

SPELAR MEDIEÄGANDET ROLL?

JONAS OHLSSON

Ägandet på den svenska mediemarknaden har under det senaste decenniet gått igenom en omfattande koncentrationsprocess. Allt fler medieföretag har kommit att ingå i stora koncerner, där ägarskapet samlats hos ett fåtal aktörer.

Kanske allra tydligast har strukturförändringen varit inom dagspressen – en mediegren där utvecklingen mot färre ägare förvisso har pågått sedan mitten av förra seklet. Under 2000-talets inledande år kom ett antal stora fusioner och förvärv att på ett påtagligt sätt förändra maktstrukturen inom tidningsmarknaden (Sundin 2009). Affärerna motiverades av att de utmaningar som dagspressen står inför (minskande upplagor och annonsintäkter) förutsätter en ökad samordning. Till följd av utvecklingen har antalet enskilda tidningsägare minskat, samtidigt som de som är kvar lagt under sig allt fler tidningstitlar. De fyra största ägarna kontrollerar idag två tredjedelar av den svenska dagspressen.¹

Strukturaffärerna har ritat om både den geografiska och den politiska tidningskartan. På flera orter har konkurrerande tidningar av olika politiska färg genom samgåenden och uppköp kommit att utges av samma ägare. Som exempel är den största utgivaren av socialdemokratiska morgontidningar i Sverige idag det högst liberala mediekonglomeratet MittMedia i Gävle. Tidningarnas politiska hemvist är inte längre det hinder mot samägande det en gång varit (Gustafsson 2006).

Staten och medierna: ett omtvistat förhållande

Frågan om de eventuella konsekvenserna av ägarkoncentration på medieområdet knyter an till ett grundläggande demokratiskt problem: vilken roll staten bör spela gentemot medierna i ett demokratiskt samhälle (McQuail 2003). De olika förhållningssätten till relationen stat medier fångas upp av de s.k. normativa pressteorierna. Enligt den auktoritära pressteorin bör medierna helt underordna sig statsmakterna och tjäna statens intressen. Den frihetliga pressteorin menar istället att medierna bör stå helt fria från staten, och att den kontroll som eventuellt kan behövas ska skötas av marknaden själv, utan statlig inblandning. Den sociala ansvarsteorin, slutligen, kan sägas ligga någonstans mitt emellan de två ursprungliga, ”extrema”, teorierna (Siebert m.fl. 1956; Hadenius m.fl. 2008).

Sverige hör till de länder som tydligast anammat den sociala ansvarsteorin (Hallin och Mancini 2004). Staten har av tradition intagit en aktiv roll på medieområdet; det

mest påtagliga exemplet är public servicesystemet för radio och tv. Också sändningsrätterna för privata aktörer på etermediemarknaden är jämförelsevis noga reglerade.

Men inom dagspressen råder helt andra villkor. Den grundlagsskyddade rätten att uttrycka sig i skrift har ända sedan den första Tryckfrihetsförordningen från 1766 varit nära förknippad med den fria etableringsrätten. Pressfriheten, har det därför något tillspetsat hävdats, är rätten för den enskilde medborgaren att ”nyttja yttrandefriheten som näringsfång” (Gabrielsson 2003: 82). I jämförelse med t.ex. Norge saknas också lagar som begränsar en enskild ägare att genom uppköp skaffa sig större kontroll över dagstidningsmarknaden. De gånger ägarkoncentrationen varit föremål för statliga utredningar har åtgärder uteblivit (se SOU 1980:28; SOU 1997:92).

Ägarkoncentrationen hör i flera länder till de mest heta mediepolitiska ämnena. I svensk offentlig debatt har dock medieägandets betydelse kommit i skymundan för andra mediefrågor, som utformningen av dels public servicesystemet, dels presstödet, samt på senare tid fildelningens vara eller ej. Men med det inte sagt att svenskar nödvändigtvis saknar en åsikt i frågan. Tidigare studier (t.ex. Asp och Weibull 1996) har visat att det inte finns någon omedelbar samsyn angående huruvida staten ska spela en aktiv roll för att säkerställa mångfalden på mediemarknaden.

Syftet med det här kapitlet är att mot ljuset av de senaste årens koncentrationsprocess undersöka opinionen kring frågan idag. På vad sätt skiljer sig åsikterna åt i olika grupper av befolkningen? Vilken roll spelar människors politiska positionering? Och vilken betydelse har den egna mediekonsumtionen?

Vem bryr sig?

Kapitlet bygger på data från 2009 års nationella SOM-undersökning. Underlaget kommer från ett frågebatteri om nio delfrågor som rör inställningen till olika förslag från den politiska debatten. Svarspersonerna har fått ta ställning till om de tycker att förslagen är bra, dåliga eller varken eller. Det förslag som här analyseras handlar om att lagstifta mot ägarkoncentration på massmedieområdet.²

Resultatet fördelat på en rad olika grupper presenteras i tabell 1. Från den femgradiga svarsskalan har alternativen ”mycket bra förslag” och ”ganska bra förslag” slagits samman i tabellen. Detsamma gäller för ”ganska dåligt förslag” och ”mycket dåligt förslag”.

