

Dagspressen i 1990-talets medie- landskap



Ur KB:s samlingar

Digitaliserad år 2014



National Library
of Sweden



En expertrapport från Pressutredningen -94

SOU
1994:94

Dagspressen i 1990-talets medie- landskap



Ref KB Occ SOU



Statens offentliga utredningar
1994:94
Kulturdepartementet

Dagspressen i 1990-talets medielandskap

En expertrapport från Pressutredningen -94
Stockholm 1994

SOU och Ds kan köpas från Fritzes kundtjänst. För remissutsändningar av SOU och Ds svarar Fritzes, Offentliga Publikationer, på uppdrag av Regeringskansliets förvaltningskontor

Beställningsadress: Fritzes kundtjänst
106 47 Stockholm
Fax: 08-20 50 21
Telefon: 08-690 90 90

NORSTEDTS TRYCKERI AB
Stockholm 1994

ISBN 91-38-13731-3
ISSN 0375-250X

Till statsrådet och chefen för Kulturdepartementet

Den 14 oktober 1993 bemyndigade regeringen chefen för Kulturdepartementet, statsrådet Friggebo, att tillkalla en kommitté med parlamentarisk medverkan med uppdrag att undersöka behovet av direkta och indirekta statliga stödåtgärder till dagspressen. Kommittén har antagit namnet Pressutredningen -94. Enligt tilläggsdirektiv den 28 april 1994 skall Pressutredningen -94 utöver vad som anförts i de ursprungliga direktiven överväga behovet av ytterligare åtgärder från statens sida för att motverka en sådan ägarkoncentration inom massmedierna som är skadlig från yttrandefrihets- eller åsiktsbildningssynpunkt.

I de ursprungliga direktiven anges att en till kommittén knuten expertgrupp inledningsvis bör göra en studie i syfte att analysera följande övergripande frågeställningar:

- Vilken roll bör massmedierna som helhet spela i dagens svenska demokrati och vilka uppgifter kan de därmed tillsammans fullgöra?
- Hur och i vilken grad bidrar enskilda massmedier som dagstidningar, tidskrifter, radio och TV till att dessa gemensamma uppgifter uppfylls?
- Vad händer med massmedielandskapet om hela eller delar av det nuvarande systemet med direkta och indirekta statliga subventioner till dagspressen tas bort?

I expertgruppen ingår professor Hans Fredrik Dahl, professor Karl Erik Gustafsson, professor Lennart Weibull samt civilekonom Lena Wennberg. Samtliga är också ledamöter i Pressutredningen -94.

Som grund för studien skall enligt direktiven en kartläggning av det svenska massmedielandskapet genomföras. Utredningen uppdrog i februari 1994 åt en forskningsgrupp knuten till Ekonomisk-historiska institutionen, Handelshögskolan samt Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet att under ledning av professor Lennart Weibull samt professor Karl Erik Gustafsson utföra kartläggningen.

Denna rapport bygger på den utförda kartläggningen och kommer att ligga till grund för det fortsatta utredningsarbetet. För rapporten svarar professor Karl Erik Gustafsson samt professor Lennart Weibull. I samordningsarbetet har även fil. dr Ronny Severinsson medverkat.

Pressutredningen -94 får härmed överlämna rapporten Dagspressen i 1990-talets medielandskap.

Stockholm i juni 1994

Bengt K. Å. Johansson

Innehåll

Förord	9
1 Uppläggnig	11
– Uppdraget	11
– Avgränsningar	11
– Undersökningar	12
– Övrigt material	13
– Disposition	14
2 Dagspressens strukturutveckling	17
2.1 Dagspressens framväxt	17
– Det stora genombrottet	17
– Partipressen	18
– Nedläggningar och expansion	20
– Koncentration	21
– Tidningsmarknad i förändring	23
2.2 Vad är en dagstidning?	23
– Dagspressdefinition och skattepolitik	24
– De första pressutredningarna	24
– Dagspressbegreppet under 1980- och 1990-talen	26
– Finns det en vetenskapligt hållbar definition?	27
2.3 Svensk dagspress efter 1980	29
– Antalet dagstidningar	29
– Periodicitetsförändringar	30
– En internationell jämförelse	33
2.4 Ägarförhållanden	35
– Massmediekoncentrationsutredningen 1978	35
– Tidningsägandet 1993	35
– Ägandeförhållanden inom lokal morgonpress	38
– Ägarformer 1978 och 1993	39
– Hur koncentrerad är den svenska dagstidningsmarknaden?	39
– Dagstidningsägande på lokala marknader	41
– Vad betyder ägarerna?	42
2.5 Volym- och innehållsutveckling	44
– Lokala tidningar med lokala nyheter	46
– Utvecklingen av dagspressens totalvolym	46
2.6 Marknadsutveckling: upplaga	48

	– Årsupplaga och hushållstäckning	50
	– Storstadspressens överspridda upplagor	52
2.7	Marknadsutveckling: annonser	54
	– Annonsomsättning	57
	– Annonskategorier	59
3	Dagspressens ekonomiska situation	61
3.1	Marknad och konkurrens	61
	– De första studierna	61
	– Konkurrensens villkor	62
	– Politiska och ekonomiska mål	64
	– Konkurrenter	67
	– Fallet Östersund	70
3.2	Ekonomiskt resultat	75
	– Lönsamhetsutvecklingen	75
	– Upplaga och priser	78
	– Produktiviteten	81
	– Endagstidningarna	84
	– Stockholmstidningarna	85
	– Presstödet ekonomiska roll	86
3.3	Koncentration	89
	– Etableringshinder	90
3.4	Ökat ekonomiskt kunnande	92
4	Dagspressen och läsarna	95
4.1	Läsarundersökningar	96
4.2	Dagstidningsläsning	96
	– Stabil nivå	97
	– Läsning av morgontidningar	97
	– Den regelbundna morgontidningsläsningen	99
	– Lästid, lästidpunkt och antal lästillfällen	100
	– Prenumerationsutveckling	101
	– Tveksamhet om prenumeration?	102
	– Priskänslighet?	104
4.3	Den lokala morgontidningen	106
	– Stockholm och landsorten	106
	– Den lokala morgontidningens roll	107
	– Lokalpressens funktion	110
	– Lokalpress i konkurrens	113
	– Andratidningar och endagstidningar	114
	– Effekter av nedläggningar	115
	– Morgonpress i förändring?	116
4.4	Kvällspress och morgonpress	119
	– Förändrat spridningsmönster?	120

	– Morgonpress och kvällspress: från komplement till konkurrens?	121
	– En andra morgontidning?	123
4.5	Dagspressens ställning i Sverige	123
5	Massmedielandskapet	127
5.1	Utvecklingen inom radio och TV	128
	– Etermedier i förändring	128
	– Public service	129
	– Närradion	131
	– Den privata lokalradion	131
	– TV4	132
	– Satellit- och kabelutvecklingen	134
	– Programutbudets förändring	137
5.2	Populär- och tidskriftspress	139
	– Framväxten	139
	– Marknadens karaktär	140
	– Organisationstidningar	141
	– Populärtidningar	142
	– Specialtidningar	142
	– Facktidningar	144
	– Ägarförhållanden inom populärpressen	144
5.3	Den totala massmedieekonomin	145
	– Den samlade massmedieekonomin	145
	– Tre intäktskällor	147
	– Reklamkakan	148
	– Den offentliga insatsen	150
5.4	Mediekoncentration	151
	– Den privata lokalradion	152
	– Den privata televisionen	153
	– Tendenser i medieägandet	155
5.5	Publikkonkurrens?	155
	– Den samlade massmediekonsumtionen	156
	– Populär- och tidskriftspress	159
	– Radiolyssnandet	160
	– TV-publiken	162
	– Tendenser i medieanvändningen	165
5.6	Funktionsdifferentiering av mediasystemet	167
	– Dagspress: lokalt bevakningsmedium med fördjupning	169
	– TV som förströelse- och underhållningsmedium	169
	– Komplementära medier	171
	– ...eller funktionskonkurrens?	171
	– Andra förändringsmönster	173
5.7	Dagstidningens styrka	175

6	Dagstidningarna och den politiska demokratin	177
6.1	Presspolitiska principer	177
	– Den partipolitiska traditionen	177
	– 1972 års pressutrednings fyra massmediefunktioner . .	178
	– Mellan två pressteorier	179
	– Fri åsiktsbildning	181
	– Mångfaldens roll	182
	– Mediepolitik och medieutveckling	182
6.2	Dagspress och politik: empiriska studier	183
	– Partier och tidningar	183
	– Ett politiskt nätverk	185
	– Journalistisk professionalisering	187
	– Dagspressen och den partipolitiska bevakningen	188
	– Ledare och debatt	191
	– Partisympati och tidningsval	193
	– Finns det ett val av partitidning?	196
	– Kvällspressläsning och partisympati	197
6.3	Dagspressen och det politiska systemet	198
7	Mångfald och mediepolitik	203
7.1	Mångfaldens innebörd	203
	– Inre och yttre mångfald: tre synsätt	203
7.2	Tidningsval	204
	– Det lokala morgontidningsvalet	205
	– Tillval av icke-lokala dagstidningar	208
	– Paraplysystemet	210
7.3	Andra mediers roll	211
	– Populärpress och tidskrifter	211
	– Radio och TV	212
	– Dagspress och radio-TV-nyheter	215
7.4	Mångfald och mediefunktioner	216
	– Nya tendenser?	218
8	Dagspressen i 1990-talets medielandskap	221
	– Massmedielandskap i förändring	221
	– Dagspressens ställning	223
	– Dagstidningsföretagen på marknaden	224
	– Första- och andratidningar	225
	– Presstödetts roll	225
	– Mellan politik och marknad	227
	– Presspolitiska förutsättningar	227
	Referenser	231
Bilaga 1	Förteckning över arbetsrapporter från Pressutredningen -94's expertgrupp	247

Förord

Dagspressen i 1990-talets medielandskap är en expertrapport som utarbetats på uppdrag av Pressutredningen -94. Underlaget utgörs dels av redan tillgängligt material, främst i fråga om dagspressens struktur, ekonomi och publik, dels av material framtaget av ett antal forskare på utredningens uppdrag. Det senare grundmaterialet har tillställts utredningen som fristående arbetsrapporter, vilka forskarna själva svarar för (förteckning över dessa i bilaga 1). Dessa kommer även att utges separat.

Tiden att utarbeta expertrapporten har varit knappt tilltagen. Rapporten är därför i första hand inriktad på en bred dokumentation genom vilken olika aspekter läggs på det svenska medielandskapet. I ett antal översiktskapitel redovisar vi utvecklingstendenser inom olika medieområden. I de tre sista kapitlen analyserar vi särskilt politiskt-demokratiska frågor samt presenterar några övergripande slutsatser.

Rapporten har utarbetats på vägnar av utredningens expertgrupp. För text och slutsatser svarar dock undertecknade själva. Vi vill samtidigt tacka Hans Fredrik Dahl för viktiga kommentarer till kapitel 6. Många personer har spelat en viktig roll för att vi skulle kunna få fram rapporten i tid med ett minimum av felaktigheter. Vid sidan av de forskare som har försett oss med underlag vill vi särskilt tacka Kerstin Gidsäter, Eva Gidsäter, Gunilla Green, Karin Hellingwerf, Charlotta Kratz och Helene Svedberg för avgörande insatser i rapportens slutskede. Ronny Severinsson har ansvarat för samordningen av de olika delprojekten.

Göteborg den 10 juni 1994

Karl Erik Gustafsson

Lennart Weibull

1 Uppläggnig

Uppdraget

Föreliggande expertrapport har utarbetats på uppdrag av Pressutredningen -94. Uppdraget har sin bakgrund i kommittédirektiven, där det uttalas att "*som underlag för kommitténs ställningstaganden bör inledningsvis en förut-sättningslös och bred studie av de svenska massmedierna genomföras*".

I direktiven har uppdraget ytterligare preciserats i form av tre specificerade frågor:

- 1) Vilken roll bör massmedierna som helhet spela i dagens svenska demokrati och vilka uppgifter kan de därmed tillsammans fullgöra?
- 2) Hur och i vilken grad bidrar enskilda massmedier som dagstidningar, tidskrifter, radio och TV till att dessa gemensamma uppgifter uppfylls?
- 3) Vad händer med massmedielandskapet om hela eller delar av det nuvarande systemet med direkta och indirekta statliga subventioner till dagspressen tas bort?

Som framgår är de redovisade frågorna allmänna till sin karaktär. De omfattar inte endast dagstidningar utan tar sin utgångspunkt i massmedielandskapet som helhet. Ett annat utmärkande drag är att frågorna tar sin bakgrund i de presspolitiska mål som formulerades av 1972 års pressutredning och presenterades i betänkandet *Statlig presspolitik* (SOU 1975:79). I detta slogs principerna fast och presenterades argumenten för det statliga stöd som sedan början av 1970-talet ges till den svenska dagspressen.

Ett tredje drag hos de särskilda frågorna är att de i hög grad är policyorienterade. Det talas om att kommitténs expertgrupp skall ange vilken roll massmedierna *bör* spela i dagens svenska samhälle.

Avgränsningar

Tiden för att utarbeta expertrapporten har varit perioden från januari till maj 1994. Den begränsade tiden har av naturliga skäl tvingat oss till en rad av avgränsningar.

En första prioritering har gällt att ta fram nytt underlag där det inte funnits tillräckligt material att tillgå. Detta har bedömts särskilt viktigt mot bakgrund av direktivens omfattande krav på kartläggning av det svenska massmedielandskapet. Vidare har sådant material prioriterats där det varit möjligt att utläsa utvecklingen över tid.

En andra prioritering har gällt vilken typ av nytt underlag som skulle tas fram. Med tanke på den korta tiden som stått till förfogande har detta i första hand handlat om att uppdatera och vidareutveckla befintligt material, inte minst den mediestatistik som görs av Presstödsnämnden samt av den svenska avdelningen av NORDICOM. Utifrån detta har ett antal undersökningar planerats och genomförts.

För det tredje har vi i själva expertrapporten prioriterat en beskrivning av utvecklingen. Avsikten har varit att ta fram en så solid bas som möjligt för utredningens bedömningar. För denna beskrivning svarar expertrapportens författare. Detaljanalysen av materialet och de konsekvenser denna kan få för utredningens bedömningar kommer att i ett andra steg göras av utredningens expertledamöter gemensamt.

Undersökningar

För kartläggningen av det svenska massmedielandskapet, den s.k. basbeskrivningen, nämns i direktiven bl.a. utbudet av olika medieformer, människors medievanor, konkurrensfrågor, mångfaldsaspekter, ägarstrukturer och internationalisering. För en beskrivning av sådana fenomen har perioden 1980–1993 i de flesta avseenden bedömts vara en rimlig avgränsning.

I syfte att belysa massmedielandskapet har följande delstudier genomförts:

- En beskrivning av *struktur och publik* för dagspress, radio och TV, inkl. kabel-TV, till stor del baserad på tillgänglig statistik. I denna uppgift ligger också frågan om *dagspressdefinitionen* – hur skillnaden mellan endags-tidningar och veckoutgivna tidningar definierats.
- En specialstudie av *finansieringen av det svenska mediasystemet*. Frågan gäller de totala intäkterna i svenska mediasystemet och hur fördelningen på olika finansärer (staten, annonsörer, publik m.m.) förändrats över tid.
- En specialstudie på *tidskriftssektorn*, med inriktning på vad som hänt över tid i fråga om likheter och skillnader mellan dagspress och tidskrifter med avseende på funktioner för läsarna.
- En specialstudie av *medieägandet*, med särskild tonvikt på dagspressen och på flermedieägande samt förändringar i detta över tid.

Uppgifterna om medieinnehållets utveckling har i huvudsak hämtats från branschstatistik och andra sekundära källor. Vidare har en del tidigare forskning till viss del kunnat utnyttjas.

När det gäller de två första av de mera specialiserade frågeställningarna – att belysa mediernas roll enligt normativ teoribildning – har tre skilda studier genomförts:

- Den första studien avser *mediernas roll i den politiska demokratin*. Den belyser hur synen på mediernas funktioner i samhället utvecklats sedan de första mediepolitiska formuleringarna i början av 1970-talet.
- Den andra studien avser *hur dagspressen politiskt fungerar*, bl.a. i vad mån dagspressen fungerar på det sätt som har antagits i den svenska presspolitiken i fråga om t.ex. nyhetsrapportering och politisk debatt.
- Den tredje studien avser *hur medborgarna använder pressen för information om politik och samhälle* och hur denna användning utvecklats över tid.

Till detta kommer att de studier som genomförs inom ramen för den s.k. basbeskrivningen har givit viktiga bidrag också då det gäller mediernas relation till den politiska demokratin.

Den tredje delfrågan i kommittédirektiven gäller vad som händer med massmedielandskapet om hela eller delar av det nuvarande systemet med direkta och indirekta statliga åtgärder till dagspressen tas bort. Svaret på denna fråga kräver en kartläggning av det svenska massmedielandskapets ekonomiska sida. I detta sammanhang har expertgruppen genomfört tre studier:

- Den första studien avser *den svenska pressens ekonomiska utveckling*. Denna har avsett den period presstödet har förekommit i Sverige.
- Den andra studien avser dagspressens *produktivitet*. Syftet är att belysa vilka slag av rationaliseringar som företagits inom branschen och hur dessa har fungerat.
- Den tredje studien avser *konkurrens och koncentration inom dagstidningsbranschen*. Frågan är hur konkurrensen på tidningsmarknaden har utvecklats, men också hur denna förhåller sig till situationen på andra områden.

De ekonomiska studierna kan även bygga vidare på vad som framkommit i några av studierna inom ramen för basbeskrivningen, t.ex. studien av hur massmediesystemet finansieras.

De specialstudier som initierats av utredningen redovisas även som särskilda arbetsrapporter till utredningen. Dessa rapporter innehåller de projektansvarigas egna analyser samt en utförlig dokumentation av de utförda undersökningarna. En förteckning över alla genomförda studier och undersökningsansvariga finns som bilaga 1.

Övrigt material

Expertrapporten hade inte varit möjlig att skriva, om det inte hade funnits ett relativt stort offentligt tillgängligt material att bygga på. I detta sammanhang har expertgruppen i första hand använt sig av statistiskt underlag från NORDICOM, särskilt *MedieSverige 1993*, samt från Presstödsnämnden och Tidningsutgivarna. Också annan typ av material har hämtats in via dessa.

Från Presstödsnämnden har vi haft tillgång till utredningar om tidningsföretags produktivitet samt diskussionsunderlag om hur dagstidningsbegreppet skall hanteras. Via NORDICOM har vi fått kunskap om undersökningar som kunnat belysa medieinnehållets utveckling. Från Tidningsutgivarna har vi bl.a. erhållit utredningsmaterial beträffande frågor om dagspressens priskänslighet och ungdomars massmedievanor.

Också från radion och televisionen har hämtats material, i första hand vad gäller utbud och publik. På samma sätt har vi försökt ta fram relevanta studier genomförda inom universitet och högskolor under de senaste åren, främst från Handelshögskolan och Institutionen för journalistik och masskommunikation, båda vid Göteborgs universitet, samt Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Stockholms universitet.

Expertrapporten har haft en ambition att på alla relevanta punkter föra in internationella jämförelser där sådant material har funnits någorlunda lätt tillgängligt. Det har däremot saknats möjlighet att i detta första steg av expertgruppens arbete göra en systematisk översikt av den internationella massmedieutvecklingen.

Vi har så långt möjligt försökt att ange referenser och källor i texten. För en mera utförlig översikt hänvisas till referenslistan längst bak i rapporten.

Disposition

Föreliggande rapport är disponerad så att först *den allmänna strukturutvecklingen* inom dagstidningsbranschen redovisas. Översikten belyser en femtonårsperiod för vilken utvecklingen inom branschen presenteras mot bakgrund av en diskussion kring de dagspressdefinitioner som använts.

Det andra huvudblocket avser *dagspressens ekonomiska situation*. I detta undersöks lönsamhetsutvecklingen samt konkurrens- och koncentrationsfrågornas inverkan på tidningsekonomin, liksom presstödetts roll för den ekonomiska utvecklingen. I kapitlet redovisas även vissa fallstudier av enskilda marknader, i första hand Östersund, Malmö och Stockholm.

I det tredje blocket diskuteras *utvecklingen på läsarmarknaden*. Avsnittet diskuterar de svenska dagstidningarnas ställning hos publiken. Fokus är på den prenumererade morgonpressen, vars funktioner för läsarna diskuteras.

Det fjärde blocket är inriktat på *dagspressens förhållande till andra medier*. Avsikten är där att belysa hur dagstidningsutvecklingen är påverkad av vad som sker inom i första hand radio och TV. Förhållandet belyses både i fråga om ekonomi, organisation, utbud och publik.

De två avslutande blocken tar upp två principiella frågor, som har spelat en viktig roll i den svenska presspolitiken – frågan om pressens politiska roll och mångfaldsproblematiken. När det gäller pressens politiska roll har vi sökt belysa både principiella frågor och hur pressen faktiskt fungerar. I fråga om mångfald görs först en analys av begreppet inom mediepolitiken och sedan en

prövning av hur mångfalden fungerar inom medieområdet. I båda fallen sker prövningarna på grundval av det empiriska material som samlats in inom ramen för basbeskrivningen.

* * *

Expertrapporten har sökt sammanfatta, syntetisera och tolka tillgängligt material. Ansvariga för detta är Karl Erik Gustafsson och Lennart Weibull som gemensamt svarar för både beskrivning och slutsatser. Gustafsson har framför allt arbetat med analys av ekonomi och marknadsutveckling, medan Weibull sysslat med läsarmarknad, publikutveckling och de politiska aspekterna på tidningsutvecklingen.

Underlaget för diskussionen om strukturutvecklingen inom dagspressen såväl som inom radio och TV (huvudsakligen kapitel 2 och 5) har tagits fram och bearbetats av fil. dr Ronny Severinsson. Han har också varit den sammanhållande för expertgruppens undersökningsverksamhet.

2 Dagspressens strukturutveckling

Det svenska medielandskapet karakteriseras av en i ett internationellt perspektiv ovanligt lång obruten utveckling. Därigenom har det skapats särskilda förutsättningar för medierna och för att förstå dagens situation är det nödvändigt att åtminstone i stora drag ha den långsiktiga utvecklingen klar för sig. Det är anledningen till att denna beskrivning av den svenska mediestrukturen inleds med en historisk översikt.

2.1 Dagspressens framväxt

Sveriges första dagliga tidningar med mer varaktig utgivning etablerades i Stockholm i slutet av 1700-talet. Den allra första, *Dagligt Allehanda*, började utges 1769, några år efter det att Sveriges första tryckfrihetslag antagits 1766. Den andra var *Stockholms Posten* som grundades 1778. Dessa två pionjärer, som trots att de var dagliga inte var några nyhetstidningar, kom ut under en anmärkningsvärt lång tid, nämligen under 60–70 år. *Stockholms Posten* lades ned 1833 och *Dagligt Allehanda* upphörde 1849. Då hade andra dagliga tidningar tagit över efter banbrytarna (Holmberg, Oscarsson och Rydén, 1983).

Det stora genombrottet

Den tredje dagliga tidningen i Sverige, *Stockholms Dagblad*, startades 1824. Den var ursprungligen en annonstidning men utvecklades till en nyhetstidning och nådde i slutet av 1800-talet en sådan kvalitet att den kallades en svensk *Times*. Viktigare för den svenska tidningsutvecklingen blev *Aftonbladet* som grundades 1830 av industrimannen Lars Johan Hierta i syfte att främja frihandel, tryckfrihet och allmänna val (*Aftonbladet*, 1980). *Aftonbladet* hade ett allsidigt innehåll och vände sig till medelklassen i och utanför Stockholm. I Göteborg startades 1832 en tidning av liknande slag, nämligen *Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning* (GHT). Den specialiserade sig på affärsnyheter men innehöll också allmänna nyheter och var, liksom *Aftonbladet*, ett språkrör för den liberala oppositionen mot kungen. GHT drogs också in av statsmakten om än inte lika många gånger som *Aftonbladet*.

Att prenumerera på *Aftonbladet* kostade relativt mycket och det begränsade tidningens expansionsmöjligheter. Ungefär 30 år efter *Aftonbladets* grundande inleddes en ny fas i dagstidningsutvecklingen i Sverige. Med utländska förebilder startades lågpristidningar avsedda för en bred publik. Det låga pri-

set möjliggjordes av en ökad annonstillströmning som bidrog till tidningarnas intäkter.

I Göteborg etablerade Felix Bonnier 1858 Göteborgs-Posten som 1860 blev daglig. I Stockholm grundade Rudolf Wall Dagens Nyheter 1864. Felix Bonnier hade försökt att få Rudolf Wall till redaktör i Göteborg men misslyckats. Dagens Nyheter kom ut sju dagar i veckan och blev därmed landets första sjudagarstidning. Det var billigt att abonnera på tidningen och i priset inkluderades hembärning. Dagens Nyheter tog hälften av vad andra tidningar gjorde. Detta var emellertid bara början på en lågpristrend.

Ungefär 30 år efter det att Dagens Nyheter etablerats, startades ännu prisbilligare tidningar. I Malmö introducerades 1888 Skånska Dagbladet av Rudolf Asp med hjälp av ett mycket lågt pris, ett populärt innehåll och en metodisk marknadsföring. I Stockholm grundades Stockholms-Tidningen 1889 av Anders Jeurling. Stockholms-Tidningen passerade som första tidning i Sverige 100 000 exemplar i upplaga. Med Skånska Dagbladet och Stockholms-Tidningen skapades den egentliga billighetspressen i Sverige.

Partipressen

Riksdagsreformen 1866 gav förutsättningarna för ett modernt partisystem i Sverige. Reformen innebar också att dagstidningar började användas som instrument för politiska partier.

Dagens Nyheter var som nämnts avsedd för en bred publik och vände sig särskilt till det ökande antalet arbetare i Stockholm. Inom det 1889 grundade socialdemokratiska partiet såg man kritiskt på den roll den borgerliga pressen hade i de egna leden. Man menade att det behövde finnas ett socialdemokratiskt alternativ. Med början i slutet av 1800-talet startade den unga arbetarrörelsen tidningar över hela Sverige (Hadenius, Seveborg och Weibull, 1970). I början av 1900-talet gjorde bonderörelsen likadant. Med samma motiv startade arbetarrörelsen och bonderörelsen bokförlag under 1910-talet (Vallinder, 1968).

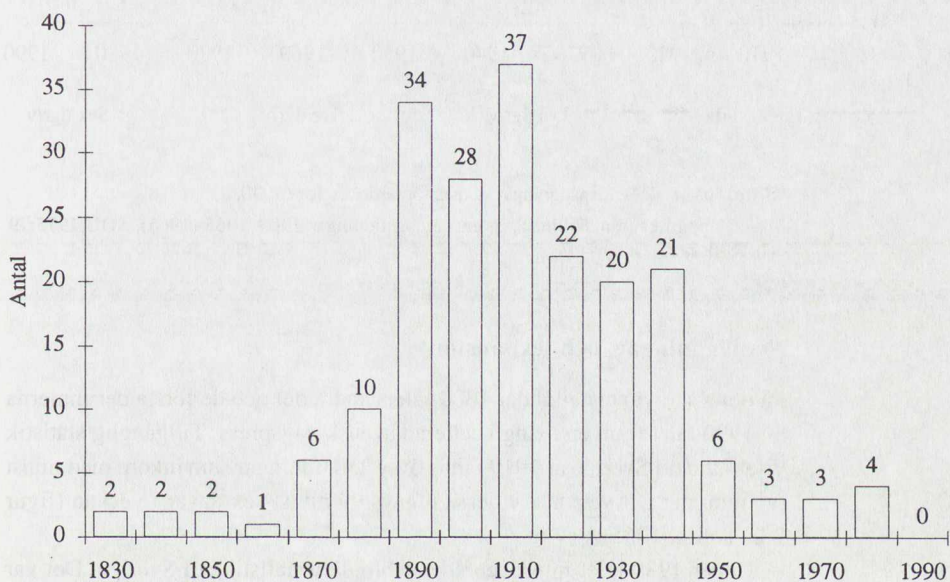
Dessa vågor av lågpristidningar och partitidningar spred vanan att läsa tidningar till alla delar av det svenska samhället. Under inflytande av utvecklingen i USA gjordes Dagens Nyheter i början av 1900-talet mer lättillgänglig än tidigare genom en annorlunda rubriksättning, fler bilder och en alldaglig vinkling av innehållet. Utvecklingen av en massmarknad för dagspress i Sverige hindrades eller avbröts inte av första världskriget som i många andra länder. I stället ökade kontinuerligt efterfrågan på dagstidningar.

En följd av lågpristidningarnas spridning över riket, starten av folkrörelsetidningar och ökat intresse för internationella nyheter blev som visas i figur 2.1 en omfattande övergång till daglig utgivning av tidningar i landsorten. Denna omvandling hade börjat i slutet av 1800-talet och tagit ordentlig fart under decennierna omkring sekelskiftet. Boomen fortsatte under 1910-talet då

det största antalet etableringar av dagliga tidningar i landsorten kunde noteras (Gustafsson, 1993). År 1919 blev betecknande nog ett rekordår med ett tiotal nya dagliga landsortstidningar.

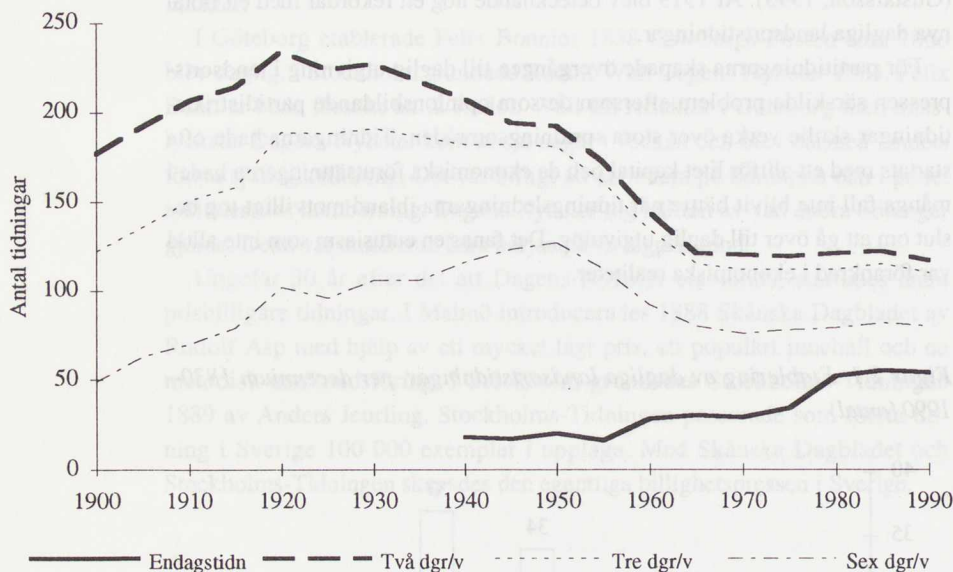
För partitidningarna skapade övergången till daglig utgivning i landsortspresen särskilda problem eftersom de som opinionsbildande partidistrikts-tidningar skulle verka över stora spridningsområden. Tidningarna hade ofta startats med ett alltför litet kapital och de ekonomiska förutsättningarna hade i många fall inte blivit bättre när tidningsledningarna ibland motvilligt tog beslut om att gå över till daglig utgivning. Det fanns en entusiasm som inte alltid var förankrad i ekonomiska realiteter.

Figur 2.1 Etablering av dagliga landsortstidningar, per decennium 1830–1990 (antal)



Anm: Uppgifter från Gustafsson, K E, Vårt dagliga blad (1993b)

Figur 2.2 Antal tidningar i Sverige efter utgivningsfrekvens 1900–1990



*Siffror på antalet endagstidningar saknas för perioden före 1940.

Anm: Uppgifter från Tollin, S, Svenska dagstidningar 1900–1965 (1965), SOU 1975:79 och TS-boken

Nedläggningar och expansion

På detta sätt växte det under 1800-talets andra del och de första decennierna av 1900-talet fram en mångfacetterad svensk dagspress. Tillgänglig statistik visar att det i Sverige år 1919 fanns över 230 tidningar som utkom med minst två nummer per vecka. Av dessa utgavs 99 minst sex dagar i veckan (figur 2.2; Tollin, 1965).

Under 1930-talet introducerades tabloidjournalistiken i Sverige. Det var Aftonbladet som i början av 1930-talet, ungefär 100 år efter grundandet, efter utländska förebilder gjordes om till en folklig tidning i litet format. Det kännetecknande för tabloidjournalistiken var ett komprimerat och lättillgängligt innehåll som erbjöd nyheter, sport, underhållning, lätta artiklar och reportage, noveller och serier. Aftonbladet, som lanserades i Stockholm som tidningen som var lätt att läsa under spårvagnsresan från arbetet, var en regional tabloidtidning. Tidningen vände sig till den expanderande medelklassen och byggde sina framgångar på människors ökade fritid (Hadenius, 1980).

Med starten av Expressen 1944 utvecklades tabloiden till en rikstidning med en modern nyhetsjournalistik, som delvis avvek från den svenska partipresstraditionen. Efter åtta år blev Expressen den största kvällstidningen, efter 14 år den största dagstidningen, i Sverige. Expressens framgångar

tvingade Aftonbladet till satsningen på att bli en riksspridd tabloidtidning (Gustafsson, 1984).

Koncentration

Under 1950-talet inleddes en koncentrationsprocess inom dagspressen i Sverige. Antalet flertidningsorter minskade men också antalet utgivningsorter. År 1945 utgavs dagstidningar på 93 orter, år 1964 var antalet 84. Samtidigt ökade antalet orter med bara en tidning från 42 till 60 (SOU 1965:22, s.154). Följderna för dagstidningsspridningen blev dock inte negativa. Dagstidningsläsningen påverkades inte.

Till de faktorer som snabbt drev på koncentrationen inom dagspressen under 1950-talet hörde dels en kraftig inflation med stigande löner, papperspriser och distributionsavgifter, dels sloandet av beredskapstidens pappersransonering vilket underlättade förstatidningarnas expansion. Den tidigare begränsade tilldelningen av tidningspapper hade satt ett tak på dessa tidningars växtmöjligheter.

En långsiktigt verkande drivkraft på dagspresskoncentrationen var den maktförskjutning från producent- till handelsledet vilken genom en ny konkurrenslag 1954 inleddes inom marknadsföringen och därmed förändrade förutsättningarna för annonseringen. De lokala tidningsmarknaderna uppmärksammades mer än tidigare. Förstatidningarna blev efterfrågade av annonsörerna medan andra-, tredje- och fjärdetidningar, där sådana fanns, på varje ort hamnade i konkurrensmässigt utsatta lägen.

I slutet av 1960-talet fanns det omkring 150 dagstidningar i Sverige, ungefär 90 med minst fyra nummer per vecka och ca 60 med högst tre nummer per vecka (figur 2.2). På drygt 20 orter fanns det minst två konkurrerande tidningar. Tjugo år tidigare, i slutet av 1940-talet, hade antalet konkurrensorter varit dubbelt så många.

Koncentrationsprocessen inom dagspressen kan lämpligen jämföras med den inom dagligvaruhandeln. I båda fallen spelade den nya konkurrenslagen från 1954 en viktig roll. När priset fick fastställas i detaljhandelsledet inleddes en strukturrationalisering för att genom lägre kostnader kunna konkurrera med lägre priser. Självbetjäning infördes i snabb takt, butiker på större orter slogs samman och butikerna organiserades i kedjor. Även i andra avseenden kan jämförelser mellan dagspress och detaljhandel vara av värde. Dagspressens riksspridda tidningar Expressen och Aftonbladet kan jämföras med detaljhandelns varuhuskedjor Epa, Tempo och Domus.

Utmärkande för tidningsdöden under 1950- och 1960-talen var inte i första hand att många tidningar tvingades lägga ner; detta hade också hänt i äldre tid. Det nya var att nästan inga nya dagstidningar startades. Ett andra karakteristiskt drag var att dagspressens anknytning till de politiska partierna trots det

inte upphörde som i många andra länder. Tidningarna fortsatte att redovisa en partipolitisk profil.

Ett tredje drag blev en starkare ställning för den lokala pressen. Även om Stockholms, och i någon mån Göteborgs och Malmös, morgontidningar spreds utanför sina utgivningsområden, nådde de aldrig annat än relativt små, intresserade läsargrupper där. Inte förrän tabloidtidningarna som nämnts gjorde en nationell satsning fick Sverige riksspridda tidningar i större skala.

Ett fjärde drag hos den svenska dagspressen blev att den ända fram till 1970-talet i stort sett var opåverkad av utvecklingen inom andra medier. Radion kom visserligen att under 1960-talet bygga ut sin nyhetsförmedling, men det skulle dröja ganska länge innan den publikmässigt mest attraktiva kanalen (P3) hade en fullt utbyggd nyhetsservice. Till detta kom att radion i huvudsak var nationell; lokalradio infördes inte förrän 1977 och då snarast som en region- eller länsradio. Televisionens regionala nyhetssändningar kom igång först ett decennium senare.

Vid 1970-talets början var således dagspressen det dominerande lokalmediet, medan radio och TV var rikstäckande. Det var denna mediemiljö som gav förutsättningarna för de första statliga pressutredningarna. Strukturen som den växt fram under 1960-talet blev den naturliga utgångspunkten när de presspolitiska målen respektive principerna för det statliga presstödet lades fast av 1972 års pressutredning, den tredje pressutredningen. Bedömningarna av dagspressens politiska roll och förhållandet mellan pressen och etermedierna respektive dagspressen och andra typer av tidningar präglades av den rådande mediesituationen.

Sedan början av 1970-talet har det skett stora förändringar inom både press och etermedier i Sverige. I själva verket hade dessa förändringar börjat göra sig gällande under den period som 1972 års pressutredning arbetade. För det första började de traditionella banden mellan politiska partier och dagstidningar att allt oftare ifrågasättas. När Dagens Nyheters ledning 1972 förklarade att tidningen i fortsättningen skulle beteckna sig oberoende speglade detta ett nytt läge. Även om motsvarande formella förändring inte kom att äga rum på andra tidningar var det uppenbart att det ändrade synsättet efter hand medförde en minskad partipolitisk karaktär hos de flesta dagstidningar, i första hand beträffande nyhetsurval och nyhetspresentation.

Under 1970-talet började också svensk radio ändra karaktär. Nyhets- och aktualitetsprogram fick ett betydligt ökat utrymme, särskilt i P3. Lokalradio började diskuteras. I det första utredningsförslaget redovisas en modell för radio på närmast kommunnivå (SOU 1973:8). Även om detta förslag senare kom att ersättas med en länsradiomodell var det ändå ett uttryck för ett nytt tänkande i fråga om radio; i slutet av decenniet kom även närradion att introduceras.

Tidningsmarknad i förändring

Det är mot den redovisade bakgrunden som den följande översikten av den aktuella dagspressutvecklingen skall betraktas. Den centrala frågan är vad som är det utmärkande för det som hänt under 1980-talet och i vilken mån det är en följd av de presspolitiska åtgärderna på 1970-talet.

Fem centrala frågor har styrt framställningen av vad som skett under de senaste två årtiondena:

- 1) Hur har den svenska tidningsmarknaden utvecklats i fråga om antalet utgivna dagstidningar – och hur förhåller sig Sverige till den internationella tidningsutvecklingen?
- 2) Hur har ägarförhållandena förändrats inom dagstidningsbranschen – och hur har koncentrationen på tidningsmarknaden utvecklats?
- 3) Hur ser volymutvecklingen ut för de svenska dagstidningarna med avseende på t.ex. antal anställda och typ av producerat innehåll?
- 4) Hur har upplagan utvecklats totalt och på olika avsnitt inom dagspressen?
- 5) Hur har annonsmarknaden utvecklats totalt och på olika delmarknader för dagspressen?

Här står förhållandena inom dagspressen i centrum. I det femte kapitlet kommer dagstidningarnas förhållande till utvecklingen inom andra medier att belysas. Översikten här inleds med en analys av begreppet dagstidning.

2.2 Vad är en dagstidning?

Det finns inte någon internationellt etablerad definition på dagstidning.

Unesco gör i *World Communication Report* (1989) följande avgränsning:

"A 'daily general-interest newspaper' is a publication devoted primarily to recording news of current affairs, politics, etc., which is published at least four times a week" (s. 305).

Övriga tidningar kallas i Unescos statistik "non-daily general-interest newspapers".

Unescos definition kan inte betraktas som allmänt accepterad. Att det finns skillnader i definitioner mellan olika länder är knappast oväntat. Kraven på dagstidningar varierar naturligt med nationella förutsättningar; i ett litet afrikanskt land är det en hög utgivningstäthet att komma ut en eller par gånger i veckan, medan sexdagartidningar dominerar marknaden i de flesta industriländer, men så har det inte alltid varit.

Sexdagarsutgivning är en sen företeelse; först 1936 utgjorde tidningar med utgivning minst sex gånger per vecka majoriteten av alla tidningar med utgivning minst två gånger per vecka (figur 2.2). Även i industriländer kan publikationer med låg periodicitet räknas som dagstidningar. Den senaste norska pressutredningen anger dagstidning som "alle publikasjoner som til-

fredsstiller de vanlige kravene til generelt nyhetsmessig innhold og reell betaling, og som kommer ut minst en gang per uke" (NOU 1992:14 s. 15).

Dagspressdefinitioner kan ha två utgångspunkter. De kan dels grundas på vetenskaplig analys, dels fastställas med sikte på praktiska tillämpningar. Här redovisas först de definitioner som använts inom svensk presspolitik. Dessa diskuteras sedan mot bakgrund av några vetenskapliga definitioner. Redovisningen är kronologisk från det att diskussionen om presstöd startade under 1950-talet till idag.

Dagspressdefinition och skattepolitik

Det var i skattesammanhang som dagstidningar första gången definierades politiskt (Präntare, 1979 s. 6). I den 1948 framlagda propositionen om pappersbeskattning uttalades att "papper som användes för tryckning av allmänna nyhetstidningar, dvs. vad som i dagligt tal benämnes dagspressen, undantages från pappersbeskattningen" (prop. 1948:215). I ytterligare formuleringar klargjordes att tidningar med 1–2 nr per vecka inte skulle få del av skattebefrielsen.

Genom motioner om en vidare tolkning av begreppet allmän nyhetstidning försvann periodicitetskravet. Periodiciteten skulle inte ha någon betydelse, utan innehållet (aktuella nyheter av varjehanda slag för den breda allmänheten) skulle avgöra om det var fråga om en allmän nyhetstidning. Några av de skattebelagda tidningarna företrädde bondeförbundet och det var just bondeförbundet som motionerade om en ändring av reglerna. Ändringen blev att nyhetstidningar som i huvudsak hade ett politiskt innehåll och som i fråga om utseende och redigering kunde jämföras med allmän nyhetstidning inte skulle behöva betala pappersskatt (Präntare, 1979).

Mönstret för fastställandet av dagspressdefinition för pappersskatten upprepades när det i slutet av 1950-talet beslutades att införa allmän varuskatt i landet (det som då benämndes som "oms" och som 1968 ersattes av "moms"). I propositionen (1959:162) föreslogs att allmänna nyhetstidningar skulle undantas från beskattning. Regeringen avsåg med det allmänna nyhetstidningar som utkom med minst tre nummer i veckan. Efter motioner därom ändrade riksdagen beslutet så att också tidningar med utgivning en eller två dagar i veckan skulle befrias från skatten.

De första pressutredningarna

Den första pressutredningen räknade till dagspress "allmänna nyhetstidningar som utkom minst tre gånger per vecka" (SOU 1965:22 s. 9). Den förde dock resonemang om en mindre restriktiv definition av begreppet dagstidning, dvs.

att även huvudtidningar av dagspresskaraktär, utgivna två gånger per vecka skulle medräknas.

I den andra pressutredningen gjordes en mer ingående analys av dagstidningsbegreppet. Utredningen valde i sina förslag att direkt gå på en vid definition som inrymde en- och tvådagartidningar av dagspresskaraktär. Man framhöll dock riskerna för gränssfall i tolkningen. Innehålllets inriktning på reguljär dagsaktuell nyhetsförmedling och/eller opinionsbildning borde enligt utredningen avgöra gränstragningen så att inte publikationer riskerade att uteslutas på grund av tryckmetod, typografiskt utseende eller redaktionella ståndpunkter (SOU 1968:48 s. 8f).

Svenska Tidningsutgivareföreningens avtal med Postverket om taxor och befordringshastighet som slöts 1962 inkluderade endast tidningar med utgivning 2–7 dagar i veckan. Detta väckte utbredda protester bland endagstidningarna. Myndigheten förordnade då år för år att ett drygt 30-tal namngivna endagstidningar kunde få samma befordringshastighet som tidningar med högre periodicitet (Präntare, 1979 s. 4).

Statsmakternas och myndigheternas vidare tolkning av dagstidningsbegreppet började påverka synsättet inom branschen under 1960-talet. Myndigheterna höll fast vid den vidare definitionen när samdistributionsrabatten infördes 1969. Statskontoret, som skulle administrera rabatten, skrev i sina tillämpningsföreskrifter att

"med dagstidning avses allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär, som utkommer med minst två nummer per vecka, ävensom sådan tidning med ett nummer per vecka, om den enligt Kungl. Maj:ts föreskrift får av Postverket befordras med samma hastighet som brev" (Präntare, 1979 s. 3; se ovan).

Det selektiva presstödet med produktionsbidrag startade 1971. Endagstidningarna kom med direkt i propositionen, några motioner behövdes inte denna gång. Detta uttrycktes explicit i definitionen: "med dagstidning avses allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär som normalt utkommer med minst ett nummer per vecka" (jfr Gustafsson, 1981 s. 107).

Såväl den tredje som den fjärde pressutredningen höll fast vid den vida definitionen. Den fjärde utredningen slog emellertid fast att endagstidningar skulle ha allmänna nyhetstidningars innehållsstruktur och redigeras som sådana för att de skulle anses ha dagspresskaraktär. Periodicitetskravet, ett nummer per vecka, fick anses vara ett minimum för att nyhetsförmedlingen och opinionsbildningen skulle kunna följa dagspressens rytm (SOU 1980:32 s. 16).

Vad gäller den svenska branschstatistiken kan man under 1970-talet notera en klar anpassning till definitionen i presstödssammanhang. År 1978 införde Tidningsstatistik AB nya definitioner. Dagspressen indelades i tre grupper, storstadspres flerdagars, landsortspres flerdagars och fådagartidningar. Med flerdagartidningar avsågs de som utkom med minst fyra nummer per vecka. Gruppen fådagartidningar inkluderade dagstidningar med 1–3 nummer per vecka, således även de s.k. endagstidningarna.

Dagspressbegreppet under 1980- och 1990-talen

Presstödsnämnden tog upp definitionen i sitt remissvar på fjärde pressutredningens betänkande och pekade på försök från tidningar att anpassa sin utgivning för att få tillgång till stöd. Det var främst den öppna inställningen till opinionsbildningsrollen, dvs. att den inte nödvändigtvis måste vara politisk, som inte gav en klar gräns mot vissa organisationstidningar med klart sektoriell opinionsbildning. Presstödsnämndens förslag att man som dagstidning borde räkna "allmän nyhetstidning och publikation av dagspresskaraktär med reguljär nyhetsförmedling och/eller allmän politisk opinionsbildning" godtogs.

Under 1980-talet verkade den femte och sjätte pressutredningen. Den femte berörde inte definitionen. Den sjätte utredningen ansåg det inte nödvändigt med någon principiell förändring i avgränsningen för presstödsberättigade tidningar, men den gjorde ändå ett försök till begreppsbestämning enligt olika innehållskriterier till en mer preciserad avgränsning "för den händelse tveksamhet framdeles skulle uppkomma i något enstaka fall" (SOU 1988:48 s. 127ff).

I praktiken blev det således Presstödsnämnden som fick i uppgift att tillämpa den redovisade dagspressdefinitionen. Inte oväntat uppkom problemen i prövningen av endagstidningar; det var i sådana fall frågan aktualiserades vad som bör innefattas i det som kallas allmänna nyhetstidningar.

Det har inom ramen för vårt uppdrag saknats möjlighet att analysera Presstödsnämndens och andra berörda organs bedömningar i detalj, men några observationer kan ändå redovisas. En sådan iakttagelse är att det till en början förefaller ha varit få problem. En förklaring var att många endagstidningar tidigare hade varit flerdagarstidningar; det var naturligt att dessa skulle uppfattas som allmänna nyhetstidningar, t.ex. Karlstads-Tidningen och Arbetaren. Detsamma har gällt endagstidningar med lokal eller regional spridning inriktade på ett visst geografiskt område.

En andra iakttagelse är att allmän- och partipolitiska, nationellt spridda tidningar som regel definierats som allmänna nyhetstidningar. Exempel på allmänpolitiska publikationer som betraktats som dagstidningar är bl.a. Tempus (1981) och 7 dagar (1982); partipolitiska tidningar som på dessa grunder har fått stöd är bl.a. Kristdemokraten (1980), Alternativet (1981) och NU (1984).

Det förefaller efter hand ha skett en vidgning av definitionen när det gäller publikationer med mera begränsad spridning. Således definierades den allkristna tidningen Hemmets Vän som allmän nyhetstidning år 1992. Tio år tidigare fastslog Presstödsnämnden i samband med prövning om moms-befrielse att tidningen Etcetera inte var att betrakta som allmän nyhetstidning eftersom den inte ansågs ha ett tillräckligt brett innehåll (jfr Holmberg, Oscarsson och Rydén, 1983).

Den relativt breda definition som utvecklats genom praxis har kommit att leda till en rad avgränsningsproblem. Frågan är då om det finns någon vetenskapligt grundad definition att bygga på.

Finns det en vetenskapligt hållbar definition?

I Tollins (1965) översikt av svensk dagspress 1900–1965 anger han tre kriterier för vad han har definierat som dagstidningar. Det ena är att tidningen skall motsvara "den allmänna, om även något diffusa uppfattningen om vad som skall menas med en dagstidning", det andra att tidningen skall utkomma med minst två nummer i veckan och det tredje att den skall ha utkommit regelbundet under minst ett år.

Tollins definition rymmer således dels ett relativt lätthanterligt minimikrav på periodicitet under en viss tidsrymd, dels ett betydligt besvärligare krav på dagstidningskaraktär. Han argumenterar i det förstnämnda fallet för två nummer i veckan eftersom de "tidningar av dagstidningstyp som aldrig kom över veckoutgivningsstadiet" troligen inte har spelat någon roll som "informationsorgan eller samhällskritiker" (Tollin, 1965 s. 7). Det senare innebär att Tollins avgränsning utgår från dagstidningens funktion i samhället; det är tidningar som utkommer regelbundet och som har ett innehåll av dagstidningskaraktär som kan fungera som nyhetsförmedlare och opinionsbildare.

Samma grundprincip finns också i de flesta andra försök att teoretiskt avgränsa vad som är en dagstidning. I Emil Dovifats klassiska framställning *Zeitungslehre* (1967) är utgångspunkten att dagstidningen fyller en funktion i offentligheten. Denna funktion kan vara av olika karaktär beroende på typ av publikation, men det som förenar tidningar är att de "förmedlar det senaste skeendet med så tät och regelbunden utgivning som möjligt till bredast möjliga offentlighet" (Dovifat, 1967 s. 8). Det intressanta med Dovifats avgränsning av dagstidningar är att den rymmer en publicistisk ambition. Det handlar om nyhetstidningar som inom sina områden vill nå så många så ofta som möjligt.

Dovifats sätt att avgränsa dagstidningar är givetvis praktiskt svårt att hantera. Det vanliga är därför att definitioner i praktiken inriktas på utbudet. Den klassiska, som också redovisas av Furhoff i 1967 års pressutredning, utgår från fyra grundkrav: periodicitet, aktualitet, publicitet och universalitet. Med periodicitet menas en regelbunden och varaktig utgivning, med aktualitet att innehållet är nyhetsbetonat, med publicitet att tidningen är inriktad mot allmänheten och med universalitet att tidningen har ett brett innehåll (Furhoff, 1965 s. 433). I många framställningar anges särskilt aktualiteten och offentligheten som dagstidningens kärna. Det är ambitioner inom dessa områden som i sin tur påverkar periodiciteten (Jfr Sylwan, 1906 s. 3ff).

Definitionen som uttryck för ett slags ambition om ökad periodicitet och stor spridning är karakteristiskt för det sena 1800-talet och 1900-talets första

hälft. Som framgått av figur 2.2 präglas perioden av en ökning av dagliga tidningar. År 1900 utgjorde tidningar med utgivning minst sex dagar per vecka mindre än en tredjedel av alla tidningar med utgivning minst två gånger per vecka. Sextio år senare var deras andel nästan två tredjedelar.

Det är därför föga överraskande att en sådan avgränsning satte sin prägel på de definitioner som tillämpades i de första pressutredningarna 1963 och 1967. Utgivningstätheten betraktades som ett viktigt kriterium. Det var den opinionsbildande dagspressens ambitioner som kom till uttryck, även om 1967 års utredning med hänvisning till förordningen om allmän varuskatt ansåg att den vetenskapliga definitionen var alltför snäv och att också allmänna nyhetstidningar med utgivning minst en gång per vecka borde kunna räknas in. Samtidigt framhölls svårigheten med gränsdragningar.

Samma ståndpunkt intas i huvudsak av 1972 års pressutredning. Intressant med denna utredning är att den genom att lyfta fram grupp-kommunikation som en viktig uppgift för pressen (SOU 1975:79 s. 292; även kapitel 6 nedan) öppnar för en tillämpning som inte i lika hög grad betonar det offentliga hos dagstidningen. Formuleringen "alla betydande meningsinriktningar måste ha tillgång till organ där de kan framföra de egna budskapen och där det finns plats för intern debatt" (s. 295f) är ett exempel på en vidgning av dagstidningsbegreppet till publikationer som har andra syften än att nå en bred offentlighet.

Vid en prövning av bidrag till invandartidningar 1983 på grundval av dagstidningsdefinitionen tillämpades ytterligare ett kriterium. Tidningen skulle i första hand bevaka förhållanden i Sverige och avse händelser som inträffat sedan föregående utgåva. Som underlag för prövningen användes kvantitativa studier av tidningarnas innehåll (Strid, 1979).

Presstödsnämndens beslut om produktionsbidrag under det senaste decenniet visar att de nytillkomna publikationerna ofta är mindre offentliga till sin natur. Endagstidningar med huvudsaklig spridning inom bestämda grupper av allmänheten har steg för steg kommit att accepteras som dagstidningar i stödförordningens mening. Det som i första hand förefaller ha väglett nämndens bedömningar är att tidningarna varit allmänpolitiska till sin karaktär. Den opinionsbildande funktionen förefaller ha fått större utrymme i tillämpningen av definitionen.

Det intressanta i utvecklingen är att tillämpningen under det senaste decenniet i en mening snarast är i linje med den ursprungliga föreställningen om tidningars opinionsfunktion. En viktig skillnad är dock att den ambition att nå vidaste offentlighet som uttrycks i definitionerna (t.ex. Dovifat, 1967) inte finns hos dessa tidningar.

I jämförelse med de vetenskapliga definitionerna har de presspolitiska i första hand avvikit från publicitetskravet. Det har skett i två steg: genom 1967 års utredning minskades kravet på periodicitet till ett nummer per vecka och

genom 1972 års utredning öppnades för en ny typ av tidningar genom att gruppkommunikation angavs som en av dagspressens uppgifter i samhället.

Genomgången har visat att definitionen av dagspressbegreppet i presstödssammanhang har präglats av pragmatiska överväganden. Detta har genomgående inneburit en uppluckring. De vetenskapliga definitionerna ställer strikta krav på utgivningsfrekvens men är därför inte på något sätt statiska. Eftersom de vetenskapliga definitionerna ofta utgår från användarna följer de också samhällsutvecklingen, inte minst i termer av människors intressen och efterfrågan på information och opinion och hur de uppfattar att olika medier kan tillgodose detta.

2.3 Svensk dagspress efter 1980

År 1993 fanns det 161 dagstidningar i Sverige. Det var nästan lika många som 1980 då det gick att räkna till 164 tidningar i riket. Detta tyder på en anmärkningsvärd stabilitet i beståndet över tid. Under perioden har det dock skett förändringar. Fram till och med 1984 ökade antalet tidningar till 175, därefter har antalet minskat successivt.

Antalet dagstidningar

Utgångspunkten för beräkningen är det breda dagstidningsbegrepp som används i presstödssammanhang. I tabell 2.1 ges en översikt av antalet dagstidningar uppdelat efter periodicitet. Tabellen innehåller uppgifter för tiden från 1940 till 1993 och bygger på uppgifter från Tidningsstatistik.

Tabell 2.1 Antal tidningar efter utgivningsfrekvens 1940–1993

År	7 nr/ vecka	6 nr/ vecka	5 nr/ vecka	4 nr/ vecka	3 nr/ vecka	2 nr/ vecka	1 nr/ vecka	Totalt
1940	10	108	–	14	59	27	18	236
1945	12	110	–	8	55	14	17	216
1950	15	110	–	8	51	12	20	216
1955	19	91	–	8	47	11	16	192
1960	13	77	–	9	40	10	28	177
1965	13	69	3	8	28	6	30	157
1970	12	64	7	7	22	8	29	149
1975	13	65	7	4	23	7	27	146
1980	14	65	9	6	18	9	43	164
1985	14	68	10	8	16	6	49	171
1990	13	67	10	7	13	7	47	164
1993	13	66	10	5	13	7	50	164

Anm: Uppgifter från SOU 1975:78 och Carlsson, U, Anshelm, M, MedieSverige 1993 (1993)

Av tabellen framgår tydligt att förändringar i antalet tidningar i första hand bestäms av vad som händer inom gruppen fådagartidningar. Av det 25-tal tidningsetableringar som ägde rum under 1980-talet handlade de flesta om endagstidningar. Närmare hälften av etableringarna misslyckades (tabell 2.2). De nystartade endagstidningarna har som regel bara nått en begränsad upplaga. Deras spridning har vanligen varit regional.

Det intresse som i början av 1980-talet fanns för att starta endagstidningar upphörde mer eller mindre helt vid mitten av decenniet. Intresset stimulerades av etableringsstödet men det minskade intresset resulterade i att endast 1,4 miljoner utbetalades i denna form under den senare hälften av 1980-talet. Stödformen upphörde helt 1987.

Inom gruppen flerdagartidningar ligger antalet mycket stabilt kring 100 stycken under 1980-talet. Men även i denna grupp har det skett förändringar. Det gjordes två uppmärksammade etableringsförsök på storstadsmarknaderna. Det var satsningar på att återuppliva tidningar som försvunnit i mitten av 1960-talet och början av 1970-talet. Stockholms-Tidningen startades 1981 med utgivning fem dagar i veckan och höjde periodiciteten till sju dagar 1983. Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning startades 1984 med sjudagarsutgivning. Båda misslyckades. Stockholms-Tidningen blev mest långlivad som en regional storstadstidning. Den kom upp i en upplaga på drygt 40 000 exemplar, skapade en egen journalistisk profil och hann bli en tydlig röst i samhällsdebatten. På grund av en svag annonstillströmning gick den i konkurs 1984.

Den mest framgångsrika etableringen under efterkrigstiden svarar Dagens Industri för. Den startades 1976 som en försiktig satsning med utgivning två dagar i veckan. Efter inledande svårigheter fick den allt bättre genomslag inom näringslivet som utgjorde tidningens målgrupp och 1983 höjdes utgivningsfrekvensen till fem dagar i veckan, 1991 till sex nummer i veckan. Mellan 1983 och 1993 har tidningens upplaga per utgivningsdag nästan tredubblats, från ca 30 000 till 84 000 exemplar. Den fick en konkurrent 1989, Finanstidningen, som dock inte har haft en motsvarande framgång.

Periodicitetsförändringar

En del av förändringarna inom de olika tidningsgrupperna i tabell 2.1 hänger samman med att tidningar förändrat sin utgivningsfrekvens. Utöver den nämnda Dagens Industri höjde inte mindre än åtta landsortstidningar sin periodicitet under 1980-talet. En landsortstidning, Ljusdals-Posten, gick upp i periodicitet i början av 1990-talet (tabell 2.3). Härutöver höjde en landsortstidning, Smålands Folkblad, periodiciteten i ett försök att vända ett kraftigt upplagefall. Detta lyckades dock inte, utan tidningen tvingades lägga ned inom ett år efter periodicitetsförändringen (se nedan). Det finns också ett

exempel på en tidning, Tempus, som höjde periodiciteten från en till fem dagar 1985 men tvingades gå tillbaka till endagsutgivning 1987.

Tabell 2.2 Nyttillkomna och upphörda dagstidningar 1980–1993

Tidning	Nr/v	Tillkom	Upphörde
Förort Väst	1		1980
Arbetarkamp	1		1981
Norrort m.fl.	1		1982
Södertälje Allehanda	1		1982
Trosa Tidning	1		1982
Västerort	1		1983
Göteborgs Handels- och Sjöfarts- Tidning (GHT)-1	1		1984
Göteborgs-Nytt	1		1984
Internationalen	1		1984
Finn Sanomat	1		1985
Göteborgs-Kuriren	1		1986
M-L Gnistan	1		1986
Lerums Tidning	1		1987
Nacka-Saltsjöbadens Tidning	1		1989
Upplands Nyheter	1	1980	
Västerbottningen	1	1980	
Alternativet	1	1981	
Broderskap	1	1981	
Finnveden	1	1981	
Tempus	1	1981	
FÖ Veckotidningen	1	1981	1985
Höglandet	1	1981	1987
Folkviljan i Norrbotten	1	1981	1990
Norrlands-Posten	1	1982	1983
7 Dagar	1	1982	1984
Sunnerbo-Tidningen	1	1982	1984
Älvsborgs Nyheter	1	1983	1993*
Kungsbacka Tidning	1	1983	
NU	1	1983	
Skaraborgaren Öst	1	1983	1985
Skaraborgaren Väst	1	1983	1985
Hela Veckan	1	1983	1987
Liberacion	1	1984	
Morgonposten	1	1986	
Kvinnosyn i Värmland	1	1989	
Nya Haninge	1	1989	1989

Tidning	Nr/v	Tillkom	Upphörde
Tidningen Södermalm	1	1989	1989
Stockholms-Tidningen	5	1981	1984
Göteborgs Handels- och Sjöfarts- Tidning (GHT)	7	1984	1985
Finanstidningen	5	1989	
Mellersta Skåne	6		1986
Bergslagsposten Dala	6	1980	
Nyheterna, Oskarshamn	6	1981	
Östgöten	6	1982	
Folket Syd	6	1982	1988
Arbetartidningen Ny Dag	1		1990
Borås Nyheter (f.d. Västgöta-Dem)	1	1990	
Aktuellt i Politiken**	1	1993	
Folkbladet Jönköping	1	1993	
Göteborgs-Kuriren	1	1991	1992
Hemmets Vän***	1	1992	
Hälsinge Kuriren Fredag	1	1993	
Olssons Tidning	1	1991	
Sändaren****	1	1993	
Smålands Folkblad	5		1992
Tranås-Posten	6		1992

*Uppgick i Morgonposten;

**Aktuellt i Politiken, tidigare fackpressansluten;

***Hemmets Vän utges av Evangelipress Förlags AB och är en allkristen rikstidning;

****Sändaren är organ för Svenska Baptistförbundet och Svenska Missionsförbundet

Kommentar: Tabellen avser dagstidningar i mening av att de definierat sig genom att ansluta sig till TS eller att Presstödsnämnden har betraktat dem som sådana. Startår avser således det år då respektive publikation etablerades som dagstidning, vilket inte nödvändigtvis är detsamma som publikationens startår. På motsvarande sätt gäller avvecklingsår, då tidningen upphörde som dagstidning.

Anm: Uppgifter från Presstödsnämnden 1980–1989 och TS-boken 1990–1994

Det fanns också två landsortstidningar med problem på läsar- och annonsmarknaderna som tvingades att sänka periodiciteten. Båda tillhörde A-pressen och var andratidningar. Västgöta-Demokraten i Borås gick ned till endagsutgivning 1986 och Kronobergaren i Växjö tvingades bli endags-tidning 1987. Den senare slogs hösten 1993 samman med Växjöbladet. Den nya tidningen, 3 dagar, har som namnet säger tredagarsutgivning. Västgöta-Demokraten såldes till privata intressen 1990, varefter tidningen fortsatte som endagsstidning men under annat namn, Borås Nyheter, och utan partisignatur, sedermera nedlagd.

Mellan 1989 och 1990 reducerades antalet sjudagarstidningar från 14 till 13 stycken. Bortfallet uppkom genom en fusion mellan den i Malmö utgivna

Kvällsposten och den i Göteborg utgivna GT till tidningen Idag. Inom kvällspressegmentet minskade således antalet tidningar från fyra till tre.

Tabell 2.3 Periodicitetsförändrade dagstidningar 1980–1993

Tidning	Ändrad från	till	år
Elfsborgs Läns Allehanda	3	5	1989
Södra Dalarnes Tidning	3	6	1987
Tranås-Posten	3	5	1980
Tranås-Posten**	5	6	1982
Västgöta-Bladet	3	4	1981
Ludvika Tidning	4	6	1987
Trollhättans Tidning	4	5	1989
Enköpings-Posten	5	6	1989
Nordvästra Skånes Tidningar	6	7	1980
Stockholms-Tidningen*	5	7	1983
Smålands Folkblad**	4	5	1991
Dagens Industri	2	5	1983
Dagens Industri	5	6	1991
Ljusdals-Posten	4	5	1992
Tempus	1	5	1985
Tempus	5	1	1987
Arbetartidningen Ny Dag	2	1	1983
Norrskensflamman	5	1	1989
Kronobergaren	6	1	1987
Västgöta-Demokraten	6	1	1986

*Nedlagd 1984

**Nedlagd 1992

Anm.: Uppgifter från TS-boken 1994

De inledande åren av 1990-talet har utvecklingen av det svenska tidningsbeståndet varit stabil trots lågkonjunkturen. En sexdagarsutgiven landsortstidning, Smålands Folkblad i Jönköping, tvingades lägga ned i januari 1992. Den hade hört till A-pressen och var andratidning. I anslutning till A-presskoncernens konkurs 1992 skedde dock inga nedläggningar av enskilda tidningar. Tranås-Posten (borgerlig partisignatur) tvingades upphöra 1992.

En internationell jämförelse

I ett internationellt perspektiv får den svenska utvecklingen de senaste åren anses vara anmärkningsvärt stabil. I tabell 2.4 kan utvecklingen 1988-1992 i ett antal europeiska länder samt Japan och USA studeras. Tabellen utgår från

den internationella definitionen för dagstidning som avser utgivningsfrekvens minst 3 nummer per vecka.

Tabell 2.4 Antal tidningar i olika länder 1988–1992

Land	1988	1991	1992	Förändring % 1988–1992
Österrike	17	15	16	-6
Belgien	35	34	33	-6
Danmark	46	43	43	-7
Finland	67	61	58	-13
Frankrike	111	94	-	-15*
Japan	124	124	121	-2
Nederländerna	47	45	45	-4
Norge	83	81	82	-1
Spanien	109	131	128	+17
Sverige	107	107	104	-2
Schweiz	127	127	123	-3
England	104	103	103	-1
USA	1 642	1 585	1 570	-4

*Gäller för 1991.

Kommentar: Utgivning 3–7 nr/vecka.

Källa: World Press Trends, FIEJ 1993

Under perioden 1988–1992 ligger nedgången i tidningsantalet strax under 3 procent. Norge, Japan och Storbritannien har en svagare nedgång. Schweiz, Nederländerna och USA ligger i nivå med Sverige. Österrike, Belgien och Danmark svarar för en nedgång med närmare 6 procent medan Finland och Frankrike uppvisar en kraftig nedgång med nästan 15 procent. Spanien utmärks av den kraftigaste ökningen i antalet dagstidningar. Mellan åren 1991 och 1992 går det inte att finna någon större skillnad i utvecklingen av antalet dagstidningar mellan de olika länderna.

Av förändringarna kan utläsas både politiska och ekonomiska förutsättningar för dagstidningsutgivning. Nedgången i Finland har i hög grad en ekonomisk bakgrund, medan expansionen i Spanien speglar de politiska förändringarna efter Franco-regimens fall.

I Sverige har det i huvudsak varit en stabilitet både politiskt och ekonomiskt. Det dagspressmönster som varit det förhärskande sedan början av 1970-talet är i huvudsak kvar 1993. Det har visserligen försvunnit några sex-dagarsstidningar utan att några nya tillkommit, men räknat i antal tidningar är förändringarna marginella. I fråga om utgivningstätheten är rörligheten något större.

2.4 Ägarförhållanden

Ägarförhållandena inom dagspressen har varit ett återkommande tema i diskussioner kring mångfalden på tidningsmarknaden. I detta avsnitt är avsikten att belysa tidningsägandet i Sverige i början av 1990-talet. Ett särskilt syfte är att försöka få en bild av långsiktiga tendenser i ägandet. Underlaget har sammanställts för Pressutredningen -94 av Staffan Sundin.

Massmediekoncentrationsutredningen 1978

Massmediekoncentrationsutredningen beskrev i sitt betänkande ägarkoncentrationen inom den svenska dagspressen 1978 (SOU 1980:28). Det fastslogs att privatägda, företrädesvis familjeägda, bolag var den vanligaste ägarformen. I de tre storstäderna dominerade tre ägarfamiljer, vilka alla satsat på kombinationen en morgontidning och en kvällstidning: Bonnier, Hjärne och Wahlgren (tabell 2.5A).

I tre regioner fanns familjeägda tidningskedjor med fem till åtta tidningar – Ander, Bengtsson och Hamrin. I samtliga fall hade ägarna förvärvat en landsortstidning och sedan byggt upp kedjan genom att införliva salubjudna tidningar i grannskapet.

Den näst vanligaste ägarformen var organisationsägande, i första hand koncentrerad till arbetarrörelsen och centerrörelsen. Merparten av de socialdemokratiska tidningarna var majoritetsägda av det socialdemokratiska partiet och samlade i A-pressen. Centerpartiet ägde en kedja på fem dagstidningar. Lokala föreningar med förankring i center- och bonderörelsen ägde sammanlagt sex tidningar.

Den tredje ägarformen var stiftelser. Största stiftelseägda tidning var Svenska Dagbladet, som dock hade en rad storföretag som delägare. Högerpartiet och folkpartiet hade under 1950- och 1960-talen använt stiftelseformen för att stödja vissa av partierna närstående tidningar. Högers Förlagsstiftelse med fyra tidningar och Stiftelsen Pressorganisation, huvudägare för två och delägare i ytterligare tre tidningar, hade bindningar till moderata samlingspartiet respektive folkpartiet. Stiftelsen Barometern drev en kedja med tre relativt stora landsortstidningar.

I ett internationellt perspektiv var den svenska ägarkoncentrationen inte anmärkningsvärt stor.

Tidningsägandet 1993

Den grundstruktur som gällde för tidningsägandet 1978 består 1993. Huvuddelen av de 20 största ägarna 1978 återfinns i motsvarande grupp femton år senare.

Bonniersfären har mellan 1978 och 1993 ökat sin andel av den totala upplagan från knappt 21 till knappt 27 procent, en ökning med en dryg tredjedel. Detta har skett genom att man dels har startat en ny tidning, Dagens Industri, dels har köpt Sydsvenska Dagbladet med hälftenägda kvällstidningen Idag. Det senare köpet är principiellt intressant genom att det bröt med en tidigare tradition inom Bonniersfären. Sedan Bonniers grundat Expressen 1944 drev man linjen att inte expandera inom dagspressen och avstod exempelvis från att bjuda på landsortstidningar som blev till salu. Genom köpet har Bonniers således flyttat fram sina positioner på dagstidningsmarknaden (Sundin, 1993, 1994). Å andra sidan har Bonniers upplageandel ökat något mindre än förväntat beroende på att Expressen samtidigt har tappat upplaga.

Tabell 2.5:A De 20 största ägargrupperna inom flerdagarspress (minst 3 nr/v) 1978

Ägargrupp	Antal huvud-tidningar	Upplaga vardagar 1:a halvåret 1978	Procent av upplagan
Släkten Bonnier	2	924 800	20,6
Arbetarrörelsen	21	912 500	20,3
Familjen Hjärne	2	394 200	8,8
Släkten Wahlgren	2	227 200	5,1
Centerrörelsen	11	206 800	4,6
Familjen Ander	8	199 500	4,4
Stiftelsen Svenska Dagbladet	1	179 800	4,0
Stiftelsen Barometern	3	127 700	2,8
Familjen Hamrin	5	109 300	2,4
Familjen Bengtsson	8	99 100	2,2
Liberala tidningar KB	3	98 000	2,2
Familjen Pers	2	73 600	1,6
Släkten Ridderstad	2	73 200	1,6
Högerns Förlagsstiftelse	4	72 300	1,6
Erik och Asta Sundins Stiftelse	2	65 700	1,5
Tore G Wärenstam	2	62 400	1,4
Familjerna Alström och Wide	2	58 000	1,3
Axel Johanssons stiftelser	1	56 900	1,3
Stiftelsen Pressorganisationen	2	48 200	1,1
Familjen Walin	2	42 700	1,0
Övriga	26	459 100	10,2
Summa	111	4 491 000	100,0

Anm: Från Sundins arbetsrapport till Pressutredningen -94; bygger på bearbetningar efter Massmediekoncentrationsutredningen (SOU 1980:82) och TS-Boken 1979. Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen och centerrörelsen har sammanförts till var sin grupp oberoende av juridiskt ägande. I utredningen vägdes periodiciteten in i måttet för upplagor. I denna undersökning har enbart upplagesiffrorna använts. Tidningsföretag med 3-dagarsstidningar har därför en relativt starkare ställning i denna undersökning än i Massmediekoncentrationsutredningens.

Tabell 2.5:B De 20 största ägargrupperna inom flerdagarspress (minst 3 nr/v) 1993

Ägargrupp	Antal huvud- tidningar	Upplaga vardagar 1:a halvåret 1993	Procent av upplagan
Släkten Bonnier (inkl. 50% Idag)	4,5	1 164 500	26,7
Arbetarrörelsen	18	751 050	17,2
Familjen Hjörne (inkl. 50% Idag)	1,5	355 000	8,1
Centerrörelsen	10,5	215 800	4,9
Familjen Ander	10	212 900	4,9
Wallenberggruppen	1	203 500	4,7
Familjen Hamrin	7,5	164 700	3,8
Familjen Pers	7	128 300	2,9
Stiftelsen Barometern	3	126 400	2,9
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	4	109 900	2,5
Liberala tidningar KB	4	100 600	2,3
Familjen Bengtsson	5	66 600	1,5
Stiftelsen Tore G Wärenstam	2	66 500	1,5
Släkten Ridderstad	1	66 400	1,5
Axel Johanssons stiftelser	1	65 200	1,5
Erik och Asta Sundins Stiftelse	2	63 800	1,5
Högerns Förlagsstiftelse	3	60 000	1,4
Familjen Sommelius	1	50 800	1,2
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse	2	47 100	1,1
Stiftelsen VK-Press	1	46 300	1,1
Övriga	17	301 150	6,9
Summa	106	4 366 500	100,0

Anm: Från Sundins arbetsrapport till Pressutredningen -94: bygger på bearbetningar efter TS-Boken 1994, årsredovisningar 1992 för samtliga berörda företag samt Hadenius, S & Anderberg, G, Vem äger vad i svenska massmedier? (1994). Tidningar ägda av organisationer i arbetarrörelsen och centerrörelsen har sammanförts till var sin grupp oberoende av juridiskt ägande.

Arbetarrörelsens press har sedan 1978 varit utsatt för de största förändringarna inom svenskt tidningsägande. Som framgått av ett tidigare avsnitt har tre tidningar, Kronobergaren, Västgöta-Demokraten och Smålands Folkblad, upphört. Till detta kommer att fyra av de mest förlustbringande tidningarna gick i konkurs sedan A-Pressen 1991 sålt dem till privata ägare. A-presskoncernen med kvarvarande tretton tidningar gick sedan i konkurs 1992. Av den socialdemokratiska pressen är det endast Aftonbladet, Piteå-Tidningen och den hälftenägda Gotlands Tidningar som inte har berörts av någon konkurs under perioden 1978-1993.

