

# VAL AV NYHETSKANAL NÄR KRISER INTRÄFFAR

MARINA GHERSETTI

Nyhetsförmedling handlar om att ge människor den information de behöver och den information de vill ha. Behöver, för att kunna orientera sig i samhället och fatta rätt beslut om viktiga frågor och i känsliga situationer. Vill ha, för att bildas och underhållas. Verkligheten är nämligen både på gott och ont långt mer sammansatt än i Lycksalighetens ö, där livet är oföränderligt och nyhetsförmedling därför fullständigt överflödigt. När inget händer vad finns det då för nyheter att berätta?

Allt som händer i vår värld är dock inte lika viktigt eller ens lika intressant att berätta om. Det vet varje journalist och alla som suttit igenom en långrandig historia utan mål och mening, vikt eller relevans. Men så finns det också nyheter som alla snabbt både vill och behöver ta del av, de som berör många och som ibland på ett påtagligt sätt styr vad vi företar oss och hur.

Kriser och katastrofer är händelser som utlöser den typen av informationsbehov hos allmänheten. Detta kapitel handlar om hur människor använder sig av massmedier i sådana situationer.

## Medier och kriser

När omständigheter inträffar som kan vålla skador på person eller egendom, är särskilt allvarliga eller kan hota grundläggande samhälleliga funktioner rör det sig ofta om en kris eller katastrof (Nord & Strömbäck 2005, [www.krisinformation.se](http://www.krisinformation.se)). Många händelser under de senaste åren passar in: Tsunamikatastrofen i Thailand 2004, stormen Gudrun 2005, svininfluensan 2009, den ekonomiska krisen 2009/10, självmordsbombaren i Stockholm 2010 och snökaoset vintern 2010/11, bara för att nämna några som drabbat Sverige och svenskar.

I sådana fall är massmedierna den viktigaste informationskanalen, och det är också dit människor oftast vänder sig för upplysningar och vägledning. I enlighet med svensk lag kan myndigheter i vissa situationer använda radio och tv för att skicka ett så kallat viktigt meddelande till allmänheten (VMA), det vill säga larma om att hot föreligger eller något allvarligt skett (Prop. 2005/06:133). Under decennier var också radion det medium som hade störst publik vid stora nyhetshändelser, men det ändrades 2001 i samband med terrorattackerna i USA då flest svenskar fick information om och följde händelseutvecklingen i tv (Modh 2003).

Sedan dess har stora förändringar skett i det svenska medielandskapet. Den digitala tekniken har medfört nya medier – till exempel digital-tv, smartphones och läsplattor, men också chattar, minibloggar och communities som Facebook, Twitter och Youtube. Vidare har gamla mönster för medieanvändning börjat luckras upp medan

nya etableras. Idag är det till exempel fler hushåll som har internetuppkoppling än tidningsprenumeration (Wadbring & Bergström 2010), och tidningsläsning på papper sjunker i alla åldersgrupper utom bland de allra äldsta (Bergström & Wadbring 2010, Färdigh och Westlund 2010). Samtidigt ökar andelen som tar del av nyheter genom mobiltelefonen (Westlund 2010), radiolyssnandet minskar (Strid 2010) och tv-tittandet blir allt mer individualiserat när den rörliga bilden finns på många olika plattformar (Bjur 2010).

Mycket tyder också på att människor tar del av medier vid andra tidpunkter än tidigare. Många väntar tills de kommer till arbetet och använder datorn där för att läsa senaste nytt, antingen direkt på morgonen eller vid lunchtid (Hadenius m fl 2008). Det är också vanligt att använda mobiltelefonen för snabba uppdateringar medan man står i kö, väntar hos tandläkaren eller sitter på bussen (Dimmick m fl 2010).

Mot denna bakgrund är ett rimligt antagande att människors medievanor också har ändrats i samband med hot och kriser. Det vill säga att radio och tv inte längre självklart är de medier som man först vänder sig till när något allvarligt inträffat.

