

Arbetsrapport nr. 24

# www.lokaltidning.se?

Prenumeranternas attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning

Oscar Westlund



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation



Arbetsrapport nr. 24

# www.lokaltidning.se?

Prenumeranternas attityder till sin lokaltidning och nättidningsläsning

Oscar Westlund

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation  
Box 710, 405 30 GÖTEBORG  
Telefon: 031-773 49 76 • Fax: 031-773 45 54  
E-post: majken.johansson@jmg.gu.se  
2004





## Förord

Oscar Westlund läste magisternivån i Medie- och kommunikationsvetenskap våren 2003 vid Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet. Redan då var han intresserad av människors uppfattning om dagstidningar på internet och hans examensarbete handlade om betalningsviljan på nätet. Även denna uppsats finns publicerad i JMGs rapportserie, under år 2003.

När så Oscar Westlund sökte och fick forskningsmedel från Herencos stiftelse för ortsmidier för att fortsätta undersöka människors uppfattning om dagstidningar på nätet, var det naturligt för oss på forskningsprogrammet Dagspresskollegiet att ställa upp som bollplank och samtalspartner.

Dagspresskollegiet arbetar långsiktigt med frågeställningar kring dagspressens utveckling i Sverige, och Oscar Westlunds studie är ett viktigt bidrag till den empiriska forskningen kring människors attityder till medier i allmänhet och dagstidningar på nätet i synnerhet.

Inte bara forskningsvärlden är betjänt av att ta del av studiens resultat. Även tidningsbranschen har en hel del att hämta i rapporten, även om resultaten kanske inte alls stämmer överens med vad man allra helst skulle önska på tidningarna.

Även om Oscar Westlund inte formellt är knuten till Dagspresskollegiet och JMG, bedömde vi att resultaten av hans studie är så pass intressanta och relevanta att vi gärna publicerar dem i vår rapportserie. För analys och slutsatser svarar författaren.

Göteborg i december 2004

Ingela Wadbring  
Projektansvarig i Dagspresskollegiet



## Författarens förord

Denna rapport är finansierad av Herenco, stiftelsen för ortsmidier. Jag vill tacka Herenco för möjligheten att på heltid ägna mig åt detta forskningsprojekt från april t.o.m. augusti år 2004. Arbetet har jag genomfört på egen hand med min bostad som arbetsplats. Emellertid är det flera personer som har bidragit till dess utveckling.

Jag vill tacka fil.dr Ingela Wadbring, vid JMG, som varit en ovärderlig resurs i mitt arbete. Ingela har fungerat som mitt bollplank från den stund jag formulerade syftet, till den stund rapporten gick för tryckning. I synnerhet har Ingelas kommentarer till rapportens utkast bidragit med många förbättringar, även om de också medfört flera extra långa nätter i höstmörkret. Även professor Lennart Weibull har tillfört intressanta perspektiv på rapportens innehåll mot arbetets slutskede.

Likaså vill jag tacka de medverkande tidningar för visat intresse och deltagande. Jag känner mig mycket väl bemött av webbredaktör Jörgen Andersson vid Bohusläningen, VD Bengt-Åke Adolfsson vid Laholms Tidning. Likaså VD Ann-Christine Johansson och marknadschef Sonny Knutsson vid Smålänningen samt ansvarig utgivare Anna Börje vid Sydöstran. Jag vill också tacka alla prenumeranter som delat med sig av sina tankar, erfarenheter och attityder vid de 13 fokusgrupperna. Likaså vill jag tacka de inblandade gymnasielärarna vid skolorna jag besökt.

Men också personer i min närhet har hjälpt mig i mitt arbete. Min far, fil.dr Peter Westlund, tycks alltid finna tid i sin stressiga vardag, att åtminstone diskutera mina funderingar. Våra diskussioner har hjälpt mig att se rapporten från nya perspektiv. Jag vill i synnerhet visa min uppskattning till min sambo, Hella Garbergs. Under långa perioder har jag varit som uppslukad av denna undersökning, och Hellas stöd och flexibilitet har varit mycket uppskattad.

Göteborg, november 2004

Oscar Westlund





<b>1. Inledning .....</b>	<b>9</b>
1.1. Bakgrund .....	11
1.2. Syfte .....	12
1.3. Material och metod .....	12
1.4. Fyra lokaltidningar .....	14
1.5. Disposition .....	17
<b>2. Utgångspunkter.....</b>	<b>19</b>
2.1. Dagens medielandskap.....	21
2.2. Mediekonsumenten.....	25
<b>3. Attityd till papperstidning .....</b>	<b>31</b>
3.1. Forskning om svensken och dagspressen.....	33
3.2. Prenumeranternas attityd till sin lokaltidning .....	37
3.2.1. Tidningsläsning .....	37
3.2.2. Karaktär och stil .....	41
3.2.3. Prenumeration.....	47
3.3. Sammanfattande slutdiskussion .....	53
<b>4. Vad gör prenumeranten nöjd? .....</b>	<b>59</b>
4.1. Teoretiska utgångspunkter om användares upplevda nöjdhet.....	61
4.2. Vad är prenumeranterna nöjda med, och vad vill de utveckla? .....	63
4.2.1. Vad känner sig prenumeranterna nöjda med?.....	63
4.2.2. Vad önskar prenumeranterna skall utvecklas?.....	65
4.3. Sammanfattande slutdiskussion .....	76
<b>5. Attityd till Internet och nättidningar.....</b>	<b>83</b>
5.1. Forskning om Internet- och nättidningsbranschens utveckling .....	85
5.2. Prenumeranternas attityder till Internet och nättidningsläsning.....	91
5.2.1. <a href="http://www.lokaltidning.se">www.lokaltidning.se</a> ? .....	93
5.3. Sammanfattande slutdiskussion .....	98
<b>6. Slutdiskussion.....</b>	<b>101</b>
<b>7. Sammanfattning.....</b>	<b>105</b>
<b>8. Källförteckning .....</b>	<b>109</b>
<b>9. Bilaga – metod.....</b>	<b>115</b>



# ***1. Inledning.***



## 1.1. Bakgrund

Året är 2003, det är eftermiddag och solen skiner på göteborgarna samtidigt som träden tappar sina första löv. Under min färd med sjuans spårvagn mot centrum plockar jag upp och bläddrar bland nyheter och annonser i gratistidningen Metro. Det tycks även många andra på vagnen göra, även om flertalet tidningar lämnats på säten och golvet. När jag stigit av och promenerar den sista biten till stadsbiblioteket vid Götaplatsen, ser jag att kvällstidningarnas löpsedlar redan pryder kioskernas fasader med sina sensationella rubriker. Väl inne på biblioteket ser jag en grupp pensionärer sitta med dagens morgontidningar uppvikta över knäet eller bordet framför dem. På en annan plats i biblioteket ser jag några ungdomar surfa på [aftonbladet.se](http://aftonbladet.se), på några datorer som är tydligt skyltade att endast vara avsedda för informationssökning. De tänjer nog på biblioteksreglerna tänker jag. Men jag tänker också att nättidningen klart betraktas som ett kompletterande medium där man fördjupar sin kunskap, ofta kring ämnen man läst om i morgontidningen. Men det är något som har hänt i Sverige, detta tidningsläsande land. Gränserna har rört på sig genom gratistidningar på kollektivtrafiken, kvällstidningarna är inte längre kvällstidningar och nättidningen besöks under hela dagen. Användningen av alla dessa tidningsmedier flyter i viss bemärkelse samman.

Men det kanske är annorlunda på landsbygden, där det inte finns dagliga gratistidningar och där bredbandet inte är lika utbyggt. Där lokaltidningarna länge haft en stark roll, för det har de väl fortfarande? Eller håller lokaltidningen på att ersättas av andra medier, som nättidningen? Det har diskuterats av och till, men man har väl ändå kommit fram till genom statistik att morgontidningen står sig stark? Jovisst har man det, nättidningen är ingen konkurrent, endast ett komplement. Men på vilket sätt är nättidningen ett komplement, och för vilka? Är det för prenumeranterna eller för läsarna? Det måste ju vara för prenumeranterna som nättidningen är ett komplement, det är den största gruppen svenskar vi kan vara säkra på verkligen läser tidningen. Undrar just vad prenumeranterna har för attityder till att läsa tidningsnyheter i pappersform respektive Internetform. Omkring en utav tre lokaltidningar har ingen nättidning, hur känner prenumeranterna vid dessa tidningar för att de inte ges möjligheter att fördjupa sig i artiklarna i dagens lokaltidning? Och hur många är det egentligen som har ett behov av en nättidning, det finns väldigt många mediekanaler för nyhetsinformation nuförtiden. Vilka är det, om några, som läser sin lokaltidning på Internet? Påverkar egentligen prenumeranternas tillgång till en nättidning huruvida de känner sig nöjda med sin lokaltidning? Det är viktiga frågor eftersom ända sedan starten av de första nättidningar för ett decennium sedan, har det förts en debatt om hur tidningarna skall lyckas göra förtjänster på Internet. Väldigt få når lönsamhet. Nättidningarna motiveras istället av skäl som att förbereda sig för framtiden, locka nya prenumeranter, service till de existerande prenumeranterna, samt bra goodwill. Men hur länge kan man motivera en verksamhet utifrån att den kan vara bra i framtiden om den leder till mer utgifter än inkomster. Då bör man väl åtminstone vara säker på vad lokaltidningens prenumeranter har för attityd i frågan.

Jag sätter mig ner vid en av bibliotekets datorer och under en timme söker jag i olika databaser och arkiv, men jag finner ingen information som svarar på mina frågor. Det här är dock ämnen som det bör finnas ett såväl allmänt som ett vetenskapligt intresse för tänker jag. Jag konstaterar att det saknas forskning om prenumeranters attityd till om deras lokaltidning bör ha en nättidning, likaså prenumeranternas intressen, behov och användning av densamma.

