svenska diskrimineringslagen: kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsvariation, sexuell läggning och ålder.

I studien presenteras resultaten för respektive grupp var för sig, med löpande exempel och statistik från filmerna. Undersökningen baseras på en kombination av kvantitativ och kvalitativ analys, och avslutas i en sammanfattande analys av det som framkommit i undersökningen. Statistik från samtliga filmer bifogas som bilaga till rapporten.

I studien konstateras följande:

- Sju procent av karaktärerna är invandrade svenskar, barn till invandrade svenskar eller tillhörande en minoritet
- En procent av alla karaktärer har en funktionsvariation
- Kvinnor och män har roller som växelvis är svaga och starka
- Transsexuella personer är i stort sett oreprenterade
- Troende och religiösa karaktärer förekommer sällan
- En procent av alla karaktärer är homo- eller bisexuella

Den här studien är en del av alla aktiviteter i de två handlingsplanerna. Vi har inte bestämt om vi ska göra om exakt samma studie för 2015 års filmer, eller om vi väljer att gå vidare på annat sätt.

Studien är skriven i ”vi”-form, med vi avses undersökningsföretaget Miklo.

Hjalmar Palmgren, chef för avdelningen Filmstöd

Metod

I undersökningen av filmerna har vi genomfört både en kvantitativ och en kvalitativ analys. Fördelen med att använda en kombination av kvantitativ och kvalitativ metod är att vi kan synliggöra mönster med hjälp av den samlade statistiken för alla filmer, och att vi får möjlighet att gå djupare i analysen av karaktärerna än vad som ges utrymme till när man enbart använder sig av en statistisk sammanställning.

I den kvantitativa delen har vi räknat hur många karaktärer som ryms inom kategorierna vi valt ut. Kategorierna är detsamma som beaktas i den svenska antidiskrimineringslagen (2008:567). Dessa är kön, könsidentitet eller könsuttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsvariation, sexuell läggning och ålder.

De karaktärer som räknats i filmerna är de som finns presenterade på rollistorna som tillhandahålls av Svenska Filminstitutets tjänst Svensk Filmdatabas, bortsett från 18 stycken i filmen *Bamse och tjuvstaden* som på rollistan stod med skådespelarnas namn, men utan tillhörande karaktär angiven. Totalt har vi undersökt 800 karaktärer i de 30 filmerna.

I den kvalitativa delen har vi också iakttagit fler karaktärer än de som anges i Svensk Filmdatabas, såsom statister och andra för handlingen mer perifera roller. Dessa personer har även spelat en roll för helheten om en film upplevs som normvidgande eller normbevarande. Den kvalitativa analysen har vi byggt på observationer, där vi analyserat hur karaktärerna framställs i filmens kontext och utifrån sin kategori.

Vi går i analysen inte in på konstnärliga aspekter av filmerna, och berör inte heller frågan om den konstnärliga friheten, utan håller oss till att analysera de mönster som de iakttar rörande hur de observerade grupperna representeras i filmerna.

Den kvantitativa delen av studien

Den kvantitativa delen av studien har genomförts genom att vi räknat antalet förekommande karaktärer utifrån de sju kategorierna i antidiskrimineringslagen. Dessa är:

- Sexuell läggning
- Ålder

Kategorierna ålder, etnicitet och funktionsvariation har räknats utifrån subjektiva antaganden om rollkaraktärens grupptillhörighet. Dessa förklaras närmare i kategoridefinitionen som redovisas under varje kategori, där vi beskriver hur vi gått tillväga för att identifiera och räkna karaktärer tillhörande de olika kategorierna.

Den kvalitativa delen av studien

I den kvalitativa delen av studien har vi analyserat karaktärerna i filmerna genom att undersöka hur dessa framställs som karaktärer och i relation till sin kategori, samt kategorins relation till övriga grupper som är identifierade i filmerna. Vi har bland annat tittat på om karaktärerna befinner sig i en underordnad eller överordnad ställning, om de upplevs som sympatiska eller osympatiska och om de uppfattas som starka eller svaga.