Vi ska dock inledningsvis uppehålla oss vid tabellens första resultatcolumn. Här visas andelen som istället har angett mittalternativet, att lagstiftning är ”varken [ett] bra eller dåligt förslag”.³ Med andra ord handlar det här om de svenskar som inte har någon uttalad inställning, eller åsikt, i frågan (jfr begreppet *åsiktsförekomst* i t.ex. Gilljam 1988). Detta mått ger en enkel indikation på hur explicit den allmänna opinionen kan anses vara (oavsett åsiktsriktning). Eller för att uttrycka det mer direkt: hur viktig frågan upplevs bland svenskar i allmänhet.

Tabell 1 *Inställningen till förslaget att lagstifta mot ägarkoncentration på massmedieområdet (procent)*

		Ingen åsikt	Bra förslag	Dåligt förslag	Balans mått	Antal
	Samtliga	54	31	15	+16	1 653
<i>Kön</i>	Kvinna	61	26	13	+13	771
	Man	42	40	18	+22	858
<i>Ålder</i>	16–29	66	27	7	+20	278
	30–49	57	32	11	+21	481
	50–64	49	35	16	+19	482
	65–85	49	27	24	+3	412
<i>Utbildning</i>	Låg	56	25	19	+6	359
	Medellåg	62	24	14	+10	538
	Medelhög	52	36	12	+24	341
	Hög	43	41	16	+25	386
<i>Familjeklass</i>	Arbetarhem	62	25	13	+12	650
	Jordbrukarhem	53	21	26	-5	43
	Tjänstemannahem	47	39	14	+25	538
	Högre tjänstem.hem	38	40	22	+18	143
	Företagarhem	52	29	19	+10	138
<i>Politiskt intresse</i>	Intresserad	42	40	18	+22	858
	Inte intresserad	68	21	11	+10	771
<i>Partisympati</i>	V	37	55	8	+47	73
	S	58	28	14	+14	432
	MP	50	40	10	+30	171
	C	47	31	22	+9	74
	FP	54	28	18	+10	116
	KD	49	35	16	+19	49
	M	52	29	19	+10	453
SD	58	27	15	+12	52	
<i>Politisk orientering</i>	Klart vänster	45	44	11	+33	151
	Något vänster	50	39	11	+28	370
	Varken eller	61	24	15	+9	504
	Något höger	56	29	15	+14	433
	Klart höger	44	26	30	-4	169
<i>Ekot (P1)</i>	3–7 ggr/v	46	36	18	+18	607
	Mer sällan/aldrig	59	28	13	+15	1 022
<i>Aktuellt/Rapport</i>	5–7 ggr/v	49	32	19	+13	785
	Mer sällan/aldrig	60	29	11	+18	838
<i>TV4Nyheterna</i>	1–7 ggr/v	56	29	15	+14	439
	Mer sällan/aldrig	49	35	16	+19	1 183
<i>Morgontidningsprenumeration</i>	Ja	51	32	17	+15	1 073
	Nej	60	28	12	+16	579

Kommentar: Data från den nationella SOM-undersökningen 2009. Frågan lyder: "Nedan finns ett antal förslag som har förekommit i den politiska debatten. Vilken är din åsikt om vart och ett av dem? Lagstifta mot ägarkoncentration på massmedieområdet." Svartalternativen är "Mycket bra förslag", "Ganska bra förslag", "Varken bra eller dåligt förslag", "Ganska dåligt förslag" samt "Mycket dåligt förslag". Till svaren i mittenkategorin har förts de respondenter som hoppat över delfrågan, men som valt att svara på en eller flera andra frågor i frågebatteriet. Balansmättet anger andelen "bra förslag" minus andelen "dåligt förslag".

Av tabellen framgår att gruppen utan en bestämd uppfattning omfattar mer än hälften, eller mer exakt 55 procent, av den svenska befolkningen. Resultatet är intressant i flera avseenden. Först och främst skvallrar det om att vare sig ägarförhållandena inom svenska medier eller hur staten ska förhålla sig till mediasystemets aktörer, är frågor som de flesta svenskar har någon åsikt om. Slutsatsen förstärks ytterligare vid en jämförelse med andra inrikespolitiska spørsmål. Av de totalt 28 förslag rörande olika politiska sakfrågor som svarspersonerna i 2009 års SOM-undersökning haft att ta ställning till, är det här den fråga där minst andel av befolkningen har en uttalad åsikt.