När nu år 2004 lider mot sitt slut, bidrar jag härmed själv med ett forskningsbidrag som åtminstone helt eller delvis svarar på dessa frågor. Min bakgrund är inom medie & kommunikationsvetenskap (MKV). Ett ämne inom vilket jag skrivit såväl min kandidatuppsats som magisteruppsats med fokus på den svenska nättidningsbranschen. Magisteruppsatsen handlade om nättidningsläsares attityd till att betala för nyheter på Internet. Uppsatsen skrev jag på uppdrag av forskningsprogrammet Dagspresskollegiet våren 2003, vid institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet. (JMG) Ansökan om forskningsmedel till detta projekt skickades i december 2003 till Herenco. April 2004 startade jag det projekt vars resultatredovisning ni nu skall få ta del av.

## **1.2. Syfte**

- Det övergripande syftet är att undersöka om lokaltidningsprenumeranterna har ett intresse i att lokaltidningen skall finnas som nättidning.

För att uppfylla detta syfte är det en rad frågeställningar som jag varit tvungen att handskas med. En del handlar om huruvida nättidningen är en viktig faktor för att prenumeranterna skall känna sig nöjda, men jag har också önskat förstå andra faktorer som är viktiga för att prenumeranten skall bli nöjd. För att uppnå syftet är det viktigt att förstå prenumeranternas attityd till sin lokala papperstidning i förhållande till nättidningen.

Jag kommer också att undersöka om prenumeranters attityder till sin lokaltidning och nättidningsfenomenet skiljer sig åt beroende på om deras lokaltidning har en nättidning eller inte. Resultatredovisningen består av tre kapitel som berör olika teman som på olika sätt ger insikt i hur prenumeranterna resonerar kring sin lokaltidning och dess eventuella nättidning. Nedan följer en frågeställning för var och ett av dessa tre kapitel;

1. Vad, när och hur läser prenumeranterna, och vad är deras attityd till sin lokaltidning?
2. Vad är viktigt för att prenumeranterna skall känna sig nöjda med sin lokaltidning?
3. Vad har prenumeranterna för vanor och attityd till Internet och nättidningar i stort, och den lokala nättidningen specifikt?

## **1.3. Material och metod**

Denna undersökning har utförts med en kvalitativ ansats med metoden fokusgrupper. Fokusgrupper är ett samtal mellan en forskare och en grupp personer som har något gemensamt. Den gemensamma nämnaren för deltagarna i studien är att de alla är lokaltidningsprenumeranter och samtalen har fokuserats kring deras attityd till sin lokaltidning och dess eventuella nättidning utifrån flera aspekter. Totalt har tretton olika fokusgrupper genomförts. Antalet prenumeranter är 87 och dessa prenumeranter är någorlunda jämnt representerade från fyra lokaltidningar i södra Sverige. Vid val av tidningar har jag sökt en geografisk spridning i olika län. De fyra lokaltidningarna är; Laholms Tidning i Halland, Smålänningen i Småland, Bohuslänningen i Bohuslän samt Sydöstran i Blekinge. De första två har ingen nättidning, vilket i sin tur de sista två har. Jag skall i detta avsnitt kort beskriva hur jag har arbetat. Samtidigt bör den som är intresserad av en djupare förståelse av mitt metodarbete läsa bilagan om metod. Jag har på egen hand formulerat syfte och tidsramar för denna undersökning. Sedan har jag kontaktat olika lokaltidningar, vilka har hjälpt mig att ta kontakt med de olika prenumeranterna. Det bör understrykas att underlaget av prenumeranter inledningsvis kom att överrepresenteras kraftigt av pensionärsprenumeranter.

Det är ett resultat som speglar att prenumerantstocken vid lokaltidningarna är tämligen åldersstigen. Prenumerantstockarna vid de fyra lokaltidningarna består till stor del av människor i åldern från fyrtio och uppåt, kanske i synnerhet kring sextio och sjuttio. Om jag skulle genomföra en kvantitativ undersökning med målsättningen att kunna generalisera resultaten vore det rimligt om den större delen av intervjupersonerna tillhörde denna kategori. Men med en kvalitativ metod strävar jag istället efter att maximera olikheterna bland de intervjuade prenumeranterna. Syftet är att explorativt undersöka den mångfald av attityder som olika prenumeranter har. Jag försökte därför rekrytera fler medelålders och yngre prenumeranter, vilket visade sig vara mycket svårt. Överhuvudtaget har det varit svårt att rekrytera prenumeranter, trots tydlig annonsering i lokaltidning och löften om trevliga samtal över fika samt gåvor som tack. Rekrytering av medelålders gick slutligen bra och rekryteringen av ungdomarna kan sägas ha utvecklats ännu bättre. Anledningen är att jag tog kontakt med lärare vid gymnasieskolor och även om inte det heller alltid gav omedelbara resultat så innebär ett ja från en lärare att jag skulle få intervju ett tiotal gymnasieelever. Fokusgrupperna har nämligen skett på lektionstid, och eleverna har haft ett krav om närvaro från lärarens sida. Med de vuxna prenumeranterna däremot har jag vid varje grupp haft åtminstone sex prenumeranter som sagt att de skall delta, ofta fler. Dessvärre har alltid någon eller några av dessa inte kommit. Ibland har de meddelat så på förhand, men många gånger inte gjort det. Problemen med att prenumeranter var svårrekryterade och att de inte dök upp har medfört fler fokusgrupper med mindre antal deltagare än vad jag hade önskat.

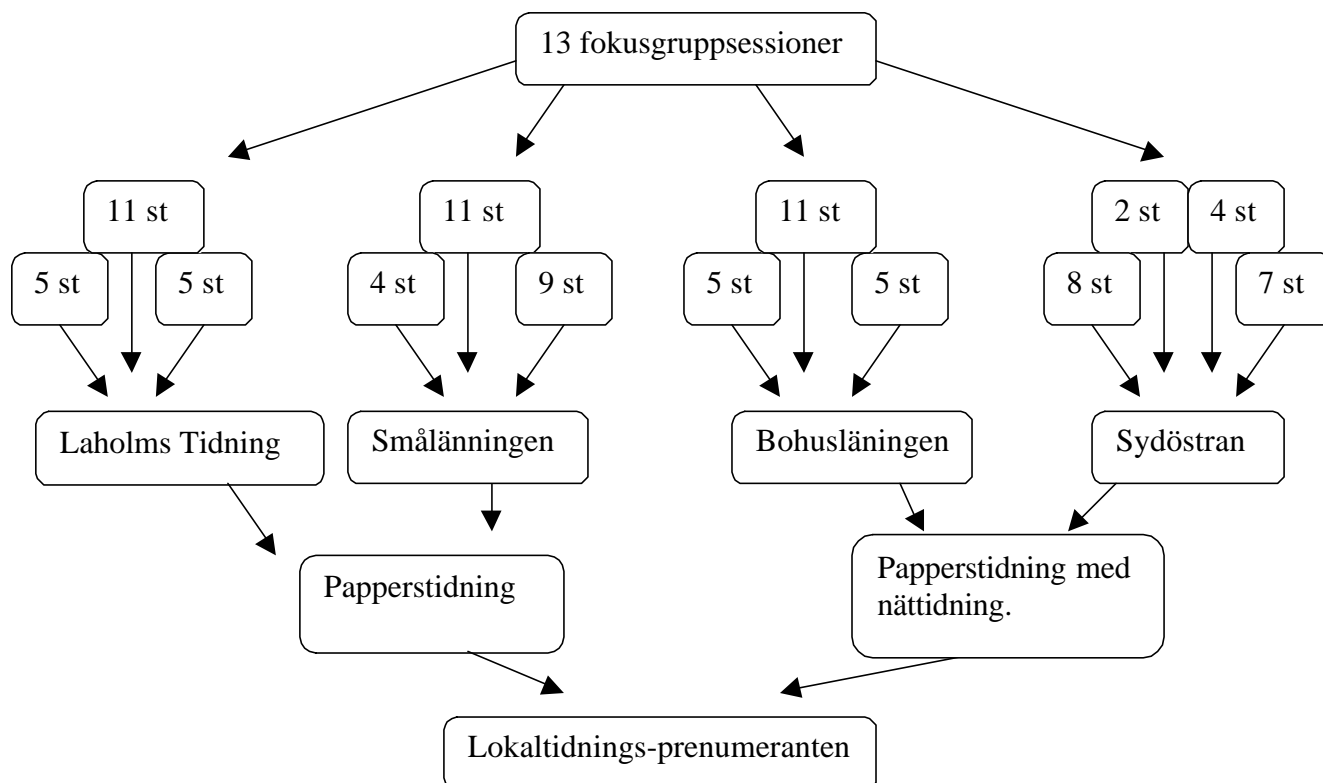
Vid fokusgrupperna har jag utgått från en semi-strukturerad samtalsmall. Det innebär att jag vid varje fokusgrupp har haft ett tiotal breda frågor som jag alltid fört upp för diskussion. En fördel är att diskussionerna får en gemensam kärna, men att de har kunnat ta sig olika former eftersom det varit möjligt för prenumeranterna att fördjupa vissa spår i diskussionen. Vidare att prenumeranterna tillåts ta upp precis sina egna tankar, men också att resultaten kan jämföras mellan olika fokusgrupper, tidningar och tidningstyper. I slutet av varje diskussion har jag sammanfattat det som diskuterats under fokusgrupperna. Sedan har prenumeranterna fått kommentera den sammanfattning jag har gjort genom att instämna eller framföra rättelser till mina tolkningar. Detta arbetssätt möjliggör en större validitet såtillvida att min tolkning av prenumeranternas utsagor kontrolleras med dem.

Samtliga fokusgruppsamtal har jag spelat in på digital diktafon, och sedan lagrat dessa i hårddisken. Kategorisering av alla fokusgrupper har gjorts, vilket gjort det möjligt att enkelt återgå till ljudupptagningarna under analysarbetet. Fokusgruppsessionerna har jag skrivit ut eftersom det är fördelaktigt att utgå från textmaterial när jag genomför analysen. Jag har arbetat på ett sätt där jag mycket naturligt har gått från delar till helhet, från klarhet till klarhet. Jag har inledningsvis sammanfattat de enskilda fokusgruppsessionerna. När jag slutfört alla fokusgrupper vid en lokaltidning har jag kunnat analysera denna, liksom en fallstudie av lokaltidningen. Därefter har jag sammanställt resultaten utifrån om lokaltidningen har en nättidning eller inte. Där hade jag ursprungligen tänkt låta analysen stanna, och därifrån genomföra komparativa analyser. Det utifrån ett antagande att de olika tidningstyperna skulle skilja sig åt mycket i sina attityder. Men eftersom prenumeranterna snarare visat sig ha stora likheter och endast mindre skillnader, fick analysen ta ett ytterligare steg.