Vi har också undersökt om karaktärerna är aktiva eller passiva och vad de tillför till filmens handling samt om de, i sig själva och/eller tillsammans med andra karaktärer i filmen tillhörande samma kategori, bidrar till att vara normbevarande eller normvidgande.

Studiens reliabilitet

Vi är medvetna om att vi som observatörer är påverkade av vår subjektivitet både när vi klassificerar karaktärer in i kategorier och när vi i den kvalitativa analysen studerar hur karaktärer konstruerats. Detta gäller även de generella mönster som vi iakttagit i de observerade filmerna. En upprepning av studien genomförd av andra personer skulle därför kunna ge ett annat resultat.

Att redovisa en helt objektiv bild av filmerna är inte heller syftet. Målet är att synliggöra en bild av hur frekventa olika representanter i de olika kategorierna är, samt att diskutera hur detta manifesteras i strukturer och mönster i filmerna.

Vi är medvetna om att vi som observatörer är påverkade av vår subjektivitet både när vi klassificerar karaktärer in i kategorier och när vi i den kvalitativa analysen studerar hur karaktärer konstruerats.

Hynek Pallas: Reducera inte filmkonsten till politik

Publicerad 18 jun 2015 07:40   

Filminstitutet ställer sig bakom häpnadsväckande tunna analyser av representationen i svensk film. Hynek Pallas rasar mot den allt starkare trenden att reducera konst till politiskt instrument.

 Rekommendera 438

 Tweeta 2

I fredags presenterade Svenska Filminstitutet rapporten "Svensk films representation av Sverige". Studien, utförd av konsultföretaget Miklo, påstås vara "kvantitativ och kvalitativ".

Det är också den mest oseriösa studie av filminnehåll som jag någonsin har haft det tveksamma nöjet att läsa.

Rapportens syfte är att räkna antalet funktionshindrade, män, kvinnor, homosexuella och "invandrare" i 2014 års svenska filmer. Jag har, säkert till skillnad från många andra, inga problem med att detta görs. Jag har skrivit en avhandling om vithet på film och problematiserat den bristande representationen många gånger om.

ANNONS:



redbet

100%
VÄLKOMSTBONUS
UPP TILL
2000 KR

Unik bonuskod:
BET2000

ÖPPNA KONTO »

TIDIGARE ARTIKLAR



Rädda biograferna åt filmkonsten | 10 maj



Lovvärd aptitretare om Roy Andersson | 19 mar



Vit rädsla | 03 feb

Hynek Pallas: Är SFI nöjda med sin studie?

Publicerad 26 jun 2015 10:36   

Hynek Pallas replikerar på Hjalmar Palmgren från Svenska Filminstitutet i debatten om representation i svensk film.



Rekommendera

11



Tweeta

9

Konsultbolaget Miklo kallar "studien" "Svensk films representation av Sverige" kvantitativ och kvalitativ. Det tycks inte som varken de eller Hjalmar Palmgren på SFI vet vad detta betyder.

Det stämmer att de listat att 1 av 100 karaktärer i "En duva..." är av "annan sexualitet än heterosexuell".

Men inte vem.

Därför gick jag till det diagram där Miklo diskuterar de tre övriga filmer med vad som nu kallas "homo- eller bisexuella karaktärer". Samtliga filmer utom "En duva" diskuteras. (Här skrev jag felaktigt "karaktärer i stället för "filmer" i min ursprungstext).

Jag reagerade på detta och mystiken tätnade när "studien" ett par stycken längre ner gör ett längre nedslag i just "En duva" och Karl XII. Till och med i dennes "sexuella anspelningar". Utan att nämna "homosexualitet".

