



INFOMEDIA

Södertörns högskola

Medieanalys – redaktionella och sociala medier



Innehåll

Redaktionella medier **sid 3-12**

Nyckeltal/sammanfattning sid 4

Ämnen sid 6

Institutioner sid 8

Publicitet över tid sid 9

Aktörsroll sid 10

Talespersoner sid 11

Sociala medier **sid 13-16**

Metod och begrepp sid 17

Kontaktuppgifter sid 18

Infomedia har på uppdrag av Södertörns högskola (Sh) analyserat redaktionella mediers rapportering om Sh under perioden 1 juli – 30 september 2022. Urvalet är all tryckt press, webbtidningar och eterinslag.

Frågeställningar som besvaras är:

- Vilket genomslag har Södertörns högskolas publicitet?
- Hur framställs Södertörns högskola i medierna?
- Vilka ämnen och händelser förknippas med Södertörns högskola?
- Vilka företrädare förekommer?

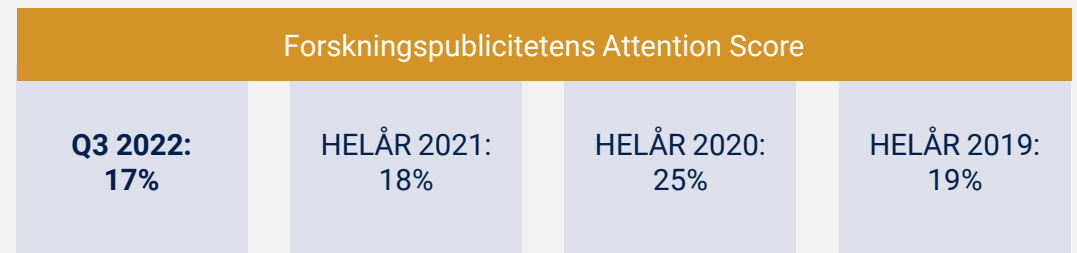
Analysen inkluderar även en presentation över mediebilderna av Sh i sociala medier. Urvalet baseras på inlägg som omnämner "södertörns högskola*" på Twitter, Facebook, Instagram, bloggar och Youtube.



Nyckeltal och sammanfattning, Q3 2022

- Tredje kvartalet uppvisar bättre resultat än det förra – så även i jämförelse med samma period föregående år.
- Media Effect (antal sannolika läsare) är högre än föregående kvartal. Detta beror främst på att Södertörns experter fått större genomslag i TT och riksmedier, där de kommenterat en rad ämnen – ofta kopplat till politiska händelser.
- Efter ett blygsamt Q2, där forskningspublicitetens Attention Score nådde 15 procent, är kvalitén tillbaka på normala nivåer (17 procent). Södertörns varumärkessynlighet var extra stark i nyheten om utgrävningarna på Gotska Sandön, som väckte (lokalt) medieintresse.
- Antalet expertkommentarer är ovanligt högt och står för 86 procent av Södertörns totala publicitet under kvartalet. En tydlig majoritet av utlåtandena kommer från den samhällsvetenskapliga institutionen – som också når sin högsta notering sedan mätningarna startade (Q2 2021).
- Nicholas Aylott är främsta talesperson, men ytterligare fem talespersoner når tvåsiffrigt antal medverkanden i artiklar/inslag. Experterna kommenterar valet – exempelvis om valresultatet, Annie Lööfs avgång och Partiet Nyans.

Nyckeltal print/webb/eter	2022 Q3	2022 Q2	2022 Q1	2021 Q4	2021 Q3
Antal artiklar/inslag	643	497	651	412	507
Räckvidd, i miljoner (antal möjliga läsare)	88	72	91	70	82
Media Effect, i miljoner (antal sannolika läsare)	15,8	13,0	19,7	14,0	14,4
Andel pos/neu publicitet	99%	99%	99%	99%	99%
Attention Score (genomsnittligt kvalitetsvärde)	17%	17%	19%	18%	15%
Andel huvud- och biaktör	86%	78%	85%	75%	83%



Attention Score: Kan likställas med publicitetens kvalitet. Visar Södertörns högskolas synlighet samt tonalitet i artikeln/inslaget. Attention Score ovan är det genomsnittliga värdet av all publicitet under aktuell period.