Resultatredovisningen är istället en diskussion av hur prenumeranternas attityder kring olika frågor är. Emellertid kommer jag givetvis att särskilt belysa de fall där prenumeranterna vid de olika tidningstyperna eller tidningarna skiljer sig åt. Nedan är en illustration över hur jag har bearbetat datamaterialet från de olika fokusgrupperna.



Figur 1. Från insamling till analys.



## 1.4. Fyra lokaltidningar

I detta avsnitt skall jag ge en introduktion till de fyra lokaltidningarna som jag har samarbetat med i denna undersökning. Beskrivningarna baseras dels på information hämtad från respektive tidnings årsrapporter och nättidningar. En viktig källa av information är också ett kortare frågeformulär med ett tiotal frågor som de olika tidningarnas representanter (ansvarig utgivare eller VD) tog ställning till per e-post under mitten av augusti. Emellertid var detaljrikedomen i deras svar mycket variationsrik, eftersom somliga lokaltidningar hade mer kunskap om sina prenumeranter än andra. Jag kommer att beskriva lokaltidningarna genom att låta frågorna vara ledande, istället för att göra fallstudier av var och en av tidningarna. Den redovisade upplagan baseras på Tidningsstatistikens uppgifter för februari månad 2004 eftersom senare redovisade uppgifter är frivilliga och inte inkluderar samtliga tidningar.<sup>1</sup> De två först nämnda papperstidningarna saknar en nättidning, vilket ungefär en utav tre svenska papperstidningar gör i dagsläget. Många av de papperstidningar som inte satsat på en nättidning ingår i större koncerner som tagit beslut att samtliga tidningar inom koncernen inte skall satsa på en nättidning. Ander- och Herenco-koncernen är två exempel. Smålänningen ingår i Herenco och Laholms Tidning är del i en mindre koncern med Norra Skåne och Skånska Dagbladet.

<sup>1</sup> [www.ts.se](http://www.ts.se)

De fyra lokaltidningarna är

1. **Laholms Tidning**, i Laholm har en hemsida för information, men publicerar inte nyheter. ([www.laholms-tidning.se](http://www.laholms-tidning.se)) Upplagan är 4100 och tidningen utkommer sex dagar per vecka.
2. **Smålänningen**, med Ljungby som centralort, har en hemsida för information, men publicerar inte nyheter ([www.smalanningen.se](http://www.smalanningen.se)) Upplagan är 13300 och tidningen utkommer fem dagar per vecka.
3. **Bohusläningen**, med Uddevalla som centralort, har en nättidning, som dessutom tar betalt av icke-prenumeranter. ([www.bohuslaningen.se](http://www.bohuslaningen.se)) Upplagan är 32.800 och tidningen utkommer sex dagar per vecka.
4. **Sydöstran**, med Karlskrona som centralort, har en nättidning som är gratis för allmänheten, ([www.sydostran.se](http://www.sydostran.se)) upplaga 17000 och tidningen utkommer sex dagar per vecka.

Laholms Tidning och Sydöstran har båda starka konkurrenter på sin centralort. Smålänningen har en mycket stark position på centralorten Ljungby, är dominerande i Markaryd mot konkurrenten Norra Skåne och jämbördig med Smålandsposten i Älmhult. Bohusläningen däremot är i stor utsträckning den enda lokala flerdagartidningen i Bohuslän. Medan Laholms Tidning och Smålänningen som sagt är del av koncerner, ägs Sydöstran framförallt av den lokala arbetarrörelsen och Bohusläningen har flera olika ägare.

Alla lokaltidningarna berättar att de satsar på det lokala innehållet. VD Bengt-Åke Adolfson vid Laholms-Tidning skriver; *"Bor man i Laholms kommun och man skall ha en lokaltidning så är det LT man skall ha. Vi är och skall vara unika för Laholms innevånare."* VD för Smålänningen, Ann-Christine Johansson, skriver att tidningen prioriterar det lokala innehållet och papperstidningen och att Smålänningen gärna vill *"fortsätta att vara "oumbärligt" för människorna i Västra Kronoberg"*. I tillståndsbeviset för att få starta tidningen står det att Bohusläningen ska vara en *"tidning för Uddevalla och landskapet Bohusläningen samt sydvästra Dalsland"*. VD, chefredaktör och ansvarig utgivare Tommy Hermanson vid Bohusläningen skriver att samma principer gäller än idag, som vid den tidpunkt då tillståndsbeviset skrevs.

Hur har de olika lokaltidningarna utvecklats de senaste tre åren och hur planerar man inför de kommande åren? Smålänningen har ökat en aning i upplaga de senaste tre åren och får samtidigt in bra intäkter från annonser, särskilt eftersom tidningen också ger ut ett annonsblad. Smålänningen arbetar för att kontinuerligt göra små förbättringar och ser därför till att regelbundet möta sina läsare genom att arrangera möten. Laholms Tidning har också visat vinst de senaste tre åren och samtidigt flyttat in i nya lokaler. Upplagan, som f.ö. är den minsta bland svenska sexdagartidningar, har stabiliserats. Sydöstran däremot visar en negativ utveckling med årligen redovisade förluster om ungefär en miljon, trots ett personalnedskärningsarbete. Sydöstrans planer har inlett ett samgående med den borgerliga tidningskoncernen Gota Media samt tidningsförlaget Albinson och Sjöberg. Dessutom planeras tryckning av tidningen hos konkurrenten och det förs en diskussion om editionering av tidningen. Det diskuteras också att göra en eventuell utvidgning av spridningsområdet till Skåne, som sedan Arbetets konkurs saknar en s-tidning. Bohusläningen hamnade i en stor utförsbacke under 1990-talet då upplagan minskade rejält, men har sedan 1998 återhämtat sig en aning åtminstone. Efter övergång till tabloidformat i oktober 2003 räknar Bohusläningen med att kunna öka upplagan ytterligare. Även ekonomin var utsatt när upplagan minskade, men de senaste fem åren har Bohusläningen funnits med på listan bland de tio lönsammaste tidningsföretagen när man tittar till bruttomarginalen. Bohusläningen har emellertid p.g.a. konjunkturen tvingats minska personalen under senare år.

När jag bad lokaltidningarna att beskriva åldersstruktur bland sina prenumeranter var svaren av mycket skilda karaktärer. Laholms Tidning svarar; ”*Det är vår uppfattning att åldersstrukturen bland våra prenumeranter är ganska hög.* Sydöstran lämnar ett svar av liknande detaljrikedom, nämligen att Sydöstrans prenumeranter består av; ”*många äldre läsare, trogna gamla sossar men också kvinnor i 45-55 års åldern.*” Bohuslänningen berättar också att deras abonnentstock är åldersstigen, men kan precisera detta faktum i statistik. Genomsnittsåldern på Bohuslänningens prenumeranter är 61 år, sju utav tio är över 50 år och endast var sjunde är under 40 år. Också Smålänningen kan utgå från statistik, från år 2003, när de beskriver sin ålderstigna prenumerantstock. Statistiken baseras på närmre 65 procent av prenumerantstocken, för övriga prenumeranter saknades åldersuppgifter. Endast 3.5 procent av prenumeranterna är yngre än 32 år och 11.5 procent i åldern 33-42 år. Prenumeranter i åldern 43-62 år och 63-82 år upptar ungefär en tredjedel vardera, 13 procent är äldre än 83 år. Ann-Christine Johansson diskuterar att medelåldern bland läsarna sannolikt är väsentligt lägre än bland prenumeranterna. Det eftersom Ann-Christine Johansson misstänker att det är den som längst prenumererat på tidningen som står som prenumerant, men också att det är mycket ovanligt att hemmavarande ungdomar i familjen står som prenumeranter. Även om uppgifterna från lokaltidningarna inte i alla fall baseras på vetenskapliga grunder kan vi konstatera att prenumeranterna generellt är medelålders eller pensionärer. Däremot bör vi också, som nämnts, ha i åtanke att flera personer i ett hushåll läser tidningen som en prenumerant betalar för, och att dessa andra personer kan sänka genomsnittsåldern.

Lokaltidningarna riktar sig inte specifikt till enbart vissa grupper av prenumeranter, tidningen är till för alla olika sorters människor inom det avgränsade geografiska området. Smålänningen skriver; ”*Vi ser tidningen som ett smörgåsbord. Ingen skall läsa allt men alla skall hitta tillräckligt mycket som den tycker om.*” Också Sydöstran riktar sig till alla sorters läsare, men har en särskild läsekrets p.g.a. sin politiska färg. Däremot har lokaltidningarna olika åsikter i frågan om vilka prenumeranter som är mest respektive minst lönsamma. Laholms Tidning skriver ”*Vi har ingen direkt klar uppfattning vilka kunder som är de mest lönsamma kunderna men de som är prenumeranter och samtidigt är stora annonskunder är naturligtvis viktiga för oss.*” Laholms Tidning skriver vidare att de minst lönsamma prenumeranterna är de som endast prenumererar vid specialerbjudanden. Smålänningen skriver att lönsamhet på prenumeranter handlar om distributionskostnaden, den lönsammaste prenumeranten är den som bor i hyreshus i ett tätbebyggt område, och den minst lönsamma är den som bor ute på landet där det ändå finns morgondistribution. Sydöstran skriver att alla med egen lön och eget boende är de mest lönsamma prenumeranterna. Däremot anser Sydöstran att ungdomar och barn inte är lönsamma målgrupper, men att de likväl är viktiga av det skälet att de bör sig att läsa dagstidningar.