ANNONS:



100%
VÄLKOMSTBONUS
**UPP TILL
2000 KR**
Unik bonuskod:
BET2000

ÖPPNA KONTO »

TIDIGARE ARTIKLAR



"Vi vill väcka tankar hos filmskaparna" | 26 jun



Hynek Pallas: Reducera inte filmkonsten till politik | 18 jun

Innehållsanalys

"...hur man kan göra en representationsanalys utan det sammanhang som personer – må de sen vara funktionshindrade, homosexuella eller kvinnor – ingår i. Detta sammanhang kan sedan vara "genre", eller just "konstnärliga aspekter" som har med **filmens eget språk** att göra. **Vad innebär det till exempel att en person får mer tid i närbild, filmas med en viss vinkel, ljussätts på olika vis?**

Innehållsanalys

*"...hur man kan göra en representationsanalys utan det sammanhang som personer – må de sen vara funktionshindrade, homosexuella eller kvinnor – ingår i. Detta sammanhang kan sedan vara "genre", eller just "konstnärliga aspekter" som har med **filmens eget språk** att göra. **Vad innebär det till exempel att en person får mer tid i närbild, filmas med en viss vinkel, ljussätts på olika vis?***

Vad **Pallas** sätter fingret på är just hur kvantitativ metod och innehållsanalys (i generella termer) genom sin iver att klassificera och beräkna nästan alltid tappar bort det som är **mediespecifikt** och som därigenom påverkar exempelvis representationsfrågor. "Hur många" är inte alltid viktigare än mediespecifika (och i detta fall fimestetiska) representationsfigurer.

Innehållsanalys – Critical Discourse Analyses

Kritisk diskursanalys är **ett vanligt sätt inom MKV att utföra innehållsanalys** – både i kvantitativ och i kvalitativ metodologisk bemärkelse. CDA är ett slags övergripande akademiskt synsätt – med bas i lingvistik – som undersöker och analyserar relationen mellan diskurser och olika samhällsfenomen, i synnerhet olika former av **maktstrukturer**.

Diskurs ses i kritisk diskursanalys som olika slags praktiker vilka både påverkar och påverkas av samhället och människor. Språk och text är centrala kategorier inom CDA; enligt Norman **Fairclough** är allt språkbruk en **kommunikativ händelse** (Habermas) på tre sätt: som **text** (det vill säga både tal, skrift, bild, rörlig bild etctera), som **diskursiv praktik och utsaga**, och som **social praktik och handling**. Här finns konstant en betydande risk att det mediespecifika reduceras till lingvistisk, beräkningsbar text.

Critical Discourse Analyses

Thus, CL and CDA may be defined as fundamentally concerned with analysing opaque as well as transparent structural relationships of dominance, discrimination, power and control as manifested in language. In other words, CDA aims to investigate critically social inequality as it is expressed, signalled, constituted, legitimized and so on by language use (or in discourse). Most critical discourse analysts would thus endorse Habermas's claim that 'language is also a medium of domination and social force. It serves to legitimize relations of organized power. In so far as the legitimations of power relations, . . . are not articulated, . . . language is also ideological' (Habermas, 1977: 259 and see below).

– Ruth Wodak 2001

Critical Discourse Analyses

Michael Meyer

CONTENTS

CDA as a difference that makes a difference	14
Methodology of CDA	17
<i>Theoretical grounding and objectives</i>	18
<i>Methodology in data collection</i>	23
<i>Methodology in operationalization and analysis</i>	25
Criteria for assessing quality	29
Conclusion: CDA sitting on the fence	30

CDA as a difference that makes a difference

Approaches to social research are not isolated in space. In simplified terms they can be understood as a certain set of explicitly or implicitly defined theoretical assumptions which are specifically linked with empirical data, permit specific ways of interpretation and thus reconnect the empirical with the theoretical field. Normally approaches obtain and maintain their identities by distinguishing themselves from other approaches.¹ It is generally agreed that CDA must not be understood as a single method but rather as an approach, which constitutes itself at different levels – and at each level a number of selections have to be made.