A-pressgruppen har sedan konkursen 1992 helt rekonstruerats med det uttalade målet att överlåta tidningarna till lokalt förankrade ägare som fack-

A-pessgruppen har sedan konkursen 1992 helt rekonstruerats med det uttalade målet att överlåta tidningarna till lokalt förankrade ägare som fackföreningar och socialdemokratiska partioorganisationer men också enskilda. I Arbetet har det lokala näringslivet och Helsingborgs Dagblad gått in som minoritetsägare. Länsstidningen Östersund har till hälften och Hälsingekuriren har helt övertagits av privatpersoner men behållit sin partibeteckning. Fyra tidningar ägs fortfarande centralt men avsikten är att även de skall överlåtas till lokala ägare. Sammantaget har arbetarrörelsen förlorat ungefär tre procentenheter av den totala dagspressupplagan. Den kvalitativt stora skillnaden är emellertid att arbetarrörelsens press inte längre är en enhetlig grupp; även om en del band kvarstår har utvecklingen gått mot en upplösning av gruppen till förmån för lokalt ägda tidningar med delvis blandade ägarkonstellationer.

Svenska Dagbladet övertogs 1994 av ett holdingbolag med företag inom Wallenberggruppen som huvudägare och med Stiftelsen Svenska Dagbladet som minoritetsägare. Wallenberggruppen har tidigare aldrig varit direkt engagerad i dagspress.

Ägandeförhållanden inom lokal morgonpress

De socialdemokratiska tidningarna som ursprungligen startades av lokala fackliga och politiska organisationer är således genom pågående rekonstruktioner på väg att på nytt få en lokal profil. Inom den lokala morgonpressen har samtidigt andra ägare expanderat.

Persgruppen har vidgats genom förvärv av Sala Allehanda, Fagersta-Posten och Avesta Tidning i dess hemmaregion, samt genom Trollhättans Tidning och Elfsborgs Läns Allehanda i Älvsborgs län. Hamringruppen (Herenco) har byggt vidare i Jönköpings och Skaraborgs län genom köp av Värnamo Nyheter, Skaraborgs läns Tidning och Skövde Nyheter (50%). Andergruppen köpte Nya Kristinehamns-Posten och Fryksdals-Bygden inom sitt närområde samt Enköpings-Posten. Hallandsposten övertogs av ett nybildat kommanditbolag, Liberala Tidningar KB, som ägs av tretton liberala tidningsföretag och en stiftelse.

Nya grupper har tillkommit. Den s.k. Allehanda-gruppen består av Trelleborgs Allehanda och Ystads Allehanda med Ystads Allehandas tidigare ägarfamiljer som majoritetsägare och Sydsvenska Dagbladet som minoritetsägare.

En viktig förklaring till de redovisade förändringarna är att ett antal familjeföretag avvecklats. I själva verket är familjeägda bolag den ägarform som gått tillbaka mest från 1978 till 1993. En rad ägarfamiljer som Wahlgren i Sydsvenska Dagbladet, Alström och Wide i Sundsvalls Tidning, Johansson i Värnamo Nyheter, Grundel i Nya Kristinehamns-Posten och Fryksdals-Bygden, samt Kindahl och Olsson i Trelleborgs Allehanda har sålt sina före-

tag. Köparna har vanligen varit någon av de större grupperna inom svensk dagspress.

Ägarformer 1978 och 1993

Ägarformerna visar små förskjutningar under perioden (tabell 2.6). De privatägda tidningarna har ökat sin andel något på bekostnad av de organisationsägda, medan de stiftelseägda tidningarna behållit sin andel. Bland de organisationsägda tidningarna har arbetarrörelsen förlorat i styrka medan centerrörelsen behållit sin. Den stora förändringen inom de moderata stiftelserna beror på att Svenska Dagbladet som lämnat gruppen hade betydligt större upplaga än Borås Tidning som tillkommit.

Tabell 2.6 Ägarformer inom flerdagarspress (minst 3 nr/v) 1978 och 1993

Ägarform	1978			1993		
	Antal Andel	Upplaga	Andel	Antal	Upplaga	
Privatägda	59	2 660 600	59	58	2 744 900	63
Arbetarrörelsen	21	912 500	20	17	751 050	17
Centerrörelsen	11	206 800	5	10,5	215 800	5
Övriga org	2	30 800	1	1	20 200	0
Organisationer (sum)	34	1 150 100	26	28,5	987 050	23
Moderata stiftelser	10	445 500	10	10	316 700	7
Liberala stiftelser	8	234 800	5	9,5	317 850	7
Stiftelser (sum)	18	680 300	15	19,5	634 550	15
Summa (total)	111	4 491 000	100	106	4 366 500	100

Anm: Bearbetning efter TS-boken 1979 och 1994.

Det som möjligen är mest anmärkningsvärt är att det trots allt hänt så pass litet mellan 1978 och 1993 i fråga om ägarformer.

Hur koncentrerad är den svenska dagstidningsmarknaden?

Graden av koncentration inom dagspressen kan mätas på flera sätt. Den kan avse branschen totalt. Vanliga mått på denna nivå är marknadsandelarna för de två, fyra, åtta eller sexton största ägarna. Man kan också ange antal orter med minst två tidningar.

Med tanke på skillnader i spridningsmönster kan koncentrationsgraden mätas för morgonpressen och kvällspressen för sig. I det senare fallet skall man finna att Expressen 1993 svarade för nästan hälften av kvällspressens samlade upplaga. Eftersom de flesta svenska dagstidningar är lokala eller regionala är det naturligt att utöver det nämnda mäta koncentrationen på lokal eller regional nivå. Man kan här använda sig av hushållstäckningen på utgivningsorten respektive utgivningsregionen.

Ägarkoncentrationen mätt i andel av totalupplagan var 1978 relativt hög med fyra ägare som svarade för nära hälften och åtta ägare för nära två tredjedelar av den totala upplagan (tabell 2.7). Den störste ägaren hade 1993 ökat sin andel till 26,6 procent. De två största grupperna kontrollerar därmed 1/3 av den samlade upplagan av tidningar med minst tre nummer per vecka (jfr Erdmann och Fritsch, 1990).

Mätt i de åtta respektive sexton största ägarna har koncentrationen minskat något mellan 1978 och 1993. En förklaring är att den tidigare A-pressens tidningar spritts ut på åtta ägare.

Tabell 2.7 Ägarkoncentration inom flerdagarspress (minst 3 nr/v) 1978 och 1993 (procent)

Mått	1978	1993
Den störste ägaren	20,6	26,7
De två största ägarna	30,2	34,8
De fyra största ägarna	47,0	47,5
De åtta största ägarna	63,4	61,8
De sexton största ägarna	79,9	79,0

Anm: Bearbetning efter TS-Boken 1979 och 1994

Om arbetarrörelsens och centerrörelsens tidningar sammanförs till var sin enhetlig grupp blir bilden av ägarkoncentrationen något annorlunda. De fyra största ägarna svarade 1978 för drygt hälften av totalupplagan. Mellan 1978 och 1993 har ägarkoncentrationen ökat något enligt de tre första koncentrationmått.

Den redovisade beskrivningen av de stora ägargrupperna ger i första hand en bild av de huvudsakliga ägarna, men säger mindre om deras ekonomiska eller politiska styrka. Den senare är i hög grad beroende av var någonstans en ägare har sina intressen.

Dagstidningsägande på lokala marknader

Den svenska dagspressen utgör inte en enhetlig nationell marknad i samma utsträckning som gäller för t.ex. TV-, bok-, fonogram-, tidskrifts- och filmmarknaderna. Det utmärkande draget för dagspressen är i stället de lokala marknadernas starka ställning.

Mot denna bakgrund är det viktigt att studera på hur många lokala marknader de enskilda ägargrupperna förekommer samt vilken styrka de har på dessa. Ett exempel finns i tabell 2.8. Den redovisar omfattningen av de olika ägargruppernas kontroll över lokala marknader 1993 efter de ägda tidningarnas täckningstal. Tabellen läses kolumnvis. Exempelvis finns det 20 marknader där en enskild tidning har minst 90 procent av marknaden, varav familjerna Hamrin och Pers har fyra vardera.

Tabell 2.8 Antal tidningar per ägargrupp fördelade efter marknadsandel 1993 per utgivningsregion (A-region)

Ägargrupp	Marknadsandel								Antal tidn.
	90-100	80-89	70-79	60-69	50-59	40-49	30-39	20-29	
Arbetarrörelsen		3		1	1	4	3	11	23
Familjen Ander	1	4	1	2	1				9
Familjen Hamrin	4	1	1			1			7
Familjen Pers	4			1	1				6
Liberala Tidn. KB	1	2				1	1		5
Stift. Barometern	1		1	2		1			5
Centerföreningar		1		2	1				4
Centerpartiet	3				1				4
Familjen Bengtsson		1		1		1		1	4
Högerns Förlagsstift.				1	1	1	1		4
Nya Stiftelsen Gefle Dagblad	1		1		1	1			4
Släkten Bonnier			1		1			1	3
Erik och Asta Sundins Stiftelse	1		1						2
Eskilstuna-Kurirens Stiftelse		1	1						2
Släkten Ridderstad		1			1				2
Stiftelsen VK-Press			1		1				2
Övriga	4	2	1	1	3	2	1	3	17
Summa	20	17	8	11	13	12	6	16	103

Anm: Bearbetning efter TS-Boken 1994

Om vi jämför med situationen 1978 är det tydligt att det under perioden till 1993 har skett en relativt stor ökning av marknader med en dominerande ägare. På över hälften av marknaderna hade den dominerande ägaren 1993 en marknadsandel på över 80 procent. Motsvarande antal marknader var 1978 en fjärdedel. Speciellt markant var ökningen av gruppen över 90 procent. På endast en femtedel av marknaderna hade marknadsledaren en andel under 60 procent. Samtliga större ägargrupper med undantag för Högerns Förlagsstiftelse, släkten Bonnier och Stiftelsen VK-Press har i minst en region en marknadsandel över 80 procent.

Särskilt familjerna Hamrin och Pers har stärkt sin ställning under perioden och har nu en helt dominerande ställning i fyra regioner vardera. Om vi utgår ifrån de 37 orter där de större ägargrupperna har minst någon tidning med minst 80 procent av marknaden kontrollerar de tre kedjorna Ander, Hamrin och Pers nästan 40 procent av dessa. Även centerpartiet har här en stark marknadsposition.

Det finns flera förklaringar till den iakttagna ökningen av ägarkoncentrationen på enskilda lokalmarknader. I några fall beror förändringen på att konkurrerande tidningar lagts ned, t.ex. i Jönköping, Tranås, Växjö och Borås. I andra fall handlar det om förvärv, t.ex. Pers olika tidningsköp. En tredje typ representerar ett slags kombination: Hamringruppen köpte marknadsledaren Värnamo Nyheter, Värnamo Tidning lades ned och ersattes av endags-tidningen Hela Veckan som i sin tur lades ner efter några år. I båda fallen har den konkurrens som funnits mellan tidningar i samma koncern minskat eller helt upphört. En fjärde faktor är att flera regiontidningar, inte minst inom A-pressen, valt att dra tillbaka olönsam bevakning av orter i spridningsområdets periferi. Exempel på områden som på detta sätt fått en ökad koncentration är Västervik, Nyköping och Mjölby/Motala.

I motsats till morgontidningsmarknaden är kvällstidningsmarknaden en utpräglad nationell marknad där de två största tidningarna har merparten av sin upplaga spridd utanför utgivningsområdet. Bonniers med Expressen och LO med Aftonbladet dominerade 1978 kvällspressen. De var representerade med en marknadsandel på minst 20 procent i 90 procent av landets A-regioner.

Under perioden 1978–93 minskade den totala kvällstidningsmarknaden med 150 000 exemplar. Bonniers har trots detta ökat sin marknadsandel genom köpet av Sydsvenska Dagbladet med dess hälftenägande av Idag. Genom förvärvet av Idag kom Bonniers att få en mycket stark ställning i Sydsvetige. Gruppen skaffade sig en marknadsandel över 20 procent i hela landet utom i Göteborg.

Vad betyder ägarna?

I de dagstidningar som startades under 1800-talet var det vanliga mönstret att huvudägaren även stod i ledningen för tidningen både på den ekonomiska och

den redaktionella sidan. Rudolf Wall i Dagens Nyheter och Anders Pers i Vestmanlands Läns Tidning är exempel på tidningsgrundare med total kontroll över sina företag. Denna tidiga företagsledningsform har levt vidare under hela 1900-talet med starka ledarprofiler som Eskil Ridderstad, Östgöta Correspondenten, Ove Sommelius, Helsingborgs Dagblad, Gustaf Ander, Nya Wermlands-Tidningen och Christer Wahlgren, Sydsvenska Dagbladet.

Albert Bonnier jr förde ibland fram tanken att ägarfamiljen skulle tillsätta en "publisher" på Dagens Nyheter, som enligt anglosaxisk modell skulle överta det totala ekonomiska och redaktionella ansvaret för tidningen. Idén vann dock aldrig anklang inom den övriga familjen och har aldrig prövats inom Bonniersfären (Sundin, 1993, 1994).

När tidningsföretagen i slutet av 1800-talet växte började vissa ägare att anställa redaktörer med ansvar för den redaktionella delen, medan de själva behöll ledningen för övriga avdelningar. Med från ägarna fristående chefredaktörer uppkom den dualism i företagsledningen, som alltsedan dess präglade pressen. Enligt den liberala pressideologin förväntas verkställande direktören att överlämna ansvaret för redaktionen till chefredaktören och således inte som verkställande direktörer i andra branscher styra hela företaget. Ägarna bör respektera redaktionens integritet och inte försöka styra eller påverka dess arbete.

Av Sundins genomgång av ägarnas formella positioner inom dagspressen framgår att det normalt finns ett dominerande ägarintresse inom tidningsföretag, t.ex. en ägarfamilj. Det spridda ägande som är vanligt i näringslivet är inte det typiska (jfr även Hadenius och Anderberg, 1994). Tre tidningsföretag finns dock representerade på börsen.

Ägarnas formella positioner på respektive tidningar säger en del men givetvis inte allt om deras reella inflytande och makt. Vid analyser av maktförhållanden inom medie företag brukar två kontrollnivåer urskiljas, nämligen den allokativa respektive den operationella. Via den allokativa nivån kontrolleras och styrs övergripande mål och beslut som budget, investeringar, policy och strategi, expansion eller nedläggning, finansiering, vinstfördelning etc. Den operationella kontrollen ligger på en lägre nivå med t.ex. dagliga beslut om användning av de tilldelade resurserna och förverkligande av företagspolitiken (Picard m.fl., 1988). Översatt till förhållandena på svenska tidningsföretag utövar styrelsen den allokativa kontrollen, medan den operationella exekutiva ledningen delas mellan verkställande direktören och chefredaktören.

De tidningsägare som utövar både den allokativa och den operationella kontrollen får i regel en mycket stark ställning. Det gäller givetvis i första hand sådana som kombinerar VD-posten med chefredaktörsbefattningen, men även ägare som innehar bara den ena posten har troligen ett betydande inflytande över den andra delen av verksamheten. Harry Hjörne och Lars Hjörne

förefaller exempelvis ha arbetat mycket nära sina respektive verkställande direktörer (jfr Forsström, 1977).

Ägarnas inflytande mer i detalj i styrelserna är givetvis beroende av deras intresseinriktning och kompetens. I arbetarrörelsens press är det väl känt att styrelseledamöterna i första hand varit tillsatta på politiska meriter och därför i första hand intresserat sig för tidningarnas opinionsbildande funktioner.

Så gott som alla de olika historiska roller som ägarna har spelat i dagspressföretag är fortfarande aktuella (Sundin, 1994). I de familjeägda företagen finns oftast representanter för ägarna i den dagliga ledningen av företagen. Både Anders H. Pers och Stig Fredriksson (Hamringruppen) kombinerar således posten som koncernchef med befattningen som chefredaktör på den största tidningen i respektive kedja. I Nya Wermlands-Tidningen delar bröderna Staffan och Lars Ander på de två posterna. I Falu-Kuriren och Helsingborgs Dagblad fungerar ägarrepresentanter som ansvariga utgivare utan att vara chefredaktör eller redaktionschef.

Ägarna är genomgående väl representerade i styrelserna, i moderbolagen i regel med minst två ledamöter. Det är också vanligt att ägarna besätter ordförandeposterna. Endast i Marieberg och Helsingborgs Dagblad besätter ägarna varken posten som styrelseordförande eller verkställande direktör.

Ägarnas roll för det dagliga livet på en dagstidning är svårbestämd. Det finns få studier som belyser frågor av detta slag. Att ägare som vanligen inte är särskilt aktiva i vissa fall *kan* spela en viktig roll finns det dock exempel på. Ett sådant är familjen Bonniers roll i samband med Expressens byte av redaktionsledning hösten 1993. Sammanfattningsvis har det skett en ökad ägarkoncentration på den svenska dagstidningsmarknaden. Både nationellt och lokalt har de ekonomiskt starka företagen expanderat. Samtidigt har den näst största ägargruppen, arbetarrörelsen, minskat i betydelse som grupp genom att dess tidningar har sålts ut till lokala intressenter. Vad denna ägarkoncentration har medfört i fråga om inflytande inom branschen är emellertid svårare att bedöma.

2.5 Volym- och innehållsutveckling

Det vanligaste sättet att beskriva dagstidningarnas volymutveckling är att redovisa förändringar i årsvikt. Denna redovisas årligen av branschen. Jämförelser mellan årsvikt och omfånget mätt över de samlade sidytorna visar i en studie av ett antal landsortstidningars utveckling 1950–1985 på mycket god överensstämmelse (Severinsson, 1987a). Men man måste ge akt på att årsvikten innefattar både det redaktionella materialet och annonserna.

Tabell 2.9 visar att 1980-talet var ett decennium med en kraftig volymökning för dagspressen. Sett till den genomsnittliga årsvikten expanderade kvällspressen mest, 35 procent, följd av landsortspressen 33 procent. Storstadsmorgonpressen ökade sitt innehållsutbud med 23 procent.

Huvudsakligen är det den kraftiga annonstillströmningen som ligger bakom expansionen. Denna skapade i sin tur ekonomiska och utrymmesmässiga möjligheter att öka det redaktionella utbudet. Undersökningar av tidningsinnehållet ger vid handen att det inte blev fler artiklar utan att artiklarna blev längre (Carlsson och Anshelm, 1993 s. 75).

Tabell 2.9 Årsvikt i kg för olika typer av dagspress 1980–1993

År	Landsortspress		Storstadspress		Kvällspress	
	Totalt	Genomsnitt	Totalt	Genomsnitt	Totalt	Genomsnitt
1980	3 941	23,0	573	63,7	195	48,8
1981	3 756	22,9	559	62,2	197	49,4
1982	3 753	23,3	591	65,5	199	49,7
1983	3 828	23,9	595	66,1	205	51,2
1984	3 758	23,9	636	70,6	217	54,3
1985	3 891	24,9	648	72,0	231	57,7
1986	3 793	25,1	663	73,6	221	55,2
1987	3 774	26,0	693	77,0	243	60,8
1988	3 808	27,0	731	81,2	258	64,6
1989	3 999	28,2	760	84,4	197	65,7
1990	4 007	28,2	740	82,2	207	68,9
1991	3 703	26,3	677	75,2	185	61,8
1992	3 722	26,2	649	72,1	193	64,3
1993	3 705*	27,0	651	72,3	189	62,7

*Uppgifter saknas för fyra endagstidningar

Anm: Uppgifter från Tidningsutgivarna

Kvällstidningarnas ökade utbud yttrade sig främst i olika slag av bilagor eller sektioner med specialinriktat material. Spridningen av olika bilagor över veckodagarna kan ses som ett försök att öka regelbundenheten i kvällstidningsköpen. Under andra hälften av 1980-talet har man i allt större grad i de specialinriktade innehållsavdelningarna satsat på traditionellt veckotidningsmaterial, vilket under början av 1990-talet har fortsatt att breda ut sig i tidningsinnehållet. Kvällspressen har härigenom alltmer kommit att konkurrera med populärpressen. Det tydligaste exemplet i denna konkurrensorientering är Aftonbladets söndagsbilaga i populärpressformat som introducerades 1992. Veckotidningarna har å sin sida orienterat sig mot kvällspressektorn genom att försöka utveckla sitt aktuella reportagematerial.

I storstadsmorgonpressen fördelade sig det redaktionella innehållets ökning under 1980-talet över många olika innehållstyper. Skall man peka på särskilda innehållstyper så finns det en tendens till att radio- och TV-material samt sport ökat något mer än annat material (Carlsson och Anshelm, 1993).

Inom landsortspressen satsades det både på en ökning av den lokala bevakningen och en allmän breddning av innehållet.

Lokala tidningar med lokala nyheter

Fram till mitten av 1950-talet fördelade sig nyhetsmaterialet i en genomsnittlig svensk dagstidning med en tredjedel vardera på utrikes-, inrikes- och lokal/regionalnyheter. Därefter började andelen för lokalt och regionalt att öka kraftigt och i mitten av 1970-talet upptog detta nästan 2/3 av nyhetsutrymmet (Johansson och Wiklund, 1981). Förändringen bör uppfattas som en funktionsanpassning till ökningen av *nationella* nyhetssändningar, i första hand genom TV, men också radio.

Med tanke på att den totala volymen samtidigt ökade blev det lokala stoffet mycket omfattande. Det visar sig dock att antalet redaktionella artiklar inte ökade lika kraftigt. En stor del av ökningen hänger samman med att de enskilda artiklarna blivit större. Samma tendens finns inom storstadspressen; mellan 1959 och 1989 tillväxte Dagens Nyheters redaktionella volym med ca 70 procent, antalet artiklar med mindre än 25 procent. För Svenska Dagbladet är motsvarande relationstal 40 respektive 5 procent (Carlsson och Anshelm, 1993, s. 175).

Det lokala materialets expansion inom landsortspressen förefaller ha nått sin kulmen i början av 1980-talet. Vid denna tid utgjorde det ca 80 procent av nyhetsinnehållet i en genomsnittlig dagstidning i Skaraborgs län (Severinsson, 1987b, 1994). Det finns ingen anledning att tro att utvecklingen skulle vara särskilt mycket annorlunda i andra delar av landet.

Under 1980-talet har därefter bilage- och featurematerial kommit att öka sin andel något. Inte minst har TV-stoffet fått mer utrymme. Tidningarna har också på olika sätt moderniserats. Ett av de mest framträdande dragen under tidsperioden är att formaten minskat; i mitten av 1970-talet fanns det endast ett fåtal landsortstidningar i berliner- eller tabloidformat, medan 1993 nästan hälften av de svenska dagstidningarna har gått över till kompaktare format.

Utvecklingen av dagspressens totalvolym

Kulmen i dagspressens volymexpansion nåddes 1989/90. Utvecklingen vände kraftigt nedåt mellan 1990 och 1991. Nedgången var störst inom kvälls- och storstadspressen, 10 procent, men genomsnittet höll sig ändå över 1980 års nivå. Av siffrorna för den samlade årsvikten i tabell 2.9 framgår att det är storstadsmorgontidningarna som tappat mest 1990–91. Det var dessa tidningar som hade den största volymen av de konjunkturkänsliga platsannonserna.

Ser man till annonsmarknadens utveckling som studeras i avsnitt 2.7 är det uppenbart att volymnedgången i högre grad berör annonserna än det redaktionella utbudet i tidningarna. Den ökade bredd i det redaktionella innehållet som dagstidningarna tillägnat sig under 1980-talet kommer med stor sannolikhet att i hög grad bibehållas, inte minst som en markering av utbudsvidden i den hårdnande konkurrensen med andra medier.

I tabell 2.10 redovisas årsvikten 1980–1992 för det urval tidningar vars produktivitetsutveckling har specialstuderats av Göran Erasmie för Pressutredningen -94 (Erasmie, 1994). Förutom landsortspress finns storstadsmorgonpress med i urvalet. När det gäller tidningsvolymerna pekar resultatet på en fortsatt nedgång 1991–92.

Tabell 2.10 Volym, antal anställda och journalister på ett urval dagstidningar

År	1980	1985	1990	1991	1992
Årsvikt (kg)	1 622	1 825	2 062	1 892	1 867
(antal tidn.)	40	40	40	39	39
Antal journ.	2 781	3 096	2 735	2 578	2 403
(antal tidn.)	39	39	39	38	37
medelvärde	71	79	70	68	65
Total personal	8 775	9 471	7 664	7 380	6 762
(antal tidn.)	39	39	39	38	37
medelvärde	225	243	196	194	183

Anm: Uppgifter från Erasmie, G: Arbetsrapport till Pressutredningen -94.

I tabellen kan också utvecklingen av antalet journalister liksom det totala personalbeståndet på tidningarna studeras. Som en allmän bakgrund till utvecklingen i journalistantalet på de aktuella tidningarna kan nämnas att det i Sverige 1992 fanns omkring 15 000 journalister. Antalet har mer än fördubblats mellan 1972 och 1992. Av de yrkesverksamma journalisterna 1992 arbetade nästan 60 procent inom dagspressen medan ca 15 procent arbetade inom radio och television; motsvarande siffror 1969 var 70 respektive 5 procent (Weibull m.fl., 1991).

Av tabell 2.10 kan man utläsa att det genomsnittliga antalet fast anställda journalister på de aktuella tidningarna var något högre under 1980-talet än under de första åren på 1990-talet. Den totala personalstyrkan var i genomsnittstalen klart högre under 1980-talet än början av 1990-talet. Såväl antalet journalister som det totala antalet anställda minskar årligen från 1990 till 1992. I det lite längre tidsperspektivet 1980 till 1992 kan man konstatera att

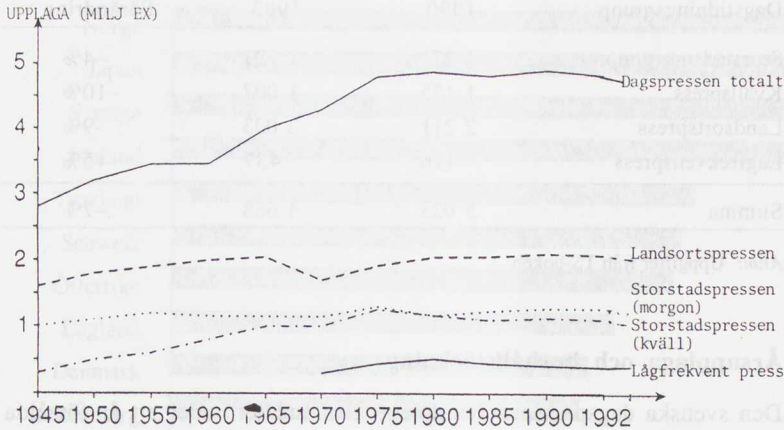
antalet journalister har reducerats med 8 procent medan den totala personalstyrkan har dragits ned med 19 procent. Personalnedskärningen har alltså varit dubbelt så stor i företagen som inom det redaktionella. Resultatet för det begränsade urvalet tidningar är i linje med det tidigare förda resonemanget om att tidningarna tvingas hålla den redaktionella bredden och kvaliteten i den hårdnande mediekonkurrensen.

2.6 Marknadsutveckling: upplaga

Den svenska dagstidningsmarknaden brukar delas upp efter (1) hur ofta tidningar kommer ut (antal dagar per vecka), (2) om utgivningen sker i storstad eller landsort och (3) när de ges ut (morgon- eller kvällspress). Utifrån dessa kriterier kan de svenska dagstidningarna delas in i fyra huvudgrupper:

1. Storstädernas morgontidningar (1–7 nr/v)
2. Storstädernas kvällstidningar
3. Landsortspressen – samtliga hög- och medelfrekventa dagstidningar utanför storstäderna (3–7 nr/v)
4. Lågfrekventa dagstidningar utanför storstäderna (1–2 nr/v)

Upplageutvecklingen skiljer sig betydligt mellan olika tidningstyper. Av den totala upplageökning som redovisas för dagspressen under hela perioden från 1945 faller en mycket stor del på kvällspressen. Framgångarna för kvällspressen under 1960-talets slut påverkades bland annat av efterkrigstidens stora ungdomskullar. Kvällspressens upplageutveckling tycks inte ha påverkat morgontidningsförsäljningen utom möjligen i Stockholm. Genom att kvällstidningarna till stor del fungerar som komplement ersätter de inte morgonpressen (Severinsson, 1994).

Figur 2.3 Dagspressens upplageutveckling 1945-1993

Kommentar: Avser medelnettopplaga; upplaga per utgivningsdag. Nedgången i landsortspresens upplaga omkring 1970 är endast skenbar och har att göra med att fådagarstidningarna (senare kallade lågfrekventa tidningar) då bröts ut och redovisades som en egen grupp.

Anm: Uppgifter från TS-boken.

Trots nedläggningar har morgontidningarna behållit sin position även om det sedan 1970-talet har inträtt en viss stagnation på upplagemarknaden. Landsortspresen har under perioden haft större upplageframgångar än storstadsmorgonpressen.

De senaste årens utveckling visar på en relativt stor nedgång för kvällstidningsupplagan, medan morgonpressupplagan klarat sig något bättre; bäst har det gått för fådagarstidningarna.

De lågfrekventa dagstidningarna hade 1993 ca 9 procent av den svenska pressens totalupplaga. Landsortstidningarna hade omkring 43 procent och storstädernas morgontidningar och kvällstidningar 26 respektive 22 procent. Skillnaden i förhållande till situationen 1980 är obetydlig.

Medelnettopplagans storlek är ett relativt grovt mått på dagstidningarnas ställning på marknaden. Den tar inte hänsyn till vare sig utgivningstäthet eller utvecklingen av antalet hushåll. Måttet måste därför kompletteras med uppgifter om årsupplaga och hushållstäckning.

Tabell 2.11 Vardagsupplagor i tidningsgrupper 1990 och 1993

Dagstidningsgrupp	1990	1993	Förändring
Storstadsmorgonpress	1 271	1 221	-4%
Kvällspress	1 125	1 007	-10%
Landsortspress	2 211	2 003	-9%
Lågfrekvenspress	416	437	+5%
Summa	5 023	4 668	-7%

Anm: Uppgifter från TS-boken

Årsupplaga och hushållstäckning

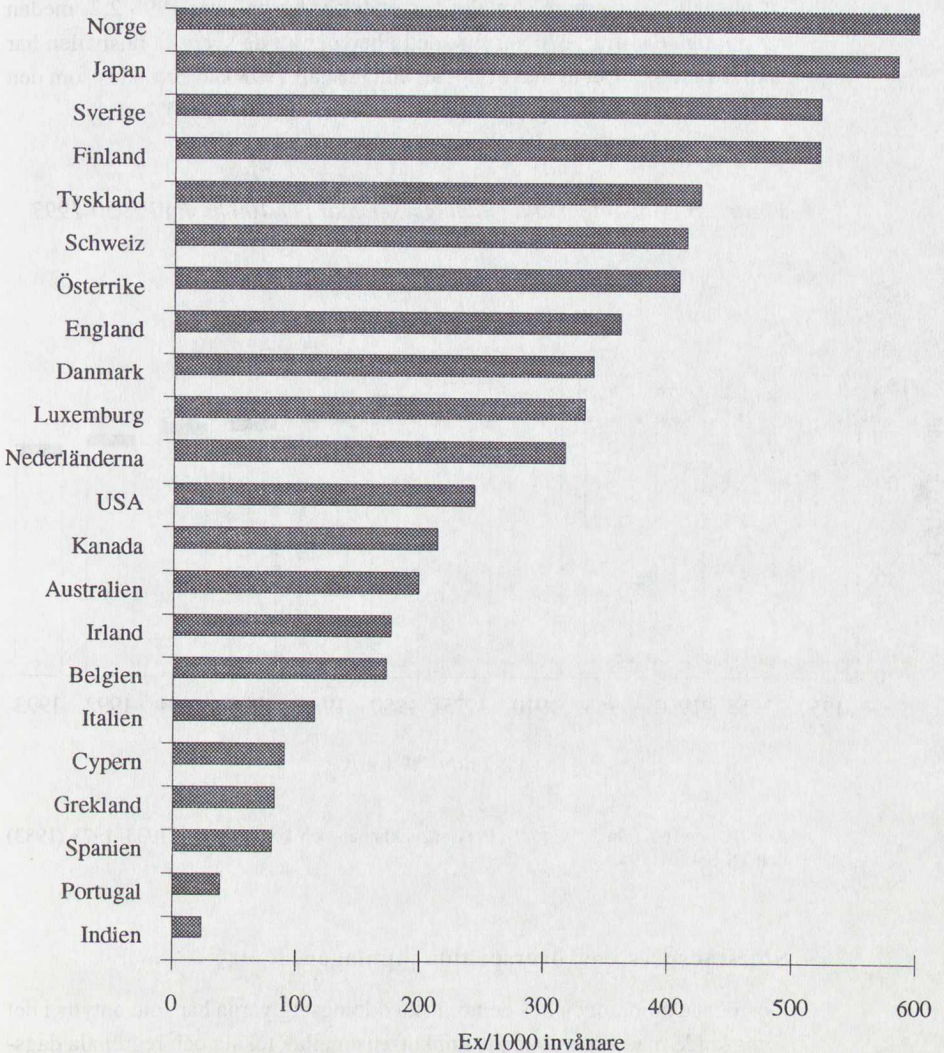
Den svenska dagspressens årsupplaga, dvs. antalet under ett år försålda exemplar, var 1993 1,467 miljarder. År 1990 var motsvarande siffra 1,553 miljarder. Nedgången motsvarar omkring 85 miljoner exemplar på ett år. Siffran kan låta hög, men totalt innebär detta dock endast en nedgång i tidningsförsäljningen med fem procent.

Det vanligaste sättet att beräkna hushållsspridning är att ange antalet försålda tidningsexemplar per 1 000 invånare eller per hushåll. I internationell statistik är det vanligt att det förra måttet används. År 1992 fanns det i Sverige 522 exemplar per 1 000 invånare; år 1988 var antalet 518. I en internationell jämförelse placerar detta Sverige i en tätgrupp, där också Norge (619 ex. 1992), Japan (584 ex.) och Finland (521 ex.) befinner sig (figur 2.4).

När det gäller detta mått är förändringen tämligen liten under de senaste åren. Norge uppvisar dock en klar uppgång, medan bl.a. Finland har en minskning. Om vi gör jämförelser över längre tidsperioder framkommer att Danmark är det nordiska land där efterkrigstidens tidningsnedläggelser också inneburit en nedgång i upplaga. Antalet exemplar per 1 000 invånare 1986 var 359.

Allmänt gäller att de länder som har en omfattande dagstidningsspridning vanligen har en stark lokalpress.

Figur 2.4 Antal tidningsexemplar per 1 000 invånare 1992 i ett urval länder



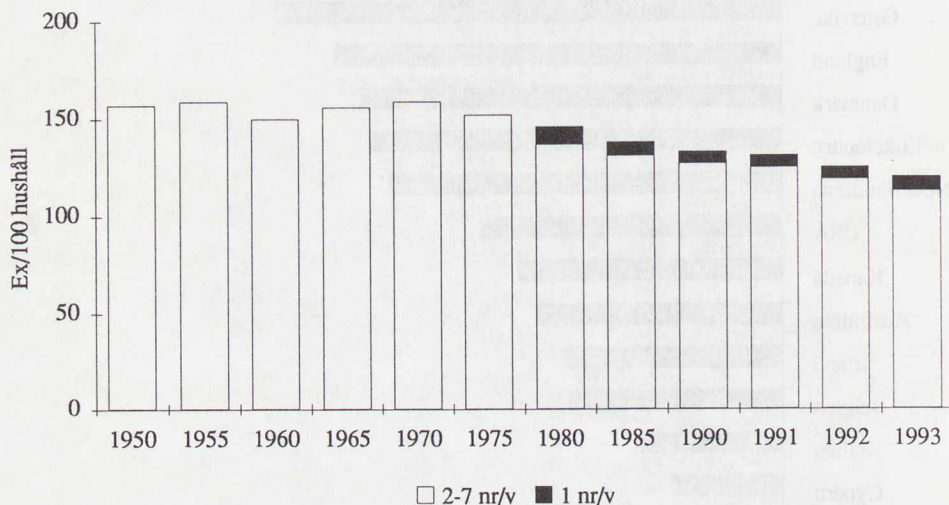
Anm: Uppgifter från World Press Trends, FIEJ 1993. Beräkningen för japansk press är delvis annorlunda och överskattar dess hushållstäckning (jfr Weibull, 1987).

Om vi utgår från spridningen per hushåll var den svenska dagspressens spridning 120 exemplar per 100 hushåll, dvs. i genomsnitt 1,2 tidningar per hushåll; om endagstidningarna räknas bort blir genomsnittet 1,1. Andelen har uppvisat en fallande utveckling sedan 1970, då den var 1,6 (figur 2.5).

Figuren illustrerar att nedgången främst gäller dagspressens penetration, med andra ord att dubbelläsningen minskar. Toppåret 1970 representerar den tid då kvällstidningarna hade sina största upplagor.

Samtidigt måste det understrykas att utvecklingskurvor av detta slag måste tolkas med stor försiktighet. Det som är ett hushåll 1970 är inte nödvändigtvis ett hushåll 20 år senare. Antalet personer per hushåll var 1993 2,2, medan motsvarande siffra 1970 var 2,8; detta betyder att de svenska hushållen har ändrat karaktär. Det är inte troligt att alla hushåll 1993 kan betraktas som den totala marknaden för dagspress på det sätt som var fallet 1970.

Figur 2.5 Antalet försålda tidningsexemplar per 100 hushåll 1950-1993



Anm: Uppgifter från Jonsson, S: Pressen, reklamen och konkurrensen 1935-1978 (1983) och TS-boken 1994

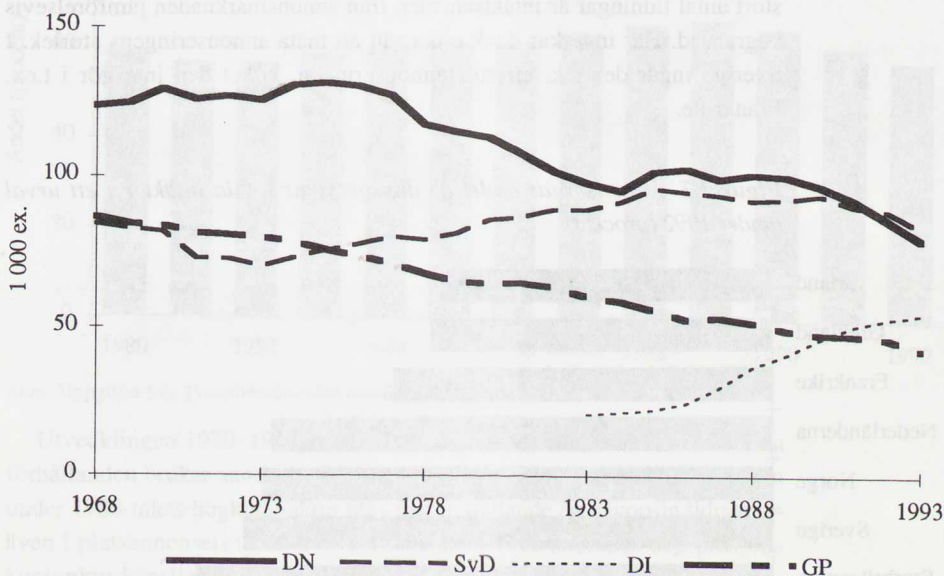
Storstadspressens överspridda upplagor

Den ökade ambitionen hos de nordiska tidningsutgivarna har som antytts i det föregående medfört en ökande konkurrens mellan lokala och regionala dags-tidningar men också mellan regionala och riksspridda. Läsarna anser att de klarar sig med en tidning. Resultatet har i Sverige blivit att storstadstidningarnas överspridda upplaga minskar, dvs. den del av upplagan som sprids utanför utgivningsorten går tillbaka.

Fenomenet kan tydligt följas i t.ex. Göteborgs-Postens upplagemässiga tillbakagång. Lokaltidningarna i Göteborgs-Postens överspridningsområde, i första hand Västergötland, har höjt periodiciteten, gått från eftermiddagsutgivning till morgonutgivning, installerat ny teknik och förnyat det redaktionella innehållet samt höjt priset. Överallt har läsarna när de genom detta tvingats välja satt lokaltidningen före regiontidningen (Severinsson, 1994).

Samma fenomen kan iaktas när det gäller Dagens Nyheter. De stora regiontidningarna förefaller ha utvecklats så att deras läsare inte har råd, får tid eller anser sig behöva läsa en morgontidning vid sidan av. Kvällstidningen anses räcka som komplementtidning. Vad beträffar Svenska Dagbladet är mönstret likartat. Här tillkommer som förklaring konkurrensen från Dagens Industri som sannolikt har tagit prenumeranter från Svenska Dagbladet. Utvecklingen av Dagens Nyheter, Svenska Dagbladets, Dagens Industris och Göteborgs-Postens överspridda upplaga 1968 till 1993 återges i figur 2.6.

Figur 2.6 Överspridd upplaga 1968–1993 för Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Dagens Industri och Göteborgs-Posten



Anm: Uppgifter från TS-boken (bearbetning)

Förklarad överspridd upplaga för storstadspressen är en viktig förklaring till att dagspressens totalupplaga går tillbaka i Sverige. Resultatet av denna utveckling blir att lokal- och regiontidningarna blir allt starkare.

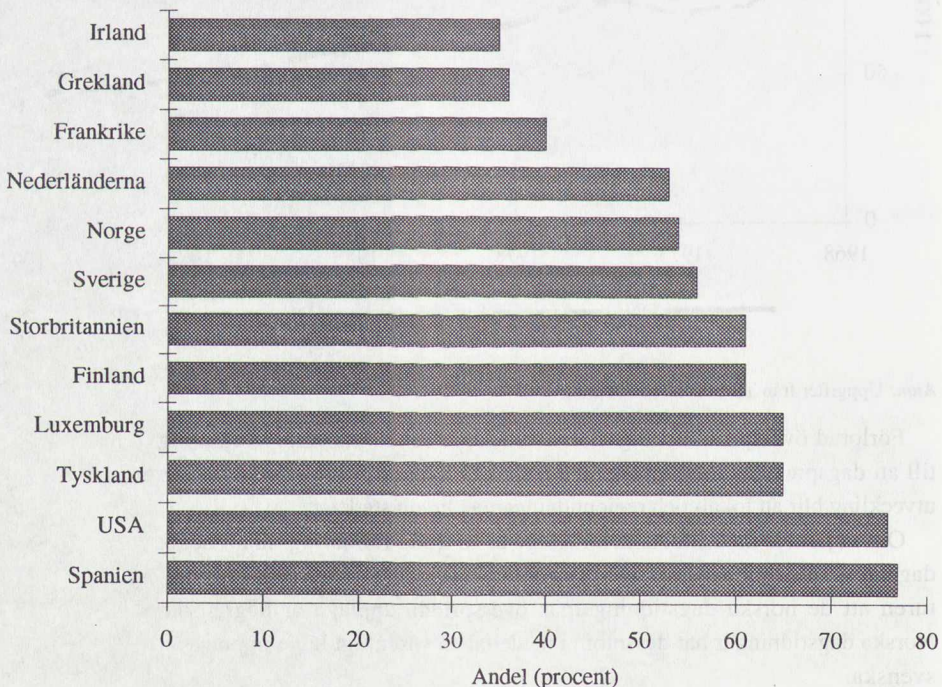
Om vi jämför med situationen i Norge är en trolig förklaring till att norsk dagspress inte drabbats av någon större upplagenedgång under lågkonjunkturen att de norska dagstidningarnas överspridda upplaga är begränsad. Norska dagstidningar har dessutom i medeltal en väsentligt lägre upplaga än svenska.

2.7 Marknadsutveckling: annonser

Dagspressens stora beroende av annonsintäkter innebär att annonsmarknadens utveckling kan ha direkt inverkan på dagspressens strukturutveckling. Annonsernas andel av tidningsintäkterna uppgick 1992 till 58 procent för hela dagspressen och 56 procent för tidningar med utgivning tre dagar i veckan eller mer.

Annonsberoendet är på inget sätt unikt för Sverige. Av figur 2.7 framgår att proportionerna i intäktstrukturen för den svenska pressen är jämförbar med förhållandet i Finland, Storbritannien, Norge och Nederländerna, för att nämna några exempel. Länder där pressen i extremt hög grad hämtar intäkterna från reklammarknaden är USA, Spanien, Tyskland och Luxemburg. I Grekland och Irland med relativt få tidningar men också i Frankrike med ett stort antal tidningar är intäktandelen från annonsmarknaden jämförelsevis begränsad. Här inverkar dock olika sätt att mäta annonseringens storlek. I Sverige ingår den s.k. eftertextannonseringen, vilket den inte gör i t.ex. Frankrike.

Figur 2.7 Annonsernas andel av dagspressens totala intäkter i ett urval länder 1992 (procent)

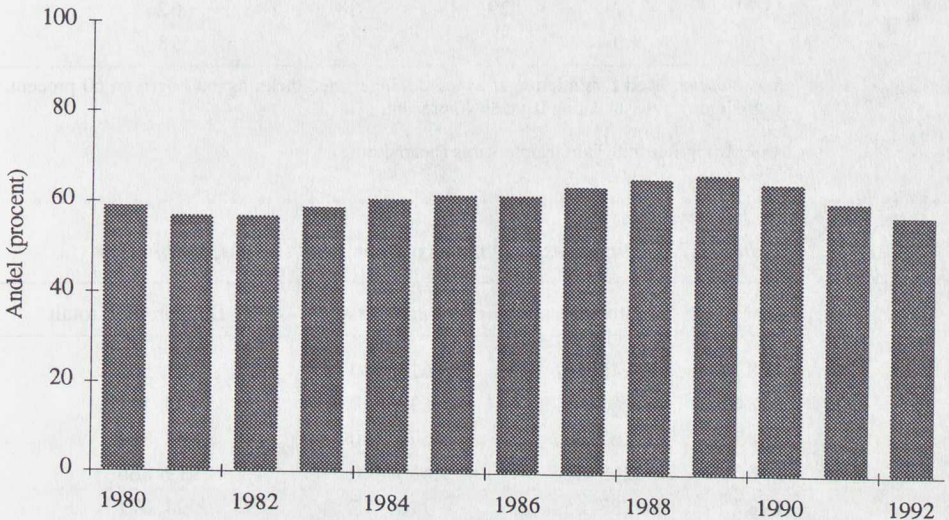


Kommentar: Gäller tidningar utgivna med minst tre nummer per vecka.

Anm: Uppgifter från World Press Trends, FIEJ 1993

Intäktsstrukturen för den svenska dagspressen utvecklades under 1980-talet till ett allt större beroende av annonsmarknaden. Vid decenniets början var annonsintäkternas andel av de totala intäkterna omkring 57 procent och vid slutet hade de ökat till 67 procent (figur 2.8).

Figur 2.8 Annonsernas andel av nettointäkterna från upplaga och annonser i dagspressen 1980–1992 (procent)



Anm: Uppgifter från Presstödsnämnden (beräkning)

Utvecklingen 1990–1992 är en effekt av lågkonjunkturen. Under sådana förhållanden brukar annonsintäkterna gå ned. Genom att platsannonseringen under 1980-talets högkonjunktur blev mer omfattande än någonsin tidigare – även i platsannonseringen användes helsidor – accentuerades dagspressens konjunkturkänslighet. Det gällde dock nästan enbart storstadstidningarna, särskilt Dagens Nyheter. Storstadsmorgonpressen är också den tidningsgrupp som i högst grad hämtar sina intäkter från annonsmarknaden, vilket framgår av tabell 2.12. Storstadspressens andel annonsintäkter ökade kraftigt under andra hälften av 1980-talet till toppåret 1990 med drygt 75 procent. Därefter har andelen på nytt fallit.

Inom landsortspressen ökade både första- och andratidningarnas annonsintäkter under 1980-talet. De förra uppvisade dock en större uppgång än de senare, som genomgående är mer beroende av andra intäkter. Nedgången efter 1991 är också större för andratidningarna.

Tabell 2.12 Annonsernas andel av bruttointäkterna från upplaga och annonser för olika tidningstyper 1981–1992 (procent)

År	Storstadspress		Landsortspress	
	Morgon	Kväll	Förstatidning	Andratidning
1981	64	24	61	57
1985	69	25	64	59
1990	77	35	70	67
1991	72	29	68	62
1992	69	29	65	58

Kommentar: Med förstatidningar avses tidningar med täckningstal högre än 60 procent, andratidning avser täckning lägre än 40 procent.

Anm: Uppgifter från Tidningsutgivarna (bearbetning).

Tabell 2.13 Dagspressens annonsvolym 1983–1993 (spaltmeter)

År	Storstadspress	Landsortspress	Dagspressen totalt
1983	246 165	615 340	861 505
1984	265 692	638 819	904 511
1985	267 387	670 500	937 887
1986	263 426	656 440	919 866
1987	283 654	710 417	994 071
1988	298 654	758 256	1 057 225
1989	307 659	768 670	1 076 329
1990	306 571	760 977	1 065 612
1991	265 938	693 755	959 693
1992	240 336	636 569	876 905
1993*	243 541	641 371	884 912

*Uppgiften gäller inte hela året.

Anm: Uppgifter från Presstödsnämndens dagspressrapport 1992 och TU

I tabell 2.13 presenteras annonsvolymens utveckling mätt i spaltmeter för storstadspress och landsortspress 1983–1993. I tabellen går det att följa hur annonsvolymen ökar under 1980-talet för att sedan minska mellan 1990 och 1991. Nedgången förefaller ha stabiliserats mellan 1992 och 1993 även om uppgifterna är preliminära. Landsortspressen svarar för omkring 70 procent av dagspressens totala annonsvolym genom åren.

Annonsomsättning

Nästa fråga blir hur mycket pengar det handlar om. I tabell 2.14 redovisas intäkter från annonser och upplaga i både löpande och fasta priser 1982–1992. Upplageintäkterna (fasta priser) står nästan stilla, vilket illustrerar tidigare resonemang om att man inte ökat uttaget på läsarmarknaden. Mönstret när det gäller annonsintäkter uppvisar i princip samma tendens som annonsvolymen, men uppgången på intäktssidan bryts redan mellan 1989 och 1990, också här fasta priser (1991 års priser).

Tabell 2.14 Bruttointäkter från upplaga och annonser 1982–1992 (miljoner kronor)

År	Annonsintäkter		Upplageintäkter		Totala intäkter	
	Löpande pris	Fast pris	Löpande pris	Fast pris	Löpande pris	Fast pris
1982	3 732	7 576	2 717	5 516	6 499	13 092
1983	4 280	7 961	2 925	5 440	7 205	13 401
1984	5 126	8 817	3 267	5 619	8 393	14 436
1985	5 790	9 264	3 554	5 686	9 344	14 950
1986	6 334	9 818	3 931	6 093	10 265	15 911
1987	7 396	10 946	4 207	6 226	11 603	17 172
1988	8 747	12 247	4 537	6 352	13 284	18 599
1989	9 731	12 845	4 858	6 413	14 589	19 258
1990	10 062	10 968	5 430	5 821	15 402	16 789
1991	9 185	9 185	5 848	5 848	15 033	15 033
1992	8 921	–	6 848	–	15 225	–

Anm: MedieSverige 1993 och Presstödsnämnden (1991 års priser)

I tabell 2.15 redovisas skillnaden mellan dagspressens netto- och brutto-intäkter från annonsmarknaden. Denna skillnad har ökat markant under 1980-talet och kulminerade 1990. Den uppgick då till 1 800 miljoner kronor. Lågkonjunkturåren 1991 och 1992 ligger skillnaden kvar på den höga nivån, vilket speglar kampen om annonserna på en sviktande marknad. Presstödsnämnden redovisar att provisioner, rabatter och andra anpassningar av listpriserna 1992 uppgick till 24–25 procent jämfört med 18–19 procent 1990–91. Det betyder att annonsintäkterna minskade netto med 2,5 procent. Storstadspressen minskade med 4,1 procent, vilket skall jämföras med landsortspressens –0,9 procent.

Tabell 2.15 Dagspressens netto- och bruttointäkter från annonsmarknaden 1980–1992 (1 000 miljoner kronor)

År	Bruttointäkt	Nettointäkt	Differens
1980	3,0	3,0	0
1981	3,2	2,8	0,4
1982	3,7	3,3	0,4
1983	4,3	3,7	0,6
1984	5,1	4,4	0,7
1985	5,8	4,9	0,9
1986	6,3	5,3	1,0
1987	7,4	6,1	1,3
1988	8,7	7,2	1,5
1989	9,7	8,0	1,7
1990	10,0	8,2	1,8
1991	9,2	7,5	1,7
1992	8,9	7,2	1,7

Anm: Uppgifter från Presstödsnämnden

Resultatet i tabellen speglar att konkurrensen på annonsmarknaden hårdnat. Detta gällde även under 1980-talets högkonjunktur. Skillnaden mellan annonsintäkter brutto och netto i relativa tal var ca 20 procent 1990. Det kan noteras att på upplagesidan redovisas bara bruttointäkter, men även här finns ett bortfall i form av rabatter, gratisexemplar m.m. Presstödsnämnden uppskattar efter överslagsberäkningar baserade på företagens årsredovisningar att skillnaden mellan brutto och netto motsvarar ca 10–11 procent, som ett genomsnitt för morgon- och kvällstidningar.

I ett internationellt perspektiv har den svenska dagspressen en stark ställning på reklammarknaden. Enligt IRM – Institutet för Reklam- & Mediestatistik – var dagspressens andel av de traditionella mediernas reklamvärde närmare 75 procent (se vidare kapitel 5).

Delvis är den höga marknadsandelen en konsekvens av att etermedierna öppnats för reklam först i slutet av 1980-talet. TV-reklamen hade i Sverige 1992 en marknadsandel på knappt nio procent. I Finland där TV-reklam funnits sedan televisionens introduktion är andelen för dagspressen 68 procent och andelen för TV 16 procent.

En annan förklaring till den höga marknadsandelen för dagspressen är den styrka som ligger i en lokalt och regionalt förankrad dagspress med hög hushållstäckning. Även här kan Finland tjäna som ett exempel. Finlands dagspress har en med Sverige jämförbar dagspressstruktur.

Annonskategorier

Traditionellt utgör den lokala dagligvaruannonseringen den stora volymen av dagspressens annonser. Detta är särskilt framträdande i den lokala morgonpressen. I storstadspressen, i första hand Stockholms morgontidningar, är också platsannonseringen viktig. Under högkonjunkturen kom denna att bli största enskilda annonskategori i t.ex. Dagens Nyheter. Den konjunkturbetingade nedgången i platsannonservolymen efter 1989 kom därför att snabbt få ekonomiska återverkningar på tidningens ekonomi (se kapitel 3).

I landsortspressen har annonsingången varit mera stabil genom att dagligvaruannonseringen varit mindre påverkad av konjunkturen.

I Sverige svarar ett fåtal stora annonsörer för en relativt stor andel av annonseringen. Den starka koncentrationen inom detaljhandeln har medfört att ett mycket begränsat antal personer bestämmer över reklamens fördelning. Ser man till märkesannonseringen i dagspressen svarade sex annonsörer, ICA, KF, Telia, D-gruppen, Lindex och Hennes & Mauritz för 24 procent av den samlade volymen till dagspressen 1993. Det kan innebära snabba kast i medievalet. I Danmark hade kooperationen koncentrerat annonseringen till lokala, gratisutdelade tidningar, vilka i Danmark svarar för en betydande del av all reklam. När reklam-TV introducerats flyttade kooperationen snabbt över tyngdpunkten i reklamen från gratistidningarna till TV-reklamen.

Under 1990-talet har konkurrensen från rikstäckande medier ökat på reklammarknaden. De tidningar som har stora andelar rikstäckande reklam, främst kvällstidningar, kan få svårare än tidigare att försvara sina positioner. På de lokala reklammarknaderna möter dagspressen främst konkurrens i form av direktreklam. Lokala gratistidningar är i jämförelse med Danmark av begränsad omfattning. Under 1990-talet tillkommer lokal radioreklam, kanske också lokal TV-reklam. Med hänsyn till de höga räckviddstal som den lokala och regionala dagspressen har i Sverige förefaller inte dagspressens ställning på de lokala reklammarknaderna att vara hotad i samma utsträckning som dess ställning på den nationella reklammarknaden. Å andra sidan visar prognoser för 1994 på en uppgång bl.a. för storstädernas morgontidningar (IRM, 1994 s. 3).

* * *

Strukturen hos den svenska dagspressen har förändrat sig förhållandevis litet under de senaste två årtiondena. Några flerdagartidningar har tvingats att lägga ned eller gå ned till endagsutgivning. Samtidigt har några endags-tidningar tillkommit.

Upplageförsäljningen har minskat något. Till stor del avser detta en nedgång i storstadstidningarnas överspridda upplagor. Sverige har en internationellt sett hög tidningsspridning och detta har inte ändrats under det gångna decenniet.

Också annonsförsäljningen har gått ner. Till stor del är nedgången konjunkturbetingad. Tillkomsten av nya reklammedier som TV4 har också betydelse. Detta diskuteras vidare i kapitel 5.

3 Dagspressens ekonomiska situation

3.1 Marknad och konkurrens

Under de senaste åren har den ekonomiska situationen inom dagspressen väckt uppmärksamhet även utanför branschen. Den viktigaste anledningen därtill har varit att dagspressen kunnat redovisa en högre lönsamhet än under tidigare lågkonjunkturer. Trots det har risken för att vissa dagstidningar skall tvingas upphöra inte minskat. Andratidningarna har fortfarande en annan ekonomisk situation än förstetidningarna.

Här skall dagstidningarnas ekonomiska utveckling granskas i ett långt perspektiv i syfte att finna stabila förklaringar till 1990-talets struktur och ekonomi. Särskilt intresse ägnas åt andratidningarna, dvs. de tidningar som är berättigade till statligt bidrag till driften.

De första studierna

De första systematiska studierna av den svenska dagspressens struktur och ekonomi genomfördes omkring 1960. De var en följd av en tilltagande koncentration inom branschen. Varje år under 1950-talet hade i runda tal en tidning lagts ned varannan månad (se figur 2.2). De som gjorde studierna, främst Ivar Hallvig, Bo Präntare och Sven Tollin, bedömde att koncentrationsprocessen skulle fortgå under 1960-talet (Jemsten och Hallvig, 1959).

En viktig anledning till att Hallvig, Präntare och Tollin så bestämt kunde påstå att tidningar skulle komma att läggas ned även under 1960-talet var att många andratidningar år efter år hade redovisat förlust. Att tidningarna alls kunnat hålla sig kvar på marknaden berodde på att de erhöll betydande subventioner. Oavsett partisignatur kunde ekonomiskt svaga tidningar räkna med vissa vederlagsfria tillskott. Under perioden 1945–1965 lämnade högerpartiet och socialdemokratiska partiet stöd till vardera 25 tidningar, folkpartiet och centerpartiet till vardera ca 15 tidningar och vänsterpartiet kommunisterna till tre tidningar (SOU 1968:48, s. 55). Vid slutet av perioden, den 31/12 1965, hade två tredjedelar av dessa tidningar, trots subventioner, tvingats lägga ned.

I denna undergångsstämning inom dagspressen föddes idén om ett statligt stöd till nedläggningshotade tidningar. Starten på den statliga presstöds-historien brukar dateras till början av 1960-talet, när Landsorganisationen inte längre ansåg sig ha råd att ge årliga bidrag till Ny Tid i Göteborg. Indragningen av stödet till Ny Tid gjordes efter det att LO hade dragit på sig stora kostnader genom att 1956 köpa den riksspridda morgontidningen

Stockholms-Tidningen och den regionala kvällstidningen Aftonbladet av Torsten Kreuger (Engblom, 1980).

Utan ekonomiskt stöd kunde Ny Tid inte fortsätta. Tidningen fick upphöra som 6-dagarstidning i december 1963. Ungefär samtidigt tillsatte regeringen en pressutredning med uppgift att bedöma behovet av statligt stöd till ekonomiskt svaga tidningar.

1963 års pressutredning kom fram till att det enda möjliga sättet att hejda tidningsdöden var att ge selektiva driftsbidrag men utredningen kunde inte finna någon säker metod för att fördela ett sådant stöd. Utredningen föreslog i stället ett stöd till riksdagspartiernas opinionsbildande verksamhet; partierna skulle sedan svara för fördelningen till behövande tidningar (SOU 1965:22).

Av förslaget om presstödet blev det ett partistödet. Det infördes 1965, fick användas för stöd till tidningar. Omfattningen av stödet var dock begränsad och det räckte inte för att rädda Stockholms-Tidningen, som lades ned i februari 1966. Ungefär ett år senare tillkallades en ny pressutredning. Resultatet av denna, 1967 års pressutredning, blev dels en lånefond avsedd för tidningar med svag ekonomi, dels årliga bidrag vid samdistribution av abonnerade tidningar genom en s.k. samdistributionsrabatt (SOU 1968:48).

På uppdrag av de två pressutredningarna fortsatte Sven Tollin att studera dagspressens ekonomi. Den första studien hade omfattat åren 1949 och 1958. Nu fick han möjlighet att gå vidare med 1963 respektive 1967. Analyserna visade att för dagspressen som helhet hade resultatet förbättrats – bruttomarginalen hade stigit från 3,3 procent 1963 till 5,5 procent 1967 – men, och det var det viktiga, det gällde inte andratidningarna. Deras finansiella position hade avsevärt försvagats från 1963 till 1967 trots att det i mitten av 1960-talet varit en högkonjunktur (SOU 1968:48).

Konkurrensens villkor

Ekonomhistorikern Lars Furhoff, som var huvudsekreterare i 1967 års pressutredning, utvecklade genom vetenskapliga studier av tidningskonkurrensen en teori som han kallade upplagespiralen (Furhoff, 1967). Dess innebörd var att den lokala tidning av två konkurrerande som hade den största upplagan till slut skulle stå som segrare. Tidningen med den mindre upplagan skulle för eller senare tvingas att upphöra. Spiraleffekten uppstod genom att tidningen med den största upplagan drog till sig många annonser, vilket fick upplagan att öka ytterligare, som fick annonserna att strömma till än mer, osv. Det omvända gällde för tidningen med den minsta upplagan, dvs. tidningen kom in i en nedåtgående spiral.

Samtidigt som kunskaperna om vad som låg bakom koncentration och konkurrens inom dagspressen ökade, fortsatte koncentrationsprocessen. Trots förmånliga lån till svaga tidningar och lika villkor för alla i distributionen, hade inte riskerna för nedläggningar undanröjts. Socialdemokratiska

partiet tog därför 1971 initiativ till en uppgörelse med centerpartiet och folkpartiet om selektiva driftbidrag, s.k. produktionsbidrag, till tidningar i konkurrensmässigt underläge. Stödet infördes mycket snabbt; behoven var stora beroende på att 1971 konjunkturen var ett bottenår.

Kort tid efter det att produktionsbidraget införts tillsattes en tredje pressutredning – 1972 års pressutredning – som bland annat fick i uppdrag att bedöma det fortsatta behovet av ett selektivt presstöd och belysa dess effekter på tidningskonkurrensen. Sven Tollin gjorde ännu en analys av dagspressens ekonomi. Han fann att det ekonomiska läget i stort sett var oförändrat i förhållande till 1963 och 1967 (SOU 1975:79, bilaga 3).

Bruttomarginalen för landsortspressen som helhet låg 1973 på 2,7 procent. Förstatidningarnas situation var relativt tillfredsställande med en bruttomarginal på 6,5 procent. Andratidningarna drogs fortfarande med stora ekonomiska svårigheter. För dessa var bruttomarginalen negativ, -14,1 procent.

På uppdrag av 1972 års pressutredning genomförde Karl Erik Gustafsson nya studier av tidningskonkurrensen. Hans resultat ledde till att en konkurrensteori utvecklades som hade större förklaringskraft än upplagespiralen. Den nya teorin kallades täckningsgradsteorin (SOU 1975:79, s. 167f).

Enligt täckningsgradsteorin skall en lokal morgontidnings marknadsposition inte bedömas utifrån upplagan utan utifrån hushållstäckningen på utgivningsorten. Ju högre täckningsgraden är, desto större är tidningens värde i annonssammanhang. Tidningsföretag kan – oavsett marknadsposition – förbättra sin ställning genom att satsa på åtgärder som syftar till att höja hushållstäckningen på utgivningsorten. Sättet att åstadkomma detta är att göra utspel som är svåra att imitera. Ju längre en svarsåtgärd dröjer, desto effektivare fungerar ett utspel som en hävstång i konkurrensen (Gustafsson, 1978, 1988).

Såväl upplagespiralen som täckningsgradsteorin fångar upp det grundläggande förhållandet att dagstidningar har två intäktskällor – upplaga och annonser – och att annonserna är den viktigaste av dessa för abonnenterade dagstidningar. Skillnaden mellan teorierna är att upplagespiralen är en mekanisk teori enligt vilken utgången är given medan täckningsgradsteorin är en dynamisk teori enligt vilken aktörerna kan påverka förloppet.

Täckningsgradsteorin kan eftersom den i första hand är en marknadsteori inte förklara varför andratidningar trots svag ekonomi och starkt beroende av stöd utifrån fortsätter sin utgivning. För att klarlägga orsakerna till att andratidningar förblir andratidningar, inte utvecklas till förstatidningar eller läggs ned, behöver teorin kompletteras med analyser av tidningsutgivningens mål.

Politiska och ekonomiska mål

Redan de första analyserna av dagspressens struktur och ekonomi hade visat att nedläggningshindren var anmärkningsvärt stora i dagspressen. Till skillnad från förhållandet i andra branscher ville förlustbringande dagstidningar inte upphöra. Vid hot om nedläggning har uppslutningen om den berörda tidningen varit mycket stark.

Eftersom de förlusttyngda tidningarna vanligen var partiägda blev en populär förklaring, åtminstone bland tidningarnas motståndare, att partier inte kunde ge ut dagstidningar. Tidningarna blev för agitatoriska och deras redaktörer och direktörer var mindre skickliga än andra tidningar.

Den verkliga förklaringen ligger på annat håll, nämligen i att partiägda tidningar betonar sina mål annorlunda än icke partiägda och att detta påverkar deras sätt att agera. För opinionstidningar är läsarna i första hand väljare och därmed lika mycket värda var de än bor – på utgivningsorten eller långt därifrån. För annonsörerna som bidrar med den största delen av dagspressens intäkter (kapitel 2) är det läsarna på utgivningsorten som är de viktigaste; tidningens läsare är för dem i första hand konsumenter. Detta innebär att möjligheterna för förlustbringande tidningar att fortsätta sin utgivning har med den politiska opinionsbildningens villkor att göra. Det är alltså inte enbart, eller främst, en fråga om företagsekonomi.

De marknadsmässiga skillnaderna av att betrakta tidningsutgivningen som en opinionsbildande verksamhet och inte primärt som en ekonomisk, kan illustreras med några typiska exempel.

En typ av utspel som har haft stor genomslagskraft har varit att höja utgivningsfrekvensen. Om en konkurrent ökade periodiciteten ansågs det mer eller mindre som tvingande även för partitidningar att ta efter, men nästan utan undantag blev partitidningarna dagliga flera år efter konkurrenterna på respektive utgivningsort. Betecknande är att när 3-dagartidningen Värmlands Folkblad 1931 blev 6-dagartidning var det nästan 15 år efter Nya Wermlands-Tidningen. När det skedde utökades redaktionen med *en* journalist (Engwall, 1985).

Om däremot en förstatidning skapades genom en fusion mellan två tidningar på en utgivningsort, var det inte lika självklart för övriga tidningar på samma utgivningsort att gå samman för att bättre kunna hävda sig i konkurrensen. Den partipolitiska traditionen innebar betydande hinder för samarbete mellan tidningar med olika politisk färg; samarbete var otänkbart om det rörde sig om en högertidning och en socialdemokratisk tidning.

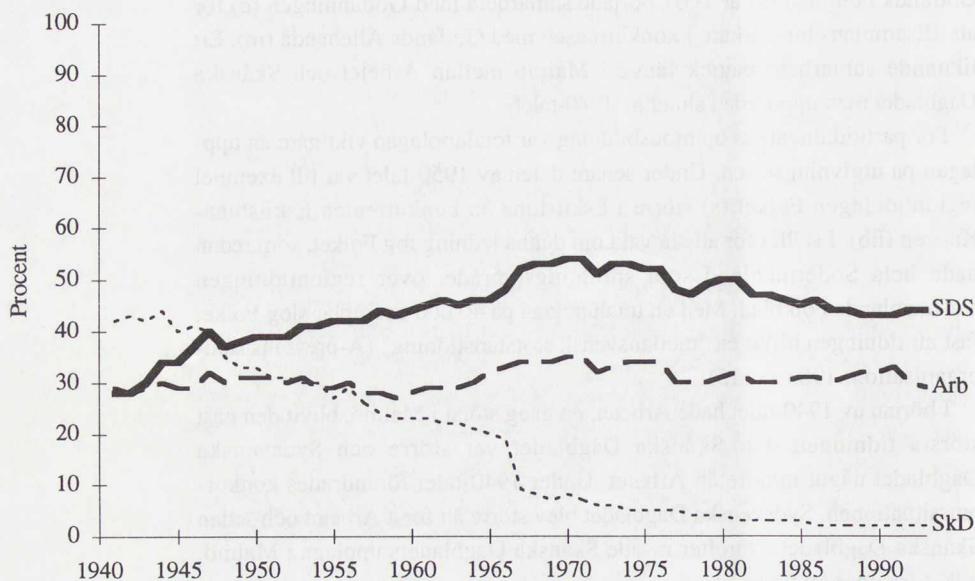
Ett bra exempel är utvecklingen i Örebro med en gång fyra ungefär lika stora tidningar. Där fusionerades i mitten av 1940-talet två liberala tidningar, Nerikes Allehanda och Nerikes-Tidningen. Örebro Dagblad (h) och Örebro-Kuriren (s) hamnade definitivt i konkurrensmässigt underläge. Något samarbete var inte aktuellt. Örebro Dagblad höll ut till 1956 medan Örebro-Kuriren för gott blev andratidning till Nerikes Allehanda.

Endast i ett fall har två mindre tidningar gått ihop, nämligen på Gotland där Gotlands Folkblad (s) år 1967 började samarbeta med Gotlänningen (c) för att tillsammans bli starkare i konkurrensen med Gotlands Allehanda (m). Ett liknande samarbete pågick länge i Malmö mellan Arbetet och Skånska Dagbladet men upphörde i slutet av 1980-talet.

För partitidningarnas opinionsbildning var totalupplagan viktigare än upplagan på utgivningsorten. Under senare delen av 1950-talet var till exempel regiontidningen Folket (s) större i Eskilstuna än konkurrenten Eskilstuna-Kuriren (lib). I stället för att slå vakt om denna ledning tog Folket, som redan hade hela Södermanland som spridningsområde, över regiontidningen Västmanlands Folkblad. Med en totalupplaga på 40 000 exemplar slog Folket fast att tidningen blivit en "mellansvensk storstadstidning" (A-pressens samorganisation, 1983 s. 115).

I början av 1940-talet hade Arbetet, en gång störst i Malmö, blivit den näst största tidningen där. Skånska Dagbladet var större och Sydsvenska Dagbladet något mindre än Arbetet. Under 1940-talet förändrades konkurrenssituationen. Sydsvenska Dagbladet blev större än först Arbetet och sedan Skånska Dagbladet. Därefter rasade Skånska Dagbladets upplaga i Malmö, vilket framgår av figur 3.1.

Svårigheterna för Skånska Dagbladet förstorades av att tidningen, för att kompensera bortfallet av upplaga i Malmö, vidgade sitt spridningsområde. Det var naturligt för Skånska Dagbladet som partitidning att göra så. Några år runt 1960 hade Skånska Dagbladet till och med en avläggare i Kalmar län, nämligen Kalmar Läns Tidning (ca 4 000 ex.), startad som bondeförbundstidning 1948. Efter tiden som edition till Skånska Dagbladet blev Kalmar Läns Tidning 1962 en endagstidning.

Figur 3.1 Täckningsgrad i Malmö 1941–1993

Anm: Uppgifter från TS-boken

Inte heller Arbetet fann det självklart att ta upp kampen med Sydsvenska Dagbladet. Inget tyder på att samarbete med Skånska Dagbladet ens övervägdes. Precis som Skånska Dagbladet valde Arbetet att expandera geografiskt. Arbetet skulle bli huvudtidning i en koncern som omfattande hela Skåne.

Arbetet tog hand om Aurora i Ystad, Kristianstads Läns-Demokraten år 1957 och i mitten av 1960-talet även Nyheterna i Helsingborg. Trots att det inte var meningen tog Arbetet också över Ny Tid i Göteborg 1966. Arbetets totalupplaga ökade men i Malmö förblev hushållstäckningen densamma. Den höll sig omkring 30 procent. Inom den ännu svagare kommunistiska dagspressen startades under 1950-talet ett 10-tal avläggare till Ny Dag runt om i landet.

I slutet av 1960-talet föreslogs att Arbetet skulle bli huvudtidning för ännu fler tidningar i Sydsverige, dvs. för Västgöta-Demokraten i Borås, Smålands Folkblad i Jönköping, Kronobergaren i Växjö och Sydöstran i Karlskrona. Så blev det emellertid inte. Den politiska ledningen för Arbetet ville ta hand om Stockholm efter Stockholms-Tidningens nedläggning 1966 men den ekonomiska ledningen var av motsatt uppfattning och fick sin vilja igenom.

De socialdemokratiska tidningarna var tidigt samordnade organisatoriskt men samarbetet följde i mycket liten grad av marknadsstrategiska principer. Det hade till exempel varit naturligt att skjuta till medel till svaga tidningar i tur och ordning för att förbättra deras position på marknaden, men det var en

affärsmässig princip som inte kunde användas. Varje område var lika mycket värt och skulle ha lika mycket resurser. De socialdemokratiska andratidningarna kunde därmed inte utnyttja de tillfällen som gavs att stärka sin ställning när förstatidningar försvagades.

Konkurrensorter

Med tanke på att andratidningar i valet mellan ekonomiska och opinionsmässiga mål vanligen satt de senare främst, är det inte överraskande att de inte på ett avgörande sätt lyckats förbättra sin ställning marknadsmässigt, inte ens sedan de omedelbara ekonomiska problemen lyfts bort av det selektiva presstödet.

I tabell 3.2 och tabell 3.3 redovisas täckningsgraden på samtliga konkurrensorter i femårsintervall sedan 1968. I tabell 3.1 finns en sammanfattning av förändringarna.

Tabell 3.1 Andratidningarnas täckningsgrad 1968 och 1993

Täckningsgrad 1968	Täckningsgrad 1993			Summa
	Mer än 20 %	Högst 20 %	Upphört	
Mer än 20 %	9	3	2	14
Högst 20 %	–	5	1	6
Summa	9	8	3	20

Källa: TS-boken

Som framgår av tabell 3.1 fanns det 1968 tjugo orter med utgivning av minst två dagstidningar. Ett par år tidigare hade det funnits ytterligare en konkurrensort. Det var före sammanslagningen 1966 av Östergötlands Folkblad i Norrköping och Östgöten i Linköping till Folkbladet Östgöten med Norrköping som utgivningsort. Fusionen blev till en klar fördel för konkurrenterna i Norrköping och Linköping. Efter några år hade Folkbladet Östgöten inte större upplaga än Östergötlands Folkblad ensam hade haft före fusionen.

På sex av de tjugo konkurrensorterna hade andratidningen 1968 högst tjugo procent i täckningsgrad: Norrköping, Göteborg, Karlstad, Stockholm, Växjö och Örebro. Den sammanslagna tidningen Folkbladet Östgöten hade alltså fått ett dåligt mottagande i Norrköping.

Statligt produktionsbidrag har utgått till minst en tidning på de tjugo konkurrensorterna. I några fall har båda tidningarna erhållit stöd (SOU 1974:102, s. 45ff). Det gäller Visby (kontinuerligt) och Skövde (några år) samt Eskilstuna, Falun och Gävle. På de tre senare orterna har första-tidningen erhållit reducerat produktionsbidrag 1971–1989. I Luleå fick

tredjetidningen Norrskensflamman produktionsbidrag så länge den kom ut. Förstatidningen Norrbottens-Kuriren erhöll bidrag under tre år, 1971–1973, med motivet att den hade samma svårigheter som en andratidning. Andratidningen Norrländska Socialdemokraten har med hänvisning till tidningens större upplaga och regionala spridning i Norrbotten inte fått något produktionsbidrag.