Resultatet kan sättas i relation till den internationella medieforskningen, där medieägandet rört upp betydligt hetare känslor – låt vara att temat varit jämförelsevis mindre framträdande i svensk forskning (jfr Allern 1999). Flera forskare har påpekat betydelsen av ägarförhållanden för mediers agerande (se t.ex. McQuail 1992; Roppen 1998; Baker 2007). Mediekritikern Robert Altschull har rent av gått så långt som att stadga som en av journalistikens ”sju lagar” att nyhetsmediers innehåll ”alltid reflekterar intressena hos de som finansierar dem” (1984: 298). Ur ett sådant perspektiv får en situation där mediemarknaden koncentreras till ett allt mindre antal ägare en stor betydelse. Här ska samtidigt tillfogas att få ämnen inom medieforskningen är så normativt och ideologiskt laddade som det som rör just ägande och ägarskap.

Så – på vad beror då svenskarnas relativa oengagemang för den, åtminstone inom forskarvärlden, så omdebatterade frågan?

Först och främst ska tilläggas att ointresset är långt ifrån jämntjockt. Tabell 1 visar snarare på en rad tydliga variationer. Inledningsvis noterar vi att såväl kön och ålder som utbildning och subjektiv klasstillhörighet spelar roll för huruvida vi tar aktiv ställning till förslaget. Män uttrycker en bestämd uppfattning i betydligt högre grad än kvinnor. Samma sak gäller för äldre i förhållande till yngre, högutbildade jämfört med personer med lägre utbildning, och högre tjänstemän i relation till arbetare.

Går vi sedan vidare till politiskt intresse så finner vi dock vad som verkar vara den viktigaste förklaringsfaktorn. Inte för någon annan variabel är åsiktsgapet lika stort som här. Utgår vi istället från partisympati hittar vi också vissa olikheter. Avgjort mest bestämda visar sig V-sympatisörerna vara. Mellan övriga partigrupper är skillnaderna mindre, även om S- respektive SD-anhängarna är de som i minst utsträckning ger uttryck för en åsikt (här ska noteras att vissa av grupperna består av relativt små antal svarande). Vad gäller allmänideologisk orientering framkommer också ett tydligt mönster. Här förefaller dock synen på lagstiftning mot ägarkoncentration hänga samman, inte med *var*, utan med *hur starkt*, man definierar sig ideologiskt. Följaktligen är det på de båda ytterkanterna (”klart till vänster” respektive ”klart till höger”) som det tydligaste ställningstagandet framträder. Resultatet bekräftar den ideologiska stämpel som länge präglat synen på relationen stat medier (Siebert m.fl. 1956; Keane 1991).

Avslutningsvis visar tabellen betydelsen av människors direkta nyhetskonsumtion. Detta kan tänkas ha betydelse av två anledningar: för det första för att det är just medierna – och i förlängningen dess innehåll – som avses; för det andra för att det är genom medierna som *informationsspridare* som människor i första hand kan tänkas komma i kontakt med ämnet som politisk sakfråga (se nedan).

Vad som framkommer är följande: personer som relativt vanemässigt (mer än 2 ggr/vecka) lyssnar på Ekot i P1 eller regelbundet (mer än 4 ggr/vecka) tittar på Aktuellt eller Rapport i SVT, tycks i högre grad än andra ha en bestämd åsikt om förslaget. Samma sak gäller för personer som bor i ett hushåll med morgontidningsprenumeration⁴. I samtliga fall förefaller alltså en exponering för nyhetsbäraren innebära att människor har lättare att ta ställning i sakfrågan. För det fjärde nyhetsmediet, TV4Nyheterna, gäller däremot det omvända: här framträder istället ett negativt samband mellan tittande (åtminstone 1 gång/vecka) och att kunna uttrycka en bestämd åsikt.⁵

Vad påverkar ett ställningstagande?

Resultaten i tabell 1 ger en bild av hur olika bakgrundsfaktorer hänger samman med åsiktsförekomsten rörande förslaget om statlig inblandning på mediemarknaden. Likafullt ger de inte hela bilden av hur opinionen är formad. Exempelvis vet vi sedan tidigare att det finns tydliga samband mellan ålder och såväl utbildning som nyhetskonsumtion. Relationen mellan vänster-högerinställning och partisympati är också förhållandevis obestridd. Endast genom att undersöka förklaringsvariablerna *med kontroll för varandra* går det att fastställa vad det är som egentligen har betydelse för att människors ska ha en uppfattning i frågan om det kloka i att reglera ägarstrukturen på mediemarknaden.

I tabell 2 redovisas en binär logistisk regressionsanalys med utgångspunkt i tabell 1:s förstakolumn. Metoden möjliggör för studier av enskilda effekter på den beroende variabeln av en eller flera oberoende variabler. (Vad analysen i tabell 2 konkret visar är *sannolikheten* att ha en inställning i frågan utifrån de olika bakgrundsvariablerna.⁶) I tabellen ingår endast de variabler som i en första samlad analys visat sig ha en egen förklaringskraft i förhållande till övriga förklaringsfaktorer.