Kvantitativ enkätforskning

Inom MKV är utskick av enkäter (eller surveyundersökningar) en vanligt förekommande forskningsmetod. Det är ett tämligen enkelt sätt att få tillgång till information om de frågor man önskar studera, och för att vara vetenskapligt korrekt bör enkäter skickas till **ett obundet och slumpmässigt urval** av Sveriges befolkning.

Kvantitativ enkätforskning

Inom MKV är utskick av enkäter (eller surveyundersökningar) en vanligt förekommande forskningsmetod. Det är ett tämligen enkelt sätt att få tillgång till information om de frågor man önskar studera, och för att vara vetenskapligt korrekt bör enkäter skickas till **ett obundet och slumpmässigt urval** av Sveriges befolkning.

Berger skiljer mellan **(A.) deskriptiva** och **(B.) analytiska** surveyundersökningar – de förra strävar främst efter att förteckna olika slags **basinformation** om användare; de senare handlar mer om **beteenden och varför-frågor**.

Kvantitativ enkätforskning (A.)

HAR MASSMEDIEFORSKNING BEDRIVITS VID INSTITUTIONEN PERIODEN 1965-75?

- ☒ Ja
☐ Nej

Om ja, fortsätt till fråga 1

Om nej, avbryt här

Forskare

1) Vilken eller vilka forskare, huvudsakligen eller delvis inriktade på massmedier, är eller har varit verksamma vid institutionen under perioden 1965-75?

Namn - ange med (+) om vederbörande för närvarande är knuten till institutionen som lärare, forskare, doktorand eller dylikt	Befattning/titel	Huvudinriktning ^{a)} inom forskningsområdet och/eller anknytning till projekt (ange projektets namn)
--	------------------	---

a) Med huvudinriktning avses här forskarens huvudsakliga inriktning på material etc - se punkt 2-4 i avd B fråga 2 nedan. Exempel: dagspress - innehåll - innehållsanalys.

Forskningsprojekt

2. Vilket eller vilka (större) forskningsprojekt, huvudsakligen eller delvis inriktade på massmedier, har ägt rum inom institutionen under perioden 1965-75? Ange för respektive projekt följande:

AVDELNING A Organisation och ekonomi

- 1) projektets namn
- 2) när det startade och, om det avslutats, då detta ägde rum; om det pågår, när det beräknas vara avslutat
- 3) vem eller vilka som tagit initiativet till projektet
- 4) vem eller vilka som varit huvudansvariga för det löpande arbetet inom projektet och vilka personer som medverkat i övrigt; ange de medverkandes anställningsförhållanden eller annan typ av anknytning till institutionen, t ex som doktorand
- 5) projektets finansiering avseende
 - a) interna källor: ange i förekommande fall sådana interna källor/resurser, t ex tjänster och servicepersonal, som haft betydelse för projektets genomförande och om möjligt värdet av dessa;
 - b) externa källor: ange i förekommande fall medelsbeviljande organ eller motsvarande och anslagets storlek

AVDELNING B Inriktning och resultat

- 1) kortfattad beskrivning av projektets syfte/målinriktning med avseende på centrala frågeställningar, problem- och teoretisk orientering o dyl; bifoga gärna kopia av ansökningshandlingar till medelsbeviljande organ, projektbeskrivning o dyl
- 2) typ eller typer av material som blivit föremål för undersökning, t ex böcker, dagspress, fackpress, film, populärpress, radio, TV, teater, tidskrifter, tryckt informationsmaterial för massspridning, utställningsverksamhet, video; om annat material, ange detta
- 3) inriktning på sändare, innehåll, medium, mottagare, effekt eller medium/kanal med avseende på tekniska aspekter
- 4) metod för undersökningen, t ex intervju, enkät, innehållsanalys; om annan, ange vilken
- 5) vilken eller vilka publikationer projektet givit upphov till; ange författartitel och årtal samt slag av publikation, t ex tryckt skrift, uppsats

Kvantitativ enkätforskning (B.)