Tack vare presstödet har bara tre orter upphört vara konkurrensorter: Borås (1986), Växjö (1987) och Jönköping (1992). Samtidigt har dock tre konkurrensorter fått en andratidning med högst tjugo procent i hushållstäckning: Falun, Umeå och Sundsvall. Antalet konkurrensorter med en andratidning med mer än 20 procent i hushållstäckning har minskat från fjorton till nio.

I tabellerna 3.2 och 3.3 finns uppgifter om hushållstäckningen för varje tidning. I de flesta fall har tidningarnas täckningsgrad minskat, vilket delvis beror på att andelen enpersonhushåll har ökat. Det finns skäl att anta att dessa inte är konsumtionshushåll på samma sätt 1993 som de var på 1970-talet (se avsnitt 2.6).

På tre konkurrensorter har de tidningar som var andratidningar 1968 en högre täckningsgrad 1993. I Stockholm ligger Svenska Dagbladet på 18 procent i stället för 17, samtidigt som Dagens Nyheter fallit från 61 till 44 procent. I Karlskrona har Sydöstran förbättrat sin position från 22 till 25 procent under det att Blekinge Läns Tidning minskat från 75 till 56 procent. I Östersund ligger Länstidningen på 45 procent i stället för 21. Tidningen hade under några år på 1980-talet till och med en högre täckningsgrad än Östersunds-Posten i Östersund. Här rör det sig om något mycket ovanligt i svensk presshistoria (se vidare nedan).

Som framgått har andratidningarna ofta större spridningsområden än respektive förstaidningar. I några fall innebär detta att andratidningarna konkurrerar med två eller flera förstaidningar. Täckningsgraden på utgivningsorten ger inte hela bilden. Det gäller t.ex. Västerbottens Folkblad som konkurrerar med förstaidningen Västerbottens-Kuriren på utgivningsorten Umeå och med förstaidningen Norra Västerbotten i Skellefteå, där Västerbottens Folkblad också sprids. I några fall kan andratidningen ha en starkare ställning på en annan, vanligen mindre, ort än utgivningsorten. Den kan till och med vara förstaidning. Det gäller t.ex. Dala-Demokraten i Borlänge. Detta kan påverka andratidningens ekonomi positivt men kan inte förändra den på ett avgörande sätt.

Tabell 3.2 Täckningstal 1968–1993 konkurrensorter med andratidning med över 20 procent i hushållstäckning 1993

Utgivningsort och tidning	1968	1973	1978	1983	1988	1993
<i>Visby:</i>						
Gotlands Tidningar	55	55	65	62	59	51
Gotlands Allehanda	55	55	50	45	45	46
<i>Östersund:</i>						
Östersunds-Posten	80	81	65	49	48	53
Länstidningen	21	20	35	50	49	45
<i>Skövde:</i>						
Skaraborgs Läns Allehanda	42	48	59	49	48	44
Skövde Nyheter	us*	47	41	45	46	42
<i>Luleå:</i>						
Norrbottens-Kuriren	59	59	58	57	57	51
Norrländska Socialdemokraten	46	39	43	39	35	30
Norrskensflamman	us*	4	2	2	–	–
<i>Malmö:</i>						
Sydsvenska Dagbladet	53	53	47	47	44	44
Arbetet	34	33	30	30	31	29
Skånska Dagbladet	8	6	4	3	2	2
<i>Gävle:</i>						
Gefle Dagblad	65	67	63	58	59	53
Arbetarbladet	32	29	31	30	28	26
<i>Karlskrona:</i>						
Blekinge Läns Tidning	75	70	63	64	66	56
Sydöstran	22	17	24	25	25	25
<i>Eskilstuna:</i>						
Eskilstuna-Kuriren	51	54	51	53	55	54
Folket	35	31	34	30	26	22
<i>Kalmar:</i>						
Barometern	84	88	84	79	72	68
Östra Småland	22	18	18	26	26	22

* us=uppgift saknas

Anm: Uppgifter från TS-boken

Tabell 3.3 Täckningstal 1968–1993 på konkurrensorter med andratidning med högst 20 procent i hushållstäckning 1993

Utgivningsort och tidning	1968	1973	1978	1983	1988	1993
<i>Falun:</i>						
Falu-Kuriren	68	70	68	66	67	61
Dala-Demokraten	24	23	24	24	20	19
<i>Växjö:</i>						
Smålandsposten	77	81	78	72	81	73
Kronobergaren	16	15	18	19	–	–
<i>Stockholm:</i>						
Dagens Nyheter	61	59	48	46	46	44
Svenska Dagbladet	17	16	19	20	21	18
Stockholms-Tidningen	–	–	–	6	–	–
<i>Umeå:</i>						
Västerbottens-Kuriren	79	84	72	70	68	67
Västerbottens Folkblad	22	19	27	27	22	18
<i>Karlstad:</i>						
Nya Wermlands-Tidningen	77	78	73	69	70	66
Värmlands Folkblad	18	19	20	23	22	18
<i>Sundsvall:</i>						
Sundsvalls Tidning	69	71	73	72	72	69
Dagbladet	22	20	18	20	20	18
<i>Jönköping:</i>						
Jönköpings-Posten	71	69	70	72	72	73
Smålands Folkblad	21	19	17	17	15	–
<i>Norrköping:</i>						
Norrköpings Tidningar	79	80	76	74	74	73
Folkbladet Östgöten	20	12	17	18	16	14
<i>Borås:</i>						
Borås Tidning	79	82	81	79	82	77
Västgöta-Demokraten	22	16	14	13	–	–
<i>Örebro:</i>						
Nerikes Allehanda	79	79	76	74	74	73
Örebro-Kuriren	14	11	12	14	13	8
<i>Göteborg:</i>						
Göteborgs-Posten	81	80	78	72	68	64
Arbetet Väst	–	–	6	6	6	5
GHT	18	9	–	–	–	–

Källa: TS-boken

Fallet Östersund

Länstidningen i Östersund är den enda lokala dagstidning som efter 1945 lyckats gå om en väletablerad konkurrent. Det skedde 1981 när det gällde totalupplaga och 1982 mätt i upplaga på utgivningsorten. Det närmast föregående fallet gällde kvällspressen och var när Expressen under 1950-talet gick förbi Aftonbladet. Det finns anledning att se närmare på orsakerna till

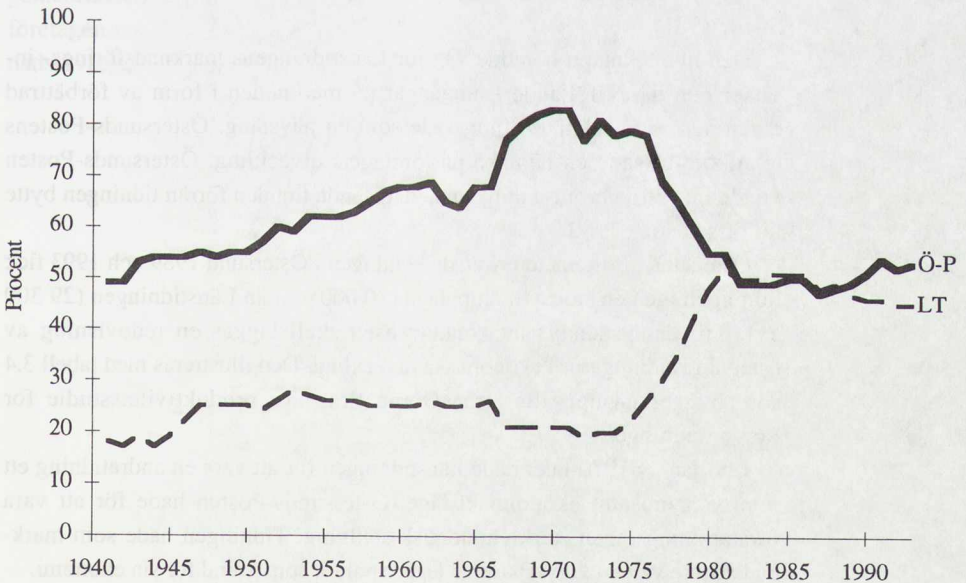
skiftet i Östersund. Förloppet har studerats i detalj (Gustafsson, 1985, 1990). Här har även de senare årens utveckling tagits med.

När svenska tidningsföretag i början av 1970-talet skulle förnya sina tryckpressar hade de två möjligheter. Den ena var att modernisera den högtryckspress de använde, den andra att installera en ny offsetpress. Många förstатidningar som hade relativt nya högtryckspressar valde att modernisera dem. Andratidningarna hade oftast inget val. Deras pressar var så gamla att de inte kunde byggas om; ett byte till offset var den enda möjlighet som stod dem till buds.

Precis så gjorde man i Östersund 1974. Förstatidningen Östersunds-Posten konverterade sin högtryckspress till direktlito, medan andratidningen Länstidningen köpte en offsetpress med hjälp av lån från pressens lånefond. Länstidningen bytte samtidigt från helformat till halvformat. Tekniskt sett fick Länstidningen genom detta utspel ett bättre tryck och större färgmöjligheter än Östersunds-Posten.

Det blev inga omedelbara effekter av skillnaderna i tekniska förutsättningar. Båda tidningarna kunde notera rekordupplagor 1975. Länstidningen nådde 12 300 exemplar och Östersunds-Posten 35 000 exemplar. Täckningsgraden i Östersund var 22 procent för Länstidningen och 79 procent för Östersunds-Posten, vilket framgår av figur 3.2. Enligt teorin om upplagespiralen kunde Länstidningen rimligen inte hota Östersunds-Posten.

Figur 3.2 Täckningsgrad i Östersund 1941–1993



Så började Östersunds-Postens upplaga efter något år plötsligt att falla. Läsarundersökningar visade att prenumeranterna var missnöjda med tidningens tryckkvalitet och format (Valdensjö, Larsson och Stedt, 1981). Länstidningen spelade ut för fullt de fördelar tidningen hade i behändigt format, bättre tryck och fler färgmöjligheter. Tidningens innehåll blev slagkraftigare. Förnyelsen av tidningen gav argument inte bara i abonnemangsförsäljningen utan också i annonsackvisitionen.

I Östersund ökade hushållens engagemang i tidningsvalet i samband med att Östersunds-Posten 1976 blev centertidning och senare samma år regeringsorgan. De prenumeranter som lämnade Östersunds-Posten gjorde det i stor utsträckning av politiska skäl (Valdensjö, Larsson och Stedt, 1981). Också Länstidningens mindre format torde ha spelat en viktig roll.

Konverteringen till direktlito kom efterhand att medföra allt större nackdelar för Östersunds-Posten. Pressarna kunde inte köras fort nog. Företaget tvingades att tidigarelägga presstarten för att klara de alltför ofta återkommande driftstörningarna. Problemen accentuerades för Östersunds-Posten när den och Länstidningen 1977 gick över från förmiddags- till morgonutgivning.

Upplagan fortsatte att öka för Länstidningen, medan den gick tillbaka för Östersunds-Posten. Länstidningens totalupplaga blev större än Östersunds-Postens 1981 och dess hushållstäckning i Östersund högre än Östersunds-Postens 1982 men skillnaden var hårfin. Studierna av läsarnas val av tidningar pekar på att Länstidningens upplageökningar vanns bland socialdemokratiska sympatisörer och nyinflyttade; tidningen förefaller inte ha gjort något större inbrott bland borgliga tidningsläsare (Valdensjö, Larsson och Stedt, 1981).

Den nya tekniken beredde väg för Länstidningens marknadsföringsinsatser och därav följande framgångar på marknaden i form av förbättrad täckningsgrad. Tekniken fungerade som en hävstång. Östersunds-Postens teknikbeslut satte en hämsko på företagets utveckling. Östersunds-Posten kunde inte börja bromsa upp den nedåtgående trenden förrän tidningen bytte till offsetteknik 1980.

Östersunds-Posten återerövrade ledningen i Östersund 1989 och 1993 fick tidningen igen en större totalupplaga (30 000 ex.) än Länstidningen (29 300 ex.). Till denna analys av konkurrensen skall läggas en redovisning av östersundstidningarnas ekonomiska utveckling. Den illustreras med tabell 3.4 som bygger på uppgifter från Göran Erasmies produktivetsstudie för Pressutredningen -94.

I början av 1970-talet hade Länstidningen för att vara en andratidning ett relativt gynnsamt ekonomiskt läge. Östersunds-Posten hade för att vara förstatidning ingen stark ekonomisk ställning. Tidningen hade som marknadsledare valt en volymbaserad lågprispolitik som grund för sin ekonomi.

Länstidningens utgiftspolitik kännetecknades av försiktighet. Tidningen expanderade sin ekonomi först när det var uppenbart att framgångarna kunde bli bestående. Denna försiktiga linje gjorde att tidningen utan större ekonomiska problem klarade sig utan produktionsbidrag när detta inte längre utgick.

Östersunds-Postens nya ägare och ledning upptäckte snart nog att företagets ekonomi inte var stabil. Det första man gjorde var att överge lågprislinsen men man gjorde det på ett sätt som gynnade Länstidningen. Man höjde nämligen abonnemangspriset vilket spelade den upplageökande Länstidningen i händerna.

Inför beslut om ny teknik visade Östersunds-Posten upp ett stortidningsbeteende som företaget inte var mäktigt. Företaget hamnade i en akut kostnadskris och det krävdes ett rejält saneringsprogram – och en god annonskonjunktur – för att åter få balans mellan kostnader och intäkter.

Det har diskuterats om Länstidningen under den positiva upplageutvecklingen fick en rimlig utdelning på annonsmarknaden. Frågan har ställts om inte vissa företag annonserade mer i Östersunds-Posten än vad som var marknadsmässigt motiverat och om deras syfte inte var att förhindra att Länstidningen skulle bli den dominerande tidningen (Lappalainen, 1987). Något svar på frågan finns inte.

Länstidningen erhöll som andratidning sammanlagt 35 miljoner i produktionsbidrag. Östersunds-Posten beviljades sammanlagt 5,2 miljoner i utvecklingsbidrag. Sedan 1983 har inget av företagen erhållit statliga bidrag till driften. Båda tidningarna arbetar med små marginaler. Eftersom såväl upplagemarknaden som annonsmarknaden kan betraktas som mättade är det lätt att företagen tar till priskonkurrens. I sådana lägen blir förmågan att hålla kostnadsutvecklingen under kontroll avgörande.

Tabell 3.4 Produktivitet och effektivitet i Östersund

Mått	1976	1980	1985	1990	1991	1992
<i>Total produktivitet</i>						
Länstidningen	0,98	1,12	0,99	1,01	0,94	0,97
Östersunds-Posten	1,01	0,90	1,02	1,01	1,06	1,05
<i>Förädlingsvärde/KPI per anställd (kr)</i>						
Länstidningen	127	172	141	151	108	129
Östersunds-Posten	114	87	127	127	131	145
<i>Årsvikt per anställd</i>						
Länstidningen	0,42	0,47	0,45	0,54	0,40	0,48
Östersunds-Posten	0,33	0,32	0,47	0,48	0,45	0,51
<i>Journalister/1 000 ex.</i>						
Länstidningen	1,82	1,22	1,19	1,41	1,51	1,20
Östersunds-Posten	3,39	1,57	1,29	1,52	1,47	1,34
<i>Nettoresultat (kkr)</i>						
Länstidningen	-433	4 160	-749	1 147	-4 755	-4 199
Östersunds-Posten	346	-3 099	843	1 349	5 515	5 839

Kommentar: Med total produktivitet menas förhållandet mellan intäkter och resursförbrukning. Talet 1,0 betyder att intäkterna motsvarar resursinsatsen.

Anm: Uppgifter från Göran Erasmies rapport till Pressutredningen -94.

Produktivitetmässigt låg Länstidningen bäst till omkring 1980 när tidningen var på väg att passera Östersunds-Posten. Under senare delen av 1980-talet var skillnaderna mellan tidningarna inte stora. Under 1991 och 1992 fick Östersunds-Posten bättre utdelning på insatta resurser än Länstidningen.

När det gäller förädlingsvärde per anställd (justerat med hänsyn till prisutvecklingen) behåller Länstidningen en klar ledning till 1990. Därefter är värdet klart bättre för Östersunds-Posten. Räknat per anställd är tidningarnas årsvikt ungefär densamma 1992.

Östersunds-Posten har frånsett 1991 haft fler journalister per 1 000 exemplar än Länstidningen. Under 1970-talet hämtade Östersunds-Posten ca 10 procent av sin upplaga utanför Jämtland, vilket var både absolut och relativt sett mer än Länstidningens ca fem procent. Från och med 1980-talet har tidningarnas överspridda upplagor utgjort ca fem procent av deras totalupplagor. År 1992, med i stort sett lika stora upplagor och lika stort spridningsområde, har Östersunds-Posten fler journalister per 1 000 exemplar.

Under de senaste åren har Östersunds-Posten kunnat redovisa en positiv ekonomisk utveckling medan den för Länstidningen blivit negativ. Det ekonomiska jämviktsläge som rådde 1990 har förbytts i övervikt för Östersunds-Posten.

3.2 Ekonomiskt resultat

När det selektiva produktionsbidraget infördes 1971 rådde lågkonjunktur. Den bokslutsanalys för 1973 som Sven Tollin gjorde för 1972 års pressutredning pekade på att tiderna blivit något bättre, åtminstone för förstaidningarna.

Lönsamhetsutvecklingen

Från detta utgångsläge analyseras här dagspressens lönsamhet sedan mitten av 1970-talet, först för de ca 75 tidningsföretag som inte kontinuerligt erhållit produktionsbidrag, dvs. i praktiken de svenska förstaidningarna, inkl. ensamtidningar och kvällstidningar (figur 3.3 och 3.4). Underlaget har tagits fram i samarbete med Håkan Westergren på Presstödsnämnden. Den ekonomiska utvecklingen för de tidningsföretag som kontinuerligt erhållit produktionsbidrag tas upp i ett senare avsnitt.

Den första figuren (figur 3.3) avser lönsamhetsutvecklingen mätt i nettomarginal; medianen för de 75 företagen redovisas för varje år. Den andra figuren (figur 3.4) visar hur de 75 företagens ekonomiskt bästa respektive sämsta år under perioden 1975–1992 fördelar sig över åren. Lönsamhetsutvecklingen kan med utgångspunkt i figurerna delas in i tre faser: den första 1976–1981, den andra 1982–1986 och den tredje 1987–1992.

Under den första perioden, andra hälften av 1970-talet, låg dagspressens lönsamhet på en relativt låg nivå. Nettomarginalen var ca 3,5 procent. Nästan 65 procent av företagen tvingades under denna period att redovisa sina sämsta resultat under undersökningsperioden. Nettomarginalen sjönk 1981 till 1,4 procent och inte mindre än 23 procent av företagen hade sitt sämsta år detta år. Det hindrade dock inte att 13 procent av företagen nådde sina bästa resultat under denna i övrigt ekonomiskt svaga period. Till de tidningsföretag som kunde notera bästa nettomarginal under något av dessa år hörde Aftonbladet (1976), Barometern (1978), Östersunds-Posten (1978), Länstidningen i Östersund (1980) och Västerbottens-Kuriren (1981).

Den andra perioden, 1982–1986, blev ekonomiskt sett en mellanperiod. Återhämtningen gick snabbt, 1985 blev ett år med gott resultat men därefter kom en avmattning. För 12 procent av företagen kom periodens sämsta resultat under dessa år, för 24 procent periodens bästa. Till de senare hörde Göteborgs-Posten (1982), Sala Allehanda (1983), Borås Tidning (1984), Eskilstuna-Kuriren (1985) och Nerikes Allehanda (1986).

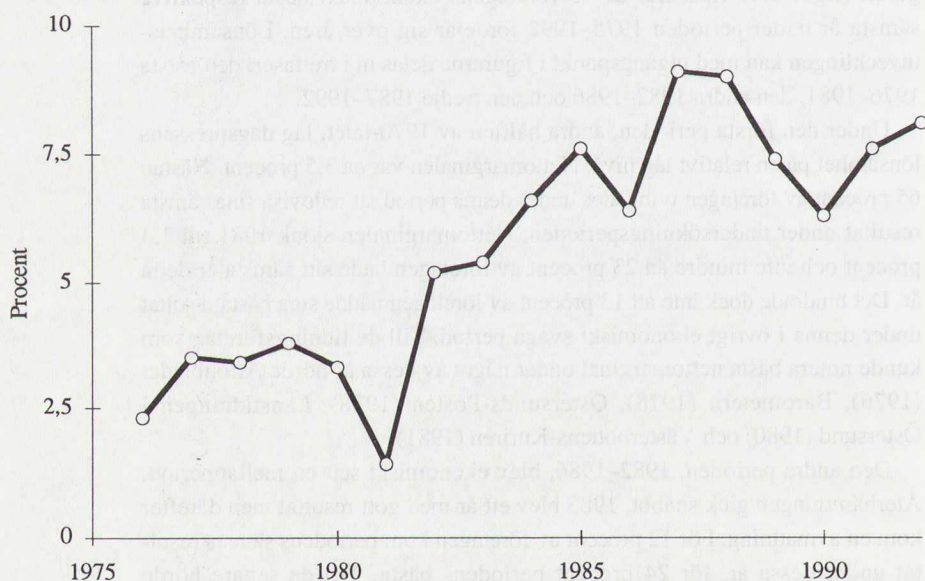
Den sista fasen, 1987–1992, inleddes med en kraftig uppgång av nettomarginalen och två mycket goda år, 1988 och 1989. Trots allmän lågkonjunktur i landet blev 1992 det tredje bästa året (8,1%) sedan 1976.

De tredje fasen skiljer sig helt från den första. Sexton procent av de bästa resultaten kommer 1988 och femton procent 1992. Under åren 1987–1992 ligger inte mindre än 76 procent av de undersökta företagens bästa resultat.

Det finns några företag som under den lågkonjunkturpåverkade sista fasen tvingas visa sina sämsta resultat. Det behöver därmed inte vara dåliga resultat. När Örnsköldsviks Allehanda 1989 har sitt sämsta år beror det på att nettomarginalen stannar på 12 procent. Tidningens bästa resultat är 28 procent 1985.

De sämsta resultaten under den tredje fasen är koncentrerade till storstadspressen: Idag (1990), Dagens Nyheter (1991) och Sydsvenska Dagbladet (1992). Dagens Nyheter ekonomi påverkas starkt av den konjunktürkänsliga platsannonseringen (se kapitel 2). Det framgår av att tidningens bästa år sedan 1976 är 1988 och det sämsta 1991, dvs. tre år senare, när konjunkturen vänt. Bland landsortstidningar med sämsta resultat under denna fas finns Barometern (1989), Blekinge Läns Tidning (1990) och den tidigare så framgångsrika Länstidningen i Östersund (1991).

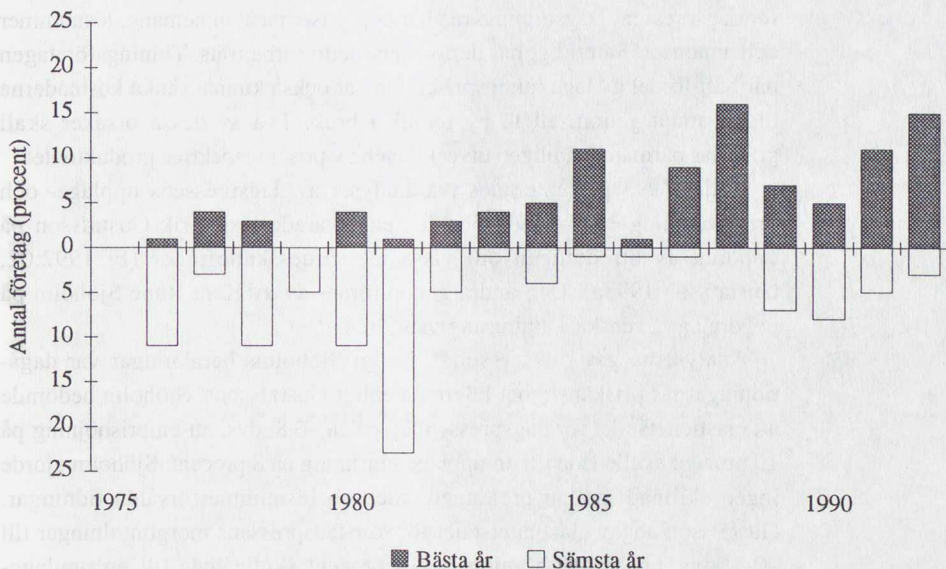
Figur 3.3 Nettomarginal för svenska dagstidningar 1976–1992 (procent)



Kommentar: Med nettomarginal avses resultatet efter finansnetto i förhållande till intäkterna, omräknat till procent.

Källa: Presstödsnämnden.

Figur 3.4 Ekonomiskt bästa och sämsta år för 75 företag 1976–1992 (procent)



Kommentar: Ovanför 0-linjen anges med mörka staplar fördelningen av de bästa åren i procent; under 0-linjen med ofyllda staplar anges fördelningen av de sämsta åren.

Anm: Presstödsnämnden (bearbetning)

Den ekonomiska utvecklingen för de 75 tidningsföretag som inte erhållit statligt stöd till driften har alltså inte försämrats under de senaste årens lågkonjunktur. Resultatet blir detsamma om man använder sig av andra ekonomiska mått än nettomarginalen.

Soliditeten för de 75 dagstidningsföretagen utan produktionsbidrag var 1976 och 1977 ungefär 13 procent. I början av 1980-talet var den drygt 15 procent. I mitten av 1980-talet hade den stigit till drygt 20 procent och 1989 var den nästan 30 procent. Under början av 1990-talet har den stigit till ca 35 procent.

Ekonomi för tidningsföretagen med produktionsbidrag förändras ungefär på samma sätt som för tidningsföretagen utan produktionsbidrag. Den stora skillnaden är att det för tidningsföretagen med produktionsbidrag rör sig om förluster på olika nivåer. Även för dessa företag innebär senare delen av 1980-talet en förbättring av ekonomin med 1987 och 1988 som de bästa åren. Det innebär att förlusterna för ett par år praktiskt taget är borta. Därefter vänder ekonomin nedåt med förlustredovisning som regel och flera konkurser under 1992.

Under 1980-talet förbättrades soliditeten även för tidningsföretagen med produktionsbidrag. I början av decenniet var den knappt fyra procent, i mitten 5–6 procent och i slutet 8–9 procent. Soliditeten blev negativ 1991 men kom efter rekonstruktionerna inom den tidigare A-pressen 1992 att åter bli positiv.

Upplaga och priser

Det finns en rad orsaker till den allmänt sett positiva ekonomiska utvecklingen för dagspressen. Dagstidningarna har höjt priser på abonnemang, lösnummer och annonser. Samtidigt har deras finansnetto förbättrats. Tidningsföretagen har haft fördel av låga inköpspriser. De har också kunnat sänka kostnaderna bland annat genom att ta ny teknik i bruk. Två av dessa orsaker skall granskas närmare, nämligen utvecklingen av priser respektive produktivitet.

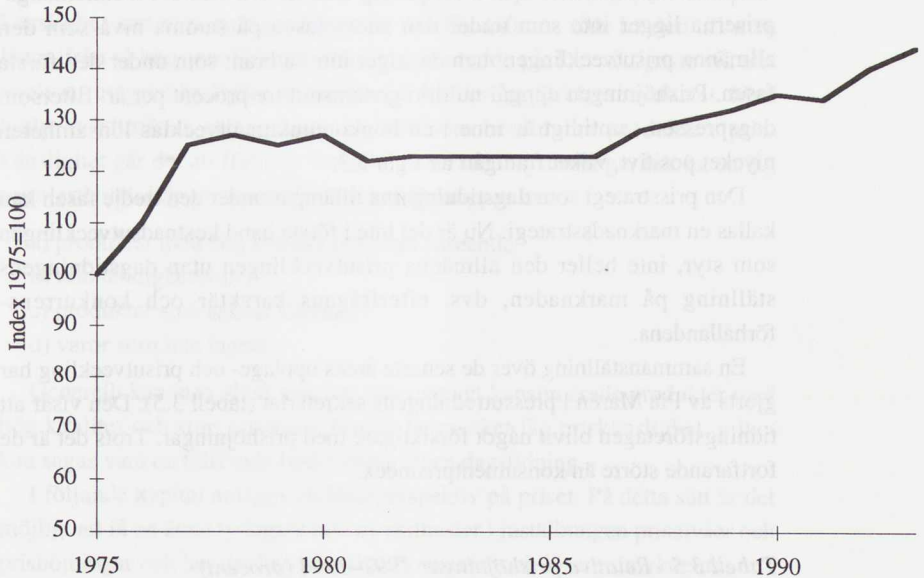
Under 1993 presenterades två analyser av dagspressens upplage- och prisutveckling 1975–1992. För den ena svarade Karl Erik Gustafsson på uppdrag av utredningen om vissa mervärdesskattefrågor (Fi 1992:02, Gustafsson 1993a). Den andra genomfördes av av Kent Rune Sjöholm på uppdrag av Svenska Tidningsutgivareföreningen.

Analyserna gav olika resultat. Enligt Sjöholms beräkningar var dagstidningarnas priskänslighet högre än enligt Gustafssons. Sjöholm bedömde att elasticitetstalet för dagspressen låg på ca $-0,8$, dvs. att en prishöjning på 10 procent skulle leda till en upplageminskning på 8 procent. Sjöholm gjorde ingen skillnad mellan prenumererade och lösnummerförsålda tidningar. Gustafsson angav elasticitetstalet för storstadspressens morgontidningar till $-0,3$, dvs. en realprishöjning på 10 procent skulle leda till en upplageminskning på 3 procent. För den abonnerade dagspressen som helhet var priselasticiteten $-0,1$. Lösnummerpressens priskänslighetstal beräknade Gustafsson till $-0,3$.

Sjöholm såg som sin uppgift att lösa ett ekonomiskt problem. I Gustafssons utredning ingick prisanalysen som ett led i en företagsstrategisk bedömning. På samma sätt behandlas prisfrågan här. Framställningen bygger på originaltexten.

För ca 20 år sedan, den 1/1 1975, kostade ett helårsabonnemang på en sexdagarstidning knappt 200 kr. Den 1/1 1992 var priset nästan 1 200 kr. Detta är en höjning som överstiger konsumentprisindex med drygt 40 procent. Samtidigt har tidningarnas upplaga, med hänsyn tagen till strukturella förändringar, ökat med 8–9 procent. Utvecklingen visar att gruppen sexdagarstidningar inte är priskänslig. Prisnivån år för år redovisas av figur 3.5.

Figur 3.5 Abonnemangspris 1975–1993 – tidningar med 6 nr per vecka (index)



Anm: Uppgifter från Svenska Tidningsutgivareföreningen (bearbetning)

Som framgår av figuren kan prisutvecklingen från 1975 delas in i tre faser. Den första omfattar åren 1975–1977, den andra åren 1978–1986 och den tredje åren 1987–1993. Med en viss förenkling kan man säga att dags-tidningarna under dessa faser använt tre olika prisstrategier: först en kostnadsstrategi, sedan en indexstrategi och därefter en marknadsstrategi.

Under de första åren i tidsserien gjorde dagstidningarna kraftiga prishöjningar. Dessa orsakades av en kostnadskris med kraftigt stigande löner, inte minst inom distributionen. Vid denna tid var det vanligt att man på tidningsföretagen i prissättningen utgick ifrån att upplageintäkterna skulle täcka kostnaderna för distribution och papper.

Kostnadsstegringarna slog genom detta förfarande därmed med full kraft igenom i abonnemangspriserna, 10 procent 1976 och 13–14 procent 1977. Det kan läggas till att prishöjningen från 1974 till 1975 var ungefär lika stor. Dagstidningarna tillämpade konsekvent en kostnadsstrategi.

Den kostnadsbaserade prisstrategin ledde uppenbart till en prisnivå som bedömdes vara för hög, eftersom dagstidningarna under den andra fasen lät priserna i stort sett följa konsumentprisindex, ibland inte ens det utan accepterade att de sjönk i förhållande till den allmänna prisutvecklingen. Kostnadsstrategin ersattes av en indexstrategi. Inte ens under lågkonjunkturen i början av 1980-talet steg abonnemangspriserna mer än konsu-

mentprisindex. Resultatet blev att dagspressens lönsamhet försämrades, vilket kan utläsas av figur 3.3.

Den tredje och sista fasen skiljer sig från de två första. Abonnemangspriserna ligger inte som under den andra fasen på samma nivå som den allmänna prisutvecklingen men de stiger inte så brant som under den första fasen. Prishöjningen uppgår nu till i genomsnitt tre procent per år. Eftersom dagspressen samtidigt är inne i en högkonjunktur utvecklas lönsamheten mycket positivt, vilket framgått av figur 3.3.

Den prisstrategi som dagstidningarna tillämpar under den tredje fasen kan kallas en marknadsstrategi. Nu är det inte i första hand kostnadsutvecklingen som styr, inte heller den allmänna prisutvecklingen utan dagstidningens ställning på marknaden, dvs. efterfrågans karaktär och konkurrensförhållandena.

En sammanställning över de senaste årens upplage- och prisutveckling har gjorts av Pia Marén i pressutredningens sekretariat (tabell 3.5). Den visar att tidningsföretagen blivit något försiktigare med prishöjningar. Trots det är de fortfarande större än konsumentprisindex.

Tabell 3.5 Relativa prishöjningar 1992–1994 (procent)

	Abonnemang			Annonser		
	1992	1993	1994	1992	1993	1994
1	11,8	10,5	7,1	7,0	12,2	2,5
2	17,7	1,5	7,3	7,1	4,8	6,4
3	14,1	3,5	6,0	0,8	7,4	3,9
4	5,2	5,9	6,3	8,0	5,6	14,0
5	8,5	6,3	4,9	6,1	2,9	4,0
6	9,6	5,1	4,5	6,6	3,5	3,4
7	9,7	8,7	3,5	8,2	4,2	1,5

Kommentar: Avser procentuella höjningar mellan respektive år.

Anm: Uppgifter från Tidningsutgivarna

Den abonnerade dagspressens upplaga har under 1992 och 1993 sjunkit med ca tre procent. Samtidigt har priset stigit med drygt 15 procent. Priselasticitetstalet blir därmed ca $-0,2$. Lösnummerpressens upplaga har under samma tid minskat med drygt åtta procent medan priset höjts med nästan 20 procent. Det ger ett elasticitetstal på $-0,4$. Den lösnummerförsålda pressen tycks alltså vara mer priskänslig än den abonnerade men det behöver inte gälla generellt.

På söndagar höjde Aftonbladet hösten 1992 lösnummerpriset från 7 till 10 kronor, vilket innebar en realprishöjning på omkring 40 procent. Upplagan minskade med knappt fem procent från 1992 till 1993. Aftonbladets nya sön-

dagstidning visade sig mindre priskänslig än vardagstidningen. Elasticitetstalet blev $-0,1$.

De två senaste årens utveckling pekar alltså på att dagspressens priskänslighet kan vara aningen högre än den Gustafsson ville ha den till men långt ifrån så hög som Sjöholms beräkningar tydde på. Det viktigaste vid alla analyser av priskänslighet är emellertid att försöka förklara resultatet. Med hjälp av allmänna erfarenheter om vad som bestämmer produkters priskänslighet går det att förklara varför abonnerade dagstidningar bör ha en låg priselasticitet. Låg priskänslighet brukar förknippas med:

- a) produkter med hög kvalitet och stort anseende
- b) nödvändighetsvaror
- c) produkter som saknar alternativ
- d) varor som inte lagras

Generellt kan man alltså säga att vanemässigt konsumerade produkter med hög kvalitet och stort anseende brukar ha mycket låg priskänslighet, vilket kan sägas vara en träffande beskrivning av en dagstidning.

I följande kapitel anläggs ett läsarperspektiv på priset. På detta sätt är det möjligt att få en ännu tydligare bild av skillnader i inställningen prisnivåer och prishöjningar och hur det kan påverka abonnenter och lösnummerköpare.

Produktiviteten

I en statlig utredning i början av 1970-talet av den grafiska industrin, (SOU 1974:34) *Grafisk industri i omvandling*, hävdades att det fanns goda möjligheter att utan teknikbyte höja produktiviteten inom den grafiska industrin. Driften kunde rationaliseras i betydande grad. Till detta kom de möjligheter till ytterligare förbättringar som ny teknik kunde erbjuda. Bedömningen inom 1972 års pressutredning var ungefär densamma. Möjligheterna till produktivtetsvinster genom teknikbyte och integration betecknades som betydande på längre sikt.

Man kan säga att de två citerade statliga utredningarnas bedömningar visat sig vara korrekta. Svensk dagspress har i snabb takt skaffat sig en modern teknisk utrustning. Det visar de årliga sammanställningar av nordiska tidningsföretags teknik som Nordisk Avisteknisk Samarbetsnämnd (NATS) presenterat.

I Sverige installerades de första offsetpressarna 1964, i Finland ett år senare. I början av 1970-talet startade en våg av installationer av offsetpressar i Sverige bland annat med hjälp av pressens lånefond. I mitten av 1970-talet började svenska tidningsföretag köpa upp sig till en ny offsetpress. Med undantag för en handfull dagstidningar var samtliga svenska tidningsföretag väl utrustade när det gällde offsetpressar under toppåren på 1980-talets högkonjunktur.

I början av 1990-talet studerade den norske tidningsekonomen Erik Wilberg tidningsproduktionens integration i norsk och svensk dagspress. I det senare fallet rörde det sig om landsortstidningar. För att underlätta jämförelser mellan tidningsgrupper och mellan Sverige och Norge skapades ett integrationsindex med hjälp av sex komponenter. Resultatet redovisas i tabell 3.6.

Tabell 3.6 Integrationsindex 1991 (procent)

Integrationskomponent	Norge Alla	Sverige Alla	Regiontidningar
Text	52	62	70
Annonser	20	40	59
Organisationsform	47	65	76
Samarbete	38	47	40
Rationaliseringsplan	46	33	50
Projektmodell	59	67	71
Totalindex	44	51	59

Kommentar: Procenttalen avser andel företag för varje integrationskomponent.

Anm: Uppgifter från Erik Wilberg, Drammen.

Av tabellen kunde man dra två slutsatser. Den ena var att Sverige hade hunnit längre än Norge och den andra att i Sverige hade de stora regiontidningarna hunnit längre än de små lokaltidningarna. De senare beräknades hinna ifatt regiontidningarna med avseende på helintegrering 1995.

Förklaringen till denna skillnad sades vara att små tidningar behöver hamna i ett krisläge för att kunna inleda ett förändringsarbete. Det behöver inte de stora regiontidningarna, vilket antogs bero på att företagsledarna i dessa företag kan arbeta mera långsiktigt.

Den statliga produktivitsdelegationen slog efter omfattande studier fast i rapporten (SOU 1991:82) *Drivkrafter för produktivitet och välstånd* att företag som kan redovisa den bästa produktivitsutvecklingen har tre värdefulla egenskaper.

För det första är det sådana företag som har en osedvanlig förmåga att passa sig till eller förutse förändrade förutsättningar i omvärlden. Företagen accepterar ett starkt omvandlingstryck och svarar med egna åtgärder.

För det andra rör det sig om sådana företag som vågar genomföra stora förändringar, dvs. sådana som i sin organisationsförändring ser till helheten och inte går halvvägs eller tar en bit här och en där, vilket sällan ger några produktivitsförbättringar.

För det tredje gäller det sådana företag som ständigt sätter produktionsprocessen i centrum för verksamheten, dvs. i tidningsföretagens fall proces-

sen från insamling av nyheter och annonser till distribution av den färdiga tidningen. I det senare ligger förmodligen en viktig förklaring till dagspressens produktivetsförbättring under de senaste åren.

Av Göran Erasmies studie för Pressutredningen -94 framgår att dagstidningarnas produktivitet förbättrats under de senaste åren (Erasmie, 1994). I tabell 3.7 redovisas produktivetsutvecklingen för sex olika tidningsgrupper. Det produktivetsmått som används är en kvot mellan intäkter och resursförbrukning. Värdet 1,0 betyder att intäkterna inte är större än de personella och materiella resurser som satts in. Erasmies studie omfattade sammanlagt 40 tidningsföretag.

Tabell 3.7 Total produktivitet, valda år 1976–1992

År	Dagspress på konkurrensorter				Övr. landsortspress	
	Storstadspress		Landsortspress		3 nr/v	4–6 nr/v
	1.tidn	2.tidn	1. tidn	2. tidn		
1976	1,02	0,94	1,03	1,01	1,02	1,01
1980	1,02	0,97	1,04	0,94	1,05	1,02
1985	1,05	1,00	1,09	0,98	1,21	1,05
1990	1,06	0,98	1,08	0,91	1,22	1,05
1991	1,01	0,97	1,13	0,99	1,24	1,07
1992	1,03	1,00	1,12	1,02	1,20	1,08

Kommentar: Med total produktivitet menas förhållandet mellan intäkter och resursförbrukning. Talet 1,0 betyder att intäkterna motsvarar resursinsatsen; ett lägre tal betyder att resursförbrukningen är högre än intäkterna.

Anm: Uppgifter från Göran Erasmies arbetsrapport till Pressutredningen -94

Av tabell 3.7 framgår att den högsta produktiviteten har tredagars-tidningarna. Därefter kommer förstaidningarna och ensamtidningarna (tabellens 4–6 nr/v) inom landsortspressen. Lägst är produktiviteten inom storstadspressen.

I mitten av 1970-talet var produktiviteten ungefär densamma i tabellens sex tidningsgrupper. Enda undantaget är andratidningarna inom storstadspressen. För första- och ensamtidningarna inom landsortspressen, liksom för tredagars-tidningarna stiger produktiviteten därefter. För övriga går utvecklingen i vågor. Intressant att notera är att även andratidningarna i landsortspressen har en positiv trend under de senaste åren.

På uppdrag av Presstödsnämnden gjorde Lennart Hast (1993) en studie av produktivetsutvecklingen i ett antal dagstidningar. Syftet var att utvärdera det statliga utvecklingsstödet som dessa erhållit. Hast fann att utvecklingsstödet hade medverkat till att bryta en stigande kostnadstrend. Tack vare stödet hade tidningar i konkurrensmässigt underläge kunnat göra investeringar i nästan samma takt och omfattning som deras konkurrenter. Hast ansåg att utveck-

lingsstödet verkningsgrad skulle kunna öka om mer detaljerade uppgifter om planerade investeringar krävdes och att dessa följdes upp enligt ett standardiserat förfarande.

Endagstidningarna

Den politiska uppgörelsen 1971 om selektiva produktionsbidrag innebar att endagstidningar togs med bland stödberättigade dagstidningar. Ett skäl som lyftes fram var att flera av dessa tidigare haft högre periodicitet, till och med varit 6-dagartidningar. På förslag av den tredje pressutredningen infördes dessutom ett etableringsstöd som avsåg främja startandet av endagstidningar. Villkoren för produktionsbidrag har ändrats på olika sätt för att driva på endagstidningarnas utveckling. De har också haft möjlighet att erhålla tidsbegränsade utvecklingsbidrag.

Sedan början av 1970-talet har antalet endagstidningar fördubblats, från ett 25-tal till ett 50-tal. Den sammanlagda upplagan har också fördubblats (till 1984) men har därefter gått tillbaka. Den uppgår nu till 220 000 exemplar eller 4–5 procent av dagspressens totala upplaga (1993).

Ett 25-tal endagstidningar har erhållit etableringsstöd. Av dessa har ett 15-tal överlevt. Inte ens denna ekonomiskt mindre krävande form av etablering har varit utan problem.

Endagstidningarna är av tre slag: lokala, regionala och riksspridda. De senare har en förmånligare ställning i presstödsammanhang än de båda andra slagen av endagstidningar. 1972 års pressutredning ansåg att det fanns både presspolitiska och ekonomiska skäl för att riksspridda endagstidningar skulle tilldelas ett högre belopp. Tidningarna betraktades som särskilt värdefulla komplement till de stora dagstidningarna då det gällde den politiska opinionsbildningen; de stod för "en väsentlig gruppkommunikation" (SOU 1975:79, s. 305ff).

I början av 1970-talet dominerades gruppen endagstidningar av centerpartistiska publikationer. Efterhand har de politiska partierna – med undantag för Ny demokrati – erhållit stöd för utgivning av en endagstidning. De nya endagstidningarna har företrädesvis varit rikstidningar.

Utgivningen av endagstidningar var när produktionsbidragen infördes vanligen ingen förlustbringande verksamhet. I normalfallet har de därefter inte expanderat verksamheten mer än produktionsbidraget tillätit. Till tidningarna med återkommande förluster har hört: Alternativet i svensk politik/Miljömagasinet (konkurs 1992), Arbetaren och Arbetartidningen Ny Dag (nedlagd 1991).

De fyra största endagstidningarna är Hemmets Vän (20 700 ex.), stödberättigad sedan 1992, Broderskap (10 800 ex.), stöd sedan 1981, Kristdemokraten (9 700 ex.), stöd sedan 1980 och NU (8 400 ex.), stöd sedan 1984.

I tabell 3.8 visas den ekonomiska strukturen för två endagstidningar, dels riksspridda Kristdemokraten, dels regionspridda Kalmar Läns Tidning.

Tabell 3.8 Vinst- och förlustkonto för två endagstidningar 1992 (kk)

Resultatpost	Kristdemokraten	Kalmar Läns Tidning
Intäkter	4 415	2 998
Kostnader	7 266	4 633
Rörelseresultat	-2 851	-1 635
Avskrivningar	289	36
Finansnetto	153	59
Presstö	3 051	1 565
Nettoresultat	64	-47

Källa: Dagspressens ekonomi 1992. Presstödsnämnden

Stockholmstidningarna

Utgivningen av dagstidningar i Stockholm skiljer sig så mycket från tidsningsutgivning i andra delar av riket att den bör belysas särskilt. Stockholms morgontidningar har en svagare ställning på utgivningsorten än andra morgontidningar samtidigt som Stockholms kvällstidningar är starkare på utgivningsorten än i övriga delar av riket (se vidare kapitel 4).

Aftonbladet och Expressen har huvuddelen av sin upplaga utanför Stockholm medan det omvända gäller för Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet. För Dagens Nyheter svarar den överspridda upplagan för drygt 25 procent av den totala och för Svenska Dagbladet är motsvarande andel drygt 40 procent. Som jämförelse kan nämnas att regiontidningar har högst 15 procents överspridning. I kapitel 2 har framgått att Svenska Dagbladet 1992 blev större än Dagens Nyheter utanför Stockholmsregionen (AR 01).

Den ekonomiska utvecklingen för morgontidningarna i Stockholm har präglats av att tidningarna uppfattat sig som både stockholmstidningar och rikstidningar. Genom att de är rikstidningar kan de dra till sig annonser av helt annat slag och i helt annan omfattning än regiontidningarna i landsorten. Detta har i sin tur gjort dem beroende av annonsörernas ekonomiska utveckling.

Dagens Nyheter har sedan 1960-talet visat sig vara extremt konjunkturberoende. Under högkonjunkturer har tidningens ekonomi byggts upp, under lågkonjunkturer har den raserats. De två senaste lågkonjunkturerna, den innevarande och den i början av 1980-talet, har till och med tvingat fram förlustresultat.

Svenska Dagbladet har sedan början av 1970-talet satsat på överspridning. Med hjälp av statligt produktionsbidrag, resurser från näringslivet, redaktionell förnyelse och det statligt rabatterade samdistributionssystemet fick tidningen stora upplageframgångar. Det visade sig emellertid svårt att få ekonomi i överspridningen och under 1980-talet försökte Svenska Dagbladet samtidigt att stärka sin ställning i Stockholm.

Täckningsgraden där har i stort sett varit oförändrat låg, dvs. knappt 20 procent. Samtidigt har som nämnts Dagens Nyheter gått tillbaka i täckningsgrad från drygt 60 procent på 1960-talet till ca 45 procent under 1990-talet. Dagens Industri, som i huvudsak är en överspridd tidning (se figur 2.6), har en täckningsgrad på 4 procent i Stockholm.

Etableringen av Stockholms-Tidningen på nytt hösten 1981 kan ses som ett försök att skapa en regional morgontidning i Stockholm. Försöket misslyckades. Tillfället var inte det bästa; tidningen startades när tidningskonjunkturen var i botten och lades ned hösten 1984 när konjunkturen vände uppåt.

Under 1992 och 1993 har både Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet börjat tillämpa en differentierad prissättning. För den överspridda upplagan tas ut ett väsentligt högre pris än för den i Stockholm. Detta är en del-förklaring till nedgången i båda tidningarnas överspridda upplagor sedan 1992 (avsnitt 2.5).

Presstödet ekonomiska roll

Den ekonomiska roll det statliga presstödet spelar kan mätas på olika sätt. I Presstödsnämndens redovisningar av dagspressens ekonomi anges presstödet dels som en andel av rörelseintäkterna, dels som en andel av de totala utgivningskostnaderna (rörelsekostnader och avskrivningar).

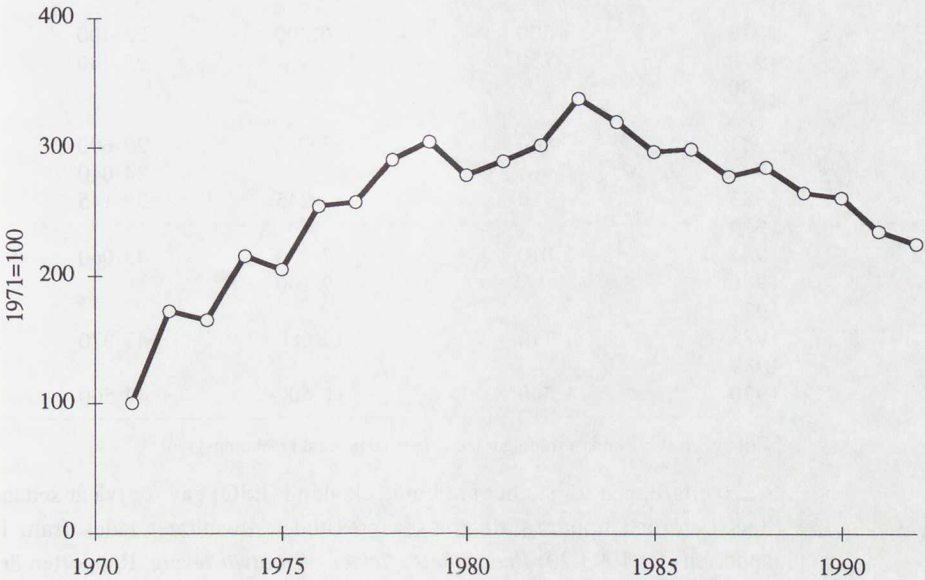
I slutet av 1970-talet och början av 1980-talet täckte presstödet för 5–6 procent av branschens utgivningskostnader. Under åren 1984–1988 var motsvarande procenttal 4–5 procent. Därefter har procenttalen successivt sjunkit till ca tre procent (1992).

Stödets betydelse är givetvis större för enskilda tidningsföretag. Den har dock sjunkit successivt. I början av 1980-talet täckte presstödet ca 60 procent av utgivningskostnaderna för fådagarstidningar och ca 30 procent för flerdagarstidningar. I mitten av 1980-talet hade procenttalen minskat till ca 35 respektive ca 20. I början av 1990-talet var procenttalet 35–40 för fådagarstidningar medan det sjunkit till ca 15 för flerdagarstidningar.

De absolut sett största bidragen per tidningsföretag går till tre storstads-tidningar. Relativt sett finns det stora skillnader mellan dessa tidningar. För Svenska Dagbladet täcker presstödet 5–6 procent av utgivningskostnaderna, för Arbetet ca 25 procent och för Skånska Dagbladet ca 30 procent.

Produktionsbidrag började på en relativt låg nivå. Räknar man beloppet som betalats ut till stödberättigade dagstidningar har produktionsbidragen, med hänsyn tagen till konsumentprisutvecklingen, något mer än fördubblats. Det framgår av figur 3.6.

Figur 3.6 Produktionsbidrag till dagspressen 1971–1992 (index)



Källa: Dagspressens ekonomi 1992. Presstödsnämnden.

Som framgår av figuren var presstödet i form av produktionsbidrag mest omfattande 1983. Därefter har det successivt minskat genom inflationen samt i någon mån av att några stödtidningar tvingats lägga ned.

Ökningarna är av två slag. I det ena fallet rör det sig om höjningar av nivån, i det andra om nya bidragstagare. Nivåhöjningarna visas i tabell 3.8 och avser a) regional eller lokal endagstidning (t.ex. Värmlands-Bygden), b) landsortstidning med 6 nr/v (t.ex. Värmlands Folkblad) och c) storstadstidning med 7 nr/v (t.ex. Svenska Dagbladet).

Under 1970-talet höjdes nivåerna för produktionsbidrag varannat år. Under de ekonomiskt svaga åren kring 1980 ökade inte produktionsbidragen generellt. De uppräknings som gjordes avsåg storstadspresen, endagstidningarna samt sådana flerdagartidningar i landsorten vilka hade högst 20 procent i hushållstäckning på utgivningsorten.

Under 1980-talet återkom höjningar varannat år, även under högkonjunkturåren. Under lågkonjunkturåren därefter har ingen höjning gjorts. Bäst inflationsskyddat har produktionsbidraget till storstadstidningar varit.

Tabell 3.9 Nivåer i produktionsbidraget 1971–1993 (kkkr)

År	Endagstidning	Landsortstidning	Storstadstidning
1971	200	1 000	3 500
1972		2 500	8 000
1973			
1974	300	3 750	13 500
1975			
1976	425	5 250	19 500
1977			
1978	600	6 300	23 400
1979	750		25 740
1980			
1981	800	7 245*	29 600
1982			34 040
1983	920	7 245	39 145
1984			
1985	1 010	7 970	43 060
1986		9 160	
1987			
1988	1 110	10 080	47 370
1989			
1990	1 540	11 600	49 500

*Höjningen avsåg endast tidningar med högst 20 procent i täckningsgrad.

Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi (ESO) gav för två år sedan Statskontoret i uppdrag att granska presstödet. Resultatet lades fram i rapporten (Ds 1993:20) *Presstödet effekter – en utvärdering*. Rapporten är en statsfinansiell granskning av presstöd i alla former med vissa bedömningar av hur pressstrukturen påverkas av ett minskat stöd.

Statsfinansiellt finns det ingen anledning att skilja mellan direkt och indirekt stöd. Det förra betyder utgifter och det senare uteblivna inkomster. Med ett sådant synsätt uppgår det direkta stödet till 500 miljoner (242 miljoner efter avdrag för annonsskatten) och det indirekta till 2 000 miljoner. Genom momsbefrielsen går statskassan miste om drygt 1,4 miljarder och genom den lägre annonsskatten nästan 600 miljoner, dvs. under förutsättning att efterfrågan på tidningar och annonser inte påverkas vid en ändring.

I Statskontorets rapport lägger man fram tre alternativ till nedskärningar av det nuvarande stödet. Av rapporten framgår att dessa förslag skulle leda till nedläggningar och därmed lägre presspolitiska ambitioner: mindre vikt vid yttre mångfald i synnerhet i landsorten. Allmänt kan man säga om rapporten att den handlar mer om de positiva effekterna för statskassan av lägre stödnivåer än om de negativa effekterna för dagspressen.

3.3 Koncentration

I föregående kapitel redovisades koncentrationen inom dagspressen. Det konstaterades dels att koncentrationen ökat dels genom en marknads-expansion för förstatidningar, dels genom att tidningsföretag förvärvat andra tidningsföretag. Frågan är vad det statliga presstödet betydtt i detta sammanhang.

När det selektiva produktionsbidraget infördes 1971 sågs det som en åtgärd att bromsa den pågående koncentrationsprocessen. Produktionsbidraget skulle göra det möjligt för förlusttyngda tidningar att överleva.

I den politiska debatten under 1960-talet hävdades ibland att syftet med ett statligt stöd till ekonomiskt svaga tidningar var att ge hjälp till självhjälp, men redan de första ekonomiska analyserna visade att stödet inte kunde utgöras av en tillfällig insats om syftet var att förhindra nedläggning av andratidningar.

Även om de flesta av de andratidningar som gavs ut i början av 1970-talet fortfarande ges ut, utgör de i mitten av 1990-talet inte en stark broms på koncentrationsprocessen. Tidningarnas prioritering av sina uppgifter i opinionsbildningen torde snarast ha varit ett hinder för tillväxt. Med en sådan inriktning har stora spridningsområden varit intressantare än små trots att över-spridningens ekonomi – ökade distributionskostnader och enbart mindre tillskott av annonsintäkter – talat emot en sådan inriktning. En annan aspekt är att tidningarna önskat bli opinionsmässigt starka inom sin region och inte att gå in i andra områden.

En kanske lika viktig broms på koncentrationsprocessen som det selektiva produktionsbidraget har varit att de stora tidningarna lagt band på sig själva. Familjen Bonnier har efter köpet av Dagens Nyheter enbart startat nya dagstidningar, Expressen och Dagens Industri, och enbart rikstidningar. Av tradition avstod familjen från att gå in i landsortspressen. Detta var en dominerande expansionsväg för tidningshusen i London, vilka i övrigt var förebilder för Bonniers.

Andra tidningsutgivare avstod från att köpa andra tidningar eftersom de ansåg att de som opinionsbildare enbart kunde ha *ett* språkrör. Det var också ovanligt att tidningar genom försäljning bytte sida politiskt men det finns exempel i den svenska presshistorien på det.

Mycket tyder också på att branschkulturen, inte minst genom den egna branschorganisationen, karakteriserats av kollegialitet och samverkan. Bl.a. de gemensamma pappersinköpen i utgivarorganisationens regi har säkerligen varit en faktor som stimulerat samverkan mer än konkurrens. Samverkan om pappersinköp har senare fått upphöra genom beslut av Statens pris- och konkurrensverk (numera Konkurrensverket).

Successivt har denna typ av privat reglering av koncentrationsprocessen försvunnit. När Centerpartiet 1973 köpte den s.k. Morbypressen som bestod av ett antal opolitiska tidningar runt Stockholm och gjorde dem till centerpartistiska var det ett genombrott. När Göteborgs-Posten 1973 köpte efter-

middagstidningen GT kom ett annat och när Sydsvenska Dagbladet gick in i Trelleborgs Allehanda ett tredje. I och med att Bonniers i början av 1990-talet tog över Sydsvenska Dagbladet kan den privata regleringen av koncentrationsprocessen sägas helt vara borta. För dagstidningarna var det därmed självklart att privat lokalradio skulle erbjuda expansionsmöjligheter för dagspressen.

Den redovisade utvecklingen är ett tydligt tecken på att dagspressbranschen generellt kommit att präglas av affärsmässighet. Tidningsutgivningens publicistiska sida fick under 1980-talet mindre utrymme i diskussionen och den ekonomiska blev mer framträdande. Dagspressen har i ökande grad kommit att uppfatta sig som en industribransch.

Detta förändrade synsätt har tagits upp i återkommande diskussioner i branschpressen och har återspeglats i Svenska Tidningsutgivareföreningen. Under decennier hade eventuella särintressen och avvikande meningar givit vika för ett överordnat, gemensamt branschintresse. Nu framträder olikheter i synsätt och intressekonflikter klart. Förändringen har inte bara gällt ekonomiska frågor utan även publicistiska såsom pressetiska frågor (Weibull och Börjesson, 1993).

I denna nya situation är det inte förvånande att självpålagda restriktioner avseende tidningarnas ekonomiska verksamhet inte längre tillämpas. Allt talar därför för att koncentrationen inom dagspressen kommer att öka. I andra branscher skulle ett sådant läge, i all synnerhet som dagspressen visar en god ekonomi, locka nya etablerare till branschen. Anledningen till att detta inte har hänt är att hindren för etablering är höga.

Med en viss överdrift kan man säga att de sista etableringarna inom dagspressen gjordes på 1940-talet. Då startades ortstidningarna Fryksdals-Bygden och Fagersta-Posten, kvällstidningen Expressen och söndagstidningen Kvällsposten som 1950 slogs samman med Skånska Aftonbladet och blev daglig. Under några år därefter gjorde Helsingborgs Dagblad ett misslyckat försök med utgivning av en kvällstidning.

Etableringshinder

Den svenska dagstidningsbranschen är en mogen industri. Som vanligt i sådana branscher är etableringshindren höga. Det är inte lättare att etablera dagliga tidningar i de nordiska länderna där det finns ett statligt stöd till dagstidningsutgivning än i Danmark. Flera misslyckade försök under 1980-talet att starta tidningar i Norge och Sverige vittnar om det.

I Sverige startades två tidningar i slutet av 1970-talet och fem under 1980-talet. Etablerarna försökte finna luckor på marknaden. Dagens Industri lanserades som en rikstäckande affärstidning i tabloidformat, Stenungsunds-Posten skulle fylla en lucka mellan Bohusläningen och Göteborgs-Posten, Stockholms-Tidningen skulle som nämnts bli regiontidning i Stockholm,

Göteborgs Handels- och Sjöfartstidning utnyttja det senaste i teknik, Arbetet i Malmö ta sig in på kvällspressmarknaden med lågpristidningen Nyheterna, Tempus bli en daglig kvalitetstidning och Finanstidningen ta upp konkurrensen med Dagens Industri.

Regiontidningen Stockholms-Tidningen orkade med 35 månader (1981–1984), lågkostnadstidningen GHT gavs ut under sex månader (1984–1985), prisexperimentet Nyheterna varade i tre månader (1983) och Tempus, som startat som endagstidning, höll igång utgivningen med 4–5 nummer per vecka under några år och blev därefter endagstidning igen. Den enda etablering i modern tid som blivit en framgång är nischtidningen Dagens Industri. Stenungsunds-Posten och Finanstidningen kommer fortfarande ut men endast tack vare ett omfattande presstö.

De många misslyckade etableringarna under 1980-talet har alltså visat att etableringshindren i dagstidningsbranschen är betydande. Fusioner och nedläggningar under de senaste åren förstärker denna slutsats. G-T och Kvällsposten har slagits samman till Idag, tre socialdemokratiska andratidningar har lagts ned, nämligen Västgöta-Demokraten (1986), Kronobergaren (1987) och Smålands Folkblad (1991), och den sista kommunistiska flerdagarstidningen, Norrskensflamman, har upphört.

Resultatet av analyserna av etableringsförsöken, nedläggningarna och sammanslagningarna kan med utgångspunkt i täckningsgradsteorin sammanfattas i fyra huvudpunkter om faktorer som försvårar tillträdet till dagspressbranschen:

- a) *intäktsstrukturen* med annonsmarknadens dominans betyder att denna marknad dikterar konkurrensvillkoren. Varje etablerare måste erövra ett betydande antal hushåll på sin utgivningsort för att kunna väcka annonsörernas intresse.
- b) *stordriftsfördelar* i snart sagt varje funktion av tidningsutgivningen – inköp, produktion och distribution – gör att det inte räcker med modern teknik på ett område. Det mest betydande hindret är tillgång till distributionskanaler. Att idag bygga en egen distributionsapparat för utbärning av morgontidningar är ekonomiskt omöjligt. För lösnummertidningarna, som inte är lika beroende av annonsintäkter som abonnemangstidningarna, är skillnader i möjligheterna att utnyttja stordriftsfördelar betydande. Det hänger också samman med att de vanligen är riksspridda tidningar. Detta är en avgörande förklaring till fusionen mellan G-T och Kvällsposten.
- c) *kapitalbehov* vilka om annonserna inte strömmar till blir omätliga. Inte ens ett omfattande presstöd räckte till för att hålla Stockholms-Tidningen vid liv.
- d) *tröghet på marknaden* såväl bland annonsörer som läsare men mest bland de senare. Läsarna är vana vid de gamla tidningarna och inte särskilt intresserade av nya; tidningsvalet är i hög grad en tradition (se kapitel 4). Det är svårt att väcka läsarnas engagemang så att de blir beredda att byta tidning.

Det statliga stödet till dagspressen kan ekonomiskt värderas utifrån de tre första etableringshindren. Det fjärde hindret är som framgått av ett annat slag. Följande värdering kan göras:

- a) Syftet med det selektiva produktionsbidraget kan sägas vara att motverka annonsmarknadens dominans (60–70 procent av abonnerade tidningars intäkter). Lösnummertidningar vars intäkter huvudsakligen kommer från upplagemarknaden kan följaktligen inte erhålla produktionsbidrag. Produktionsbidraget utgår därmed till andratidningar som ett slags kompensation för uteblivna annonsintäkter. Stödet har gjort det möjligt för de flesta andratidningar att fortsätta att komma ut men det har inte gjort det lättare att starta nya tidningar. Ibland har det hävdats att det selektiva produktionsbidraget utgjort ett hinder för nyetablering av dagstidningar. Det är svårt att avgöra om så varit fallet. I Danmark där praktiskt taget alla andratidningar lagts ned har i varje fall inga nya tidningar startats.
- b) I det statliga stödet har ingått åtgärder för att låta så många tidningar som möjligt komma i åtnjutande av stordriftsfördelar. Samdistributionsrabatten syftar till att villkoren i princip skall vara desamma för alla tidningar som deltar i en samdistribution omfattande alla abonnenter i ett område. Staten har på samma sätt försökt stimulera till samproduktion. I det första fallet har framgången varit total, i det andra mera begränsad. Det med avseende på antalet tidningar mest omfattande fallet av samproduktion är projektet Skaraborgspress, i vilket Falköpings Tidning, nya Lidköpings-Tidningen, Skaraborgs Läns Tidning, Skövde Nyheter och Västgöta-Bladet ingår.
- c) Pressens lånefond inrättades för att ge andratidningar möjligheter att förnya sin produktionsutrustning. Åtgärden har varit effektiv. Andratidningarna har i stort sett kunnat hålla jämna steg med förstetidningarna, i flera fall, varav Länstidningen i Östersund är ett, till och med kunnat ligga steget före. Till samma kategori av stöd som pressens lånefond kan det s.k. utvecklingsstödet räknas eftersom det också avsett investeringar i produktionen. Detta har varit särskilt framgångsrikt i och med att det tvingar fram en planering i de bidragssökande företagen. Det statliga stödet till andratidningarna har verkat uppehållande men det har inte gjort det möjligt för dessa tidningar att utvecklas som motkrafter till dagspressens största företag. Hindren för etablering inom dagspressen är oförändrat höga.

3.4 Ökat ekonomiskt kunnande

Den ekonomiska utvecklingen av dagspressen sedan 1970-talet visar att redan de första analyserna av branschens struktur och ekonomi gav en korrekt bild av tidningsutgivningens villkor. Genom fortsatta analyser fördjupades kunskaperna, vilket gjorde det möjligt att utveckla hållbara teorier om tidningskonkurrensen.

En allmän slutsats om dagspressens ekonomiska utveckling sedan 1970-talet är att branschen har professionaliserats. Ett effektivt utnyttjade av resurser tycks mer än tidigare ha blivit en ledstjärna. Det hade inte varit möjligt att utan ett skickligt företagande nå så goda resultat under den senaste lågkonjunkturen. Den ekonomiska professionaliseringen visar sig också i en ökad integration inom tidningsföretagen och omfattande rationaliseringar. Att tidningsutgivning har utvecklats till en mer allmän profession framträder även genom ett ökande antal byten på företagsledarnivå från andratidning till förstaidning.

En slutsats om presstödet roll i den ekonomiska utvecklingen är att man i utformning och utvärdering av stödet inte ägnat tillräcklig uppmärksamhet åt det faktum att olika tidningsgrupper måste göra olika avvägningar mellan ekonomiska och politiska mål. Utvecklingen har visat att detta dilemma går som en röd tråd genom andratidningarnas verksamhet.

Särskilt tydligt blev detta när LO i mitten av 1980-talet beslöt att inte längre ge årliga bidrag till A-pressen. De socialdemokratiska tidningarna fick fyra år (1986–1989) på sig att reda ut sina finanser. Det ekonomiska skulle sättas före det politiska och målet blev att höja täckningsgraden, främst på marknader med hög detaljhandelsomsättning. Tidningarnas verksamhet skulle koncentreras till utgivningsorterna och spridningsområdena skulle bestämmas av de ekonomiska förutsättningarna (Hadenius och Weibull, 1991, s. 73ff).

Omläggningen ledde till en försämring i stället för en förbättring. Slutresultatet tycks bli att de socialdemokratiska andratidningarna åter kommer att ägas av lokala intressen precis som det var när tidningarna startades. Den stora skillnaden är att kunskaperna om dagstidningsutgivningens villkor är mycket bättre i dag än tidigare. Det gäller såväl de ekonomiska som de politiska villkoren.

4 Dagspressen och läsarna

Under de senaste två decennierna har det vid upprepade tillfällen talats om dagspressens nära förestående död. När Marshall McLuhan gav ut sin bok *Understanding Media* år 1964 kom den att uppfattas som en stark argumentation för televisionen. McLuhan menade att bokkulturen var dömd att försvinna.

Andra diskussioner om det minskade läsintresset har framför allt skjutit in sig på ungdomarnas medievanor. Neil Postman (1986, s. 152) säger i sin bok *Underhållning till döds* att klassrummet än så länge är knutet till det tryckta ordet,

"även om sambandet hastigt försvagas... (och) att televisionen genom sin förmåga att kontrollera våra barns och ungdomars tid, uppmärksamhet och kognitiva vanor har fått makt att kontrollera deras undervisning".

De redovisade profetiorna till trots har de flesta undersökningar från 1980-talet visat att den svenska dagspressen har en stark ställning hos sina läsare. Även om det skett en viss minskning i den samlade dagstidningsupplagan har det framkommit (avsnitt 2.6) att dagstidningsförsäljningen i Sverige fortsatt är en av världens högsta per capita. Frågan är i vad mån detta håller på att ändras. Är den svenska pressen på väg att tappa sin position som ett dominerande medium i det svenska medielandskapet?

Syftet med detta kapitel är att söka belysa den svenska dagspressens långsiktiga utveckling på läsarmarknaden. Första delen avser att undersöka tidningsmediets ställning i allmänhet, medan den andra fokuserar på den lokala morgonpressen, som svarar för huvuddelen av den svenska dagstidningsupplagan. I kapitlets sista del belyses människors val mellan olika typer av tidningar.

Underlaget för kapitlet är huvudsakligen hämtat från olika läsarundersökningar. De flesta har genomförts inom forskningsprogrammet *Dagspresskollegiet* vid Göteborgs universitet¹. Med hänsyn till detta har det bedömts viktigt att först säga något om läsarundersökningarna i förhållande till upplagesiffror då det gäller att bedöma dagspressens ställning bland sina läsare.

¹ Dagspresskollegiets mätningar är dels Läsvanestudien, en årlig postenkät som tar sikte på allmänhetens läsvanor m.m., dels Mediebarometern, en årlig telefonundersökning som avser medieanvändning en vanlig dag. Läsvanestudien genomförs i samarbete med Statsvetenskapliga institutionen och Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet inom ramen för den årliga SOM-undersökningen. Mediebarometern har t.o.m. 1993 genomförts i samarbete med Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning (PUB).

4.1 Läsarundersökningar

Det traditionella sättet att bedöma dagspressens spridning är att använda dagstidningars försålda upplaga per utgivningsdag. De första siffrorna av detta slag presenterades i Sverige år 1940 av *Tidningsstatistik*, då en avdelning av undersökningsföretaget IMU, senare övertaget av Annonsbyråföreningen och från slutet av 1940-talet även av TU och Annonsörsföreningen.

Upplagestatistiken förbättrades successivt. Det tillkom uppgifter om upplagans fördelning på socialgrupper och senare uppgifter om hushållstäckning inom olika geografiska områden. I många andra länder, t.ex. i Danmark och Norge, kom under 1950- och 1960-talen upplagestatistiken att kompletteras med frågeundersökningar direkt till allmänheten. Därigenom blev det möjligt att få grepp om hur allmänheten tog del av tidningarna. Försök i Sverige inom tidnings- och tidskriftsbranschen att få igång sådana undersökningar strandade på svårigheter att jämka samman olika intressen inom pressen (Gustafsson och Weibull, 1992).

Detta har inte hindrat att läsarundersökningar då och då företagits också i Sverige. Ett exempel är de relativt stora studier som initierades av 1967 och 1972 års pressutredningar. Sedan början av 1970-talet har dessutom ett privat företag, Marknadssociologen, senare Testologen, presenterat årliga räckviddsmätningar av större dagstidningar samt av veckotidningar och viktigare tidskrifter i Sverige genom den s.k. Orvesto-rapporten.

Sedan 1970-talets slut finns också av tidningsbranschen finansierade, årliga mätningar av dagspressens spridning. Dessa belyser både läsvanor och olika mediers räckvidd bland allmänheten och syftar till att belysa den långsiktiga utvecklingen hos dagspressen (Weibull och Björkqvist, 1989; Björkqvist-Hellingwerf, 1993a).

Slutsatsen av denna utvecklingsbeskrivning är inte att läsarundersökningar har ersatt upplagesiffror. De två typerna av underlag kompletterar varandra. Upplagan mäter i första hand hur dagstidningar når ut på marknaden, medan läsarundersökningar ger en bild av tidningarnas förankring, alltså av hur tidningarna tas emot av allmänheten. I det följande är avsikten att anlägga det senare perspektivet.

4.2 Dagstidningsläsning

Dagspressen har sedan länge haft en mycket stark ställning bland svenskar. Detta gäller nästan oavsett vilket mått man använder sig av. En genomsnittlig dag 1993 läste eller tittade 82 procent av svenskarna mellan 9 och 79 år i minst någon dagstidning – morgon- eller kvällstidning. Andelen har varit förhållandevis stabil över tid: tio år tidigare (1982) var motsvarande procenttal 84 procent (Björkqvist-Hellingwerf, 1994).

Stabil nivå

Stabiliteten i tidningsläsning är också hög i ett långt tidsperspektiv. Våren 1968 läste 90 procent av svenskarna mellan 15 och 80 år åtminstone en dags-tidning en genomsnittlig vardag; nästan exakt 25 år senare (1993) var motsvarande siffra 88 procent. Trots allt vad som har hänt inom massmedieområdet under dessa drygt två decennier är dagspressens totala spridning bland svenskarna anmärkningsvärt stabil.

I ett internationellt perspektiv ligger nivån mycket högt. Även om siffror av detta slag sällan är helt jämförbara mellan olika länder kan ändå nämnas att nivån för tidningsläsning i Mellaneuropa ligger mellan 65 och 75 procent. I Sydeuropa är andelen som läst eller tittat i en dagstidning en vanlig dag 35 till 40 procent, i USA omkring 60 procent (Weibull, 1989; Bogart, 1989).

År 1953 läste nästan 50 procent av allmänheten minst två eller fler dags-tidningar regelbundet. År 1968 hade andelen ökat till 60 procent och låg 1974 på i stort sett samma nivå, inte minst genom tillval av kvällstidningar. År 1993 hade andelen som åtminstone någon gång i veckan läste minst två tidningar minskat till 48 procent; andelen som läste mer än en tidning *minst tre gånger* i veckan var 25 procent.

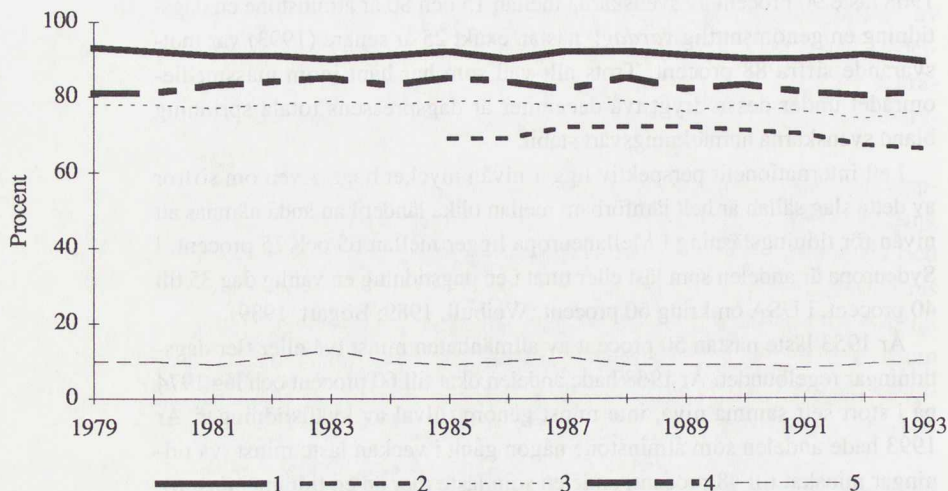
Procenttalen är inte helt jämförbara. Den allmänna tendensen förefaller emellertid vara att flertidningsläsningen minskar. Denna var mest omfattande under 1970-talet, men tycks ha gått ner särskilt under 1980-talet. Innebörden är att dagspressens totala spridning ligger på i stort sett samma nivå som tidigare, medan den totala penetrationen, mängden flertidningsläsning, har minskat något.