Relevanta artiklar/inslag under kvartalet



TT



Nicholas Aylott har agerat expert på brittisk inrikespolitik och citerats ett flertal tillfällen av TT och andra medier om turerna kring Boris Johnson.

TT



Ann-Cathrine Jungars insikter om Sverigedemokraternas "vitbok" fick stor spridning och publik.

SVT mfl



Utgrävningarna på Gotska Sandön var den forskningsnyhet som fick mest uppmärksamhet under kvartalet.

Ämnen, Q3 2022

Expertkommentarer: När en toppnotering sett till de fyra senaste kvartalen. Genomslaget drivs främst av flertalet artiklar/inslag (främst TT) där Nicholas Aylott först kommenterar Boris Johnsons kamp för politisk överlevnad som premiärminister i Storbritannien och sedan konsekvenserna av hans avgång.

Andra nyheter med stort genomslag rörde Annie Lööfs (C) avgång som partiledare, som kommenterades av Marja Lemne, Jenny Madestams analys av tv-serien "Borgen" och Ann-Cathrine Jungar om SD:s "vitbok".

Ämnets publicitet återfinns i stort sett samtliga rikstäckande medier och även i en majoritet av de betydande lokaltidningarna.

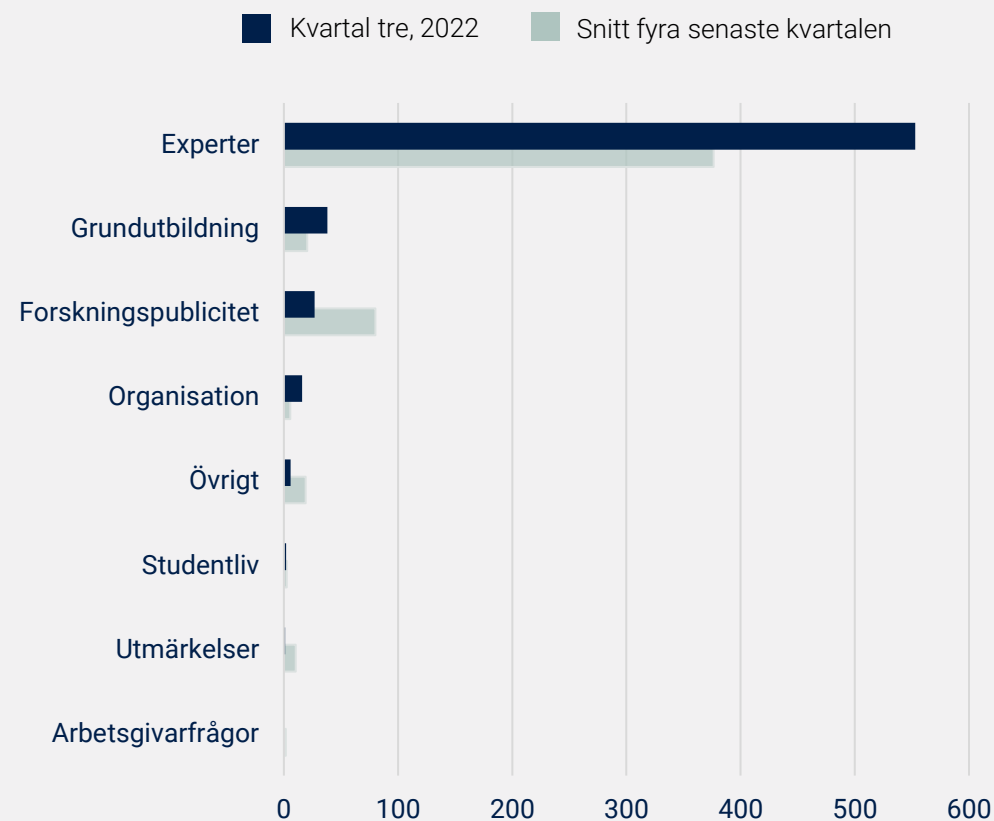
Grundutbildning: Ligger, precis som föregående kvartal, över snittet sett till de fyra senaste kvartalen. Däremot omnämns Södertörn nästan uteslutande perifert i publiciteten, vilket är ett skifte jämfört med Q2.

Publiciteten berör främst det faktum att rekordmånga påbörjat en utbildning till polis, bland annat via Södertörn.