De flesta lokaltidningarna har genomfört någon form av satsning riktad mot ungdomar. Sydöstran började 1999 med en nättidning för ungdomar kallad ”dusch”, tanken var att fånga ungdomarna med ett nytt media. Men Sydöstran har annars inte, p.g.a. bristande resurser, ansett sig kunna genomföra några satsningar mot ungdomar. Laholms Tidnings satsningar på ungdomar har också varit begränsade. Tidigare har funnit en ungdomsredaktion, men det man idag gör är framförallt att försöka hjälpa skolor när skoltidningar skall göras, samt att förse klasser med uppsättningar av tidningen om så önskas. Däremot försöker Laholms Tidning tillfredsställa ungdomarnas behov genom temauppslag med kultur och nöje varje vecka. Bohuslänningen och Smålänningen är de enda tidningarna i sammanhanget som har en satsning mot ungdomar genom särskilda ungdomssidor. Dessa är skrivna av och för ungdomar. Bohuslänningen har också en särskild sajt för ungdomarna. Smålänningen uppmanar ungdomar

att själva skriva inlägg/artiklar till ungdomssidorna. Dessutom har de referensgrupper med gymnasieungdomar som Smålänningen träffar regelbundet för att diskutera ungdomssidornas innehåll och kvalitet. Smålänningen besöker också ofta skolklasser, likväl som inbjuder till studiebesök samt anordnar praktikverksamhet för studenter av alla nivåer. Förutom ungdomssidor en till två gånger i veckan har Smålänningen numera också en sida kallad Zapp, med material för barn upp till yngre tonåren. Alla lokaltidningarna, särskilt Laholms Tidning och Smålänningen, satsar på ungdomarna genom att skildra mycket ungdomsidrott.

För såväl Laholms Tidning som Smålänningen har beslut tagits på koncernnivå att inte satsa på en nättidning. Laholms Tidning säger att anledning till att de inte satsat på en nättidning är att de är för små, och att det är för svårt att nå vinster med en nättidning. Samma ekonomiska skäl anger Smålänningen, och tillägger att de inte vill satsa på en nättidning som läsarna inte är villiga att betala för. Inte heller Smålänningens annonsörer är särskilt intresserade av att lägga ut pengar på annonsering på Internet.

Sydöstran startade som tidigare nämnts projektet med ”dusch” på Internet, vid vilket de kunde lära sig att hantera tekniken. 2001 startades Sydöstrans nättidning för att visa att tidningen följer med dagstidningsutvecklingen och är ett modernt tidningsföretag. Också Bohusläningens nättidning startades 2001. Skälet var att tidningen ville lära sig mer om alternativa distributionskanaler samt se hur dessa kanaler kan integreras i den övriga verksamhet. Bohusläningen tror vidare att nättidningen kanske blir strategiskt viktig i framtiden. Varken Sydöstran eller Bohusläningen genererar några intäkter att tala om, men samtidigt menar de att nättidningen inte medför några större extra kostnader. Båda lokaltidningarna är snarare av uppfattningen att nättidningen skall utvecklas, än att den skall avvecklas. Bohusläningen säger att deras nättidningsläsare är personer med datavana och nyhetsvana, inte sällan bohusläningar i förskingringen. Sydöstran skriver på ett liknande sätt att deras läsare är blekingar i förskingringen., men tillägger att många av läsarna sannolikt är prenumeranter av konkurrenten BLT.

## **1.5. Disposition**

Kort vill jag diskutera hur jag har strukturerat resultatredovisningen av denna undersökning utifrån de olika teman som vuxit fram från frågeställningarna. Som nämntes i syftet kretsar resultatredovisningen kring tre teman som växte fram under datainsamlingsprocessen. De tre teman är *attityd till papperstidningen, vad gör prenumeranten nöjd?*, samt *attityd till Internet och nättidningar*. Rubrikerna avslöjar tämligen väl vad de olika kapitlen handlar om. I korthet kan sägas att det första kapitlet, *attityd till papperstidningen* handlar om sådant som kan hänföras till just papperstidningen. Jag rapporterar prenumeranternas diskussioner om tidningsläsning, deras attityd till exempelvis papperstidningens stil och form, och även attityden till att prenumerera. I följande kapitel, *vad gör prenumeranten nöjd?*, behandlar jag olika frågor som kretsar kring vad prenumeranterna tycker är bra men också vad som kan förbättras. Det andra temat går givetvis till stor del in i det första temat, likväl som det tredje temat om *attityd till Internet och nättidningar*. Anledningen att kapitlet *vad gör prenumeranten nöjd?* har hamnat mellan de två övriga har härledas till samtalsmallens utformning. Jag frågade prenumeranterna om vad som är bra med deras lokaltidning, och vad som kan göras bättre. Dessa frågor kom innan jag överhuvudtaget frågade dem om Internet och nättidningar. Anledningen var att jag ville se om prenumeranterna själva skulle ta upp nättidningen som något de är nöjda med, alternativt saknar. Genom att fråga prenumeranterna om sin papperstidning och vad som gör dem nöjda, får vi en förståelse för vilken roll den

eventuella nättidningen spelar. Dessa faktorer anser jag vara viktiga för helhetsförståelsen när vi slutligen diskuterar prenumeranternas attityder till just Internet och nättidningar.

Var och ett av de tre olika teman har alltså kommit att bli olika kapitel i rapporten. Dessa kapitel består i sin tur av uppdelningar om tre olika avsnitt som fokuserar kring kapitlets tema. Varje kapitel inleds med ett avsnitt med kunskapsöversikt, teorier och modeller. Min förhoppning är att rapporten därmed blir läsvänligare eftersom läsaren har dessa kunskaper färskt i minnet när denne sedan läser redovisningen av denna undersökning. Det hade givetvis varit möjligt att skriva ett teorikapitel med alla tre teman, för de hör givetvis samman. Jag har skrivit ett generellt teorikapitel med utgångspunkter, men väljer alltså också att låta teori och tidigare forskning inleda också de tre empiriska kapitlen. Enligt min mening så är en grundläggande förståelse av publikstudier och papperstidningsbranschen, liksom teorier om tillfredställelse, nödvändiga komponenter i förståelsen av nättidningstemat. Avslutningsvis vill jag säga att som del två i varje kapitel redovisas resultaten från fokusgrupperna vid de fyra lokaltidningarna. Alla tre kapitlen avrundas med en sammanfattande slutdiskussion där jag sammanfattar och reflekterar kring respektive tema. Prenumeranternas attityder är med andra ord det centrala i var och ett av resultatredovisningen tre olika kapitel.

## ***2. Utgångspunkter.***



## 2.1. Dagens medielandskap

Medieutvecklingen har de senaste decennierna präglats av en enorm expansion. Det har inte bara tillkommit nya medier, utan även skett en utökning av existerande. TV har utökats med kabel- och satellitkanaler, radiokanalerna har mångdubblats och det har tillkommit gratistidningar och nättidningar. Såväl utbud som volym har vuxit. Publikens svar till medieutvecklingen har inte blivit att öka sin mediekonsumtion i takt med att nya medier tillkommer eller breddas. Istället gör konsumenterna mer selektiva val. Resultatet är att mediemarknaden har blivit mer uppdelad. De traditionella medierna har fått anpassa sig till de nya. Exempelvis fokuserade dagspressen mer på det lokala innehållet samt övergick till morgonutgivning, i samband med att TV etablerade sig.

För att förstå medieutvecklingen bör man ha i åtanke att såväl teknik som mänskliga aktörer påverkas av sociala, politiska och ekonomiska faktorer. Tekniken är en mycket viktig faktor i medieutvecklingen, den bestämmer inte utvecklingen, men är däremot vanligen en nödvändig del.<sup>2</sup> Samtidigt behövs givetvis mänskliga aktörer som driver den tekniska utvecklingen. Man ha i minnet att det finns många tekniska innovationer som har mötts med mycket svalt intresse från marknaden. Därför har företagen under 1900-talet utvecklats från en produktionsteknisk orientering till en marknadsorientering. Företagen har med andra ord blivit mer konsument/publikorienterade, och detta gäller givetvis även tidningshusen. Exempelvis kan sägas att under 1980-talet ökade volymerna av innehåll inom dagspressen genom att artiklarna blev längre, bilderna och rubrikerna blev större samt att antalet annonser ökades. Denna utveckling möttes emellertid inte med förtjusning av läsarna, som istället tyckte att tidningarna blev svårare att hantera och överskåda. Tidningsbranschen svarade under 1990-talet med att göra tidningarna mindre. Allt fler tidningar övergick till tabloid och man arbetade också för att underlätta för läsarna att hitta i tidningen.<sup>3</sup>

En tidning arbetar på två marknader, den ska locka läsare, vilka i sin tur skall locka annonsörer. Det är medieföretagen som betraktar publiken som en marknad, publiken betraktar sig själva sällan som del av en särskild marknad. Medieföretagen kan rentav betrakta sin publik som arbetare för deras annonsintäkter. Men media behöver egentligen sin publik mer än publiken behöver den enskilda mediekanalen. Därför är kunskap om publiken viktig, i synnerhet eftersom det växande medieutbudet har medfört att publiken blivit alltmer differentierad. Denna rapport fokuseras kring tidningens läsare, utifrån läsarnas perspektiv. Vanligen beskriver man den svenska tidningsmarknaden utifrån fyra huvudgrupper. Dessa är storstadspressens morgontidningar, storstädernas kvällstidningar, lågfrekventa dagstidningar samt landsortspressen. Denna undersökning tar sin utgångspunkt i landsortspressen, som också betraktas som den över tid mest stabila gruppen. Den lokala morgonpressen är framförallt ett informationsmedium som läsarna har som bas för sitt nyhetsbehov. För somliga utgör den också en påbyggnad eller fördjupning genom läsning av exempelvis reportage eller artikelserier. Weibull skriver att den lokala morgonpressens roll är att vara ett centralt och dagligt orienteringsmedium med en styrka i dess lokala anknytning. Lokaltidningen hjälper dess läsare att en gång per dag skapa ordning genom att informera dem om vad som är viktigt. Lokaltidningen kan sägas binda samman dess läsare med samhället.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Wadbring Ingela & Weibull Lennart, *Att studera dagspressen i Sverige – utgångspunkter*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 13f

