

ÖKAD POLARISERING I MORGONTIDNINGSLÄSNINGEN

INGELA WADBRING OCH ULRIKA HEDMAN

Att göra framtidsscenarioer är svårt. Mycket svårt. Ofta görs förutsägelser inför lanseringen av olika produkter, dvs innan de ens kommit ut på marknaden och det är alltför många faktorer att ta hänsyn till för att det ska vara möjligt att förutspå hur framtiden kommer att se ut. Ett tydligt exempel är lanseringen av mobiltelefoner, där forskare främst såg dess potential för räddningspersonal, vilket var en mycket rimlig bedömning eftersom man tänkte sig att dess främsta funktion var att användas som just telefon. Att den skulle få den spridning och de användningsområden som den har fått kunde ingen försäga vid dess lansering (se t.ex. Carey & Elton, 2010). Men man kan naturligtvis göra förutsägelser också för produkter som redan finns på marknaden och fundera i termer av hur deras fortsatta liv kommer att gestalta sig. Ekonomer gör ofta det. Det är också vad vi avser att göra i det här kapitlet ifråga om morgonpressen i Sverige.

Enligt amerikanska och australiensiska framtidsskildrare ska den tryckta pressen i Sverige försvinna år 2025 (www.futureexploration.net, 2011). Deras framtidsscenario bygger på en stor mängd faktorer, på både global och nationell nivå: det handlar om allt från produktionskostnader för tryckta tidningar till förändringar i födelsetal. Huruvida framtidsskildrarna har rätt kan vi inte veta förrän år 2025, men det mesta tyder på att de nog inte har det. Deras intention är kanske mer att ge ett underlag för strategiska diskussioner än att få rätt i sina prognoser. Däremot har de pekat ut riktningen tydligt och klart.

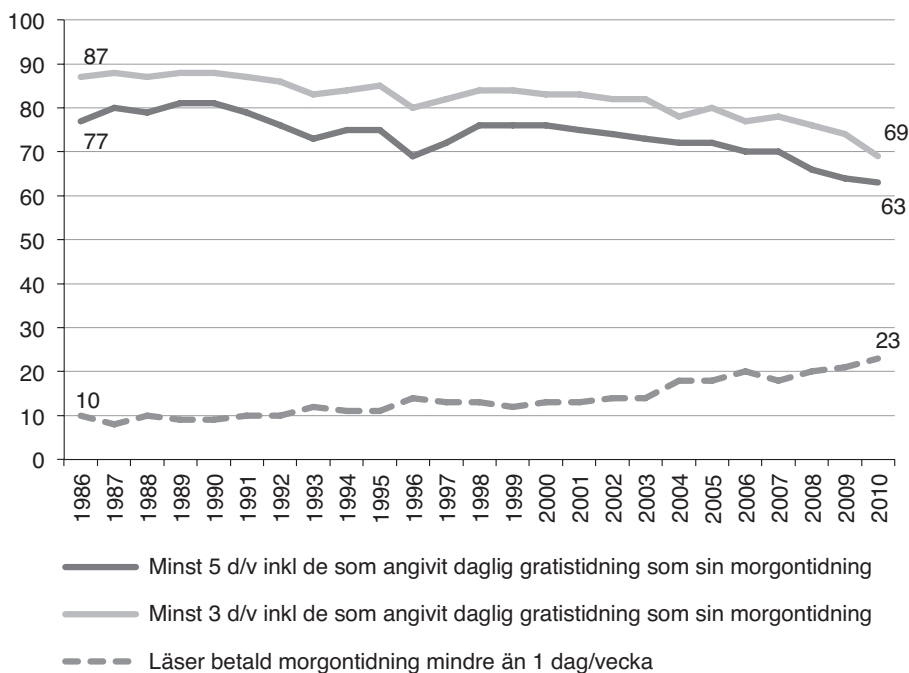
Eftersom vi genom SOM-institutet har tidsserier på människors beteende visavi morgontidningar 25 år bakåt i tiden har vi den historiska backspeglarna med oss när vi ska försöka förutsäga framtiden. Utan backspegel är det väldigt svårt att försöka säga någonting om framtiden, eftersom man måste veta hur utvecklingsmönstren sett ut tidigare.

Låt oss först säga något om det grövsta måttet vi har på morgontidningarna, upplagorna. De tryckta tidningarnas upplagor minskar med några procentenheter årligen, och har så gjort länge. År 2010 var den samlade upplagan knappt 3,5 miljoner betalda tidningsexemplar på vardagarna. Tio år tidigare var den dryga 4 miljoner exemplar och ytterligare tio år tidigare nästan 5 miljoner exemplar. Om man lägger till de dagliga gratistidningarna är nedgången i samlad upplaga mindre. Den första dagliga gratistidningen startade 1995 – samtidigt som internet började spridas så smått – och år 2010 har de dagliga gratistidningarna en samlad upplaga om nästan

en miljon exemplar. Läger man samman samtliga tidningsexemplar på papper blir det därmed cirka 4,5 miljoner exemplar (*TS-tidningen*, löpande). Därtill ska läggas nätupplagorna, som nu finns hos i princip samtliga tidningsföretag. Nätupplagorna mäts inte på ett jämförbart sätt, utan får därför uppskattas på annat sätt än med hjälp av upplagemått. Vi återkommer till det längre fram.