I fortsättningen är avsikten att belysa räckvidden för morgonpress, medan flertidningsläsningen behandlas mer ingående i avsnitt 4.4, där allmänhetens val av olika kompletterande tidningar analyseras.

Läsning av morgontidningar

Den traditionella morgonpressen svarar för huvuddelen av svensk tidningsläsning. En genomsnittlig dag har drygt 70 procent av befolkningen mellan 15 och 75 år läst eller tittat i en morgontidning. Omkring 75 procent uppger sig vara läsare minst fem gånger per vecka. Under en vecka når morgonpressen 90 procent av befolkningen.

Figur 4.1 Andelen morgontidningsläsare 1979-1993 med fem olika mått (procent)



- 1= morgontidningsläsning minst någon gång per vecka (15-75 år)
 2= morgontidningsläsning minst sex dagar per vecka (15-75 år)
 3= morgontidningsläsning en genomsnittlig dag (15-70 år)
 4= morgontidningsläsning en genomsnittlig vardag måndag-fredag (15-70 år)
 5= läsning av minst två morgontidningar en genomsnittlig dag (15-70 år)

Anm: Data från Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Samtliga siffror är från hösten 1993. Figur 4.1 ger en översikt av morgontidningsläsningen i Sverige för perioden 1979-1993, utifrån några olika mått: (1) andelen morgontidningsläsare minst någon gång per vecka, (2) andelen läsare minst sex dagar per vecka, (3) andelen läsare en genomsnittlig dag, (4) andelen läsare en vardag måndag-fredag samt (5) andelen som läst minst två morgontidningar en genomsnittlig dag. Av dessa mått avser de två första människors vanor, medan de tre senare gäller läsningen en genomsnittlig dag.

Enligt det mest generösa måttet på regelbunden morgontidningsläsning, dvs. andelen läsare minst en gång per vecka, ligger andelen på en mycket hög och stabil nivå för hela perioden. Talet för 1993 är 89 procent; som högst under perioden var den år 1979 med 93 procent; motsvarande tal var 1973 också 93 procent (SOU 1975:78). Svaren avser en fråga om läsning enligt en skala från en till sju dagar i veckan. Andelen som uppger sig läsa en, av svarspersonen själv uppgiven morgontidning minst en gång i veckan var 86 procent år 1993.

Procenttal på veckoläsning kan givetvis inte betraktas som annat än en bild av *potentialen* för en morgontidning. Även om stabiliteten i detta avseende är hög finns det ändå vissa svaga tendenser till uppluckring. Ett tecken är att an-

delen som uppger en namngiven huvudtidning har minskat från 90 till 86 procent mellan 1986 och 1993.

Den regelbundna morgontidningsläsningen

I figur 4.1 redovisas även ett mått på regelbundenheten i läsningen: den dagliga läsvanan. Ett mera detaljerat underlag finns i tabell 4.1 där allmänhetens läsning av sin huvudsakliga morgontidning är uppdelad på antal lästillfällen per vecka. Majoriteten visar sig läsa tidningen dagligen, eller sex gånger per vecka. Beträffande antalet lästillfällen per vecka är skillnaderna mellan åren förhållandevis små men det finns tendenser att regelbundenheten minskar; både den dagliga läsningen och läsningen minst fem dagar per vecka faller i början av 1990-talet, särskilt i jämförelse med situationen under andra hälften av 1980-talet.

Tabell 4.1 Morgontidningsläsning per vecka 1985–1993 (procent)

Antal gånger per vecka	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Mindre än 1 gång	8	10	8	8	9	9	10	10	11
1–2 gånger	3	4	4	3	3	4	4	5	5
3–4 gånger	10	9	8	8	8	7	8	8	10
5 gånger	10	8	8	9	9	10	9	11	8
6–7 gånger	69	69	72	72	72	71	70	67	66
Totalt	100	100	100	100	101	101	101	100	100

minst 5 ggr/vecka	79	77	80	81	81	81	79	78	74
Antal svar	2044	1845	1672	1643	1578	1582	1573	1730	1684

Anm: Data från Testologen 1985 och därefter från SOM-undersökningen

Den tredje typen av mått i figur 4.1 är andelen som en genomsnittlig dag har läst eller tittat i en morgontidning. Detta kan betecknas som morgonpressens faktiska räckvidd. Också räckviddsmåttet är i huvudsak stabilt men uppvisar i början av 1990-talet en viss försvagning. Detsamma kan observeras på grundval av de i Orvesto-rapporten årligen redovisade räckviddstalen.

En jämförelse mellan det vanemässiga läsandet och läsningen en genomsnittlig dag visar att försvagningen av morgonpressen är något större i fråga om vanorna än i fråga om faktisk spridning. Morgontidningar läses i och för sig nästan lika mycket som tidigare, men det finns en minskad vanemässighet i läsningen. Det förefaller inte lika angeläget som tidigare att hålla sig med en daglig morgontidning i hushållet. Trots det ligger andelarna för läsvanor såväl

som för daglig räckvidd internationellt sett på en mycket hög nivå (Weibull, 1989).

Lästid, lästidpunkt och antal lästillfällen

Den genomsnittliga lästiden för den huvudsakliga morgontidningen har under de senaste 15 åren uppgått till omkring 30 minuter. En tendens till minskad lästid kan dock noteras under de senaste åren; genomsnittet har sedan 1990 varit lägre än 30 minuter (tabell 4.2).

Tabell 4.2 *Lästidpunkt, antal lästillfällen och lästid för huvudsaklig morgontidning 1979–1993 (procent)*

Lästidpunkt	1979	1981	1983	1985	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Före kl. 8	66	68	6866	6466	68	65	62	61	61	59	
Mellan kl. 8–12	25	30	3133	3027	27	29	28	29	29	32	
Mellan kl. 12–17	15	17	1821	1617	18	15	14	16	16	16	
Efter kl. 17	50	54	5761	4646	45	45	42	43	43	43	
Genomsnittligt ant. lästillf.	1,56	1,69	1,741	1,811	1,56	1,58	1,54	1,46	1,49	1,50	
Genomsnittlig lästid min.	30,1	32,6	31,732	630,7	29,5	30,1	29,3	28,6	29,6	28,3	
Antal svar	2 135	2 194	2 1262	0481 672 1 545	1 451	1 433	1 474	1 694	1 684		

Kommentar: Frågan löd 'Ungefär hur lång tid brukar Du ägna åt Din lokala morgontidning en genomsnittlig vardag?' Med regelbunden läsning avses minst en gång i veckan.

Anm: Data från Testologen t.o.m. 1986, därefter från SOM-undersökningen.

Den vanligaste tidpunkten för läsning är under morgonen (före kl. 8) då drygt två tredjedelar brukar läsa sin morgontidning. Att tidningen kommer tidigt på morgonen är dessutom den näst viktigaste faktorn då människor får ange de viktigaste egenskaperna hos sin morgontidning; viktigast är behovet av lokala nyheter (se nedan).

Näst vanligast är att man läser morgontidningen på kvällstid. Eftersom antalet lästillfällen i snitt ligger på 1,5 kan man dra slutsatsen att relativt många personer läser tidningen på såväl morgonen som på kvällen (det senare med stor sannolikhet delvis för att läsa TV-sidor). För hela perioden 1979–1993 kan dock konstateras en svag tendens till minskad läsning på både morgonen och kvällen (tabell 4.2).

En rimlig slutsats är att den dagliga läsningen försvagats något. Tidningen förefaller inte vara lika integrerad i de svenska hushållens morgonbestyr som

för tio år sedan. Det kan finnas många förklaringar till detta, t.ex. att hushållens vanor och intressen har ändrats eller att andra medier har kommit att ersätta morgontidningen. Detta diskuteras utförligare i ett senare avsnitt.

Prenumerationsutveckling

Ett annat sätt att beskriva dagspressens spridning är att utgå från andelen med hushållsprenumeration. Den höga och stabila läsningen av morgonpress i Sverige har ofta förklarats av den höga andelen hushåll med morgontidningsprenumeration. Andelen svenskar som bor i hushåll med prenumeration på en morgontidning har under 1980-talet uppgått till omkring 80 procent (Tabell 4.3).

En klar majoritet av svenskarna bor i ett hushåll som prenumererar på en morgontidning. Av de regelbundna läsarna prenumererar 8–9 av 10 på en morgontidning. Under perioden 1979–1989 var andelen prenumeranter mycket stabil. Därefter kan samma tillbakagång noteras som för regelbundenheten i morgontidningsläsningen. 1993 års tal är på 76 procent vilket är det lägsta som uppmäts under hela 15-årsperioden. Å andra sidan är detta obetydligt under genomsnittet för perioden.

Tabell 4.3 Den totala andelen prenumeranter samt andelen prenumeranter av regelbundna läsare 1979–1993 (procent)

	1979	1981	1983	1985	1987	1989	1990	1991	1992	1993
Andel prenumeranter totalt:	80	79	78	79	80	80	77	77	78	76
Andel prenumeranter bland regelbundna läsare	86	87	87	86	87	86	84	85	84	84
Antal svar	2135	2194	2126	2045	1672	1578	1557	1573	1730	1684

Anm: Data från Testologen t.o.m. 1986, därefter från SOM-undersökningen.

Tabell 4.4 Tidningsanskaffning bland regelbundna morgontidningsläsare som inte prenumererar 1979–1993 (procent)

Anskaffningssätt	1979	1981	1983	1985	1987	1989	1990	1991	1992	1993
Lånar av bekanta	11	5	9	7	4	4	6	9	5	8
Läser hos bekanta	17	12	10	13	12	9	9	17	12	17
Läser på arbetet eller i skolan	44	52	56	55	51	46	45	44	41	50
Läser på bibliotek	3	3	3	4	2	2	4	4	5	5
Köper lösnr m.m.	28	23	23	14	50*	39	32	40	32	25
Antal svar	279	244	234	243	252	220	225	218	364	285

*Fr.o.m. 1987 infördes "köper lösnummer" som fast svarsalternativ.

Kommentar: Med regelbunden läsning avses minst en gång per vecka.

Anm: Data från Testologen t.o.m. 1986, därefter från SOM-undersökningen.

Det framgår av nedre delen av tabell 4.3 att omkring 15 procent av de regelbundna läsarna skaffar sig sin tidning på annat sätt än genom hushållsprenumeration – och att denna andel har tenderat att öka samtidigt som den totala prenumerationsandelen har gått ner något. Majoriteten av de som inte prenumererar läser tidningen på arbetet eller i skolan (tabell 4.4). Det näst vanligaste sättet är att köpa lösnummer. Under första delen av 1980-talet tycktes arbetsplatsläsningen öka något vilket sammanföll med en nedgång i lösnummerköpen (Reimer och Weibull, 1985). Sedan mitten på 1980-talet vände utvecklingen och arbetsplatsens roll minskat samtidigt som lösnummerköpen relativt sett ökat. De senare har dock minskat kraftigt under de två senaste åren.

Prenumerationsmönstret ger samma bild som de allmänna spridnings-siffrorna. Det finns en viss nedgång i tidningsköpen i början av 1990-talet, men allmänheten har endast marginellt minskat sitt läsande; andra sätt att skaffa tidningen har istället ökat.

Tveksamhet om prenumeration?

Även om hushållsprenumerationen i Sverige internationellt sett är mycket hög ryms det inom prenumerantgruppen vissa inslag av osäkerhet. Detaljstudier av prenumeranter i Göteborg har entydigt visat att andelen hushåll som tvekat inför morgontidningsprenumeration ökade efter 1989 (Kratz och Weibull, 1991, s. 10f). Då var andelen som någon gång hade funderat 15 procent. Ett år senare var den 27 procent (tabell 4.5). Den senare nivån visar sig även framkomma i en nationell studie år 1993: 26 procent av prenumeranterna hade funderat minst någon gång och av dessa hade en dryg tredjedel mer än en gång övervägt att upphöra (jfr Severinsson, 1990 s. 21).

Skälen till att man funderat på att sluta prenumerera är i första hand ekonomiska. Även tidsbrist är ett återkommande skäl. Som framgår av prenumerantstudien i Göteborg är det särskilt de ekonomiska skälen som mellan 1989 och 1992 ökade i andel, bl.a. motivet att allt har blivit så dyrt att man måste dra in på något (Kratz och Weibull, 1991). De som av ekonomiska skäl har tvekat någon enstaka gång skiljer sig inte från dem som har funderat flera gånger. Missnöje med den politiska linjen, tidningsinnehållet, tidningsförändringar och missnöje med den lokala bevakningen är något vanligare bland dem som funderat flera gånger att upphöra med tidningen än bland dem som funderat bara någon enstaka gång (tabell 4.6).

Tabell 4.5 Benägenhet att avsluta abonnemang. Andel som funderat samt bruttosumma ekonomiska argument, Göteborg, 1989-1992 (procent)

Undersöknings tidpunkt	Andel som funderat	Bruttosumman* av ekonomiska argument bland dem som funderat	Antal svars- personer
okt 1989	15	26	500
mars 1990	21	39	500
november 1990	27	47	535
november 1991	29	67	514
november 1992	25	60	891

*andel som anger det allmänna kostnadsläget eller en höjning av prenumerationspriset som skäl för att fundera över att avsluta prenumerationen

Anm: Kratz, C, Weibull, L: Tidningsprenumeration – men till vilket pris? (1991) samt uppgifter från Dagspresskollegiet

Bland personer som faktiskt sagt upp sin morgontidningsprenumeration är det allmänna kostnadsläget och tidningens pris vanliga skäl. Bland dessa är det emellertid lika vanligt att uppge att man har tillgång till tidningen på arbetsplatsen eller skolan. En rimlig tolkning är att tveksamhet oftast uppstår av ekonomiska eller tidsmässiga skäl men att man inte säger upp prenumerationen förrän man på annat sätt tillförsäkrat sig tillgång till tidningen.

Tabell 4.6 Skäl att fundera på att sluta med sin prenumeration 1993
(procent av prenumeranter)

Uppgivet skäl	Funderat minst någon gång	Funderat någon gång	Funderat flera ggr
Allt annat har blivit så dyrt att pengarna inte räcker till	44	44	46
Prenumerationspriset har höjts	30	30	28
Tidningens innehåll var inte tillräckligt bra	18	17	21
Jag har inte tid att läsa den	17	18	17
Jag har tillgång till tidningen på arbetet/i skolan	15	14	16
Jag får lokal information i radio och TV	12	12	15
För dålig bevakning av vad som händer i min kommun	12	10	16
Tidningens politiska linje passade mig inte	7	5	10
Tidningsutdelningen sköts dåligt	6	6	8
Tidningen har blivit så förändrad	4	2	10
Jag kan låna den av bekant/granne	3	3	4
Tidningen innehöll för lite annonser	2	2	1
Jag flyttade från orten	1	1	1
Antal svar	321	218	103

Anm: Uppgifter från SOM-undersökningen 1993

Priskänslighet?

Det som framkommit beträffande dagstidningens pris som ett skäl att tveka om morgontidningsprenumeration knyter an till frågan om dagspressens priskänslighet. Vad betyder prenumerationsprisets nivå för benägenheten att hålla sig med en prenumererad morgontidning i hushållet? Det har förts en intensiv debatt i ämnet. Det föreligger även en del ekonomiska undersökningar.

I det tidigare avsnittet om tidningsmarknaden diskuterades allmänt frågan om priskänslighet. Frågan om prisets roll för morgontidningsläsningen har

också belysts relativt ingående inom forskningsprogrammet Dagspresskollegiet. Det visar sig där att omkring en femtedel av dem som upphört att prenumerera på en morgontidning uppger ekonomiska skäl – hushållsekonomi eller höjda prenumerationspriser (Kratz och Weibull, 1991). Det vanligaste skälet är helt enkelt att man flyttat från orten. Ekonomiska skäl som motiv att sluta prenumerera är vanligast bland dem som hade haft två prenumererade tidningar.

I en annan undersökning har effekter av absoluta prisnivåer respektive prishöjningar på hushållens benägenhet att hålla sig med prenumererad morgontidning analyserats (Björkqvist-Hellingwerf, 1993b). Den visar först att andelen prenumeranter åren 1990–1992 är lägre i områden med prenumerationspriser över ett riksgenomsnitt än i områden som ligger under genomsnittet. En stor del av förklaringen till detta ligger i att Stockholm både är ett s.k. högprisområde och ett område med en prenumerationsandel klart under riksgenomsnittet. Analysen visar samtidigt att prenumerationsprishöjningar över genomsnittet, i praktiken klart över den allmänna kostnadsutvecklingen, ger ännu högre utslag; i områden med kraftiga höjningar finns den lägsta andelen prenumeranter 1992.

För det tredje visar studien på att människors syn på betydelsen av en morgontidnings pris är resultatet av ett komplicerat samspel mellan flera olika faktorer. Visserligen finns det vissa effekter av prisnivå på dagstidningarna inom den region där människor bor, men människors socialklass respektive utbildningsbakgrund spelar en betydligt större roll. Arbetare och ålderspensionärer är de två grupper som uppfattar priset på tidningen som särskilt viktigt, medan detta för högre tjänstemän är en faktor som nästan helt saknar betydelse (Björkqvist-Hellingwerf, 1993b, s. 27ff).

Den ovan redovisade studien av prenumeranters tveksamhet år 1993 visar att yngre och medelålders i större utsträckning än äldre uppger det allmänna kostnadsläget som orsak till att man funderat på att sluta prenumerera. Yngre anger också tidsbrist och tillgång till tidningen på arbetet. Äldre anger däremot höjning av prenumerationspriset i större utsträckning än yngre. Det allmänna kostnadsläget spelar också en något större roll bland ensamstående med barn än i andra grupper. De som anger ökning av tidningspriset som orsak är främst ensamstående över 30 år och samboende/gifta utan hemma-
varande barn.

Sammantaget är det rimligt att dra slutsatsen att det allmänna ekonomiska läget är en viktig faktor då det gäller minskning i morgontidningsspridningen sedan slutet av 1980-talet. Den försämrade ekonomin kommer emellertid att påverka olika hushåll på olika sätt. Ett exempel på detta är att andelen prenumeranter bland förvärvsarbetande är relativt konstant; det är bland personer som av olika skäl inte förvärvsarbetar som den större delen av prenumerationsnedgången kan sökas (Björkqvist-Hellingwerf, 1994a); bland arbetslösa är andelen som har en prenumererad tidning i hushållet mindre än 60 procent.

En slutsats av detta avsnitt är att svensk morgonpress totalt har en stor spridning bland allmänheten, men att det i början av 1990-talet finns tendenser till en viss försvagning i det regelbundna morgontidningsläsandet. Bakom den minskade läsningen ligger otvivelaktigt olika ekonomiska faktorer. Konsekvensen är dock inte att lågkonjunkturen i sig skulle vara den enda eller ens den avgörande förklaringen till att pressen försvagats. Mycket tyder, inte minst skillnaden mellan olika grupper, på att det finns andra faktorer. För förståelsen av dagstidningarnas sätt att fungera är således inte den centrala frågan i vad mån det finns en allmän priskänslighet; det är viktigare att först belysa vad som karakteriserar skillnader i dagstidningsspridningen mellan olika typer av hushåll, och mellan olika tidningar, för att på grundval av detta kunna få en bild av morgontidningarnas funktioner för sina läsare.

4.3 Den lokala morgontidningen

Det utmärkande draget för det som i Sverige benämns morgonpress är, förutom att tidningarna huvudsakligen prenumereras, att de har lokalt avgränsade spridningsområden. I själva verket finns det inte någon svensk morgontidning som har nationell spridning. Ett annat utmärkande drag är att de flesta människor vanligen endast läser *en* morgontidning.

Stockholm och landsorten

Dagstidningsläsningen uppvisar vissa klara skillnader inom Sverige. Skiljelinjen går i huvudsak mellan Stockholm och övriga landet. Detta framgår av tabell 4.7. I Stockholm är andelen morgontidningsläsare klart lägre än i landsorten. Också morgontidningsläsningen minst sex dagar i veckan är högre i landsorten, trots att många landsortstidningar inte utkommer varje dag. Skillnaderna i fråga om prenumerationsandelar följer samma mönster: fyra av fem hushåll i landsorten har morgontidningsabonnemang, tre av fem i Stockholm.

Kvällstidningsläsningen, eller snarare läsningen av vad som bör kallas lösnummerförsålda tidningar, har traditionellt uppvisat en omvänd bild: dessa tidningar har varit något mera frekvent lästa i Stockholm än i landsorten. Nedgången i kvällstidningsläsningen har under början av 1990-talet varit något större i Stockholm (avsnitt 4.4). Följden är att läsningen ligger på samma nivå som landet i övrigt. Totalt sett har Stockholm således en mindre omfattande dagstidningsläsning.

Tabell 4.7 Tidningsläsning efter typ av tidning och område 1993 (i procent)

Tidningsval	Stockholm	Göteborg, Malmö	Riket i övrigt	Hela riket
<i>Morgontidning:</i>				
Minst en gång i veckan	80	90	92	89
Minst sex dagar i veckan	57	72	68	66
Andel med hushållsprenumeration	62	80	79	76
Andel med mer än en morgontidning*	12	14	20	18
<i>Kvällstidning:</i>				
Minst en gång per vecka	54	49	54	53
Minst sex gånger per vecka	17	11	13	13
Antal svar	279	235	1 170	1 684

*andelen som läser en andra morgontidning minst tre gånger per vecka

Anm: Data från SOM-undersökningen

En annan tendens är att andelen som läser mer än en morgontidning är högst utanför storstadsområdena.

Den lokala morgontidningens roll

Karaktéristiskt för lokala tidningsmarknader är regelbundenheten i den lokala morgontidningsläsningen. Av dem som läser en morgontidning åtminstone någon gång per vecka är andelen trogna läsare – andelen som läser den minst sex dagar i veckan (av tidningar som utkommer minst sex dagar i veckan) – över 80 procent. Några exempel på läsning av lokal morgonpress på olika orter finns i tabell 4.8.

Tabell 4.8 Regelbundna läsare för några typer av tidningar samt för enskilda lokala dagstidningar (procent)

	Total spridning (minst 1 dag/v)	Andel regelbundna läsare (minst 6 dgr/v)
<i>Halmstad 1990:</i>		
Lokal morgontidning	93	74
Hallandsposten	93	75
Kvällspress	65	19
<i>Eskilstuna 1991:</i>		
Lokal morgontidning	97	86
Eskilstuna-Kuriren	85	71
Folket	45	23
Kvällspress	78	19
<i>Ystad 1991:</i>		
Lokal morgontidning	89	77
Ystads Allehanda	88	61
Kvällspress	50	11
<i>Gävle 1993:</i>		
Lokal morgontidning	95	79
Gefle Dagblad	74	53
Arbetsbladet	56	29
Kvällspress	62	14

Källa: Dagspresskollegiets lokala läsarundersökningar

Typiskt är att de dominerande lokala dagstidningarna både har en hög total räckvidd och en hög andel trogna läsare. Detta är tidningar som i hög grad dominerar sina orter. En viktig förklaring till den redovisade troheten mot den lokala dagspressen är givetvis att läsningen i stor utsträckning är en nödvändighet – detta gäller både nyheter och annonser (jfr Høst, 1988).

Det stora tidningsintresset på mindre orter ger indirekt en förklaring till att den lokala landsortstidningen på ett helt annat sätt än storstadsmorgonpressen dominerar sitt område. Stockholms morgontidningar är inte och kan troligen inte heller vara lokala i den bemärkelsen att de kan redovisa allt av betydelse från sitt lokala spridningsområde. Detta kan vara en förklaring till den mindre omfattande morgontidningsläsningen. Till detta kommer att storstadslivet som sådant är mindre stabilt. Det är betydligt vanligare med förflyttningar – och omflyttningar – där än i landsorten; rörlighet av detta slag har ofta samband med en mindre regelbunden morgontidningsläsning.

Tabell 4.9 Andelen morgontidningsläsare i olika grupper, jämförelse mellan Stockholm och landsorten 1990 och 1993 (procent)

Befolkningsgrupper	Stockholm		Landet i övrigt	
	1990	1993	1990	1993
<i>Kön:</i>				
Män	77	76	90	84
Kvinnor	70	71	91	88
<i>Differens</i>	+7	+5	-1	-4
<i>Ålder:</i>				
15-29	70	61	83	79
30-49	73	70	93	89
50-75	77	87	93	89
<i>Differens</i>	+7	+26	+10	+10
<i>Utbildning:</i>				
Låg	54	63	90	75
Medel	76	68	90	87
Hög	92	83	90	88
<i>Differens</i>	+38	+20	+0	+13
<i>Socialgrupp:</i>				
Arbetare	54	54	89	82
Tjänstemän	78	79	95	93
Högre tjänstemän	95	93	93	95
<i>Differens</i>	+41	+39	+4	+13

Anm: Data från SOM-undersökningarna 1990 och 1993

En tredje förklaring till den lokala dagspressens starka ställning är att dess spridning är mindre differentierad än t.ex. storstadspressens eller kvällspressens. Den lokala dagspressen är i praktiken ett av få massmedier som finns kvar i vårt samhälle om vi med massmedium menar ett medium som samtidigt når den "den stora massan av människor", dvs. att huvuddelen av dem som bor inom ett visst område tar del av det.

En jämförelse mellan Stockholm och Sverige i övrigt visar att det är mindre skillnader mellan olika ålders-, social- och utbildningsgruppers morgontidningsläsning i landsorten än det är i Stockholm. Detta gäller både 1990 och 1993. I Stockholm är särskilt den sociala snedfördelningen i läsningen stor; lågutbildade och arbetare är i betydligt mindre utsträckning än andra morgontidningsläsare (tabell 4.9).

Mellan 1990 och 1993, alltså den period som utmärks av en viss försvagning i morgontidningsläsningen, visar sig att den sociala snedfördelningen blivit större i landsorten; andelen läsare har gått ner särskilt bland lågutbildade och arbetare. Nedgången i läsning bland ungdomar har varit stor i Stockholm, medan det i övrigt inte märkts någon större skillnad.

Det utmärkande draget för svensk morgonpress utanför Stockholm har varit att den når i stort sett *alla* kategorier av människor i sina områden. Det är just en sådan bred tidnings-spridning som är karakteristisk för länder med en stark dagspress, t.ex. Finland och Norge; också de delar av befolkningen

som vanligen beskrivs som resurssvaga är regelbundna dagstidningsläsare. Den lokala morgontidningen i landsorten har varit en *omnibustidning* i ordets egentliga innebörd, en tidning för alla (jfr Thomsen, 1982). Det som har hänt under de senaste åren då läsningen av lokal morgonpress har minskat, särskilt i landsorten, är dock att den sociala snedfördelningen har börjat att öka där (Kratz, 1994a). Detta diskuteras närmare i ett senare avsnitt.

Två frågor aktualiseras av de redovisade resultaten: (1) vad är det som gör att den lokala dagspressen i landsorten trots allt har en sådan stark ställning? och (2) vad ligger bakom tendenserna att de lokala dagstidningarna är på väg att förlora sin breda spridning?

Lokalpressens funktion

Idealet för de flesta läsare är en dagstidning som är trovärdig och saklig, innehåller lokala nyheter och kommer i tid på morgonen samtidigt som den inte missar de stora politiska nyheterna (tabell 4.10). Skillnaden mellan Stockholm, Göteborg/Malmö och riket i övrigt kommer till uttryck främst i den vikt man fäster vid lokala respektive "stora politiska" nyheter. Den senare typen upplevs viktig av 75 procent av stockholmarna, närmare 60 procent av de boende i Göteborg/Malmö och omkring 40 procent av övriga. Omvänt mönster gäller för de lokala nyheterna, vilka endast 33 procent av stockholmarna (59 procent i landsorten) upplever som mycket viktiga.

Förklaringar till lokalpressens styrka kan sökas i samspelet mellan å ena sidan egenskaper hos det lokala samhället och dess invånare, å andra sidan egenskaper hos tidningarna. Det som läsarna anser särskilt viktigt med den lokala dagspressen är just att den har de lokala nyheterna och att den kommer på morgonen, men också att den innehåller riks- och utrikesnyheter och att den har ett rimligt prenumerationspris (tabell 4.11).

Det är relativt små skillnader i bedömningen av enskilda tidningar liksom mellan olika grupper av människor. Rangordningen efter andelen som anger respektive egenskap som "mycket viktig" är exakt densamma bland 15-29-åringarna som bland 50-75-åringarna. Lågutbildade prioriterar dock det lokala mera än de högutbildade, medan omvänt förhållande gäller för "de stora politiska nyheterna". Det viktiga med tidningen uppfattas vara en blandning av färskvara (nyheter som kommer i tid) och service (radio-och TV). Däremot är pris och volym av mindre betydelse.

Det karakteristiska är således att det finns klara och enhetliga förväntningar på landsortspressen. Nästan alla bedömer samma saker som viktiga – de som inte prenumererar rangordnar egenskaperna på samma sätt som de som har en prenumeration i sitt hushåll. Till detta kommer att det finns stor tillfredsställelse med tidningarnas sätt att fungera (Severinsson, 1992a). Tidningarna anses fungera bäst när det gäller utdelningstid och lokala nyheter – summerar vi "mycket bra" och "ganska bra" blir andelarna omkring 90 procent.

Tabell 4.10 Andelen som anser följande egenskaper mycket viktiga för att ha en morgontidning i hushållet 1992 (procent)

Egenskap	Stockholm	Göteborg, Malmö	Landsort	Totalt
Trovärdig och saklig	90	86	78	79
Lokala nyheter	33	55	59	57
Kommer i tid på morgonen	59	66	54	55
Bevakar de stora politiska nyheterna	73	56	41	44
Lågt prenumerationspris	22	27	37	36
Partipolitiskt obunden	35	22	24	25
Har bra bilder	19	14	13	14
Antal svarspersoner	99	85	1 313	1 497

Anm: Uppgifter från SOM-undersökningen 1992

Tabell 4.11 Andelen som anser följande egenskaper mycket viktiga för att ha en morgontidning i hushållet (procent)

Egenskap	Halmstad 1990	Laholm 1990	Hylte 1990	Ystad 1989	Sjöbo 1989	Tomelilla 1989	Gävle 1993	Sandviken 1993
Lokalnyheter	59	61	71	60	59	61	52	60
Utdelningstid	48	52	44	56	46	46	60	58
Riksnyheter	42	34	33	60	59	61	33	35
Radio-TV-bilaga	39	33	34	49	45	44	28	27
Utrikesnyheter	33	18	23	27	25	22	20	21
Sportsidor	26	18	22	26	22	22	21	22
Tidningens pris	19	19	25	6	14	12	26	33
Annonser	18	20	11	18	19	14	12	14
Politisk linje	6	4	6	8	12	10	12	13
Antal svar	356	177	166	157	253	218	379	229

Anm: Uppgifter från Dagspresskollegiets lokala läsundersökningar

Samma mönster återkommer i läsarnas innehållspreferenser: lokala nyheter, radio-TV-material, inrikesnyheter och insändare samt annonser är det innehåll människor uppger sig vara mest intresserade av. Läsarnas preferenser är förhållandevis stabila. Äldre undersökningar samt undersökningar från andra länder visar att nyheter från den lokala omgivningen har högst läsvärde. Det är emellertid viktigt att framhålla att läsvärdet varierar både med hänsyn till *typen av tidning* och mellan *olika läsargrupper*. Lokalnyheter, radio-TV-

material och annonser har ett relativt högre läsvärde i landsortstidningarna. Storstadspressens läsare fördelar sitt intresse mer jämnt över olika typer av innehåll.

Morgontidningarna erbjuder dessutom olika slag av fördjupning. Fyra läsarter kan urskiljas (Weibull, 1983, 1989); nämligen:

- *politik och samhälle*, som innebär en prioritering av inrikes- och utrikesnyheter, ekonomiska nyheter och politiska kommentarer. Dessa läsare är oftare män och har en utbildning över genomsnittet
- *fördjupning i lokala nyheter*, som innebär att läsningen av ortsnyheter står i centrum. Äldre personer är vanligast bland denna grupp läsare
- *det närliggande*, som i första innebär familjenytt, hem och hushåll samt annonser. I gruppen är kvinnor överrepresenterade, men också äldre personer
- *förströelse och sport*, där yngre och män är klart överrepresenterade bland läsarna.

De fyra områdena speglar således fyra typiska intresseinriktningar hos läsarna av lokal morgonpress. Av dessa är det som avser politik och samhälle det relativt sett största med ca 20 procent av läsarna, medan t.ex. nöjen och sport har ca 10 procent. Omkring 25 procent av läsarna nöjer sig med en allmän orientering genom sin lokala morgontidning och går inte vidare (Weibull, 1983).

Sammantaget förefaller morgontidningsläsningen på detta sätt fånga upp såväl människors grundläggande orienteringsbehov som instrumentella behov av information – och underhållning (Weibull, 1989). Men ännu viktigare är kanske att de fördjupningsområdena – tillval – som skisseras ovan inte bara svarar mot redaktionella områden i en lokal omnibustidning utan även pekar vidare mot andra tryckta medier som kan fungera som komplement för den som vill ha ytterligare "fördjupning", t.ex. storstadspress och tidskrifter (i politik och samhälle), populärpress (råd, tips och annonser), kvällspress (nöjen och sport) samt lokala gratistidningar (lokalt samhälle). En likartad bild finns redovisad för Norge (Høst, 1988).

Sammanfattningsvis kan fastslås att dagspressmediet har fått sin centrala ställning genom ett samspel mellan egenskaper hos läsarna (orienterings- och informationsbehov) och egenskaper hos tidningen (förmågan att överskådligt presentera ett omfattande innehåll). Även egenskaper hos samhället har haft betydelse, i första hand den positiva värderingen av tidningsmediet som sådant. Det förefaller just vara kombinationen av omständigheter som gjort att tidningarna kunnat behålla sin position trots den kraftiga expansionen av andra medier under de gångna decennierna.

Lokalpress i konkurrens

Så långt har diskussionen gällt motiven att överhuvudtaget hålla sig med en lokal morgontidning. Vad är det då som är väsentligt vid valet av en enskild morgontidning? I ett antal lokala läsarundersökningar har människor tillfrågats om vad som är viktigast med en tidning (tabell 4.12). Det helt dominerande motivet är de lokala nyheterna. Sedan följer i ordning riks- och utrikesnyheter samt sport och annonser. Av de sex redovisade innehållsegenskaperna kommer den politiska linjen lägst.

Prioriteringen av egenskaper är mycket likartad oavsett område och tidning. De få skillnader som finns gäller vanligen annonserna och den politiska linjen. De som har valt ortens dominerande tidning – i de redovisade exemplen liberala tidningar – har värderat annonsmaterialet relativt sett högre. De som valt den socialdemokratiska andratidningen anser den politiska linjen vara relativt viktigare (Björkqvist, 1989, 1994b).

Tabell 4.12 Viktiga egenskaper vid val av morgontidning: två orter och fyra tidningar 1989 (procent)

Egenskap	Andel som svarat åtminstone ganska viktig:							
	JÖNKÖPING 1989: läsare av				GÄVLE 1991: läsare av			
	Alla	JP	SmF	Diff	Alla	GD	Arb	Diff
Lokalnyheterna	92	92	93	-1	95	96	98	-2
Riksnheterna	86	87	81	+6	88	87	89	-2
Utrikesnyheterna	72	72	71	-1	69	71	67	+4
Annonserna	63	67	45	+22	51	64	55	+9
Sportsidorna	50	50	59	-9	50	58	55	+3
Politisk linje	38	33	66	-33	36	33	52	-19
Antal svar	634	479	60		583	201	314	

Kommentar: Tidningarna är Gefle Dagblad (GD) liberal, Arbetarbladet (Arb) socialdemokratisk, Jönköpings-Posten (JP), liberal och Smålands Folkblad (SmF), socialdemokratisk. Diff avser differensen mellan tidningarna i procentenheter.

Anm: Uppgifter från forskningsprogrammet Dagspresskollegiets lokala läsarundersökningar.

Det står klart att ju mindre del av marknaden den socialdemokratiska tidningen har, desto större betydelse har den politiska faktorn i tidningsvalet. De jönköpingsbor som 1989 hade abonnemang på den då marknadsmässigt mycket svaga Smålands Folkblad var en politiskt mycket engagerad grupp. Det krävdes inte alls samma grad av politiskt intresse för att i Gävle hålla sig med det relativt sett starka Arbetarbladet (Weibull, 1983).

För Gästrikland finns studier från tre olika tidpunkter – 1986, 1989 och 1993. Det framkommer för denna period förhållandevis små förändringar. Morgonutdelning och lokala nyheter ligger alla år högst och antal sidor alla år

lägst. Också de politiska motiven inrangerar sig lågt då det gäller mycket viktiga egenskaper vid tidningsval.

Tabell 4.13 Moderata och socialdemokratiska sympatisörers morgontidningsval i Kalmar, Värmlands och Norrbottens län (procent)

Val av lokal morgontidning	Kalmar län 1988		Värmlands län 1987		Norrbotten 1993	
	(m)	(s)	(m)	(s)	(m)	(s)
(m) resp (borg)- press	99	53	97	46	79	35
(s)-press	1	47	3	54	5	56
Antal svar	232	362	130	371	66	388

Anm: Uppgifter från tre lokala läsundersökningar inom forskningsprogrammet Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet.

Det förekommer således ett partipolitiskt orienterat tidningsval på konkurrensorter. Vi kan belysa detta genom att studera vilken tidning moderata och socialdemokratiska sympatisörer på orter med (m)- och (s)-press väljer (tabell 4.13). Partidimensionen vid tidningsvalet framträder tydligt. Å andra sidan vore det förenklat att betrakta valet av tidning bara som ett slags röstförfarande. Det handlar snarare om politisk kultur och lokala traditioner. Bland olika grupper av läsare finns uppfattningar om vilken tidning man bör läsa, men också om vilken tidning man *inte* bör läsa. Den politiska färgen på tidningen – eller föreställningen om den – kan därför skapa ett slags tak för spridningen. Typiskt är att när Länstidningen i Östersund expanderade under 1970-talet (kapitel 3) tycks detta huvudsakligen ha skett bland socialdemokratiska sympatisörer – och nyinflyttade. Tidningen hade uppenbarligen svårt att nå utanför denna krets, vilket i sin tur kan vara en förklaring till att expansionen upphörde. Det politiska tidningsvalet diskuteras mer utförligt i kapitel 6.

Andratidningar och endagstidningar

Ett generellt mönster för andratidningarna är att de i och för sig fyller samma lokaltidningsfunktion som förstetidningen, men att de har en läsekrets-sammansättning som i hög grad är präglad av tidningarnas partianknytning. Det senare blir tydligare ju mindre andel läsare tidningen har.

En konsekvens är att de mindre andratidningarna också avviker i andra avseenden. Det rör sig i hög grad om trogna läsare och därmed av äldre läsare. Av andratidningen Smålands Folkblads läsare i jönköpingsregionen var 1989 närmare 55 procent över 50 år, att jämföra med knappt 40 procent för Jönköpings-Posten. I Eskilstuna var 50 procent av Folkets läsare 1990 över 50

år, av Eskilstuna-Kurirens var andelen 32 procent (Kratz, 1990a; Severinsson, 1992).

Trots att de mindre andratidningarna således har åldrande läsekretsar har en del av dessa tidningar under 1980-talet nått framgångar bland yngre, inte minst i samband med övergång till tabloidformat, t.ex. Dagbladet och Östra Småland (Kratz, 1989). Den allmänna tendensen är dock att människor i samband med att de bildar familj väljer ortens dominerande tidning bl.a. tack vare annonsmaterialet; detta har sin största attraktionskraft just bland människor i yngre medelåldern. Följden har blivit en fortsatt skev åldersfördelning.

Endagstidningar som utges lokalt förefaller i huvudsak ha samma läsareprofil som de minsta andratidningarna, i varje fall de som har en partipolitisk anknytning, t.ex. Värmlands-Bygden, Kalmar Läns Tidning, Skaraborgs-Bygden och Västgöta-Demokraten (som endagstidning innan den lades ned). Läsarna är äldre och tidningarna är i huvudsak spridda inom den egna politiska gruppen (Björkqvist, 1988; Kratz, 1989).

Ett exempel är Skaraborgs-Bygden, utgiven i Skara. En studie från 1985/86 av dagstidningsläsningen i Essunga, Götene och Vara, tre kommuner med en relativt stor andel jordbrukare, visar att andelen läsare var ca tio procent. Bland personer över 50 år var andelen läsare 15 procent, bland de yngsta ca 5 procent (Severinsson, 1987c).

Även om det finns vissa likheter i läsekretsarnas struktur går det inte att sätta något likhetstecken mellan andratidningar och lokala endagstidningar. Den avgörande skillnaden är att andratidningarna som regel är huvudtidningen i hushållet, medan endagstidningen alltid är ett komplement till en daglig tidning.

Effekter av nedläggningar

En central fråga för Pressutredningen -94 är vad som händer med dagstidningsläsningen om en lokal morgontidning läggs ned. Det finns få mera detaljerade utvärderingar av tidningsnedläggelsernas följder bland läsarna. De studier som gjorts under 1980-talet (av Västgöta-Demokraten 1986 och Kronobergaren 1987 då dessa blev endagstidningar) tyder på att huvuddelen av de nedlagda tidningarnas prenumeranter övergick till förstaidningen. I Borås var efter något år 70 procent av endagstidningens läsare prenumeranter också på den dominerande tidningen på orten; i Växjö var andelen omkring 50 procent. Att den senare siffran är lägre torde dock förklaras av att studien gjordes mycket kort tid efter nedläggningen.

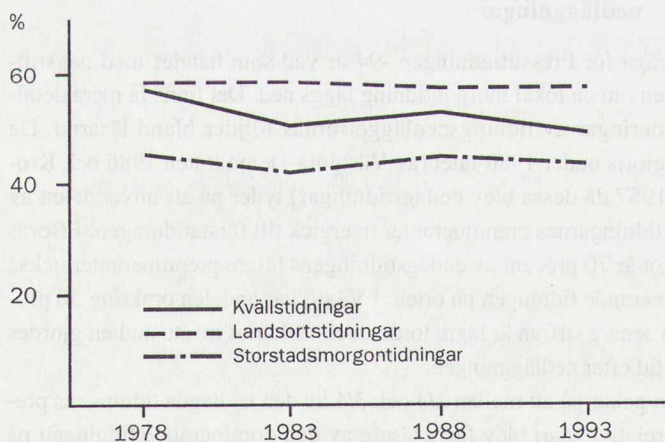
Resultaten pekar på att mellan 2/3 och 3/4 av den nedlagda tidningens prenumeranter relativt snart blev fasta läsare av den dominerande tidningen på orten. Detta kan förefalla stå i motsats till vad som kan utläsas av upplagestatistiken. Förklaringen till skillnaden är dock att det före nedläggningarna fanns en betydande dubbelläsning.

Resultaten pekar på att den dominerande lokaltidningen inom sig kunnat svara upp mot olika slag av lokala behov och intressen. Detta ligger i linje med vad som framkommit också i långt tidigare undersökningar av tidningsutvecklingens följder (jfr SOU 1968:48). Innebörden är således att betydelsen av det lokala innehållet är viktigare än den partipolitiska faktorn; läsarna väljer i första hand en lokal tidning, i andra hand en med en viss partipolitisk linje. Tillvalet av den partipolitiska tidningen visar sig, även på områden där valmöjligheter finns, vara avhängigt av hur bra tidningen är på det lokala innehållet inklusive annonser (jfr Weibull, 1983; Björkqvist, 1989).

Morgonpress i förändring?

Även om de lokala morgontidningarna i Sverige har en stark ställning bland allmänheten finns det tendenser till försvagning. Det har redan påvisats en viss nedgång sedan början av 1990-talet i andelen regelbundna läsare respektive i andelen människor som bor i hushåll med tidningsprenumeration. En särskilt uppmärksammas tendens som även framgått av det föregående är att dagstidningarna har förlorat läsare bland yngre och medelålders, men också att vissa resurssvaga grupper har dragit in på dagstidningar som en följd av försämrade hushållsekonomi. En genomgång av befintliga och jämförbara läsundersökningar från de två senaste decennierna visar på några viktiga tendenser.

Figur 4.2 Räckvidd för dagstidningskombinationer 1978-1993, hela riket, vardagar (procent).



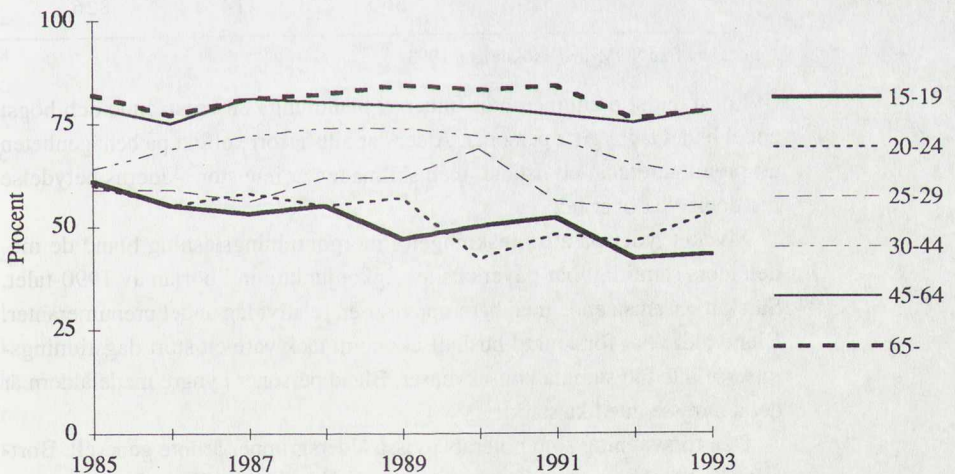
Källa: Orvesto

För det första har det, som konstaterats, totalt sett skett en förhållandevis liten försvagning i dagspressens totala räckvidd i den svenska befolkningen. Samma bild redovisas av Orvesto-mätningen (figur 4.2). Räckviddstalen, som här bygger på en sammanvägning av regelbundenheten i läsningen, är i stort sett desamma för storstadsmorgonpress och landsortspress sedan mitten av 1970-talet.

För det andra är det tydligt att morgontidningsläsningen bland yngre människor under hela perioden blivit mindre regelbunden. Läsningen bland personer i åldersgruppen 15–24 år är drygt tio procentenheter lägre än i gruppen 25–44 år. Förklaringen ligger i skilda livsmönster. Morgontidningsläsning är kopplad till en stabilitet i människors vanor, t.ex. familjebildning; bland de yngre, ofta boende i ensamhushåll, är rörligheten större och en morgontidningsprenumeration därför alltid inte något naturligt (Weibull, 1989; Reimer, 1994a).

En tredje tendens är emellertid att morgontidningsläsningen bland 15–19- och 20–24-åringar har minskat något över en längre tidsperiod när det gäller vanan att läsa en morgontidning, särskilt i början av 1990-talet (tabell 4.9). Mera ingående analyser tyder dock på att andelen regelbundna läsare bland 25–29-åringar har varit stabil under de senaste åren. Ett nytt mönster är i stället att det i åldersgruppen 30–34 år kan skönjas en svag nedgång. Även i åldersgrupperna mellan 60 och 70 år kan noteras en minskning (figur 4.3).

Figur 4.3 Morgontidningsläsare 6–7 dagar i veckan per åldersgrupp 1985–1993 (procent)



Anm: Uppgifter från Dagspresskollegiets läsvanestudier 1979–1993

Allt talar för att vi här har att göra med två olika tendenser. Bland yngre är det sannolikt att det främst handlar om ändrade vanor, men kanske också om en ökad tillgång till andra medier (se kapitel 5). I denna grupp är bundenheten till morgontidningen traditionellt svagare och en förändrad situation ger snabbare utslag i medievanorna (Mårtensson, 1994; Reimer, 1994b).

Bland medelålders torde nedgången i morgontidningsläsningen snarare vara en effekt av allmänna förändringar i människors sociala vanor i kombination en försämrad hushållsekonomi. Ett exempel finns i tabell 4.14, där andelen morgontidningsprenumerationer i olika hushållstyper 1993 redovisas. Det visar sig att morgontidningsläsningen hänger nära samman med hushålllets karaktär, oberoende av hushållsmedlemmarnas ålder. Benägenheten att hålla sig med en morgontidning är genomgående lägre i ensamhushåll och högst bland gifta personer. Skillnaden är störst bland medelålders.

Tabell 4.14 Prenumeranter per åldersgrupp och hushållskategori 1993 (procent)

	Åldersgrupp			Totalt
	15-29	30-49	50-75	
Ensamstående	37	52	72	63
Samboende	64	72	88	71
Gift	62	83	92	87
Antal svar	238	146	158	542
	120	134	40	294
	52	360	414	826

Anm: Data från SOM-undersökningen 1993

Lägst andel prenumeranter finner vi bland unga ensamstående och högst andel bland äldre gifta personer. Ålder har alltså större effekt på benägenheten att prenumerera än civilstånd, men skillnaden är inte stor. Ålderns betydelse har dock ökat över tid.

Mycket tyder på att minskningen i morgontidningsläsning bland de medelålders samtidigt har påverkats av lågkonjunkturen i början av 1990-talet. Särskilt ensamstående med barn uppvisar en relativt låg andel prenumeranter. Bland äldre har försämrad hushållsekonomi tack vare ett stort dagstidningsintresse inte fått samma konsekvenser. Bland personer i yngre medelåldern är detta intresse inte lika starkt.

Den försvagning som noterats i vissa åldersgrupper är inte generell. Bortfallet är störst bland resurssvaga inom varje åldersgrupp. Konsekvensen är att den sociala snedfördelningen i morgontidningsläsningen ökar. En sådan utveckling var tidigare utmärkande endast för Stockholm. Där har morgontidningsläsningen sedan länge varit mindre utbredd och skillnader mellan

olika sociala gruppers läsning större (Kratz, 1991; tabell 4.9 ovan). Motsvarande snedfördelning har börjat observeras även i Göteborg: morgontidningsläsningen är något mindre utbredd i resurssvaga än i resursstarka stadsdelar (Weibull, 1993).

Karaktären på morgontidningsspridningen i Stockholm, och delvis i Göteborg, påminner om vad som gäller i de flesta andra länder. I det kontinentala Europa är morgontidningsläsningen överlag mera socialt snedfördelad än i de nordiska länderna. I Västeuropa är detta dock mindre utmärkande för de lokala dagstidningarna, där sådana finns, än det är i storstadsområdena (jfr Weibull, 1983, s. 89ff; 1989b; Bennike, 1994). I världen i övrigt, inklusive USA, gäller den sociala och utbildningsmässiga skillnaden hela tidningsmarknaden.

Slutsatsen är att de senaste årens försvagning av läsvanorna för morgonpressen har ökat läsarnas sociala snedfördelning i läsningen av lokal morgonpress i den svenska landsorten. Bakom detta ligger olika slag av förändringar i samhället, t.ex. hushållens ändrade karaktär, ökad individualisering i mediekonsumtionen och en försämrad ekonomisk situation både nationellt och för de enskilda hushållen. De sociala förändringarna förefaller vara av mera långsiktigt slag och påverka människors medievanor i allmänhet (Reimer, 1994a; Weibull och Holmberg, 1994), medan den ekonomiska situationen är konjunkturbetingad.

Det har under de senaste åren talats om ett trendbrott i fråga om ungdomens intresse för morgonpress. Redovisade siffror för det gångna årtiondet ger inte stöd för sådana entydiga slutsatser. Det som framkommer är en betydligt mera komplicerad bild av samspelet mellan å ena sidan sociala och ekonomiska förändringar i samhället och å den andra de pågående förändringarna i mediasystemet. Det är därför svårt att förutsäga konsekvenserna av en förbättrad konjunktur på morgontidningsläsningen. Lågkonjunkturen omkring 1980 medförde också en minskning i morgontidningsläsningen, vilken dock återhämtade sig i mitten av 1980-talet. Under denna tidsperiod var emellertid konkurrensen från andra medier lägre än vad den är idag.

Morgonpressen

4.4 Kvällspress och morgonpress

Utmärkande för de tre kvällstidningarna är att de är lösnummerförsålda. De konkurrerar varje dag om människors intresse och med andra medier. En konsekvens är att lösnummertidningarna kännetecknas både av en lägre räckvidd och en mindre stabilitet i läsningen än morgonpressen: en genomsnittlig dag 1993 drygt 30 procent av svenskarna mellan 9 och 79 år. År 1979 var motsvarande andel 40 procent (figur 4.4). Om vi tar utgångspunkten i

Fig. 4.4. Läsning

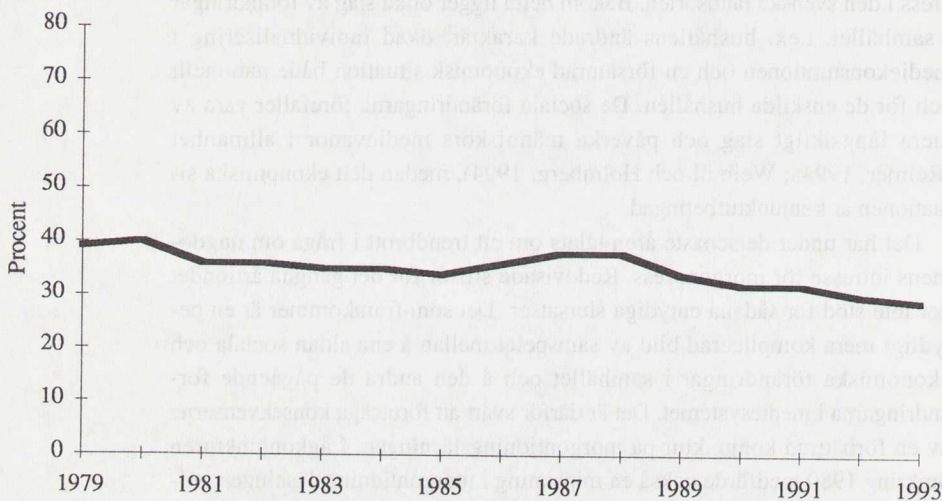
läsning av kvällstidningarna i Sverige 1979-1993

Andelen som läser kvällstidningarna i Sverige 1979-1993

Orvesto-undersökningens räckviddsmått visar sig att kvällspressen 1971 hade 57 procent, 1975 51 procent och 1980 47 procent.²

Typiskt för dessa tidningar är det stora gapet mellan den andel som läser en lösnummertidning minst sex dagar i veckan (mindre än 20 procent) och den andel som läser minst någon dag i veckan (drygt 65 procent). Det är framför allt söndagsförsäljningen som bidrar till att den senare siffran ligger högt (Björkqvist-Hellingwerf, 1994b s. 18f). De senaste årens minskning i lösnummertidningarnas spridning har gällt både de mest trogna läsarna och de mera sporadiska köparna, vilket dragit ner den totala räckvidden (Mårtensson, 1994).

Figur 4.4 Andel kvällspressläsare en genomsnittlig dag 1979-1993 (procent)



Anm: Uppgifter från Mediebarometern 1979-1993

Förändrat spridningsmönster?

Lösnummertidningarna har traditionellt haft ett spridningsmönster som skilt ut dem från morgontidningarna. För det första har deras räckvidd varit högre i Stockholm än i landet i stort. Nedgången i läsning under början av 1990-talet har emellertid varit större i Stockholm. Följden är att skillnaden mellan Stockholm och övriga landet numera är mycket liten. Om detta är en tillfällig tendens eller uttryck för en långsiktig förändring går inte att säga.

² Det bör observeras att Orvestos räckviddstal som är en på frekvens beräknad räckvidd ligger högre än andelen gårdagsläsare (se Gustafsson och Weibull, 1992 s. 74)

Vidare har lösnummertidningarna sin relativt sett största spridning i de grupper där morgonpressen relativt sett är svag, främst i åldersgrupperna mellan 15 och 35 år.

Vidare är andelen läsare högre bland män och bland låg- och mellanutbildade. Den nedgång som ägt rum i läsningen av lösnummertidningar har påverkat det senare spridningsmönstret något. Tidningarna har tappat relativt sett mest i sina tidigare starka grupper. Visserligen läser män lösnummerpress mer än kvinnor och personer i yngre medelålder mer än de äldre, men den tidigare profilen är inte längre lika klar. Istället finns det en svagt ökad tendens att social klass betyder mera än tidigare; skillnaden mellan lågutbildade och högutbildade ökar i betydelse.

Den sociala snedfördelningen i läsningen är inte oväntat störst i Stockholm. Var fjärde arbetare i Stockholm läser endast kvällstidningar, att jämföra med var femtionde bland de högre tjänstemännen. Bland arbetare har samtidigt köpen av lösnummertidningar gått ned; det förefaller särskilt vara äldre arbetare som fallit bort som regelbundna kvällstidningsläsare (Kratz, 1994a).

De tendenser som här redovisas gäller i första hand Aftonbladet och Expressen. Tidningen Idag har en läsekrets som i större utsträckning liknar en morgontidnings. I valet av de två kvällstidningarna finns det även andra skillnader som hör till bilden. Aftonbladet läses nästan lika mycket av kvinnor som av män, medan Expressen har en mera manlig läsekrets. Aftonbladet har relativt sett fler äldre bland sina läsare än Expressen. Det har dock skett en viss förändring så att andelen äldre bland Expressens läsare har ökat något medan den har minskat hos Aftonbladet.

Till detta kommer också en partipolitisk faktor. Mer än 70 procent av Aftonbladets regelbundna läsare sympatiserar med socialdemokraterna eller vänsterpartiet. Motsvarande andel för Expressens läsare är omkring 35 procent (Weibull, 1994a). Innebörden av detta diskuteras närmare i ett senare kapitel.

Morgonpress och kvällspress: från komplement till konkurrens?

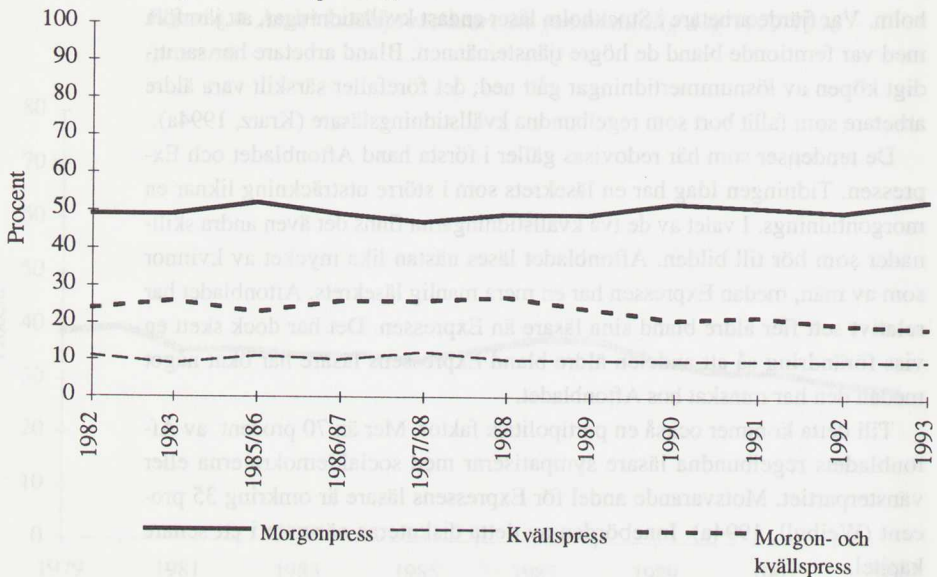
De svenska kvällstidningarna har av tradition fungerat som komplementtidningar. I stort sett alla de som en vanlig dag läst en kvällstidning har även tagit del av en morgontidning. Mindre än fem procent av svenskarna uppgav 1993 att de läste enbart lösnummertidningar. Mönstret är helt dominerande i den svenska landsorten, medan omkring 15 procent av allmänheten i Stockholmsregionen håller sig till enbart lösnummertidningar.

Om vi i stället utgår från situationen en genomsnittlig dag är tendensen inte riktigt lika påfallande. Omkring tio procent av allmänheten har en genomsnittlig dag läst en lösnummertidning utan att samma dag ha läst en morgontidning. Här förefaller också finnas ett slags konkurrensförhållande: andelen som har läst en kvällstidning har i mindre utsträckning läst morgonpress.

Däremot är morgontidningsläsningen högre bland dem som läst eller tittat i en populärtidning eller i en tidskrift samma dag (Björkqvist-Hellingwerf, 1994b s. 24 ff).

Uttryckt på ett annat sätt kan vi betrakta lösnummertidningen som ett tillvalsmedium. Sedan mitten av 1980-talet har detta tillval minskat i betydelse. Andelen som läser både morgon- och kvällspress en genomsnittlig dag har successivt blivit mindre. Mönstret har blivit särskilt tydligt efter 1991 (figur 4.5).

Figur 4.5 Andel som läser både morgon- och kvällspress en genomsnittlig dag 1982-1993 (procent)



Anm: Från Björkqvist-Hellingwerf, K: Mediebarometern 1979-1993 (1994)

De lokala morgontidningarna har knappast påverkats av utvecklingen på kvällstidningsmarknaden. Mycket tyder på att det snarast råder ett omvänt förhållande. Sådant innehåll som kvällspressen under 1960- och 1970-talen var tämligen ensam om, t.ex. nöjessidor, human-interest-reportage och radio-TV-bilagor, har sedan början av 1980-talet introducerats i de flesta landsortstidningar. Att lösnummertidningarna trots detta har lyckats behålla en stark position har andra förklaringar. En sådan var säkerligen 1980-talets högkonjunktur; vanan att köpa en kvällstidning regelbundet omprövades inte förrän den ekonomiska situationen förändrades. Annorlunda uttryckt skall lågkonjunkturen i detta sammanhang främst uppfattas i första hand som en utlösande faktor.

En annan förklaring till kvällspressens relativa stabilitet ligger säkerligen i tidningarnas roll som komplementmedier inom särskilda ämnesområden. För Aftonbladet är den politiska faktorn i detta sammanhang otvivelaktigt av stor vikt och för båda tidningarna har featurematerial och sensationsjournalistik betydelse. I det senare fallet möter lösnummertidningarna konkurrens även från andra medier (se nedan), vilket på sikt kan göra deras ställning vansklig.

En andra morgontidning?

En förhållandevis liten men stabil andel på knappt 20 procent läser en andra morgontidning regelbundet (tabell 4.7). Det typiska morgontidningstillvalet är Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet eller Dagens Industri. Endast i mindre utsträckning gäller det en andra lokal morgontidning. Totalt sett är dock spridningen av Stockholms morgontidningar i landsorten låg, och har minskat under de senaste decennierna (Severinsson, 1994). Andelen utanför stockholmsregionen som har en stockholmsk morgontidning som huvudtidning i hushållet ligger under tre procent. Andelen regelbundna läsare för dessa tidningar är högst fem procent, men andelen läsare ökar med närheten till Stockholm; i Mälardalen är den omkring tio procent. Om vi har ett mera generöst mått som t.ex. andelen som tar del av en morgontidning några gånger i veckan hamnar andelen mellan 10 och 15 procent.

Där Stockholms morgontidningar förekommer som tillval rör det sig i huvudsak om högutbildade personer, vanligen beroende på ett intresse för kulturell eller politisk debatt (Kratz, 1991; Severinsson, 1994).

Den överspridda morgonpressens nedgång under 1980-talet gäller något mera andelen prenumeranter än andelen läsare. En förklaring till detta är delvis att de lokala morgontidningarnas innehåll har breddats; särskilt de stora regiontidningarna har under 1980-talet introducerat en ekonomisk och kulturell bevakning som storstadstidningarna tidigare var nästan helt ensamma om. En sammanfattande diskussion om människors val mellan olika tidningar finns i kapitel 7.

4.5 Dagspressens ställning i Sverige

Detta kapitel har sökt belysa tre huvudfrågor: (1) Hur står dagspressen på läsarmarknaden? (2) Vad är utmärkande för läsningen av morgontidningar? (3) Hur är förhållandet mellan olika typer av dagstidningar? Underlaget för våra bedömningar är olika slag av läsarundersökningar genomförda från slutet av 1970-talet. Vilka är då våra sammanfattande bedömningar på grundval av presenterat material?

För det första är det uppenbart att dagspressen som helhet har en stark ställning i Sverige. Oavsett vilka mått på morgontidningsläsning som används är spridningen internationellt sett mycket hög.

Samtidigt är det uppenbart att dagspressens ställning under början av 1990-talet har försvagats. Både andelen dagliga läsare och andelen som bor i hushåll med prenumeration har gått ned något. Nedgången är på inget sätt dramatisk, men med tanke på tidigare höga och stabila siffror är den otvivelaktigt ett tecken på förändring av dagstidningsmarknaden.

En tredje, och mera långsiktig tendens, är att den totala tidningspenetrationen har gått ner. Andelen som regelbundet läser två eller fler dagstidningar har successivt minskat.

En fjärde observation är att försvagningen ligger mera på vanan att läsa en daglig morgontidning än på den faktiska läsningen. Andelen som tagit del av en morgontidning en genomsnittlig dag ligger i huvudsak kvar på samma nivå som tidigare, medan läsningen på morgonen har gått ned och delvis ersatts av en läsning under hela dagen.

Prenumerationsbenägenheten har minskat något. Det är svårt att fastslå någon enkel effekt av prenumerationsprishöjningarna inom branschen. Det tycks snarare röra sig om ett samspel mellan priset på tidningarna, en försämrad hushållsekonomi och allmänna sociala förändringar i det svenska samhället. Även konkurrensen från andra medier har säkert haft betydelse (se vidare kapitel 5).

Grundbulten i svenskarnas dagstidningsläsning är de lokala morgontidningarna. Dessa har en mycket stark ställning inom sina områden. Endast i stockholmsregionen är morgontidningsläsningen mindre utbredd. Karakteristiskt för den lokala morgonpressen är att den når i stort sett alla grupper. I ett internationellt perspektiv är det särskilt anmärkningsvärda att även lågutbildade och arbetare till övervägande delen är regelbundna morgontidningsläsare.

En förklaring till den svenska morgonpressens styrka är att den är väl integrerad i det lokala samhället. Det är genom den lokala tidningen som det lokala skeendet kan följas och allmänheten förefaller mycket angelägen om sådana nyheter. Till bilden hör också att tidningarna i huvudsak saknar konkurrens från andra medier samt att tidningarna genom en effektiv distribution väl täcker in sina respektive områden. Detta har särskilt gällt de dominerande förstatidningarna och är en trolig förklaring att dessa kunnat attrahera de läsare som förlorat sin tidning vid en nedläggning.

Förklaringen till lokalpressens styrka finns givetvis inte bara hos tidningarna. Det som utmärker områden med hög dagstidningsspridning är att de har hög levnadsstandard, är politiska demokratier och kännetecknas av hög social integration (Sommar, 1981). Annorlunda uttryckt är det egenskaper hos marknaden, landet eller regionen, som ytterst är utslagsgivande. Det

är mot denna bakgrund försvagningen av den svenska morgonpressen bör betraktas.

Den observerade försvagningen av morgonpressen torde i hög grad ha en ekonomisk bakgrund. Även vid tidigare lågkonjunkturer har dagstidningsläsningen påverkats negativt. Men det finns även andra och mer långsiktiga faktorer. En sådan har att göra med förändringar av sociala livsmönster och livsstilar samt i sociala attityder (Reimer, 1994a). Den svenska morgonpressen är i huvudsak knuten till hushållet. En förändrad hushållsstruktur, t.ex. fler ensamhushåll, en större geografisk mobilitet i samhället och minskad lokal identifikation är faktorer som har betydelse för morgontidningsläsningen, liksom för annan mediekonsumtion (Weibull och Anshelm, 1992; Reimer, 1994a, 1994b).

Det är i ljuset av sådana förändringar i samhället som både läsningen bland ungdom, den ökande sociala snedfördelningen i morgontidningsspridningen och skillnaden mellan Stockholm och landet i övrigt kan förstås. Mycket talar för att lågkonjunkturers effekter på hushållsekonomin har löst ut flera av dessa långsiktiga tendenser. I Stockholm har sådana tendenser funnits sedan länge. Huruvida Stockholm i detta avseende ligger "före" i utvecklingen är i sammanhanget mindre intressant. Det viktiga är snarast att storstadsmiljö med allt vad denna innebär i fråga om sociala och ekonomiska faktorer för med sig en mindre regelbunden morgontidningsläsning. Liknande mönster finns även i andra större städer.

Även om det i de iakttagna tendenserna kan finnas konjunkturbetingade faktorer är det svårt att bedöma i vad mån en förbättrad ekonomisk situation kommer att vända utvecklingen. Detta är i sin tur beroende dels på dagspressens förmåga att anpassa sig till nya strömningar, t.ex. en yngre generations intressen, dels på vad andra medier kan tänkas överta av de funktioner som dagspressen idag erbjuder sina läsare.

Ett intressant scenario för framtiden är om lösnummertidningarna kan vända den nuvarande trenden och för en del av allmänheten bli den enda tidningen i hushållet. Den tendens som finns i fråga om ett socialt snedfördelat tidningsval ger en antydning om en möjlig utveckling; lösnummertidningen kan bli huvudtidning bland människor med låg utbildning och med mindre ekonomiska resurser.

5 Massmedielandskapet

Utvecklingen på den svenska dagstidningsmarknaden var under många decennier nästan helt opåverkad av andra medier. Till en del hade detta sin grund i en samhällelig politik, där hänsyn till dagspressen var en viktig faktor. Detta gällde exempelvis motståndet mot att införa reklam i radio och TV.

Också dagspressen har successivt vidtagit olika åtgärder i syfte att undvika konkurrens med radio och TV. Fram till 1950-talet bromsade man som delägare i Radiotjänst utbyggnaden av nyhetsverksamheten. När den nationella nyhetsverksamheten under 1960- och 1970-talen expanderade i både radio och TV markerade dagstidningarna sin lokala nyhetsprofil; till den lokala nyhetsmarknaden hade pressen fortfarande fram till början av 1990-talet i praktiken ensamrätt.

Sedan mitten av 1980-talet har dock situationen på ett radikalt sätt kommit att ändras. Vid årsskiftet 1987/88 introducerades reklam i TV-sändningar riktade till Sverige. Detta skedde genom en omtolkning av gällande kabel-lagstiftning. Därmed öppnades dörren för marksänd reklam-TV i Sverige. Sådana sändningar kom igång i början av 1992. Sedan hösten 1993 finns även privat lokalradio finansierad med reklam.

På några få år har således allmänheten fått tillgång till en rad nya kanaler i radio och TV, varav de flesta finansierade helt med reklam. Samtidigt har det inom de tryckta medierna skett en kraftig expansion genom nya typer av specialtidningar. Ny teknologi har också underlättat introduktionen av olika slags gratistidningar, t.ex. veckoutgivna nöjes- och citytidningar i de större städerna.

Huvudfrågeställningen för detta kapitel är i vilken utsträckning dagspressen påverkats av förändringarna inom andra medier. Fyra frågor skall ställas:

- 1) Hur ser strukturutvecklingen ut inom radio- och TV-branschen respektive inom special- och facktidningsbranschen? I vilken utsträckning är det fråga om medier som täcker dagspressens traditionella marknader?
- 2) Hur förhåller sig dagspressen till andra mediebranscher då det gäller den totala massmedieekonomin? Hur har tidningarnas ställning på annonsmarknaden påverkats genom introduktionen av reklam i etermedierna?
- 3) Hur ser de ömsesidiga relationerna ut mellan dagspressen och andra medier, exempelvis i fråga om ägande och kontroll?
- 4) I vad mån finns det ett konkurrensförhållande mellan dagspressen och andra medier i fråga om publikintresse? Och hur har detta påverkats över tid?

I kapitlets avslutande diskussion berörs även frågor om hur förändringar i medieteknologin kan tänkas påverka konkurrensförhållandet mellan dagspress och andra medier.

5.1 Utvecklingen inom radio och TV

Svensk radio och TV har sedan början av 1980-talet förvandlats från en tämligen överskådlig public service-verksamhet bedriven inom Sveriges Radio – med TV, riksradio, lokalradio och utbildningsradio – till ett blandsystem som rymmer en rad mycket olika aktörer.

I detta kapitel är syftet att presentera de olika aktörerna på radio- och TV-marknaden i Sverige, både de nationella programföretagen och den privata televisionen och radion. Dessutom kommer vi att beröra utvecklingen inom satellit- och kabelområdet.

Etermedier i förändring

Den svenska ljudradion har utvecklats i en rad olika faser. Fram till mitten av 1950-talet var den ett nyhets- och underhållningsmedium med stark förankring i hushållens aktiva lyssnande. Dåvarande Radiotjänst hade utvecklats i en folkrörelsetradition, men successivt breddat sin verksamhet. Vid mitten av 1950-talet fick radion en allvarlig konkurrent genom tillkomsten av TV. Den behöll dock sin allmänna position med en kraftigt utbyggd sändningstid och nya kanaler. I mitten av 1970-talet skedde en expansion av regional och lokal radio, som bröt med den traditionella riksradien (Hedman, 1993).

Utvecklingen av ljudradion fram till början av 1980-talet var i första hand en expansion inom public service. Radiomediets tillväxt under 1980-talet innebar en ökad differentiering av verksamheten med nationella, regionala och lokala kanaler. Genom tillkomsten av närradion hade Sveriges Radio inte längre något programmonopol. År 1993 tillkom även privat lokalradio. Mönstret i utvecklingen är detsamma i nästan alla västeuropeiska länder (Jankowski, Prehn och Stappers, 1992).

År 1956 beslutade riksdagen slutgiltigt om utbyggnad av television i Sverige. I det beslutet fanns en rad viktiga principer inlagda, vilka skulle få betydelse för TV-verksamheten under de kommande decennierna. TV blev en del av samma företag som redan bedrev ljudradio och fick samma slags finansiering. De prognoser som gjordes för TV-mediets utveckling var försiktiga. Det visade sig dock snart att man kraftigt underskattat intresset att investera i TV-apparater och betala TV-licenser (Gustafsson, 1987, s. 70f). Den snabba expansionen ledde till krav på inrättande av en andra TV-kanal. Två icke kommersiella kanaler skulle organiseras inom samma företag men i "stimule-

rande tävlan". Tvåkanalsystemet infördes 1969. De två kanalerna kunde räkna in en stor publik och en ökande sändningstid resulterade i betydligt längre tittartider.

Under 1980-talet kom diskussionen att fokuseras på de nationella programföretagens ställning. De s.k. public service-företagen kritiserades för att ha blivit för centralistiska och byråkratiska. I Sverige, liksom i flera andra länder, mötte TV-bolaget kritiken bl.a. genom att decentralisera programproduktionen inom eller utom företaget (Syvertsen, 1993).

Satellit teknik och kabelutbyggnad i mitten av 1980-talet medförde att helt nya förutsättningar skapades för konkurrens inom TV-området. Starten på nyårsaftonen 1987 av det Londonbaserade TV3 med finansmannen Jan Stenbeck som ägare innebar att Sveriges Televisions monopol på svenska TV-sändningar *de facto* var brutet. Omkring 1990 kunde en tredjedel av hushållen nås av TV3. Starten av TV3 blev upptakten till en förnyad diskussion om reklamfinansierad, privatägd TV i Sverige. Hösten 1990 startade ytterligare ett privat bolag – Nordisk Television – sändningar via satellit med en kanal, TV4. Efter ett antal politiska och ekonomiska turer fick TV4 hösten 1991 rätten till den tredje marksända kanalen.