Forskningspublicitet: Den proaktiva nyheten om utgrävningarna och benfynden på Gotska Sandön nådde både störst antal och räckvidd. Exempelvis valde SR, SVT och *Gotlands Tidningar* att lyfta händelsen.

Andra exempel på studier som fick publicitet handlade om inkludering av utrikesfödda kvinnor på arbetsmarknaden och trygga tågstationer.

Organisation: Hälften av publiciteten är av negativ karaktär och handlar om anseendeindexet för lärosätena – där Södertörn hamnade längst ner på listan. Den nyhet som nådde högst räckvidd handlade dock om att antalet ärenden om fusk minskat på Södertörns högskola.



Grafen baseras på antal artiklar/inslag.

Ämnen, fortsättning

Övrigt: Publiciteten lyfter teater baserad på Jonna Bornemarks bok "Jag är himmel och hav", Marcia Sá Cavalcante Schubacks bok "Ex-Brasilis – brev från pandemin" och konststatsningen Art Space.

Studentliv: Två artiklar med fokus på studentbostäder.

Utmärkelser: En artikel som lyfter att Karin Milles fått stipendium av Natur och Kultur till att skriva en populärvetenskaplig bok.

Arbetsgivarfrågor: Saknade publicitet under perioden.

18 **UTRIKES** Ursula Ny Tidning
torsdag 7 juli 2023



Premierminister Boris Johnson försöker att han kommer att fortsätta.



Finansminister Rishi Sunak meddelade sin avgång i torsdags kväll.

Avhopp skakar Johnson – som ändå tänker fortsätta

STORBRITANNIEN Storbritanniens premiärminister Boris Johnson kämpar för sin politiska överlevnad efter att tunga ministern avgått i protest mot hans ledarskap. Under en utfrågning i parlamentet sade Johnson att han inte tänker lämna sin post.

Avhoppet har druggat till kring Johnson det senaste dygnet. Tisdagskvällen gick finansminister Rishi Sunak och hälsominister Sajid Javid och dagen efter meddelade flera parlamentariker och högt uppsatta politiker att de lämnar sina uppdrag efter den senaste tidens skandaler.

Frågan är om Johnson kommer kunna sätta kurs som premiärminister efter avhoppet. Under den söndagliga valdagsfrågningen i underhuset förklarade Johnson att han inte tänker lämna sin post.

– Jobbet för en premiärminister är stort. Det krävs ett mandat för att under svåra omständigheter fortsätta och det är vad jag kommer att göra, sade han till parlamentet.

Under utfrågningen uppmanade flera partiledare Johnson att avgå.

– I dag har jag honom att göra det enda värdiga: att sätta nationens intress före sina egna. Ledaren kommer att vara ledaren David Davis. Flera politiker som tidigare varit lojala med Johnson har det senaste dygnet uttryckt besvikelse över att Johnson inte har haft en hög position inom utbildningsdepartementet, förvarade Boris Johnson så sent som i slutet av juli.

– Det var med stor sorg jag i måndags lämnade mitt uppdrag som meddelade att jag skulle avgå från posten.

Den brittiske premiärministern har sedan full för många skandaler under sin tid på posten.

– Men den senaste skandalen har varit den största parlamentariska skandalen sedan 1922, sade Davis.

– Men den senaste skandalen har varit den största parlamentariska skandalen sedan 1922, sade Davis.

– Men den senaste skandalen har varit den största parlamentariska skandalen sedan 1922, sade Davis.

– Men den senaste skandalen har varit den största parlamentariska skandalen sedan 1922, sade Davis.

Sverigedemokraterna

"Vitbok bekräftar bild av SD:s bakgrund"

Av: TT

PUBLICERAD: 15 JULI



Ann-Chatrine Jungar, docent i statsvetenskap vid Södertörns högskola tycker att SD:s första vitboks...
1 av 2
FOTO: PRIVAT

NYHETER

Första delen av Sverigedemokraternas vitbok bekräftar i stort den bild av partiets bakgrund som forskare och journalister tidigare gett, en bild som partiet då varit kritiska till.

Det hävdar Ann-Chatrine Jungar, docent i statsvetenskap.