I termer av spridning är upplaga det äldsta men också det trubbigaste måttet. Det är förstås av intresse att veta hur försäljningen ser ut för det enskilda medieföretaget, men ur ett samhällsperspektiv är det snarast hur människor tar del av medier som är intressant. I det här kapitlet ska vi uppehålla oss vid de betalda morgontidningarnas pappers- och nätupplagor. Syftet är att analysera den nedgång vi kunnat se i upplagor och som vi också ser ifråga om läsning. Våra konkreta frågor rör i vilka befolkningsgrupper nedgången kan ses och om nätupplagorna kan kompensera för den nedgång vi ser på papper. Avslutningsvis diskuterar vi vad nedgången kan bero på och vad vi kan förvänta oss av framtiden.

Figur 1 Andel av befolkningen som läser morgontidningar, med olika regelbundenhet, 1986–2010 (procent)



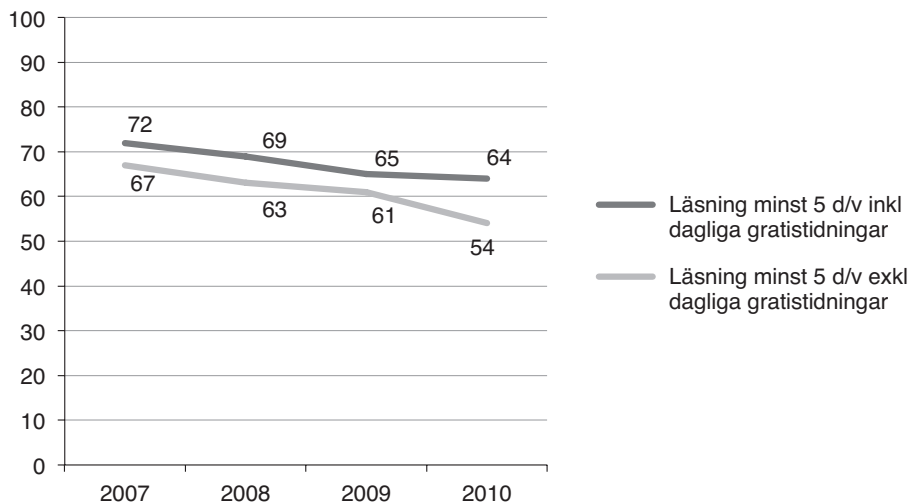
Källa: De nationella SOM-undersökningarna 1986–2010.

En allmän nedgång som accelererar

Den fråga som svarspersonerna fått besvara ifråga om läsning av sin lokala morgontidning på papper respektive på internet, är en öppen fråga där de anger titeln på den morgontidning de läser samt hur ofta de gör detta. Vissa svarspersoner anger då en daglig gratistidning som sin lokala morgontidning, och vi har i tidigare analyser alltid accepterat det svaret (se tidigare analyser på Dagspresskollegiets hemsida)¹; om människor anser att en gratistidning är deras lokala morgontidning så är det deras uppfattning som gäller. Så inleds också denna analys i figur 1, men därefter går vi över till att enbart redovisa läsning av *betalda* morgontidningar på papper respektive deras motsvarigheter på internet.

Vi kan till att börja med konstatera att en allt mindre andel läser morgontidningen på papper. Den regelbundna läsningen minst 5 dagar i veckan har gått ned 14 procentenheter på 25 år, alltså sedan mätningarna startade 1986. Om vi använder det ”snällare” måttet läsning minst 3 dagar i veckan är nedgången faktiskt ännu mer markant: 18 procentenheter på 25 år. I figur 1 syns också tydligt att nedgången accelererar över tid. Under de 25 år som mätningarna har gjorts har andelen icke-läsare dessutom mer än fördubblats. Idag är det 23 procent av befolkningen som inte tar del av en morgontidning på papper åtminstone varje vecka.

Figur 2 Läsning av morgontidningar minst 5 dagar i veckan om dagliga gratistidningar inkluderas respektive exkluderas, 2007–2010 (procent)



Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2007–2010.

Skilnaderna tyder på att vi går mot en tydligare polarisering vad gäller morgontidningsläsningen; en polarisering mellan flitiga läsare (mer än 5 d/v), och icke-läsarna (mindre än 1 d/v).