Till att börja med kan konstateras att betydelsen av kön, ålder och utbildning är kvar. Även när hänsyn tagits till övriga förklaringsvariabler, tenderar män i betydligt högre grad än kvinnor att ha en åsikt. Vidare ökar sannolikheten för ett ställningstagande ju längre upp i åldrarna vi söker oss. Vad gäller utbildningseffekten visar det sig att den enbart gäller för personer som läst vid högskola eller universitet. Mellan de lägre utbildningsnivåerna finns det inga signifikanta skillnader. (Denna tendens kan skönjas även i tabell 1.)

Tabell 2 Sannolikheten att kunna uttrycka en åsikt ("bra" eller "dåligt förslag") i frågan om lagstiftning mot ägarkoncentration på massmedieområdet. Binär logistisk regression.

Koefficient	B	Standard-fel	Wald's chi ²	Frihetsgrader	Odds-kvot
Konstant	-1,596	0,258	38,289	1	0,203***
Kön (0=kvinn, 1=man)	0,473	0,123	14,694	1	1,604***
Ålder (16–85 år)	0,015	0,004	17,201	1	1,015***
Högskole-/universitetsstudier (0=nej, 1=ja)	0,489	0,155	9,970	1	1,630**
Social klass (dummykodad; ref. = arbetarhem)			10,397	4	
Jordbrukarhem	0,224	0,382	0,342	1	1,251
Tjänstemannahem	0,408	0,152	7,234	1	1,503**
Högre tjänstem.hem	0,651	0,239	7,430	1	1,918**
Företagarhem	0,213	0,232	0,846	1	1,238
Pol intresse (0=nej, 1=ja)	0,658	0,127	26,869	1	1,931***
Partisynpati (dummykodad; ref. = S)			14,113	7	
SD	0,177	0,341	0,268	1	1,193
FP	-0,217	0,239	0,825	1	0,805
M	-0,052	0,166	0,097	1	0,950
MP	0,247	0,214	1,333	1	1,280
KD	0,290	0,343	0,717	1	1,337
C	0,471	0,307	2,349	1	1,602
V	0,786	0,286	7,566	1	2,194**
TV4Nyheter, 1-7/v (0=nej, 1=ja)	-0,375	0,139	7,330	1	0,687**

Kommentar: Data från den nationella SOM-undersökningen 2009. Signifikansnivåer: *: $p < 0,05$; **: $p < 0,01$; ***: $p < 0,001$. Likelihood ratio test: χ^2 144,726, df 16, p 0,000. Hosmer & Lemeshow χ^2 6,460, df 8, p 0,596. Cox & Snell's $R^2 = 0,108$. Nagelkerke's $R^2 = 0,145$. $n = 1\ 255$. För frågans formulering, se kommentar tabell 1. I analysen har svarsalternativen "Mycket bra förslag", "Ganska bra förslag", "Ganska dåligt förslag" samt "Mycket dåligt förslag" getts värdet 0 och alternativet "Varken bra eller dåligt förslag" värdet 1. I den senare kategorin ingår även de respondenter som hoppat över delfrågan, men som valt att svara på en eller flera andra frågor i frågebatteriet.

Också beträffande social klass finns det systematiska variationer. De som definierar sitt hem som tjänstemanna- eller högre tjänstemannahem, uttrycker i högre utsträckning än personer från arbetarhem (referensgrupp) en åsikt i frågan. Mellan den senare gruppen och personer från jordbrukar- eller företagarhem, är skillnaderna

obetydliga. Går vi sedan vidare i tabellen så hittar vi den enskilda faktor som har störst betydelse för huruvida människor kan ge uttryck för en ståndpunkt – politiskt intresse. Allt annat lika är sannolikheten att ha en åsikt nära dubbelt så hög bland politiskt intresserade jämfört med dem som inte är intresserade. Rörande partisynpati däremot är avvikelserna betydligt mindre. Endast ett parti utmärker sig, och det är som redan konstaterats Vänsterpartiet. Ingen annan partigrupp går att särskilja statistiskt från referensgruppen S-anhängare (som var den grupp som i tabell 1 visade på lägst andel med en explicit åsikt).

Så här långt överensstämmer resultaten med tendenserna i tabell 1. Såväl ålder, kön och utbildningsnivå som politiskt intresse, social klasstillhörighet och partisynpati är faktorer som också med kontroll för varandra har en egen effekt på sannolikheten att vi ska kunna uttrycka en åsikt i frågan om lagstiftning mot ägarkoncentration på massmedieområdet. Resultaten avviker inte nämnvärt från vad som framkommit i tidigare forskning angående vilka sociala bakgrundsfaktorer som har betydelse för åsiktsförekomsten i politiska sakfrågor (se t.ex. Gilljam 1988).