Begreppen kris och katastrof omfattar mycket skilda typer av händelser som kan komma successivt eller plötsligt, och drabba olika stora grupper, direkt såväl som indirekt (jfr Gheretti & Odén 2010a). Somliga hot är allvarligare och mer akuta, som till exempel ett närliggande gasutsläpp, då det är extra viktigt för människor att få snabb och korrekt information så att de kan skydda sig eller på annat sätt tillvarata sina intressen. Sedan finns det kriser som är akuta men inte inträffar nära, så som en terrorattack i något grannland. Också då behövs snabb information, till exempel om även Sverige är utsatt för hot och om kommunikationerna till det drabbade landet fungerar, men oftast är inga omedelbara åtgärder nödvändiga. Man kan också tänka sig en tredje typ av kriser, de som är allvarliga men långsamma och som går att förutse. Ett måttligt allvarligt miljöproblem eller en annalkande epidemi kan tjäna som exempel. I de fallen måste inte informationen vara lika snabb, men fortfarande korrekt och saklig.

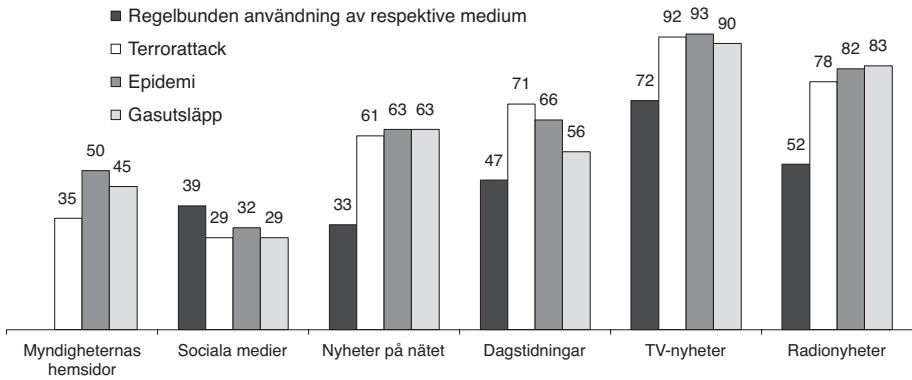
Ett andra antagande är därför att också typen av hot eller kris påverkar vilka medier allmänheten använder för att informera sig. Ju allvarligare och närmare hotet är, desto större sannolikhet för att människor söker sig till snabba och lätt åtkomliga medier.

### **Information från etermedier i en klass för sig**

I SOM-undersökningen 2010 ställdes frågan om vilka nyhetskällor som människor skulle använda i fall av hot och kriser, och i vilken utsträckning. Tre hypotetiska fall angavs: ett giftigt gasutsläpp i den egna kommunen, en allvarlig epidemi som närmade sig från utlandet och en stor terrorattack med många dödsoffer i ett av Sveriges grannländer. De tre fallen valdes med utgångspunkt i faktorer som har att göra med hotets allvar (mycket allvarligt, mindre allvarligt), hastighet (snabbt, långsamt) och närhet (lokalt, nationellt, internationellt).

Medieanvändning i samband med kriser har vidare jämförts med regelbunden medieanvändning, det vill säga vilka medier människor i allmänhet tar del av.

**Figur 1 Vilka medier som människor använder regelbundet, och i stor utsträckning i händelse av giftigt gasutsläpp i kommunen, epidemi i landet eller terrorattack i grannlandet, 2010 (procent)**