Sålunda skapades ett dualistiskt etermediesystem med både en offentlig och en privat sektor. Samma modell hade redan tidigare vuxit fram i de flesta västeuropeiska länder under 1980-talet (McQuail och Siune, 1986, s. 152ff; Siune och Truetzschler, 1992; Lundby och Futsæter, 1993).

Public service

Yttrandefrihetsgrundlagen, radiolagen, lokalradiolagen och avtalen med programbolagen är de huvudsakliga instrumenten för statsmaktens inflytande på radio-TV-verksamheten i Sverige. Utöver dessa finns granskningsnämnden för radio och TV som ett särskilt kontrollorgan. För public service-verksamheten liksom för TV4 skrivs det särskilda avtal med regeringen, medan tillståndsgivningen i övrigt fr.o.m. 1 juli 1994 sker genom radio-TV-verket.

Public service-verksamheten inom radio och TV i Sverige har under nästan hela sin verksamhetsperiod haft ägare som varit fristående från statsmakten. När radion efter en period av privat företagande och reklamfinansiering etablerades 1925 som allmänradio finansierad med licensavgifter, skedde det delvis på dagspressens villkor. Dagspressen tilläts bli majoritetsägare i Radiotjänst och fick under mer än tio år genom TT svara för radios nyhets-sändningar. De senare organiserades så att de så litet som möjligt skulle störa tidningsutgivningen (Elgemyr, 1984).

Televisionen kom relativt sent till Sverige. Introduktionen fördröjdes av välorganiserade branschintressen. Radiobranchen, dagspressen, telegrafverket och filmbranschen stretade emot. Det gjorde också statsmakterna. Dagspressen kunde inte kontrollera televisionens spridning på samma sätt

som radions, men dess bestämda motstånd mot reklam i televisionen var dock framgångsrikt. Förbudet mot reklam gynnade dagspressen och veckopressen utan att hindra televisionens utveckling. Licensfinansiering visade sig nämligen vara en säker inkomstkälla (Gustafsson, 1987).

Dagspressen och veckopressen fick stor draghjälp av allmänhetens intresse för television, mycket större än vad som varit fallet vid introduktionen av radion. Det anses att den svenska kvällspressens stora framgångar under 1960-talet hängde samman med dess stora uppmärksamhet för det nya TV-mediet. Den enda mediebransch som drabbades av TV var biografbranschen. Folkrörelserna som etablerat sig inom allt fler medier fick ingen möjlighet att starta egen verksamhet inom televisionen. De fick däremot bli aktieägare i Sveriges Radio. Övriga aktieägare, däribland dagspressen, fick därmed se sina andelar minska. Vid 1966 års omorganisation av radio-TV ändrades aktiefördelningen till en modell som sedan gällde fram till 1993. Folkrörelserna fick majoritet och hade 60 procent, medan dagspressen och näringslivet hade 20 procent vardera (Wirén, 1986).

Under 1970-talet diskuterades vid upprepade tillfällen både ägarfördelning och styrelserepresentation, bl.a. ansåg man att det i styrelsen ingick allt för starka partiintressen. Det har framhållits att 1980-talets intensifierade mediepolitiska debatt har försvårat arbetet i styrelsen genom att de olika grupperna representerade så olika synsätt att det blev omöjligt att få etermediemonopolet handlingskraftigt; styrelsen var mera ett forum för politiska utspel av olika intressentgrupper inom radio-TV-området än ett effektivt ledningsorgan.

Förutsättningen för ägandet av Sveriges Radio ändrades under andra hälften av 1980-talet bl.a. som en följd av medieutvecklingen. Flera av de grupper som ingått i Sveriges Radio-koncernens ledning började engagera sig i delvis konkurrerande verksamheter. SAF började ägna sig åt närradioverksamhet, bl.a. i syfte att demonstrera den privata radions möjligheter. Jordbruksrörelsen var aktiv i Nordisk Television, som låg bakom den nya kanalen TV4. Dagspressen deltog i första hand i lokala kabel-TV-sändningar samt började planera för ett engagemang i privat lokalradio.

Den nya organisationsmodell som började gälla för public service-verksamheten fr.o.m. 1994 kom att få en helt annorlunda karaktär. Det blev tre stiftelseägda programföretag: Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

Ljudradiobolaget Sveriges Radio har ansvaret för de fyra radiokanalerna P1, P2, P3 och P4. P4-kanalen bygger på program från 25 lokala stationer, som var stommen i det tidigare lokalradiobolaget. Sveriges Television är personalmässigt och ekonomiskt betydligt större än de övriga två. Inom TV-företaget har de två programenheterna Kanal 1 och TV2 en stor självständighet men samordningen av programtablåerna har ökat främst som en följd av konkurrensen med TV4.

Närradion

De som drev frågan om en särskild närradio utanför public service-verksamheten var framför allt kyrkor och samfund. Dessa ansåg sig styvmoderligt behandlade av Sveriges Radio och önskade egna sändningsmöjligheter. År 1979 inleddes försökssändningar med närradion men först 1985 fick verksamheten permanenta former (SOU 1984:53). Målsättningen för den nya närradion var att den skulle tjänstgöra som informations- och opinionskanal. Den skulle inte behöva följa reglerna om saklighet och opartiskhet men däremot förbudet mot kommersiell reklam. I och med introduktionen av privat lokalradio 1993 ändrades dock lagen på denna punkt och reklam är numera tillåten i närradion och regleras på samma sätt som den gör i privat lokalradio.

Den första typ av föreningar som tog det nya mediet i bruk var kyrkor och samfund. Mycket snart kom dessa att svara för en majoritet av sändningstiden. Det stora genombrottet för närradion kom 1986 då antalet sändande föreningar översteg 1 500 – nästan en fördubbling i förhållande till 1985. Fortfarande 1984 hade kyrkor och samfund nästan 60 procent av sändningstiden medan politiska och fackliga organisationer bara hade omkring 10 procent. Deras del av sändningstiden har sedan dess varit stabil, medan andelen för kyrkor och samfund fortsatt att minska (Hedman, 1993).

Överlag har tillväxten hos närradion mattats. Visserligen har antalet sändare och sändningstiden ökat något, men antalet sändningstillstånd har gått ner. Konsekvenserna av lagändringen 1993 om möjligheten att sända reklam i närradion är i detta sammanhang svårbedömda.

Den privata lokalradion

Närradions ändrade programutbud kom att verka som en starkt pådrivande faktor för privat radio. År 1993 togs beslut om införande av privat lokalradio. Frekvenserna delas ut genom offentliga auktioner.

De auktioner på radiotillstånd som hölls under 1993 visade på tre saker. För det första kom tillstånden att betinga förhållandevis höga priser, särskilt i jämförelse med angivet minimipris. Radio Z betalade i Stockholm 3 miljoner för det mest attraktiva tillståndet och i Göteborg 3,05 miljoner. Vidare kom tillstånden i hög grad att gå till företag i vilka ingår stora dagstidningsintressen. För de tredje kom de nya lokalradiostationerna snart att formera nätverk, t.ex. SRU/Radio Rix, Radio Z och SRAB/Radio City (figur 5.1).

Motiven för tidningsföretagen att gå in i radio har huvudsakligen varit att slå vakt om den lokala annonsmarknaden. Visserligen har radion i sig kanske inte bedömts vara något större hot mot tidningsannonseringen, men det har inte sällan funnits farhågor att andra företag genom radion skulle vinna inträde på den lokala reklammarknaden och sedan kunna växa sig starka där.

Den privata lokalradion har under våren 1994 ännu inte funnit sina former. De flesta stationer har genom olika musikprofiler sökt skapa programformat anpassat efter åldersgruppering av publiken. Andra stationer har profilerat sig på vissa målgrupper, t.ex. sportintresserade eller kvinnor. Privatradions publika framgångar har hittills varit blandade, men det har skett en långsiktig publiktillväxt (se avsnitt 5.4).

TV4

Vintern 1992 startade den första marksända, privata TV-kanalen, TV4. TV4 är i princip att betrakta som public service-TV. Bolaget betalar till staten en fast avgift på 50 miljoner kronor per år samt en rörlig som utgår på reklamintäkterna. TV4:s huvudägare är det Jan Stenbeck-dominerade Kinnevik (23 procent) och det Wallenberg-ägda Investor (20,6 procent). Bland ägarna finns även företag med anknytning till folkrörelserna inom lantbrukssfären (TV4, 1993).

Figur 5.1 Den privata lokalradion i Sverige våren 1994

Kanal	Huvudägare/tillståndshavare	Årsavgift
Radio City/SRAB-gruppen (Svenska Dagbladet & SM)		
Radio City Sthlm	SvD & Svenska mediaintressenter (SM)	1 800 000
Radio 1 Uppsala	Uppsala Nya Tidning m.fl.	2 300 000
Radio FM Linköping	Radio City, SvD & SM, Fria Media	1 500 000
City FM Gävle	Radio City, SvD & SM	900 000
Radio City Karlstad	Svensk Radiopartner, SvD & SM, Fria Media	600 000
City 107 Göteborg	Gert Eklund, SvD & SM	2 225 000
City 107 Lund	Gert Eklund, SvD & SM	1 200 000
Radio Stella Helsingborg	Helsingborgs Dagblad, SvD & SM	2 150 000
Radio Match Jönköping	Fria Media, SvD & SM	1 750 000
Radio Hit FM Växjö	Familjen Milton, Fria Media, Smålands-Posten	1 000 000
Radio City Borås	Fria Radiobolaget, SvD & SM, Fria Media	1 800 000
SRU/Radio Rix-gruppen (Fam Hjärne)		
Radio Rix Stockholm	Expressen, SRF & SRU	2 300 000
Radio Rix Örebro	Nerikes Allehanda, SRU m.fl.	1 000 000
Radio Rix Västerås	Vestmanlands Läns Tidning, SRU m.fl.	1 300 000
Radio Rix Eskilstuna	Eskilstuna Kuriren, SRU, SRF m.fl.	450 000
Radio Rix Gävle	Gefle Dagblad & SRU m.fl.	800 000
Radio Rix Sundsvall	Sundsvalls Tidning, SRU m.fl.	700 000
Radio Rix Skellefteå	SRU, SRF m.fl.	140 000
Radio Rix 104,2 Umeå	Västerbottens Kuriren, SRU m.fl.	425 000
Radio Rix 106,2 Umeå	Synskadades Riksförbund m.fl.*	475 000
Radio Rix Luleå	SRU, SRF och Norrbottens-Kuriren	50 000
Radio Rix Göteborg 105,9	Stampen och SRU	2 550 000

Kanal	Huvudägare/tillståndshavare	Årsavgift
Radio Rix Göteborg 107,8	Stampen och SRU*	2 300 000
Radio Rix Malmö	Expressen, SRU m.fl.	1 800 000
Radio Rix Halmstad	Hallandsposten, SRU m.fl.	2 000 000
Radio Rix Borås	Borås Tidning, SRU m.fl.	1 650 000
Radio Energy-gruppen (Franska NRJ)		
Radio Energy Stockholm	NRJ & Konsum Stockholm m.fl.	1 900 000
Radio Energy Göteborg	NRJ & Konsum Väst	1 900 000
Radio Energy Malmö	NRJ & Konsum Väst	2 200 000
Megapol-gruppen (Fam Bonnier)		
Radio Megapol Stockholm	Semic och SF, Marcus Forsell	1 600 000
Radio Megapol Linköping	Rickard Rosén	1 500 000
Radio Megapol Örebro	Lejlbomal, Erik Storsveden	1 900 000
Radio Megapol Västerås	Jonas von Hedenberg	1 300 000
Radio Megapol Södertälje	B M Oskarsson (Nydahl)	2 100 000
Z-Radio-gruppen (Stenbeck med Svensk Direktreklam AB)		
Z Radio Stockholm	Medvik & SDR	3 000 000
Radio 6 Stockholm	Blir Classic, Medvik, SDR, N, Artist	1 900 000
Z Radio Nyköping	Sörmlands Media, Medvik & SDR*	325 000
Z Radio Eskilstuna	Medvik & SDR	500 000
Z Radio Karlstad	Reklammedia i Kil	700 000
Z Radio Sundsvall	Sundsvalls reklamradio	600 000
Z Radio Göteborg	Medvik	3 050 000
Z Radio Helsingborg	Medvik*	2 800 000
Z Radio Kristianstad	Medvik*	1 400 000
Z Radio Jönköping	Medvik	1 450 000
Z Radio Växjö	Medvik*	1 100 000
Nordvästra Skånes Radio AB (Thuveesson)		
Radio H 107,2 Halmstad	T. Thuveesson	1 900 000
Radio Nordost Kristianstad	T. Thuveesson	1 350 000
Radio & Co AB (Bernström/Olsson)		
East FM 106 1/2 Norrköping	D. Olsson	1 100 000
Gold 105 Norrköping	P. Bernström	1 200 000
Övriga		
Bandit Stockholm	T. Mc Alevey	1 700 000
Radion Hibernia AB	Stockholm Radio Invest*	2 400 000
Radio Q Stockholm	Stiftelse	1 700 000
Storstadsradion Stockholm**	Future, Jelbe m.fl.	2 100 000
Namnlös Skellefteå	Fliesbergs Sport & Fritid	180 000
Fyrstadsradio Luleå	D. Carlqvist, U Reinhard*	80 000
Kanal 105,3 Uppsala	Stiftelsen Livets Ord	2 300 000
Radio Nova Nyköping	Claes Nydahl m.fl.	400 000
Big Radio Lund	L Morgan, Arbetet och T Malm	2 350 000
Södertälje 100,8	Morneon, Jan Friedman m.fl.*	790 000

* = vilande

**= i konkurs juni 1994; har övertagits av ett brittiskt företag

Anm: Uppgifter från NORDICOM-Sverige och Hadenius, S, Anderberg, S: Vem äger vad i svenska massmedier? JMK, Stockholm, 1994 och Sundin, S, Ågande i dagspress, kommersiell lokalradio samt icke-licensfinansierad TV. Arbetsrapport till Pressutredningen -94.

TV4 är i första hand en *sändande* kanal. Den har en mycket liten central organisation och bygger på fristående produktionsbolag över hela landet. TV4 har ca 250 anställda, i jämförelse med över 3 000 på SVT.

Under första året som satellitkanal hade TV4 intäkter på knappt 100 miljoner. Den första tiden som markkanal fick man klara problem med att få balans i ekonomin. Under 1993 ändrades situationen markant genom att reklam-mängden ökade långt över det förväntade.

Prognosen för 1994 är mycket positiv och antyder ett överskott på ca 175 miljoner kronor (TV4, 1993). Våren 1994 introducerades TV4 AB på börsen.

Den relativt snabba utvecklingen av TV4 till ett lönsamt reklam-TV-bolag i Sverige har sin bakgrund i flera olika faktorer. Reklammarknaden har vuxit mer än beräknat eftersom många annonsörer har önskat pröva TV-mediet. I och med att TV4 i realiteten har monopol på rikstäckande TV-reklam har företaget kunnat ta ut förhållandevis höga priser. Hur framtiden kommer att gestalta sig beror på flera omständigheter. En sådan är i vad mån public service-kanalerna tillåts erbjuda reklam eller ej. En annan faktor, som TV4 själv pekade på i sitt prospekt inför aktieteckningen våren 1994, är att reklampriserna av olika skäl går ner.

Genom tillkomsten av TV4 öppnade sig möjligheten att starta lokala eter-sändningar inom ramen för TV4:s koncession. De lokala TV-bolagen kunde köpa tid ("fönster") i TV4 och finansiera sina sändningar med lokal reklam. TV4 har dock hittills främst sökt konsolidera den egna verksamheten och i mindre utsträckning arbetat med de lokala bolagen. Å andra sidan har flera av dessa bolag haft sin ekonomiska bas i att de också varit programleverantörer till TV4:s nationella programverksamhet. Detta gäller t.ex. Kanal Göteborg, som bl.a. producerar Bingo-Lotto. Lokala dagstidningar är på en del orter delägare i sådana lokala produktionsbolag (se nedan).

Det diskuterade förslaget med en fjärde svensk markkanal som ett nätverk av lokala TV-stationer har på nytt väckt liv i lokal-TV-frågan. Detta har i sin tur skapat ett ökat intresse bland olika intressenter att köpa sig in i dessa bolag. TV4 har successivt förvärvat andelar i de lokala sändarbolagen och har våren 1994 ägarandelar i tio av dem. Också andra grupper har arbetat i samma syfte (se avsnitt 5.4).

Satellit- och kabelutvecklingen

Kabel-TV innebär att TV-signaler överförs från en sändare till en mottagare via kabel. Antalet TV-kanaler som kan vidareändas genom centralantennät varierar beroende på kabelns kvalitet. När den första telekommunikations-satelliten, den s.k. Early Bird, togs i bruk 1965 fanns det knappast några tankar om en sammankoppling av TV-satelliter och kabel-TV-nät. Utvecklingen efter 1965 har gått snabbt. Ett stort antal satelliter har sänts upp. De satelliter

som 1993 är i bruk utgör den sjätte generationen (Hadenius och Weibull, 1993).

De nya satelliterna hade en betydligt högre kapacitet än de äldre. Nu började privatkanaler som Sky Channel, Super Channel, Children's Channel och Scansat (TV3) att bygga ut sina sändningar till europeiska kabelhushåll. Många av de stora europeiska medieföretagen engagerade sig i sådana kanaler. En av dem som investerat mest i underhållningskanaler via satellit är Rupert Murdoch (Sky Channel). I Sverige har bl.a. industrigruppen Kinnevik engagerat sig genom Scansat.

År 1993 fanns det knappt 500 kabelnät med minst 100 anslutna hushåll. Av dessa hade Telia drygt en tredjedel, men dess andel av näten har minskat. I slutet av 1991 uppgav sig omkring 40 procent av allmänheten i sitt hushåll ha tillgång till satellitkanaler via kabel (Cronholm, 1993). Under de senaste åren har tillväxttakten mattats (figur 5.2). Televerkets/Telias intresse att engagera sig i kabelutbyggnad var ursprungligen motiverat av möjligheten att kombinera kabel-TV med andra teletjänster.

Bland kabeloperatörerna har det inte funnits någon dominerande intressent. De grupper som engagerat sig under försöksperioden har varit Televerket/Telia, lokala dagstidningsföretag, bostadsföretag, kommuner samt vissa organisationer. Ofta har programverksamheten gjorts i samarbete, där Televerket/Telia i de flesta fall deltagit som nätägare. Dagstidningsföretag har varit engagerade på sammanlagt 14 orter.

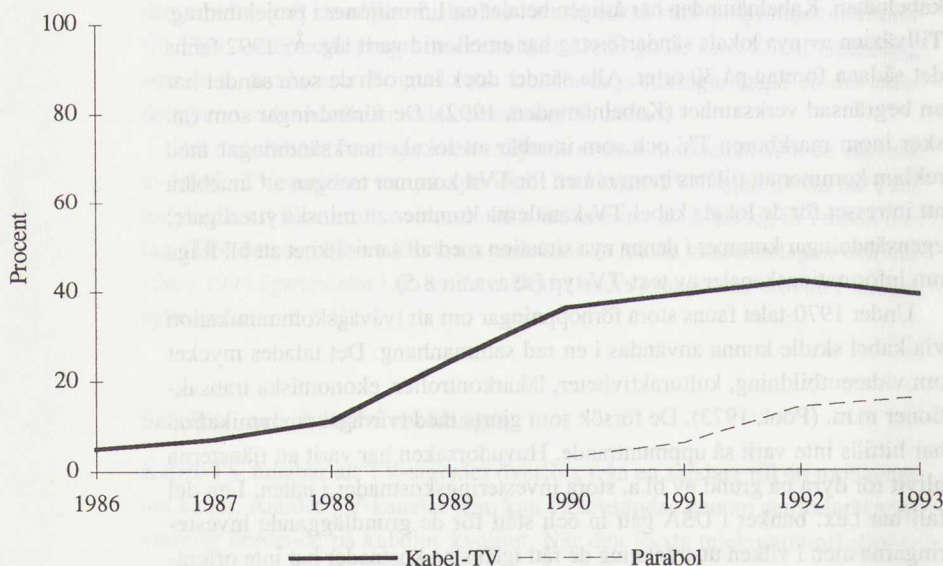
Det har också gjorts insatser för att stimulera lokala egensändningar inom kabelnäten. Kabelnämnden har årligen betalat ca 1,5 miljoner i projektbidrag. Tillväxten av nya lokala sändarföretag har emellertid varit låg. År 1992 fanns det sådana företag på 30 orter. Alla sänder dock inte och de som sänder har en begränsad verksamhet (Kabelnämnden, 1992). De förändringar som f.n. sker inom markburen TV och som innebär att lokala marksändningar med reklam kommer att tillåtas inom ramen för TV4 kommer troligen att innebära att intresset för de lokala kabel-TV-kanalerna kommer att minska ytterligare; egensändningar kommer i denna nya situation med all sannolikhet att bli fråga om informationskanaler av text-TV-typ (se avsnitt 8.5).

Under 1970-talet fanns stora förhoppningar om att tvåvägskommunikation via kabel skulle kunna användas i en rad sammanhang. Det talades mycket om vidareutbildning, kulturaktiviteter, läkarkontroller, ekonomiska transaktioner m.m. (Pool, 1973). De försök som gjorts med tvåvägskommunikation har hittills inte varit så uppmontrande. Huvudorsaken har varit att tjänsterna blivit för dyra på grund av bl.a. stora investeringskostnader i näten. I en del fall har t.ex. banker i USA gått in och stått för de grundläggande investeringarna men i vilken utsträckning de fått igen sina kostnader har inte offentliggjorts. Sådan tvåvägskommunikation kan möjligen på sikt bli en intressant service genom kabelnät.

Kabel-TV-verksamheten i Sverige är således ännu så länge i allt väsentligt en fråga om att ta emot satellitsändningar. År 1991 fanns ett trettio-tal satellitkanaler att tillgå i de svenska kabelnäten, vilket var en fördubbling sedan 1988. Bland dessa, som tillsammans har en sändningstid på ca 300 timmar per dygn, fanns underhållningskanaler som t.ex. de svenska blandkanalerna TV3 (räckvidd på 52 procent av svenskarna mellan 3 och 99 år 1993) och Femman (42 procent), nyhetskanaler som CNN (20 procent) och Sky News (14 procent), sportkanaler som Eurosport (31 procent) och en musikkanal som MTV (47 procent). Där Telia är nätägare erbjuds detta utbud i form av ett bas- och ett tilläggspaket. Baspaketet ingår i den avgift som hushållet betalar för anslutningen till nätet och innehåller främst de allmänna kanalerna. Tilläggsutbudet avser specialkanaler (nyheter, film, sport och barnprogram) och drar en viss extra månadsavgift.

Fram till slutet av 1980-talet var reklamfinansierade satellitkanaler, som inte krävt avgifter av nätägaren, det vanliga. Dessa hade själva ett stort intresse av att komma med i nät för att kunna visa sina annonsörer att de hade en stor publik. Successivt har emellertid fler och fler kanaler börjat ta betalt – ju mer attraktiv kanal, desto högre pris. Beroende på nättyp kan dessa avgifter antingen läggas på nätägare eller operatör.

Figur 5.2 Andelen som bor i hushåll anslutna till kabelnät och andelen med hushållsparabol 1986–1993 (procent)



Kommentar: Frågor om parabol ställdes först 1990.

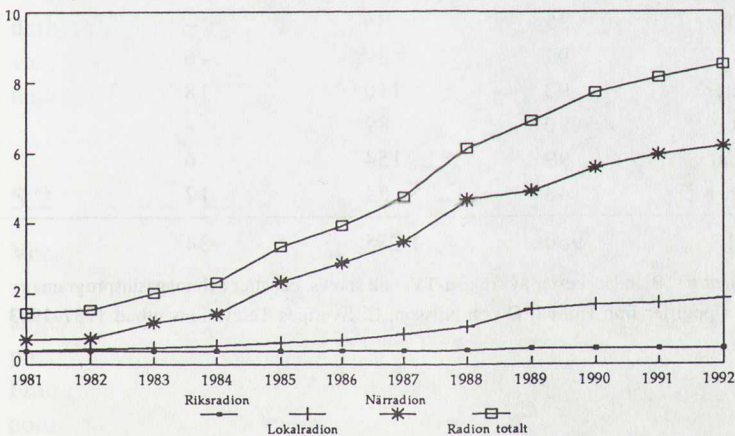
Anm: Uppgifter från Som-undersökningen (jfr Kratz, 1994b).

Betydelsen av satellitkanalerna ökar också med en stigande andel hushålls-paraboler. I slutet av 1993 uppgav sig drygt 15 procent av svenskarna ha tillgång till satellit-TV via hushållsparabol (Kratz, 1994b).

Programutbudets förändring

Det totala utbudet av radio har ökat kraftigt sedan 1980 (figur 5.3). Den stora ökningen faller på närradion, men också public service-radion har ökat genom nya kanaler. Det totala programutbudet i public service-radions tre rikskanaler var 1992 omkring 450 timmar i veckan. Av dessa föll närmare 40 procent på P3. Programmen var till knappt 25 procent regionalt producerade. Omkring 100 timmar utgjordes av grammofonmusik, varav 90 procent lätt melodiradiomusik. En översikt av innehållets fördelning 1992 visar på tre klara kanalprofiler. P1 fick den jämnaste spridningen över olika typer av programinnehåll. Den lokala radions övergång till egen kanal i P4 och bristen på resurser innebar att denna i hög grad kom att bli en melodikanal. Omkring hälften av utbudet bestod av grammofonmusik och lätt underhållning. Motsvarande andel i början av 1980-talet var 20 procent.

Figur 5.3 Radions sändningstid i Sverige 1981–1992 (antal tusen timmar per vecka)



Källa: MedieSverige 1993

Public service-TV hade 1960 en genomsnittlig sändningstid på 24 timmar per vecka. Det skedde en ökning under 1960-talet men den stora förändringen kom med införandet av två TV-kanaler 1969. Verksamhetsåret 1971/72 var den sammanlagda sändningstiden i båda kanalerna drygt 80 timmar, 1980/81 hade den stigit till 100. Därefter var den stabil under i stort sett hela 1980-

talet. År 1993 hade sändningstiden stigit till knappt 147 timmar per vecka. TV4 sänder 78 timmar (Hultén och Nilsson, 1994; TV4, 1993).

När det gäller programutbudet i de två TV-kanalerna är det uppenbart att det skett en viss förändring över tid. Detta har skett både genom tillkomsten av nya kanaler och genom en förändring av de gamla. Tabellerna 5.1 och 5.2 illustrerar dels utvecklingen över tid, dels programprofilerna för alla svenska kanaler 1992/93.

SVT:s totala sändningstid har ökat med 34 procent mellan 1987 och 1993. Fiktionsprogrammen har ökat med 15 procent. Andelen långfilmer har ökat med 142 procent och svarar alltså för en av de största ökningarna inom fiktionen (Hultén och Nilsson, 1994). Icke-fiktions-program har ökat med 82 procent. Här har andelen "blandat", vari ingår frukost-TV, s.k. talk shows, debatter och magasinprogram (jfr ovan), ökat med 256 procent, och mer traditionell icke-fiktion med 24 procent. Underhållning och fiktion har inte fått ökad andel av sändningstiden under bästa sändningstid, prime time.

Tabell 5.1 SVT:s utbudsprofil 1987 och 1993 (minuter per dag och procent)

Typ av program	1987	1993	Procentuell förändring
Fakta	256	483	82
Fiktion	235	270	15
Musik	35	36	–
Nöje	95	89	–6
Nyheter	93	110	18
Sport	90	89	–
Blandat	99	154	56
Övrigt	48	54	12
Totalt	960	1 285	34

Kommentar: "Blandat" består av frukost-TV, talk shows, debatter och magasinprogram.

Anm: Uppgifter från Hultén, O och Nilsson, C: Sveriges Televisions utbud 1987–1993 (1994)

Tabell 5.2 Sändningstid fördelat på programkategorier (procent)

Kategori	Kanal1	TV2	TV3	TV4	Femman
Nyheter	8,7	8,6	1,0	7,4	1,5
Fakta	19,6	19,5	4,9	8,6	3,0
Underhållning	6,8	7,0	4,6	19,8	3,1
Fiktion	25,4	17,1	52,7	29,2	59,2
Blandat	10,4	24,5	6,3	23,6	23,3
Barn	11,1	12,8	22,1	3,1	1,1
Sport	7,0	6,9	8,3	7,9	6,6
Musik	3,8	2,2	0,1	0,2	0,0
Övrigt	7,3	1,6	0,0	0,2	2,1
Minuter/dag	596	690	764	725	547

Kommentar: Blandat består av morgon-TV, talk shows, debatter och magasinsprogram.

Anm: Uppgifter från Hultén, O och Nilsson, C, Sveriges Televisions utbud 1987–1993 (1994)

Programprofilerna för de fem kanalerna presenteras i tabell 5.2. Den största skillnaden mellan Sveriges Television och de reklamfinansierade kanalerna är de höga andelarna fiktionsprogram i de reklamfinansierade kanalerna, särskilt i TV3 och TV5 Nordic. Den näst största andelen underhållning har TV4, i form av många och långa familjeprogram (jfr även Andersson och Jonasson, 1994).

Slutsatsen är att de privata kanalerna i första hand profilerat sig genom underhållning, medan SVT har försökt att markera sig som en bred public service-kanal med *både* ett nyhets- och faktainriktat utbud *och* ett lättare och underhållande.

5.2 Populär- och tidskriftspress

Veckotidningar och tidskrifter utgör en viktig del av det svenska mediasystemet. Det exakta antalet tidskrifter som kommer ut i Sverige går inte att ange. I detta avsnitt skall göras en beskrivning av den svenska tidskriftspressens struktur med särskild inriktning på de senaste årens förändringar. Framställningen bygger i huvudsak på den studie som Helene Hafstrand genomfört på uppdrag av Pressutredningen -94.

Framväxten

Veckopressen utvecklades i Sverige på ungefär samma sätt som dagspressen. Det talas inte sällan om två huvudtraditioner (Larsson, 1991). Den ena hade sina rötter i tidskrifter som innehöll nyheter, kultur och politik och riktade sig till den bildade medelklassen. De första tidskrifterna av detta slag etablerades

under 1860-talet. Den andra traditionen, en folklig tradition, började när de danska veckotidningsförläggarna Laura och Carl Aller etablerade sig i Sverige. Deras veckotidning, Allers, var avsedd för en bred publik och innehöll underhållning och praktiska tips (Ahrens m.fl., 1979).

Med en allt vanligare inriktning på en bred publik suddades gränserna mellan dagspress och veckopress mer och mer ut. Precis som folkrörelser hade etablerat dagstidningar, startade de tidningar och tidskrifter. Betecknande blev att många med veckopresserfarenhet startade eller drev framgångsrika dagstidningar. Det mest kända namnet utomlands är Lord Northcliffe som lade grunden till den moderna engelska dagspressen genom att starta först Daily Mail och sedan Daily Mirror. För Sveriges del kan som exempel nämnas Ernst H. Gernandt som var med om att starta Stockholms-Tidningen och Erik Åkerlund som spelade en viktig roll i Aftonbladets modernisering under 1900-talet.

Liksom dagspressen var veckopressen väl etablerad när radion kom. Veckotidningarna kunde därmed exploatera intresset för det nya mediet och gav tips om hur man skulle bygga egna mottagare och vad som var värt att lyssna på.

Parallellt med dessa förändringar inom dagspressen och veckopressen löpte utvecklingen av facktidskrifter. De första tidskrifterna för branschföreningar och fackföreningar startades omkring sekelskiftet. Dessa tidskrifter spreds till en början mera sällan till utomstående. Motsvarigheter till de folkliga utvecklingsfaserna inom dagspressen och veckopressen uppkommer inte bland tidskrifterna förrän under senare delen av 1900-talet.

Marknadens karaktär

Det vi kallar populärpress- och tidskriftsmarknaden utgörs av en mycket heterogen grupp av publikationer. Den innehåller å ena sidan den starkt marknadsinriktade populärpressen och å den andra Organisationsveriges alla stora och små medlemstidningar. Karakteristiskt för marknaden är att publikationerna som regel vänder sig till selektiva grupper av läsare. I klassificeringar av tidskriftstyper är det vanligt att skilja på två typer av utgivare: de för vilka utgivningen är en del av en annan verksamhet, t.ex. en förening eller en myndighet, och de där utgivningen är en affärsmässig verksamhet, t.ex. på ett förlag. Därför kommer vi att skilja på en icke-kommersiell och en kommersiell del av tidskriftssektorn. En sådan uppdelning användes exempelvis av den statliga tidskriftsutredningen i mitten av 1970-talet och tillämpas av Riksskatteverket vid ansökningar om momsbefrielse (Ds Fi 1976:7).

De typer av tidskrifter som i följande tabell redovisas över den streckade linjen är de som utges av organisationer m m, de som är under den streckade mittlinjen är de förlagsmässigt utgivna indelade i olika grupper eller typ av innehåll:

-
- *organisationstidskrifter*, t.ex. Metallarbetaren och Kyrkans Tidning
 - *statliga tidskrifter*, t.ex. Rapport från Sida och Råd & Rön från Konsumentverket
 - *kommunala tidskrifter*, t.ex. Vårt Göteborg
 - *företagstidskrifter*, t.ex. Scanorama (SAS) och Volvo-Kontakt

-
- *populärtidskrifter*, t.ex. Året Runt och Vecko-Revyn
 - *facktidskrifter*, t.ex. Statsvetenskaplig Tidskrift, PC-World och Supermarket
 - *kultur- och allmänpolitiska tidskrifter*, t.ex. Ord och Bild och Kvinno-bulletinen

Ca 60 procent av veckotidnings- och tidskriftsmarknaden beräknas falla på de icke kommersiellt utgivna publikationerna och 40 procent på den övriga. Här skall några huvudtendenser i utvecklingen av respektive grupp beröras.

Organisationstidningar

Organisationstidningar kan vara antingen fack- eller konsumentinriktade. Av de ca 220 TS-registrerade organisationstidskrifterna är drygt 80 procent fackinriktade. Av dessa är i sin tur 60 procent startade före 1950. I den senare gruppen ingår Folkrörelsesveriges traditionella organisationstidningar.

Det som hänt inom denna sektor är att organisationstidningarna breddats i sitt innehåll. Man har under lång tid skapat fackliga tidningar som vad gäller innehållet skall kunna konkurrera med den kommersiella vecko- och tidskriftspressen. Både Kommunalarbetaren och Metallarbetaren har satsat på breddning. SACO har bytt namn på sin huvudtidning från SACO-Tidningen till Akademiker och försökt göra om den till ett slags allmän specialtidning för högutbildade. LO har satsat på två populära tidningar som sänds till dels kvinnliga LO-medlemmar (Clara), dels till unga LO-medlemmar (Union). De två senare har främst tillkommit för att konkurrera med de kommersiella dam- och ungdomstidningarna.

År 1976 infördes ett statligt stöd till organisationstidskrifter. Huvudmotivet bakom stödet var bedömningen att organisationstidskrifterna spelade en viktig roll för opinionsbildningen i samhället i allmänhet och för kommunikationen inom organisationerna i synnerhet. År 1984/85 delades totalt ut knappt 40 miljoner kronor i stöd. Stödet var som störst i slutet av 1970-talet. I fasta priser mer än halverades bidragen mellan 1980 och 1985 och från och med 1986/87 upphörde stödet helt (Strid och Weibull, 1988).

Populärtidningar

När vi talar om populärpress menar vi den stora gruppen underhållnings- och förströelsetidningar med försäljning till allmänheten i lösnummer eller abonnemang. Totalt rör det sig om knappt 200 tidningstitlar. I den kommersiella marknadsstatistiken ingår drygt 50 av dessa. En stor del av populärpressgruppen är de tidningar som i dagligt tal går under beteckningen veckopress, men gruppen är mycket bredare än så.

Den dominerande gruppen inom populärpressen kallas formellt ofta för tidskrifter för reportage och underhållning, i dagligt tal "veckotidningar". Inom denna grupp finns dock ett antal tidningar som kommer ut mer sällan, t.ex. MånadsJournalen. Dessa brukar delas in i olika undergrupper beroende på vilken läsekrets de vänder sig till, t.ex. damtidningar eller ungdomstidningar. Medan populärtidningarna normalt är kommersiellt utgivna finns inom gruppen specialtidningar både sådana som har en organisation som utgivare och sådana som har affärsmässig bas.

Specialtidningarna är här den särskilt intressanta gruppen. De täcker populära ämnesområden, främst inom fritids- eller hobbyverksamhet, t.ex. motor, matlagning eller sportfiske. Tidningarna vänder sig till läsarna i egenskap av konsumenter till skillnad från facktidskrifterna som riktar sig till en viss yrkeskategori eller bransch.

Upplagekurvan för populärpressen har efter en topp i mitten på 1950-talet pekat neråt. Nedgången kan sättas i samband med introduktionen av TV, men en minst lika viktig faktor är att den ökande andelen kvinnor på arbetsmarknaden kom att minska den tillgängliga tiden för veckopressläsning. Den negativa upplageutvecklingen för populärpress är ett internationellt fenomen. I Storbritannien minskade i stort sett alla veckotidningar under 1980-talet.

Specialtidningar

Till skillnad från de allmänna reportage- och underhållningstidningarna har specialtidningarna haft en uppgång under de senaste decennierna. Dessa tidningar har gått ett steg längre i specialisering än vad underhållningstidningarna gjort utan att därmed bli facktidningar. Tidningarna är gjorda på ett populärt sätt för en stor publik.

Det finns två huvudtyper av specialtidningar: dels de som ges ut av organisationer inom ett visst intresseområde, dels de som har en kommersiell utgivning. Den första svenska specialtidningen, Foto, började komma ut 1939. Sedan dess har det vuxit fram en bred flora av specialtidningar täckande de flesta områden inom hobby och fritid. Omkring hälften av specialtidningarnas totalupplaga står organisationsutgivna tidningar för (Hafstrand, 1991, 1993).

År 1991 var den totala årsupplagan för de specialtidningar som ingår i TS-statistiken runt 95 miljoner exemplar. Medan de organisationsutgivna special-

tidningarna har haft en något nedåtgående trend sedan början av 1970-talet, har de kommersiellt utgivna ökat både i antal och årsupplaga även under hela 1980-talet. En stor del har traditionellt utgjorts av tidningar för motor och flyg samt hem och hushåll. Till den senare kategorin räknas tidningar som Allt om Mat och Vi Föräldrar. Dessa har tillsammans en dryg tredjedel av årsupplagan (tabell 5.3).

Tabell 5:3 Specialtidningar, årsupplaga efter ämnesområde 1980–1991 (i miljoner exemplar)

Ämnesområde	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Motor & flyg	24	23	21	20	20	20	19	19	19	18	17	15
Hem, hushåll & mat	16	15	15	13	15	17	18	17	19	20	24	26
Teknik & vetenskap	6	6	6	6	7	7	9	9	9	9	9	8
Sport & idrott	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	6	7
Musik, film TV & foto	8	7	7	7	6	6	7	6	6	6	7	9
Jakt & fiske	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
Turism, båt & friluftsliv	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
Ekonomi	2	3	3	5	5	5	5	6	6	6	6	6
Elektronik & data	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2	3	3
Motion & hälsa	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2
Övriga ämnesområden	4	4	4	4	5	5	5	6	5	5	5	7
Total årsupplaga	73	71	69	69	74	77	78	78	81	81	89	92

Kommentar: En specialtidning är en tidning med en innehållsprofil inriktad på ett eller ett fåtal specialintressen. Fackpressen skiljer sig från specialtidningarna genom att den är inriktad på en viss yrkesgrupp eller bransch. Dam- och herrtidningar skiljer sig genom att de inriktar sig på en viss befolkningsgrupp och flera intressen som tilltalar denna grupp. Familjetidningarna skiljer sig från specialtidningarna genom att de är inriktade på ett flertal intressen som kan tilltala flera familjemedlemmar och alltså inte är inriktad på kvinnor, män eller ungdomar.

Anm: Uppgifter från MedieSverige 1993

Tidningar för teknik och vetenskap har ökat både i antal och i årsupplaga under 1980-talet. Här finns bl.a. tidningar som den snabbt ökande Illustrerad Vetenskap, vars basedition redigeras i Köpenhamn och sedan trycks i sex nationella utgåvor för bl.a. Sverige, Norge, Frankrike och Tyskland (Engen, 1991).

Det är rimligt att sätta specialtidningarnas framgångar i relation till nedgången för vissa delar av den allmänna populärpressen. Specialtidningarna har fokuserat på vad de uppfattat som de utvecklingsbara delarna av populärpressens innehåll och erbjuder detta till särskilt engagerade läsare: antalet läsare per tidning är i och för sig färre men läsekretsen mera trogen. En stor del av tidningarnas upplaga är prenumererad och tidningarna kan räkna med rela-

tivt sett stora annonsintäkter beroende på att de erbjuder annonsörerna intressanta målgrupper.

Facktidningar

Expansionen inom tidskriftsområdet har medfört en uppluckring av förhållandet mellan organisations- och förlagsutgivna tidningar. Detta gäller kanske i ännu högre grad fackpressen. Den TS-anslutna fackpressen består till 15 procent av tidningar som behandlar tillverkningsindustri, 12 procent företagstjänster, 10 procent handel och 10 procent hälso- och sjukvård. Av de tidskrifter som redovisas i officiell upplagestatistik är drygt 75 procent organisationsanknutna.

Av de fackinriktade organisationstidningarna (ca 175, 1993) är det en tredjedel där organisationsmedlemmar utgör bara omkring hälften eller mindre. Några organisationer har också sålt av sin tidning till förlag. Exempelvis avyttrade Sveriges Reklamförbund tidningen Resumé till det Bonnierägda Affärsförlaget 1989 och Annonsörsföreningen INFO till ICA-förlaget. Några organisationer har i egen regi utvecklat den egna tidningen kommersiellt.

Ägarförhållanden inom populärpressen

Populärpressen kännetecknas av hög ägarkoncentration som ökat under 1980-talet. Ett fåtal stora förlag svarar för i stort sett hela veckopress- och serietidningsupplagan medan specialtidningsmarknaden inte uppvisar lika hög grad av ägarkoncentration.

Det största populärtidningsförlaget är sedan mitten av 1980-talet det danskägda *Allers Förlag* i Helsingborg. Förlaget startade sin utgivning i Sverige redan 1879 och är verksamt inom vecko-, special- och serietidningsutgivning. *Bonnier Publications* är sedan några år utgivaren av de tidningar som ingick i ett av de klassiska svenska veckopressförlagen – Åhlén & Åkerlund – som sedan länge ägs av familjen Bonnier. Förlaget, som fram till 1986 var landets största, har numera sitt huvudkontor i Köpenhamn (Wikström, 1991).

Allers förlag svarar för en tredjedel av veckotidningsupplagan. Föregångaren till Bonnier Publications, Åhlén & Åkerlund, hade fram till 1970-talet en tredjedel av den totala upplagan men har sedan gått tillbaka och ligger nu under 15 procent. ICA-förlagets upplageandel ökade från mitten av 1950-talet till en bit in på 1980-talet men har sedan stagnerat något. Saxon och Hemmets Journal har 11 respektive 7 procent av upplagan. Övriga förlag har under de senaste 30 åren minskat sin upplageandel från 30 till 23 procent (Bergholtz, 1991).

Flertalet av populärtidningsförlagen är fortfarande mycket stora verksamheter. Även om den ekonomiska omsättningen har minskat relativt sett har man behållit sina positioner, bl.a. genom att integrera även specialtidningar i sitt sortiment. Ett fåtal förlag har en dominerande ställning på marknaden och internationaliseringen är långt driven. Särskilt Bonniergruppen har en rad olika internationella engagemang inte minst på tidskriftsområdet.

Ett andra huvuddrag är att organisationer och förlag som utgivare under slutet av 1980-talet har tenderat att flyta samman. Populär- och tidskriftspressen presenterar numera ett spektrum av opinions- och informations-tidningar av helt annat slag än för bara två decennier sedan.

5.3 Den totala massmedieekonomin

Vem betalar egentligen de svenska massmedierna? Detta är en central fråga för dem som önskar förstå betingelserna för mediernas långsiktiga utveckling. Samtidigt är detta en mycket svår fråga att få svar på. Visserligen är uppgifterna om ekonomin inom dagspress, radio och TV relativt tillförlitliga, men rör man sig utanför detta huvudstråk är situationen betydligt besvärligare.

I detta avsnitt skall några grundläggande uppgifter om massmedieekonomin redovisas. Dessa bygger huvudsakligen på det som Charly och Olof Hultén tagit fram på uppdrag av Pressutredningen -94, men det finns även direkta uppgifter från den allmänna kulturstatistiken och Institutet för reklammätning (IRM). Hulténs analyser bygger vidare på äldre studier (Wachtmeister, 1976; Ivre, 1980).

Den samlade massmedieekonomin

År 1993 hade de svenska medierna i vidare mening intäkter på omkring 35 miljarder kronor. Uppgifterna bygger på beräkningar som inkluderar uppgifter för antingen 1992 eller 1993 beroende på tillgänglighet.

Tabell 5.4 Intäkterna för tolv grupper av medier 1992 och 1993

Medium	Omsättning i 1 000 SEK	Andel	År
Dagspress	15 225	44%	1992
Television	4 515	13%	1993
Radio	1 788	5%	1993
Tidskrifter	4 184	12%	1992
Böcker	4 553	13%	1992
Kabel	1 630	5%	1993
Fonogram	1 284	4%	1992
Film	907	3%	1993
Video	900	3%	1992
Total	34 986	100%	

Kommentar: För beräkningen se figur 5.4

Källa: Hultén och Hultén, 1994.

Den svenska dagspressen svarade för drygt 15 miljarder kronor, televisionen knappt 5 miljarder, varav ca 1/3 föll på reklam-TV. Populär- och tidskriftssektorn respektive bokmarknaden hade mellan 4 och 5 miljarder vardera (tabell 5.4).

Siffror på massmediernas intäkter vilar på ett delvis bräckligt underlag. De ger emellertid en fingervisning om vilka som är de stora grupperna. Den samlade dagspressen visar sig hamna i en grupp för sig. Sammantaget utgör tryckta medier nästan 70 procent.

Förändringen över tid är svårbedömd. Vissa jämförelser kan dock göras med Ivar Ivres (1980) beräkningar från 1970 och 1976. Om vi exkluderar bokbranschen som inte finns i äldre material kan vi göra följande beräkning:

Tabell 5.5 Intäkterna för några medier 1970, 1976 och 1992

	1970	1976	1992
Dagspress	41%	44%	50%
Tidskrifter	23%	20%	14%
Radio	7%	5%	6%
TV	12%	9%	15%
Fonogram	4%	9%	4%
Film/video	5%	4%	6%

Anm: Uppgifter för 1970 och 1976 bearbetning av Ivre (1980), uppgifter för 1992 Hultén och Hultén, 1994.

Den redovisade beräkningen kan ge ett missvisande intryck om det inte understryks att det handlar om jämförelser mellan *enskilda* år och inte om en trend. Dagspressens andel av den totala medieekonomin var av allt att döma störst omkring 1989, då omsättningen översteg 15 miljarder (se kapitel 2),

och har sedan dess minskat. Andelen 1992 är dock högre än den var 15 år tidigare.

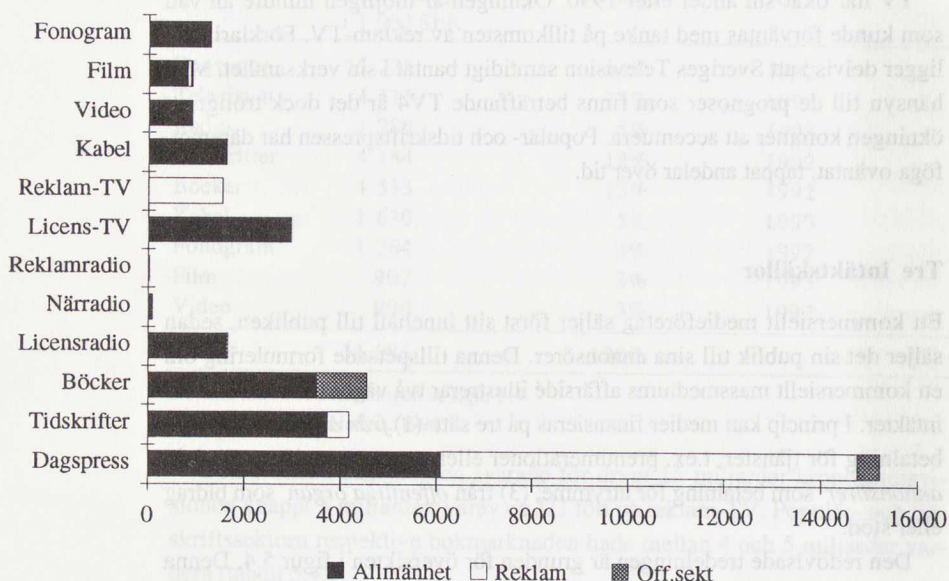
TV har ökat sin andel efter 1990. Ökningen är möjligen mindre än vad som kunde förväntas med tanke på tillkomsten av reklam-TV. Förklaringen ligger delvis i att Sveriges Television samtidigt bantat i sin verksamhet. Med hänsyn till de prognoser som finns beträffande TV4 är det dock troligt att ökningen kommer att accentuera. Populär- och tidskriftspressen har däremot, föga oväntat, tappat andelar över tid.

Tre intäktskällor

Ett kommersiellt medieföretag säljer först sitt innehåll till publiken, sedan säljer det sin publik till sina annonsörer. Denna tillspetsade formulering om ett kommersiellt massmediums affärsidé illustrerar två vägar för medier att få intäkter. I princip kan medier finansieras på tre sätt: (1) *från allmänheten* som betalning för tjänster, t.ex. prenumerationer eller mottagaravgifter; (2) *från annonsörer* som betalning för utrymme; (3) *från offentliga organ* som bidrag eller stöd.

Den redovisade tredelningen är grunden för översikten i figur 5.4. Denna presenterar den ekonomiska grundvalen för de ovannämnda tolv mediegrupperna.

Figur 5.4 Intäkterna inom tolv medier fördelad efter intäktskälla, 1992 och 1993



Kommentar: Stapelns längd visar intäkterna. Inom denna har intäkterna fördelats efter *allmänhet, annonsörer och offentlig sektor*. Uppgifter från Hultén och Hultén, 1994.

De medier som får det mesta av allmänhetens pengar är dagspress, television (public service), böcker och tidskrifter. Radio, fonogram, kabel, video och film bildar här en andra grupp. Reklampengar flyter huvudsakligen in till pressen, men också till reklam-TV.

Fördelningen av allmänhetens kostnader kan även mätas som en del av hushållens utgifter för varor och tjänster – alltså både hårdvara och mjukvara – inom hela kultur- och medieområdet. Vid en sådan beräkning från 1992 ligger musikmedier, inkl. radio och bandspelare, på 27 procent, dagspressen på 20 procent, och böcker på knappt 15 procent. TV får 7 och video 3 procent. Tryckta medier har gemensamt 40 procent, bildmedier 10 procent och ljudmedier nästan 30 procent (Kulturstatistik 1985–1992).

Under perioden 1985–1992 har det skett mycket små förändringar i hushållens fördelning av pengar mellan olika medier.

Reklamkakan

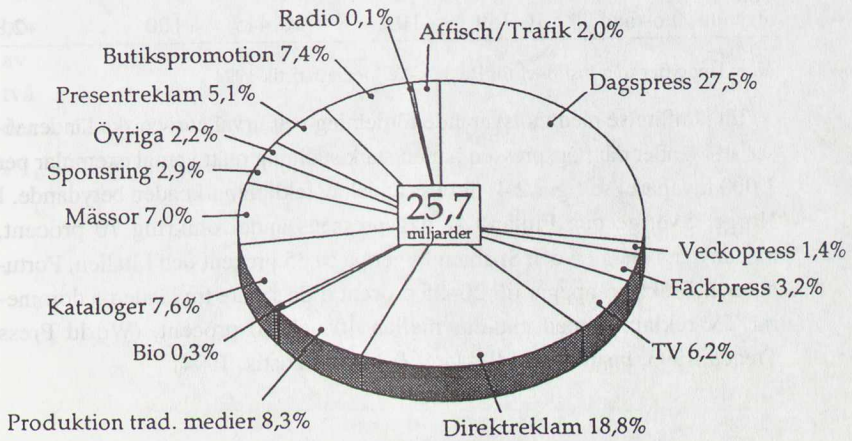
Reklamintäkterna till mediebranschen kan beräknas på många sätt. År 1993 skattades den totala reklampengarna i Sverige till närmare 26 miljarder. I denna s.k. stora reklamkaka ingår vid sidan av de traditionella medierna även direktreklam, butiksreklam och mässor. De traditionella medierna utgör knappt hälften av detta belopp (figur 5.5).

Totalsiffror av detta slag måste omgärdas med stor försiktighet. Inte minst är som direktreklam, sponsring och mässor områden där underlaget är behäftat med stor osäkerhet. Säkrast underlag är att endast utgå från de traditionella medierna, där branschuppgifterna är kontrollerade (tabell 5.6).

Dagspressen svarar för ca 70 procent av reklamen i traditionella medier. Andelen har fallit något under de senaste åren; år 1985 var den över 80 procent. Samtidigt ökar TV-reklamens andel snabbt och var 1993 drygt 15 procent. Andelen för radio är ännu utan betydelse.

En studie utförd av Institutet för Reklam- och mediestatistik (1993) tyder inte på att TV skulle ha övertagit annonser från dagspressen. De kategorier där reklam-TV hittills haft sina framgångar är inte sådana som haft någon stor betydelse. Tillkomsten av TV som medium tyder också på att reklamlakan som helhet växer något.

Figur 5.5 Den stora reklamlakan 1993



Källa: Institutet för Reklam- & Mediestatistik

Tabell 5.6 *Fördelningen av reklam över de traditionella medierna 1992 och 1993 (procent)*

Medium	1992		1993		±%
	SEK (milj)	%	SEK (milj)	%	
Dagspress totalt	7 469	74	7 066	68	-5,4
– storstadspress	2 905	29	2 745	27	-5,5
– landsortspress	3 836	38	3 656	35	-4,7
– kvällspress	728	7	665	6	-8,7
Veckopress	454	4	364	3	-19,9
Fackpress	851	8	868	8	+0,6
TV	880	9	1 586	15	+80,2
Bio	72	1	67	0	-6,9
Radio		–	32		–
Affisch/trafik	498	5	508	5	+2,0
Dubbelräkning press	-65		-46		
Total utrymmeskostnad	10 159	101	10 445	100	+2,8

Anm: Uppgifter från Institutet för Reklam- & Mediestatistik 1994

En jämförelse med motsvarande fördelning i ett urval europeiska länder visar att i länder där dagspressen har en stark ställning mätt i antal exemplar per 1 000 invånare (se figur 2.4) är dess andel av reklammarknaden betydande. I Norge, Sverige och Finland är dagspressens andel omkring 70 procent, medan den i Belgien och Spanien ligger på ca 35 procent och i Italien, Portugal och Grekland uppgår till 20–25 procent. I de senare tre länderna dominerar TV-reklamen med andelar mellan 40 och 50 procent. (World Press Trends, 1993; Institutet för Reklam- & Mediestatistik, 1994)

Den offentliga insatsen

Den offentliga insatsen i medierna varierar kraftigt, både i fråga om omfattning och inriktning. Den är i princip koncentrerad till böcker och dagstidningar samt i någon mån radio och film. Här förekommer de vanligaste statliga stödformerna.

Mätt både i volym och andelar är den direkta offentliga insatsen störst i fråga om böcker. Av bokomsättningen svarade den offentliga sektorns bidrag för ca 20 procent. De senare omfattar i första hand inköp av läromedel, men också litteraturstödet på ca 40 miljoner SEK och biblioteksinköp på ca 75 miljoner (Hultén och Hultén, 1994).

För de tre jämförbara mediegrupperna dagspress, tidskrifter och böcker har den offentliga insatsen minskat mellan 1974 och 1992. Den största ned-

gången uppvisar tidskriftssektorn beroende på bortfallet av det statliga distributionsstödet (se ovan).

Annorlunda uttryckt betyder marknaden, allmänhetens konsumtion respektive annonsörernas medieval, i början på 1990-talet mer för att påverka mediestrukturen än vad offentliga insatser gör. Det bör tillfogas att både bok- och tidskriftssektorerna omfattas av mervärdesskatt medan detta inte gäller dagspressen.

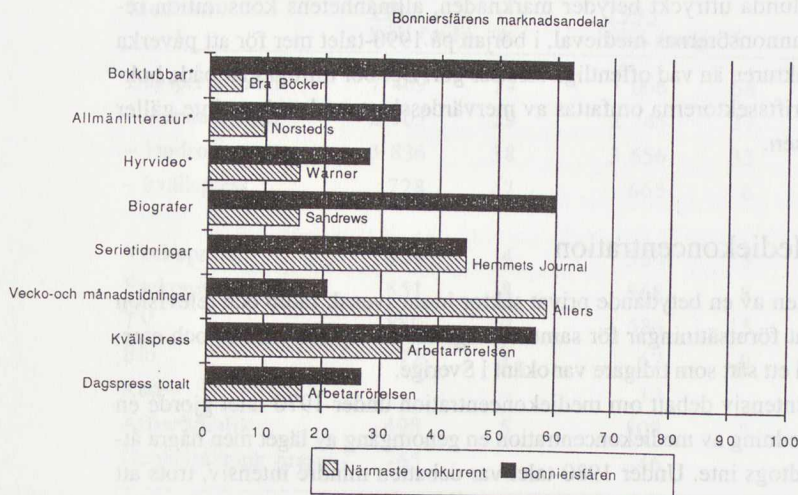
5.4 Mediekoncentration

Framväxten av en betydande privat sektor inom svensk radio och television har skapat förutsättningar för samtidigt ägande av tryckta medier och etermedier på ett sätt som tidigare var okänt i Sverige.

Efter en intensiv debatt om mediekoncentration under 1970-talet gjorde en statlig utredning av mediekoncentration en genomgång av läget men några åtgärder vidtogs inte. Under 1980-talet var debatten mindre intensiv, trots att landets största medieföretag, Bonniergruppen, ökade sitt inflytande och i början av 1990-talet hade betydande marknadsandelar inom de flesta sektorer av medieområdet (figur 5.5). Utöver det allmänna ideologiska klimatet finns två viktiga omständigheter som förklarar att denna koncentrationsprocess under lång tid kunde ske utan större debatt:

- expansionen har i första hand skett inom underhållningssektorn, t.ex. video och satellitkanaler och inte inom opinionssektorn, och därmed inte mötts av något politiskt motstånd
- släkten Bonnier har som ägare i första hand fungerat som förvaltare; den har inte direkt engagerat sig i verksamheten utan låtit andra sköta denna, i motsats till många andra tidningsägare i Sverige och utomlands.

Figur 5.6 Bonniergruppens marknadsandelar inom olika mediesektorer 1993



* = Uppskattade värden

Källa: Årsredovisning för Bonnierföretagen 1992, Årsredovisning för Liber 1992, Medie-Sverige 1993, Media Trender 4/93, TS-Boken 1994, Erasmus, G, "De nordiska serietidningsmarknaderna" i K-E Gustafsson "Komparativa massmediestudier"

Anm: Uppgifter från Sundin, S, *Bonniers och massmediekoncentrationen* (1991) samt uppdateringar från Sundin (1994).

Till detta kommer att släkten Bonnier synes ha agerat med hänsyn till eventuell kritik och därmed sökt undvika åtgärder från statsmakternas sida. Bonniergruppen avstod från att lägga ett anbud på den tredje, markbundna TV-kanalen troligen för att undvika en diskussion om makt- och mediemonopol. Istället investerade gruppen utomlands.

I en internationell jämförelse är Bonniergruppen medelstor. Efter omsättning ligger gruppen på omkring sextonde plats vid en rangordning av världens 300 största medieföretag 1993 (Medien Jahrbuch, 1994). Omsättningen är en knapp femtedel av den för News Corporation (Rupert Murdoch) och en tiondel av den största koncernens – Time Warner. Man är dock större än t.ex. Turner Broadcasting (CNN) och jämstor med WAZ-gruppen (dagspress, radio och TV) i Tyskland (jfr Tunstall och Parmer 1991).

Bonnier fick sin position i första hand genom expansion inom de tryckta medierna. Frågan är då hur utvecklingen ser ut inom den privata etermedie-sektor som öppnats för hugade investerare sedan slutet av 1980-talet.

Den privata lokalradion

Tillkomsten av privat radio har öppnat ett nytt fält för mediemarknadens aktörer. Det finns emellertid betydande svårigheter att kartlägga ägarstrukturen på den kommersiella lokalradiomarknaden (jfr Sundin, 1994). Koncessions-

innehavarna är inte ensamma aktörer på marknaden utan där finns även nätverksbolag för produktion av allmänna program, producenter av riksnyheter, försäljningsbolag för riksannonser, lokala produktionsbolag, producenter av lokala nyheter, försäljningsbolag för lokalannonser samt produktionsbolag för radioreklam.

Efter de två auktionerna hösten 1993 utkristalliserades ett mönster med fem grupper av nätverkskaraktär (figur 5.1 ovan): *SRU/Rix*, *SRAB/City*, *SDR/Z*, *Annonssbolaget Radio/Megapol* samt *Energy-gruppen*.

Svensk Radioutveckling, SRU AB, bildades 1991 av bl.a. Göteborgs-Postens moderbolag Stampen. Avtal om samarbete slöts med cirka 35 tidningar. Hösten 1992 inträdde några landsortstidningar som nya delägare. Dessa kommer huvudsakligen från det som ibland kallas för den liberala sfären av landsortstidningar, bl.a. Hallandsposten och Västerbottens-Kuriren. SRU Rix med placering i Stockholm ansvarar för riksannonseringen. *Svensk Radiobokning*, SRAB startades av Svenska Dagbladet och Svenska Media-intressenter. Sedan har kretsen vidgats med bl.a. GE Programutveckling, ägare av bl.a. City Radio i Göteborg och Malmö. *Medvik i Sverige AB*, dotterbolag till Kinnevik, och SDR Gruppen AB bildade ett gemensamt bolag, ZRadio, för att etablera en rikstäckande lokalradiokedja. Det av Bonnierföretagen helägda Annonssbolaget Radio bildades 1993 och har byggt upp ett nätverk bestående av *Megapol-radio* i Västerås, Stockholm, Linköping och Örebro samt ett antal närradiostationer. *Energy* bildar ett litet nätverk, men med stor räckvidd, med stationer i Stockholm, Göteborg och Malmö samt med anknnytning till några oberoende stationer.

Nätverken fungerar vanligen som samordnare av både programinnehåll och reklam. Det finns dock inte något enhetligt mönster utan olika modeller prövas. Exempelvis producerar Produktions AB Göteborg 1, helägt av Stampen (Göteborgs-Posten), dels nationella program som vidaresänds i hela nätverket dygnet runt, dels det lokala materialet för Göteborgsstationen. Inom SRAB-nätet finns det inte någon nationell programmatning, utan de enskilda stationerna producerar egna program och byter mellan sig. En utförlig genomgång av de olika arbetsformerna finns redovisad i Staffan Sundins rapport som utarbetats på uppdrag av Pressutredningen -94.

Tre av de fem nätverken ägs således av familjeägda transnationella medie-företag, Jan Stenbeck med Kinnevik, familjen Bonnier med Bonnierföretagen och Marieberg samt Jean-Paul Baudecroux med NRJ. Bakom de två övriga nätverken står Göteborgs-Posten och delar av den liberala tidningssfären respektive Wallenbergsfären. Endast fem stationer står helt utanför nätverken.

Den privata televisionen

Den icke-licensfinansierade televisionens historia är kort i Sverige men utvecklingen har gått mycket snabbt och en lång rad nya företag har etablerats

på marknaden. Turbulensen på ägarsidan har varit omfattande. Bolag har bytt ägare helt eller delvis; nya delägare har tagits in via nyemissioner. Holdingbolag har bildats. Mot den bakgrunden är det f.n. en närmast omöjlig uppgift att i detalj kartlägga ägarstrukturen inom TV-branschen. Under det senaste året har dock tre tydliga ägarblock utkristalliserats på marknaden: Kinnevik, TV4 och Scandinavian Broadcasting System (SBS).

Kinnevik, som via direkt och indirekt ägande kontrolleras av Jan Stenbeck, har under kort tid byggt upp en företagsgrupp på TV-marknaden med en omfattande vertikal integration. Företaget är verksamt inom programproduktion, TV-reklamproduktion, textning och dubbning, reklamfinansierad TV, betal-TV, text-TV, försäljning av TV- och radioreklam, "homeshopping" samt kabel-TV. Man har samordnat verksamheten i en division för TV & Media, med en rad dotterbolag och dotterdotterbolag (Sundin, 1994). Vissa av bolagen har även ägaranknytning till andra större aktörer. Exempelvis är Time Warner minoritetsägare i TV1000 (31 procent) och Kabelvisionen.

Som tidigare framgått ägdes *TV4* ursprungligen av en mindre grupp investorer med bl.a. Wallenbergägda Investor AB och några företag med anknytning till lantbruksrörelsen. I samband med utdelningen av koncessionen för en markbunden TV-kanal erhöll Kinnevik 30 procent av aktierna i TV4 genom en riktad nyemission. Våren 1994 introducerades TV4 på börsen samtidigt som anställda, vissa affärskontakter och allmänheten fick möjlighet att via en nyemission teckna sig för aktier i bolaget. Det är tveksamt om TV4, trots att Kinnevik är den störste aktieägaren, skall räknas till Stenbeck-sfären. TV4:s verkställande direktör har vid upprepade tillfällen offentligt kritiserat Jan Stenbeck. I stället bedöms TV4 ingå i Wallenbergsfären, vars företrädare i styrelsen övertagit ordförandeposten (Sundin, 1994; jfr Hadenius och Anderberg, 1994).

En del av TV4:s uppdrag är att starta sändningar i s.k. lokala fönster i samarbete med lokala TV-bolag. Dessa bolag har i regel haft lokalt förankrade ägare. TV4 har som nämnts gått in som delägare i alla sina samarbetspartners med undantag för bolagen i Stockholm och Göteborg. TV4:s andelar har legat mellan 1 och 10 procent (Sundin, 1994). Under 1993 och 1994 har man successivt ökat sin ägarandel. En förutsättning har varit att de lokala TV-bolagen inte skall ha samarbete med TV Plus eller SBS.

Enskilda dagstidningsföretag har också gått in i lokala TV-bolag inom sina respektive utgivningsområden. Detta gäller i första hand större förstatidningar t.ex. Sundsvalls Tidning, Vestmanlands Läns Tidning och Västerbottens-Kuriren samt centertidningarna Hallands Nyheter och Östersunds-Posten. Även några A-presstidningar har engagerat sig i TV, bl.a. Värmlands Folkblad (Sundin, 1994:44). Särskilt intressant är situationen i Stockholm, där både Aftonbladet och Svenska dagbladet tecknat optioner i TV Stockholm, en station utanför TV4-sfären.

Vid sidan av de två stora aktörerna har under de senaste åren ett tredje block vuxit fram. Huvudbolag i blocket är det USA-ägda Scandinavian Broadcasting System (SBS) och i mindre del Gert Eklund Programutveckling (GEP). SBS störste ägare är Capital Cities (23,4%) som äger den amerikanska TV-kanalen ABC. SBS köpte 1991 75 procent i TV 5 Nordic Sweden (numera Broadcast Sverige Femman AB) som driver kabel- och satellit-kanalen Femman. Förra huvudägaren Matts Carlgren behöll 25 procent. SBS är även huvudägare i TV Norge och Kanal 2 i Danmark (Sundin, 1994).

Tendenser i medieägandet

Översikten av medieägandet uppvisar några karakteristiska drag. För det första är det uppenbart att det svenska mediasystemet genom tillkomsten av en kommersiell radio- och TV-sektor har tillförts *nya ägargrupper*. Den viktigaste är givetvis Kinnevik och Jan Stenbeck, men även utländska grupper som SBS och NRJ och lokala aktörer som Gert Eklund hör till de nya ägarna.

En andra tendens är att *det samtidiga ägandet av olika medier* successivt ökar. Det har varit särskilt tydligt beträffande dagspressens inträde i den privata lokalradion. Tre av nätverken har sådan tidningsanknytning. Flera tidningar är även delägare i de lokala TV-bolag som sänder i TV4. Successivt har även anknytningen mellan TV och radio ökat. Via Gert Eklund har det etablerats en länk mellan SBS och SRAB. En av ägarna av SRAB är intressent i TVPlus, det bolag som prövar att utveckla ett svenskt nätverk för lokal TV. Kinnevik har genom dotterbolaget Medvik aktiverat sig på tidningsmarknaden (Tidningen Z, På TV, Moderna Tider).

En tredje tendens är *internationaliseringen* i medieägandet. Medan det i stort sett saknas internationella aktörer inom dagspressen, har den privata radio- och TV-sektorn medfört att fler utländska intressen har etablerat sig i Sverige. De mest typiska exemplen är NRJ inom radio och SBS i TV, men även Time Warner som har etablerat sig inom kabel. Bland de tryckta medierna har motsvarande tendenser funnits endast inom populärpressen (Hultén, 1992). I övrigt har tendensen snarast varit den motsatta: svenska tidningsföretag har investerat utomlands, t.ex. Herenco och Ander i Norge (senare avvecklat) Pers i Finland och Bonniergruppen i Danmark och Frankrike (Sundin, 1992).

5.5 Publikkonkurrens?

I kapitel 4 beskrevs hur morgontidningsläsningen fångar upp såväl människors grundläggande orienteringsbehov som instrumentella behov av information – och underhållning. Ett huvudresultat var att den lokala morgontidningen fungerar som ett medium för lokal information. De läsare som vill

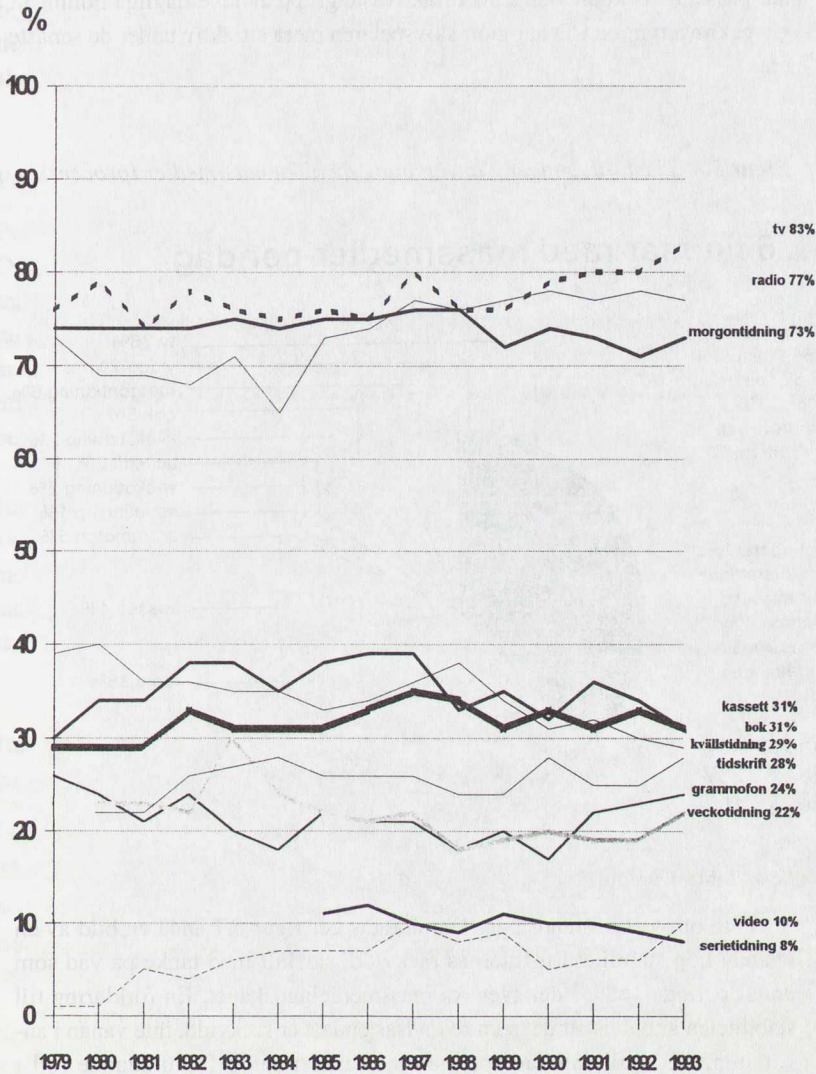
ha "fördjupning", väljer t.ex. storstadspres (inom området politik, samhälle och kultur) eller kvällspres (nöjen och sport).

I detta avsnitt är avsikten att belysa hur dagspressen förhåller sig till de andra massmedierna. Utgångspunkten är att först redovisa svenskarnas samlade mediekonsumtion och sedan att särskilt fokusera på publikutvecklingen i fråga om populär- och tidskriftspres respektive radio och TV. På grundval av detta diskuteras sedan dagspressens funktioner i det samlade massmediesystemet.

Den samlade massmediekonsumtionen

Tre huvudmedier dominerar svenskarnas massmedieanvändning: TV, radio och morgonpress. Räckvidden en genomsnittlig dag ligger för samtliga tre mellan 70 och 80 procent under hela tidsperioden 1979-1993. Siffrorna avser befolkningen mellan 9 och 79 år (figur 5.7). Om vi avgränsar oss till vardagar och personer mellan 15 och 75 år stiger dagspressens räckvidd till drygt 75 procent.

Figur 5.7 Massmedieexponering en genomsnittlig dag 1979–1993 (procent av befolkningen 9–79 år)



Källa: Mediebarometern 1993

I en andra grupp finns böcker och kvällstidningar samt ljudkassetter som en vanlig dag nyttjas av mellan 30 och 40 procent av befolkningen. Något lägre ligger tidskrifter, veckotidningar och grammofon. Video ligger lägst med under tio procent en vanlig dag.

För samtliga medier har den dagliga räckvidden varit i huvudsak stabil under 1980-talet. Radio och TV kan notera en viss uppgång under de senaste

åren och morgonpressen en liten nedgång. Räckvidden för kvällstidningarna har minskat under hela perioden. Tidskrifterna noterar en svag uppgång och har passerat veckopressen som attraktivaste grupp av icke-dagliga tidningar. Utvecklingen inom CD har gjort skivspelaren mera attraktiv under de senaste åren.

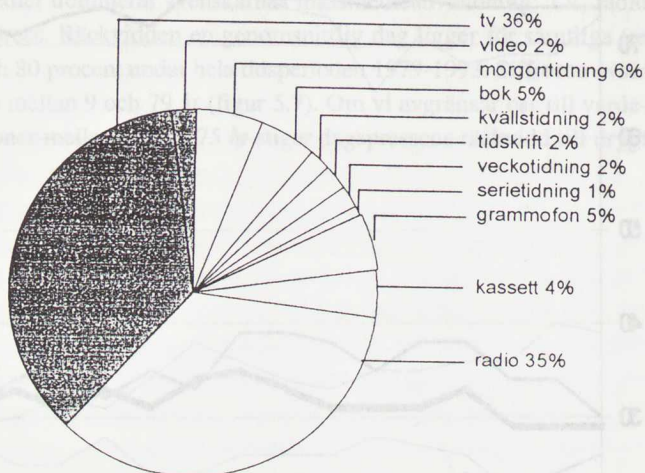
Figur 5.8 Tidsfördelningen i användning av olika massmedier (procent)

6 timmar med massmedier per dag

Genomsnittspersonen spenderar 359 minuter på massmedier en genomsnittlig dag 1993. Etermedierna - tv och radio - står för drygt 70% av denna tid.

Sammanlagt upptar lyssnandet den största tiden. Läsandet tar minst tid i anspråk. I procent av den totala massmedietiden blir fördelningen på detta sätt:

lyssnande	45%
tittande	38%
läsande	18%



Källa: MMS 1994

Även om vissa förändringar kan noteras ger figur 5.7 ändå en bild av en oväntat hög stabilitet i mediernas räckvidd, särskilt med tanke på vad som under perioden hänt i det svenska massmedielandskapet. En förklaring till stabiliteten är delvis att det som redovisas endast är räckvidd, inte vanan i användningen. Medierna kan spela en mer eller mindre framträdande roll i människors vanor utan att detta nämnvärt påverkar hur ofta man kommer i kontakt med mediet.