Men, med regressionsanalysens hjälp kan vi också förkasta några av de tidigare framskymtade sambanden. Den i förstone så tydliga kopplingen till ideologisk positionering visar sig vara, om inte falsk, så åtminstone enbart indirekt. Effekten av styrkan i det politiska ställningstagandet är nämligen ett uttryck för någonting annat, närmare bestämt politiskt intresse. Med andra ord tenderar politiskt intresserade personer i högre utsträckning än andra att placera sig på ytterkanterna av den femgradiga ideologiska skalan. När politiskt intresse förs in som förklaringsfaktor försvinner även effekten av att lyssna på Ekot, titta på Aktuellt/Rapport och av att ha en tidningsprenumeration (/läsa en morgontidning). I de båda senare fallen har också ålder en viss oberoende effekt.

Detta leder oss in på den sista av de prövade förklaringsvariablerna, betydelsen av att titta på TV4Nyheter. När hänsyn tagits till samtliga övriga faktorer kvarstår effekten av programmet. Alltså: oavsett ålder, kön, utbildning, politiskt intresse och partisynpati, så medför TV4:s nationella nyhetsprogram en *negativ inverkan* på sin publiks förmåga att kunna ta ställning i frågan om staten bör ingripa mot ägarkoncentrationen på mediemarknaden.⁷

Utifrån tabell 2 går det sedan avslutningsvis att prognostisera sannolikheten för att människor med olika bakgrund ska ha en inställning till förslaget. Som exempel visar sig sannolikheten för en tjuogoårig icke högskoleutbildad kvinna, som definierar sitt hem som ett arbetarhem, sympatiserar med Socialdemokraterna och tittar på TV4Nyheter vara endast omkring 15 procent. För en 65-årig högskoleutbildad man, däremot, som dessutom bor i ett högre tjänstemannahem, är V-anhängare och aldrig eller ytterst sällan tittar på TV4s riksnyheter, är motsvarande trolighet hela 85 procent.

De systematiska skillnader i fråga om kön, ålder, utbildning, klasstillhörighet och politiskt intresse som här framträder, pekar på en tydlig social skiktning i opinionen. Att tala om en "elitfråga" förefaller inte helt otillbörligt.

Likafullt är åsiktsförekomsten att betrakta som mycket låg (jfr Gilljam 1988: 143), vilket ger frågan om ägarförhållandena på mediemarknaden intrycket av en i hög grad *opolitiserad* politisk sakfråga. Vi återkommer till detta.

Vem tycker vad?

Därmed är det dags att lämna frågan *om* svenskar tycker något, för att istället övergå till dem som faktiskt har en åsikt: med andra ord de som tycker att lagstiftning mot ägarkoncentration antingen är ett dåligt eller ett bra förslag. Resultaten av den inledande analysen återfinns även här i tabell 1.

I flera avseenden bekräftas resultatet från tidigare studier. Svenskar är i allmänhet positivt inställda till en reglering av ägarstrukturen på mediemarknaden (Asp och Weibull 1996). Andelen som tycker det är ett bra förslag uppgår till 31 procent, jämfört med 15 procent för dåligt förslag. Om vi bortser från den stora gruppen obestämda och enbart ser till dem som faktiskt ger uttryck för en åsikt – låt oss använda liknelsen med dem som går och röstar och dem som låter bli – är alltså andelen som är positiva till lagstiftning hela 67 procent.

Den viktigaste förklaringsfaktorn, den relativa samstämmigheten till trots, tycks vara ideologisk orientering. Men jämfört med i föregående avsnitt handlar det inte om styrkan i orienteringen utan på vilken sida av axeln man placerar sig. Här finns således en tydlig vänster-högerdimension. Likafullt noterar vi att det inte rör sig om något linjärt samband; endast bland personer som befinner sig ”klart till höger” på skalan finns en (om än liten) övervikt för dem som tycker förslaget är dåligt. Också partipolitiskt återfinns de förväntade skillnaderna. Utmärker sig mest gör V-sympatisörerna, på andra plats följt av anhängare till MP. Men – och detta förtjänar en särskild poängtering –, inte i någon partigrupp på vare sig vänster- eller högerkanten är motståndarna till lagstiftning i överläge.

När det gäller övriga bakgrundsvariabler ser vi att män överlag är mer positivt inställda till statlig reglering än kvinnor, tjänstemän är mer positiva än arbetare, företagare och jordbrukare, och att politiskt intresserade är mer positiva än de ointresserade. Mot bakgrund av vad som framkom i föregående avsnitt kan vi här alltså skönja en tendens till att det är i de grupper som är *kritiska* till ägarkoncentrationen som andelen med en artikulerad åsikt också är störst.