**Kommentar:** På frågorna kring regelbunden medieanvändning har svarsalternativen rangordnats från "dagligen" eller "6-7 dagar/veckan" till "aldrig" eller "mer sällan". Till regelbunden användning har räknats minst 5-6 dagar/vecka för radio och tv, minst 5 dagar/vecka för tryckta morgontidningar, minst 3 dagar/vecka för tryckta kvällstidningar och nyheter på internet samt minst flera gånger i veckan för sociala medier. Uppgifter saknas om regelbunden användning av myndigheternas hemsidor. I figuren har frågorna om regelbunden användning av tryckta morgontidningar och kvällstidningar räknats samman till kategorin "dagstidningar", liksom att frågor om regelbunden användning av morgon- och kvällstidningar på internet har räknats om till "nyheter på nätet". På frågorna om medieanvändning i samband med kriser har svarsalternativen rangordnats från "i mycket stor utsträckning" till "inte alls". Till stor utsträckning har räknats de som svarat att de använder medierna i mycket eller ganska stor utsträckning. **Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Televisionen är det medium som nästan alla, över 90 procent, skulle vända sig till för information i fall av kris eller hot, oberoende av krisens art. Näst vanligaste mediet är radion med runt 80 procent. Det är tydligt att etermedierna har en särskild ställning när människor snabbt är i behov av information. På en närmast delad tredje plats kommer dagstidningar och nyheter på internet med strax över 60 procent. Det innebär att nyheter på internet har en stor publik när något allvarligt händer, betydligt större än i vanliga fall. Avsevärt färre skulle vända sig till myndigheternas hemsidor, runt 40 procent, eller sociala medier, 30 procent.

Sociala medier är ett ganska ospecificerat begrepp och inkluderar så skilda fora som Facebook, Twitter, familje- och trädgårdsbloggar. Sannolikt används nyhetsbloggar som till exempel Twitter och Youtube i större utsträckning som informationskanal i samband med stora nyhetshändelser – det blev tydligt under vårens händelser i Tunisien, Egypten och Syrien – än communities, wikies och andra typer av sociala medier. Man kan därför inte utesluta att andelen som använder sociala medier i samband med kriser och katastrofer skulle varit högre om frågan i enkäten varit specifikt inriktad mot denna typ av kanaler.

Människor uppger vidare att de skulle använda medierna ungefär lika mycket, oberoende av vilket hot det rör sig om, med undantag för dagstidningar och myndigheternas hemsidor där användningen varierar beroende på typ av kris. Dagstidningarna utnyttjas minst i samband med snabba och akuta katastrofer som gasutsläpp, men däremot mer för katastrofer som inträffar längre bort och inte är direkt hotfulla, som till exempel terrorattacker utomlands.

Användningen av myndigheternas hemsidor hamnar sammantaget överraskande högt, och är särskilt hög i samband med epidemier. Resultatet ska tolkas mot bakgrund av att Sverige 2009 drabbades av svininfluensan, liksom många andra länder. Då epidemin drog in över landet lade ansvariga myndigheter ut uppgifter om smittspridning, antal insjuknade och avlidna, vaccination och biverkningar på Krisinformation.se, en informationsplats på internet. Informationsarbetet var mycket framgångsrik, vilket inte minst avspeglas i att 60 procent av svenskarna vaccinerade sig, fler än i något annat land. Myndigheternas öppenhet och enkla men ihållande budskap om vaccinering anses vara en förklaring till den höga vaccinationsgraden. En bakomliggande och sannolikt lika viktig orsak är det höga förtroende som svenskar generellt har för myndigheterna, och för den information som kommer därifrån (Holmberg & Weibull 2008, Gheretti & Odén 2010a).

Jämfört med hur människor brukar ta del av nyhetsmedier, så skiljer sig mönstret i samband med kriser och hot. Ett första konstaterande är att många tar del av mer nyheter än vanligt. Stora händelser, och då särskilt hotfulla sådana, skapar osäkerhet och oro, och behovet av information växer.

Störst är avvikelserna från genomsnittlig användning för radionyheter och nyheter på internet. Användningen i kris skiljer sig med i snitt 29 procentenheter från regelbunden användning för båda medietyperna. En rimlig förklaring är att radio och internet idag finns i de flesta mobiltelefoner, och därmed i nästan var mans ficka. De är helt enkelt de medier som ligger närmast till hands när man genast behöver information. Men också televisionen är överrepresenterad jämfört med normalanvändning med en genomsnittlig skillnad på 20 procentenheter. Dels utökas numera antalet reguljära sändningar när stora händelser inträffar, dels finns tv-nyheter ständigt tillgängliga och uppdaterade på webben, till exempel på svt.play. Minst överrepresenterade är de tryckta dagstidningarna som halkar efter de snabbare medierna i nyhetsloppet i samband med kriser.