<sup>3</sup> Weibull Lennart, *svenskt medielandskap i förändring*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 29ff

<sup>4</sup> Weibull Lennart, *Svenska tidningshus i ett nytt medielandskap*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 226



Vilka faktorer är viktiga i förståelsen av mediepubliken? Inledningsvis skall jag diskutera teorier som behandlar olika syn på publiken. Publiken kan definieras genom sin *geografiska plats*, genom *människor* (faktorer som exempelvis ålder, kön och inkomst), men också genom *tid*.<sup>5</sup> Det finns många inriktningar inom publikstudier, exempelvis use and gratification, kulturstudier, receptions- eller effektanalys, strukturella, beteendeorienterade o.s.v. Gemensamt inom inriktningarna är att förstå publikens beteende, utifrån olika utgångspunkter. Teorierna blir aldrig heltäckande eftersom publikens beteendemönster kan yttra sig i mystiska, slumpmässiga och oförutsägbara mönster. Bokelund diskuterar ett interaktionistiskt synsätt där såväl individen som den specifika situationen är viktiga för att förklara variationer i beteendet. Bokelund förespråkar också att man bör förstå mediekonsumentens livssituation och behov, samt deras motiv för medieanvändning.<sup>6</sup> Moores förespråkar dessutom en kontextualisering av publikens beteenden. Att man, för att förstå publikens beteende, måste ta hänsyn till hurdana de är som människor och agerar också i andra sammanhang.<sup>7</sup>

På ett övergripande plan kan sägas att publiken formas av de två faktorerna samhälle och media. Antingen driver samhället och publiken fram nya medieformer, eller formas publikerna utifrån de medieformer som finns att tillgå. Med utgångspunkt i samhällsliga faktorer diskuterar McQuail publiktyper utifrån gratification set, d.v.s. tillfredsställelse, med betoning på behov och intressen. Publiken kan fungera som en social grupp, exempelvis politik, specialintressen men också utifrån medias lokalitet, vilket är synnerligen relevant för tidningsbranschen. McQuail skriver; *"Today, the most common example of a media audience which is also in some sense a social group is probably the readership of a local newspaper or the listener group of a community radio station."*<sup>8</sup> Lokaltidningsprenumeranter är med få undantag bosatta inom samma område och tidningen kan bidra väsentligt till deras lokalkännedom och känsla av tillhörighet. Prenumeranter vid en lokaltidning är lokala innevånare, med ett intresse för vad som händer i den lokala trakten. Om lokaltidningen skulle gå i konkurs skulle invånarna fortfarande vara en social grupp inom definierade geografiska gränser, om än inte som prenumeranter.

McQuail diskuterar också fall där media definierar publiken, vilket är aktuellt för prenumeranter av en lokaltidning, vilka kan identifiera sig som högfrekventa användare. Det är vanligt att definiera en publik utifrån vilket media de använder och det är också denna definition av tidningsläsare som jag i denna rapport har valt att utgå från. Publiken betraktas som konsumenter av specifika medieprodukter, att de är en effekt av medier. Att utgå från media i sin definition av publiken har både för- och nackdelar. Samtidigt som lokaltidningsprenumeranten är väl avgränsad, säger definitionen väldigt lite om individernas personlighet, såvida man inte kan lita sig mot tidigare forskning.<sup>9</sup> Media påverkar publikens val genom sin struktur. Exempelvis innebar tillkomsten av Internet och nättidningar inte endast ett tillskott av mediestrukturen, men en förändring för andra mediers strukturer. Men även om media utvecklas och blir bättre är det inte säkert att publiken har förmåga att välja det bästa alternativet. Nättidningen kan framstå som ett bra alternativ för den fattiga studenten, men publiken kan förutsätta en god Internetuppkoppling, annars kanske de väljer bort den möjligheten. Det är ett exempel där medias teknik påverkar publikens val, men också kostnaden för media påverkar, exempelvis att resurssvaga människor kan prioritera bort en

---

<sup>5</sup> McQuail Denis, *Mass communication theory*, London, 2000, s 360

<sup>6</sup> Bokelund Christina, *Tidningsstunden är min, bara min*, Rapport nr 34 vid informations- och massmediegruppen vid Handelshögskolan i Göteborg, 1995

<sup>7</sup> Moores Shaun, *Interpreting audiences*, London, 1993, s 117

<sup>8</sup> McQuail Denis, *Mass communication theory*, London, 2000, s 371

<sup>9</sup> *Ibid*, s 370- 375

tidningsprenumeration. Också publikens förmåga inverkar, exempelvis att publikens förmåga att hantera en dator och Internet påverkar sannolikheten att de regelbundet besöker en nättidning. Också medias marknadsföring och presentation kan påverka publikens val.

Vidare diskuterar också Wadbring & Weibull makrofaktorerna media och samhälle. Men en tredje, och mycket viktig faktor är också den sociala situationen, d.v.s. personens intressen, yrke och vanor o.s.v. Dessa faktorer kan inte förstås som isolerade från varandra.<sup>10</sup> Också McQuail betonar att det är viktigt att ta hänsyn till publikens sociala situation, exempelvis social bakgrund, miljön, personliga attribut och preferenser, media-relaterade behov, fritidsintressen och vanor, medvetenhet om olika alternativ, kontexten i vilket media skall användas, tillfälligheter o.s.v.<sup>11</sup> McQuail skriver också att publikens val påverkas av flera faktorer direkt knutna till tillfället då de skall ta del av medieinnehållet. Exempelvis om personen har tid, vilka andra alternativ som finns, om det sker påverkan från andra människor samt det specifika medieinnehåll som erbjuds.<sup>12</sup> Man bör också ta i beaktande att tidningsläsning i stor utsträckning kan beskrivas som en vanemässig handling. Vanor kännetecknas som bekant av att göra människor obenäpna att ändra saker och ting i sin tillvaro. McQuail kan sägas summera diskussionen kring publikstudier i följande citat;

*"[...] Media use is an outcome of forces in society, of the personal biography of the individual and also of immediate circumstances. The causes of audience formation are located in the past as well as in the very immediate present and at points in between. It is not surprising that attempts at general explanation of actual audience realities have had so little success."*<sup>13</sup>

Många medieformer är integrerade med en lokal publik. Det kan uppstå en social interaktion inom publiken, kring innehållet i lokala mediekanaler. Mediet blir en del av publikens vardag, och det gäller givetvis i synnerhet lokaltidningar. Nu skall jag fokusera mer kring lokaltidningens publik utifrån olika perspektiv. Den hypotetiskt möjliga läsekretsen är alla inom det näraliggande geografiska området som är läskunniga. Publiken kan också definieras utifrån de människor som köper lokaltidningen. Men den verkliga läsekretsen är alla de som på läser tidningen. Det har uppstått många diskussioner kring publikens grad av aktivitet, genom intentioner, behov, selektivitet, involvering och motstånd till påverkan. Det är inte alltid svenskar kan välja mellan olika lokaltidningar, men i övrigt kan tidningsläsarna sägas ha goda valmöjligheter till aktiva val. McQuail skriver emellertid att även om publiken gör medieval, finns individer som inte själva valt de media som de exponerats för, eftersom det kan finnas `micro-gatekeepers`.<sup>14</sup> Det är fallet för ungdomar med en tidningsprenumeration i hemmet, där föräldrarna står för prenumerationen. Men i viss mån kan det sägas gälla också övriga prenumeranter i de fall där lokalinvånarna endast har en lokaltidning, de kan inte välja mellan två liknande medieprodukter.

Sverige har en mycket utvecklad tidningskultur, tillsammans med Norge, Finland och Japan, är Sverige bland de ledande tidningsländerna i världen. Det trots att det under 1950- och 60-talen skedde många nedläggningar av enskilda dagstidningar. Den svenska pressen behåller emellertid sin styrka, trots att den har fått konkurrens av TV, Internet och privatradiokanaler.

---

<sup>10</sup> Wadbring Ingela & Weibull Lennart, *Att studera dagspressen i Sverige – utgångspunkter*, i "Tryckt", red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 15f

<sup>11</sup> McQuail Denis, *Mass communication theory*, London, 2000, s 391ff

<sup>12</sup> Ibid, s 386

<sup>13</sup> Ibid, s 389

<sup>14</sup> Ibid, s 405

Många av tidningarna har lämnat ifrån sin partipolitiska anknytning. Flera tidningar i andraposition har dock gått i konkurs.<sup>15</sup> Bland morgontidningarna är det framförallt andratidningar som har tappat i upplaga de senaste tio åren. Numera är det endast ett tjugotal orter i Sverige där det finns två lokaltidningar.<sup>16</sup> Den totala dagspressen har minskat det senaste decenniet, men andratidningarna och morgonpressen överhuvudtaget svarar för en väldigt liten del av denna nedgång, det är framförallt kvällstidningarna som har tappat i upplaga.<sup>17</sup>

Nedgången i tidningsläsningen förklaras framförallt av att de som läser tidningen fem dagar i veckan har reducerats. De läser istället mer sporadiskt, men har inte blivit icke-läsare. Den största minskningen av läsare är bland människor i åldern från 15-49 år. Män och kvinnor läser tidning i ungefär samma utsträckning, däremot ökar antalet morgontidningsläsare i takt med åldern. Kring sju utav tio i åldern 15-29 läser en dagstidning minst 5 dagar i veckan, för medborgare i åldern 50-85 år är det istället omkring nio utav tio personer.<sup>18</sup> Likaså ökar den tid läsaren ägnar åt tidningen i takt med ökad ålder.<sup>19</sup> Nästan varannan person läser tidningen på morgonen. Också läsning på förmiddagen och kvällen är populärt, vilket omkring var tredje person gör.<sup>20</sup> Enligt Research International sker mer än sextio procent av all morgontidningsläsning under morgonen.<sup>21</sup> Morgontidningsläsning på dagtid och andra platser än hemmet överrepresenteras bland yngre i förhållande till äldre, vilket delvis förklaras av att de senare i större utsträckning har en hushållsprenumeration.<sup>22</sup>