DE FÖRSTA FRÅGORNA GÄLLER VILKA MASSMEDIER DU TAR DEL AV						
FRÅGA 1. Hur ofta brukar Du titta på eller lyssna till följande typer av nyhetsprogram i radio och TV?						
		Dagligen	5-6 ggr/ vecka	3-4 ggr/ vecka	1-2 ggr/ vecka	Mer sällan Aldrig
(17)	Nyheter i lokalradion	☐	☐	☐	☐	☐
(18)	Aktuellt i TV	☐	☐	☐	☐	☐
(19)	Rapport i TV	☐	☐	☐	☐	☐
(20)	Dagens Eko i riksradien	☐	☐	☐	☐	☐
(21)	Regionala nyheter i TV	☐	☐	☐	☐	☐
		1	2	3	4	5 6
FRÅGA 2. Hur mycket brukar Du se på av följande typer av TV-program?						
		Allt/I stort sett allt	Ganska mycket	Inte särskilt mycket	Ingenting/Nästan inget alls	
(22)	Underhållningsprogram	☐	☐	☐	☐	
(23)	Nyhetsprogram	☐	☐	☐	☐	
(24)	Dokumentär- och sam- hällsprogram	☐	☐	☐	☐	
(25)	Sportprogram	☐	☐	☐	☐	
(26)	Kulturprogram	☐	☐	☐	☐	
		1	2	3	4	
FRÅGA 3. Vilken morgontidning brukar Du läsa regelbundet? (Med regelbundet menas här minst ett nummer per vecka. Om Du läser mer än en morgontidning - ange vilken Du betraktar som <u>Din lokala morgontidning</u>).						
(27)	1 (Tidningens namn)					
	☐ 2 Läser ingen morgontidning regelbundet					

Enkät som forskningsmetod

Precis som med **intervjuer** listar **Berger** ett antal **metodologiska problem** med enkäter:

- > folk ljugar
- > folk misstar sig och "kryssar fel" – fast de tror sig säga sanningen
- > alltför låg **svarsfrekvens** – **enkätskolket** ökar generellt
- > att formulera precisa enkätfrågor är mycket svårt
- > svar blir till en sorts latent variabel som skapas genom att ställa frågan; "**som man frågar får man svar**"

Enkät som forskningsmetod

Precis som med **intervjuer** listar **Berger** ett antal **metodologiska problem** med enkäter:

- > folk ljugar
- > folk misstar sig och "kryssar fel" – fast de tror sig säga sanningen
- > alltför låg **svarsfrekvens** – **enkätskolket** ökar generellt
- > att formulera precisa enkätfrågor är mycket svårt
- > svar blir till en sorts latent variabel som skapas genom att ställa frågan; "**som man frågar får man svar**"

SOM-undersökning

DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2014

FRIDA VERNERSDOTTER

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför varje höst sedan 1986 en nationell frågeundersökning i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet drivs av Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Den nationella SOM-undersökningen 2014 är den senaste i raden av dessa undersökningar¹. Undersökningen skickas ut till ett obundet slumpmässigt urval av Sveriges befolkning. Data samlas primärt in via postala enkäter, men sedan undersökningsåret 2012 ges respondenterna även möjligheten att svara digitalt via internet. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara jämförbara.

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner främst inom samhällsvetenskap. Deltar i undersökningen gör också externa parter, via särskilda forskningsprojekt; 2014 gäller det exempelvis Sveriges riksdag, Sveriges Television, Svenska institutet för europapolitisk forskning (SIEPS) och Energimyndigheten.

I föreliggande kapitel redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2014, den 29:e i ordningen. Det handlar om studiens upplägg, fältarbetets olika moment samt resultatens representativitet.

SOM-undersökning

DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2014

FRIDA VERNERSDOTTER

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför varje höst sedan 1986 en nationell frågeundersökning i syfte att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat Samhälle, Opinion och Medier. SOM-institutet drivs av Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) och Statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet.