Även för ålder framträder ett samband, i vilket yngre är mer positiva till lagstiftning än äldre. Här ska dock tilläggas att skillnaderna inte beror på andelen som tycker förslaget är bra; här är differenserna mycket obetydliga. Istället handlar det om andra sidan av skalan, där det finns ett tydligt samband mellan stigande ålder och en mer uttalad negativ syn på statlig inblandning på mediemarknaden. Tittar vi sedan slutligen på betydelsen av konsumtionen av olika nyhetsmedier, så är skillnaderna i det här avseendet relativt obetydliga.

Vad påverkar åsiktsriktningen?

Också i fråga om åsiktsriktningen har vi att ta hänsyn till den eventuella samvariationen mellan förklaringsvariablerna. En logistisk regressionsanalys av opinionen presenteras i tabell 3. Analysen visar sannolikheten att gå från att vara negativt till positivt inställd till förslaget om att lagstifta mot ägarkoncentration på massmedieområdet.

Tabell 3 Sannolikheten att vara positivt inställd till lagstiftning mot ägarkoncentration på massmedieområdet (i förhållande till att vara negativt inställd). Binär logistisk regression.

Koefficient	B	Standard-fel	Wald's chi ²	Frihetsgrader	Odds-kvot
Konstant	2,724	0,392	48,393	1	15,247***
Ålder (16–85 år)	-0,025	0,005	25,146	1	0,975***
Vänster-höger (dummy-kodad; ref. = klart till vänster)			33,886	4	
Ngt till vänster	-0,120	0,335	0,129	1	0,887
Varken eller	-0,920	0,320	8,238	1	0,399**
Ngt till höger	-0,673	0,323	4,353	1	0,510*
Klart till höger	-1,529	0,353	18,697	1	0,217***

Kommentar: Data från den nationella SOM-undersökningen 2009. Signifikansnivåer: * p<0,05; ** p<0,01; *** p<0,001. Likelihood ratio test: chi² 144,726, df 16, p 0,000. Hosmer & Lemeshow chi² 4,965, df 8, p 0,761. Cox & Snell's R² = 0,081. Nagelkerke's R² = 0,112. n = 749. I analysen ingår enbart de som svarat antingen "Mycket bra förslag", "Ganska bra förslag", "Ganska dåligt förslag" eller "Mycket dåligt förslag". Svartalternativen har dikotomiserats till "bra förslag" (=1) respektive "dåligt förslag" (=0). För frågans formulering, se kommentar tabell 1.

Först ska understrykas opinionens tydliga snedfördelning (till förmån för lagstiftning), varför utrymmet för stora förklaringsanspråk är begränsat. Likafullt framträder en rad avvikelser gentemot tendenserna i tabell 1. Endast två variabler visar sig nämligen ha egen förklaringskraft: ålder och ideologisk hemvist. Ju högre ålder, eller ju mer höger ut på ideologiskalan, desto lägre sannolikhet för en positiv attityd till lagstiftning. När dessa båda tas med i analysen försvinner bärkraften hos övriga bakgrundsvariabler. Här ska dock göras ett viktigt tillägg: om partisympati (som i sig helt saknar förklaringskraft) förs in i analysen, så raderas variationen mellan klart till vänster och de tre mittalternativen. Kvarstår gör då endast effekten av att vara "klart till höger" (oddskvot 0,250; p<0,01).

Det är tydligt att frågan om statlig mediepolitik inte är en sådan som kommit att anta en partipolitisk prägel bland väljarna. (I synnerhet verkar den politiska högern vara jämförelsevis splittrad sakfrågan.) Om frågan däremot en dag skulle

politiseras, pekar resultaten på att den sannolikt skulle bära dragen av en typisk vänster-högerfråga.

Men – vad de särskilt förebådar är en betydande generationsklyfta. För varje steg på ideologiskalan är yngre betydligt mer öppna för lagstiftning än äldre.

Även här kan vi exemplifiera rönen. Följaktligen är sannolikheten att en person som är 20 år och ”klart till vänster” ska ha svarat ”bra förslag” på frågan om lagstiftning hela 90 procent. Motsvarande sannolikhet för en jämnårig som istället definierar sig som ”klart till höger” är nästan 70 procent. Även på den yttre högerkanten finns det alltså bland de yngre ett betydande stöd för lagstiftning mot ägarkoncentration inom medierna. Som jämförelse blir resultatet av en liknande ”ideologisk resa” för en 75-åring att sannolikheten att vara för lagstiftning minskar från 70 till 34 procent. Den relativt sett stora minskningen indikerar att också kopplingen mellan ideologi och syn på lagstiftning förefaller vara åldersmässigt betingad. Möjligen har vi här ännu ett exempel på att inställningen i dagens medie- och kommunikationspolitiska sakfrågor (jfr fildelnings- resp. FRA-debatten) inte nödvändigtvis följer de traditionella ideologiska mönstren (se t.ex. Bjereld och Oscarsson 2009).