Trots tidigare nedläggningar och senare nedgångar i omfattningen av svenskarnas tidningsläsning kan det sägas att tidningsbranschen i helhet är tämligen stabil, åtminstone i avseende om hur mycket tid vi ägnar åt tidningsläsning. Från 1979 till millennieskiftet minskade den genomsnittliga lästunden en knapp minut.<sup>23</sup> År 2003 läste svenskarna tidningen i genomsnitt 31 minuter per dag. Svenskarna har därmed tagit igen den förlorade minuten och ägnar numera tidningen rentav en minut mer än 1979<sup>24</sup> Vidare kan sägas att särskilt lokala morgontidningar är stabila i sin utveckling, den lokala pressen kan sägas vara ohotad av andra medier ur ett lokalt perspektiv.<sup>25</sup>

---

<sup>15</sup> Hadenius Stig, *Mediernas makt och vanmakt*, i Björnsson Anders & Lutherson Peter, "Medialisering av Sverige", Bjärnum 1997, s 133f

<sup>16</sup> Reichenberg Monica & Wadbring Ingela, *Lätt och svårt i tidningsspråk*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 221

<sup>17</sup> www.ts.se

<sup>18</sup> Sternvik Josefine, *Svårbedömda läsare*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 208

<sup>19</sup> *Mediebarometern 2003*, Red. Ulla Carlsson, Kungälv 2004

<sup>20</sup> Sternvik Josefine, *Svårbedömda läsare*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 207

<sup>21</sup> Research international, 2003

<sup>22</sup> Nilsson Åsa, *Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 258

<sup>23</sup> Lithner Anders, *Dagspressens läsare*, "Tryckt", red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s63f

<sup>24</sup> *Mediebarometern 2003*, Red. Ulla Carlsson, Kungälv 2004

<sup>25</sup> Strid Jan, *Viktigast i tidningen 1979-2003*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 261

## 2.2. Mediekonsumenten

För en grundläggande förståelse av mediekonsumenten bör man ha insikt i dennes behov och beslutsprocesser. Jag kommer inledningsvis att diskutera behoven, för att sedan avrunda detta kapitel med teorier om människors beslutsprocesser. Människors behov är mångfacetterade, Hoyer & MacInnis diskuterar exempelvis behov som sociala, icke-sociala, funktionella och symboliska.<sup>26</sup> Oavsett vilka sorters behov som är aktuella kan behov sägas ha vissa likheter. Behov är dynamiska, vilket innebär att en person aldrig blir helt tillfredställd utan endast känner temporär tillfredsställelse. Behov är också fördelade enligt hierarkiska nivåer, som kan förändras. Behovet kan öka genom intern påminnelse, d.v.s. att personen kommer att tänka på behovet utifrån exempelvis minnet. Behovet kan också ta uttryck efter yttre påverkan. Att förstå människors behov utifrån deras beteende är mycket svårt eftersom ett beteende kan vara uttryck för flera olika sorters behov. Ett behov kan dessutom vara mycket stort i en situation, och vara oviktigt i en annan. Behovet av information kan ge uttryck för dagstidnings-, veckotidnings- eller bokläsning, men också studier, Internetsurfning med mera. Samtidigt kan beteendet av att studera ge uttryck för helt andra behov som viljan att möta nya vänner, skaffa sig en karriär o.s.v. Sörqvist skriver det är mycket komplicerat att fastställa behov eftersom människor sällan är medvetna om alla sina behov, somliga behov är okända tills de uppfylls.<sup>27</sup> Marknadsorienterade företag är medvetna om att kunder köper produkter eller tjänster utifrån ett eller flera behov, inte endast utifrån produkternas egenskaper i sig. Man bör fråga sig vad en kund skall ha en produkt till, en tidnings mångfald av innehåll utgör lika många produktattribut, och prenumeranter uppskattar olika innehåll, och dessutom i olika grad. Men förutom produktattributen kan en person köpa en tidning utifrån nytta och bakomliggande mål.<sup>28</sup> Nyttor kan vara funktionella, sociala eller psykologiska. Om en person köper en tidning kan det handla om att få läsa en specifik nyhet, eller att få ta del av bostadsannonserna för ett husköp, eller rentav som skydd mot regnet. Bakomliggande mål kan bidra till personens självförverkligande, identitetsutveckling, gruppstillhörighet, status o.s.v, och kan exempelvis vara att avsikten med en prenumeration delvis är att barnen skall bli allmänbildade. Tidningsläsare och prenumeranter söker givetvis stimulera olika behov genom sin tidningsläsning. Det har i medieforskningen identifierats sex huvudkategorier av personliga utbyten människor kan få från medier;<sup>29</sup>

- Generell kunskap och information
- Identitetsbildning
- Socialisering och social interaktion
- Delaktighet med samhället
- Eskapism och pleasure
- Strukturering av tillvaron

Landsortspressen kännetecknas av den generella kunskapen och informationen, men givetvis ger denna information en delaktighet i samhället, och också möjligheter till social interaktion. Likaså att vanan av att läsa tidningen vid frukostbordet innebär en strukturering av tillvaron. Elliott skriver att det finns utbyten hos medier som inte betraktas som en drivkraft för användning, men som likväl uppskattas vid användning.<sup>30</sup> När man diskuterar drivkrafter och

<sup>26</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 61f

<sup>27</sup> Sörqvist Lars, *Kvalitetsbristkostnader – ett hjälpmedel för verksamhetsutveckling*, Lund, 1998, s 11

<sup>28</sup> Söderlund Magnus, *Segmentering – om marknadsföring på freagmarkerade marknader*, Kalmar, 1998, s24-29

<sup>29</sup> Elliott Maria, *Förtroendet för medierna*, Kungälv, 1997, s 81-92

<sup>30</sup> Ibid, s 80

motiv kan det nämnas att Bokelund, i sin licenciat avhandling om populärtidningar fann fem huvudmotiv till läsning; avkoppling, underhållning/förströelse, sällskap, information och trygghet.<sup>31</sup> Bokelund diskuterar också att målet med ett köp av exempelvis en lokaltidning, kan uppfylla funktionella eller känslomässiga mål.<sup>32</sup> Christiansen och Bergström skriver, utifrån sin kvalitativa intervjustudie med tidningsläsare, att morgontidningen är viktig som ritual i vardagen, men också som en aktivitet för att skaffa sig information. Läsarna har ett behov av igenkännande, vilket är en anledning till att de vill ha lokala nyheter. Somliga av läsarna känner social press att läsa tidningen, eftersom många diskuterar dagens nyheter på arbetsplatsen. Läsarna vill framstå som välinformerade medborgare, vilket handlar om social status.<sup>33</sup> Ett produktattribut är med andra ord artiklarnas information. Nyttan kan vara den sociala funktionen av att kunna diskutera tidningen med bekanta och ett bakomliggande mål är att bli en välinformerad medborgare.

De behov en person uttrycker förstås utifrån, som diskuterades i kapitel ett, personens sociala situation, media och samhälleliga faktorer, och inte minst de vanemässiga aspekterna. De resultat Hellingwerf har presenterat kring hur viktiga tidningsläsarna anser att olika egenskaper hos tidningen är handlar givetvis om behov, såväl för symbolvärde som bruksvärde. Den egenskap som läsarna anser är viktigast är att tidningen är tillförlitlig. Men det går vanligen inte att förklara en människas tidningsläsning utifrån endast ett behov, man bör ta hänsyn till en kombination av flera egenskaper som prenumeranterna anser är viktiga. Andra egenskaper som värderas högt är att tidningen skall ha ett intressant innehåll, vara bra på lokala nyheter samt ha ett opartiskt förhållningssätt till dessa. Det uppfattas också som mycket viktigt att tidningen; kommer i tid på morgonen, är prisvärd, engagerande, lätt och stimulerande att läsa. Alla dessa egenskaper faller inom ramen för tre dimensioner. Den upplevelserelaterade dimensionen handlar om egenskaper som att tidningen är engagerande, stimulerande, intressant o.s.v. Den kognitiva innefattar att tidningen är tillförlitlig, opartisk, seriös o.s.v. Den tredje dimensionen handlar om yttre egenskaper, som att tidningen levereras i tid, är lätt att hitta i, prisvärd, o.s.v.<sup>34</sup> Läsare vill inte bara ha en informativ tidning, de vill ha en stimulerande tidning.

Människors behov är givetvis nära relaterade till deras beslut, varför jag nu skall diskutera beslutsprocesserna. Inom konsumentbeteendeforskning har olika modeller växt fram för hur människor beslutar om att köpa produkter och tjänster. Det är en oerhört komplex process och jag tänker endast diskutera en liten del. Anledningen till att jag diskuterar beslutsprocessen är att det ger en generell förståelse för hur personer väljer sina produkter/tjänster, vilket är intressant för att förstå hur människor väljer att prenumerera. När konsumenterna gör sina val har de särskilda förväntningar på utfallet, vilket i sin tur kommer att påverka om de känner sig nöjda eller inte. För att förstå beslutsprocessen är det bra att veta om i vilken grad produkten kan tänkas engagera konsumenten. Graden av engagemang hör samman med om konsumenten upplever att denne erhåller fördelar genom att jämföra olika alternativ innan köp. Produkter som köps ofta och till låga summor är mindre engagerande än produkter som köps sällan till stora summor. Exempel på köp där konsumenterna engagerar sig mycket är vid köp av hus eller bil. Införskaffande av tidning betraktas vanligen som ett låginvolverande köp.