Den nationella SOM-undersökningen 2014 är den senaste i raden av dessa undersökningar¹. Undersökningen skickas ut till ett obundet slumpmässigt urval av Sveriges befolkning. Data samlas primärt in via postala enkäter, men sedan undersökningsåret 2012 ges respondenterna även möjligheten att svara digitalt via internet. Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara jämförbara.

Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner främst inom samhällsvetenskap. Deltar i undersökningen gör också externa parter, via särskilda forskningsprojekt; 2014 gäller det exempelvis Sveriges riksdag, Sveriges Television, Svenska institutet för europapolitisk forskning (SIEPS) och Energimyndigheten.

I föreliggande kapitel redovisas genomförandet av den nationella SOM-undersökningen 2014, den 29:e i ordningen. Det handlar om studiens upplägg, fältarbetets olika moment samt resultatens representativitet.

”Data samlas primärt in via **postala enkäter** ... Varje undersökning genomförs under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultaten från de olika åren ska vara **jämförbara**.”

SOM-undersökning

DE FÖRSTA FRÅGORNA GÄLLER VILKA MASSMEDIER DU TAR DEL AV						
FRÅGA 1. Hur ofta brukar Du titta på eller lyssna till följande typer av nyhetsprogram i radio och TV?						
		Dagligen	5-6 ggr/ vecka	3-4 ggr/ vecka	1-2 ggr/ vecka	Mer sällan Aldrig
(17)	Nyheter i lokalradion	☐	☐	☐	☐	☐
(18)	Aktuellt i TV	☐	☐	☐	☐	☐
(19)	Rapport i TV	☐	☐	☐	☐	☐
(20)	Dagens Eko i riksradien	☐	☐	☐	☐	☐
(21)	Regionala nyheter i TV	☐	☐	☐	☐	☐
		1	2	3	4	5 6
FRÅGA 2. Hur mycket brukar Du se på av följande typer av TV-program?						
		Allt/I stort sett allt	Ganska mycket	Inte särskilt mycket	Ingenting/Nästan inget alls	
(22)	Underhållningsprogram	☐	☐	☐	☐	
(23)	Nyhetsprogram	☐	☐	☐	☐	
(24)	Dokumentär- och sam- hällsprogram	☐	☐	☐	☐	
(25)	Sportprogram	☐	☐	☐	☐	
(26)	Kulturprogram	☐	☐	☐	☐	
		1	2	3	4	
FRÅGA 3. Vilken morgontidning brukar Du läsa regelbundet? (Med regelbundet menas här minst ett nummer per vecka. Om Du läser mer än en morgontidning - ange vilken Du betraktar som <u>Din lokala morgontidning</u>).						
(27)	1	(Tidningens namn)				
	☐ 2 Läser ingen morgontidning regelbundet					

1986

NYHETER & MEDIER						
Fråga 1 Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram i radio och tv?						
		Dagligen	5-6 dagar/ vecka	3-4 dagar/ vecka	1-2 dagar/ vecka	Mer sällan Aldrig
	Lokala nyheter i radions P4	☐	☐	☐	☐	☐
	Ekonyheterna i radion	☐	☐	☐	☐	☐
	Aktuellt/Rapport i SVT	☐	☐	☐	☐	☐
	Regionala nyheter i SVT	☐	☐	☐	☐	☐
	TV4 Nyheterna	☐	☐	☐	☐	☐
Fråga 2 Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?						
		Dagligen	5-6 dagar/ vecka	3-4 dagar/ vecka	1-2 dagar/ vecka	Mer sällan
	 (morgontidningens namn)	☐	☐	☐	☐	☐
		☐	☐	☐	☐	☐
	☐ Jag läser aldrig någon morgontidning på papper					
Fråga 3 Brukar du läsa eller titta i följande tidningar?						
		Dagligen	5-6 dagar/ vecka	3-4 dagar/ vecka	1-2 dagar/ vecka	Mer sällan Aldrig
	Aftonbladet	☐	☐	☐	☐	☐
	...på papper	☐	☐	☐	☐	☐
	...på internet	☐	☐	☐	☐	☐
	Expressen/GT/Kvällsposten	☐	☐	☐	☐	☐
	...på papper	☐	☐	☐	☐	☐
	...på internet	☐	☐	☐	☐	☐
Fråga 4 Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?						
	☐ Jag tar aldrig del av nyheter på internet					
		Dagligen	5-6 dagar/ vecka	3-4 dagar/ vecka	1-2 dagar/ vecka	Mer sällan Aldrig
	Dagens Nyheter	☐	☐	☐	☐	☐
		☐	☐	☐	☐	☐