Slutsatsen av analysen blir därmed tredelad. För det *första* kan konstateras att opinionen kring förslaget om att lagstifta mot ägarkoncentration har tydliga socioekonomiska förtecken. Det är framför allt inom en (manlig) högutbildad och politiskt intresserad tjänstemannasfär som det alls ges uttryck för en åsikt i frågan. I övriga samhällsled är engagemanget betydligt svalare.

För det *andra* präglas den allmänna mening som faktiskt finns av samstämmighet; bland de svenskar som kan ge uttryck för en inställning till förslaget om lagstiftning är nämligen en betydande majoritet, 67 procent, för en sådan. Nyss nämnda förklaringsvariabler bidrar alltså primärt till vädrandet av en kritik mot ägarkoncentration på massmedieområdet (snarare än till ett försvar för den rådande relationen mellan stat och privata medier).

Och för det *tredje*: det uttalade motstånd som trots allt noteras har dels en ideologisk förklaring, dels en åldersrelaterad. Personer som är klart till höger är mer negativt inställda än andra, och ju högre upp i åldrarna vi söker oss, desto större blir andelen som tar aktiv ställning mot förslaget. Betydelsen av ideologisk placering tycks dessutom öka med stigande ålder.

En dåligt underblåst opinion

Den genomsnittlige svensken ägnar sex timmar om dagen åt mediekonsumtion av olika slag (Mediebarometern 2008). Det är genom medierna som vi i första hand skapar oss en bild om vår omvärld. Genom mediernas försorg har avgjorts val och avsatts ministrar.

Mot den bakgrunden kan det tyckas paradoxalt att vi har så lite att säga om de intressen som i slutändan har kontrollen över de medierade budskap som kommer oss till dels – eller, för den delen, om den fundamentala demokratiska frågan om

huruvida staten ska lägga sig i och reglera strukturen bland de fria medierna. Inte något annat politiskt förslag i SOM-undersökningens omfattande frågearsenal möts av ett så vagt ställningstagande som just frågan om ägandet på mediemarknaden.

Å andra sidan har vi i det här kapitlet kunnat se att bland den minoritet svenskar som faktiskt *har* en åsikt, tycks en klar övervikt anse att ägarkoncentration är ett problem som bör stävjas med lagstiftning.

Till 1900-talets viktigaste teoretiska landvinningar gällande mediernas betydelse hör den som rör nyhetsmediers dagordningsbildande funktion (McCombs 2006). Grundtesen i teorin är att medierna inte bara skapar våra bilder av verkligheten (Lippmann 1922/1997), de styr också hur vi prioriterar i det flöde av politiska frågor som alla tävlar om vårt engagemang. Prövningar av teorin har visat att medierna inte nödvändigtvis avgör *hur* vi ska tycka, utan snarare vad – i bemärkelsen vilka sakfrågor – vi ska tycka någonting om, och vad vi ska anse som viktigt. Teorin tillskriver alltså medierna en betydande makt över hur opinioner skapas, utvecklas, och förr eller senare ebbat ut och försvinner.

Utifrån insikten att medierna på ett direkt sätt influerar medborgarnas dagordning för vad som upplevs vara angelägna politiska sakfrågor, kan vi närma oss ett svar på frågan om den relativa frånvaron av en allmän opinion kring ägarstrukturen på mediemarknaden.

Enligt dagordningsteorin måste förklaringen till paradoxen sökas hos medierna själva: Om nyhetsredaktionerna inte själva för upp en fråga på *sin* dagordning, är chansen liten att den också hamnar på medborgarnas dito. När det gäller de senaste årens strukturförändringar på medieområdet kan det konstateras att det är just detta som varit fallet. 2000-talets stora tidningsaffärer, vilka förde med sig en avsevärt ökad ägarkoncentration inom dagspressen, kunde genomföras utan större offentlig debatt (Sundin 2009). Analysen visar också att en mer omfattande nyhetskonsumtion inte tycks ha någon som helst effekt på svenskars förmåga att forma en åsikt i frågan – något som i linje med dagordningsteorin är en handfast indikation på dess bortavaro från nyhetsagendan. I fallet med TV4Nyheterna, Sveriges största kommersiella nyhetsprogram, förefaller effekten rent av vara negativ. Helt visst omfattar landets nyhetsredaktioners (självpåtaget) granskande funktion av samhällets bärande institutioner inte deras egna arbetsgivare.

Människors relation till medier är komplex, och kan analyseras utifrån en rad olika perspektiv. Ett utmärkande drag hos relationen är dock att vi som publik i första hand förhåller oss till dagstidningar, tidskrifter och radio- och tv-kanaler utifrån deras innehåll – inte som affärsrörelser drivna av finansiella och/eller politiska intressen. Sändaren underordnas budskapet. Mot ljuset av att nära nog samtliga privatägda svenska medieföretag idag ingår i stora ofta horisontellt diversifierade ”mediehus”, är det ingen vågad slutsats att det bland landets medieägare finns få incitament att rucka på det förhållandet.