---

<sup>31</sup> Bokelund Christina, *Tidningsstunden är min, bara min*, Rapport nr 34 vid informations- och massmediegruppen vid Handelshögskolan i Göteborg, 1995, s 158

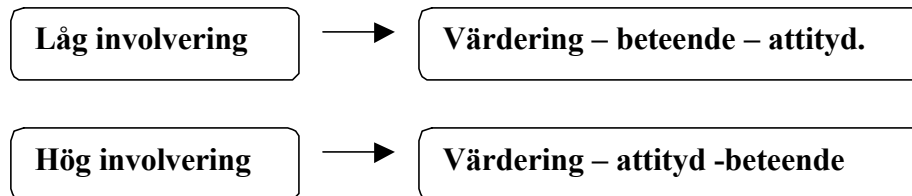
<sup>32</sup> Ibid, s 58

<sup>33</sup> Christiansen Birgitte & Bergström Annika, *Tidningars symbol- och bruksvärde*, i "Tryckt", red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 139-149

<sup>34</sup> Hellingwerf Karin, *Viktiga egenskaper hos dagspressen*, i "Tryckt", red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 151ff

Bokelund skriver att engagemanget ökar om mediet tillfredställer individens behov, i synnerhet om detta behov upplevs som viktigt.<sup>35</sup> Man kan diskutera teorin om den kausala involveringstrappan, (*hierarchy of effects*), se exempelvis Hoyer & MacInnis<sup>36</sup> Solomon<sup>37</sup> eller Kinnear m.fl.<sup>38</sup> Denna teori handlar om hur konsumentens attityd och tillvänjning ser olika ut för olika produkter.

Figur.2. Kausal involveringstrappa



Med beteende avses den handling där konsumenten köper produkten eller tjänsten. När val av tidning är ett låg involverande beslut, formar läsaren sin attityd till tidningen genom att själv använda den. Genom hög involvering skulle läsaren med andra ord börja prenumerera när denne vet tillräckligt mycket om tidningen för att ha format en attityd. Det skulle läsaren kunna göra genom exempelvis genom att prata med andra prenumeranter om tidningen, att själva läsa tidningen på arbetsplatsen eller genom att låna den av bekanta. Oavsett om personen är mycket eller lite involverad, kommer personen i efterhand att utvärdera om produkten/tjänsten uppfyllde förväntningarna. Det sades tidigare att konsumenter blir högt involverade vid stora köp. Det handlar om motiv, att konsumenten har något att vinna på att göra ett genomtänkt beslut. Det finns även två andra faktorer att ta hänsyn till. Den första handlar om konsumentens förmåga att utvärdera olika alternativ. Att utvärdera och jämföra två mycket lika lokaltidningar, kan bli svårt även om viljan finns. En sista faktor handlar om möjligheterna, exempelvis om personen överhuvudtaget har tid att göra en grundlig utvärdering.<sup>39</sup>

Hur gör konsumenten sitt val? Vid val av lokaltidning kan det ibland endast finnas ett alternativ, men då jämför vi endast med väldigt liknande produkter. Emellertid beror det på hur man definierar alternativ. Om vi utgår från tidningens vanligaste funktion, den informativa, konkurrerar tidningen med exempelvis Internet, riks- och kvällstidningar, böcker, radio och TV. Ser man till underhållnings- och förströelsefunktionerna anser jag att man kan påstå att tidningen konkurrerar med inte bara andra medier utan också att gå på teater, ett evenemang, att äta på restaurang o.s.v. Man bör ha förståelse för konsumenternas behov, och vilka alternativ som överhuvudtaget är tänkbara. Inom anglosaxisk konsumentbeteendeforskning talar man om s.k. *consideration set*, vilket innebär att konsumenten vanligen har en eller ett fåtal produkter/tjänster som denne tänker på när ett val skall göras inför ett köp. Övriga alternativ är personen kanske inte medveten om, eller så förbises de. Begreppet skulle med andra ord kunna liknas vid att konsumenten för varje sorts produkt eller tjänst skapar *grupper av tänkbara alternativ*, utifrån vilka personen väljer. Dessa

<sup>35</sup> Bokelund Christina, *Tidningsstunden är min, bara min*, Rapport nr 34 vid informations- och massmediegruppen vid Handelshögskolan i Göteborg, 1995, s 159

<sup>36</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 251

<sup>37</sup> Solomon Michael & co, *Consumer Behaviour*, London m.fl, 2002, s 130

<sup>38</sup> Kinnear C Tomas, & Taylor R. James, *Marketing research*, New York m.fl, 1996, s 244

<sup>39</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 239

kategorier kan utformas genom erfarenhet, reklam eller tips, men hjälper personen att kunna göra val i mer rutinbaserade former. Vidare kan vi diskutera olika taktiker som konsumenten kan tillämpa när denne väljer inför ett köp.<sup>40</sup> Taktikerna utvecklar konsumenten för att kunna göra ett snabbt och bra beslut. Ibland används endast en, ibland samverkar alla.

- Pris – Kunden söker det billigaste tänkbara alternativet. Vanligen när det är få skillnader mellan alternativen och kunden är lågt involverad
- Prestanda – Kunden vill ha en viss kvalitet och undersöker endast de produkter/tjänster som ligger inom denna ram.
- Normativt – Kunden gör val efter sin omgivning, om exempelvis brodern köpt produkten tidigare och är nöjd.
- Vanemässiga – Kunden köper samma produkt/service som senast.
- Emotionella - Kunden väljer den mest tilltalande. Attribut som design och form blir viktiga.
- Märkeslojalitet – Köper det märke som kunden har en positiv attityd till.
- Variation<sup>41</sup> – Kunden har ett behov av förändring som gör att denne vill testa nytt.

De olika taktikerna ovan samverkar ofta med större strategier och jag väljer att utgå från två övergripande strategier som Hoyer & McInnis utformat,<sup>42</sup> (*compensatory och noncompensatory*) En *kompensationsstrategi* innebär att kunden försöker att välja den produkt eller tjänst som har flest positiva attribut, enligt de taktiker som är viktiga. Poängen som bör understrykas är att personen värderar alla positiva attribut som ungefär lika viktiga. De attribut produkten visar låga värden på kan kompenseras för av andra attribut, det är helhetsintrycket av produkten som är viktigt. Det innebär dels att personen får svårare att ta beslut, dels att företag har svårare att marknadsföra sig om de inte kan satsa på de attribut som dess konsumenter anser är särskilt viktiga. En tidnings höga pris kan uppvägas mot ett brett och fördjupande innehåll.

Vid en *anti-kompensationsstrategi* å andra sedan väljer kunden bort alternativ utifrån ett fåtal för personen viktiga kriterier. Personen kan exempelvis ha bestämt sig för att tidningen måste vara en sexdagarstidning, vara lokal samt ha god och mångfacetterad sportbevakning av både manlig och kvinnlig idrott. Utifrån dessa kriterier börjar personen söka alternativ och har i sin utgångspunkt därmed direkt eliminerat många tidningsalternativ. Många människor vill prenumerera på en lokaltidning, inte en rikstidning, och det är en *anti-kompensationsstrategi* vilket vanligen begränsar personens val till endast ett eller två alternativ. Att identifiera tidningsläsares strategier, och vilka attribut som är avgörande, vore förtjänstfullt. Vanligen är beslutsprocessen tämligen komplicerad eftersom personen använder flera olika strategier i samverkan. Jag skall försöka förklara hur beslutsprocessen vanligen sker. Kunden tillämpar en *anti-kompensationsstrategi* för att begränsa alla alternativ till ett fåtal, personen skapar därmed *grupper av tänkbara alternativ*. Exempelvis har svensken möjlighet att ta del av lokala nyheter genom TV, radio, tidningar och nättidningar. Genom att bestämma sig för att de lokala nyheterna måste vara i pappersform, att det är ett attribut som inte kan kompenseras för, skapar personen sina *grupper av tänkbara alternativ*, vilket vanligen är en eller två lokaltidningar. När det står klart för personen vilka *grupper av tänkbara alternativ* som finns, görs ett beslut sannolikt utifrån *kompensationsstrategin*, vilket som sagts alltså innebär att kunden väljer den produkt eller tjänst som har flest positiva attribut efter dennes personliga

---

<sup>40</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 252f

<sup>41</sup> Ibid, s 267

<sup>42</sup> Ibid, s 229-234

preferenser. Ett sådant attribut skulle kunna vara att lokaltidningen skall premiera sina prenumeranter på en seriös nättidning. Inte sällan gör dock konsumenter ett slutligt beslut utifrån vad som känns bäst av de utvalda alternativen.<sup>43</sup>

Bokelund diskuterar fyra olika typer av köpbeteende; det komplexa beslutsfattandet, det märkeslojala, det variationssökande samt det indifferent. Vid det komplexa beslutsfattandet har läsaren högt engagemang och lägger ner tid vid varje beslut. Vid märkeslojalitet visar läsaren upp såväl stabil vana som stort engagemang i tidningen, och är mindre påverkade av situationella faktorer. Vid ett indifferent köpbeteende har konsumenterna lågt engagemang och inga starka känslor för tidningen, de läser den snarare utifrån gammal vana. De är också mer priskänsliga och visar större öppenhet för erbjudanden från konkurrenter. Vid ett variationssökande beteende har läsaren såväl instabil vana som lågt engagemang, och är vanligen på jakt efter nya upplevelser.<sup>44</sup>

Avslutningsvis vill jag påminna om att människor är komplexa, vi agerar inte alltid rationellt, och att det därför händer att deras beteendemönster ändras kraftigt.<sup>45</sup> En annan sak att ha i åtanke är att eftersom människor vill göra bra beslut brukar de leta efter nya argument som motiverar att de köpt en särskild produkt, efter att köpet ägt rum. En nybliven prenumerant kommer givetvis att utvärdera tidningens kvalitet. Somliga människor bestämmer sig rentav för att de måste ha en positiv attityd till produkten, man vill känna sig nöjd. Kunskapen om att människor söker argument för att motivera sitt köp i efterhand kan användas såtillvida att tidningen arbetar på att påminna sina läsare om varför tidningen är bra. Solomon föreslår att företagets marknadsförare pekar ut att det finns skillnader mellan företagets egna produkter och konkurrenternas. Företaget bör också förse de existerande kunderna med argument som om de står inför beslutet att köpa produkten eller inte. Det är då viktigt att känna till vad som är viktigt för kunderna när de gör sina beslut.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 237

<sup>44</sup> Bokelund Christina, *Tidningsstunden är min, bara min*, Rapport nr 34 vid informations- och massmediegruppen vid Handelshögskolan i Göteborg, 1995, s 60ff