Till bilden hör emellertid att inte heller den bruttotid den svenska allmänheten lägger ner på mediekonsumtion är märkbart ändrad mellan 1979 och 1993. År 1993 är den summerade tiden över alla medier knappt 6 timmar (figur 5.8), 1979 var den 5 och 3/4 timmar. Också fördelningen mellan lyssnande, tittande och läsande är i stort sett densamma. Läsandet har dock minskat något och lyssnandet har vunnit motsvarande.

Sammanfattningsvis har det ökade utbudet inneburit en ökning i människors medieanvändning, men denna ökning är inte särskilt omfattande. I kabelområden som fått tillgång till fler TV-kanaler har tittartiden stigit tämligen blygsamt, kanske med 15 procent, men ökningen har främst funnits bland dem som har mest tillgänglig tid, främst barn och pensionärer. I det följande skall publiken för några enskilda mediekategorier belysas.

Populär- och tidskriftspress

Populärtidningar och tidskrifter har en stor spridning i det svenska samhället. Omkring 50 procent av allmänheten mellan 9 och 79 år uppger 1993 sig läsa minst en populärtidning ("veckotidning") en genomsnittlig vecka. Motsvarande tal för organisationstidningar, tidskrifter och liknande slag av tidningar är omkring 55 procent. Procenttalen kan sättas i relation till antalet tidningstitlar inom varje grupp; ett fåtal veckotidningar läses av en lika stor andel av befolkningen som ett mycket stort antal tidskrifter.

Populärtidnings- och tidskriftsläsningen skiljer sig betydligt mellan olika befolkningsgrupper. Det allmänna mönstret är att populärtidningar läses mest av kvinnor, lågutbildade och yngre personer, medan män, högutbildade och medelålders personer är överrepresenterade bland läsare av organisations- och fackpress. En översikt av publiksammansättningen för några typer av tidskriftsläsare finns i tabell 5.6.

Tabell 5.7 Läsning av populärtidningar och tidskrifter 1986 och 1993
(procent av allmänheten 9–79 år)

Tidningstyp och år	Kön		Ålder					Utbildning			Alla	
	Män	Kv	9–14	15–24	25–44	45–64	65–79	Låg	Medel	Hög		
<i>Populärpress</i>												
1986	44	73	57	59	54	61	71	62	62	51	59	
1993	37	63	38	49	44	55	62	60	47	45	51	
<i>Tidskrifter</i>												
1986	59	59	19	50	68	62	40	46	62	78	54	
1993	63	53	25	56	67	70	42	49	65	79	58	

Anm: Uppgifterna hämtade från Björkqvist-Hellingwerf, K: Mediebarometern 1979–1993 (1994)

Läsningen av veckotidnings- och tidskriftsinnehåll är till stor del bestämd redan genom typen av publikation. Genom att tidskrifterna är inriktade på bestämda typer av material är det naturligt att de som har köpt tidningen eller tidskriften också läser dess innehåll.

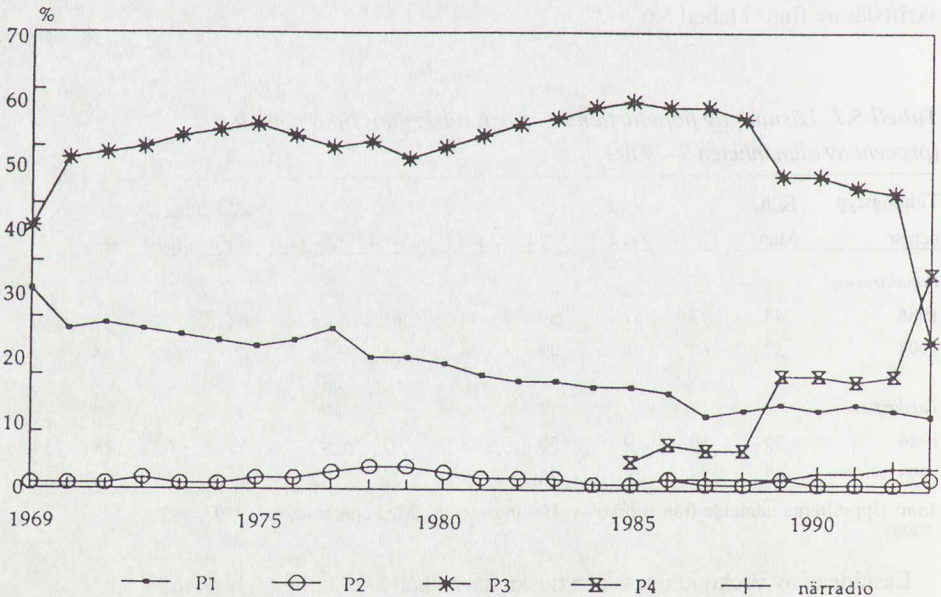
Den stora expansionen av specialtidningar och tidskrifter motsvaras av en viss ökning i läsandet, åtminstone fram till 1985. Det som motiverar läsningen är att det till stor del rör sig om tidningar som är nära knutna till arbetet eller fritidsintressen (jfr Weibull, 1978).

Radiolyssnandet

Totalt nådde ljudradion drygt 75 procent av allmänheten en vanlig dag 1993 (figur 5.6). En genomsnittlig vecka når ljudradion nästan 95 procent av svenskarna.

När det gäller Sveriges radios fyra kanaler hade 1993 P4 den största räckvidden med ca 45 procent, medan P3 hade 30 och P1 15 procent. Den kanalprofilering som Sveriges Radio genomförde den 1 januari 1993 har påverkat publiken: P3 är den stora ungdomskanalen, medan räckvidden för P4 stiger med ålder. Konsekvensen är att P3 totalt sett har tappat publik, medan P4 vunnit (figur 5.9; Cronholm m.fl., 1993).

Figur 5.9 Radiokanalernas publik. Procent av befolkningen mellan 7 och 79 år. Åren 1969–1993 (procent)



Anm: Uppgifter från Cronholm m.fl. (1993)

Ser vi till utvecklingen av lyssnandet över tid finner vi att P1 sedan slutet av 1970-talet under lång tid kraftigt tappade publik. 1977 var andelen lyss-

nare en vanlig dag fortfarande över 30 procent. Å andra sidan finns det en svag tendens att P1 i början av 1990-talet har vänt den nedåtgående trenden. Den tidigare lokalradion inom allmänradion, en del av P4-kanalen, varierar kraftigt i räckvidd mellan olika områden. Traditionellt har geografiskt mindre och befolkningsmässigt koncentrerade regioner, t.ex. Gotland, ett högt lyssnande.

Den stora förändringen inom radion har varit de många nya kanalerna, först genom tillkomsten av närradion i slutet av 1970-talet och från hösten 1993 den privata lokalradion. Andelen lyssnare på traditionell närradio har generellt varit låg. På små homogena orter, t.ex. Öckerö, och i områden där närradion utvecklades till en föreningsproducerad melodiradio, t.ex. i Stockholm och Göteborg, har närradiosiffrorna i vissa fall närmast sig P3 och P4 i räckvidd, och bland yngre lyssnare ofta blivit högre.

Tendensen är i huvudsak densamma internationellt: de stora lyssnar-grupperna fångas upp av de radiokanaler som erbjuder nyheter och lätt musik. Detta är också den profil som utvecklats av den kommersiellt orienterade närradion, liksom av den lokala allmänradion, t.ex. Radio Stockholm, som nått betydande framgångar i början av 1990-talet.

Det är ännu för tidigt att uttala sig om den privata lokalradions publik. De första mätningarna uppvisar stora variationer beroende på typ av radio eller typ av geografiskt område. De första mätningarna från första halvåret 1994 redovisar spännvidder mellan 5 och 28 procent (tabell 5.6). Skillnaderna beror delvis på hur länge den privata lokalradion har varit igång på respektive ort.

Tabell 5.8 Räckvidd för P1, P3 och P4 samt privat lokalradio på några orter våren 1994 (procent av allmänheten 9–79 år)

Kanal	Linköping	Norrköping	Eskilstuna	Sundsvall	Gävle	Stockholm	Växjö	Göteborg
P1	14	17	11	10	10	15	11	15
P3	29	22	33	27	27	16	21	26
P4	36	40	34	37	40	25*	43	37
Privat lokal	11	28	5	23	16	25	24	13
Antal svar	671	553	591	662	620	844	878	856

*Avser Huvudstadsradion 103,3; P4 Stockholm har 14%

Anm: Data från RadioUndersökningar AB, 1994

En huvudtendens från mätningarna 1994 är att Sveriges Radios P3 är relativt sett svagare, där den privata lokalradion är stark. Det är kanaler som delvis vänder sig till samma åldersgrupper. En jämförelse mellan det samlade radiolyssnandet i november 1993 och april 1994 visade att den privata lokal-

radion ökat sin andel av lyssnartiden från 5 till 15 procent medan P3 minskat från 33 till 22 procent (RUAB, 1994). Den lokala P4-kanalens räckvidd eller lyssnartid förefaller inte påverkas av den privata lokalradion.

Tre drag är utmärkande för radiomediets utveckling i ett drygt tioårs-perspektiv. För det första har radion för de flesta blivit allt mera av ett bakgrundsmedium; andelen aktiva lyssnare är låg. Visserligen påverkas uppmärksamheten av programinnehållet, men för en stor majoritet av lyssnarna fungerar radion huvudsakligen som en ljudtapet.

Ett andra drag är att radion i hög grad är inflätad i människors vardag. Man väcks av en klockradio, lyssnar på morgonnyheterna, lyssnar i bilen och under lunchen osv. Det är i hög grad lyssnarens situation som avgör lyssnandet. Om ett radioprogram får en stor publik beror det i de flesta fall mer på tidpunkten för sändningen än på innehållet. Följden är att de högsta lyssnandelarna finns under morgon och middag samt tidig kväll. Den ökande andelen passiva lyssnare har emellertid gjort att dessa skillnader idag är mindre än förr (Strid, 1993).

Ett tredje drag är att publiken fördelats på allt fler kanaler. Visserligen har P3 och P4 ännu så länge lyckats behålla sin ställning som publikmässigt breda kanaler. Mycket tyder emellertid på att dessa på sikt kommer att tappa publik till privat lokalradio. Också andelen flerkanalsslyssnare förefaller att minska över tid. Internationellt är detta ett typiskt mönster; i de flesta länder där många radiokanaler konkurrerar håller lyssnarna sig normalt till en kanal. I de flesta fall är det radiokanalens musikprofil som i första hand bestämmer olika åldersgruppers val.

TV-publiken

En genomsnittlig dag tittar nästan 85 procent av svenskarna på TV. TV är det medium som ägnas mest uppmärksam tid. Genomsnittstittaren ägnar omkring två timmar per dag åt TV. Det har skett en successiv ökning under 1980-talet. TV-tittandet tar drygt 1/3 av genomsnittssvenskens tid mellan 18 och 22 en vanlig vardagskväll. De flesta tittare väljer program med hänsyn till innehåll och tillgänglig tid utan att fundera på vilken kanal det gäller. Den kanal som kan skapa den mest attraktiva programprofilen vid rätt tidpunkt på dagen når den största publiken. Svensk s.k. *prime time*, den tid på kvällen då TV når flest personer, ligger mellan kl 19.30 och 21.30 (Cronholm m.fl., 1993). I länder med senare vanor, förskjuts *prime time* i motsvarande mån.

Exponeringen för TV varierar mellan olika befolkningsgrupper. Generellt är de yngsta och de äldsta de verkliga högkonsumenterna av TV. Vidare exponerar sig människor med låg utbildning mer för TV än de med hög. Tabellen visar att det framför allt är äldre människor som har ett omfattande tittande. Mer än varannan pensionär ser två timmar eller mera. Det genomsnittliga tittandet bland personer över 65 år är drygt tre timmar per dag.

De allmänna mönstren i TV-tittandet är desamma i de flesta länder. Tittartiden är som regel mer omfattande där televisionen har längre sändningstid, t.ex. i USA, men påverkas även av TV-systemets karaktär. Ökningen i svenskarnas tittande sammanhänger med fler sändningar på lördag och söndag samt tidigare sändningsstart på vardagar. Samtidigt betyder en ökning i tittartiden vanligen att uppmärksamheten i tittandet sjunker. När tittartiden blir längre beror det inte sällan på att TV-apparaten står på så fort någon är hemma, mera än att man tittar uppmärksam. TV-tittandet i amerikanska hushåll liknar ofta ett uppmärksamt radiolyssnande. Den lägre uppmärksamheten påverkas av typen av program.

Tre programtyper i TV svarar traditionellt för klart högre publikandelar än övriga: långa nyhetsprogram (Rapport och Aktuellt), sport och nöjesprogram. En annan grupp med relativt höga tittarsiffror är s.k. blandprogram, t.ex. caféprogram, långfilm och övrig fiktion.

Huvudintrycket är att de flesta befolkningsgrupper väljer ungefär samma typ av TV-program, men det finns också klara skillnader. Mäns och kvinnors preferenser skiljer sig främst åt beträffande nyheter och sport. För de flesta programtyper är andelen tittare större bland de äldre, särskilt gäller detta de längre nyhetsprogrammen. De enda programtyper där yngre är mer intresserade än genomsnittet är långfilm och sport. Det allmänna mönstret för de flesta typer av program är att lågutbildade ser mer än högutbildade. I motsats till exempelvis vid tidningsläsning gäller detta särskilt nyheter och samhällsstoff.

TV är således i första hand ett medium för nyheter, underhållning och sport. Detta är ett stabilt mönster över tid och i olika länder. I Sverige har fördelningen mellan huvudtyper av program varit ungefär densamma sedan tvåkanalsystemet infördes 1969. Tvåkanalsystemet medförde i sig att tittandet ökade något på det lättare stoffet och minskade i motsvarande grad för samhällsstoffet. När valfriheten ökade prioriterade tittarna det mer underhållande utbudet; detta har särskilt gällt lågutbildade och yngre (Reimer, 1994; Berg och Kiefer, 1992).

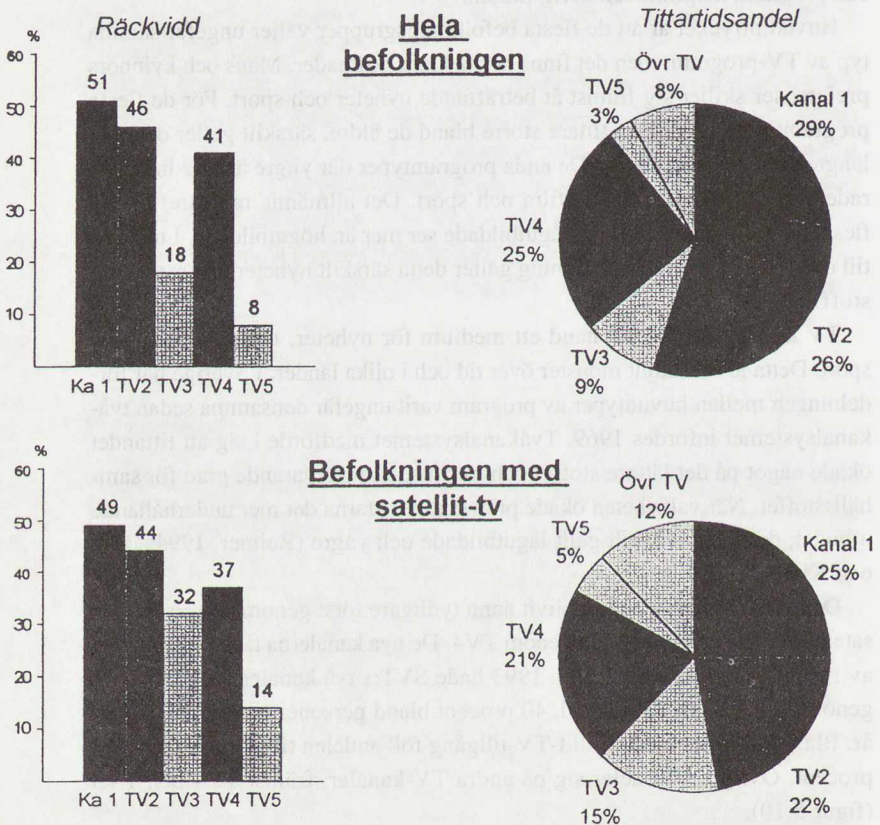
Den senare tendensen har blivit ännu tydligare först genom tillkomsten av satellit-TV-kanaler och sedan genom TV4. De nya kanalerna tar en ökande del av människors tittartid. Hösten 1993 hade SVT:s två kanaler 55 procent av genomsnittssvenskens tittartid, 40 procent bland personer mellan 15 och 30 år. Bland personer med satellit-TV-tillgång föll andelen till 47 respektive 34 procent. Övrig tid fördelar sig på andra TV-kanaler, främst TV4 och TV3 (figur 5.10).

En följd av de många nya kanalerna och människors preferenser är att TV-tittandet ändrat karaktär. När satellitsändningar blev tillgängliga i svenska hushåll, var det i första hand underhållningsprogrammen i Sveriges Television som tappade, medan nyhetssändningarna till en början klarade sig något bättre. Detta är samma fenomen som man sett i utländska studier av konkur-

rensen mellan nationell TV och andra kanaler. Tittandet på SVT:s nyhetsprogram har ändå successivt minskat; samtidigt har dock exponeringen för Nyheterna i TV4 ökat (se även kapitel 7).

Allmänt förefaller TV:s informativa funktion vara mindre framträdande 1993 än i mitten på 1980-talet. Att se på nyheter är inte längre lika självklart för alla tittare. Nyhetstittandet är 1993 mera anknutet till människors utbildning och politiska intresse än det var 1986. Det har framhållits att det finns en klart ökad social snedfördelning i TV-tittandet, i och med att lågutbildade relativt sett föredrar underhållning och högutbildade nyheter (Reimer, 1994, s. 205).

Figur 5.10 TV-tittandet en genomsnittlig dag, hösten 1993 (procent)



Källa: MMS

Tendenser i medieanvändningen

Radion och televisionen har tidvis uppfattats som hot mot dagspressen. En genomgång av de undersökningar som finns för perioden fram till 1980-talets mitt ger inte belägg för att så skulle vara fallet. De flesta studier pekar snarast på att nationella sändningar i radio och TV fungerat som ett komplement till en i huvudsak lokal morgonpress. Den typ av innehåll som erbjöds i den nationellt spridda morgon- respektive kvällspressen var också sådant att det egentligen inte konkurrerade med radio och TV.

I själva verket visar sig allmänna antaganden om direkt utbytbart mellan medier sällan rimliga. Visserligen har ändrade medievanor kommit att ge ett sådant intryck, men det har inte varit hela sanningen. Ett exempel är vad som hände med radiolyssandet efter introduktionen av TV.

Före TV-starten hade ljudradion sin starkaste ställning på kvällstid. Underhållningsprogrammen på lördagskvällarna samlade nästan hela svenska folket och det var i högsta grad ett aktivt lyssnande. När televisionen introducerades försvann huvuddelen av radions kvällspublik. De som sökte nyheter, underhållning och förströelse började se på TV; ljudradion blev ett selektivt medium för mindre grupper. I skuggan av TV kom radion istället att utveckla egenskaper där den var överlägsen, t.ex. snabbhet i nyhetsförmedlingen, och behöll därmed attraktionskraft i stora grupper. Annorlunda uttryckt kom radion i konkurrens med TV att utveckla sina starkaste sidor.

Ett annat exempel är videotittandet. I början av 1980-talet bedömdes videon kunna bli ett mycket snabbt expanderande medium. Av Sveriges Radio-koncernen beskrevs det inte sällan som en potentiell konkurrent till allmän-TV. Till en början ökade också användningen parallellt med innehavet av videobandspelare. Mönstret ändrade sig dock vid mitten av decenniet. Medan andelen videoinnehavare fortsatt att stiga och 1993 hade nått över 70 procent, stannade andelen användare en genomsnittlig dag under tio procent (Kratz, 1994b; Björkqvist-Hellingwerf, 1994b). Samtidigt hade videobandspelaren successivt fått ett avgränsat användningsområde: inspelning av TV-program och tittande på hyrfilm (Anshelm, 1993).

Även om inget enskilt medium helt har försvunnit genom att nya medier introducerats är det uppenbart att vissa medier har minskat i betydelse, t.ex. att biograferna drabbats i konkurrensen från TV. Den principiellt intressantare frågan är dock *hur* människor reagerat på det ökade medieutbudet. En reaktion som har kunnat utläsas redan i avsnitten om radio och TV är att även om en viss medieteknologi (ljudradio, television) har behållit eller kanske t.o.m. stärkt sin ställning, har enskilda kanaler inte sällan tappat i uppmärksamhet. Där ett större utbud blivit tillgängligt har tittandet fördelat sig över detta.

Det ökande valet mellan enskilda medier som framträder i flera studier under 1980- och 1990-talen innebär att *selektiviteten i användningen* ökar. Förklaringen är helt enkelt att utbudet ökar mer än den tid som finns tillgänglig för användning. Tendensen gäller i stort sett alla typer av medier, även om

den förefaller mest tydlig för radio och TV samt för morgonpress (Becker och Schönbach, 1989).

För dagspressen är det mest prioriterade innehållet de lokala nyheterna. Vidare är intresset stort för inrikes- och utrikesnyheter och annonser. Detta är dock inte något utmärkande för 1980- och 1990-talen. Allt talar för att dessa läspreferenser utvecklades som en följd av konkurrensen med TV-mediet under andra hälften av 1960-talet och att detta förstärktes genom pressens redaktionella prioriteringar under 1970-talet (Weibull, 1983).

Selektiviteten i TV-tittandet har ökat i takt med att utbudet expanderat. Människors nyttjande av det ökade utbudet i TV påverkas av både grundläggande orienteringsbehov och bestämda intressen. Precis som i fråga om dagstidningsläsning blir följden att publiken fördelar sig över de flesta kanaler. I och med att den totala tittartiden ökat tämligen blygsamt har denna tendens i tittande medfört att Sveriges Television har tappat publikandelar.

För radiomediet har nyheter och musik blivit det mest prioriterade innehållet. Till skillnad från dagspress och TV, men i likhet med kvällspress, fungerar radion också som en uppdatering – lyssnarna vill veta vad som hänt för att senare fördjupa sig i andra medier. Under 1980-talet har studier kring olika stora nyhetshändelser – bl.a. nyheten om mordet på Olof Palme 1986 (jfr Weibull, 1986) – bekräftat att detta är typiskt för människors sätt att nyttja radion och kvällspressen.

I övrigt handlar användningen främst om förströelse och bakgrundsbrus. Det senare hindrar dock inte att det också här finns en selektivitet bland lyssnarna. Studier av de närradiostationer som under slutet av 1980-talet började sända popmusik för en yngre publik har klart visat att dessa kunde nå stora publikandelar i sina målgrupper genom att sända "rätt" musik, vilket präglar innehållet i flera av storstädernas privata lokalradiostationer.

Den samlade utvecklingen av specialtidnings- och tidskriftsbranschen under 1980-talet är i sig ett uttryck för selektiviteten i medieanvändningen. Det har funnits ett ökat utrymme för allt smalare tidningar. Dessa tidningar har läsarna dessutom varit beredda att betala relativt mycket för. Samtidigt har de breda familje- och damtidningarna under hela perioden tappat i upplaga. Dessa två tendenser sammantagna innebär att den icke-dagliga pressen fragmentiserats ungefär på samma sätt som TV-mediet.

Utvecklingen rymmer samtidigt en paradox. Selektivt nyttjande av enskilda medier förefaller gå parallellt med *ett minskat engagemang i all medieanvändning*. De medier som inte aktivt väljs blir en del av det dagliga bakgrundsbruset. Att medieanvändning kan vara sekundär har redan påvisats för ljudradion, där detta kanske är mest påtagligt. Ett sådant lyssnarmönster är i sin tur mest typiskt för musikkanalerna. Mer intressant är att samma mönster finns i TV-tittandet. Studier från Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning (t.ex. Nordström, 1990) har visat att också andelen TV-tittare som samtidigt sysslar med annat har ökat. Tendensen är internationell

och gäller i första hand yngre personer, som ser lätta program (Berg och Kiefer, 1992).

Det har redan konstaterats att det även finns ett vanemässigt bläddrande genom morgontidningen. Morgontidningen illustrerar väl inom sig denna medieanvändningens paradox: inom en given ram söker läsarna sig fram till det för dem relevanta innehållet. En annan tendens för morgontidningsläsningen under 1980-talet är att antalet lästillfällen för den enskilda tidningen har ökat. Detta har sin grund i att läsning på arbetsplatsen förefaller spela en större roll än tidigare. Att tidningsläsningen är delad på flera lästillfällen tyder på att läsarnas relation till tidningen är mindre strikt än tidigare. Detta sätt att läsa visar sig vara särskilt framträdande bland de yngre.

För kvällspressläsningen är det inte lika lätt att finna någon enhetlig tendens av samma slag. De studier av förtroende som gjorts under 1980-talet ger en antydning om att kvällstidningsläsningen mer är en fråga om förströelse än om informationsinhämtande.

5.6 Funktionsdifferentiering av mediasystemet

Ett sätt att sammanfatta både struktur- och publikutvecklingen i det svenska medielandskapet är att beskriva den i termer av en successiv funktionsdifferentiering mellan olika typer av medier. Med detta menas att enskilda medier har utvecklat sina egenskaper i konkurrens om människors tid samtidigt som publiken inom ramen för ett ökande medieutbud försökt att prioritera bland mediernas respektive innehåll efter de egna behoven. I detta ligger således en anknytning till det som inledningsvis beskrevs som utbud och publik i samspel: det har skett en profilering i utbudet och en funktions-specialisering i användningen.

Mot denna bakgrund är det av intresse att finna ett sätt att visualisera mediernas funktioner som dessa framträder i studier av publikvanor och publikpreferenser under 1980- och 1990-talen (jfr Djerf, 1986; Weibull, 1989, 1991; Höijer och Nowak, 1990; Kratz, 1991; Kratz-Weibull, 1993). Utgångspunkten är att det finns en grundläggande skillnad mellan medier som primärt – men inte enbart – fungerar som informationsmedier för sina användare och medier som primärt – men inte enbart – är förströelsemedier. Detta är en närmast klassisk tudelning (Lazarsfeld, 1940; Ohlsson, 1989) som givetvis rymmer en hög grad av förenkling. Klart är emellertid att information respektive förströelse är två grundfunktioner som klart kommer fram i studier av hur människor ser på medierna.

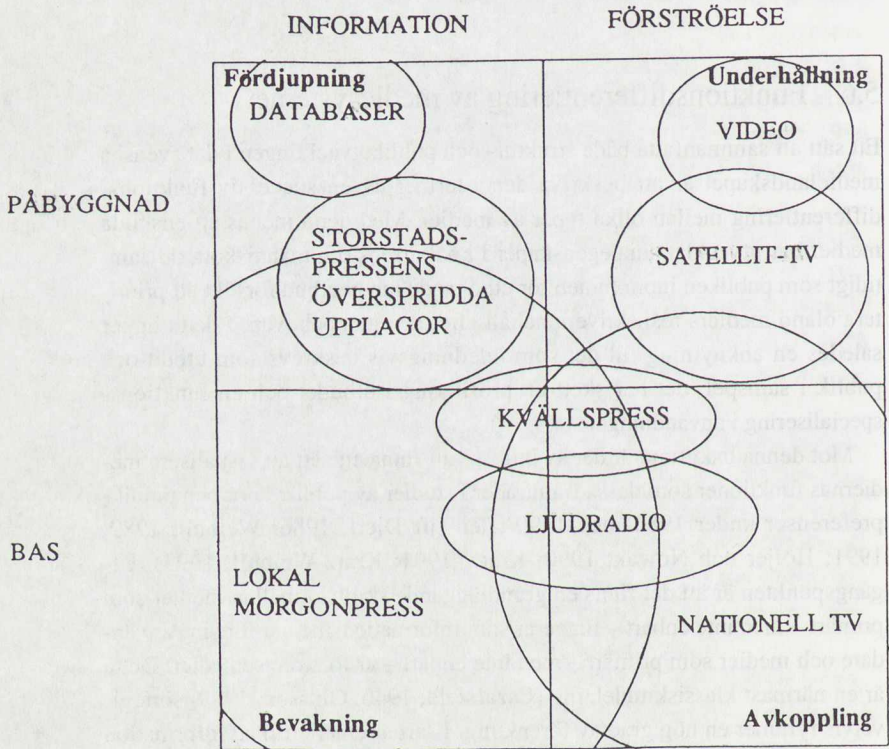
I figur 5.11 svarar den horisontella dimensionen mot denna skillnad mellan i huvudsak *informationsinriktning* i användningen respektive i huvudsak *förströelseinriktning*.

Den vertikala dimensionen avser å ena sidan den grundfunktion ett medieutbud har för sin publik och å andra sidan de möjligheter till fördjupning

eller specialisering det erbjuder. Detta kan beskrivas som en skillnad mellan en bas- och en påbyggnadsfunktion. Utbudet i skilda medier kan bedömas som mer eller mindre bra beroende på vilken funktion det fyller för användaren. Vi kan således skilja ut sådana medier som upplevs vara särskilt bra på att ge allmän information respektive förströelse, och medier som har en mer grundläggande social funktion och sådana som är bra på speciella ämnen.

Om vi för samman dessa två funktionsdimensioner till en medietypologi kan vi karakterisera den svenska morgonpressens position i massmediesystemet ur ett publikperspektiv (Figur 5.11).

Figur 5.11 En typologi för det svenska massmediesystemet ur ett publikperspektiv



Anm: Utveckling av motsvarande figur i Weibull (1989a, s. 46)

Dagspress: lokalt bevakningsmedium med fördjupning

Om vi väljer att ta den lokala morgonpressen som utgångspunkt kan denna i första hand betraktas som ett informationsmedium. Det viktiga är emellertid att denna fungerar både som ett grundläggande bevaknings- och ett fördjupningsmedium. Det senare torde vara en förklaring till att de lokala morgontidningarna i Sverige förmått kombinera lokal anknytning och bredd (bevakning) med samhällsorientering (fördjupning). De har varit uppmärksamma på lokalkonsumtionens behov och därmed blivit det dominerande lokalmediet. Genom att den lokala orienteringen – både generell och i fråga om praktiskt nyttig information – för de flesta människor är ett grundläggande behov, har dagstidningen också blivit en naturlig del i deras dagliga liv. En effektiv morgondistribution har troligen spelat en viktig roll för att vidmakthålla läsvanan.

Om vi studerar förhållandet mellan lokal morgonpress och andra tryckta medier finns det givetvis konkurrens främst vad gäller informationsfunktionen. Särskilt intressant är i detta sammanhang den s.k. storstadspressen – morgontidningarna i Stockholm, Göteborg och Malmö. På sina utgivningsorter fungerar de som lokala morgontidningar samtidigt som de genom sina nationellt eller regionalt spridda upplagor erbjuder ett politiskt, ekonomiskt och kulturellt tillval (Kratz, 1991). Under 1980-talet har dessa tidningar tappat upplaga i sina omland bl.a. som en följd av prishöjningar: storstadspressens överspridda upplaga tycks komma i kläm mellan specialiserade tidningar, t.ex. Dagens Industri eller Moderna Tider, och en förbättrad kvalitet hos de lokala tidningarna. En definitiv prioritering kommer till konkret uttryck då abonnemangspriset stiger (jfr Severinsson, 1994).

Den lösnummerförsålda kvällspressen och den lokala morgonpressen har en stor övertäckning. Kvällspressen tycks fungera som en uppdatering av morgonpressen, men också som en specialisering i fråga om sport och förströelse. Det är endast i Stockholm som det finns en större andel av allmänheten som nöjer sig med en kvällstidning.

TV som förströelse- och underhållningsmedium

Det andra centrala mediet i svenskarnas tillvaro är TV. Det spelar en viktig roll både för information och förströelse. Olika undersökningar har visat att det för stora grupper av människor huvudsakligen är ett förströelsemedium. För Sveriges Television ligger dock styrkan i ett brett nyttjande: både nyheter och förströelse är attraktiva innehållskategorier. Den expansion som skett för TV-mediet har framför allt ägt rum i den övre högra rutan i schemat med video eller satellit-TV.

Videon och satellitkanalerna används huvudsakligen som underhållningsmedier, där de särskilt bland yngre anses betydligt bättre än exempelvis

svensk nationell TV (Roe och Weibull, 1989). Det senare gäller uppenbarligen även TV4, som bland ungdomar vunnit stor popularitet. Också internationellt finns en sådan tendens (Berg och Kiefer, 1992:282). Det duala etermediesystemet tycks medföra att public service-TV kommer att positioneras något mera mot det informativa, medan de privata kanalerna står starka i fråga om avkoppling och förströelse.

Videomediet nådde till en början stora framgångar som underhållningsmedium, i första hand beträffande hyrd långfilm. Tillkomsten av nya satellitkanaler med inriktning på underhållning har breddat TV-utbudet. Utvecklingen har klara paralleller med hur tillkomsten av nationell television på 1950-talet bidrog till att veckopressen kom att tappa sin roll som underhållningsmedium. Denna sökte då återvinna något av publikintresset genom att minska följetongsmaterialet och öka frågespalterna – dvs. gå i riktning mot informationsfunktionen.

Som ett tidigare exempel visade kom ljudradion att tappa sin traditionella informations- och förströelsefunktion i konkurrens med televisionen. Mediet utvecklade sig då, i viss likhet med kvällspressen, till ett uppdaterings- och förströelsemedium. Den nya lokalradion har inte ändrat på detta förhållande; snarast har P4-kanalen och den privata lokalradion förstärkt denna tendens. De lokala nyheter som radion erbjuder har hittills varit alltför få för att innebära någon reell konkurrens med den lokala morgontidningen. I stället kommer radion bland intresserade lyssnare att användas till det den är bäst på: snabb uppdatering i fråga om de viktigaste nyheterna. Det är karakteristiskt att de nyhetsintresserade tar del av både tidning och radio.

Också databaserade medier kan förväntas komma att spela en viktig roll särskilt i fråga om fördjupning. Detta gäller främst text-TV och videotex. Genom att de utgör databaser är den erbjudna volymen mångdubbelt större än vad som kan förekomma i t.ex. en tidning och innehållet kan inriktas på alla slags nyheter, även lokala.

Problemet i dessa medier har hittills varit att det är svårt att få en överblick av vad de erbjuder. De är utmärkta för fördjupning men sämre på att snabbt ge grundläggande orientering; möjligen är text-TV ett undantag.

Den redovisade analysen av funktionsdifferentieringen inom det svenska mediesystemet är baserad på hur medievanor, innehållspreferenser och publikattityder utvecklats i Sverige till början av 1990-talet. Schemat blir ett slags parallell till motsvarande profilering i utbudet. Den avslutande frågan är hur dessa två utvecklingslinjer hänger samman? I vad mån utgör de långsiktiga förändringar och vad kan i så fall tänkas vara orsaken?

Komplementära medier...

Mot bakgrund av vad som här redovisats är det en naturlig slutsats att det i huvudsak råder komplementära relationer mellan de flesta medier som inte konkurrerar funktionellt.

Om vi tar dagspressen som utgångspunkt är variationen i lokal morgontidningsläsning marginell med hänsyn till tittande på nyheter i TV eller lyssnande på radio. Den allmänna tendensen är snarast att de som ser på TV-nyheter mer än genomsnittet också läser morgonpress något mer regelbundet. Också lyssnandet på lokala radionyheter är komplementärt i förhållande till morgontidningsläsning.

Samtidigt finns det en tendens att det råder mer av konkurrensförhållande mellan morgon- och kvällspress. De som regelbundet brukar läsa lösnummertidningar är något mindre regelbundna morgontidningsläsare. Kvällstidningar förefaller således konkurrera om någon funktion som även erbjuds av morgonpressen.

... eller funktionskonkurrens?

När vi talar om en möjlig konkurrens om olika mediefunktioner är det väsentligt att förstå funktionsdifferentieringen inte bara som en bild av vad de existerande medierna erbjuder utan som en antydning om grundläggande samhällsliga funktioner som medier eller andra kanaler kan tillfredsställa. Varje utvecklat samhälle har sådana behov som här beskrivits som funktioner. Bevakning av omvärlden är troligen den mest centrala, men också förströelse spelar en viktig roll. Dessa är socialt betingade behov, medan det som kallats tillval i större utsträckning är knutet till små grupper eller enskilda individers särskilda intressen.

I många samhällen eller inom många samhällsgrupper är det inte de traditionella medierna som fyller de redovisade funktionerna. I Sydeuropa är det inte sällan det lokala torget eller baren som är den viktiga platsen för den som vill veta vad som händer; inom en invandrargrupp i Sverige kan det vara ett socialt nätverk som förmedlar relevant information. Förströelse kan lika gärna vara ett besök på en pub med goda vänner som ett par timmar i TV-fåtöljen. Empiriska studier visar också att på orter där underhållningsutbudet utanför medierna är större ligger TV-tittandet lägre.

Innebörden av sådana resonemang är att konkurrens om sociala funktioner kan vara såväl en konkurrens mellan enskilda medier som en konkurrens mellan medier och andra sätt att tillfredsställa behoven. Utmärkande för Sverige är att dagspressen har varit mycket framgångsrik när det gäller att täcka många olika behov. De svenska dagstidningarna har under det senaste halvsekleklett successivt trängts tillbaka till den nedre vänstra delen i figuren, men samtidigt varit ytterst framgångsrika att där upparbeta ett stort intresse bland allmänheten. Medan t.ex. gratistidningar i Danmark kommit att spela en stor

roll för den mycket lokala informationen har i Sverige dagspressen behållit denna marknad.

En annan iakttagelse är att den horisontella dimensionen i stor utsträckning sammanfaller med en tidsdimension, närmast med dagens timmar. Den första delen är framför allt bevakningsinriktad och präglad av ett orienteringsbehov, medan utrymmet för förströelse successivt ökar under dagen. Att de lokala tidningarna är morgonutgivna ger dem därför en särskilt stark ställning. I ljuset av detta är det också lätt att identifiera radion och lösnummertidningarna som uppdateringsmedier med både information och lättare innehåll.

Mot bakgrund av analyserna av relationerna mellan olika medier är det intressant att försöka analysera framtiden för dagspressen i relation till de nya medierna. Det är uppenbart att konkurrensen kan komma från åtminstone tre håll. Det kan ske genom

- att TV utökar sin lokala bevakning i morgonsändningen
- att lokala gratistidningar erbjuder en ännu lokalare information
- att elektroniska medier, som nu främst svarar mot fördjupningsbehov, får ett lokalt breddat användningsområde

Ännu så länge har sådan konkurrens spelat en mycket liten roll. Det enda som i vissa områden haft betydelse är *gratisutdelade tidningar* eller annonsblad. Genomförda undersökningar har emellertid visat att dessa bland den svenska allmänheten har förhållandevis låg status i jämförelse med dagstidningar. De områden där gratistidningar haft framgång är sådana där de större tidningarna av olika skäl har en svag lokalbevakning, t.ex. i Stockholms södra förorter, eller i gränsområden mellan olika dagstidningar där ingen tidning har tillräckligt stark ställning, t.ex. i Tierp och Kiruna.

Morgon-TV är en relativt ny företeelse i Sverige. Den startade hösten 1992 i TV4 och följdes i januari 1993 av morgon-TV i TV2. Sändningarna har en daglig räckvidd på omkring 15 procent av befolkningen mellan 9 och 79 år. Utmärkande för sändningarna är att de huvudsakligen är nationellt inriktade.

De uppföljningsundersökningar som gjorts, bl.a. inom ramen för studier initierade av Pressutredningen -94, ger ingen entydig bild. Det visar sig visserligen att morgontidningsläsningen är mindre regelbunden bland dem som ser på morgon-TV (Weibull, 1994c), men detta är inte nödvändigtvis en effekt av morgon-TV; denna grupp, bl.a. yngre barnfamiljer, var redan tidigare i mindre utsträckning prenumeranter på morgontidningar (se kapitel 4). Å andra sidan visar en direkt jämförelse att nedgången i andelen prenumeranter ligger över ett befolkningsgenomsnitt bland personer som regelbundet följer morgon-TV.

En rimlig slutsats är att morgon-TV i varje fall inom vissa grupper har påverkat vanan att hålla sig med dagstidningar som morgonmedium i hushållet. Samtidigt ger resultaten vid handen att morgon-TV i större utsträckning gått ut över radiolyssnandet. Nästan en tredjedel av de regelbundna morgon-TV-

tittarna uppger sig lyssna mindre på radio än tidigare (Weibull 1994b; jfr Gunther 1989).

Morgonsändningarna i TV i sin nuvarande form har påverkat vissa gruppers morgontidningsvanor, trots att det knappast finns någon större *innehållslig* funktionskonkurrens mellan nationell morgon-TV och lokal morgontidning. Troligen kommer lokala morgon-TV-sändningar att ha en större inverkan härvidlag. Hur stor denna skulle kunna bli är dock vanskligt att förutsäga på grundval av redovisade iakttagelser.

Om utvecklingen av ett *elektroniskt multimediesystem* som kan förändras från en fråga om specialisternas fördjupningsbehov till att handla om en mer generell användning för lokal orientering, har det diskuterats relativt mycket under de senaste åren. Sådana system har några av tidningens medietekniska fördelar bl.a. genom att de snabbt kan genombläddras, att de är sökbara och att informationen kan lagras och dokumenteras. Det är samma typ av principer som numera styr informationshantering *inom* dagstidningsföretagen. Motsvarande teknik används också redan i Sverige för överföring av tidningar till synskadade anslutna till det s.k. RAPS/RATS-systemet (Ds U 1984:8).

Förutsättningar för tekniken är emellertid att hushållen är utrustade för mottagning. Ett första steg är tillgång till dator eller möjligen till fax. Ännu är emellertid utbredningen av denna hushållsteknologi förhållandevis blygsam. Hösten 1993 uppgav dock 20 procent av allmänheten mellan 15 och 79 år att de hade persondator och 7 procent att de hade hemfax (Kratz, 1994b). Tillväxten av sådan teknologi är dessutom relativt snabb.

En rimlig slutsats är att sådan teknologi snart kan komma att prövas i större skala för överföring av tidningsinnehåll till intresserade hushåll. En del svenska tidningsföretag har påbörjat eller avser att inom kort påbörja prov. Det är samtidigt viktigt att framhålla att det finns en grundläggande skillnad mellan sådan teknologi och dagens tidningar. Den traditionella dagstidningens styrka är att den erbjuder en snabb överblick av ett skeende; den ger en ram för läsarna inom vilken de sedan kan söka sig vidare. Den nya teknologin fordrar att användarna i förväg vet vad de skall söka efter, i varje fall i huvudsak. När större krav läggs på användaren talar mycket för att tidnings-spridning via dator kan leda till en ökad social snedfördelning i medborgarnas informationsinhämtande.

Andra förändringsmönster

Så långt har vi utgått från konkurrens- respektive komplementförhållanden som kunnat föras tillbaka till mediernas karaktär eller deras innehåll. Det finns emellertid också relationer som endast med svårighet låter sig härledas på detta sätt – satellit-TV-tittandets inverkan på den lokala morgontidningsläsningen.

I flera studier har det kunnat påvisas att andelen regelbundna morgontidningsläsare är lägre bland personer som har tillgång till satellit-TV och som ofta ser på sådana kanaler. Ett första försök till förklaring är att sambandet är skenbart; det finns ingen egentlig relation utan det beror på att det rör sig om yngre personer; dessa läser traditionellt morgontidningar mindre regelbundet, samtidigt som de är intresserade av satellit-TV. En mer detaljerad genomgång visar emellertid att sambandet finns i alla åldersgrupper (tabell 5.9).

Är det då satellit-TV-tittandet som är "orsaken" till den mindre regelbundna morgontidningsläsningen? Inte heller detta antagande håller för en närmare prövning. Bland dem som har tillgång till satellit-TV via parabol ligger morgontidningsläsningen över genomsnittet. Å andra sidan visar sig kvällstidningsläsningen vara högre än genomsnittet bland dem som ser satellit-TV via kabel.

Tabell 5.9 Tillgång till satellit-TV respektive utnyttjande av nyheter i TV3/TV4 och morgontidningsläsning (procent)

Morgontidningsläsning	Har kabel-TV		Har parabol				TV3-nyheter				TV4-nyheter					
	Nej		Ja		Nej		Ja		Nej		Ja		Nej		Ja	
	91	93	91	93	91	93	91	93	91	93	91	93	91	93	91	93
6-7 d/v	74	68	63	65	70	66	72	70	74	70	59	55	72	63	68	65
3-5 d/v	16	18	19	18	17	18	14	19	16	14	18	23	17	16	15	21
1-2 d/v	3	4	5	5	3	5	5	3	3	3	6	8	3	3	3	3
Sällan/aldrig	7	11	14	12	10	12	9	9	7	14	17	14	8	17	14	11

Anm: Uppgifter från SOM-undersökningen

Slutsatsen är att det råder ett komplicerat samspel mellan å ena sidan mediefunktioner och å andra sidan sociala faktorer. Satellit-TV-tillgången har betydelse för morgontidningsläsning i vissa sociala miljöer, men inte i andra. Lösnummertidningar finns oftare i samma miljöer som satellit-TV via kabel. Samband av detta slag får givetvis inte tolkas som en fråga om direkta orsakssamband. Satellit-TV-tittande i kabelhushåll behöver inte ha "trängt ut" den lokala morgontidningen. Å andra sidan är det rimligt att tänka sig att ett regelbundet tittande i dessa hushåll minskar både utrymme och intresse för den lokala morgontidningen; det uppkommer en allmän mediemättnad. Sådana tendenser kan skönjas i en aktuell frågeundersökning, där människor uppger sig ha minskat sitt TV-tittande under det gångna året (Morgonens mediamanor, 1994).

Resonemanget ger stöd åt tidigare slutsatser att det inte är medieutvecklingen utan snarare långsiktiga sociala, ekonomiska och kulturella förändringar i samhället som har luckrat upp människors vana att läsa lokal morgonpress, men att nytillkomna medier kan göra det svårare för morgonpressen att vinna tillbaka dessa hushåll i en förändrad social och ekonomisk situation (Reimer, 1994a, 1994b).

5.7 Dagstidningens styrka

Kapitlet har sökt placera dagspressen i ett system av medier. Frågan är vad som är dagstidningens styrka och möjlighet på kort och på lång sikt.

Den första omständigheten är att lokala morgontidningar har sin bas inom ett bestämt geografiskt område. De är därmed en del i ett slags socialt nätverk. Tidningarna förstärker samtidigt detta förhållande genom att de påverkar läsarnas intressen. Genom att dagstidningen erbjuder både generell orientering och praktiskt nyttig information blir den också en naturlig del i läsarnas dagliga liv. En effektiv morgondistribution inom utgivningsområdet har troligen som nämnts spelat en viktig roll för att förstärka den dagliga läsvanan.

En andra omständighet som bidragit till dagspressens starka position i mediasystemet är att tidningsinnehållet kännetecknas av en stor bredd. Genom bredden i innehållet markeras karaktären av omnibustidning – en tidning för alla. Detta är i sin tur förutsättningen för morgontidningsläsningens dubbla funktion, dels en vana som garanterar att läsaren får en överblick och möjlighet till informationssökning, dels en fördjupning på för läsaren viktiga ämnesområden.

För att en dagstidning skall fungera som ett slags basmedium är det inte tillräckligt med den innehållsliga bredden i sig – också radio och TV har en sådan bredd, liksom text-TV och videotex har det i än större utsträckning. Den faktor som ger morgontidningen en särskild fördel är att den ger en överskådlig presentation av innehållet. Dagstidningen är därmed lätt att hantera både för den som bara vill ha den snabba orienteringen och för den som vill läsa noga.

En fjärde omständighet som säkerligen haft betydelse för dagspressens ställning i Sverige är att dagspressmediet sociokulturellt har värderats högt. Detta handlar om prestige hos dagstidningen. När det idag talas om prestige i samband med tidningsläsning och tidningsval betraktas detta närmast som ett metodproblem: i och med att det finns prestige knuten till vanan att läsa en tidning är det svårt att veta om människor beskriver sina vanor på ett riktigt sätt. Det som ibland betraktas som metodproblem i läsvärdesundersökningar är faktiskt en av tidningsföretagets viktigaste tillgångar (jfr Weibull, 1989).

Att den lokala morgonpressen på detta sätt har en stark position vid 1990-talets början innebär på inget sätt en garanti för framtiden. Något förenklat

kan påstås att de fyra omständigheter som givit dagstidningarna deras centrala ställning i mediasystemet också är deras svaga punkter.

För det första har den lokala morgonpressen sin stabilitet genom att det finns stabila sociala miljöer med vilka läsarna identifierar sig. Med andra ord kan det påstås att den stabilitet som idag råder är en konsekvens av stabiliteten i samhället. Vi kan därför anta att ökad social och geografisk rörlighet i olika avseenden kan försvaga den traditionella morgontidningens ställning. Exempelvis tappar dagspressen hushållstäckning då antalet enpersonshushåll ökar eller vid ökad omflyttning. Arbetslöshet kan ha samma effekter. Bland de yngre är det framför allt den sociala turbulensen under några år som dragit ner intresset för tidningsprenumerationer.

Vad gäller tidningsvalet i sig är det också sannolikt att detta i ökande utsträckning blir innehållsmässigt bestämt. Läsarstudier har visat att det gått tradition i valet av tidning, men att ämnesintresse spelar en ökande roll. Detta ställer stora krav på tidningarnas kvalitet. Den lokala morgontidningen måste därför ha tillräckligt mycket lokala nyheter för läsarnas allmänna orientering och tillräckligt mycket information för fördjupning för de särskilt intresserade.

Kostnadsaspekterna har berörts förhållandevis litet i detta kapitel. Det har tidigare framgått att priset på tidningen spelar en mindre roll, åtminstone så länge det inte finns något billigare alternativ med samma funktion. Det som dock kan spela in vad gäller tidningsläsningen i framtiden är att läsarna av skäl som tidigare berörts troligen kommer att ställa ökande krav på kvalitet och service hos det man betalar för. Vidare finns det ett långsiktigt problem i det faktum att morgontidningen uppfattas som en rörlig kostnad i hushållet medan andra medier, t.ex. TV, handlar om en investering där kostnaden för användningen är låg i förhållande till den första insatsen och inte sällan uppfattas som gratismedier.

6 Dagstidningarna och den politiska demokratin

Motivet för samhällets stöd till dagspressen har varit den betydelse dagstidningarna tillmäts för ett demokratiskt samhälle. Den första statliga pressutredningen hade till uppgift att undersöka pressens ekonomiska förutsättningar samt studera olika åtgärder i syfte att skapa goda förutsättningar för en fri opinionsbildning. Utredningsuppdraget är karakteristiskt för det synsätt som har präglat i stort sett alla pressutredningar under de föregående två decennierna: att skapa ekonomiska förutsättningar för en mångfald i opinionsbildningen genom dagspressen.

På grundval av de statliga utredningarna kom successivt en statlig presspolitik att utvecklas. Särskilt de förslag som lämnades av 1972 års pressutredning har kommit att bli normgivande för de senaste två decenniernas presspolitik. Utredningens överväganden byggde dels på en teoretisk analys av dagspressens uppgifter i samhället (SOU 1975:79), dels på studier av hur dagspressen faktiskt fungerade i opinionsbildningen (SOU 1975:78).

Sedan 1972 års pressutredning lämnade sitt betänkande har det skett stora förändringar inom medieområdet, vilket inte minst har framgått i det föregående. Detta har haft betydelse för mediernas sätt att fungera i politiken, men också för synen på mediernas uppgifter i ett demokratiskt samhälle. Mot denna bakgrund är det viktigt att belysa dagspressens politiska roll vid 1990-talets början. Syftet med detta kapitel är att belysa hur dagspressen, och andra medier, förhåller sig till det svenska politiska systemet idag. Dessförinnan skall synen på dagspressens roll i den politiska demokratin, som denna har framkommit i de statliga utredningarna, analyseras.

6.1 Presspolitiska principer

Karakteristiskt för de första pressutredningarna var betoningen av pressens partipolitiska betydelse. Mot bakgrund av den svenska tidningstraditionen är detta knappast något särskilt överraskande.

Den partipolitiska traditionen

Synen på det starka bandet mellan partier och tidningar som ett slags grund för presspolitiken framkommer särskilt i den första utredningens betänkande

1965. Efter att ha slagit fast att det fanns ett behov av statligt stöd konstaterade utredningen (SOU 1965:22 s. 119):

"...den enda möjligheten att överföra ett statligt tidningsstöd till de enskilda tidningsföretagen är att gå över de politiska partierna. Detta ter sig också naturligt redan av det skälet att inte mindre än 85% av de svenska dagstidningarna har partipolitisk anknytning. Det följer också av att ett av de centrala motiven för att bibehålla en slagkraftig tidningspress i effektiv konkurrens är det demokratiska samhällets behov av en differentierad politisk opinionsbildning. De politiska partierna är således – tillsammans med samhället och tidningskonsumenterna – huvudintressenter på tidningsområdet."

Slutsatsen för pressutredningen var klar: dagstidningar var en del av det politiska systemet och därför automatiskt en angelägenhet för "samhället". Den stödmodell som framskymtar i denna diskussion kom aldrig att bli praktisk verklighet. Efter en stark kritik som särskilt pekade på faran i att binda upp pressen till de politiska partierna introducerades istället ett partistöd. Tanken med partistödet var att det skulle användas för opinionsbildande ändamål, t.ex. stöd till den egna pressen.

Samma tankar finns inom 1967 års utredning. Den bygger i huvudsak på 1963 års utredning och utvecklar inte målen vidare, utan är primärt inriktad på ekonomiskt-tekniska frågor. Resultat av övervägandena blir en samdistributionsrabatt och pressens lånefond.

1972 års pressutrednings fyra massmediefunktioner

Som framhålls i direktiven till Pressutredningen -94 är det de mål som formulerades av 1972 års pressutredning som har varit styrande för presspolitiken sedan dess. Det framhålls dessutom att dessa inte "därefter utsatts för någon egentlig prövning".

De formuleringar i 1972 års utredning som fick ett särskilt genomslag var formuleringarna beträffande massmediernas uppgifter eller funktioner i samhället. Mot hänvisning till dagspressens roll i det politiska systemet fastslår utredningen att det finns fyra uppgifter som är särskilt viktiga:

1. *Information.* Massmedierna har betydelse för både medborgares och politikernas information om vad som händer i samhället.
2. *Kommentarer.* Medierna ger kommentarer och analyser av vad som händer i samhället. Detta görs både av fristående medier och av medier som är språkrör för olika samhällsgrupper
3. *Granskning.* Medierna sörjer som allmänhetens företrädare för granskning och kontroll av olika maktbärare i samhället ("tredje statsmakten" eller "Fourth Branch of Government").
4. *Gruppkommunikation.* Massmedierna har betydelse för kommunikation inom och mellan organisationer och grupper.

I en analys av dessa funktioner, utförd på uppdrag av Pressutredningen -94, utgår Kent Asp (1994) från att två grundläggande krav måste ställas på

statsmakternas mediepolitiska mål. Det ena är att sådana mål skall vara förankrade i något högre värde, exempelvis en demokratiuppfattning eller i författningen, det andra, att de skall vara väl förankrade i samhället.

De fyra uppgifter som formuleras som mål i 1972 års pressutredning var väl förankrade i samhället. Samma synsätt fanns hos 1974 års radioutredning och Svenska Tidningsutgivareföreningen, Sveriges Radio och Svenska Journalistförbundet ställde sig bakom dem. De blev också som regel uppräknade i grundläggande läroböcker inom området (Asp, 1994).

Hur de angivna fyra uppgifterna förhåller sig till den svenska författningen är mera oklart. I utredningen uttalas visserligen att "massmedierna skall medverka till att förstärka och fördjupa den svenska demokratin", men det sägs samtidigt att det måste ses som naturligt att målen anpassas till den svenska demokratis särdrag: "den representativa demokratin och organisationernas stora roll" (SOU 1975:79 s. 292).

En rimlig slutsats är att de fyra huvudfunktioner som formulerades av 1972 års utredning är tidstypiska i sin tolkning av demokratis idé (Petersson, 1993). Utgångspunkten är stats- och myndighetscentrerad. Uppgifterna är formulerade som lösning på samhällets och de politiska partiernas problem i fråga om fungerande informationskanaler, inte från ett medborgarspektiv.

Mellan två pressteorier

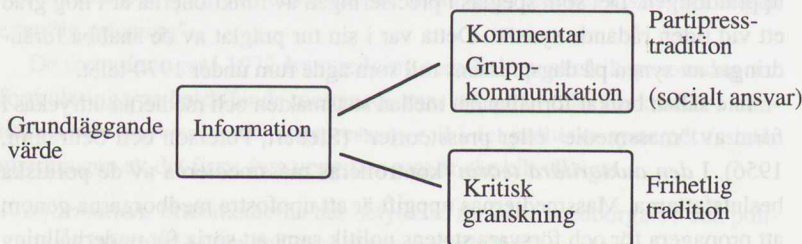
För att förstå bakgrunden till att 1972 års pressutredning formulerade de fyra uppgifterna på det sätt den gjorde, räcker det inte att peka på demokratiuppfattningen. Det som speglas i preciseringen av funktionerna är i hög grad ett vid tiden rådande synsätt. Detta var i sin tur präglad av de snabba förändringar av synen på dagspressens roll som ägde rum under 1970-talet.

Inte sällan brukar förhållandet mellan statsmakten och medierna uttryckas i form av "massmedie- eller pressteorier" (Siebert, Peterson och Schramm, 1956). I *den auktoritära teorin* kontrolleras massmedierna av de politiska beslutsfattarna. Massmediernas uppgift är att uppfostra medborgarna genom att propagera för och försvara statens politik samt att sörja för underhållning och avkoppling. Kommersiella intressen och konkurrens mellan medier tillåts emellertid inom systemets ram. I *den frihetliga teorin* betraktas massmedierna som ett av de viktigaste medlen att föra fram åsikter. Medierna skall därför stå helt fria från de politiska beslutsfattarna och i det svenska systemet fungera som en tredje statsmakt vid sidan av regering och riksdag. *Den sociala ansvarsteorin* utgår från kritik av avarter i den frihetliga ideologins sätt att praktiskt fungera. För att skapa en vidgad yttrandefrihet för medborgarna har det därför argumenterats för att ideologin skulle revideras och kompletteras med olika krav på informationen, t.ex. genom en intern kontroll, medbestämmande för journalister eller vissa statliga åtaganden.

Den klassiska framställningen av medieteorier har en klart normativ karaktär. Den argumenterar för vikten av att den frihetliga syn som kännetecknade de amerikanska medierna under början av 1950-talet borde modifieras genom att inte bara friheten utan också det sociala ansvaret sätts i centrum. Då 1972 års pressutredning arbetade med att formulera presspolitikens mål var det snarast en motsatt åsiktsförskjutning som pågick i Sverige. Det fanns en uttalad kritik, främst från journalister, mot dagspressens knytning till de politiska partierna. Genom bindningen till de politiska partierna, menade kritikerna, undergrävde partitidningarna möjligheten att kunna fungera som en tredje statsmakt. Lars Furhoff talade i en debattbok om "*pressens förräderi*" (Furhoff, 1961).

Formuleringen av de fyra uppgifterna i 1972 års pressutredning representerar ett slags sammanvägning mellan den svenska varianten av teorin om det sociala ansvaret, partipressen, och den frihetliga syn som höll på att växa fram. Det är uppenbart att den tredje uppgiften (kritisk granskning) har sina ideologiska rötter i en frihetlig syn på medierna, medan den andra (kommentar) och den fjärde (gruppkommunikation) närmast hör hemma i en svensk partipresstradition som en variant av teorin om pressens sociala ansvar. Den första uppgiften, informationsförmedlingen, får betraktas som en minsta gemensam nämnare, ett grundläggande värde när det gäller pressens roll i samhället.

Detta kan illustreras genom följande figur:



Det är också möjligt att ytterligare precisera mediernas uppgifter med hänsyn till den roll informationen spelar för allmänheten. Med en sådan uppdelning kan kommentatorsrollen ytterligare bestämmas. Mediernas information möter då allmänheten i tre roller:

- som *medborgare* (kommentar till skeendet)
- som *väljare* (gruppkommunikation, kommentar från organiserade grupper)
- som *konsument* (kritisk granskning)

Att uppgifterna på detta sätt knyter an till olika sidor hos mediernas verksamhet och därmed kunde tillfredsställa olika synsätt, både partiernas och mediernas, är säkert en viktig förklaring till deras starka samhällsförankring.

Utredningen hade sina rötter i den äldre partipresstraditionen men den förebådade mycket klart en ny syn på partipressen genom att den i sin målformulering inkluderade element av 1960-talets syn på partipressen, samtidigt som den lyfte fram en frihetlig syn som bl.a. påtalade mediernas självständiga roll att som allmänhetens företrädare granska samhällets makthavare.

Fri åsiktsbildning

Resultatet blev att målen relativt lätt kunde förankras hos de politiska partierna och hos tidningsbranschens företrädare, men förankringen i en klar demokratiuppfattning var mindre tydlig. Detta har senare kritiserats av enskilda forskare. Asp (1994) har menat att avsaknaden av anknytning till en grundläggande demokratiuppfattning är problematisk; detta kan lätt leda till att presspolitiken påverkas av dagspolitikens vindar och gynnar vissa grupper i samhället. Samma bedömning gör Olof Petersson (1993), som menar att formuleringen om fri åsiktsbildning i regeringsformens portalparagraf borde vara den självklara utgångspunkten. En annan betydelsefull utgångspunkt är tryckfrihetsförordningens formulering om "säkerställandet av ett fritt meningsutbyte och en allsidig upplysning" (TF, kap. 1). Kent Asp (1992) utvecklade samma synsätt i en analys av den förda mediepolitiken och menade att konsekvensen måste bli att mediernas sätt att fungera betraktas från ett medborgarperspektiv.

Från ett medborgarperspektiv är det centrala att massmedierna förser medborgarna med sådan information att de fritt och självständigt kan ta ställning i viktiga samhälleliga angelägenheter, men också ger möjlighet för medborgarna att yttra sig i viktiga frågor. Detta kräver fria och oberoende massmedier som granskar skeendet på medborgarnas vägnar (Axberger, 1992). Med en sådan utgångspunkt kommer inte mediernas roll som kommentatorer eller deras roll för gruppkommunikation med. Dessa två uppgifter knyter an till andra behov än medborgarnas. Däremot är det rimligt att tillfoga en forumfunktion, något som f.ö. fanns med även under arbetet med 1972 års pressutredning (SOU 1975:78 s. 21), men som inte kom med i slutbetänkandets målformulering.

Det synsätt som framträder i de redovisade analyserna präglas i hög grad av den frihetliga teorin om mediernas roll i samhället. Detta märks främst i betoningen av medborgarperspektivet; det är de enskilda individernas möjligheter

som står i centrum, inte kollektiv som organisationer eller andra grupper. Det är samma grundsyn som bl.a. präglar den svenska maktutredningens slutrapport (SOU 1990:44).

I maktutredningens syn ligger även ett ifrågasättande av massmediernas institutionella karaktär. Det understryks att massmedierna genom sitt sätt att fungera inte sällan kommer att stå i motsats till fri åsiktsbildning i regeringsformens mening. Det ligger därför ett dilemma i att slå vakt om fria och oberoende massmedier, i den mån dessa inte tjänar medborgarnas informationsbehov. Enligt maktutredningen ligger lösningen i demokratins grundprincip: den kritiska diskussionen (SOU 1990:44 s. 68f).

Mångfaldens roll

En gemensam nämnare för den äldre partipresstraditionen och föreställningen om medierna som en tredje statsmakt, oberoende av politiska grupper, är att värdet av mångfald kraftigt betonas. Å ena sidan har man med detta menat många partipolitiska röster inom medierna – närmast etableringsfrihet. Å andra sidan har det gällt att många skall ha möjlighet att komma till tals i medierna – närmast yttrandefrihet.

I diskussionen av frågan om mångfaldens innebörd konstaterar Kent Asp (1994) att mångfaldsbegreppet är mångtydigt och ofta har ideologiska övertoner. Det är djupt rotat i den demokratiska idétraditionen och i den grundläggande tolerans för olika åsikter som demokratin som styrelseform ytterst måste vila på. Förverkligandet av mångfald genom medier kan ske dels genom tillgång på många olika kanaler, och dels genom att enskilda medier speglar den mångfald som finns i samhället. Ibland beskrivs detta som frågan om en yttre respektive en inre mångfald (McQuail, 1992).

En slutsats av diskussionen är att mångfald kan betraktas mera som ett medel än som ett mål, i varje fall då det gäller en mediepolitik som är förankrad i en grundläggande demokratiuppfattning. Å andra sidan är det rimligt att betrakta mångfald som en kvalitet hos enskilda medier eller hos mediasystemet i stort (jfr Ivre, 1980).

Mediepolitik och medieutveckling

Analysen av 1972 års pressutrednings presspolitiska grundsyn och det som diskuterats av maktutredningen har visat hur synen på mediernas roll i samhället har förändrats. Förändringen i synsätt har givetvis också påverkats av vad som faktiskt hänt under samma tidsperiod. I det följande är avsikten att belysa i första hand förhållandet mellan tidningar och politik från 1960-talet till idag.

Det skall dessutom tillfogas att presspolitiska mål mycket väl kan formuleras på en mycket allmän nivå, t.ex. som principer med förankring i författningen, utan att detta står i motsättning till förekomsten av konkreta mål när det gäller specifika presspolitiska åtgärder (Asp, 1994). Sådana mål skall just avse bestämda insatser och skall just därför inte omedelbart knytas till överordnade principer (jfr dock Kopper och Rager, 1994 s. 42ff).

6.2 Dagspress och politik: empiriska studier

Den klassiska bilden av en fungerande partipress har fått sitt namn från Danmark – "firebladssystemet". Firebladssystemet beskriver en situation där de fyra stora partierna hade var sin tidning på varje större ort. Systemet växte fram under 1800-talets sista del och fanns i Danmark kvar till efterkrigstidens tidningsdöd. Det typiska för situationen var att både tidningarnas innehåll och tidningarnas läsekretsar var partipolitiskt präglade.

Partier och tidningar

Dagspress i alla länder har sin bakgrund i något slag av politiska ambitioner oavsett om det gällt att hålla medborgarna i schack som i fråga om Ordinari Post Tijdender på 1600-talet eller att kritisera det kungliga enväldet som Aftonbladet på 1830-talet. Det karakteristiska med den politiska pressen i Sverige har varit att den ganska tidigt kom att institutionaliseras som en förlängning av de partipolitiska åsiktsriktningarna. Som tidigare redovisats ägde denna process huvudsakligen rum under andra hälften av 1800-talet. Då skapades nära kontakter till de politiska partierna, antingen ägarmässigt eller personellt såväl som innehållsmässigt.

Medan partianknytningen i många andra länder upphörde under 1940- och 1950-talen är den partipolitiska orienteringen fortfarande ett typiskt mönster i Sverige. År 1993 angav ca 130 dagstidningar att de företrädde en politisk linje. Dessa utgjorde ca 75 procent av det totala antalet dagstidningar i Sverige. De hade tillsammans drygt 80 procent av den samlade tidningsupplagan (tabell 6.1).

Tabell 6.1 Antal tidningar och totalupplaga 1958–1993 fördelade efter tidningarnas politiska linje

Politisk tendens	Antal tidningar					Andel i procent av TS-upplagan				
	1958	1963	1973	1983	1993	1958	1963	1973	1983	1993
m, fp, c	133	110	100	99	98	71,7	71,5	65,7	64,9	65,3
s, v	37	34	27	39	30	23,7	24,2	20,5	20,1	18,4
Övriga	30	26	22	33	48	4,6	4,3	13,8	15,0	16,3
Totalt	200	170	149	171	176	100	100	100	100	100

Anm: Uppgifter från MedieSverige 1993, TS-boken 1994

Den borgerliga pressen har varit störst under hela efterkrigstiden. Andelarna har varit relativt konstanta med ca 70 procent för borgerlig och 20 procent för socialdemokratisk press. En relativt stor förändring skedde dock 1972 då Dagens Nyheter övergick till beteckningen oberoende. Detta medförde att gruppen övriga signaturer nu utgör 15 procent av den samlade upplagan. Med tanke på att tidningen för ledarredaktionen angivit en liberal linje kan tidningens placering diskuteras. I en aktuell analys av den svenska politiska pressen (Hadenius och Anderberg, 1994) har tidningen förts till den borgerliga gruppen.

Även om det således visar sig att den svenska dagspressen har haft i huvudsak samma partipolitiska fördelning under de senaste decennierna innebär detta inte att pressens politiska roll har varit oförändrad. Redan av de partipolitiska signaturerna är det idag uppenbart att tidningar i varje fall önskar presentera sig som oberoende i förhållande till det parti vars linje anges.

Partipress är inte något entydigt. Inom forskningen har det markerats att tidningar kan vara knutna till partier genom företagsmässiga, innehållsliga och läsarmässiga band. Det har redan tidigare nämnts att tidningar som har anknytning till centern och socialdemokratin inte sällan har ägarmässiga relationer, medan tidningar med liberal eller moderat vinjett har privata ägare (Hadenius och Weibull, 1991).

Översikten av dagspressens ägare har visat att huvudmönstret fortfarande gäller. Genom A-pressens konkurs 1992 har den socialdemokratiska pressen dock blivit spridd på flera ägare, varav huvuddelen är politiska och fackliga organisationer. I strikt mening har detta inneburit att, åtminstone under en övergångsperiod, ett antal tidningar inom den förutvarande A-pressen t.o.m. har varit mera partianknutna än tidigare: det av socialdemokratiska partiet helägda Rospress AB övertog 1993 sju av de tidningar som ägdes av Avisa, det bolag som övertagit ansvaret för A-pressen efter moderbolagets konkurs. Under våren 1994 såldes två av dessa vidare till lokala intressenter (Hadenius och Anderberg, 1994 s. 57f).

Ett annat utmärkande drag för ägandet är att partipolitisk samstämmighet inte sällan kommit att utgöra grunden för samarbete, utan att det rör sig om en

partiägd press. NWT-gruppen består i huvudsak av tidningar med en moderat orientering. Detta skall inte förstås så att familjen Ander avsett att bygga upp en moderat tidningskoncern, utan att detta var de tidningar som koncernen fått möjlighet att förvärva. Det korsvisa ägande som förekommer mellan ett antal liberala tidningar kallas Liberal Press KB och har bl.a. avsett att motverka att ägare med annan politisk inriktning köper tidningarna (jfr Nilsson, 1993). Forskare har beskrivit detta så att de traditionella partipressgrupperna har kommit att ersättas av vad som har kallats partipolitiskt avgränsade tidnings-sfärer.

Ett politiskt nätverk

Det kan diskuteras om det är rimligt att tala om sfärer i organisatorisk mening när vi grupperar den svenska dagspressen på detta sätt. Det som dock är utmärkande för pressens olika grupperingar är att dessa i hög grad har en partipolitisk tradition. I de nätverk som bildas ryms både politiska och ekonomiska transaktioner (Hadenius och Weibull, 1991).

Den naturliga bakgrunden är att personsambandet mellan tidningar och partier traditionellt varit starkt. Under lång tid var det typiska mönstret att ledande personer på tidningarna hade politiska uppdrag, inte sällan som valda ledamöter i riksdag och kommuner. Partiföreträdare var ofta ledamöter av tidningarnas styrelser.

Även om mönstret har ändrat sig vad gäller offentliga förtroendeuppdrag finns det fortfarande många kontaktytor mellan redaktörer och partier. En enkät till svenska pressens ledarskribenter 1993 visade att en femtedel av de socialdemokratiska och en tredjedel av de centerpartistiska skribenterna var aktiva inom sitt respektive parti (Nord, 1993, s. 88ff). Samma studie visade att 80 procent av de socialdemokratiska ledarskrivarna regelbundet deltog i redaktörsträffar. Motsvarande andel för centerskribenterna var 70 procent, medan andelen för liberala och moderata skribenter var drygt 50 procent.

Slutsatsen är att det finns en betydande kontaktyta mellan partierna och tidningarnas politiska redaktörer. Detsamma gäller emellertid inte nyhetsjournalisterna. Då pressens partianknytning var som starkast sympatiserade de flesta journalister med den egna tidningens linje (Söderström och Ahrnstedt 1958). Tidningsdöden under 1950- och 1960-talen innebar dock en stigande partipolitisk heterogenitet på redaktionerna. Successivt ökade andelen journalister som arbetade på tidningar med vars politiska linje de inte sympatiserade (tabell 6.2).

Tabell 6.2 Journalister som arbetar på tidning som tillhör motsatt politiskt block (procent)

	1968	1973	1989
Andel i procent	14	27	ca 40

Kommentar: Det är endast de som angett partisympati och som kan hänföras till socialistiskt block (vpk eller s) eller borgerligt block (c, fp eller m) som är med i tabellen. Procentandelen anger med andra ord andelen journalister med s-blocksympatier som arbetar inom borgerlig press plus andelen b-blocksympatier som som arbetar inom socialdemokratisk och vpk-press.

Anm: Uppgifterna för 1968 och 1973 är hämtade ur SOU 1975:78, tabell 1. 1989 års siffra är framtagen efter bearbetning av Petersson-Carlberg (1990), tabell 6.5, s. 121. I det senare fallet anges en ca-beteckning eftersom det handlar om beräknad uppgift (den går inte att få fram direkt ur tabellen). Uppgifter från Weibull m.fl. (1991, s. 74).

Till detta kom att samhällsklimatet ändrade förutsättningarna för journalistiken. Partipolitiska bedömningar som grund för nyhetsvärderingen uppfattades allt mera som illegitima. Som framgått i det föregående avsnittet började en mer frihetlig, anglosaxisk mediesyn att göra sig gällande. Grundtanken i denna var rollen som tredje statsmakt. Medierna skulle vara oberoende granskare av skeendet och ledas av professionella journalister, men de skulle också ha ett socialt ansvar gentemot sin publik.

Belysande är journalistkårens syn på de fyra uppgifter för medierna som formulerades av 1972 års pressutredning. I det följande anges andelen av de svenska journalisterna som 1989 bedömde respektive uppgift som "oerhört viktig" (Weibull m.fl., 1991):

- att som allmänhetens företrädare granska den verksamhet som utövas av de inflytelserika i samhället, 80 procent
- att ge den information som är nödvändig för att medborgarna skall kunna ta ställning i samhällsfrågor, 73 procent
- att fristående eller som språkrör för organiserade samhällsintressen kommentera skeendet i samhället, 26 procent
- att främja kommunikation inom och mellan politiska, fackliga och andra ideella grupper, 12 procent

Information och granskning är således två sidor hos den journalistiska yrkesrollen som anses särskilt framträdande: genom att framhäva granskningssuppgiften markeras journalisternas vilja till oberoende. Medierna skall själva granska och informera, medan det anses mindre viktigt att vara en del i andra sociala och politiska processer, dvs. sådana uppgifter som nära anknyter till partipresstraditionen (se ovan).

En studie av informatörer inom näringsliv och förvaltning visar lägre siffror på granskning och högre på information. 1972 års pressutredning visade redan i en av sina egna studier att politiker framför allt betonade informationsuppgiften, men många betonar även dagspressens roll som ett forum för olika politiska åsikter (SOU 1975:78 s. 145).

Analysen illustrerar tidigare antaganden om att olika grupper i de fyra uppgifterna kan finna åtminstone någon som ligger i linje med den egna grundsynen.

Journalistisk professionalisering

Det är självklart att den redaktionella omorienteringen i synen på dagspressens uppgifter i samhället har haft konsekvenser för journalistiken. Redaktionellt arbete har kommit att i allt större utsträckning präglas av andra bedömningar än partipolitiska. Detta har som regel beskrivits som uttryck för en professionell journalistik. Den senare har visat sig väl kunna förenas med en ekonomiskt inriktad dagstidningsutgivning, där andra än de politiska partierna engagerat sig i ägandet.