Som tidigare nämnts så ingår i figur 1 också de som uppgett en daglig gratistidning som sin lokala morgontidning. Om vi istället studerar hur utvecklingen ser ut om samtliga dagliga gratistidningar *inkluderas* respektive *exkluderas* i analysen blir bilden tydligare (figur 2), även om data bara finns från 2007 och framåt eftersom svarsalternativen innan dess inte är jämförbara. Måttet som användes här är läsning minst 5 dagar i veckan. Vare sig vi inkluderar eller exkluderar de dagliga gratistidningarna ser vi stora nedgångar i läsningen av morgontidningar. Men differensen är störst om vi ser till läsningen av enbart de betalda morgontidningarna, på bara fyra år är den 13 procentenheter – mot 8 procentenheter om gratistidningarna inkluderades.

Statistik över hushållens prenumerationer på morgontidningar visar samma tecken på nedgång. 1986 hade 78 procent av de svenska hushållen en prenumererad morgontidning, 2007 var den siffran 67 procent, och 2010 62 procent (Hedman, 2011). Det innebär att samtliga mått – upplaga, prenumeration samt läsning – visar samma tendens: en nedgång. Även räckvidd som bland annat mäts av Mediebarometern går i samma riktning (*Mediebarometern 2010, 2011*).

Vilka är det då som slutat läsa? Och vilka fortsätter? I den fortsatta analysen fokuserar vi först på läsningen av *betalda* morgontidningar på papper, därefter på läsningen av morgontidningarnas nätupplagor.

Ålder viktigaste faktorn

Nedgången i läsning av morgontidningar har alltså accelererat de senaste åren, i snitt nästan 20 procentenheter (tabell 1). På motsvarande sätt har andelen icke-läsare ökat, vilket visar att människor inte börjat läsa mindre frekvent, utan de har slutat att läsa. Samma mönster går igenom oavsett vilken grupp vi analyserar. Nedgången har accelererat framför allt de senaste tio åren, och vi uppehåller oss därför vid den senaste tioårsperioden.

Allra mest har läsningen minskat bland de unga. Att så är fallet är föga förvånande eftersom det är de unga som vuxit upp i ett medielandskap där den betalda morgontidningen inte har samma självklara plats som den har för äldre. Yngre är vana vid ett helt annat medieutbud än äldre, och det har konsekvenser för hur man konsumerar medier (jfr Andersson & Wadbring, 2008). I åldrarna 16² till 29 år har den regelbundna läsningen de senaste tio åren minskat med 36 procentenheter. På precis motsvarande nivå har icke-läsarna ökat. Läger vi in 1986 i jämförelsen var andelen unga regelbundna läsare då 68 procent (Hedman 2011). Även då läste unga i betydligt lägre utsträckning än äldre, men nivån var en helt annan än idag.

Tabell 1 Läsning och ickeläsning av betalda morgontidningar i olika demografiska grupper, 2000 och 2010 (procent)

	Regelbundna läsare			Ickeläsare		
	2000	2010	Diff	2000	2010	Diff
Alla	73	54	-19	15	35	+20
Ålder						
15/16–29 år	55	19	-36	24	62	+38
30–49 år	69	44	-25	18	40	+22
50–64 år	83	64	-19	10	26	+16
65–85 år	86	76	-10	10	20	+10
Utbildning						
Låg	76	63	-13	15	29	+14
Medellåg	71	46	-25	17	41	+24
Medelhög	69	51	-18	18	37	+19
Hög	82	59	-23	8	29	+21
Boende						
Landsbygd	75	54	-21	11	32	+21
Mindre tätort	74	54	-20	14	33	+19
Stad/större tätort	75	57	-18	14	32	+18
Storstad	66	44	-22	24	47	+23

Kommentar: Läsningen av samtliga dagliga gratistidningar är exkluderade ur analysen. Med regelbunden läsning avses läsning minst 5 dagar/vecka. Med ickeläsning avses läsning mindre än 1 dag/vecka.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2000 och 2010.

Nedgången ser lite olika ut beroende på utbildningsnivå, och det finns ett samband mellan ålder och utbildning. Att det är i gruppen med medellåg utbildning som läsningen minskar mest kan förklaras med att denna grupp utgörs av flest unga, som gått i grundskolan och åtminstone påbörjat en gymnasieutbildning men ännu inte hunnit fullfölja en högre utbildning. Motsvarande analys av de lågutbildade visar att de främst utgörs av äldre, där utbildningsnivån också generellt är lägre. Och det är bland dem över 65 år som de mest trogna morgontidningsläsarna finns.