Ett andra konstaterande är att sociala medier avviker helt och hållet från mönstret ovan. Där sjunker användandet i samband med kriser och hot, vilket stärker antagandet att denna typ av medier främst förknippas med annat än nyhetsbloggar (jfr Annika Bergströms kapitel om internet i denna volym).

## **Kön, ålder och utbildning har betydelse**

Vi vet från tidigare forskning att medieanvändning och nyhetskonsumtion styrs av bakomliggande faktorer som har att göra med kön, utbildning, ålder och klasstillhörighet, för att nämna några av de viktigaste (Reimer 1994). Uppväxtvillkor och

social tillhörighet präglar såväl vilka medier man tar del av, hur ofta och med vilka innehållspreferenser, liksom många andra individuella intressen och vanor (Bourdieu 1993). Så tar till exempel unga människor oftare del av nyheter på webben än i papperstidningar (Bergström & Wadbring 2010) och använder sociala medier i högre utsträckning än äldre (Bergström 2010), högutbildade konsumerar mer nyheter och i andra medier än lågutbildade (Hadenius m fl 2008) och äldre tittar på tv i större utsträckning än andra åldersgrupper.

**Tabell 1** *Vilka medier som människor använder regelbundet, och i stor utsträckning i händelse av giftigt gasutsläpp i kommunen, epidemi i landet eller terrorattack i grannlandet efter kön, 2010 (procent)*

	Kvinnor	Män	Differens kv-m	Antal svar
<b>TV-NYHETER</b>				
Terrorattack	50	43	+ 7	1553
Epidemi	50	43	+ 7	1548
Gasutsläpp	49	45	+ 4	1391
Regelbunden användning	38	34	+ 4	3272
<b>RADIO-NYHETER</b>				
Terrorattack	42	37	+ 5	1541
Epidemi	44	39	+ 5	1543
Gasutsläpp	44	39	+ 5	1563
Regelbunden användning	26	26	0	3175
<b>NYHETER PÅ NÄTET</b>				
Terrorattack	33	28	+ 5	1437
Epidemi	34	29	+ 5	1434
Gasutsläpp	34	28	+ 6	1452
Regelbunden användning	14	18	- 4	4796
<b>DAGSTIDNINGAR</b>				
Terrorattack	40	31	+ 9	1505
Epidemi	38	28	+ 10	1504
Gasutsläpp	32	24	+ 8	1509
Regelbunden användning	25	22	+ 3	7379
<b>SOCIALA MEDIER</b>				
Terrorattack	18	11	+ 7	1380
Epidemi	20	12	+ 8	1382
Gasutsläpp	17	12	+ 5	1399
Regelbunden användning	24	15	+ 9	4156
<b>MYNDIGHETERNAS HEMSIDOR</b>				
Terrorattack	20	15	+ 5	1380
Epidemi	28	22	+ 6	1408
Gasutsläpp	25	19	+ 6	1425

**Kommentar:** Se Figur 1.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Kvinnor och män uppger att de skulle använda medierna på i huvudsak samma sätt i fall av kris eller hot, även om kvinnorna skulle använda alla medier i något högre utsträckning än männen. Störst skillnad mellan könen är det för dagstidningar, tv-nyheter och sociala medier.