1 min

"I många av disciplinärendena har studenterna inte haft något uppsatt", säger Karin Granevi, biträdande avdelningschef studentavdelningen på Södertörns högskola. Foto: Michelle Derblom Jobe/SVT

Pandemieffekten: Fuskdipp på Södertörns högskola

UPPDATERAD 27 AUGUSTI 2022 PUBLICERAD 27 AUGUSTI 2022

Med en återgång till salstentor på Södertörns högskola har antalet ärenden om fusk minskat stadigt de senaste månaderna.

Enligt högskolans statistik mer än fördubblades antalet ärenden om fusk 2020 jämfört med året innan. Från 85 ärenden 2019 till 174 ärenden 2020.

Just 2020 var året då man på grund av pandemin lät studenterna göra alla sina tentor hemma, och från högskolans håll tror man att det kan finnas ett samband där.


Men sedan salstentorna började återkomma på schemat har siffrorna börjat dala. Under 2021 var antalet ärenden nere på 119 och i år räknar man hittills 52.

Se Karin Granevi på Södertörns högskola förklara varför fusket toppade under restriktionsåren i klippet ovan.

Statsvetare om Annie Lööfs avgång: "Jobbig förändring"

TT NYHETSRÅN
JOSEFINE ANDLUND

PUBLICERAD: 15 SEP 16:45, UPPDATERAD: 15 SEP 17:08



C-ledaren Annie Lööfs efterträdare kan välja en ny väg som gör livet enklare för Ulf Kristersson (M) som statsminister, enligt Jonas Hinnfors, professor i statsvetenskap. Hon har representerat en bred mitt som varit väldigt smal, säger statsvetaren Marja Lemme.

Statsvetaren: En "tough cookie"

TV I tv-serien "Borgen" försöker Birgitte Nyborg balansera familjeliv med politisk makt-kamp – och skildringen av den politiska verkligheten är på många sätt trovärdig, enligt statsvetaren Jenny Madestam.

– Det är nog många som känner igen sig i toppolitiken, säger hon.

Birgitte Nyborg, i Sidse Babette Knudsens gestaltning, må vara en fiktiv karaktär i den danska tv-serien "Borgen", men skildringen av det politiska spelet överensstämmer på många sätt med verkligheten, enligt Jenny Madestam, docent i statsvetenskap och lektor i offentlig förvaltning vid Södertörns högskola.



Statsvetaren Jenny Madestam känner igen Birgitte Nyborgs ensamhet från svenska politikers verklighet. FOTO: JESSICA GÖWITT

– Det är nog många inom toppolitiken som känner igen sig. Det som är intressant är att Nyborg å ena sidan skildras som en "tough cookie", det vill säga utrypen för en politisk ledare, oavsett kön, samtidigt som serien belyser att hon är kvinna – med allt vad det innebär, säger hon.

Jenny Madestam har i sin bok "Maktens kvinnor" själv skildrat den verklighet som möter de svenska kvinnorna som väljer att ge sig in i toppolitiken. Här finns in-

tervjuer med 13 tidigare och nuvarande kvinnliga partiledare, däribland Gudrun Schyman, Mona Sahlin och Anna Kinberg Batra, och enligt Madestam vittnar de om såväl skillnader som beröringspunkter med Birgitte Nyborgs verklighet.

– De kvinnor jag har pratat med har lyft fram att de vill vara både toppolitiker och mammor. Det vill ju förvisso även Birgitte – men bitvis väljer hon ledarskapet framför mammorollen. Något som däremot känns igen i skildringen i "Borgen" är att politiker riskerar att bli väldigt ensamma – och de kvinnor jag har pratat med har berättat att de ständigt ifrågasätts och anklagas för att vara antingen för tuffa eller för mesiga, säger hon.

I "Borgen" tampas Birgitte Nyborg med den eviga frågan om det är möjligt att hålla sig kvar vid den politiska makten och samtidigt vara ärlig mot sig själv. Huruvida hon lyckas är upp till tv-tittarna att bedöma, men här ser verkligheten för de svenska kvinnliga politikererna i alla fall delvis anslutande ut, enligt Jenny Madestam.

– **Kvinnor inom** den svenska toppolitiken har nog trots allt lyckats bevara sig själva i tämligen intakt skick. Men det är klart, de har fått – och får fortfarande – betala ett enormt högt pris för det. Ett pris som handlar om att de inte kan leva ett normalt liv, utan ständigt befinner sig under kritisk granskning, säger hon.