Något förvånande är möjligen att nedgången är lika stor oberoende av var människor bor. Medieforskare och andra har diskuterat hur storstäder ofta skiljer sig från mindre orter vad gäller integration i samhället, där ju medierna är en viktig del (t.ex. Nygren, 2005; Stigendal, 1999; Wadbring, 2005) och har ibland också framhållit betydelsen av att morgontidningarna i storstäderna inte kan vara lokala på samma sätt som en morgontidning i en mindre stad kan vara lokal. Därför har man antagit att nedgången skulle vara större i just storstäderna. Tillgången till gra-

tistidningar, som ju är högre i storstäderna än i mindre orter, borde också kunna påverka nedgången för den betalda pressen (t.ex. Wadbring 2003). Men så är det alltså inte; morgontidningsläsningen minskar i stort sett lika mycket i storstäder som i mindre orter och på landsbygden.

Nästa fråga att gå vidare med är hur den förändrade mediestrukturen tycks påverka läsningen av betalda morgontidningar på papper. Man kan tänka sig att det finns ett konkurrens- och ett komplementförhållande, dvs antingen att ett medium kan ersätta ett annat, eller att den som tar del av nyheter i ett medium gör det också i ett annat eftersom det primärt är nyhetsintresset som styr (jfr Mathias Färdighs och Oscar Westlunds kapitel om kvällspressen i denna bok).

Mediekonsumtionen spelar roll

Det finns medier som konkurrerar med morgontidningen på olika sätt. Det gäller exempelvis morgon-tv som konkurrerar om tiden, eller lokala tv-nyheter som innehållsligt kan konkurrera geografiskt. Men många gånger kan publiken välja till ett medium utan att behöva välja bort något annat, till exempel konkurrerar inte kvällens nationella tv-nyheter med läsningen av morgontidningar, vare sig ifråga om tidpunkt eller innehåll.

Nätet är alltid tillgängligt, och skulle i så motto kunna vara en konkurrent till näst intill allting. Eftersom de flesta medieföretag finns på nätet riskerar de förstås också att bli konkurrenter till sig själva. Och sedan bredbandsutbyggnaden slagit igenom har de allra flesta en snabb uppkoppling (se Sören Holmbergs och Lennart Weibulls introduktionskapitel i denna bok) vilket gör det snabbt och lätt att ta till sig nyheter den vägen.

Frågan är då: tycks andra nyhetsformer konkurrera med läsning av morgontidning? I tabell 2 redovisas läsning av betalda morgontidningar på papper utifrån hur människor tar del av andra nyhetskanaler och -medier.

Jämför vi de regelbundna läsarna med icke-läsarna på detta vis ser vi tydligt hur nyhetskonsumtionen i olika medier hänger samman. Det är bland dem som redan tittar mindre på nyheter på tv, på morgon-tv eller lyssnar mindre på nyheterna på radio som läsningen av den betalda morgontidningen minskar mest. Det är också tydligt att polariseringen ökar, inte bara mellan de mer flitiga morgontidningsläsarna och de som inte läser morgontidningar – vilket vi såg tidigare – utan också mellan vad vi kan beteckna som flitiga nyhetskonsumenter mer generellt sett, alltså oavsett kanal eller teknisk plattform, och de som tar del av nyheter mer sällan. Tidigare studier på samma tema (t.ex. Wadbring 2000) visar samma mönster.

Tabell 2 Läsning och ickeläsning av betalda morgontidningar efter konsumtion av andra medier/nyheter, 2000 och 2010 (procent)

	Regelbundna läsare			Ickeläsare		
	2000	2010	Diff	2000	2010	Diff
Alla	73	54	-19	15	35	+20
Riksnyheter i TV						
Tittar minst 5 d/v	78	66	-12	13	25	+12
Tittar mindre än 5 d/v	64	37	-27	19	48	+29
Lokala nyheter i TV						
Tittar minst 5 d/v	77	67	-10	14	24	+10
Tittar mindre än 5 d/v	70	41	-29	16	45	+29
Morgon-TV						
Tittar minst 5 d/v	69	57	-12	20	35	+15
Tittar mindre än 5 d/v	74	53	-21	15	32	+17
Radionyheter						
Lyssnar minst 5 d/v	83	70	-13	10	22	+12
Lyssnar mindre än 5 d/v	64	43	-21	20	44	+24
Allmän internetanvändning						
Flera gånger i veckan	72	50	-22	15	38	+23
Max 1 gång varje vecka	74	61	-13	16	30	+14

Kommentar: Läsningen av samtliga dagliga gratistidningar är exkluderade ur analysen. Med regelbunden läsning avses läsning minst 5 dagar/vecka. Med ickeläsning avses läsning mindre än 1 dag/vecka.

Källa: De nationella SOM-undersökningarna 2000 och 2010.

Detta samband gäller dock *inte* när vi ser till den allmänna internetanvändningen. Bland flitiga internetanvändare (de som använder nätet flera gånger i veckan) minskar läsningen av betalda morgontidningar mer än bland dem som sällan använder internet. Ett av de viktiga skälen till att fundera på att avsluta sin prenumeration är just också att tidningen kan läsas på internet (Hedman, 2009), vilket gör att man kan misstänka att bredbandsgenomslaget haft en negativ inverkan på läsningen av betalda morgontidningar på papper. Man kan misstänka att det framför allt i så fall gäller bland de unga. Det är värt att specialstudera, vilket vi gör härnäst.