**Tabell 2** *Vilka medier som människor använder regelbundet, och i stor utsträckning i händelse av giftigt gasutsläpp i kommunen, epidemi i landet eller terrorattack i grannlandet efter ålder, 2010 (procent)*

	16-29 år	30-49 år	50-64 år	65-85 år	Differens ung- gammal	Antal svar
<b>TV-NYHETER</b>						
Terrorattack	14	29	26	24	- 10	1437
Epidemi	14	30	25	24	- 10	1435
Gasutsläpp	13	28	25	24	- 11	1391
Regelbunden användning	5	19	23	25	- 20	2357
<b>RADIO-NYHETER</b>						
Terrorattack	8	24	24	23	- 15	1211
Epidemi	9	26	24	23	- 14	1274
Gasutsläpp	9	26	16	23	- 14	1563
Regelbunden användning	3	14	18	17	- 14	1660
<b>NYHETER PÅ NÄTET</b>						
Terrorattack	13	25	16	7	+ 6	870
Epidemi	14	26	16	7	+ 7	903
Gasutsläpp	13	26	16	8	+ 5	911
Regelbunden användning	7	14	8	4	+ 3	4796
<b>DAGSTIDNINGAR</b>						
Terrorattack	10	21	20	20	- 10	1069
Epidemi	9	19	18	20	- 11	997
Gasutsläpp	8	14	16	18	- 10	845
Regelbunden användning	4	12	15	16	- 12	7565
<b>SOCIALA MEDIER</b>						
Terrorattack	8	11	7	3	+ 5	401
Epidemi	8	12	8	4	+ 4	442
Gasutsläpp	8	11	7	3	+ 5	401
Regelbunden användning	16	16	6	1	+ 15	1621
<b>MYNDIGHETERNAS HEMSIDOR</b>						
Terrorattack	6	14	10	5	+ 1	482
Epidemi	8	20	15	7	+ 1	709
Gasutsläpp	7	18	13	6	+ 1	634

**Kommentar:** Se Figur 1.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Det innebär också att kvinnor i högre utsträckning än män ökar sin medieanvändning just i samband med kriser och katastrofer. Särskilt skulle kvinnorna ta del av nyheter på internet i betydligt högre grad än de vanligtvis gör, och mer än männen som annars är de som använder denna nyhetskanal mest. Likaså skulle kvinnorna i högre grad än männen vända sig till radion för nyheter om kriser inträffar medan den regelbundna användningen är lika mellan könen. Kvinnornas utökade medieanvändning sammanfaller med resultat kring upplevelser av kriser och oro från SOM-undersökningen 2009, då de i högre grad än män uttryckte oro för sig själva och för samhället i samband med svininfluensan (Ghersetti & Odén 2010b). Möjligtvis är det så att kvinnor generellt känner mer oro i samband med hot och kriser och därför har ett större behov av information, vilket i sin tur medför högre medieanvändning.

Ålder är en av de bakgrundsfaktorer som har stor betydelse för vilka medier människor tar del av och hur mycket. Detta blir också tydligt i samband med hot och kriser. Allra mest nyheter i sådana sammanhang konsumerar unga medelålders personer, de mellan 30 och 49 år. Digitala medier – nyheter på internet, sociala medier och myndigheternas hemsidor – används mest av denna åldersgrupp medan de traditionella medierna – press, radio och tv – har flest användare bland äldre personer (se tabell 3).

Unga medelålders är också de som i störst utsträckning ökar sin nyhetskonsumtion när något allvarligt inträffar, något som sannolikt hänger samman med att många i den åldern ansvarar för hemmavarande barn. Störst är ökningen av nyheter på internet och i tv jämfört med hur de i allmänhet använder dessa medier.

Också yngre personer, mellan 16 och 29 år, uppger att de i märkbart större grad tar del av nyheter i händelse av kris eller katastrof. Även här är det framför allt användningen av tv och nyhetsmedier på internet som ökar. Minst förändrade är medievanorna bland pensionärerna, och då i synnerhet när det kommer till tv-nyheter. Det beror på att denna åldersgrupp redan tittar mer än alla andra på tv och att ökningen därför endast blir marginell. Intressant nog kan man notera att pensionärerna, som i vanliga fall knappast alls använder sig av sociala medier, ändå uppger att de i någon mån skulle söka information där i händelse av kris eller katastrof.