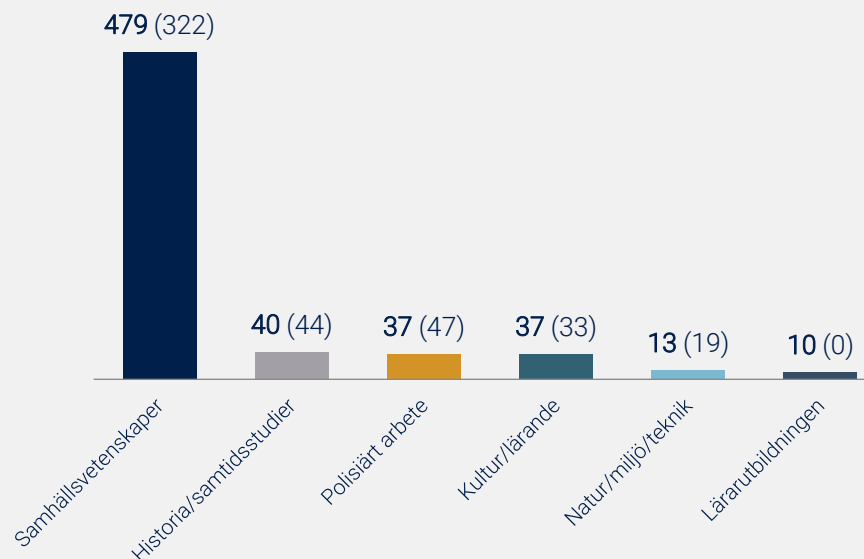
Anna Grönberg/TT

Institutioner, Q3 2022

Grafen visar genomslaget (antal artiklar/inslag) för respektive institution. Föregående kvartals siffror inom parentes.

Toppnotering för samhällsvetenskap

Genomslaget för den samhällsvetenskapliga institutionen är det största sedan mätningarna inleddes (Q2 2021). Publiciteten baseras främst på flertalet TT-artiklar som publicerats i en bredd av medier.