Relationen mellan olika slags nyhetskonsumtion

Det finns ett samband mellan konsumtionen av nyheter i olika medieformer och ålder, utifrån vad vi sett ovan om demografi respektive tidningsläsning i relation till

annan nyhetskonsumtion. Vi vet också sedan tidigare att det är de som tar del av nyheter i ett medium som tenderar att göra det i ett annat; de är helt enkelt nyhetsintresserade (t.ex. Wadbring, 2000). Och äldre är generellt mer nyhetsintresserade än yngre (t.ex. Andersson & Wadbring, 2008). I tabell 3 finns en korrelationsmatris för de unga, 16–29 år, respektive de äldre, över pensionsåldern.

Den övre delen av tabellen visar korrelationer av olika nyhetsmedier bland de yngre, och den undre delen bland de äldre. Ett tydligt resultat är att bland de yngre finns ingen signifikant korrelation mellan något annat nyhetsmedium och läsning av betald morgontidning. Inte heller allmän internetanvändning korrelerar – vare sig positivt eller negativt – med någon nyhetsform. Tolkningen måste bli att internetanvändning i allmänhet egentligen inte har någonting med nyhetskonsumtion att göra. Det är andra faktorer som spelar roll. Det finns däremot ett antal andra medieformer som korrelerar med varandra: att lyssna på radionyheter korrelerar med såväl lokala nyheter som riks-nyheter på tv. Tittande på morgon-tv korrelerar också med lokala nyheter och riksnyheter på tv, men däremot inte med radionyheter.

Tabell 3 Korrelationer mellan nyhetskonsumtion i olika kanaler, 2010 (Pearsons r)

	Allmän internetanvändning	Riksnyheter i tv	Lokala nyheter i tv	Morgon-tv	Radio-nyheter	Betald morgontidning	
16–29 år	Allmän internetanvändning	1	,023	,030	,024	-,008	-,022
	Riksnyheter i tv		1	,785**	,481**	,099	,035
	Lokala nyheter i tv			1	,504**	,078**	,043
	Morgon-tv				1	,04642	-,045
	Radionyheter					1	
	Betald morgontidning						1
65–85 år	Allmän internetanvändning	1	-,012	-,059*	,043	-,001	,013
	Riksnyheter i tv		1	,608**	,179**	,180**	,155
	Lokala nyheter i tv			1	,226**	,114**	,090**
	Morgon-tv				1	-,045	,003
	Radionyheter					1	,127**
	Betald morgontidning						1

Kommentar: ** innebär signifikans på 0,01-nivån, * innebär signifikans på 0,05-nivån.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Bland de äldre finns helt andra typer av signifikanta samband ifråga om konsumtion av nyheter. Till att börja med korrelerar läsningen av betald morgontidning med alla slags nyheter i tv samt radionyheter – däremot inte med morgon-tv. Det innebär att bland de äldre som läser morgontidning regelbundet, så tittar de också regelbundet på tv-nyheter och lyssnar på radionyheter. Det skiljer dem från de yngre. Något som däremot förenar generationerna, är att allmän nätanvändning inte korrelerar vare sig positivt eller negativt med någon annan nyhetskonsumtion alls.

Slutsatsen vi kan dra av ovanstående är således att äldre är storkonsumenter av nyheter på ett helt annat sätt än yngre och att läsning av morgontidning hänger intimt samman med annan nyhetskonsumtion. Hur mycket eller lite man använder nätet spelar däremot ingen roll för läsning av morgontidningar, vare sig för äldre eller yngre.

Samtidigt bör nätet på ett annat sätt spela en viktig roll i nyhetskonsumtionen eftersom i princip alla tidningar har en nätupplagor och det dessutom finns många andra nyhetsleverantörer på nätet. Nästa analys fokuserar därför vilket tillskott läsning av tidningar på nätet faktiskt ger.