Noter

- ¹ De fyra företagen är Bonnier (Stockholm), Schibsted (Oslo), Stampen (Göteborg) och MittMedia (Gävle). Andelen av marknaden avser upplaga och gäller för år 2008. Tillsammans ägde de samma år 40 av landets totalt 97 flerdagarsstidningar (Sundin 2009).
- ² För frågan och svarsalternativens exakta formulering, se kommentar tabell 1.
- ³ Till denna kolumn har även hänförts de som har hoppat över delfrågan, men som valt att svara på en eller flera andra delfrågor i samma frågebatteri. (För frågans övriga delfrågor, se fråga 17, Riks 2-formuläret i bilaga.)
- ⁴ Motsvarande tendens återfinns om man istället studerar morgontidningsläsare respektive icke morgontidningsläsare.
- ⁵ För läsning av gratis- eller kvällstidningar finns inga motsvarande skillnader. De har därför utelämnats från tabellen.
- ⁶ Detta uttrycks tydligast i den sista kolumnen ("oddskvoten"), som kan tolkas som den procentuella förändringen av sannolikheten när vi rör oss ett skalsteg på den oberoende variabeln. En oddskvot som är högre än 1 uttrycker en ökad sannolikhet, medan en oddskvot under 1 uttrycker en minskad dito. Låt oss ta resultatet för kön som exempel. Oddskvoten 1,604 uttrycker förändringen av sannolikheten att ha en åsikt i den studerade frågan när vi "rör oss" från kvinna till man. Sannolikheten uttrycks som procent: m.a.o. kan resultatet tolkas som att sannolikheten att en man ska ha en åsikt, när hänsyn tagits till övriga förklaringsvariabler, är 60,4 % högre jämfört med en kvinna. Som synes är denna skillnad signifikant på 0,001-nivån.
- ⁷ En liknande tendens, nämligen att TV4Nyhetererna förefaller ha en hämmande effekt på sin publiks kunskapsnivåer i samband med valrörelser, har konstaterats av Petersson m.fl. (2006).

Referenser

- Allern, Sigurd (1999) *Politisk økonomi som teoretisk tillnærming i journalistikkforskning*. I Sosiologisk Årbok. Oslo.
- Altschull, Robert (1984) *Agents of Power*. New York: Longman.
- Asp, Kent, Lennart Weibull (1996) *Svenska Journalister om mångfald och medier*. Stockholm: Rådet för mångfald inom massmedia.
- Baker, C. Edwin (2007) *Media Concentration and Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bjereld, Ulf, Henrik Oscarsson (2009) *Folket och FRA*. I Holmberg, S, L Weibull (red.) Svensk höst. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

- Gabrielsson, Håkan (2003) *Samhällsdygden som affärsidé*. I U Carlsson (red.) Pennan, Penningen & Politiken. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Gilljam, Mikael (1988) *Svenska folket och löntagarfonderna*. Lund: Studentlitteratur.
- Gustafsson, Karl Erik (2006) Utvecklingen av svensk dagspress intill 2005. I SOU 2006:8. *Mångfald och räckvidd. Slutbetänkande av Presskommittén 2004*.
- Hadenius, Stig, Lennart Weibull, Ingela Wadbring (2008) *Massmedier*. Stockholm: Ekerlids.
- Hallin, Daniel, Paolo Mancini (2004) *Comparing Media Systems*. Cambridge/New York: Cambridge University Press.
- Keane, John (1991) *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Lippmann, Walter (1922/1997) *Public Opinion*. New York: Free Press Paperbacks.
- McQuail, Denis (1992) *Media Performance*. London: Sage.
- McQuail, Denis (2003) *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford: Oxford University Press.
- McCombs, Maxwell (2006) *Makten över dagordningen*. Stockholm: SNS Förlag. *Mediebarometern 2008*. Göteborgs universitet, Nordicom. <http://www.nordicom.gu.se/mt/filer/mediedagen_2008.pdf> (2010-04-10)
- Petersson, Olof, Monika Djerf-Pierre, Sören Holmberg, Jesper Strömbäck, Lennart Weibull (2006) *Demokratirådets Rapport 2006: Mediernas valmakt*. Stockholm: SNS Förlag.
- Roppen, Johann (1998) *The Problem of No-Effects of Media Concentration*. Nordicom Review, 1998(1).
- Siebert, Fred S., Theodore Peterson, Wilbur Schramm (1956) *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- SOU 1980:28 *Massmediekoncentration. Betänkande av massmediekoncentrationsutredningen*.
- SOU 1997:92 *Medieföretag i Sverige. Delbetänkande av Rådet för mångfald inom massmedierna*.
- SOU 2006:8 *Mångfald och räckvidd. Slutbetänkande av Presskommittén 2004*.
- Sundin, Staffan (2009) *Den svenska mediemarknaden 2009*. Medienotiser Nr 3. Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.