74%

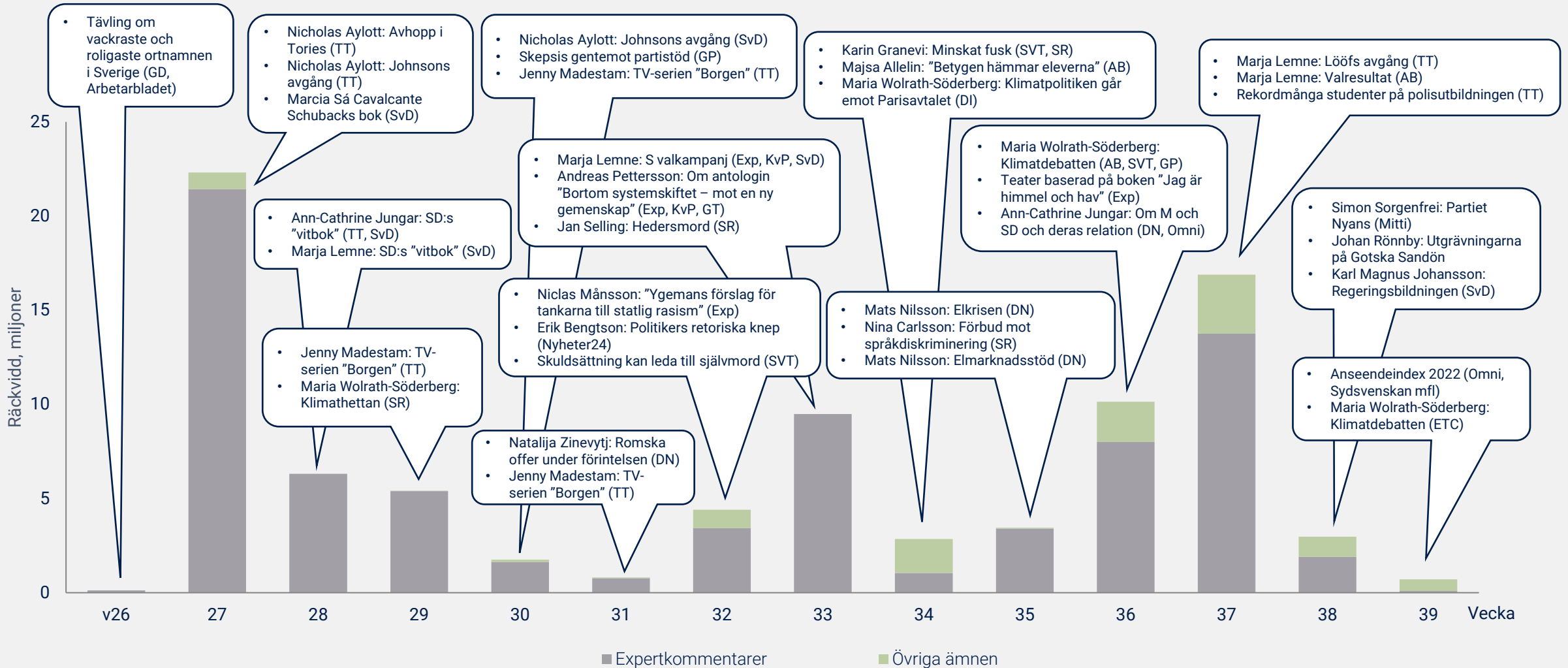
Samhällsvetenskap

Institutionen för samhällsvetenskap utökar sin andel jämfört med föregående kvartal och äger nu en tydlig majoritet av publiciteten.



Publicitet över tid – vecka för vecka

Grafen visar totala räckvidden över tid, fördelat på publicitet med expertkommentarer och övriga ämnen.



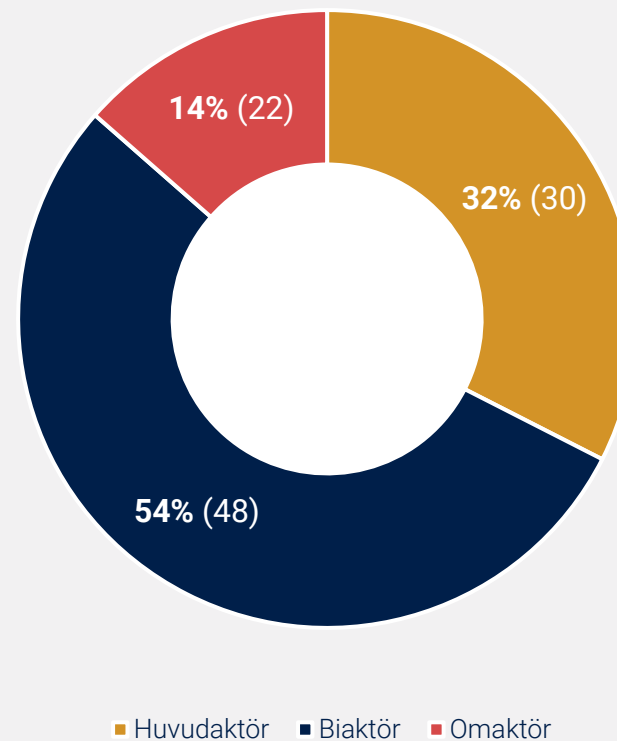
Aktörsroll, Q3 2022

Grafen visar fördelningen mellan huvud-, bi- och omaktör. Grafen baseras på antal artiklar/inslag. Föregående kvartals siffror inom parentes.

Framträdande talespersoner

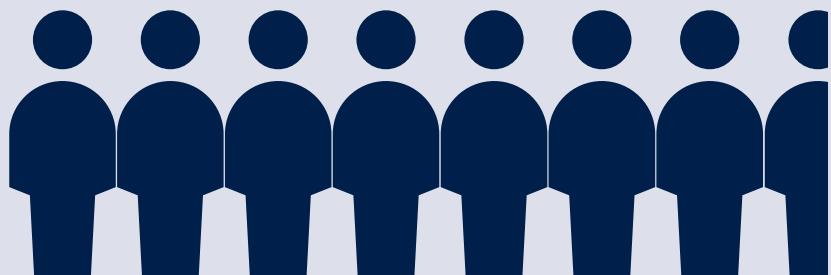
Andelen huvud- och biaktör ökar från 78 procent till imponerande 86 procent jämfört med föregående kvartal.

Nicholas Aylott är den talesperson som syns mest och han står ensam för 44 procent av antalet artiklar som Södertörns representanter medverkat i.



Talespersoner, Q3 2022

Andelen kommenterade artiklar/inslag



0% 20% 40% 60% 80% 100%

86%

Är andelen artiklar/inslag som kommenterats av Södertörns representanter. 79 procent var föregående kvartals resultat.