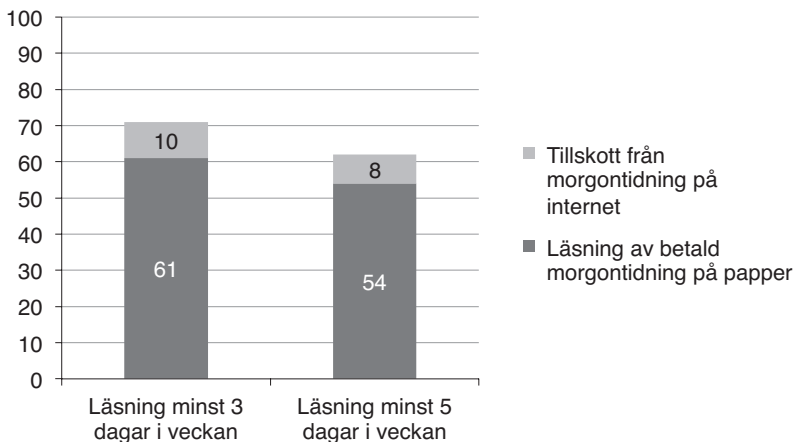
Nätet som tillskott

En ökad internetanvändning borde innebära en ökad konsumtion av nyheter på nätet, vilket skulle åtminstone delvis kunna kompensera bortfallet av läsning på papper. I figur 3 redovisas hur läsningen av betalda morgontidningar på papper – med två olika mått – ser ut samt hur stort tillskottet från nätet är. Nätläsningen är emellertid större än själva tillskottet eftersom man ju kan läsa på både papper och nät, men det som fokuseras här är alltså just tillskottet.

Läsningen av morgontidningen på nätet ger ett tillskott på 8 respektive 10 procentenheter till läsningen av betald morgontidning på papper (minst 5 d/v respektive minst 3 d/v). Tillskottet handlar alltså om personer som inte alls läser en betald morgontidning på papper. Det betyder att var sjunde morgontidningsläsare (13 respektive 14 procent) aldrig bläddrar i papperstidningen, utan väljer enbart nätupplagan.

När mätningarna inleddes 1986 (när det varken fanns nätupplagor eller gratistidningar) låg morgontidningsläsningen på 77 procent, och vid tiden för bredbandets genombrott 2005 (när vi också haft dagliga gratistidningar i tio år) var motsvarande siffra 72 procent (Hedman, 2011). Tillskottet av läsning av morgontidningen på nätet kompenserar med andra ord åtminstone delvis – men inte helt – nedgången i läsning av morgontidningen på papper, eftersom minskningen över tid är större än tillskottet i läsning av morgontidningarna på nätet. Tillskottet från nätet är dessutom olika stort i olika åldersgrupper; betydande i grupperna 16–29 år respektive 30–49 år (19 respektive 12 procentenheter) och i det närmaste marginellt (2 procentenheter) i gruppen ålderspensionärer (figur 4).

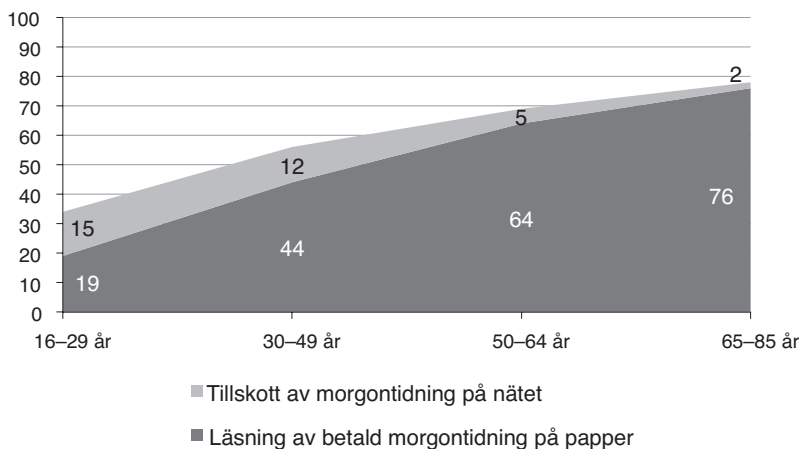
Figur 3 Läsning av betald morgontidning med olika regelbundenhet på papper samt tillskottet av läsning från morgontidning på internet, 2010 (procent)



Kommentar: Läsningen av samtliga dagliga gratistidningar är exkluderade ur analysen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Figur 4 Regelbunden läsning av betalda morgontidningar på papper samt tillskottet från nätet i olika åldrar, 2010 (procent)



Kommentar: Läsningen av samtliga dagliga gratistidningar är exkluderade ur analysen. Med regelbunden läsning avses läsning minst 5 dagar/vecka.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2010.

Det är möjligt att fortsätta bygga på tillskottet av olika medier i figur 4 – vilket inte görs här – och om andra nyhetsmedier läggs till, är nyhetskonsumtionen bland unga inte så förskräckande låg som den kan synas här, men mixen är helt annorlunda (se t.ex. Bergström och Wadbring, 2010; Sternvik, 2009). Kvällstidningar på nätet, och då framför allt *aftonbladet.se*, är den största nyhetskällan för unga. Den har blivit deras bas. Det är således inte så att de unga står utanför nyhetsflödet – men det vänder blickarna åt andra håll än vad äldre gör.

Mot en papperslös framtid?