Utmärkande för den professionella journalistiken är således *inte* att den politiska bevakningen i sig har minskat, utan främst det faktum att den infallsvinkel som väljs i minskande utsträckning är partipolitiskt betingad. Detta kan illustreras med storstadstidningarnas bevakning av tre partikongresser 1990 och 1993: den socialdemokratiska partikongressen, den moderata partistämman och folkpartiets landsmöte (tabell 6.3).

Tabell 6.3 Arbetets, Dagens Nyheters och Svenska Dagbladets nyhetsbevakning av den socialdemokratiska partikongressen, den moderata partistämman och folkpartiets landsmöte år 1990 och 1993 (spaltcentimeter per dag)

Kongress	Antal spaltcentimeter per dag							
	DN		SvD		Arbetet		Genomsnitt	
	1990	1993	1990	1993	1990	1993	1990	1993
(s)-kongressen	1 999	1 410	1 713	1 263	2 493	2 485	2 068	1 719
(m)-stämman	664	571	754	956	367	260	595	596
(fp)-landsmöte	713	732	728	608	273	266	571	535

Anm: Media Monitor, februari 1991 och december 1993

Studien av Dagens Nyheters, Svenska Dagbladets och Arbetets kongressrapportering 1990 och 1993 är anmärkningsvärt likartad – och båda åren visar sig samma huvudtendenser:

- samtliga tre tidningar ger störst uppmärksamhet åt den socialdemokratiska partikongressen. Detta uttrycker en gemensam nyhetsvärdering att det största partiets kongress (1990 också regeringspartiets) är den största och den journalistiskt sett mest intressanta.
- samtliga tre tidningar överrepresenterar det parti som traditionellt stått tidningen närmast. Av all kongressbevakning i Arbetet faller båda åren ca 80 procent på (s)-kongressen, och bara omkring 10 på vardera av de två andra kongresserna. (m)-stämman får i Svenska Dagbladet 25 procent

(1993 35%) av kongressbevakningen och i Dagens Nyheter 20 procent båda åren. Folkpartiets landsmöte får i DN större uppmärksamhet 1993 än 1990.

Det redovisade exemplet illustrerar hur det samtidigt kan finnas en professionell nyhetsvärdering och en partipolitisk orientering i dagspressens bevakning.

Dagspressen och den partipolitiska bevakningen

Den särskilt intressanta aspekten i partipressens förändrade roll är hur den partipolitiska bevakningen förändrats över tid inom olika typer av dagstidningar. Kunskapen om detta har varit tämligen begränsad; det har gjorts studier av storstadspresen, medan de lokala morgontidningar som utgör huvuddelen av den svenska dagspressen inte är undersökt. Mot denna bakgrund har inom ramen för Pressutredningen -94 genomförts en studie av nyhetsurvalet i nio landsortstidningar i valrörelsen 1991 (för metodfrågor se Svedberg, 1994). Denna är genomförd enligt samma principer som tidigare studier och är en del av en tidsserie som startade 1979. På detta sätt kan långsiktiga förändringar i pressens partipolitiska karaktär studeras mera ingående.

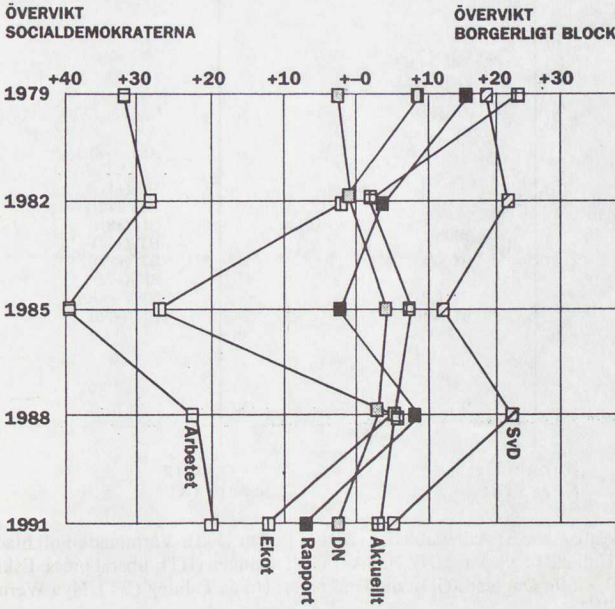
De genomförda studierna tar sikte på hur de politiska partierna behandlats både på nyhets- och på ledarplats. Analysen av nyhetsmaterialet visar att valrörelsebevakningen, och bevakningen av riksdagsvalet, har minskat i sju landsortstidningar av nio, medan den ökat i de undersökta storstadstidningarna. En annan tendens är att bevakningen i sig är mera rapporterande till sin karaktär. Det handlar mera om vad som händer än att partierna för en debatt inom tidningarnas ram genom att framföra kritik och krav. Denna tendens gäller alla undersökta landsortstidningar och för så gott som alla partier. En tredje tendens är att alla undersökta tidningar har minskat sin relativa uppmärksamhet för det egna partiet.

Det centrala i studien är frågan om partiskheten i rapporteringen. Denna redovisas i form av ett s.k. AB-index, där det totala antalet gånger partierna får komma till tals genom att framträda relateras till antalet positiva respektive negativa omtalanden (Asp, 1982, 1986). Figur 6.1 visar den sammantagna bilden för behandlingen av socialdemokraterna respektive de borgerliga partierna 1979-1991. För storstadstidningarna, och radions respektive televisionens nyheter, finns uppgifter för varje valår, för landsortspresen finns uppgifter för 1979 och 1991.

Både analysen av storstadspresen och landsortspresen visar att partiskheten i den politiska nyhetsbevakningen under riksdagsvalrörelserna har minskat under perioden 1979-1991.

Figur 6.1 Partiskheten i dagspressens behandling av de politiska partierna (regeringsalternativen) under riksdagsvalrörelserna 1979-1991 (AB-index)

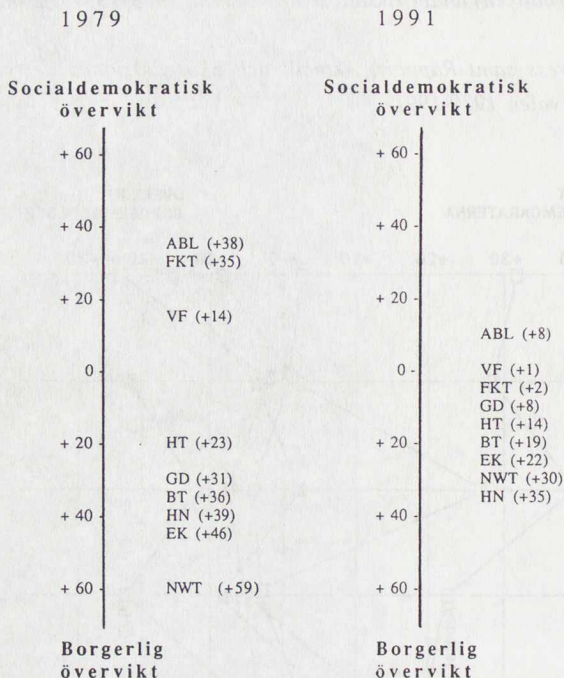
A) Storstadspress samt Rapport, Aktuellt och Ekoredaktionen de fyra sista veckorna före valen 1979-1991



Kommentar: Partierna har grupperats som regeringsalternativ i två grupper.

Anm: Asp, K, Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse (1991)

B) Nio landsortstidningar de två sista veckorna före valen 1979 och 1991



Socialdemokratisk press: Arbetarbladet (ABL), Folket (Fkt), Värmlands Folkblad (VF); centerpress: Hallands Nyheter (HN), Hudiksvalls-Tidningen (HT); liberal press: Eskilstuna-Kuriren (EK), Gefle Dagblad (GD); moderat press: Borås Tidning (BT), Nya Wermlands-Tidningen (NWT)

Kommentar: Partierna har grupperats som regeringsalternativ i två grupper.

Anm: Uppgifter från Svedberg, H, Massmediernas partiskhet (1994)

I fråga om storstadspressen observeras en klar konvergens i behandlingen av de politiska partierna över tid. Samtliga undersökta dagstidningar närmar sig balanspunkten på längre sikt. Samtliga etermedieredaktioner ligger, med något undantag, under hela perioden närmare denna mittlinje. Mellan de tre storstadstidningarna uppträder samtidigt en viss partipolitisk skillnad: Svenska Dagbladet ger det borgerliga regeringsalternativet en mera gynnsam behandling, medan Arbetet har motsvarande övervikt för socialdemokraterna.

Också i landsortspressen, där 1979 och 1991 års valrörelser undersökts, är tendensen densamma. År 1979 var spännvidden stor mellan å ena sidan de tre socialdemokratiska tidningarna och å andra sidan den moderata Nya Wermlands-Tidningen. Ett drygt decennium senare är rangordningen mellan tidningarna i stort sett densamma men utfallen har pressats samman; samtliga tidningar ligger nu tätt samlade kring balanspunkten.

Motsvarande analyser har också genomförts på tidningarnas ledarmaterial 1991. Det visar sig att detta på en helt annat sätt är partipolitiskt polariserat. Spridningen i åsikter är stor, om än något mindre än 1979, och går i för-

väntad riktning (Svedberg, 1994). Detta är ett förväntat resultat med utgångspunkt från tidigare observationer av ledarskribenternas partianknytning (Nord, 1993).

Slutsatsen är att journalistikens professionalisering har kommit att prägla också den politiska nyhetsbevakningen – och att denna förändring först slog igenom i storstadspressen, för att successivt också karakterisera landsortstidningarna.

En invändning mot denna slutsats skulle möjligen kunna vara att de redovisade analyserna avser nationella händelser, inte lokala. Minskningen i landsortspressens bevakning av riksdagsvalet mellan 1979 och 1991 tyder på att det är lokala frågor som får större utrymme. Detta har också klart framkommit i en studie genomförd på uppdrag av folkstyrelsekommittén (Asp, 1987).

Allt talar för att också den minskade partipolitiseringsen på nyhetsplats gäller även lokala händelser. Exempelvis framkom det i en studie av hur dagspressen i tre regioner behandlade nedläggningar i sjukvården under första halvåret 1993 att de partipolitiska bedömningarna var klart underordnade exempelvis lokalintresset (Svedberg och Weibull, 1994). Samma slutsatser har dragits i flera andra undersökningar (Hadenius, 1990 och 1993).

Ledare och debatt

Även om ledarsidorna fortfarande är betydligt mera partianknutna än nyhetsbevakningen är åsiktsskillnaderna inom partigrupperingarna betydligt större än de har varit tidigare. Regeln är dock att det går en klar gräns mellan den socialdemokratiska gruppen och den borgerliga (Hadenius och Weibull, 1991).

Själva föreställningen om ledarsidorna som en samlad politisk kör har sitt ursprung i "firebladssystemet". På ledarplats skulle debatten föras mellan tidningar med olika partisignatur. Radions tidningskrönika är fortfarande uttryck av denna betoning av yttre mångfald. Under 1980-talet har dock bilden förändrats drastiskt. I synnerhet är det viktigt att peka på den roll som tidningarnas debattsidor har kommit att spela. De introducerades i sin nuvarande form på 1970-talet. Debattavdelningarna redigeras visserligen som regel av den politiske redaktören eller en person knuten till ledaravdelningen. Men detta innebär inte att diskussionsinläggen på samma sätt som ledarna skulle vara bestämda av tidningens färg. Här handlar det närmast om en strävan till inre mångfald (Hadenius och Nilsson, 1992).

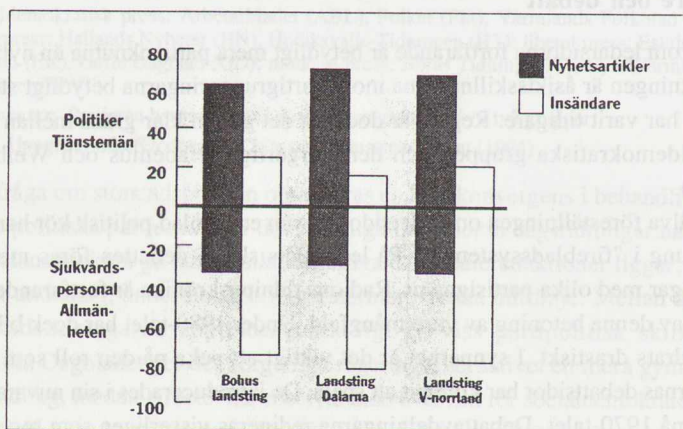
Det typiska draget i denna utveckling är att den i första hand ägt rum på de stora, dominerande borgerliga tidningarna. Detta är föga överraskande. De stora tidningarna har dels en partipolitiskt blandad publik att tillfredsställa,

dels genom stor spridning en attraktionskraft för kolumnisterna. Motsvarande gäller inte för exempelvis små socialdemokratiska landsortstidningar.

En viktig aspekt på dagspressens roll som debatt- och åsiktsforum är medborgarnas möjlighet att komma till tals. Ett allmänt intryck av den svenska pressen är att insändar- och debattsidor erbjuds tämligen generöst åt dem som vill bidra. Redan studier från kärnkraftsomröstningen 1980 visade att den opinion, som tidningarna kritiserade på ledarplats – vanligen kärnkraftsmotståndarna – fick ett omfattande utrymme på insändarplats (Lindahl, 1982).

Samma slutsats kan dras av den tidigare refererade studien av dagspressens behandling av sjukhusneddragningar inom tre landstingsområden första halvåret 1993. Denna visade att nästan en tredjedel av debatten fördes på insändarplats. Även här gällde att tidningarna på ledarplats i större utsträckning var positiva till neddragningarna, medan insändarmaterialet uppvisade en helt omvänd bild. Inte oväntat intog nyhetsmaterialet en mellanställning genom en något mera balanserad bevakning (Svedberg och Weibull, 1994). Medan politiker och tjänstemän fick utrymme på nyhetsplats dominerade personal och allmänhet insändarsidorna (figur 6.2).

Figur 6.2 Framträdande aktörer i nyhets- och insändarmaterial rörande sjukhusneddragningar. Åtta tidningar i tre landstingsområden (procent)



Kommentar: De tre regionerna är Bohuslän, Dalarna och Västernorrland. Tidningarna är Bohusläningen, Arbetet Nyheter, Göteborgs-Posten, Falu-Kuriren, Dala-Demokraten, Nya Norrland, Sundsvalls Tidning och Västernorrlands Allehanda.

Anm: Uppgifter från Svedberg, H, Weibull, L: Sjukhuspolitik och opinionsbildning (1994).

Att tidningar fungerar som åsiktsforum kan också betraktas som ett uttryck för publicistisk professionalism. Att allmänheten också upplever sig ha denna

möjlighet att medverka och att de nyttjar dem framgår även av den medborgarstudie som genomfördes av maktutredningen.

Maktutredningens analyser visade att år 1968 hade 10 procent av allmänheten skrivit insändare eller artiklar till tidningar eller tidskrifter, år 1981 hade andelen ökat till 16 procent och 1987 var den drygt 20 procent. Samma tendens noteras även för offentliga opinionsyttringar. En dimensionsanalys indikerar att tidningsskrivandet inte handlar om någon partipolitisk aktivitet; det karakteriseras som en fråga om individuell opinionsbildning (Petersson, Westholm och Blomberg, 1989 s. 336ff).

Slutsatsen är att dagspressen i betydande utsträckning förefaller fungera som forum för olika opinionsyttringar. Det handlar inte bara om inlägg från partipolitiska grupperingar eller elitåsikter utan också om individuella opinionsyttringar.

Partisympati och tidningsval

En tredje indikator på bandet mellan dagstidningar och politiska partier är i vad mån de politiska partiernas sympatisörer i första hand väljer att läsa en tidning med samma politiska färg som de själva har. Om vi utgår från den huvudtidning människor håller sig med kan vi beräkna hur stor andel som läser tidningar med olika partifärg. Situationen 1987, 1990 och 1993 redovisas i tabell 6.4.

Tabell 6.4 Huvudsakligen läst morgontidning efter partifärg 1987, 1990 och 1993 (procent)

År	Partifärg hos huvudsakligen läst morgontidning:						
	Socialdemokratisk	Centerparti	Folkparti/liberal	Moderat	Borgerlig	Oberoende/övrig	Alla
1987	14	6	33	18	3	19	93
1990	11	5	33	16	4	19	88
1993	10	6	33	15	4	19	87

Kommentar: Tabellen redovisar andel av allmänheten som läst minst en morgontidning inom respektive grupp. Procenttalet för alla anger hur stor del av allmänheten som uppger sig läsa minst en huvudsaklig morgontidning.

Anm: Data från SOM-undersökningen respektive år (För SOM 1993 redovisas endast svenska medborgare).

Den andel av den svenska allmänheten som 1993 läst minst en liberal morgontidning är 33 procent, medan andelen som läst oberoende eller andra tidningar (i första hand Dagens Nyheter) är 19 procent. Andelen för socialdemokratisk morgonpress är 11 procent. Resultatet ligger nära vad som kunde förväntas med hänsyn till den samlade dagstidningsupplagan.

Med tanke på att syftet ytterst är att belysa partipressens förankring är den viktiga frågan hur sambandet mellan läsarnas partisympati och deras tidningsval ser ut. Detta presenteras i tabell 6.5.

Tabell 6.5 Huvudsakligen läst morgontidning efter partifärg bland olika partiers sympatisörer 1993 (procent)

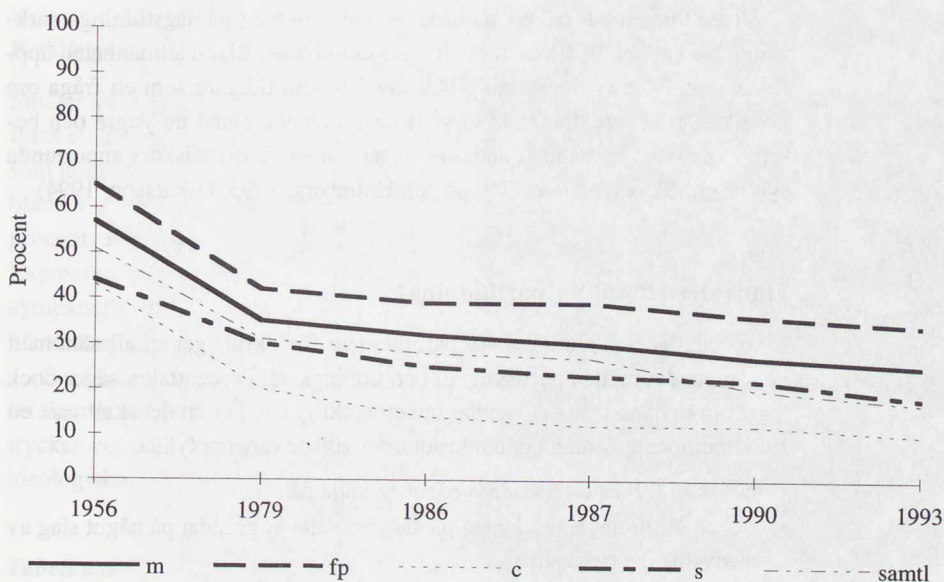
Partifärg hos huvudsaklig morgontidning	Uppgiven partisympati								Alla
	v	s	c	fp	m	kds	mp	nyd	
Socialdemokratisk	16	18	–	3	3	5	9	7	10
Centerpartistisk	8	6	10	3	6	5	9	7	6
Folkpartistisk/liberal	29	31	36	33	36	39	45	33	33
Moderat	12	10	16	17	25	21	11	15	5
Borgerlig	–	3	8	3	4	7	–	15	4
Oberoende/övrig	27	18	22	31	17	16	15	5	19
Minst en läst morgontidning	92	86	91	90	90	93	83	84	87
Antal svar	51	772	92	149	370	61	53	110	1 635

Kommentar: Siffrorna anger hur stor andel av respektive partis sympatisörer som har en huvudsaklig morgontidning av viss politisk färg. Svarspersonerna har i frågan uppgivit namnet på sin huvudsakligen lästa morgontidning. På grundval av detta har tidningens partifärg senare kodats in. Totalsiffran inkluderar även dem som inte uppgivit partisympati.

Anm: Data från SOM-undersökningen 1993 (svenska medborgare).

Var sjätte socialdemokrat har en socialdemokratisk tidning som sin huvudsakliga morgontidning, medan drygt 30 procent av partiets sympatisörer läser en liberal morgontidning. Vidare framgår att andelen med en namngiven huvudtidning är i stort sett densamma för de större partiernas sympatisörer; miljöpartiets och ny demokratis sympatisörer avviker något genom en något lägre andel dagliga dagstidningsläsare.

Figur 6.3 De fyra stora partiernas sympatisörer som läst minst en huvudsaklig morgontidning med samma partifärg 1956, 1979, 1986, 1987, 1990 och 1993 (procent)



Kommentar: Procentalen avser hur stor andel av personer med uppgiven partisympati som har en huvudsaklig morgontidning med en partifärg som överensstämmer med den egna partisympatin. Siffrorna för 1979 avser egentligen dagligen läst morgontidning, vilket dock anses vara likvärdigt med huvudsakligen läst morgontidning.

Anm: Data från SOM-undersökningen (1986, 1990 och 1993 /svenska medborgare/), Valundersökningen 1979 (Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet) *och 1956 års siffror är en bearbetning av data från Westerståhl och Janson (1958).

Hur stabilt är då valet av partitidning? I figur 6.3 redovisas andelen läsare av egen press efter partisympati ett antal utvalda år mellan 1979 och 1993. Vidare finns redovisat ett genomsnitt som ger ett mått på den svenska partipressens sammantagna förankring respektive år. Inte oväntat visar sig att den totala andelen läsare av egen press har gått ner under hela 1980-talet – från 31 procent 1979 till under 20 procent 1993. Samtliga fyra stora partiers sympatisörer är mindre trogna den egna partipressen idag än för ett drygt decennium sedan. Den största nedgången noteras för socialdemokraterna, där minskningen ligger på drygt tio procentenheter, med viss reservation för skillnader i beräkningsgrund mellan 1979 och övriga år.

Partipressens förankring bland läsarna har uppenbarligen minskat. I ett längre perspektiv är det senaste decenniets förändring relativt begränsad. Den stora nedgången ägde rum redan under 1950- och 1960-talen; år 1956 var den totala andelen som höll en prenumererad dagstidning vars politiska linje överensstämde med den egna partisympatin hela 51 procent. För socialdemokratiska sympatisörer var andelen 44 procent, för centersympatisörer 43 procent, för folktoppartisympatisörer 65 procent och för moderata sympatisörer 57

procent. Annorlunda uttryckt är andelen socialdemokrater respektive centerpartister som har en egen huvudtidning 1993 mindre än en tredjedel av vad den var för tre decennier sedan. För moderater är den mindre än hälften.

Utvecklingen har påverkats både av vad som hänt på dagstidningsmarknaden (se kapitel 2) och av förändringar i samhället. Bland allmänheten uppfattas inte valet av dagstidning lika mycket som tidigare som en fråga om politik. Det senare draget är särskilt framträdande bland de yngre och bekräftar det som iakttagits i andra analyser om yngre människors annorlunda syn på politik och partier (Gilljam och Holmberg, 1993; Oskarsson, 1994).

Finns det ett val av partitidning?

De procenttal som redovisats på partipressens förankring ger ett allmänt mått på sambandet mellan partisympati och tidningsval. Procenttalen säger dock inget om i vilken mån det handlar om ett verkligt val. För att det skall vara ett val i traditionell mening bör åtminstone två villkor vara uppfyllda:

- Det skall för det första finnas något att välja på.
- Det skall för det andra kunna påvisas att valet är grundat på något slag av medvetna överväganden.

Om vi börjar med frågan om valmöjligheter är dessa begränsade. Tidningsnedläggningarna under 1950- och 1960-talen medförde att de flesta flertidningsorter försvann (jfr kapitel 4). Detta ger också förklaringen till att den stora nedgången i det sammanvägda måttet på partipressens styrka går ner just under denna tid. Alla partier har förlorat ungefär lika mycket i upplaga, vilket medför att nedgången är tämligen likartad bland alla partiers sympatisörer.

Tillgången på tidningar som står det egna partiet nära ökar sambandet mellan partisympati och tidningsval. Av moderaterna i stockholmsregionen håller sig en tredjedel med en moderat tidning som sin huvudtidning, i jämförelse med 2 procent i Skåne-Blekinge. För socialdemokratiska sympatisörer är motsvarande andelar i dessa två regioner 0 respektive 34 procent. Oberoende moderata Svenska Dagbladet i Stockholm respektive Arbetet (s) i Malmö (och socialdemokratiska Sydöstran i Karlskrona) gör ett partipolitiskt tidningsval möjligt för dem som står respektive tidnings politiska linje nära (jfr Weibull, 1994a).

Ett annat sätt att belysa sambandet mellan partisympati och tidningsval är att utgå från sympatisörernas identifikation med respektive parti. Om vi ser till 1993 års procenttal visar det sig att valet av en egen morgontidning både för socialdemokrater och moderater är klart större bland dem som är övertygade partianhängare (27 respektive 43 procent) än bland dem som inte är det (9 respektive 19 procent). För folkpartisympatisörer finns inget sådant samband. Detta bekräftar vad som antagits i det föregående: folkpartisters läsning

av liberala högtäckningstidningar är i mindre utsträckning ett partipolitiskt inriktat tidningsval.

Kvällspressläsning och partisympati

Studier av förhållandet mellan partisympati och kvällstidningsval visar att det finns ett klart samband (tabell 6.6). Andelen socialdemokratiska sympatisörer som läser Aftonbladet minst tre gånger per vecka var hösten 1993 27 procent, bland v-sympatisörerna 16 procent och bland miljöpartiets sympatisörer 13 procent. För övriga partier ligger andelarna endast på ca fem procent. För Expressen är bilden delvis den motsatta. Bland folkpartistiska och moderata sympatisörer är andelen regelbundna Expressen-läsare omkring 25 procent, bland centersympatisörerna 20 procent och bland övriga partier ca 15 procent.

Det finns en klar politisk tendens i valet av tidning. Samtidigt är det tydligt att denna inte nödvändigtvis är enbart partipolitisk utan kanske främst uttrycker en mera allmän symbolvärld, i vilken det ingår även andra slag av ideologiska, sociala och etiska värderingar.

Tabell 6.6 Regelbunden läsning av Aftonbladet och Expressen efter partisympati 1990 och 1993 (procent)

Läst kvällstidning/ regelbundenhet	Uppgivet partisympati												Alla				
	v		s		c		fp		m		kds		mp		nyd	90	93
	90	93	90	93	90	93	90	93	90	93	90	93	93				
<i>Aftonbladet</i>																	
6-7 dagar/v	7	9	14	10	4	-	2	1	3	1	4	-	6	-	2	6	5
3-5 dagar/v	9	22	14	9	2	3	5	2	3	2	1	3	7	2	5	7	6
1-2 dagar/v	20	11	13	18	8	2	7	6	5	5	6	2	13	11	21	10	12
Mera sällan	32	30	32	30	29	26	30	20	27	20	23	12	25	22	24	30	25
Aldrig	35	28	29	33	58	69	57	71	63	72	66	83	50	65	48	48	52
Minst 3 dagar/v	16	31	27	19	6	3	4	3	6	3	5	3	13	2	7	13	11
<i>Expressen</i>																	
6-7 dagar/v	5	9	7	6	7	5	10	13	16	9	3	3	7	9	4	10	7
3-5 dagar/v	8	9	8	6	13	9	13	14	13	11	9	3	9	13	11	10	8
1-2 dagar/v	11	9	11	13	10	23	17	13	15	16	16	7	19	15	14	14	14
Mera sällan	33	33	31	30	36	36	36	29	27	32	32	34	35	28	34	32	31
Aldrig	42	29	42	45	34	27	24	31	30	32	41	53	30	35	37	35	40
Minst 3 dagar/v	13	9	15	12	20	14	23	27	29	20	11	6	16	22	15	20	15
Antal svar	97	46	391	727	117	92	176	140	374	359	71	59	69	50	106	1 367	1 767

Kommentar: Totalsiffran inkluderar även dem som inte uppgivit partisympati.

Anm: Data från SOM-undersökningen 1990 (se S Holmberg, L Weibull: *Politiska opinioner*, Göteborgs universitet 1991).

Om det nu finns en politisk faktor i kvällstidningsvalet, hur framträdande är den i valet av morgontidningar? Är kvällstidningen politiskt ett komplement eller en förstärkning? Med komplement menas då att kvällstidningen i första hand väljs av personer som inte har en partipolitiskt "egen" morgontidning, med förstärkning att det är i den senare gruppen som man oftare läser en "egen" kvällstidning. Med tanke på vad som redovisats i det föregående är frågorna i första hand aktuella bland socialdemokratiska sympatisörer.

Huvudtendensen stöder främst vad som kan kallas förstärkningshypotesen utan att falsifiera komplementhypotesen. Det är bland de socialdemokrater som redan har en (s)-morgontidning som läsningen av Aftonbladet är vanligast – 29 procent regelbundna läsare. Bland dem som har en borgerlig huvudtidning ligger andelarna på drygt 20 procent. Bland de socialdemokrater som inte har någon morgontidning är också andelen Aftonbladsläsare 30 procent. Det senare rör sig framför allt om personer i Stockholm, där kvällspress betydligt oftare än i landet i övrigt fungerar som huvudtidning i hushållet.

Aftonbladet tycks således verka både som förstärkare och som komplement. Tidningen är ett naturligt tillval för läsare av socialdemokratiska morgontidningar, men förekommer i stor utsträckning som komplement. Vi kan dessutom beräkna tidningens "komplementeffekt" – andelen socialdemokrater som läser egen morgonpress är 22 procent (1990), medan andelen som över huvud taget läser (s)-press minst sex dagar i veckan är 31 procent. Differensen mellan dessa två siffror är Aftonbladets bidrag till den socialdemokratiska partipressens förankring. Minskar vi kravet på regelbunden läsning av Aftonbladet till tre dagar i veckan stiger andelen av de socialdemokratiska sympatisörerna som håller sig med egen press till 43 procent – varav Aftonbladet ensam svarar för ungefär hälften.

Trots vad som sagts ovan är det viktigt att betona att utvecklingen inte har medfört att pressen spelat ut sin roll som politiskt opinionsorgan bland allmänheten. Tvärtom är det mycket som tyder på att de förändringar som skett faktiskt har stärkt tidningarnas roll i detta avseende.

6.3 Dagspressen och det politiska systemet

Syftet med detta kapitel har varit att belysa dagspressens relation till det politiska systemet dels i ett idémässigt, presspolitiskt perspektiv, dels på grundval av empiriska studier.

En första slutsats är att dagstidningarna i ett långsiktigt perspektiv utvecklas från att vara integrerade element i ett partipolitiskt opinionsbildningssystem till att bli självständiga aktörer. Banden mellan dagstidningar och politiska partier har generellt sett minskat. De dominerande tidningarna – som är de största inom sina områden – har varit de första att markera ett större oberoende. De mindre tidningarna har fortfarande en större anknytning till "sina"

partier. För A-pressen har den nya ägarbilden med lokalt ägda tidningar snarast medfört en något närmare relation mellan tidningar och parti.

Vad vi ser från läsarperspektivet är framväxten av två typer av dags-tidningar. Den ena typen representeras av den lokala dagspressen, där den politiska faktorn är underordnad människors lokala informationsbehov. Läsarkravet på dessa tidningar är en bred lokalbevakning inklusive annonser, trovärdiga och sakliga nyheter och en tillförlitlig distribution, samt inte sällan försök till en inre mångfald i politiska frågor. Om två olika lokaltidningar båda uppfyller dessa krav, kan det finnas utrymme för ett partipolitiskt val. I motsatt fall förefaller ensamtidningen på orten fylla det lokala informations-behovet.

Den andra tidningstypen består av sådana tidningar som är ett tillval. Detta kan gälla såväl morgontidningar som Svenska Dagbladet och Arbetet som kvällstidningar som Aftonbladet. I detta tillval finns det starka inslag av poli-tisk orientering. Den senare behöver inte alltid vara rent partipolitisk utan kan också handla om en bestämd värdeorientering, exempelvis näringslivsvänlig eller vänsterinriktad. Också i tillvalet av traditionellt mindre partipolitiskt profilerade tidningar som Dagens Nyheter eller Expressen är sådana faktorer viktiga. Den lokala anknytningen spelar här inte någon roll.

Att dagspressen har kommit att generellt minska sin partipolitiska anknytning innebär emellertid inte att den överlag minskat sin politiska bevakning. Tvärtom förefaller det politiska nyhets- och opinionsmaterialet snarast ha ökat över tid; att vara en tredje statsmakt betyder trots allt att man är en statsmakt.

Det kan diskuteras vad som har påverkat utvecklingen. Åtminstone fem samspelande huvudfaktorer torde ha haft särskild betydelse:

- *Uppkomsten av lokala tidningsmonopol.* Tidningsnedläggelser under 1950- och 1960-talen medförde att många tidningar blev ensamma på sina utgivningsorter. Dessa dominerande tidningar fick genom nedläggelserna in nya läsare med andra politiska sympatier än tidningens. Det var därför viktigt för de stora tidningarna att ha en mindre partipolitisk nyhetsprofil. De ovan redovisade studierna tyder också på att stora tidningar har en större åsiktsmässig bredd än små.
- *Professionaliseringen av journalistikåren.* De många nya journalister som gick in i yrket under 1970-talet hade en annan grundsyn än tidigare generationer (Weibull m.fl., 1991). Deras utbildning var längre och deras samhällssyn sällan i linje med den deras arbetsgivare markerade genom tidningens partifärg. Den nya journalistgenerationen markerade ett avstånds-tagande från den partipolitiska traditionen och menade att nyhetsverksamhet måste bedrivas professionellt.
- *Påverkan från etermedierna.* Inom radion och televisionen var den parti-politiska nyhetsvärderingen från starten tabu; under lång tid var även den allmänpolitiska bevakningen begränsad (Elgemyr och Cederberg, 1986). När den senare expanderade var nyhetsarbetet nära förknippat med radio-lagens krav på saklighet och opartiskhet. Detta slag av balanserad politisk

journalistik torde bl.a. genom inflytande från stilbildande redaktioner som Eko-redaktionen, men också genom journalisters övergångar mellan etermedier och dagspress haft återverkningar på tidningarnas nyhetsbehandling.

- *En förbättrad tidningsekonomi och en ekonomisk professionalisering.* En förbättrad tidningsekonomi har möjliggjort att tidningar blivit mindre beroende av stöd från andra grupper, t.ex. enskilda politiska partier. Det är inte osannolikt att det statliga presstödet i sig haft betydelse för att skapa ett ökat oberoende. Den ekonomiska professionaliseringen kan snarast betraktas som en vidareutveckling av det som ovan sagts om förstatidningarnas marknadsanpassning. En professionell ansats på det ekonomiska området förstärker snarast denna process. Studier av marknadens behov leder till att tidningar kommer att anpassa sig till läsarnas behov och intresse.
- *Ett förändrat samhällsklimat.* Bakom de minskade banden mellan tidningar och partier torde ligga förändrade föreställningar om partiets och organisationens roll i samhället. Partierna har under 1990-talet förlorat i legitimitet och allmänhetens förtroende för partipolitiken, liksom för andra kollektiva lösningar, har minskat. Detta framträder inte minst i maktutredningens analyser (SOU 1990:44).

Som en följd av de redovisade tendenserna har dagstidningarna sannolikt fått ett ökat politiskt inflytande i sin egenskap av oberoende politiska aktörer. Det har också blivit vanligt att tidningar uppträder som ekonomiska aktörer; den partipolitiska traditionen lägger inte samma restriktioner på det ekonomiska agerandet som tidigare var fallet.

Å andra sidan är det viktigt att understryka att dagspressen visserligen inte längre är partistyrd men att det hos varje dagspressgrupp finns ett slags partipolitisk tradition som kommer till uttryck i politiska sfärer (Hadenius och Weibull, 1991; Hadenius och Anderberg, 1994). Inom sfärerna utvecklas det en allmänpolitisk samsyn. Det är troligen mot bakgrund av detta som man skall se den vikt som näringslivet lagt vid Svenska Dagbladet. Den senare har inte avsett att till ett hundra procent behålla tidningen som moderat – det var för övrigt efter näringslivets ekonomiska satsning 1973 som tidningen blev oberoende moderat – utan att Svenska Dagbladet skall vara näringslivsvänlig. På samma sätt syftade säkerligen inte den liberala pressgruppens förvärv av Nerikes Allehanda respektive Hallandsposten till att få dessa tidningar att förbli folkpartistiska, utan till att tidningarna skulle hållas kvar inom den liberala sfären (Nilsson, 1993). Det är således rimligt att påstå att en allmänideologisk grundsyn både är en förutsättning för och en konsekvens av att ägandet är knutet till en bestämd politisk sfär. Att både nyhets- och annons-samarbete ligger inom samma sfär ger denna ytterligare tyngd (Sundin, 1994).

Det finns samtidigt tendenser i annan riktning. En av de viktigaste är att tidningar börjat att ingå i koncerner där det också finns andra medier. Den

svenska partipresstraditionen har i hög grad varit just en presstradition. Radion och televisionen har haft en annorlunda profil, där saklighet och opartiskhet varit övergripande värden, medan film- och musikbranscherna av tradition har varit i hög grad kommersiellt inriktade. Mycket tyder på att tidningar som ingår i det nya slaget av mediekoncerner också ändrar sin karaktär och blir mera av storföretag. Men att tidningsutgivning blir en mera kommersiell verksamhet behöver inte betyda att pressen skulle tappa sin opinionsbildande roll.

Det intressanta med utvecklingen är att den fortgått relativt opåverkad av den presspolitik som lades fast av 1972 års pressutredning. Som Kent Asp (1994) pekar på i sin arbetsrapport till Pressutredningen -94 var 1972 års utredning framgångsrik i att formulera mål, väl förankrade i berörda grupper, men den har haft mindre betydelse genom sina åtgärder. Genom målen gav man legitimitet åt en journalistisk professionalisering (jfr Furhoff, 1986), som stärkte journalisternas roll och som bidrog till att den eftersträlvade politiska mångfalden snarast minskade.

Konsekvensen har blivit att det offentliga samtalet numera förs på villkor som skapas av en ekonomisk och journalistisk professionalism inom medierna. Det har inte sällan förekommit kritik mot denna situation. Det har anförts att kommersiella bedömningar gör att viktiga men svåra politiska frågor får ett undanskymt utrymme eller att journalisterna har övertagit den politiska dagordningen och styr denna efter sina intressen. Detta är inte platsen att värdera utvecklingen. Klart är dock att utvecklingen har gått mot en syn där mediernas oberoende betonas, dvs. den frihetliga synen. Det intressanta är att 1972 års pressutredning genom sina målformuleringar troligen förstärkt tendenserna.

Den frihetliga synen brukar inte sällan associeras med en positiv värdering av mediernas centrala ställning i opinionsbildningen (jfr Axberger, 1992). I det synsätt som präglar t.ex. maktutredningens analyser är detta emellertid inte fallet. Betoningen av medborgarperspektivet innebär en kritik såväl mot ett partipolitiskt kontrollerat massmediesystem som ett massmediesystem styrt av journalister (SOU 1990:44 s. 69f; Petersson och Carlberg, 1990 s. 242ff). Å andra sidan är den förhoppning som uttrycks av maktutredningen snarast att det skall skapas oberoende institutioner som granskar medierna, t.ex. en forskning som följer sektorn och dess förändringar.

7 Mångfald och mediepolitik

7.1 Mångfaldens innebörd

När mediekoncentrationsutredningen (SOU 1980:28) skall motivera varför koncentrationen på massmedieområdet bör motverkas tar man sin utgångspunkt i medborgarna: "Ytterst är det i sin egenskap av samhällsmedborgare som (människorna i allmänhet) berörs av massmediernas sätt att fungera. Här är det rätten till fritt meningsutbyte och allsidig upplysning som träder i förgrunden" (s. 84). För att yttrandefriheten skall fungera måste människor ha tillgång till medierna.

Mediekoncentrationsutredningens utgångspunkt ligger nära de principiella bedömningar som framkommit vid analysen av 1972 års pressutrednings målformuleringar. Det är medborgarperspektivet som lyfts fram. Den intressanta frågan är här vilka konsekvenser en koncentration på massmediemarknaden kan tänkas ha från ett mottagarperspektiv. I det följande är avsikten att belysa kravet på mångfald i ett sådant perspektiv. Den grundläggande frågan för kapitlet är i vilken utsträckning och på vilket sätt befintlig mångfald utnyttjas.

Inre och yttre mångfald: tre synsätt

Oavsett perspektiv har det övergripande målet bakom konkreta åtgärder mot mediekoncentration som regel varit att skapa eller upprätthålla mångfald. Förekomsten av många olika röster respektive valmöjligheter i medieutbudet har ansetts vara i linje med grundläggande demokratikrav. Teknikerna för att uppnå mångfald har skilt sig något mellan olika typer av medier. Den svenska presspolitiken har utgått från att bredd i opinionsbildningen innebär att det finns konkurrerande eller kompletterande tidningar på varje marknad, där så är praktiskt möjligt. För radio och TV bedömdes ensamrätt för public service-verksamhet länge vara det mest lämpliga sättet att skapa mångsidighet. Tillkomsten av den andra TV-kanalen förde dock in konkurrenstanken, låt vara att denna beskrevs som "en stimulerande tävlan" (avsnitt 5.1).

Beslut om att tillåta nya kanaler under 1970- och 1980-talen, i första hand lokalradio, närradio och lokal-TV, har inte sällan motiverats med en ökad mångfald: lokalradion skulle komplettera lokalt dominerande dagstidningar, närradion skulle ge även de små föreningarna möjlighet att nå ut. Också i fråga om den privata lokalradion betonades vikten av många olika kanaler på marknaden.

Om vi mot den givna bakgrunden reflekterar över på vilket sätt upprätthållandet av mångfald kan påverka människor som medieanvändare finns det åtminstone två principiellt olika synsätt (jfr Weibull, 1982). Det första förutsätter att medborgarna tar del av all relevant information för att kunna fatta bästa möjliga beslut och skulle därför kunna kallas för *informationsmodellen*. Den motsvarar närmast den klassiska modellen för fri åsiktsbildning enligt vilken medborgarna tar del av olika lokala dagstidningar, tittar åtminstone i ett par nationellt spridda tidningar samt följer de huvudsakliga nyhetsprogrammen i radio och TV.

Utvecklingen av den svenska dagstidningsmarknaden ger en antydan om att informationsmodellen knappast är den typiska vad gäller det stora flertalet medborgare. Ett alternativt synsätt presenteras av *diskussionsmodellen*. Den innebär att enskilda människor i och för sig utnyttjar ett mindre antal medier, men att det inom en grupp av människor ändå finns en stor spridning av olika medier; genom diskussionen i gruppen kommer därmed de olika mediernas utbud ut till alla. En variant av detta synsätt finns i det som brukar kallas opinionsledarmodellen. Denna utgår från att de samhälleligt engagerade medborgarna aktivt väljer medier som står dem politiskt eller intressemessigt nära och att de i sin omgivning för fram det de tagit del av i medierna.

Vid sidan av dessa två finns en tredje, principiellt annorlunda syn på hur mångfalden slår igenom bland medborgarna. Denna skulle kunna betecknas *konkurrensmodellen*. Konkurrensmodellen utgår från att mångfald i utbudet av medier i sin tur medför en mångfald inom enskilda medier samt att detta står för en kvalitet hos mediet (jfr Ivre, 1980). Konsekvensen skulle då vara att även den som tar del av ett mindre antal olika medier trots allt får del av de följder som bredden i det totala medieutbudet har.

Hur de tre modellerna passar in på dagens situation kan belysas genom analyser av hur människor utnyttjar den mångfald som idag finns. En sådan belysning borde även kunna kasta ljus över vad som sker om denna ökar eller minskar. Avsikten med detta avslutande kapitel är att försöka relatera föreställningarna om mångfaldens betydelse till frågan om mediernas funktioner för sin publik.

7.2 Tidningsval

Det har fastslagits att svensk dagspress i första hand är lokal. Även om Stockholms morgonpress har viss spridning utanför den egna regionen (jfr Kratz, 1991) visar sig i praktiken bara de lösnummerförsålda kvällstidningarna ha något som kan kallas riksspridning. Det statliga presstödet har också primärt inriktats på att upprätthålla mångfald på lokala marknader och i mindre utsträckning avsett nationella dagstidningar. Samtidigt är det uppenbart att samdistributionssystemet i praktiken varit en förutsättning för nationell eller överregional spridning av storstädernas morgontidningar.

Dagstidningsmarknaden kan på detta sätt sägas utgå från en lokal nivå med möjligheter till vissa icke-lokala tillval. Till samma slutsats kommer den i föregående kapitelns slut redovisade funktionsanalysen. Detta leder oss till två konkreta frågor: hur utnyttjar medborgarna mångfalden på de lokala marknaderna och hur kombineras läsning av lokala tidningar med icke-lokal dagspress?

Det lokala morgontidningsvalet

Den första frågan är i vad mån läsvanor och läsintressen påverkas av situationen på den lokala tidningsmarknaden. Skiljer sig andelen läsare respektive läsintresset med hänsyn till antalet lokalt utgivna tidningar?

De jämförelser som gjorts mellan läsvanor i olika marknadssituationer ger föga belägg för sådana skillnader. Både den totala andelen regelbundna dagstidningsläsare och andelen som läser två dagstidningar ligger på ungefär samma nivå oavsett om det utkommer en eller flera tidningar på orten (Weibull, 1983; Björkqvist, 1989). Andelen lokala tvåtidningsläsare understiger normalt tio procent; däremot blir andelen högre om vi minskar kravet på regelbundenhet till bara någon gång per vecka – ca en tredjedel tittar åtminstone då och då i "den andra tidningen" (tabell 7.1).

Tabell 7.1 Andelen läsare av två lokala morgontidningar i områden med minst två lokalt utgivna morgontidningar (procent)

Område	Andelen läsare		Antal svar
	Dagligen	Någon gång/vecka	
Gästrikland 1989	6%	33%	556
1993	8%	28%	545
Kalmar län	10%	36%	897
Södermanland	4%	25%	956
Värmland	6%	31%	778

Anm: Uppgifter från Dagspresskollegiets lokala läsarundersökningar 1986–89

Procentandelarna varierar inte särskilt mycket mellan olika lokala läsarmarknader. I Stockholm är andelen som läser både Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet omkring fem procent (Weibull, 1984). Det typiska är således att man håller sig med en lokal huvudtidning.

Valet av tidning är i hög grad bestämt av tradition. I denna finns det ett betydande inslag av politisk lojalitet. På nästan alla konkurrensorter är detta särskilt karakteristiskt för de mindre tidningarna: av deras läsare har en klar majoritet samma partipolitiska uppfattning som tidningen. Även om det på detta sätt finns en politisk sida i tidningsvalet präglas ändå läsningen i första

hand av intresset för lokala nyheter, inrikes- och utrikesnyheter, sport och annonser. Detta gäller oavsett om man läser den större eller den mindre tidningen på orten.

Den mindre tidningens läsare tar i något större utsträckning del av opinionsmaterialet i sin tidning än vad den dominerande tidningens läsare gör i sin. Detta har bl.a. sin bakgrund i att den mindre tidningen i första hand läses av personer som står den partipolitiskt nära, något som även kunnat utläsas av föregående kapitel (jfr även Björkqvist, 1989; Weibull, 1991b).

Det har tidigare fastslagits att det är svårt att exakt bedöma konsekvenser av bortfallet av en lokal morgontidning. Om vi utgår från informationsmodellen är det uppenbart att betydelsen är mycket begränsad. Det är få som använder båda tidningarna för sin dagliga information. Visserligen försvinner en viss dubbelläsning någon gång per vecka, men tidigare refererade undersökningar tyder på att denna mindre ofta avser det redaktionella innehållet och mera annonserna.

Om vi utgår från vad som kallats diskussionsmodellen är situationen omedelbart mera svårbedömd. Det är uppenbart att politiskt intresserade personer oftare är dubbelläsare av två lokaltidningar än andra.

Om vi tar Gästrikland och Norrbotten som exempel kan vi konstatera att det är i denna grupp potentialen för dubbelläsning finns (tabell 7.2).

Tabell 7.2 Dubbelläsning av lokala morgontidningar i Gästrikland och Norrbotten 1992/93 (procent)

	Politiskt intresserade			Ej politiskt intresserade			
	Läser den dominerande lokaltidningen			Läser den dominerande lokaltidningen			
	6-7 d/v	1-5 d/	Nej	6-7 d/v	1-5 d/v	Nej	
GÄSTRIKLAND							
Läser den mindre lokaltidn.	6-7 d/v	7	9	24	5	9	25
	1-5 d/v	15	5	4	9	10	6
	Nej	29	5	3	25	5	6
NORRBOTTEN							
Läser den mindre lokaltidn.	6-7 d/v	9	13	24	7	10	23
	1-5 d/v	10	11	6	9	10	7
	Nej	23	3	2	26	5	4

Antal svar: Gävle: politiskt intresserade = 330, ej politiskt intresserade = 284
Norrbotten: politiskt intresserade = 403, ej politiskt intresserade = 290

Bland de politiskt intresserade är andelen som regelbundet tittar i båda tidningarna 36 respektive 43 procent, bland de mindre intresserade 33 respektive 36 procent. Skillnaderna kan förefalla små. Till bilden hör emellertid att de politiskt intresserade i hög grad prioriterar det opinionsbildande stoffet

(Björkqvist 1989, Björkqvist-Hellingwerf, 1994c). Detta är den grupp som kan sägas nyttja den lokala mångfalden i ett opinionsbildande syfte.

Det är mycket sannolikt att det här rör sig om grupper som till en viss del kan fungera som opinionsledare i politiska frågor och bidra till samhällsdiskussionen. Om vi vill skatta gruppernas storlek rör det sig i Gävle totalt om 20 procent av befolkningen, i Norrbotten drygt 40 procent. Det är inte rimligt att tro att alla dessa är lika aktiva. En rimlig skattning utifrån läsmönster skulle peka på att det kan gälla hälften av dessa, dvs. mellan 10 och 20 procent.

Fortfarande är detta relativt höga andelar. En förklaring är att den mindre tidningen på båda de undersökta orterna har en förhållandevis hög spridning. Om vi skulle analysera en konkurrensort är opinionsgruppen som nyttjar båda tidningarna troligen mindre; å andra sidan är den då sannolikt mera aktiv (Björkqvist-Hellingwerf, 1994c).

Om vi slutligen prövar vikten av det finns två lokala tidningar i ljuset av konkurrensmodellen gäller frågan i vad mån konkurrens befrämjar mångfald mellan eller inom de lokala tidningarna. Här är det rimligt att anknyta till diskussionen i föregående kapitel. Där framkom att tidningar över tid tenderar att likna varandra. Den journalistiska professionaliseringen gör att värderingen på nyhetsplats blir likartad. Detta har visat sig gälla för både storstads- och landsortspressens politiska bevakning.

Givetvis handlar alternativen inte nödvändigtvis om politiska val. Skillnader på ekonomisidor, kulturmaterial eller nöjesbevakning bidrar också till lokal mångfald. Det allmänna intrycket av tidigare studier är att konkurrerande tidningar inte heller i sådana avseenden uppvisar så stora skillnader (Linderoth, 1981; Sjölin, 1985). Det som skiljer landsortstidningar från varandra är inte primärt politiska eller ekonomiska vinklar på nyheterna, utan att de är ortens tidningar som väljer ett lokalt perspektiv i sin nyhetsvärdering (Hadenius, 1993; Svedberg och Weibull, 1994). I detta avseende skiljer sig inte lokala tidningar anmärkningsvärt mycket åt.

Resultaten pekar på att den dominerande lokaltidningen inom sig kunnat svara upp mot olika slag av lokala behov och intressen. Detta ligger i linje med vad som framkommit i tidigare undersökningar av tidningsutvecklingens följder (jfr SOU 1968:48). Innebörden är således att betydelsen av det lokala innehållet är viktigare än den partipolitiska faktorn; läsarna väljer i första hand en lokal tidning, i andra hand en med en viss partipolitisk linje. Tillvalet av den partipolitiska tidningen visar sig även på områden där valmöjligheter finns vara avhängigt hur bra tidningen är på det lokala innehållet inklusive annonser (jfr Weibull, 1983; Björkqvist, 1989).

Nyttjandet av mångfalden i det lokala tidningsutbudet där sådan förekommer är således förhållandevis blygsam, åtminstone vad gäller daglig tidningsläsning. Det dagstidningstillval som sker är istället i första hand inriktat på icke-lokala dagstidningar.

Detta tillval kan i sin tur delas upp i två olika typer – morgontidningar och kvällstidningar. Tillval av lokala tidningar från andra regioner än den egna är mycket begränsat; de försök som gjorts av lokala tidningar att gå in i en annan region har också som regel varit utan framgång (jfr Severinsson, 1989 s. 86ff).

Tillval av icke-lokala dagstidningar

Vad gäller tillval av icke-lokala dagstidningar domineras detta av de stockholmska tidningarna samt, inom sina respektive regioner, tidningarna i Göteborg och Malmö. Andelen som håller sig med en storstadsmorgontidning som andra tidning i hushållet ökar med närheten till en storstadsregion. I Södermanland är andelen läsare av Stockholms morgontidningar drygt tio procent medan den i Ystad är endast omkring fem procent (jfr Kratz, 1990b; 1991).

En illustration av de två tidningstillvalen ges i figur 7.1. Denna bygger på siffror från Gästrikland, men mönstret är stort sett detsamma i andra regioner som undersökts på motsvarande sätt. Det visar sig att de som väljer att regelbundet ta del av storstadspress utanför storstadsområdena skiljer ut sig genom att vara högutbildade. Bland högutbildade är andelen som läser minst en storstadsmorgontidning nästan 20 procent.

Närmare analyser (i första hand Kratz, 1994a) visar att det i första hand är människors kulturella orientering som är utslagsgivande: bland dem som har ett högt kulturellt kapital är sannolikheten för läsning av storstadspress fem gånger större än bland dem med lågt kulturellt kapital (jfr även Kratz, 1991 s. 47). Denna faktor har mindre betydelse bland dem som bor relativt nära ett storstadsområde; här är det också vanligare att denna grupp har storstadstidningen som sin enda tidning (Kratz, 1991). Tillvalet av storstadsmorgontidning är normalt motiverat av ett intresse för inrikes- och utrikesnyheter samt nyheter och kommentarer om politik och kultur.

Figur 7.1 Dagstidningsval i Gävle 1993 (procent)

Rikspridd morgonpress

	6 dagar i veckan	1 dag i veckan
Åtminstone en Stockholms-tidning Ingen lokaltidning	0	0
Åtminstone en Stockholms-tidning och en lokaltidning	7	7
Åtminstone en Stockholms-tidning	1	7

Kvällspress

	6 dagar i veckan	1 dag i veckan
Åtminstone en kvälls- tidning. Ingen lokal- tidning	1	3
Åtminstone en kvälls- tidning och en lokaltidning	13	62
Åtminstone en kvällstidning	15	65

	6 dagar i veckan	1 dag i veckan
Åtminstone en Stockholms- tidning och åtminstone en kvällstidning	0	5

	6 dagar i veckan	1 dag i veckan
Åtminstone en lokaltidning	82	95
Åtminstone två lokaltidningar	8	28

Lokal tidningsmarknad

Anm: Uppgifter från Dagspresskollegiets lokala läsarundersökningar

Det är samtidigt klart att den stora majoriteten av dem som läser storstadspress bara läser *en* storstadstidning. Man väljer att komplettera med den som ligger den egna orienteringen närmast. Det finns i detta sammanhang klara skillnader beroende på om man valt att hålla sig med Dagens Nyheter eller Svenska Dagbladet. För den senare tidningen gäller att den har en mycket stor majoritet moderata sympatisörer bland sina läsare.

Vad gäller tillval av kvällstidningar är andelen klart högre än för morgonpress. Av allmänheten uppger sig omkring 20 procent ha för vana att dagligen läsa en kvällstidning; drygt 60 procent har under en genomsnittlig vecka läst minst en kvällstidning (Björkqvist och Weibull, 1989). Tillvalet av kvällstidning är vanligare bland män i yngre medelåldern. Det förefaller mycket nära kopplat dels till ett intresse för sport och förströelse, dels till sociala vanor, t.ex. att man är förvärvsarbetande. Till detta kommer ett intresse att uppdatera sig i vad som hänt.

Det vanliga mönstret också i läsningen av nationellt spridda kvällstidningar är att man håller sig till en av de två. I valet mellan dem finns, som framgått av föregående kapitel, en klar politisk faktor. Av Aftonbladets dagliga läsare 1993 var över 2/3 socialdemokratiska sympatisörer, i jämförelse med 1/3 bland Expressens. Aftonbladet har betydelse som partipolitiskt komplement för de socialdemokrater som av olika skäl valt att hålla sig med en borgerlig

lokaltidning. Det är dock vanligare att de som läser en socialdemokratisk morgontidning också läser Aftonbladet; det finns här ett klart partipolitiskt motiv i bakgrunden (Weibull, 1982).

Paraplysystemet

Den allmänna tendensen i människors utnyttjande av mångfalden på tidningsmarknaden är således att detta går efter nivå. Tidningslandskapet är nivågrupperat – från mycket lokalt till nationellt. Detta har i amerikansk medieekonomisk forskning karakteriserats som att tidningsmarknaden är ett "umbrella system" (jfr Compaine, 1980). Detta har också använts för att illustrera den norska tidningsmarknadens grundegenskaper (Høst, 1991). Centralt i detta system placerar sig den dominerande lokala morgontidningen inom det område där man bor. För majoriteten är detta således den enda dagliga läsningen. Det vanligaste tillvalet är en lösnummertidning. Det förekommer något oftare att högt utbildade väljer till en icke-lokal morgontidning, som regel en storstadstidning. Valet av tidning påverkas både av avståndet till respektive storstad och av orientering hos läsaren.

Det intressanta är att det i samtliga tidningsval också finns med ett slags opinionsfaktor. Människor väljer att bredda sig genom tidningar som står dem orienteringsmässigt (partipolitiskt) nära, under förutsättning att dessa också har ett innehåll av intresse. Detta gäller såväl i valet av kvällstidning som mellan valet av storstadstidning.

Paraplymodellen opererar emellertid inte bara med två nivåer. På en liten ort i en stor region kan tillvalet vara länstidningen, på regionnivån en tidning från närmaste storstad och i regionstäderna samt i Göteborg och Malmö en morgontidning från Stockholm (jfr Reimer, 1987; Ohlsson, 1989; Kratz, 1991). Inom storstäderna kan det även finnas stadsdels- eller förortstidningar som representerar ett slags publicistisk undervegetation. Exemplet visar att det finns en form av "tidningstrappa" som går från den lokala till den nationella nivån.

Annorlunda uttryckt representerar olika tidningar olika "världar"; läsarna väljer tidningar från de världar man önskar ingå i. Dessa världar kan vara geografiska, sociala, politiska och kulturella. Inom en region sker normalt valet av tidning på geografiska grunder, möjligen också på politiska. På den regionala nivån är det ofta en fråga om geografiska och sociala motiv, t.ex. var man arbetar, gör inköp eller har sin släkt (Severinsson, 1989, 1994). På den nationella nivån avgör främst politiska och kulturella värderingar valet av tidning (Kratz, 1994a).

Intresset att hålla sig med tidningar av olika slag är med detta perspektiv bestämt av i vilken grad en person identifierar sig med en viss värld (Stamm, 1985; jfr Jöever, 1982). Världarnas storlek och attraktionskraft kan variera beroende på samhälls- och opinionsklimat. Under 1970-talet uppfattade

många exempelvis Dagens Nyheter som den opinionsmässigt ledande tidningen, medan 1980-talets samhällsklimat var mera gynnsamt för Svenska Dagbladet. Detta kan delvis utläsas i utvecklingen av dessa tidningars nationellt spridda upplagor (figur 2.6).

Valet av tidningar från de olika världarna torde bäst förstås inom ramen för det som kallats diskussionsmodellen. Geografiskt åtskilda personer håller sig à jour med ett skeende eller ett "samtal" som de inte direkt kan delta i men för också detta samtal vidare. Detta har i litteraturen beskrivits som "imagined communities" (Anderson, 1991).

7.3 Andra mediers roll

Givetvis är det inte bara dagstidningar som kan användas för deltagande i samhällets olika världar. Som framgått av slutdelen av kapitel 5 fyller olika medier olika funktioner i människors liv. Det är också uppenbart att det ofta är flytande gränser mellan medier i detta avseende. Tidningar och tidskrifter kan vara viktiga av politiska och kulturella skäl, enskilda radio- och TV-kanaler ger möjlighet att tillfredsställa olika smak inom kultur och underhållning. Det senaste decenniets utveckling har dessutom ökat mängden tillgängliga kanaler inom båda dessa mediesektorer. I det följande skall vi betrakta människors nyttjande av mångfalden inom mediesystemet i detta vidare perspektiv.

Populärpress och tidskrifter

I redovisningen av hur populär- och tidskriftsmarknaderna utvecklats framkom mycket tydligt hur utbudet inom denna fått en allt mer instrumentell karaktär. Huvuddelen av de nytillkomna tidningarna, specialtidningarna, täcker olika ämnesområden – eller med terminologin ovan, olika världar – där läsarna kan hålla sig à jour med både händelser och bedömningar. Det kan vara allt från motorsport till postmodernism. Också de gamla familje- och damtidningarna har fått en annan inriktning; de handlar mera om att ge inblick i andra grupper eller individers liv.

På detta sätt är gränsen idag oklar mellan å ena sidan specialiserat material i dagspressen, särskilt de tillvalda icke-lokala tidningarna och populär- och tidskriftspress å den andra. Exempel på sådana gränssnitt är t.ex. kulturdelen i Dagens Nyheter och Moderna Tider, börsanalyserna i Svenska Dagbladet och Veckans Affärer samt söndagsbilagorna i kvällspressen och Hänt i Veckan. Det som skiljer är att dagstidningarna har större möjligheter till aktualitet i sin bevakning. Undersökningar tyder dock på att dagspressen numera har en mindre grad av aktualitet i sitt innehåll än tidigare (Ekecrantz och Olsson, 1990).

Det förefaller mot denna bakgrund vara rimligt att betrakta hela systemet av tryckta medier som en skala av tillval. Som tidigare har framgått finns det en typ av tillval som gäller politik, ekonomi, kultur i mera traditionell mening, en som gäller olika specialintressen och en som går mera på social orientering. Med ett sådant perspektiv på tillval av dagstidningar visar det sig att det är små skillnader mellan specialtidningarnas och de s.k. endagstidningarnas sätt att fungera som komplement. Endagstidningarna förefaller visserligen något oftare vara lokala respektive politiska tillval; de senaste tidningarna som definierats in i gruppen genom beslut av Presstödsnämnden tycks dock i mindre utsträckning vara av sådant slag, t.ex. Broderskap eller Hemmets Vän.

Analysen avser i detta sammanhang inte någon prövning av dagstidningsdefinitionen, utan endast ett försök att belysa hur olika typer av tryckta medier fungerar i förhållande till varandra. I termer av de diskuterade modellerna handlar det i de flesta fall om medier som ger underlag för diskussion.

Radio och TV

När det talas om mångfald i anslutning till radio och TV kan detta ha många betydelser. Ursprungligen avsåg den förda politiken en mångfald inom radio och TV; programföretagen skulle enligt avtalen med staten erbjuda sin publik ett varierat utbud av program. Vid tillkomsten av den andra TV-kanalen 1969 talades det dessutom om att åstadkomma en stimulerande tävling mellan kanalerna.

Samtidigt har det ibland framhållits att radio och TV genom sitt utbud skall bidra till mångfalden på medieområdet. Detta var ett uttalat motiv vid tillkomsten av lokalradion 1977. Det faktum att de flesta lokala morgontidningar hade en publicistisk dominans inom sina respektive utgivningsområden ansågs ge anledning till en lokal public service-verksamhet inom ljudradioområdet. Tanken blev dock svår att förverkliga, i första beroende på att lokalradion i praktiken blev en länsradio (kapitel 5).

I början av 1990-talet har tillkomsten av nya radio- och TV-kanaler inom den privata sektorn medfört en mångfald i utbudet som går mellan kanalerna. Det har tidigare påvisats hur detta framför allt har inneburit en ökad inriktning mot förströelse – lättlyssnat och lätttittat – men också inom radio en differentiering efter musiktyp. Å andra sidan har samtidigt nyhetsutbudet ökat betydligt genom att de flesta kanaler också erbjuder nyheter. I det följande är avsikten att framför allt fokusera på hur mångfalden i nyheterna nyttjas.

Vad gäller den nationella nyhetsverksamheten inom radio och TV finns det fyra stora, självständiga redaktioner: Rapport och Aktuellt i SVT, Nyheterna i TV4 samt Ekoredaktionen i radion. Till detta kommer de regionala nyhetsredaktionerna inom TV respektive inom lokalradion. Även för de två SVT-redaktionerna har det funnits ett uttalat mål att de skall konkurrera.

I avsnittet om publikutveckling visade sig att SVT:s två redaktioner har något fallande publiksiffror, medan Nyheterna ökar sin andel. Ekoredaktionen förefaller ligga tämligen stabilt. Frågan är då hur kombinationerna ser ut. I tabell 7.3 visas ett antal olika kombinationer mellan TV-nyhetsprogrammen.

Tabell 7.3 Regelbundet tittande på *Aktuellt*, *Rapport* och *Nyheterna* hösten 1993 (procent)

Kombination	Alla	Ålder			Pol. intresse		Utbildning		
		15-29	30-49	50-79	Högt	Lågt	Låg	Mellan	Hög
Endast Rapport	14	2	9	26	16	11	16	14	16
Endast Aktuellt	7	5	7	8	7	7	6	7	9
Endast Nyheterna	11	20	12	4	9	13	10	13	8
Rapport och Aktuellt	20	5	12	37	26	12	28	15	14
Rapport och Nyheterna	2	1	2	2	2	2	4	1	1
Aktuellt och Nyheterna	2	4	2	1	3	1	2	2	3
Rapport, Aktuellt och Nyheterna	6	6	5	6	8	5	6	5	8
Inget	39	56	51	16	28	50	29	46	44
Antal svar	1 747	426	655	658	942	789	678	650	330

Kommentar: Med regelbundet menas här minst fem dagar per vecka.

Anm: Data från SOM-undersökningen 1993

Drygt 60 procent av allmänheten ser på åtminstone något nyhetsprogram i TV minst fem dagar per vecka. Andelen av allmänheten som bara är inriktad på ett av de tre huvudsakliga programmen utgör en knapp tredjedel, 30 procent står för olika kombinationer. De äldsta och politiskt intresserade följer nyhetsprogrammen mer regelbundet än övriga och kombinerar oftare olika nyhetsprogram.

Omkring 40 procent av allmänheten följer Rapport, Nyheterna har omkring 20 procent regelbundna tittare. Den vanligaste kombinationen är SVT:s två nyhetsprogram och därefter endast Rapport. Detta bekräftar vad som i kapitel 5 nämndes om att public service-TV har en stark ställning när det gäller nyheter. I övrigt är spridningen på olika kombinationer ganska stor.

Innebörden är att en förhållandevis liten del av allmänheten regelbundet nyttjar mångfalden i TV-nyheterna. Gruppen utmärks av att vara äldre än ett

befolkningsgenomsnitt men också vara mera politiskt intresserad. En viktig förklaring till detta är dels tillgängligheten hos TV-nyheterna (Ohlsson, 1989), dels att nyhetsprogrammen ligger inom prime time (jfr Gahlin, 1990). Också kanalkonkurrensen påverkar dubbeltittandet på TV-nyheter; ett attraktivt underhållningsprogram, en långfilm eller dylikt sänker vanligen tittandet på TV-nyheter. Den ökade valfrihet som var en effekt av TV2-starten innebar att tittarna i större utsträckning än tidigare valde bort information till förmån för underhållning (Berg–Hallberg–Höijer, 1974). Samma effekt har den ökade tillgången på kabelkanaler haft, liksom tillkomsten av TV4.

Den tredje eternyhetsredaktionen är Ekot. Andelen som hösten 1993 uppgav sig lyssna på Dagens Eko dagligen var knappt 30 procent, andelen som lyssnar mera sällan än ett par gånger i veckan drygt 50 procent (Weibull 1994b).

Det finns tämligen begränsade samband mellan att se på TV-nyheter och att lyssna på Dagens Eko. Tendensen är dock att de som ser båda nyhetsprogrammen i SVT samt de som tar del av både Aktuellt och Nyheterna regelbundet i något större utsträckning än andra lyssnar på Ekot. De som inte ser TV-nyheter regelbundet är inte heller några regelbundna lyssnare på radionyheter. Eko-lyssnarna skiljer ut sig genom ha ett högt politiskt intresse och genom att vara äldre än ett befolkningsgenomsnitt.

Sammanfattningsvis gäller att det finns en mindre grupp människor som nyttjar mångfalden av nyhetsprogram i radio-TV: de som åtminstone fem dagar i veckan följer med i tre av de stora redaktionernas program. Denna grupp utgör en knapp tiondel av den vuxna befolkningen. Andelen som inte alls följer med i något av dessa program regelbundet är drygt 20 procent. Konsekvensen av den ökade kanaltillgången tycks vara att båda grupperna har minskat sin andel.

I fråga om lokala nyheter i radio och TV gäller att andelen regelbundna nyhetslyssnare i lokalradion (P4) är knappt 45 procent av befolkningen och på SVT:s regional-TV omkring 25 procent. Lokalradiolyssnandet har ökat något de senaste åren genom kanalprofileringen och tillkomsten av P4, medan regional-TV har tappat något. Lokala nyheter i TV4 har ännu så länge en relativt liten publik – mindre än fem procent.

Sammanfattningsvis kan konstateras att omkring 15 procent av allmänheten sporadiskt följer regionala och lokala nyheter i både radio och TV, medan drygt 35 procent inte tar del av sådana nyheter i radio eller TV.

En jämförelse mellan nyhetsintresset nationellt och regionalt respektive i radio och TV ger vid handen att det bakom användningsmönstret också finns vad vi kan kalla en kanalfaktor. De som i TV följer nationella nyheter tittar mera regelbundet på regional-TV. De som följer lokalradions nyheter är något oftare Ekolyssnare än övriga. Denna tendens var dock starkare innan lokalradion började med sändningar i egen kanal (P4).

Den privata lokalradion förefaller ännu så länge ha en relativt liten betydelse för lokal nyhetsförmedling. De stationer som inledningsvis har haft publika framgångar har snarast fått detta genom sin allmänna programverksamhet och musik än genom nyhetsbevakningen.

I anknytning till de inledningsvis diskuterade modellerna för hur människor tillägnar sig bredden i medieutbudet förefaller det som kallades informationsmodellen, i varje fall delvis, vara giltig för radio-TV-området, medan dagspressanvändningen ligger närmare diskussionsmodellen. I framför allt TV utnyttjar en stor del av publiken möjligheten att följa båda nyhetsredaktionerna; något sådant finns inte på tidningsmarknaden, eftersom läsarna vanligen följer skeendet bara i en morgontidning, i första hand en lokaltidning. Till detta kommer möjligen en kvällstidning någon eller några gånger i veckan.

Dagspress och radio-TV-nyheter

Tanken på etermedier som ett sätt att vidga framför allt den lokala nyhetsbevakningen har, som tidigare nämnts, också funnits med i diskussionerna om utbyggnaden av radio och TV på den lokala nivån. Frågan är slutligen hur användning av radio och TV förhåller sig till dagstidningsläsning.

Om vi håller fast vid antagandet att morgontidningen fungerar som ett slags basmedium (kapitel 5) är det möjligt att studera hur människor med tidningsstillval tar del av nyheter i radio och TV (tabell 7.4).

Tabell 7.4 Nyttjande av nyhetsprogram i radio efter dagstidningsläsning 1993 (procent)

Radio-TV nyheter	Tidningsläsning minst fem dagar per vecka				
	Ingen dagstidning	Endast kvällstidning	Endast morgontidning	Både morgon- och kvällstidning	Två morgontidningar*
Rapport	29	27	44	43	42
Aktuellt	26	22	35	37	36
Nyheterna	18	27	18	27	23
TV3-nyheter	4	8	3	4	5
Eko-nyheter	24	27	31	30	38
Regional TV/SVT	18	21	29	28	22
Regional-TV/TV4	5	5	4	5	3
Lokalradio P4	37	40	46	53	42
Antal svar	319	170	978	359	327

*minst tre gånger per vecka; delmängd av övrigt

Anm: Uppgifter från SOM-undersökningen 1993

Det finns inget entydigt mönster av komplementförhållande mellan de olika medierna. Men det finns ändå tendenser som ger en antydning om inriktningen:

- De *lokala morgontidningsläsarna* är inriktade på Rapport, regional-TV och lokalradio i P4. Detta är ett slags standardmeny när det gäller traditionella svenska medievanor. Karakteristiskt för dessa personer är att de är äldre än befolkningsgenomsnittet och att de har socialt sett stabila vanor och rutiner. I dessa rutiner ingår morgontidningen, lokalradion och Rapport med föregående regionala nyheter.
- *Morgontidningsläsare i allmänhet*, personer som ofta väljer till en andra morgontidning, är överrepresenterade som tittare på Aktuellt, men framför allt som lyssnare på radions Eko-nyheter. Det rör sig om personer i medelåldern, med utbildning över genomsnittet. Dessa är mindre lokalt och mera nationellt inriktade.
- *Kvällstidningsläsare*, personer med kvällstidningsläsning över genomsnittet är framför allt inriktade mot TV4. Den ibland använda benämningen tabloid-TV ger en antydning om inriktningen i gruppens konsumtion. Det rör sig här om yngre, aktiva personer med mindre fasta vanor.
- De som *inte läser dagstidningar* regelbundet är underrepresenterade på alla nyhetskanaler. Inom gruppen är lokalradion den vanligaste nyhetskällan, men också Rapport och Aktuellt har en inte obetydlig andel bland dessa.

Nyhetskonsumtionen i olika medier avspeglar således i stor utsträckning vad som kan kallas människors olika livssfärer. Det finns en lokalt inriktad, en mera nationell och en mera ungdomligt kosmopolitisk. Kön, ålder och utbildning är egenskaper som kan förklara skillnaderna mellan de olika sfärerna (jfr Reimer, 1994; Jöever, 1982). Resultatet ligger i linje med vad flera analyser påvisat beträffande sambandet mellan människors orientering och medieval och uppvisar likheter med den distinktion som inom sociologisk tradition har gjorts mellan "localists" och "cosmopolitans" (Merton, 1949).

7.4 Mångfald och mediefunktioner

Om vi utgår från detta sätt att resonera är det rimligt att skilja på fyra tänkbara orienteringsnivåer: lokal, regional, nationell och internationell. Varje nivå kan i princip bevakas genom dagspress, ljudradio och TV. Vi får då ett schema som erbjuder tolv möjligheter. Schemat visar klara likheter med den funktionsmodell som redovisades i slutet av kapitel 5. Slutsatserna går också i samma riktning. Med fetstil har markerats de områden där respektive medium är mycket starkt, med kursiv där det har viss betydelse.

Under 1970-talet har den svenska morgonpressen fått en klar tyngdpunkt i det regionala och lokala, medan i första hand Stockholms morgonpress och kvällstidningarna är mera nationellt och internationellt inriktade. Ljudradion har genom tillkomsten av lokalradio gått från ett utbud helt präglad av nyheter på nationell och internationell nivå till att inkludera det regionala – dock knap-

past det lokala. TV har vidgats på samma sätt men domineras av nationellt och internationellt nyhetsutbud.

		Medium som bevakar		
		Dagspress	Ljudradio	Television
NIVÅ SOM	Internationell	1	2	3
	Nationell	4	5	6
BEVAKAS	Regional	7	8	9
	Lokal	10	11	12

Om vi med detta schema som bakgrund på nytt knyter an till diskussionen om mångfald kan några intressanta iakttagelser göras. För det första synes det uppenbart att mångfalden på det lokala planet nyttjas i endast begränsad utsträckning när det gäller dagspress, men om vi tar hänsyn till den lokala radion i P4 blir bilden något annorlunda. Uttryckt i termer av schemat har de flesta människor på det lokala och regionala planet en dominerande kanal i den lokala dagspressen (ruta 7 och 10), men tar också del av nyheter i lokalradio (ruta 8), och möjligen regional-TV (ruta 9).