Talespersoner, Q3 2022

TALESPERSON	ANTAL ARTIKLAR
Nicholas Aylott	242
Marja Lemne	89
Jenny Madestam	66
Ann-Cathrine Jungar	50
Simon Sorgenfrei	27
Maria Wolrath-Söderberg	17
Mats Nilsson	8
Richard Sannerholm	6
Erik Bengtson	6
Johan Rönaby	6
Andreas Pettersson	4
Magdalena Elmersjö	2
Magnus Wennerhag; Adrienne Sörbom; Zhanna Kravchenko; Noomi Weinryb; Nicholas Aylott; Norbert Götz	2
Viktor Johansson	2

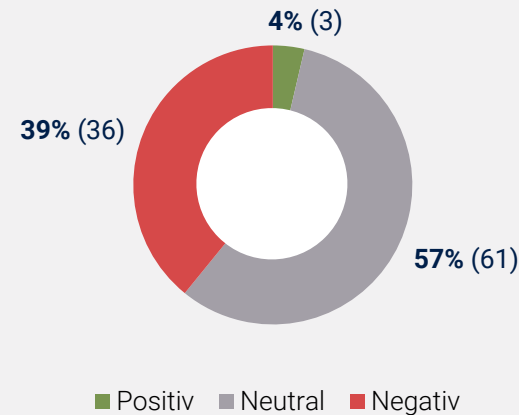
TALESPERSON	ANTAL ARTIKLAR
Karl Magnus Johansson	2
Karin Granevi	2
Linn Sandberg	2
Pamela Schultz Nybacka	2
Niclas Månsson	1
Inga Brandell	1
Johan Siverland	1
Mats Grahn	1
Anna Siverskog	1
Jan Selling	1
Majsa Allelin	1
Gunnar Nygren	1
Håkan Nilsson	1
Karin Milles	1
Natalija Zinevytj	1

TALESPERSON	ANTAL ARTIKLAR
Jenny Yourstone	1
Hanna Bertilsdotter-Rosqvist	1
Gustav Amberg	1
Nina Carlsson	1
Torbjörn Nilsson	1
Birgitta Almgren	1
Mats Bergman	1
TOTALT	553



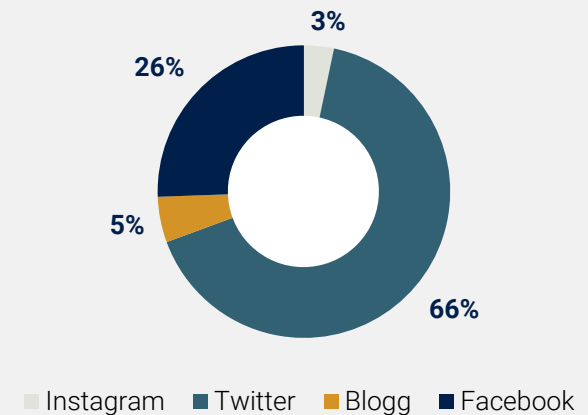
Tonalitet och kanaler, Q3 2022

- Det publiceras totalt 575 inlägg från omvärlden under perioden, vilket är en minskning från föregående kvartal (976).
- Den positiva publiciteten ökar marginellt och lyfter en bredd av olika ämnen, men Art Space-satsningen sticker ut något.
- Precis som föregående kvartal består en stor andel av den negativa publiciteten av kritik mot Södertörn som utbildningsinstitution. Denna kritik är många gånger av generell karaktär, men ibland även riktad mot främst polis- och journalistutbildningen.
- Kritiken kommer sällan från större konton eller aktörer, utan nästan uteslutande från anonyma Twitterkonton på den politiska högerkanten.
- Inlägget med störst engagemang handlade om Östersjöfestivalen, där docent Stefano Fogelberg Rota gästade. Noterbart är också att utgrävningarna på Gotska Sandön var en händelse som väckte intresse även i sociala medier.
- På Södertörns egna kanaler var det återigen Art Space-satsningen som sticker ut.



Tonalitet

Grafen visar tonalitetsfördelningen baserat på antal inlägg från omvärlden. Föregående kvartals siffror inom parentes.



Kanal

Grafen visar kanalfördelningen baserat på antal inlägg från omvärlden.