Den slutsats vi kan dra av ovanstående är att den förändrade tidningskonsumtionen tycks handla om åtminstone två saker: en generationsförändring och en förändrad mediekontext. Unga som vuxit upp i ett mer differentierat mediasystem använder också medierna på ett mer differentierat sätt. Förvisso kan det till viss del vara en åldersfråga, men generationsanalyser ger vid handen att de unga kommer att ta med sig det beteende de har idag in i framtiden (t.ex. Andersson och Wadbring, 2008). I viss mån kompenseras den låga morgontidningsläsningen på papper av att man läser sin morgontidning på nätet istället. Ur ett samhällsperspektiv är det positivt om man tycker att tidningsläsning är viktigt, men ur ett företagsperspektiv är det inte fullt lika positivt eftersom det fortfarande är papperstidningen som står för de stora intäkterna; intäkterna från nätupplagorna är fortfarande små. (*Dagspressens ekonomi 2009, 2010*)

Vi ser också en ökad polarisering mellan dem som konsumerar nyheter ofta och på flera olika sätt (morgontidningar, radio- och tv-nyheter, på nätet) och de som tar del av nyheter mer sällan, och där morgontidningsläsningen minskar mest bland de senare. Också detta är en generationsrelaterad problematik, eftersom de yngre är de som konsumerar nyheter i betydligt lägre utsträckning än äldre. Samtidigt är det en kontextuell fråga där vi alla är barn av vår tid; den mediemiljö vi växer upp med fostrar oss till de mediekonsumenter vi blir som vuxna.

Betyder då allt detta att framtidsforskarna har rätt; att den tryckta pressen i Sverige är försvunnen år 2025? Det finns två, delvis motstridiga, tolkningar man kan göra och som i sina extremer leder till helt olika slutsatser.

För det första har tidigare forskning visat att den yngre generationen nyhetskonsumenter kännetecknas av en låg betalningsvilja när det gäller medier såväl som innehåll – nyheter ska vara gratis (Wadbring och Bergström, 2010), vilket innebär att morgontidningarnas pappersupplagor kommer att fortsätta att minska. Tillsammans med de resultat vi sett i detta kapitel om ungas låga konsumtion av betalda papperstidningar ser framtiden för branschen allt annat än ljus ut. Med backspegeln med oss som hjälp för att försöka göra framtida förutsägelser kan vi anta att nedgången kommer att accelerera inom de närmaste åren. Morgontidningen förlorar sin ställning som lokalt självklart medium för en allt större del av befolkningen, och den snabbare nedgång vi kan se under de senaste tio åren kommer rimligen

att fortsätta öka; absolut ingenting talar för att den skulle stanna av eller minska. I takt med att en allt större andel av befolkningen är född i en mediekontext där andra medier än de traditionella är självklara delar i livet, får morgontidningen en allt mindre framträdande roll.

Att en del av dem som inte regelbundet tar del av morgontidningen på papper istället gör det på nätet är förvisso positivt, men det är något annat, ur flera perspektiv. Dels kommer intäkterna för tidningsföretagen i väldigt liten utsträckning därifrån, om man vill anlägga ett företagsperspektiv på utveckling. Om man istället anlägger ett samhällsperspektiv, så ser läsning helt annorlunda ut på papper och nät. Det ena ersätter inte det andra; en papperstidning scannas snarast i sin helhet (och läses delvis) medan en nättidning i huvudsak scannas utifrån sin ”förstasida”, dvs de översta nyheterna på sajten. Den översikt över nyheterna som man får skiljer sig därför radikalt åt (se t.ex. Holsanova, 2010). Detta är den negativa förutsägelsen. Även om dagspressen inte på något sätt är försvunnen år 2025, så är dess betydelse klart reducerad.

Men det finns också en positiv tolkning som är möjlig att göra, med precis samma backspegel med sig i bagaget som nyss. Åtminstone tre faktorer talar för att papperstidningarna kommer att överleva ett bra tag till. Den första faktorn är rutiner, den andra är geografi och den tredje är symbolvärdet.

Våra medievanor över tid är förvånansvärt stabila ifråga om räckvidd en vanlig dag (*Mediebarometern 2010, 2011*), vilket är ett annat sätt att mäta beteende än de vaneuppfattningar om sin egen konsumtion som mäts i SOM-institutets regi. Det innebär att den betalda morgontidningen fortfarande ingår i rutinerna på ett självklart sätt för väldigt många människor. Den hör till frukostbordet på samma självklara sätt som kaffekoppen – nästan oavsett om man tycker att den är bra eller inte. Den ska vara där.

Och trots nätets betydelse i dagens mediasamhälle så är konkurrensen om lokala nyheter liten. Åtminstone delar av det som är oss geografiskt nära är per definition intressant för relativt många, och det är fortfarande bara företag som ger ut lokala morgontidningar som ger oss de lokala nyheterna – på papper och nät. För ett allmänintresse inom det lokala geografiska området är det papperstidningarna som är den viktiga källan. Dessutom har allt fler mediehus valt att inskränka materialet på nätet till förmån för papperstidningens innehåll, vilket gör att nätet inte kan ersätta pappret innehållsmässigt. Men i den mån man bara är vagt intresserad av nyheter så kan naturligtvis nätupplagan fungera utmärkt som informationskälla.