Högt utbildade personer tar generellt sett mer del av nyheter än lågt utbildade, och det gäller även vid kriser och katastrofer. Störst är effekten av utbildning när det kommer till digitala medier där de med hög eller medellåg utbildning är mest frekventa användare. Personer med låg utbildning söker däremot i första hand information om kriser i tv, radio och dagspress, medan personer med medellåg utbildning använder alla medierna lika mycket, utom sociala medier och myndigheternas hemsidor.

Lågt utbildade uppger i lägre grad än övriga att de söker information när allvarliga händelser inträffar. Här finns ett tydligt samband med ålder. Bland de med lägst utbildning återfinns gymnasieungdomar och äldre personer med endast grundskola. Det är således de allra yngsta och de allra äldsta som anser sig ha minst behov av extra information vid kriser, men sannolikt av helt olika anledningar. De allra yngsta därför att de helt enkelt inte upplever situationen som personligt hotfull – ”det händer inte mig”. De äldre för att de redan lägger så mycket tid på nyhetskonsumtion.

**Tabell 3 Vilka medier som människor använder regelbundet, och i stor utsträckning i händelse av giftigt gasutsläpp i kommunen, epidemi i landet eller terrorattack i grannlandet efter utbildning, 2010 (procent)**

	Lågutb	Medellåg	Medelhög	Högutb	Differens låg- högutb	Antal svar
<b>TV-NYHETER</b>						
Terrorattack	19	29	19	25	- 6	1378
Epidemi	19	29	19	25	- 6	1377
Gasutsläpp	17	28	17	24	- 7	1338
Regelbunden användning	19	21	13	18	+ 1	2279
<b>RADIO-NYHETER</b>						
Terrorattack	17	25	15	21	- 4	1159
Epidemi	14	26	16	22	- 8	1221
Gasutsläpp	18	26	16	23	- 5	1252
Regelbunden användning	14	16	9	13	+ 1	1614
<b>NYHETER PÅ NÄTET</b>						
Terrorattack	6	20	15	21	- 15	845
Epidemi	7	20	15	21	- 14	874
Gasutsläpp	7	16	15	22	- 15	884
Regelbunden användning	4	10	8	11	- 7	1559
<b>DAGSTIDNINGAR</b>						
Terrorattack	15	23	15	18	- 3	1027
Epidemi	14	21	13	17	- 3	956
Gasutsläpp	17	19	11	12	+ 5	810
Regelbunden användning	12	14	9	12	0	3548
<b>SOCIALA MEDIER</b>						
Terrorattack	4	11	7	7	- 3	388
Epidemi	4	9	11	8	- 4	430
Gasutsläpp	3	10	8	8	- 5	390
Regelbunden användning	3	15	10	11	- 8	1581
<b>MYNDIGHETERNAS HEMSIDOR</b>						
Terrorattack	4	11	8	11	- 7	465
Epidemi	5	15	12	18	- 13	685
Gasutsläpp	5	13	11	16	- 11	613

**Kommentar:** Se Figur 1.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Ålder förklarar sannolikt också varför personer med medellåg utbildning i allmänhet tar störst del av alla medietyperna. Det rör sig om relativt unga personer som har gymnasie- eller folkhögskoleutbildning, alltså många som ännu inte hunnit gå vidare till annan utbildning. För de som sedan fortsätter till fördjupad yrkesutbildning

sjunker medieanvändningen, medan de som går till universitet och högskola ligger kvar på nästan samma höga nivå. Mönstret är detsamma för hur mycket information man tar del av i samband med kriser. Det är personer med medelhög eller hög utbildning som mest ökar sin nyhetskonsumtion när något allvarligt händer.

## Mest de gamla medierna

Ett tydligt resultat av undersökningen är att människor uppger sig ha större behov av nyheter och information i samband med kriser och katastrofer, och att den ökade medieanvändningen främst sker i traditionell tv och radio. Tredje vanligaste kanal är nyheter på internet. Antagandet om att det nya medielandskapet också ändrat människors medievanor i samband med kris och katastrofer stämmer således bara delvis. För sociala medier sjunker rent av medieanvändningen när något allvarligt händer medan myndigheternas hemsidor har fått ett genomslag hos många, åtminstone i samband med vissa typer av kriser.