Mångfalden inom dagspressen nyttjas mera i det vertikala planet. Tillvalet är i första hand kvällspress och i någon mån storstadsmorgonpress (de tidningar som svarar mot rutorna 1 och 4 i schemat). På denna nivå väljer publiken vanligen bara en tidning; de som väljer två kombinerar oftast en morgon- och en kvällstidning. Å andra sidan nyttjas den existerande mångfalden mera på denna nivå än på den lokala – Stockholms två morgontidningar är relativt jämnstora ute i landet; liksom skillnaderna i de två kvällstidningarnas spridning inte heller är särskilt stor.

Totalt sett spelar dock inte tillval av tidningar någon kvantitativt stor roll i fråga om dagliga nyheter. Den allmänna tendensen är dessutom att detta tillval minskar i omfattning. Däremot står TV-nyheterna på denna nivå (rutorna 3 och 6) starkt. Radions nationella och internationella nyheter (rutorna 2 och 5) fungerar för några som ett kvalificerat tillval medan de för de flesta är ett slags uppdatering.

Mediepubliken förefaller låta valet avgöras dels av hur respektive medium innehållsmässigt bevakar ett område, dels av mediets tillgänglighet (t.ex. teknologin för förmedlingen av detta innehåll) – i förhållande till de egna behoven och intressena (jfr Ohlsson 1989). Detta ligger i linje med vad som tidigare redovisats i fråga om olika mediers funktioner i förhållande till varandra. Något tillspetsat kan påstås att människor helt enkelt använder medierna efter vad dessa är bra på.

Om vi väljer att som kriterium på mångfald ta det faktum att samma användare tar del av många olika nyhetskanaler på varje nivå (det som kallats informationsmodellen) visar sig mångfalden vara begränsad och i första hand

gälla inom medier, t.ex. olika nyheter i samma tidning eller i Sveriges Televisions kanaler. Bland en mindre grupp av politiskt aktiva och samhällsintresserade människor är mångfalden på denna nivå dock förhållandevis stor även med detta kriterium.

Det karakteristiska draget för övriga är en förhållandevis stor specialisering – ett val mellan medier efter vad respektive medium är bra på: dagspress på den lokala nivån, TV på den nationella, radion för uppdatering och komplettering på alla nivåer utom den riktigt lokala. I fråga om dagspressen gör delar av publiken ett tillval ovanför den lokala nivån; här väljer man vanligen en tidning. Om vi tillämpar diskussionsmodellen finner vi dock att den existerande mångfalden utnyttjas.

Nya tendenser?

Den förändring som sedan 1980-talets slut skett inom det svenska mediasystemet har påverkat publikens nyttjande av medierna. Den fortsatta expansionen av satellitsändningar via kabel, en tredje marksänd TV-kanal och privat lokalradio har medfört en rad nya valmöjligheter. Hittills verkar expansionen inom detta område främst ha gått ut över Sveriges Television. Varken Sveriges Radios eller den lokala dagspressens nyhetsroll förefaller ha påverkats annat än i mindre utsträckning.

Uttryckt på ett annat sätt är det uppenbart att mångfalden inom mediasystemet har ökat kraftigt i fråga om antalet kanaler. Den ökade mångfalden gäller dock i mindre utsträckning sådant utbud som kan jämföras med den breda nyhetsförmedlingen genom traditionell dagspress; om vi begränsar oss till nyheter och opinion torde det kunna diskuteras om det överhuvudtaget blivit större valmöjligheter genom tillkommande radio och TV-kanaler. Möjligen har dock utvecklingen inom tidskriftssektorn gått i sådan riktning.

Människors val av tillgängliga kanaler bekräftar denna bild. Samtidigt är det uppenbart att informations- och förströelsefunktioner i medieanvändningen inte är lika tydligt avgränsade från varandra som tidigare. Detta är till stor del en följd av förändringar i mediernas eget nyhetsutbud (Hvitfelt, 1994). Ofta brukar detta blandområde gå under beteckningen "infotainment". Det intressanta med denna förändring är att den medfört en skiktning i publiken, där äldre framför allt betonar det traditionellt informativa, medan yngre prioriterar ett lättare material (Reimer, 1994b).

Det kan diskuteras vilka slutsatser som skall dras av detta. Har yngre människor kanske alltid varit intresserade av ett lättare medieinnehåll – och nu har man genom den nya mångfalden fått ökade möjligheter att realisera sitt intresse? Eller är detta en allmän förändring av samhället, där de yngre är bärare av de nya värderingarna? Studier av ungdomskulturen ger stöd för att det är det senare som är mera sannolikt (jfr Fornäs m fl 1992; Fornäs, Boëthius och Reimer, 1993). Vid en bedömning av värdet av mångfald inom

olika samhällsfärer är det viktigt att ta hänsyn till detta. För en stor del av befolkningen är inte samhället en fråga om politik och opinionsbildning av traditionellt slag, utan också om andra kulturella uttrycksformer inom den offentliga sfären (jfr Dahlgren och Sparks, 1991, 1992).

Frage...

det...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

eller...

Mass...

Under...

När...

BNP och...

Vind...

av vår...

En...

behov...

skilj...

Dags...

publ...

en...

Den...

lika...

Orga...

Den...

8 Dagspressen i 1990-talets medielandskap

Dagspressen är ett av våra äldsta massmedier. År 1995 är det 350 år sedan den första tidningen kom ut. De svenska dagstidningarna har aldrig haft en sådan stor spridning som under 1980-talet och förmodligen inte heller sådana ekonomiska framgångar som bransch. Frågan är vilka utsikter dagstidningarna har inför 2000-talet.

I den här rapporten har vi försökt att dokumentera och analysera ett antal utvecklingstendenser inom den svenska dagstidningsbranschen, både i fråga om annons- och läsarmarknad. Vi har också belyst dagspressen i ett vidare mediesammanhang av populär- och tidskriftspress, radio och TV samt satellit- och kabelkanaler, och vi har relaterat dagstidningsutvecklingen till de statliga insatserna på området.

Den bild som framträder är mångtydig. Dagspressen står både stark – och svag. Tidningsföretagen expanderar – med de tvingas också att dra ner. Tidningen har fått en tydligare profil i det nya medielandskapet – men har ändå tappat terräng i konkurrensen. I detta kapitel är det vår avsikt att presentera vad vi uppfattar som huvudpunkter i dagspressens situation. Tanken är att dessa huvudtendenser skall kunna utgöra underlag för fortsatta diskussioner om dagspressens ställning i medielandskapet.

Massmedielandskap i förändring

Under de senaste decennierna har mediesektorn expanderat. Landskapet har blivit större och växtligheten förtätad. Massmedierna har ökat sin andel av BNP och en relativt stor del av allmänhetens tid ägnas åt massmedier. Användningen är inte alltid aktiv, men massmedierna har blivit en integrerad del av vår dagliga miljö.

En sådan kvantitativ beskrivning av medielandskapet ger emellertid inte hela bilden. När man studerar utvecklingen på en lägre nivå framträder en rad skillnader. År 1970 var fortfarande gränserna mellan olika medier tydliga. Dagspressen skilde sig klart från veckopressen, den privata sektorn klart från public service och mediepolitik diskuterades bransch för bransch även om man alltid beaktade konsekvenserna för dagspressen.

Det finns medieområden som inte har förändrats så mycket som andra eller lika tidigt. Biografbranschen hade redan före 1970 fått en förändrad struktur. Organisationspressen kom att förändras först under 1980-talets andra del. Den traditionella veckopressens nedgång hade just påbörjats omkring 1970

men accentuerades därefter. Kvällspressen nådde sin topp i början av 1970-talet och har sedan dess långsiktigt försvagats.

De största förändringarna har ägt rum inom radion och televisionen. Utvecklingen skedde till en början i kontrollerade former. Vi fick en andra TV-kanal, men den organiserades inom public service och utan reklam. Radion decentraliserades, men det stannade på länsnivå. I båda fallen hölls det en klar rågång till dagspressen. Också för den riktigt lokala radion valdes i ett första steg en organisationsform som inte var gränsöverskridande; närradion blev föreningarnas radio och reklam förbjöds.

Den största förändringen i massmedielandskapet kom genom television via satellit och kabel. Utvecklingen inom detta område ändrade på många punkter synen på mediernas organisation och finansiering. De nya, kommersiella kanalerna överrumplade delvis de politiska beslutsfattarna. Flera utredningar studerade det nya fenomenet men något alternativ till anpassning gavs inte. Den fanns en stark kraft i utvecklingen; det handlade inte bara om den nya teknologin utan också om ett opinionsmässigt stöd. Avreglering låg i tiden.

I spåren efter svensk television via satellit och kabel kom först reklamfinansierad television i en nationell markkanal, sedan reklamfinansierad lokal radio. På TV-kanalen formulerades krav som gjorde att den kunde räknas till public service-sektorn men på reklamradion kom inte att ställas sådana krav.

Precis som tidigare ställdes i debatten frågan om effekterna på dagspressen. Det var naturligt eftersom TV-reklamen kunde tänkas drabba dagspressens riksannonser och radioreklamen den lokala annonseringen. Konkurrenten blev dock intensivare inom radio- och TV-sektorn än mellan denna sektor och andra.

I den nya konkurrenssituationen inom radio-TV-sektorn kom den markdistribuerade reklamtelevisionen att ta hand om större delen av TV-reklamen, videotittande ersattes med tittande på televisionens nya underhållningsprogram och det uppstod till och med konkurrens mellan radio och television genom etableringen av musikkanaler.

Konsekvensen är att utbudet av kanaler och program har vuxit kraftigt inom den nationella radio- och TV-sektorn. Samtidigt har satellitkanaler via kabel tagit hand om delar av hushållens medieunderhållning.

Trots att förändringen av radion och televisionen initierades av internationella trender har ett resultat blivit att framför allt radio men också TV har lämnat rollen av att enbart vara nationella medier, eller möjligen regionala medier, för att successivt gå in på lokal nivå. Hur fort detta kommer att gå är svårbedömt. Mycket tyder på att lokal-TV kommer att begränsa sig till fönster i nationella kanaler eller bli en del av ett nätverk. Det är också troligt att utbyggd lokal-TV under överskådlig tid kommer att begränsa sig till de större städerna.

Den traditionella vecko- och tidskriftspressen har successivt förändrats men i stället har specialtidningar och tidskrifter av olika slag vunnit terräng.

De stora förlagen har anpassat sin utgivning och erbjuder numera ett mera diversifierat utbud av publikationer.

Det har tillkommit en grupp seriösa, informativa och opinionsbildande, icke-dagliga publikationer som ligger på gränsen till dagspressen som denna traditionellt har definierats. Det gäller både lokala affärstidningar och s.k. livsstilstidningar.

Genom förändringarna har medielandskapet öppnats för nya aktörer. Både utländska företag och nya svenska grupperingar har gått in i de svenska massmedierna. Dessa har vanligen agerat över flera avsnitt av medielandskapet; Kinnevikgruppen är verksam inom både radio, TV och tidskrifter.

Sett i ett publikerspektiv finns det en klar tendens att särskilt TV tagit hand om underhållnings- och förströelsefunktionen. Denna har delvis övertagits från populärpressen, men också från biograferna; film förmedlas nu mest via TV. Specialtidningarna har markerat den informativa och instrumentella funktionen hos det tryckta mediet.

Dagspressens ställning

I den nya mediemiljön har dagstidningarna i huvudsak behållit sin position som centrala medier i människors liv. Upplagan har visserligen gått ned, men detta gäller i första hand geografiskt överspridda tidningar – främst Stockholms morgon- och kvällstidningar i landsorten. Räckvidden är i stort den samma som tidigare, men *antalet* lästa tidningar har minskat.

Dagspressen har tappat något i annonsförsäljning, i första hand till TV, men nedgången är trots allt relativt begränsad. Den har också mera gällt storstads- än landsortspressen.

Det har under de senaste decennierna etablerats en fast struktur av lokala morgontidningar som står starka på sina orter. Dessa har medvetet koncentrerat sig på utgivningsorten både redaktionellt och ekonomiskt. Tidningarna har slagit vakt om sin prägel av lokalt bevakningsmedium med stor innehållsmässig bredd och har satsat på en hög servicenivå inom distributionen. Detta har fått ett starkt gensvar från läsarna.

De icke-lokala tidningarna är för de flesta ett tillval; det är dessa som främst har drabbats när de mött konkurrens om hushållens intressen och pengar från andra medier. Till viss del kan det röra sig om en konjunkturbetingad faktor vid 1990-talets början.

Över en längre period finns det en viss försvagning också i den lokala dagspressens ställning. Den är dock ännu så länge marginell i ett större sammanhang. Nedgången kan även här vara konjunkturbetingad, t.ex. genom att arbetslösa i mindre utsträckning läser dagstidningar, men den *kan* också ha sin bakgrund i långsiktiga politiska och sociala förändringsmönster, t.ex. ändrade livsstilar, ökad geografisk rörlighet och nya hushållsvanor, som kan ha accentuerats av förändrade ekonomiska förutsättningar.

Dagstidningsföretagen på marknaden

En förklaring till att dagstidningarna som grupp kunnat behålla sin ställning i medielandskapet är att det successivt skett en allmän professionalisering inom såväl tidningsbranschen som enskilda tidningsföretag.

1950- och 1960-talets tidningar såg sig inte sällan som ett slags allmännyttiga institutioner eller som en del av ett partipolitiskt opinionsbildnings-system. Journalistiken var föga aktiv och det saknades krav på ekonomisk avkastning.

Under 1970-talet skedde en omsvängning i fråga om nyhetsrapporteringen. Den *professionella journalistiken* gjorde sitt inträde; tidningarna markerade sitt oberoende – de skulle vara till för sina läsare mera än för de partipolitiska opinionsbildarna. Uppgiften var inte längre att bara förmedla andra nyheter. Redaktionerna skulle vara aktiva i sitt nyhetsarbete.

Under 1980-talet, bl.a. som en effekt av ekonomiska problem omkring 1980, skedde en *ekonomisk professionalisering* av tidningsföretagen. Pressen började i ökande utsträckning fungera som en industribransch. Direktörerna fick en starkare ställning inom företagen.

Det förändrade tänkandet kom även att påverka intresset för rationaliseringar och bidrog till en aktiv marknadsinriktning. Produktiviteten ökade. Detta är en förklaring till att förstatidningarna hittills har klarat lågkonjunkturen utan problem; en företagslednings skicklighet bestäms av dess förmåga att bemästra konjunktursvängningar.

Koncentrationen inom dagspressen skall delvis ses mot bakgrund av denna utveckling. För de stora tidningarna har det varit naturligt att expandera när möjligheter funnits, antingen genom att förvärva andra tidningar eller att gå in i andra medier. De restriktioner som funnits inom branschen att agera strikt företagsekonomiskt har i de flesta fall bortfallit.

Också tidningsföretagens agerande i fråga om den privata lokalradion är i detta perspektiv förväntat. De har sett det som naturligt att gå in i denna för att på detta sätt förekomma en lokal marknadskonkurrens.

Koncentrationsprocessen har således medfört en integration av lokala medier inom större företags kontroll. Det vanliga är att samma företag som redan dominerar tidningsmarknaden har gått in i andra lokalmedier, i första hand radio men på några platser även TV. Med tanke på hur publiken kombinerar olika typer av medier innebär detta att ett och samma företag kontrollerar en stor del av information och underhållning inom ett område.

Inom den privata sektorn finns få motvikter, vare sig på ett lokalt eller ett nationellt plan. I ett publikperspektiv förefaller public service inom radio och TV dock fungera på detta sätt. Både lokalt och nationellt är dessa kanaler tämligen väl utnyttjade, låt vara att den ökade underhållningskaraktären inom särskilt TV-systemet har minskat deras genomslag.

Första- och andratidningar

Den redovisade utvecklingen har framför allt gällt förstатidningarna. Visserligen har den ekonomiska professionaliseringen varit stor i båda typerna av tidningar, men det är förstатidningarna som genom sin storlek har fått ut mest av rationaliseringar och ökad produktivitet.

Det är också inom förstатidningarna som den journalistiska professionaliseringen haft störst resurser. Som dominerande tidningar på sina orter har de varit måna om en bredd i bevakningen. Också partipolitiskt har de sökt markera ökat oberoende. Andratidningarna har haft en något större partipolitisk anknytning, också ägarmässigt. Det har medfört vissa restriktioner som inte funnits hos förstатidningarna.

Följden har blivit att förstатidningarnas övertag under det senaste decenniet genomgående har ökat. De framgångar som andratidningarna har nått i några fall har krävt mycket arbete, men har också hängt samman med att förstатidningarna gjort misstag. Till bilden hör att andratidningarna som regel har en mera lojal, men delvis åldrande, läsekrets.

Förstатidningarna har stärkt sin ställning som medieföretag genom köpen av andra tidningar, liksom genom att de gått in i andra medier, inte minst den privata lokalradion. Inte på någon ort har en andratidning kunnat bredda sin verksamhet på detta sätt. De har saknat resurser att bära de första årens väntade förluster. Det finns dock undantag. Ett sådant utgör Svenska Dagbladet som ingår i ett nätverk av privata radiostationer; ytterligare några andratidningar har gått in som delägare i lokal-TV. Genom A-pressens konkurs försvagades dessutom många andratidningar; många socialdemokratiska tidningar har nu ägarförhållanden som liknar dem då de startades.

Endagstidningarna förefaller ha haft svårt att finna någon naturlig position som nyhetstidningar, utom möjligen på det lokala planet. Antagandet bekräftas av att de nya endagstidningar som erhållit statligt stöd till driften i mindre utsträckning har varit allmänna nyhetstidningar och mera riktade mot särskilda grupper.

Presstödet s roll

Det direkta statliga presstödet tillkom i syfte att behålla en yttre mångfald på tidningsmarknaden, där så var möjligt. Det indirekta stödet, liksom vissa av de direkta stödformerna, avsåg dessutom att skapa gynnsamma förutsättningar för dagspressen som helhet.

Utvecklingen visar att produktionsstödet/drifstödet i främsta rummet har varit av uppehållande karaktär. De tankar om hjälp till självhjälp som har funnits i bakgrunden har inte infriats. De flesta stödtidningar har genom bidragen kunnat överleva, men de har inte kunnat förbättra sin ställning på marknaden. Tvärtom har stödet behövt räknas upp för att ge tidningarna möjlighet att behålla sina positioner.

Även om driftsstödet har fått räknats upp successivt för att svara mot behoven hos de stödberoende tidningarna har dess andel av intäkterna minskat. Även andratidningarnas ekonomi har expanderat.

En del av presstödet har syftat till att främja samverkan. När det gäller samdistribution har stimulansåtgärden hittills visat sig mycket framgångsrik. Detsamma kan inte sägas om åtgärderna att främja samproduktion. Här har motståndet till samarbete av olika skäl varit stort. Genom pressens lånefond och det s.k. utvecklingsbidraget har dock andratidningarna inte stått utan möjligheter att hålla jämna steg med förstetidningarna i fråga om den tekniska förnyelsen.

Presstödet har således vidmakthållit en viss yttre mångfald inom dagspressen. De enskilda dagstidningarna har som nämnts under samma tidsperiod, bl.a. som en följd av professionaliseringen, kommit att präglas av en ökande inre mångfald. Detta har i första hand gällt de marknadsledande förstetidningarna, men bredden har också ökat i andratidningarna.

Ett borttagande av stödet skulle innebära att ett relativt stort antal av stöd-tidningarna tvingades upphöra, alternativt skulle behöva söka sig till andra finansörer, t.ex. partier eller organisationer. Möjligen skulle det kunna utvecklas andra slag av lokala opinionstidningar med lägre periodicitet. Om något sådant inte sker innebär ett borttagande av stödet att den yttre mångfalden kommer att minska inom dagspressen.

Det är däremot knappast troligt att det i någon högre grad skulle påverka den lokala dagspressens utbredning. De kvarvarande tidningarna skulle med all sannolikhet erövra huvuddelen av de nedlagda tidningarnas läsare. För de kvarvarande tidningarna skulle ekonomin förbättras; de skulle genom hög hushållstäckning kunna få goda argument gentemot annonsörerna i konkurrensen med andra medier.

Hur detta skulle påverka villkoren för opinionsbildningen är svårare att bedöma. Avgörande här blir styrkan i professionalismen inom ekonomi och journalistik. Däremot är det svårt att veta vad bortfallet av andratidningarnas informations- och opinionstryck skulle kunna betyda för kvaliteten i bevakningen. Möjligen skulle en förstärkt lokal radio, utanför de senare tidningarnas ägande och kontroll, kunna fylla samma funktion. Det senare pekar mot en situation där den yttre mångfalden inte bara definieras inom dagspressen utan inom medieområdet i stort.

Införandet av det indirekta stödet – främst momsbefrielsen – skedde i en situation då det fanns klart urskiljbara grupper av tryckta medier. Genom att dagspressdefinitionen gång på gång kom att vidgas blev gränsen inte lika tydlig som ursprungligen avsetts. Förändringarna inom populär- och tidskriftspressen har dessutom gjort det svårare att dra gränser utifrån mediers innehåll eller funktion.

Införande av en moms på dagspress skulle främst drabba andra-tidningarna. I rådande ekonomiska läge är det dessutom sannolikt att det också skulle påverka förstaidningarnas hushållstäckning.

Mellan politik och marknad

Det principiellt intressanta med dagspressutvecklingen är hur förhållandet mellan politik och marknad utvecklats. Dagstidningar uppfattas som betydelsefulla opinionsbildare och viktiga fora i den politiska diskussionen, men de är också, och i ökande utsträckning, storföretag. Fram till början av 1970-talet var de två sidorna nära knutna till varandra, vanligen på opinionsbildningsfunktionens villkor. Både ekonomiskt agerande och redaktionella bedömningar påverkades i hög grad av tidningens politiska uppgifter.

De första pressutredningarna initierades och genomfördes i den politiska traditionen. Det var detta som ledde till förslaget till partistöd till pressen samt till generella ekonomiska stödåtgärder. Visserligen genomfördes ekonomiska analyser, men dessa avsåg till en början inte att ge någon omedelbar vägledning åt de statliga insatserna.

1972 års pressutredning introducerade ett ekonomiskt tänkande som gav ett teoretiskt fundament för de presspolitiska åtgärderna. Detta innebar samtidigt att tidningarna i större utsträckning kom att behandlas just som ekonomiska enheter, som professionellt behandlade nyheter och opinion. Detta skedde samtidigt som den journalistiska professionaliseringen pågick inom dagspressen.

Presspolitiken under senare delen av 1970-talet och under 1980-talet har alltmera kommit att utgå från ett företagsperspektiv på tidningsutgivning. Staten har på olika sätt sökt underlätta en rationellt driven tidningsutgivning. Denna har låtit sig väl förena med en journalistisk professionalisering. Ironiskt nog för presspolitiken har detta gått ut över den partipolitiska pluralismen. Det offentliga samtalet bestäms således i ökande grad av företags-ekonomiska och journalistiska bedömningar.

Om det statliga presstödet skulle avvecklas är det sannolikt att skillnaden mellan ekonomiskt orienterade förstaidningar och politiskt orienterade andratidningar skulle öka. Ett rimligt antagande är att ett minskat presstöd skulle innebära en återgång till en mera partipolitisk press, i varje fall inom vissa delar av tidningsmarknaden.

Presspolitiska förutsättningar

Utgångspunkten för den nuvarande presspolitiken är de mål som formulerades av 1972 års pressutredning. Dessa tillkom i en situation som i hög grad dominerades av en partipolitisk dagspress i ett tämligen stabilt mediesystem

med å ena sida public service-radio och public service-TV samt å andra sidan en kommersiell populärpress och en organisationsinriktad tidskriftspress.

Det var naturligt att i den situationen betona dagspressens centrala ställning i fråga om informationsförmedling och att samtidigt markera anknytningen till partipresstraditionen genom att lyfta fram kommentators- och gruppkommunikationsfunktionerna. Den begynnande professionaliseringen av journalistiken fanns med genom granskningsfunktionen. En yttre mångfald inom dagspressen var med dessa mål en viktig förutsättning.

Under de drygt två decennier som gått har situationen ändrat sig kraftigt inom medieområdet. Dagspressen har utvecklats som bransch – både journalistiskt och ekonomiskt. Förstatidningarna har expanderat och även gått in i andra medier. Andratidningarna har däremot kvar sitt beroende av stöd.

Många andra kanaler har tillkommit eller håller på att utvecklas. Genom den statliga politiken inom radio- och TV-området har det tillkommit en ny mediebransch, som också fått ett betydande gensvar från den svenska mediepbliken. Sverige är på väg att få ett mångfacetterat mediesystem där mångfald uppstår genom att olika slag av medier bidrar med olika delar. Samtidigt har också mångfalden *inom* de enskilda dagstidningarna ökat genom professionaliseringen.

Som det formulerats i en av arbetsrapporterna till Pressutredningen -94 kan påstås att 1972 års pressutredning i och för sig var mycket framgångsrik då det gällde att formulera och förankra mål för den statliga presspolitiken, men att de åtgärder som vidtogs inte har varit lika lyckosamma. Konformismen mellan medier har snarast ökat som en följd av konkurrens och professionalisering, samtidigt som den inre mångfalden ökat. Den inre mångfalden har dock knappast kunnat ersätta den yttre inom dagspressen. I någon mån bör tillkomsten av lokal radio ha ökat mångfalden på lokalplanet. Huruvida denna kan komma att ytterligare öka är beroende på hur radion innehållsmässigt utvecklas och hur den förhåller sig till de lokala tidningarna.

Den finns således avgörande skillnader i fråga om förutsättningar för presspolitiken mellan 1972 och 1994. Den viktigaste är att dagspressen inte längre kan bedömas fristående. Gränserna mellan olika medietyper har luckrats upp; å ena sidan finns lokal radio och TV, å andra sidan finns specialtidningar och tidskrifter. I ett funktionsperspektiv tycks det vara svårt att skilja medier åt utifrån teknologier, särskilt som tidningsföretag börjar engagera sig i utvecklingen av multimedier.

En viktig utgångspunkt för fortsatta bedömningar synes därför vara en samlad syn på alla större medier, förankrad i en demokratiuppfattning. De analyser som genomförts tyder på att man på detta sätt skall kunna identifiera områden som kräver särskilda samhällsinsatser, antingen genom riktade stimulansstöd eller genom skapande av hinder mot en oönskad utveckling. De konkreta åtgärderna måste ligga inom ramen för en allmän demokratisyn. Det

bör emellertid vara möjligt att formulera konkreta mål som tar sikte just på avgränsade offentliga insatser.

J. Kinnvall, Svenska Dagbladet (1991), 10 oktober, A-pågången

Arbetsrådet (1984), Arbetsrådets utvärdering av insatser i arbetslöshetsförmedling, Tidningsrådet

Alvén, Arvid (1971), Den offentliga sektorn i Sverige. Analys för och perspektiv. Läderbyrå, Malmö (nr 26)

Andersson, Bo (1981), The Journalist's Conscience. Reflections on the Ethics and Ideology of Journalism. The Journalist's Press, Lund (nr 10)

*Andersson, Åke (1987), 'Folket i Sverige' (1984) skapade först TV-epoken. Tidningsutgivningen, Stockholm. *Journalistutbildning. Institutionerna. Rejerslundskolan och dess utveckling. En studie i utvecklingsutvärdering**

*Arvidsson, Magnus (1987), 'Svenska Dagbladet' 321-332 i Carlsson, Ulla och Magnus (red.), *Medierätt*, s. 297. Göteborg, Nordens förlag*

*Asp, Kent (1985), 'Kritiska reflektioner över svenska partitidningar', sid. 189-195 i *Asp, Kent (red.), 1985. Tidningsåret. Utvärdering*. Stockholm: Liber*

*Asp, Kent (1988), *Journalistutbildning i Sverige* i politiska utbildningsutvärdering. Stockholm: Almqvist och Wiksell*

*Asp, Kent (1987), 'Kritiska reflektioner över journalistutbildning i svensk dagspress 1956-1985', Bilaga 6 till *Journalistutbildning i Sverige*, sid. 1-10 i Stockholm*

*Asp, Kent (1984), 'Journalistutbildning i Sverige sedan och före 1945', *Journalistutbildning i Sverige 1984*, s. 1-10 i Stockholm, s. 18. Göteborg: Institutet för journalistik och medierforskning vid Göteborgs universitet*

*Asp, Kent (1982), 'Den offentliga sektorn i journalistiska utvärdering', sid. 9-21 i *Utvärdering av offentliga insatser i journalistutbildning**

*Asp, Kent (1984), *Journalistutbildning i Sverige. En utvärdering 84*. Arbetsrådet från expertgruppen för journalistutbildning för journalistik och medierforskning vid Göteborgs universitet*

*Åstberger, Hans (1987), 'Journalistutbildning i Sverige', sid. 1-10 i *Journalistutbildning i Sverige 1984*, s. 1-10 i Göteborg, s. 18. Göteborg: Institutet för journalistik och medierforskning vid Göteborgs universitet*

*Becker, Leo och Klaus (1987), *Journalist (1987)*. *Journalist. Berufswahl + Media-Integrationen*. Göttingen: Pöschel, Hübschle, Lattemann, Perleberg, Associat*

Referenser

- A-pressens samorganisation* (1983). Stockholm, A-pressen
- Aftonbladet (1980) *Aftonbladet, en svensk historia*. Stockholm: Tidens förlag.
- Ahrens, Anita m.fl. (1979) *Veckopressen i Sverige*. Analyser och perspektiv. Löderup: Mälarhusgården.
- Anderson, Benedict (1991) *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Reviderad upplaga. London: Verso.
- Andersson, Anna-Maria, Jonasson, Charlotte (1994) *Makten över TV-utbudet*. Fördjupningsarbete, medie- och kommunikationsvetenskap. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Anshelm, Magnus (1993) 'Video', sid. 321–332 i Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Asp, Kent (1982) 'Väljarna och massmediernas partiskhet', sid. 139–195 i Asp, Kent m.fl. (1982) *Väljare, partier, massmedia*. Stockholm: Liber.
- Asp, Kent (1986) *Mäktiga massmedier*. Studier i politisk opinionsbildning. Stockholm: Akademilitteratur.
- Asp, Kent (1987) Rikspolitik och kommunalpolitik i svensk dagspress 1956–1985. Bilaga 6 till SOU 1987:6 *Folkstyrelsens villkor*. Stockholm.
- Asp, Kent (1991) *Partiskheten i Sveriges radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse*. Arbetsrapport nr 16. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Asp, Kent (1992) 'Demokratien och det journalistiska uppdraget', sid. 9–24 i *Uppdraget*. Stockholm: Tiden/Svenska journalistförbundet.
- Asp, Kent (1994) *Medierna och folkstyrelsen*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Axberger, Hans Gunnar (1992) 'Yttrandefrihetsreviret och pressen som dess försvarare', sid. 25–39 i *Uppdraget*. Stockholm: Tiden/Svenska journalistförbundet.
- Becker, Lee och Klaus Schönbach (red.) (1989) *Audience Responses to Media Diversification: Coping with Plenty*. Hillsdale: Lawrence Earlbaum Associates.

Bennike, Sigurd (1994) *Avis- og ugebladslæsning i 1980'erne*. Köpenhamn: Grafisk litteratur.

Berg, Ulf, Karin Hallberg och Björn Höijer (1974) *Hur valde publiken?* Stockholm: Sveriges radios publik- och programforskningsavdelning (PUB).

Berg, Klaus och Marie-Louise Kiefer (1992) *Massenkommunikation IV: Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–1990*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

Bergholtz, Fred (1991) 'Allers – veckopressförlaget', sid. 123–136 i Gustafsson, Karl Erik (red.) *Veckopressbranschens struktur och ekonomi*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Björkqvist, Karin (1988) *Tidningsläsning i Värmland*. Presentation av en läsarundersökning från våren 1987. Arbetsrapport nr 42. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Björkqvist, Karin (1989) *Det politiska tidningsvalet*. Arbetsrapport nr 45. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1993a) *En inventering av Dagspresskollegiets verksamhet 1979–1993*. PM från Dagspresskollegiet nr 22. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1993b) *Pris och prenumeration*. PM från Dagspresskollegiet nr 23. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1994a) 'Vad händer med dagstidningsläsningen?', sid. 235–251 i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1994b) *Mediebarometern 1979–1993*. Arbetsrapport nr 36. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1994c) *Läsning av dagspressens politiska innehåll*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Björkqvist, Karin och Lennart Weibull (1989) 'Kvällspressens utveckling under 1980-talet', sid. 19–29 i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Åttiotal*. SOM-rapport nr 4. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen och Avdelningen för masskommunikation.

Bogart, Leo (1989) *Press and Public*. Hillsdale: Lawrence Earlbaum Associates.

Bruck, Peter (red.) (1994) *Medienmanger Staat*. München, Verlag Reinhard Fischer

- Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) (1993) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Cederberg, Jörgen och Göran Elgemyr (1984) *Tala till och tala med*. Stockholm: Legenda.
- Compaine, B. N. (1980) *The Newspaper Industry in the 1980s*. New York: Knowledge Industry Publications.
- Cronholm, Margareta (1993) 'Satellit- och kabel-TV', sid. 299–306 i Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Cronholm, Margareta m.fl. (1993) 'I allmänhetens tjänst. Ett kvartssekel med publik- och programforskningsavdelningen vid Sveriges Radio', sid. 93–131 i Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Ds Fi 1976:7 *Stöd till organisationstidskrifter*. Stockholm.
- Ds U 1984:4 *Om stöd till radio- och kassettidningar*. Stockholm
- Ds Fi 1993:20 *Presstödetts effekter – en utvärdering*. Rapport till Expertgruppen för studier i offentlig ekonomi, Stockholm
- Dahlgren, Peter och Colin Sparks (1991) *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London: Routledge.
- Dahlgren, Peter och Colin Sparks (red.) (1992) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- De Fleur, Melvin L. och Sandra Ball-Rokeach (1989) *Theories of Mass Communication*. White Plains, NY: Longman.
- Djerf, Monika (1986) *Funktioner hos kabel-TV*. Arbetsrapport nr 11. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Dir. 1993:118 Kommittédirektiv. Den framtida presspolitiken.
- Dovifat, Emil (1967) *Zeitungslehre I-II*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Ekercrantz, Jan och Tom Olsson (1990) *Mellan makt och marknad*. En studie av nyhetsjournalistiken. Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet/ Maktutredningen.
- Elgemyr, Göran (1984) 'Sveriges radio och statsmakterna 1925–1957', sid. 58–85 i Cederberg, Jörgen och Göran Elgemyr (red.) *Tala till och tala med*. Stockholm: Legenda.

- Engblom, Lars Åke (1980) *Arbetarpressen i Göteborg*. En studie av arbetarpressens förutsättningar, arbetarrörelsens presspolitik och tidningskonkurrensen i Göteborg 1890–1965. Göteborg: Ekonomisk-historiska institutionen, Göteborgs universitet.
- Engen, Birgitte (1991) 'Illustreret Videnskabs internationalisering' I Gustafsson, K E (red.) *Veckopressbranschens struktur och ekonomi*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Engwall, Lars (1985) *Från vag vision till komplex organisation. En studie av Värmlands Folkblads ekonomiska och organisatoriska utveckling*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Erasmie, Göran (1994) *Produktivitet och effektivitet i svensk dagspress*. Pressutredningen -94. Rapport från expertgruppen. Göteborg: Företags-ekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Erdmann, Georg och Brumo Fritsch (1990) *Zeitungs Vielfalt im Vergleich*. Mainz: Hase & Kohler.
- Fornäs, Johan m.fl. (red.) (1992) *Unga stilar och uttrycksformer*. FUS-rapport nr 4. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Fornäs, Johan, Ulf Boëthius och Bo Reimer (red.) (1993) *Ungdomar i skilda sfärer*. FUS-rapport nr 5. Stockholm/Stehag: Symposion.
- Forsström, Bertil (1977) *Harry Hjärne och Göteborgs-Posten 1926–1940*. Göteborg, Historiska institutionen.
- Furhoff, Lars (1961) *Pressens förräderi*. Stockholm: Bonniers.
- Furhoff, Lars (1965) *Definitions försök för dagspress*. Statsvetenskaplig Tidskrift 1965, s. 431–445
- Furhoff, Lars (1967) *Upplagespiralen*. Stockholm: Norstedts
- Furhoff, Lars (1986) *Makten över journalistiken*. Stockholm, Natur&Kultur
- Furhoff, Lars och Hans Hederberg (1965) *Dagspressen i Sverige*. Stockholm: Aldus.
- Gahlin, Anders (1990) TV:s framväxt och tittarnas val. I Höijer, B, Nowak, L (red) *I publikens intresse*. Om radio och TV i människors liv. Stockholm, Rabén&Sjögren
- Gilljam, Mikael och Sören Holmberg (1993) *Väljarna inför 1990-talet*. Stockholm: Norstedts juridik.
- Gunter, Barrie (1989) 'The UK: Measured Expansion on a Variety of Fronts', sid. 72–89 i Becker, Lee och Klaus Schönbach (red.) (1989) *Audience Responses to Media Diversification: Coping with Plenty*. Hillsdale: Lawrence Earlbaum Associates.

- Gustafsson, Karl Erik (1978) 'The circulation Spiral and the Principle of Household Coverage', sid. 1–14 i *The Scandinavian Economic History Review*. Volym XXVI, nr 1.
- Gustafsson, Karl Erik (1981) *Kommunikationspolitik och kommunikationsforskning*. Rapport från ett symposium anordnat av Massmedieseminarier vid Göteborgs universitet och Föreningen Svenska Masskommunikationsforskare. Göteborg: Massmedieseminarier vid Göteborgs universitet.
- Gustafsson, Karl Erik (1984) 'Århundradets tidning', i *Sverige (Expressen)*. Stockholm: Expressen.
- Gustafsson, Karl Erik (1985) *Fallet Östersund*. Stockholm: Presstödsnämnden.
- Gustafsson, Karl Erik (1987) *Veckopressen – nedgång men inte fall*. Göteborg: Handelshögskolan, Göteborgs universitet.
- Gustafsson, Karl Erik (1988) Tidningsekonomiska teorier. I Carlsson, U (red) *Ekonomiska perspektiv i masskommunikationsforskningen*. Göteborg, Nordicom/Sverige
- Gustafsson, Karl Erik (red.) (1990) *Lokal mediestruktur och lokal medieutveckling*. Skrifter 3. Göteborg: Informations- och mediegruppen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Gustafsson, Karl Erik (red.) (1991) *Veckopressbranschens struktur och ekonomi*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Gustafsson, Karl Erik (1992) *Nordisk dagspress – struktur och ekonomi*. Rapport 29. Göteborg: Informations- och mediegruppen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Gustafsson, Karl Erik (1993a) *Dagstidningars priskänslighet*. Rapport till mervärdesskatteutredningen.
- Gustafsson, Karl Erik (1993b) *Vårt dagliga blad: I Nerikes Allehanda 150 år 1843-1993*. Örebro, Nerikes Allehanda
- Gustafsson, Karl Erik och Lennart Weibull (1992) *Mått på medier*. Lund: Studentlitteratur.
- Hadenius, Stig (1980) 'Medelsvenssons tidning', sid. 221–336 i *Aftonbladet. En svensk historia*. Stockholm: Tiden.
- Hadenius, Stig (red.) (1990) *Journalistik och politik*. Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet.
- Hadenius, Stig (1992) *Vem äger vad i svensk dagspress?* Stockholm: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet.
- Hadenius, Stig (1993) *Regementsdöden i medierna*. Rapport nr 162. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.

- Hadenius, Stig och Gustaf Anderberg (1994) *Vem äger vad i svenska medier?* Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Stockholms universitet
- Hadenius, Stig och Lennart Nilsson (1992) *Offentliga sektorn, journalisterna och allmänheten*. Rapport nr 3. Stockholm: Svensk informations mediecenter (SIM).
- Hadenius, Stig, Seveborg, Jan-Olof, Weibull, Lennart (1970) *Partipress: socialdemokratisk press 1910–1920*. Stockholm, Rabén & Sjögren
- Hadenius, Stig och Lennart Weibull (1991) *Partipressens död? Kommer partipressen att försvinna helt i Sverige?* Rapport nr 4. Stockholm: Svensk informations mediecenter (SIM).
- Hadenius, Stig och Lennart Weibull (1993) *Massmedier. En bok om press, radio och TV*. Stockholm: Bonnier Alba
- Hafstrand, Helene (1991) 'Tidskrifter' I Carlsson, U, Anshem, M (red.) *MedieSverige 1991*. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Hafstrand, Helene (1993) 'Tidskrifter', sid. 93–98 i Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom/Sverige
- Hafstrand, Helene (1994) *Tidskriftssektorns strukturutveckling 1983–1993*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen. Göteborg: Företagsekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Hast, Lennart (1993) *Produktivitet utveckling i dagstidningar – en värdering av det statliga utvecklingsstödet*. Rapport nr 31. Göteborg: Informations- och mediegruppen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Hedman, Lowe (1993) 'Radio', sid 235–246 i Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Holmberg, Claes Göran, Ingemar Oscarsson och Per Rydén (1983) *En svensk presshistoria*. Stockholm: Esselte studium.
- Holmberg, Håkan (1986) *Strategier mot pressdöden*. Stockholm: Folk och samhälles förlag.
- Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) (1991) *Politiska opinioner*. SOM-rapport nr 6. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen och institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) (1994) *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hultén, Olof (1992) 'Utländskt ägande av medier i Sverige', sid.1–8 i *Medienotiser* nr 4 Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Hultén, Olof och Charly Hultén (1994) *Intäkterna till svenska massmedier 1992 och 1993*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen.

Göteborg/Stockholm: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet/ Sveriges Television.

Hultén, Olof och Carin Nilsson (1994) *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993*. Undersökning av sändningstid och programkategorier. PM. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Hvitfelt, Håkan (1994) *Kommersialisering av nyheter. Förändrad berättarteknik i svenska TV-nyheter*. PM. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Höijer, Birgitta och Lilian Nowak (red.) (1990) *I publikens intresse*. Om radio och TV i människors liv. Stockholm: Rabén & Sjögren.

Høst, Sigurd (1988) *Avisen och leserne*. Volda: M?re og Romsdal Distrikthøgskule.

Høst, Sigurd (1991) 'The Norwegian Newspaper System', sid. 281–301 i Rønning, Helge och Knut Lundby (red.) *Media and Communication*. Readings in Methodology, History and Culture. Gjøvik: Norwegian University Press.

Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) (1993) *Dagspressannonser och TV-reklam*. Göteborg

Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) (1994). *Internationella reklammarknader*. Analys: TV-reklamen i ett internationellt perspektiv. Göteborg.

Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) (1994) *MedieTema* nr 3:1994

Ivre, Ivar (1980) *Massmedier i Sverige I*. Stockholm: Publik- och programforskningsavdelningen, Sveriges Radio.

Ivre, Ivar (1983) *Massmedier i Sverige III*. Stockholm: Publik- och programforskningsavdelningen, Sveriges Radio.

Jankowski, Nick, Ole Prehn och James Stappers (1992) *The People's Voice. Local Radio and Television in Europe*. London: John Libbey.

Jemsten, Börje och Ivar Hallvig (1959) *Strukturförändringar inom dagspressen*. Aktuellt från Tidningsutgivarna nr 9. Stockholm: Tidningsutgivarna.

Johansson, Folke, Wiklund, Dan (1981) Competition and Newspaper Content: Sweden, 1912-1972. I Rosengren, K E (red.) *Advances in Content Analysis*. Beverly Hills-London, Sage

Jonsson, Sverker (1977) *Annonser och tidningskonkurrens*. Meddelanden från ekonomisk-historiska institutionen nr 38. Göteborg: Ekonomisk-historiska institutionen, Göteborgs universitet.

Jonsson, Sverker (1983) *Pressen reklamen och konkurrensen 1935–1978*. Meddelanden från ekonomisk-historiska institutionen nr 52. Göteborg: Ekonomisk-historiska institutionen, Göteborgs universitet.

Jöever, Malle (1982) *Medelvensson är död*. Stockholm, Förenade landstidningar.

Kabelnämnden (1992) *Anslagsframställning för 1992/93*.

Kopper, Gerd, Rager, Günther m.fl. (1994) *Steuerungs- und Wirkungsmodelle. I Bruk*, P (red) *Medienmanager Staat*. München, Verlag Reinhard Fischer.

Kratz, Charlotta (1989) *Tidningsläsning i Kalmar och på Öland*. Arbetsrapport nr 54. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta (1990a) *Tidningsläsning i Jönköping*. En presentation av en läsundersökning. Arbetsrapport nr 5. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta (1990b) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne*. Arbetsrapport nr 3. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta (1991) *Verklighetsval och kapital*. Om det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av stockholmsmorgontidningar utanför Stockholm. Arbetsrapport nr 6. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta (1994a) *Sociala, geografiska och åldersmässiga skillnader i dagstidningsläsningen*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta (1994b) 'Mediemöblemang 1986 och 1993', sid. 279–287 i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta och Lennart Weibull (1991) *Tidningsprenumeration – men till vilket pris?* PM från Dagspresskollegiet nr 12. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kratz, Charlotta och Lennart Weibull (1993) *Den lokala morgontidningen*. En sammanställning baserad på Dagspresskollegiets studier. PM från Dagspresskollegiet nr 19. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Kulturstatistik 1985–1992 (1994) Stockholm: SCB.

Lappalainen, (1987) 'Pressdöd och politisk annonsering', i *Häftan för kritiska studier* nr 1.

- Larsson, Lisbeth (1991) 'Trender i svensk veckopress', sid. 19–34 i Gustafsson, Karl Erik (red.) *Veckopressens struktur och ekonomi*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Lazarsfeld, Paul (1940/1971) *Radio and the Printed Page*. An introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas. New York: Arno Press.
- Lindahl, Rutger (1982) Folkomröstningskampanjen 1980 på lokal nivå. I Asp, K m.fl., *Väljare partier massmedia*. Stockholm, Publica
- Linderoth, Sven (1981) *Från konkurrens till monopol*. Lund: Dialog.
- Lundby, Knut, Futsæter (1993) *Flerkanalsamfunnet*. Fra monopol til mangfold. Oslo, Universitetsforlaget.
- Lundstedt, B (1902/1969) *Sveriges periodiska litteratur 1645–1899 I–III*. Stockholm: Iduns Kungliga Hofboktryckeri/Rediviva (facsimilupplaga).
- Media Monitor (1991). *Höstens partikongresser jämförs*. Februari 1991. Stockholm: Näringslivets mediainstitut.
- Media Monitor (1993). *Höstens partikongresser jämförs*. Februari 1993. Stockholm: Näringslivets mediainstitut
- Medien Jahrbuch 1994*. Ulm. Kellerer&Partner
- Merton, Robert (1949) 'Patterns of Influence. A Study of Interpersonal Influence and Communication Behavior', i Lazarsfeld, P och F Stanton (red.) *Communication Research 1948–1949*. Reviderad upplaga. New York: Arno Press.
- McLuhan, Marshall (1964) *Understanding Media*. New York: The New American Library.
- McQuail, Denis (1992) *Media Performance*. London: Sage.
- McQuail, Denis och Karen Siune (1986) *New Media Politics*. Comparative Perspectives in Western Europe. London: Sage.
- MMS (1994) *Mediebarometern*. Stockholm. Mediamätning i Skandinavien AB
- Morgonens mediavanor*, etc. (1994) Stockholm: Tidningsutgivarna.
- Mårtensson, Torbjörn (1994) *Ungdomars läsning av dagstidningar*. Stockholm: Tidningsutgivarna.
- NOU 1992:14 *Mål og midler i pressepolitikken*. Oslo: Norges offentlige utredninger.
- Nilsson, Olle (1993) 'Allehanda "räddas" som liberal tidning', sid. 81–86 i *Nerikes Allehanda 150 år 1843–1993*. Örebro: Nerikes Allehandas förlag.
- Nord, Lars (1993) *Åsiktsmaskinerna*. Lund: Studentlitteratur.

Nordström, Bengt (1990) 'Generationers radiolyssnande', sid. 45–66 i Höijer, B och Nowak, L (red.) (1990) *I publikens intresse*. Om radio och TV i människors liv. Stockholm: Rabén & Sjögren.

Ohlsson, Anders (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Stockholm: Almqvist & Wiksell international.

Oscarsson, Tage (1989) *Mångfalden ger styrkan*. En pressbok utgiven av centerns pressförening vid dess 60-årsjubileum 1989. Hässleholm: Norra Skåne.

Oskarson, Maria (1994) *Klassröstning i Sverige*. Rationalitet, lojalitet eller bara slentrian. Stockholm: Nerenius och Santéus förlag.

Petersson, Olof (1993) 'Se mer till medborgaren – mindre till branschen'. *Pressens Tidning* nr 15.

Peterson, Olof, Westholm, Anders, Blomberg, Göran (1989) *Medborgarna och makten*. Stockholm, Carlssons

Petersson, Olof och Ingrid Carlberg (1990) *Makten över tanken*. Stockholm: Carlssons.

Picard, Robert (red.) (1988) *Press Concentration and Monopoly: New Perspectives on Newspaper Ownership and Operation*. Norwood: Ablex.

Pool, Ithiel de Sola (red.) (1973) *Talking Back: Citizen Feedback and Cable Technology*. Cambridge.

Postman, Neil (1986) *Underhållning till döds*. Stockholm: Prisma.

Pressens Tidning. Svenska Tidningsutgivareföreningens tidskrift.

Prop. 1948:215 *Om pappersbeskattning*

Prop. 1959:162 *Om allmän varuskatt*

Präntare, Bo (1960) 'Den svenska dagspressens utveckling efter kriget', i *När var hur 1960*. Stockholm, Forum

Präntare, Bo (1979) *Begreppet dagstidning*. PM. Stockholm: Presstödsnämnden.

RadioUndersökningar AB (1994).

Reimer, Bo (1987) *Dagens Nyheter i västra Sverige*. Arbetsrapport nr 24. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Reimer, Bo (1994a) *The Most Common of Practices*. On Mass Media Use in Late Modernity. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Reimer, Bo (1994b) 'Nya mönster? Ungdomars medievanor', sid. 253–262 i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

- Reimer, Bo och Lennart Weibull (1985) *Dagspress på arbetsplatsen*. Rapport nr 6. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Roe, Keith och Lennart Weibull (red.) (1989) *Vad gör kabel-TV i Sverige?* Lund: Studentlitteratur.
- RUAB (1994) *Lyssnarundersökning veckorna 17–18 1994*. Radio-Undersökningar AB, Stockholm
- SOU 1965:22 *Dagstidningarnas ekonomiska villkor*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1968:48 *Dagspressens situation*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1973:8 *Radio i utveckling*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1974:34 *Grafisk industri i omvandling*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1975:78 *Pressens funktioner i samhället*. En forskningsrapport från 1972 års pressutredning. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1975:79 *Statlig presspolitik*. Betänkande av 1972 års pressutredning. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1980:28 *Massmediekoncentration*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1980:32 *Stödet till dagspressen*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1984:53 *Föreningarnas radio*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1988:48 *Reformerat presstöd*. Betänkande av dagstidningskommittén. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1990:44 *Demokrati och makt i Sverige*. Maktutredningens huvudrapport. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1991:82 *Drivkrafter för produktivitet och välstånd*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- Severinsson, Ronny (1987a) *Dagspressutvecklingen i Västergötland 1950–1985*. Arbetsrapport nr 22. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Severinsson, Ronny (1987b) *Skaraborgspressens innehåll 1950–1985*. Arbetsrapport nr 26. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Severinsson, Ronny (1987c) *Tidningsläsning i Essunga, Götene, och Vara*. Arbetsrapport nr 27. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Severinsson, Ronny (1989) *Agerande och utveckling inom dagspressen i Västergötland*. En analys av konkurrensförhållanden på lokala tidningsmarknader 1950–1985. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Severinsson, Ronny (1990) *Tidningsläsning i nordvästra Skåne*. Arbetsrapport nr 2. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Severinsson, Ronny (1992a) *Med eller utan prenumeration i Eskilstuna och Katrineholm*. Presentation av en läsarundersökning från hösten 1990. Arbetsrapport nr 17. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Severinsson, Ronny (1992b) Vad är viktigt med morgontidningen? I Weibull, L, Holmberg, S (red) *Åsikter om massmedier och samhälle*. SOM-rapport nr 7. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen och institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Severinsson, Ronny (1994) *Tidningar i konkurrens*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Siebert, Fred, Theodore Peterson och Wilbur Schramm (1956) *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.

Siune, Karen, Truetzschler, Wolfgang (red.) (1992) *Dynamics of Media Politics*. Broadcast and Electronic Media in Western Europe. London, Sage

Sjölin, Mats (1985) *Kommunalpolitiken i massmediernas spegel*. Lund political studies nr 45. Lund: Dialogos.

Sommar, Carl Olov (1981) 'Dagspressens spridning i ett internationellt perspektiv', i *Dagens Nyheters verksamhetsberättelse 1981*. Stockholm: Dagens Nyheter.

Stamm, Keith R. (1985) *Newspaper Use and Community Ties*. Norwood: Ablex.

Strid, Ingela och Lennart Weibull (1988) *MedieSverige 1988*. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Strid, Jan (1979) *Eesti Päevaaleht och Ruotsin Suomalainen*. Innehållsanalys genomförd på uppdrag av Statens Invandrarverk. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.

Strid, Jan (1993) 'Radio i Göteborg', sid. 109–123 i Nilsson, Lennart (red.) *Västsvensk opinion*. SOM-rapport nr 10. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

- Sundin, Staffan (1991) *Bonniers och massmediekoncentrationen*. PM. Göteborg: Ekonomisk-historiska institutionen, Göteborgs universitet.
- Sundin, Staffan (1992) 'Svenska medieföretags utlandsetableringar', sid. 8–15 i *Medienotiser* nr 4. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Sundin, Staffan (1994) *Ägande i dagspress, kommersiell lokalradio samt icke licensfinansierad TV*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen. Göteborg: Ekonomisk-historiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Svedberg, Helene (1994) *Massmediernas partiskhet*. Pressutredningen -94. Arbetsrapport från expertgruppen. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Svedberg, Helene och Lennart Weibull (1994) *Sjukvårdspolitik och opinionsbildning*. Rapport nr 1. Svensk informations mediecenter (SIM).
- Sylwan, Otto (1906) *Den moderna pressen, dess uppkomst och utveckling intill våra dagar*. Stockholm: Albert Bonniers Förlag.
- Syvetsen, Trine (1993) *Public Television in Transition*. Levende bilder nr 5/92. Oslo/Trondheim: Norges allmennvitenskapelige forskningsråd.
- Söderström, Herbert och Pelle Ahrnstedt (1958) *Svenska dagstidningsjournalisters utbildning, rekrytering, attityder m.m.* Journalistundersökningen 1955–1956. Uppsala: Statsvetenskapliga institutionen, Uppsala universitet.
- TS-boken*. Tidningsstatistik AB, Solna
- TV4 (1993) *Inbjudan till förvärv av aktier i TV4 AB*. Handelsbanken Investment Banking/Enskilda Corporate. Skandinaviska Enskilda Banken.
- Thomsen, (1982) 'Rids av avisens typologi', sid. 9–25 i *Pressens årbog* 1982. Odense: Dansk pressehistorisk selskab.
- Tollin, Sven (1960) *Dagspressekonomi – en analys av 95 bokslut*. Aktuellt från Tidningsutgivarna nr 10. Stockholm: Tidningsutgivarna.
- Tollin, Sven (1963) *Mot större enheter – koncentrationen i svensk dagspress*. Stockholm: Förenade Landsortstidningar AB.
- Tollin, Sven (1965) *Svenska dagstidningar 1900–1965 – antal och politisk gruppering*. Aktuellt från Tidningsutgivarna nr 16. Stockholm: Tidningsutgivarna.
- Tollin, Sven (1967) *Svenska dagstidningar 1900–1967*. Stockholm: Tidningsutgivarna:s förlag.
- Tunstall, Jeremy och Michael Palmer (1991) *Media Moguls*. London: Routledge.

Valdensjö, Christina, Ingemar Larsson och Ingemar Stedt (1981) *ÖP eller LT? En undersökning om tidningssituationen i Östersund. Projektarbete i informationsteknik*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.

Vallinder, Torbjörn (1968) *Press och politik*. Falköping, Gleerups

Wachtmeister, Ann-Margrete (1976) *De svenska massmediernas ekonomi 1974*. Stockholm, Sveriges Radio

Weibull, Lennart (1978) *Dagspress eller veckopress*. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.

Weibull, Lennart (1982) 'Det politiska tidningsvalet', sid. 85–138 i Asp, Kent m. fl. *Väljare partier massmedia*. Stockholm: Liber.

Weibull, Lennart (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Publica.

Weibull, Lennart (1984) *Tidningsmarknaden i Storstockholm*. PM. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Weibull, Lennart (1986) *Nyhetsspridningen om mordet på statsminister Olof Palme*. Arbetsrapport nr 10. Göteborg: Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Weibull, Lennart (1989a) 'Läsarforskning inför 1990-talet', sid. 183–199 i Weibull, Lennart och Karin Björkqvist (red.) (1989) *Dagspressen och dess läsare*. Empiriska studier av dagspressens utveckling under 1980-talet. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Weibull, Lennart (1989b) *Finns det europeiska medievanor?* Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet

Weibull, Lennart (1991a) 'Förändringstendenser i mediasystemet', sid. 29–49 i Carlsson, Ulla och Magnus Anshelm (red.) *MedieSverige '91*. Göteborg: Nordicom/Sverige.

Weibull, Lennart (1991b) 'Har partipressen försvunnit?', sid. 127–147 i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Politiska opinioner*. SOM-rapport nr 6. Göteborg: Statsvetenskapliga institutionen och institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Weibull, Lennart (1992) 'TV-nyheter i konkurrens', sid. 15–18 i *Medienotiser* nr 3. Göteborg: Nordicom/Sverige.

Weibull, Lennart (1993) 'Dagstidningsläsning i Göteborg. En lägesbestämning i ett nationellt perspektiv', sid. 91–108 i

Nilsson, Lennart (red.) *Västsvensk opinion*. SOM-rapport nr 10. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

- Weibull, Lennart (1994a) 'Det politiska tidningsvalet 1993', sid. 289–304 i *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1994b) 'Morgon-TV – ett hot mot morgontidningen?', sid. 263–277 i *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart m.fl. (1991) *Svenska journalister*. Stockholm, Tiden
- Weibull, Lennart och Magnus Anshelm (1992) 'Signs of change. Swedish Media in Transition', sid. 37–56 i *Nordicom-Information* nr 1. Göteborg: Nordicom/Sverige.
- Weibull, Lennart och Karin Björkqvist (red.) (1989) *Dagspressen och dess läsare*. Empiriska studier av dagspressens utveckling under 1980-talet. Stockholm: Almqvist & Wiksell international.
- Weibull, Lennart och Britt Börjesson (1993) *Politik och journalistik – en fråga om etik? PM från Publicistisk sed nr 15*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart, Holmberg, Sören (1994) *Vägval*. I Holmberg, S, Weibull, L (red) *Vägval*. SOM-rapport nr 11. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Westerståhl, Jörgen och Jansson C-G (1958) *Politisk press*. Göteborg: Akademiförlaget.
- Wikström, Ingrid (1991) 'Bonniers – från veckopress till populärpress', sid. 115–122 i Gustafsson, Karl Erik (red.) *Veckopressens struktur och ekonomi*. Göteborg: Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Wirén, Karl Hugo (1986) *Kampen om TV*. Svensk TV-politik 1946–1966. Stockholm: Gidlunds.
- World Communication Report* (1989). Paris: Unesco.
- World Press Trends* (1993) Paris: Fédération Internationale des Editeurs de Journaux.

Förteckning över arbetsrapporter från Pressutredningen -94's expertgrupp

Partipressen på läsarmarknaden: Vad händer med det politiska tidningsvalet? Lennart Weibull, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Den svenske tidningsläsaren: Läsvanor för dagspress 1979-1993. Karin Björkqvist-Hellingwerf och Ronny Severinsson, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Ett år med morgon-TV: Vad händer med dagspressen? Lennart Weibull, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Sociala, geografiska och åldersmässiga skillnader i dagstidningsläsningen. Charlotta Kratz, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Ägande i dagspress, kommersiell lokalradio samt icke licensfinansierad TV. Staffan Sundin, Ekonomisk-historiska institutionen, Göteborgs universitet.

Medierna och folkstyrelsen. Kent Asp, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Vad är en dagstidning: Olika perspektiv på dagspressbegreppet. Ronny Severinsson, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Intäkterna till svenska massmedier 1992 och 1993. Charly Hultén och Olof Hultén, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet/Sveriges Television.

Massmediernas partiskhet. Helene Svedberg, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Läsning av dagspressens politiska innehåll. Karin Björkqvist-Hellingwerf, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Strukturutveckling för dagspress och etermedier 1980-1993. Ronny Severinsson, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

Tidskriftsektorns strukturutveckling 1983-1993. Helene Hafstrand, Företags-ekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Produktivitet och effektivitet i svensk dagspress. Göran Erasmie, Företags-ekonomiska institutionen, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Förteckning över arbetsrapporter från Pressektionen - 94's expertgrupp

Pressektionen har bestämmande över förteckningen. Vid ändringar i förteckningen ska det politiska rådet besluta.
Lennart Weibull, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Upprättad av pressektionen för år 1994. För ändringar i förteckningen ska det politiska rådet besluta.
Karin Björkqvist-Hellberg, och Ronny Sverrisson, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

För de två årgångar 1991 och 1992 har pressektionen bestämmande över förteckningen.
Lennart Weibull, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Övriga årgångar har bestämmande över förteckningen.
Charlotta Krantz, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

År 1993 i dagrapport, kommittén för utvärdering av den här utvärderingen.
Stellan Sjödin, Ekonomisk-historska institutionen, Göteborgs universitet

Metoder och följande: Karl Asp, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

För de två årgångar 1993 och 1994 har pressektionen bestämmande över förteckningen.
Ronny Sverrisson, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

För de två årgångar 1995 och 1996 har pressektionen bestämmande över förteckningen.
Olaf Jansson, Högskolan i Gäddede, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Metoder och följande: Helena Svoboda, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

För de två årgångar 1997 och 1998 har pressektionen bestämmande över förteckningen.
Karin Björkqvist-Hellberg, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

2000-2001 års utvärdering för dagrapport och utvärdering 1999-2001.
Ronny Sverrisson, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

2002-2003 års utvärdering för dagrapport och utvärdering 2001-2003.
Helena Svoboda, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

2004-2005 års utvärdering för dagrapport och utvärdering 2003-2005.
Göran Elmquist, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet



Statens offentliga utredningar 1994

Kronologisk förteckning

1. Ändrad ansvarsfördelning för den statliga statistiken. Fi.
 2. Kommunerna, Landstingen och Europa + Bilagedel. C.
 3. Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap. S.
 4. Vapenlagen och EG. Ju.
 5. Kriminalvård och psykiatri. Ju.
 6. Sverige och Europa. En samhällsekonomisk konsekvensanalys. Fi.
 7. EU, EES och miljön. M.
 8. Historiskt vägval – Följderna för Sverige i utrikes- och säkerhetspolitiskt hänseende av att bli, respektive inte bli medlem i Europeiska unionen. UD.
 9. Förnyelse och kontinuitet – om konst och kultur i framtiden. Ku.
 10. Anslutning till EU – Förslag till övergripande lagstiftning. UD.
 11. Om kriget kommit... Förberedelser för mottagande av militärt bistånd 1949-1969 + Bilagedel. SB.
 12. Suveränitet och demokrati + bilagedel med expertutspatser. UD.
 13. JIK-metoden, m.m. Fi.
 14. Konsumentpolitik i en ny tid. C.
 15. På väg. K.
 16. Skoterkörning på jordbruks- och skogsmark. Kartläggning och åtgärdsförslag. M.
 17. Års- och koncernredovisning enligt EG-direktiv. Del I och II. Ju.
 18. Kvalitet i kommunal verksamhet – nationell uppföljning och utvärdering. C.
 19. Rena roller i biståndet – styrning och arbetsfördelning i en effektiv biståndsförvaltning. UD.
 20. Reformerat pensionssystem. S.
 21. Reformerat pensionssystem. Bilaga A. Kostnader och individeffekter. S.
 22. Reformerat pensionssystem. Bilaga B. Kvinnors ATP och avtalspensioner. S.
 23. Förvalta bostäder. Ju.
 24. Svensk alkoholpolitik – en strategi för framtiden. S.
 25. Svensk alkoholpolitik – bakgrund och nuläge. S.
 26. Att förebygga alkoholproblem. S.
 27. Vård av alkoholmissbrukare. S.
 28. Kvinnor och alkohol. S.
 29. Barn – Föräldrar – Alkohol. S.
 30. Vallagen. Ju.
 31. Vissa mervärdskattefrågor III – Kultur m.m. Fi.
 32. Mycket Under Samma Tak. C.
 33. Vandels betydelse i medborgarskapsärenden, m.m. Ku.
 34. Tekniskt utrymme för ytterligare TV-sändningar. Ku.
 35. Vår andes stämma – och andras. Kulturpolitik och internationalisering. Ku.
 36. Miljö och fysisk planering. M.
 37. Sexualupplysning och reproduktiv hälsa under 1900-talet i Sverige. UD.
 38. Kvinnor, barn och arbete i Sverige 1850-1993. UD.
 39. Gamla är unga som blivit äldre. Om solidaritet mellan generationerna. Europeiska äldreåret 1993. S.
 40. Långsiktig strålskyddsforskning. M.
 41. Ledighetslagstiftningen – en översyn. A.
 42. Staten och trossamfunden. C.
 43. Uppskattad sysselsättning – om skatternas betydelse för den privata tjänstesektorn. Fi.
 44. Folkbokföringsuppgifterna i samhället. Fi.
 45. Grunden för livslångt lärande. U.
 46. Sambandet mellan samhällsekonomi, transfereringar och socialbidrag. S.
 47. Avveckling av den obligatoriska anslutningen till studentkårer och nationer. U.
 48. Kunskap för utveckling + bilagedel. A.
 49. Utrikessekretessen. Ju.
 50. Allemansparandet – en översyn. Fi.
 51. Minne och bildning. Museernas uppdrag och organisation + bilagedel. Ku.
 52. Teaterns roller. Ku.
 53. Mästarbrev för hantverkare. Ku.
 54. Utvärdering av praxis i asylärenden. Ku.
 55. Rätten till ratten – reformerat bilstöd. S.
 56. Ett centrum för kvinnor som våldtagits och misshandlats. S.
 57. Beskattnings av fastigheter, del II – Principiella utgångspunkter för beskattning av fastigheter m.m. Fi.
 58. 6 Juni Nationaldagen. Ju.
 59. Vilka vattendrag skall skyddas? Principer och förslag. M.
 59. Vilka vattendrag skall skyddas? Beskrivningar av vattenområden. M.
 60. Särskilda skäl – utformning och tillämpning av 2 kap. 5 § och andra bestämmelser i utlänningslagen. Ku.
 61. Pantbankernas kreditgivning. N.
 62. Rationaliserad fastighetstaxering, del I. Fi.
 63. Personnummer – integritet och effektivitet. Ju.
 64. Med raps i tankarna? M.
 65. Statistik och integritet, del 2 – Lag om personregister för officiell statistik m.m. Fi.
 66. Finansiella tjänster i förändring. Fi.
 67. Räddningstjänst i samverkan och på entreprenad. Fö.
 68. Otillbörlig kurspåverkan och vissa insiderfrågor. Fi.
-

Statens offentliga utredningar 1994

Kronologisk förteckning

69. On the General Principles of Environment Protection. M.
70. Inomkommunal utjämning. Fi.
71. Om intyg och utlåtanden som utfärdas av hälso- och sjukvårdspersonal i yrkesutövningen. S.
72. Sjukpenning, arbetsskada och förtidspension – förutsättningar och erfarenheter. S.
73. Ungdomars välfärd och värderingar – en undersökning om levnadsvillkor, livsstil och attityder. C.
74. Punktskatterna och EG. Fi.
75. Patientskadelag. C.
76. Trade and the Environment – towards a sustainable playing field. M.
77. Tillvarons trösklar. C.
78. Citytunneln i Malmö. K.
79. Allmänhetens bankombudsman. Fi.
80. Iakttagelser under en reform – Lägesrapport från Resursberedningens uppföljning vid sex universitet och högskolor av det nya resurstilldelningssystemet för grundläggande högskoleutbildning. U.
81. Ny lag om skiljeförfarande. Ju.
82. Förstärkta miljöinsatser i jordbruket – svensk tillämpning av EG:s miljöprogram. Jo.
83. Övergång av verksamheter och kollektiva uppsägningar. EU och den svenska arbetsrätten. A.
84. Samvetsklausul inom högskoleutbildningen. U.
85. Ny lag om skatt på energi.
En teknisk översyn och EG-anpassning.
– Motiv. Del I.
– Författningstext och bilagor. Del II. Fi.
86. Teknologi och vårdkonsumtion inom slutna somatisk korttidsvård 1981-2001. S.
87. Nya tidpunkter för redovisning och betalning av skatter och avgifter. Fi.
88. Mervärdesskatten och EG. Fi.
89. Tullagstiftningen och EG. Fi.
90. Kart- och fastighetsverksamhet – finansiering, samordning och författningsreglering. M.
91. Trafiken och koldioxiden – Principer för att minska trafikens koldioxidutsläpp. K.
92. Miljözoner för trafik i tätorter. K.
93. Levande skärgårdar. Jo.
94. Dagspressen i 1990-talets medielandskap. Ku.

Statens offentliga utredningar 1994

Systematisk förteckning

Statsrådsberedningen

Om kriget kommit... Förberedelser för mottagande av militärt bistånd 1949-1969 + Bilagedel. [11]

Justitiedepartementet

Vapenlagen och EG [4]
Kriminalvård och psykiatri. [5]
Års- och koncernredovisning enligt EG-direktiv.
Del I och II. Ju. [17]
Förvalta bostäder. [23]
Vallagen. [30]
Utrikessekreteressen. [49]
6 Juni Nationaldagen. [58]
Personnummer – integritet och effektivitet. [63]
Ny lag om skiljeförfarande. [81]

Utrikesdepartementet

Historiskt vägval – Följderna för Sverige i utrikes- och säkerhetspolitiskt hänseende av att bli, respektive inte bli medlem i Europeiska unionen. [8]
Anslutning till EU – Förslag till övergripande lagstiftning. [10]
Suveränitet och demokrati
+ bilagedel med expertuppsatser. [12]
Rena roller i biståndet – styrning och arbetsfördelning i en effektivt biståndsförvaltning. [19]
Sexualupplysning och reproduktiv hälsa under 1900-talet i Sverige. [37]
Kvinnor, barn och arbete i Sverige 1850-1993. [38]

Försvarsdepartementet

Räddningstjänst i samverkan och på entreprenad. [67]

Socialdepartementet

Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap. [3]
Reformerat pensionssystem. [20]
Reformerat pensionssystem. Bilaga A.
Kostnader och individeffekter. [21]
Reformerat pensionssystem. Bilaga B.
Kvinnors ATP och avtalspensioner. [22]
Svensk alkoholpolitik – en strategi för framtiden. [24]
Svensk alkoholpolitik – bakgrund och nuläge. [25]
Att förebygga alkoholproblem. [26]
Vård av alkoholmissbrukare. [27]
Kvinnor och alkohol. [28]
Barn – Föräldrar – Alkohol. [29]
Gamla är unga som blivit äldre. Om solidaritet mellan generationerna. Europeiska äldreåret 1993. [39]
Sambandet mellan samhällsekonomi, transfereringar och socialbidrag. [46]

Rätten till rätten – reformerat bilstöd. [55]

Ett centrum för kvinnor som våldtagits och misshandlats. [56]

Om intyg och utlåtanden som utfärdas av hälso- och sjukvårdspersonal i yrkesutövningen. [71]

Sjukpenning, arbetsskada och förtidspension – förutsättningar och erfarenheter. [72]

Teknologi och vårdkonsumtion inom sluten somatisk korttidsvård 1981-2001. [86]

Kommunikationsdepartementet

På väg. [15]
Citytunneln i Malmö. [78]
Trafiken och koldioxiden – Principer för att minska trafikens koldioxidutsläpp. [91]
Miljözoner för trafik i tätorter. [92]

Finansdepartementet

Ändrad ansvarsfördelning för den statliga statistiken. [1]
Sverige och Europa. En samhällsekonomisk konsekvensanalys. [6]
JIK-metoden, m.m. [13]
Vissa mervärdskattefrågor III – Kultur m.m. [31]
Uppskattad sysselsättning – om skatternas betydelse för den privata tjänstesektorn. [43]
Folkbokföringsuppgifterna i samhället. [44]
Allemanssparandet – en översyn. [50]
Beskattning av fastigheter, del II – Principiella utgångspunkter för beskattning av fastigheter m.m. [57]
Rationaliserad fastighetstaxering, del I. Fi. [62]
Statistik och integritet, del 2
– Lag om personregister för officiell statistik m.m. [65]
Finansiella tjänster i förändring. [66]
Otillbörlig kurspåverkan och vissa insiderfrågor. [68]
Inomkommunal utjämning. [70]
Punktskatterna och EG. [74]
Allmänhetens bankombudsman. [79]
Ny lag om skatt på energi.
En teknisk översyn och EG-anpassning.
– Motiv. Del I.
– Författningstext och bilagor. Del II. [85]
Nya tidpunkter för redovisning och betalning av skatter och avgifter. [87]
Mervärdesskatten och EG. [88]
Tullagstiftningen och EG. [89]

Statens offentliga utredningar 1994

Systematisk förteckning

Utbildningsdepartementet

Grunden för livslångt lärande. [45]
Avveckling av den obligatoriska anslutningen till studentkårer och nationer. [47]
Iakttagelser under en reform – Lägesrapport från Resursberedningens uppföljning vid sex universitet och högskolor av det nya resurstilldelningssystemet för grundläggande högskoleutbildning. [80]
Samvetsklausul inom högskoleutbildningen. [84]

Jordbruksdepartementet

Förstärkta miljöinsatser i jordbruket – svensk tillämpning av EG:s miljöprogram. [82]
Levande skärgårdar. [93]

Kulturdepartementet

Förnyelse och kontinuitet – om konst och kultur i framtiden. [9]
Vandelns betydelse i medborgarskapsärenden, m.m. [33]
Tekniskt utrymme för ytterligare TV-sändningar. [34]
Vår andes stämma – och andras.
Kulturpolitik och internationalisering. [35]
Minne och bildning. Museernas uppdrag och organisation + bilagedel. [51]
Teaterns roller. [52]
Mästarbrev för hantverkare. [53]
Utvärdering av praxis i asylärenden. [54]
Särskilda skäl – utformning och tillämpning av 2 kap. 5 § och andra bestämmelser i utlänningslagen. [60]
Dagspressen i 1990-talets medielandskap. [94]

Näringsdepartementet

Pantbankernas kreditgivning. [61]

Arbetsmarknadsdepartementet

Ledighetslagstiftningen – en översyn [41]
Kunskap för utveckling + bilagedel. [48]
Övergång av verksamheter och kollektiva uppsägningar. EU och den svenska arbetsrätten. [83]

Civildepartementet

Kommunerna, Landstingen och Europa. + Bilagedel. [2]
Konsumentpolitik i en ny tid. [14]
Kvalitet i kommunal verksamhet – nationell uppföljning och utvärdering. [18]

Mycket Under Samma Tak. [32]
Staten och trossamfunden. [42]
Ungdomars välfärd och värderingar – en undersökning om levnadsvillkor, livsstil och attityder. [73]
Patientskadelag. [75]
Tillvarons trösklar. [77]

Miljö- och naturresursdepartementet

EU, EES och miljön. [7]
Skoterkörning på jordbruks- och skogsmark.
Kartläggning och åtgärdsförslag. [16]
Miljö och fysisk planering. [36]
Långsiktig strålskyddsforskning. [40]
Vilka vattendrag skall skyddas? Principer och förslag. [59]
Vilka vattendrag skall skyddas? Beskrivningar av vattenområden. [59]
Med raps i tankarna? [64]
On the General Principles of Environment Protection. [69]
Trade and the Environment – towards a sustainable playing field. [76]
Kart- och fastighetsverksamhet – finansiering, samordning och författningsreglering. [90]