Symbolvärdet är den tredje faktorn som talar för att papperstidningen har en framtid. Att man bör ta del av nyheter som en slags medborgerlig plikt är förvisso en uppfattning som försvagats över tid (se Ingela Wadbrings och Annika Bergströms kapitel om nyheter i denna bok), men samtidigt finns det fortfarande en allmän uppfattning om att det finns en slags medborgerlig plikt – och då har den betalda morgontidningen fortfarande en stark ställning relativt andra medier. Dess symbolvärde ska inte underskattas även om det rimligen minskat över tid.

Så vad ska man dra för sammantagen slutsats då? Ja, vi inte är på väg mot en papperslös framtid precis, vare sig 2025 eller senare. Däremot är vi på väg mot ett samhälle med en annan mix i nyhetskonsumtionen. Den betalda morgontidning på papper får minskad betydelse, men försvinner inte. Den nedgång vi sett de senaste tio åren kommer att accelerera, och det är troligen bara starten på den accelerationskurvan vi har sett de senaste åren.

Det viktigaste skälet till att det är svårt att dra en entydig slutsats, är att det spelar roll vad mediehusen drar för slutsatser och sätter in för strategier. Skulle mediehusen fortsätta som nu utan att förändra sig kommer den negativa utvecklingen att eskalera snabbt. Men det finns inget skäl att tro att så skulle vara fallet, utan mycket mer troligt är att mediehusen kommer att se om sina hus på samma sätt som de gjorde när nätet och mobilen spreds som plattformar. Frågan är hur.

Den riktiga utmaningen handlar om att göra en tidning som är angelägen nog att betala för, oavsett plattform. Kanske har den en helt annan utgivningsfrekvens än idag? Kanske utgivning på nätet på vardagarna och papper på helgerna? Kanske har den flexibla och enkla betalningsformer i sina respektive plattformar? Kanske har den helt eller delvis ett helt annat innehåll? Kanske är exempelvis en orientering i den digitala världen lika viktig som i den lokala? Kanske kan samarbeten mellan eller inom mediekoncerner ge oss genomarbetade magasin inom olika områden att välja till helgen? Kanske. Möjligheterna är många.

Noter

- ¹ Det innebär emellertid inte att alla som läst en daglig gratistidning finns med i figuren, utan enbart de som skrivit in en sådan i den öppna frågan.
- ² År 2000 ingick 15-åringar i urvalet, medan urvalet 2010 innefattar 16-åringar och äldre.

Referenser

- Andersson, Ulrika och Wadbring, Ingela (2008) "Användningen av medier i förändringens tidevarv". I Hvitfelt, Håkan och Nygren, Gunnar (red) *På väg mot medievärlden 2020. Journalistik, teknik, marknad*. Lund: Studentlitteratur
- Bergström, Annika och Wadbring, Ingela (2010) "Nya tidningsformer – konkurrenter eller komplement?" I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Nordiskt ljus*. Göteborg: SOM-institutet
- Carey, John och Elton Martin C.J. (2010) *When media are new. Understanding the dynamics of new media adoption and use*. Ann Arbor: The University of Michigan press
- Dagspressens ekonomi 2009* (2010) Stockholm: Presstödsnämnden

Dagspresskollegiet (2011)

www.jmg.gu.se/forskning/pagaende_projekt/dagspresskollegiet/

Hedman, Ulrika (2009) ”Morgontidningen kostar för mycket”. I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet

Hedman, Ulrika (2011) *Läsvanestudien 1986–2010*. Dagspresskollegiets PM nr 80. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet

Holsanova, Jana (2010) *Myter och sanningar om läsning*. Stockholm: Språkrådet och Norstedts

Mediebarometern 2010 (2011) Göteborg: Nordicom

Nygren, Gunnar (2005) *Skilda medievärldar. Lokal offentlighet och lokala medier i Stockholm*. Stockholm: Symposion

Sternvik, Josefine (2009) ”Mediebundna nyhetsvanor?” I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet

Stigendal, Mikael (1999) *Sociala värden i olika sociala världar. Segregation och integration i storstaden*. Lund: Studentlitteratur

TS-tidningen (löpande)

Wadbring, Ingela (2000) ”Etermediernas betydelse”. I Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (red) *Tryckt*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Wadbring, Ingela (2003) *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Wadbring, Ingela (2005) ”Strukturer och kulturer”. I Bergström, Annika; Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (red) *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Wadbring, Ingela och Bergström, Annika (2010) ”Mediers värde för olika generationer”. I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Nordiskt ljus*. Göteborg: SOM-institutet

www.futurexploration.net (2011-04-26)