Inlägg med högst engagemang



De arkeologiska fynden på Gotska Sandön gav publicitet även på sociala medier.

Likes: 324
Kommentarer: 6
Räckvidd: 6 544



Likes: 972
Kommentarer: 10
Delningar: 31
Räckvidd: 2 100



Debattklimatet runt Södertörn var ofta hårt – speciellt på Twitter.

Likes: 291
Retweets: 25
Räckvidd: 24 800

Inlägg med högst engagemang, exempel egna



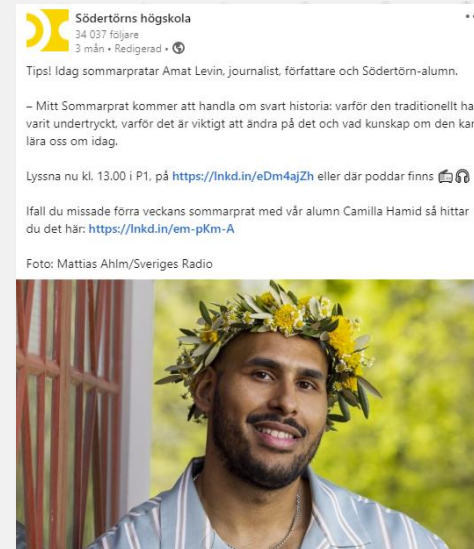
Likes: 44



Likes: 129

Kommentarer: 1

Delningar: 2



Likes: 141

Metod och begrepp

Räckvidd och antal artiklar

Vid mätning av publicitetens genomslag används måttet räckvidd. Till detta har statistik över antalet möjliga läsare per tidning använts. Statistiken hämtas från Orvestos undersökningar över läsvanor. I vissa fall används även antal artiklar som mått på publicitetens omfång och detta framgår då av texten. Antalet artiklar är ett mått på nyhetsvärde snarare än genomslag.

Tonalitet (positiv, neutral, negativ)

Tonalitet visar i vilken grad ett analysobjekt (Södertörns högskola) sammankopplas med ord, meningar eller beskrivningar som ger ett gynnsamt/ogynnsamt intryck. Vid bedömningen av tonalitet försöker vi så långt som möjligt använda ren textanalys och se till den journalistiska framställningen av analysobjektet. Vid bedömningen spekulerar vi inte i journalistens intentioner eller vad en läsare, generell eller specifik, kommer att tycka om artikeln. Stor vikt läggs vid artikels/inslagets inramning och inledning - rubrik, underrubrik, ingress. Det är värdeord och sammanhang, det vill säga hur media beskriver aktiviteten eller händelsen med hänsyn tagen till kulturell eller branschspecifik kontext som är avgörande för bedömningen av tonaliteten. Tonalitetsbedömningen av Södertörn högskolas publicitet görs manuellt.

Aktörsroll (Huvudaktör, biaktör och omnämnd)

Huvudaktör är den som har störst påverkan på artikelns vinkling genom utspel, rapporter, undersökningar eller uttalanden. En biaktör citeras i en underordnad roll, ofta tillsammans med andra aktörer och omnämnd är den som inte kommer till tals.

Attention Score

Kan likställas med publicitetens kvalitet. Anger sannolikheten för att artikeln blev läst och varumärket noterat på ett neutralt/positivt eller negativt sätt. Kan vara max 100% eller minst -100%. Nyckeltalstabellen anger det genomsnittliga värdet av den totala publiciteten. Attention Score är resultatet av varumärkets synlighet (antal omnämmanden och placering av varumärket i artikeln och bildförekomst) samt tonalitet.

Media Effect

Antalet lästillfällen som blev det sannolika utfallet. Måttet kan också likställas med varumärkessynlighet (antalet sannolika läsare).

Attention Score skala



Uträkning Media Effect



Attention Score

-100% till 0%	Problematiskt
0% till 4%	Mycket svagt
5% till 9%	Svagt
10% till 14%	Genomsnitt
15% till 19%	Starkt
20% till 24%	Mycket starkt
25% till 100%	Utmärkt



Artiklexempel: Rubrikförekomst, stor dominans samt positiv tonalitet ger ett högt Attention Score

Kontakter på Infomedia

Simon Tengberg, analytiker

Mejl: simon.tengberg@infomedia.se

Telefon: 073 524 18 23