Det andra antagandet, att typen av kris – hur allvarlig den är, hur plötsligt den inträffar och hur nära – styr vilka medier som människor tar del av, visade sig däremot stämma. Generellt gäller att radio och webbmedier, som de flesta idag har tillgång till i sina mobiltelefoner, är de nyhetskanaler som flest uppger att de skulle använda. Med andra ord de snabba, enkla och mest tillgängliga medierna. I andra hand uppges tv och på först därefter dagstidningarna. Men ju snabbare och mer akut en kris är, desto mer efterfrågas aktuella och uppdaterade nyheter. Alltså används dagstidningar och myndigheternas hemsidor för katastrofer som inträffar på avstånd eller utvecklas långsamt medan etermedier och internet är förstahandsval för nyheter om närliggande och plötsliga kriser.

Undersökningen tyder vidare på att graden av oro påverkar användningen av nyhetsmedier. Kvinnor och personer som ofta lever i familjeförhållanden med hemmavarande barn uppger sig ha ett större informationsbehov än övriga. Unga människor är de som har minst behov av nyheter när allvarliga händelser inträffar.

Slutligen står det också klart att bakomliggande faktorer som i vanliga fall påverkar vilka medier man tar del av, och hur ofta, också i hög grad styr medieanvändning i krigssituationer. Goda kunskaper om generella medievanor ger därför också kännedom om vilka kanaler som når ut till allmänheten när ovanliga situationer inträffar.

## Referenser

- Bergström, Annika & Wadbring, Ingela (2010): Nya tidningsformer – konkurrenter eller komplement? I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika (2011): Valår på nätet. I Holmberg, Sören, Weibull, Lennart & Oscarsson, Henrik (red): *Lycksalighetens ö*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

- Bjur, Jakob (2010): Ljusning för den individuella TV-tittaren. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bourdieu, Pierre (1993): Kultursociologiska texter. Stockholm: Brutus Östlings Förlag, Symposium.
- Dimmick, John, Feaster, John Christian & Hoplamazian, Gregory J (2010): News in the Interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*, Vol. 13(23), ss 23-39.
- Färdigh, Mathias & Westlund, Oscar (2010): Kvällspress två punkt noll? I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, Marina & Odén, Tomas A. (2010a): *Pandemin som kom av sig. Om svininfluensan i medier och opinion*. Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.
- Ghersetti, Marina & Odén, Tomas A. (2010b): Oro och medieförtroende i svininfluensans tid. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hadenius, Stig, Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2008): *Massmedier. Press, radio och tv i den digitala tidsåldern*. Stockholm: Ekerlids Förlag.
- Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (2008): Höstligt institutionsförtroende. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Svensk höst. Trettiofyra kapitel om svensk politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Krisinformation.se ([www.krisinformation.se/web/Pages/Page\\_\\_\\_\\_\\_24419.aspx](http://www.krisinformation.se/web/Pages/Page_____24419.aspx), 2011-05-15)
- Modh, Malin (2003): *Intervjuundersökning med anledning av mordet på Anna Lindh, 11 september 2003*. Krisberedskapsmyndigheten, promemoria 2003-09-17.
- Nord, Lars & Strömbäck, Jesper (2005): *Hot på agendan*. Stockholm: KBM:s temaserie, 2005:7.
- Prop. 2005/06: *Samverkan vid kris – för ett säkrare samhälle*. Stockholm: Försvarsdepartementet.
- Reimer, Bo (1994): *The most common of practices. On mass media use in late modernity*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.
- Strid, Jan (2010): Radiolyssnandet – både stabilt och föränderligt. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Wadbring, Ingela & Bergström, Annika (2010): Mediers värde för olika generationer. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Westlund, Oscar (2010): De mobilt uppkopplade svenskarna. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red): *Nordiskt ljus. 37 kapitel om politik, medier och samhälle*. SOM-institutet, Göteborgs universitet.