2014

SOM-undersökning

”Fältarbetet utförs av ett fristående undersökningsföretag i nära samarbete med SOM-institutet som kontinuerligt utvärderar genomförandet. Undersökningsföretaget svarar för den tekniska delen av datainsamlingen så som tryck, distribution, telefonpåminnelse och skanning; SOM-institutet svarar för allt innehåll i utskick och enkäter.”

Med andra ord föreligger det en **betydande likhet** mellan SOM och andra opinionsundersökningar och de företag som utför dessa. Samtidigt är SOM mycket noggranna med att **framhäva undersökningens vetenskaplighet**, samt att redovisa i detalj hur undersökningen gått till väga.

SOM-undersökning

Tabell 3 Fältarbetets moment i den nationella SOM-undersökningen 2014

12 sept 2014	Utskick av aviseringsvykort
19 sept	Utskick av enkät, följbrev, informationsbroschyr, svarskuvert och penna (B-post). Försändelsen nådde ut till respondenterna onsdagen den 29 sept.
29 sept	Utskick av tack-/påminnelsevykort
6 okt	Utskick av enkät, följbrev, informationsbroschyr och svarskuvert till intervju-personer som ännu inte sänt in enkäten, introduktion av möjligheten att svara via webben
16 okt–16 nov	Telefonpåminnelse till svarspersoner som ej sänt in enkäten (med utskick av ny enkät till de som saknar och postal bekräftelse till övriga som sagt att de ämnar delta)...
alt. 28 okt	...postal påminnelse till personer utan känt telefonnummer
alt. 18 nov	...postal påminnelse till personer som ej kunnat nås per telefon och SMS till alla med känt mobilnummer som sagt på telefon att de ämnar delta
alt. 19-20 nov	SMS-påminnelse med inloggningsuppgifter till webbenkäten till alla med känt mobilnummer som personer som ej kunnat nås per telefon
28 nov–8 dec	Telefonpåminnelse motsvarande 16 okt–16 nov inklusive motsvarande postala komplement
22 dec	Utskick av enkät, följbrev och svarskuvert till alla som sagt per telefon att de ämnar delta
7 jan 2015	Utskick av enkät, följbrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" – med frågan om varför man inte önskar/kan delta – till samtliga
alt. 19 jan	Utskick av enkät, följbrev, svarskuvert samt "bortfallsenkät" till samtliga som inte hörts av per telefon under fältarbetets gång

SOM-undersökning



MKV & kvantitativa metoder

Avslutningsvis vill jag anföra att om den här föreläsningen understundom haft en något **kritisk underton**, så beror det framför allt på **att jag de facto inte anser att kvantitativa metoder är speciellt kvantitativa**. Det var de 1986 då statsvetenskapen i Göteborg med sin SOM – gjorde "en stor frågeundersökning om massmedier" – men att **idag** undersöka 10 000 personers medievanor är **inte speciellt imponerande**. I en digital mediemiljö är det snarare ett försvinnande litet antal; här räknas underlag i åtminstone hundratusentals användare, och i regel ännu fler. **Google arbetar ju inte direkt med enkäter**. Det är viktigt att komma ihåg; i relation till digitala metoder framstår kvantitativa metoder som närmast kvalitativa.

– tack.