<sup>45</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 228f

<sup>46</sup> Solomon Michael & co, *Consumer Behaviour*, London m.fl, 2002, s 253





*3. Attityd  
till  
papperstidning.*



### 3.1. Forskning om svensken och dagspressen

#### Varför läser vi dagstidningar, och vilket innehåll är populärt?

Varför läser vi dagstidningar? Redan 1949 visade forskning att dagstidningsläsning inte bara handlar om att erhålla viktig information, men också ger läsarna en daglig struktur, känsla av trygghet samt uppslag för konversationsämnen.<sup>47</sup> Men även om människor läser tidningen av flera olika skäl, är det framförallt för att hålla sig informerade, och för förströelse och underhållning. Utifrån antagandet att människan använder information för att göra välgrundade beslut, skriver Weibull att en god samhällsmedborgare använder tidningar, TV och radio för att skapa sig en uppfattning. Weibull behandlar "the discussion-model", vilken i all korthet handlar om att läsarna av en tidning har ett intresse av att diskutera dess innehåll med andra. Exempelvis väljer ofta människor med en viss politisk ideologi, den tidning som liknar denna ideologi mest, om det är möjligt d.v.s.<sup>48</sup> För att läsarna skall uppskatta tidningen ur diskussionssynpunkt är det givetvis viktigt att tidningen innehåller intressanta artiklar. För just informationsfunktionen är morgontidningen väldigt högt rankad i jämförelse med andra medier. Mer än 80 procent tycker att tidningen får läsaren att känna sig välinformerad.<sup>49</sup> Jansson skriver att ungefär var tredje svensk tycker att det är viktigt att hålla sig informerade om nyheter och aktuella händelser och med tanke på tidningens informativa funktion är den ett bra val. Var tredje svensk upplever rentav tidningsläsning som en medborgerlig plikt.<sup>50</sup>

Vad läser människor i tidningen och vad uppfattar de som viktigast? De lokala nyheterna är i särklass populärast, följt av olyckor och brott. Också radio- och tv-material, utrikesnyheter som familjenyheter är uppskattade. Nöjesnyheterna är väldigt populära bland ungdomarna. Sporten läses framförallt av män och familjenyheterna läses främst av kvinnor och pensionärer.<sup>51</sup> Nilsson skriver att sport och serier är innehåll som är starkt knutet till vanor, antingen läser man det ofta, eller så läser man det inte alls. Beträffande läsning av annat innehåll handlar det mer om hur mycket tid läsaren har till förfogande.<sup>52</sup>

Det innehåll som flest personer läser är nödvändigtvis inte det som uppfattas som viktigast, även om det finns ett samband. Innehåll som exempelvis ekonomi, politik och kultur anses vara mycket viktigt, men det är fler som läser exempelvis serier och familjenyheter.<sup>53</sup> Vanligen är det också så att det innehåll som har färre läsare, samtidigt har mer intresserade läsare.<sup>54</sup> Det viktigaste innehållet enligt läsarna inrikes- och utrikesnyheter, skolfrågor, lokal arbetsmarknad samt radio & Tv-sidorna. Även olyckor och brott samt familjesidorna anses viktiga. Det bör sägas att läsarna inte har kunnat välja "lokalnyheter". Det minst viktiga är

<sup>47</sup> McQuail Denis, *Mass communication theory*, London, 2000, s 387

<sup>48</sup> Weibull Lennart, *Media diversity and choice*, i "Media structure and the state", red. Gustafsson Karl-Erik, Kungälv, 1995, s 150-155

<sup>49</sup> Medieprofiler 2003, Tidningsutgivarna/Research international

<sup>50</sup> Jansson André, *Medieanvändning som medborgerlig plikt?*, i "Opinionssamhället", SOM-nr 20, Red Weibull Lennart & Holmberg Sören, Göteborg, 1997, s 300ff

<sup>51</sup> Holmberg Sören & Weibull Lennart, *Färfängans marknad*, Kungälv, 2003.

<sup>52</sup> Nilsson Åsa, *Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 259

<sup>53</sup> Strid Jan, *Viktigast i tidningen 1979-2003*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 261

<sup>54</sup> Wadbring Ingela, *2002 års Publicistiska bokslut – del 2 om läsares och medarbetares syn på tidningar*, Arbetsrapport 10, JMG, Göteborg, s 30

bland annat serierna och korsorden.<sup>55</sup> Wadbring skriver att det material som läsaren brukar ta del av mest, är det som denne vanligen önskar förbättringar i. Undantag utgör områdena sport, olyckor och katastrofer samt radio- och Tv-material.<sup>56</sup> För att reda ut diskussionen innebär det alltså inte att det en person läser mest av är detsamma som vad personen anser är viktigast, men att det är troligt att det är det personen vill skall utvecklas. Kanske är viktigheten för personen en uppfattning om vad som bör anses viktigt, medan det som denne anser skall förbättras är vad som är viktigt för individen själv. Strid skriver att det innehåll man tycker är viktigt i ung ålder med stor sannolikt ändras efter ålder och livskeden. 15-30 åringar intresserar sig i större grad än andra för olyckor och brott, nöjesnyheter, serier, utrikesnyheter m.m. Människor i åldern 30 till 50 år intresserar sig mer för ekonomi, skolfrågor och kommunalpolitik. I åldern 50+ kan läsarna sägas vara väldigt nära samhället, och intresserar sig för lokalt folk, ledare, lokala annonser och kultur.<sup>57</sup>

I diskussionen om varför människor regelbundet läser en tidning kan det vara aktuellt att diskutera faktorer som förklarar vilka som är mindre benägna att läsa en tidning. Lithner för en diskussion om vad som kategoriserar icke-läsare av en tidning. Det är tre dimensioner som är centrala, nämligen ”integration”, ”resurser” samt ”stabila vanor”. Vanligen samverkar dessa dimensioner i större eller mindre utsträckning med varandra. Huruvida en person är integrerad i samhället hör samman med om personen är nyinflyttad, om denne är politiskt ointresserad, om personen är arbetslös, liksom om denne är invandrare eller inte. Dimensionen om resurser handlar om exempelvis personens inkomst. Den tredje dimensionen handlar om stabiliteten i människors vanor. Människor som kännetecknas av instabila vanor är personer som bor i lägenhet, tillhör åldern 15-29 år, är ensamstående och studenter har mindre stabila vanor.<sup>58</sup> Yrkesverksamma och pensionärer läser som bekant morgontidningar i större utsträckning än de yngre. Weibull skriver att det faktum att ungdomar i mycket mindre utsträckning prenumererar på en morgontidning förklaras av deras livsstil. Ungdomars vanor är mer instabila och de är inte särskilt integrerade i samhället.<sup>59</sup> Genom att diskutera resurser, att ungdomarna är en ekonomiskt svagare grupp som kan känna sig tvungna att välja bort morgontidningen för att de inte har råd, har vi täckt in alla tre dimensionerna.

### **Vad är läsarnas attityder till morgonpressen?**

Människor har en föreställning om mediers egenskaper, samt vilka utbyten och värden de erbjuder. Elliott skriver att föreställningen om utbyte gäller såväl innehåll som medieanvändning, mediekanalen samt image och status. Det bör påpekas att det handlar om människors subjektiva föreställning om upplevt utbyte, ett utbyte vars värde är mycket svårt att fastställa.<sup>60</sup> I Publicistiska bokslut tillfrågades tidningsläsarna kring ett flertal av tidningens egenskaper. Resultaten visar att nästan varannan person instämmer till att tidningen kommer i tid på morgonen, likaså att tidningen är lätt att hitta i. Något färre antal uppfattar tidningen som seriös. Omkring var fjärde person uttrycker att tidningen verkligen innehåller sådant

---

<sup>55</sup> Strid Jan, *Viktigast i tidningen 1979-2003*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 263ff

<sup>56</sup> Wadbring Ingela, *2002 års Publicistiska bokslut – del 2 om läsares och medarbetares syn på tidningar*, Arbetsrapport 10, JMG, Göteborg, s 57

<sup>57</sup> Strid Jan, *Viktigast i tidningen 1979-2003*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 269

<sup>58</sup> Lithner Anders, *alla läser tidningen. Nästan*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 106ff

<sup>59</sup> Weibull Lennart, *Media diversity and choice*, i ”Media structure and the state”, red. Gustafsson Karl-Erik, Kungälv, 1995, s 152

<sup>60</sup> Elliott Maria, *Förtroendet för medierna*, Kungälv, 1997, s 67ff

läsarna har nytta av, liksom att tidningen är tillförlitlig i sin nyhetsbevakning. Emellertid är det endast sju procent som anser att tidningen har ett lågt prenumerationspris.<sup>61</sup> Jag finner det intressant att fastän tillförlitligheten uppfattas som viktigaste egenskapen, är det endast en fjärdedel som verkligen tycker att tidningen är tillförlitlig. År 2003 genomfördes en undersökning kallad Medieprofiler av Tidningsutgivarna i samarbete med Research International. Läsare i åldern 15-79 år tog ställning till tidningens egenskaper och resultatet visar att morgonpressen överlag värderas högt genom att ligga över genomsnittet för alla egenskaper med undantag för *stämning*. Fler än åtta utav tio instämmer helt eller delvis till att morgonpressen uppfattas som exempelvis trovärdig, aktuell, angelägen, betydelsefull, omsorgsfull, vägledande och informativ.<sup>62</sup> Resultaten från medieprofiler bekräftar tidningens roll som informations-, inte som underhållningsmedium.

En annan aspekt som tidningsläsare har en uppfattning om är huruvida tidningen är lättläst eller inte. Det kan sägas att om en person ofta läser en tidning innebär det oftast att personen tycker att tidningen också är lättläst. Personen vänjer sig med andra ord vid språket samt tidningens utformning. En annan viktig faktor är personens intresse, där högt intresse antas gynna förståelsen. Reichenberg & Wadbring skriver att de faktorer som har störst inverkan i att en tidning skall uppfattas som lättläst är *Motivation och ett enkelt språk är således det som kan sägas vara den huvudsakliga innebörden i att en tidning anses vara lättläst.*<sup>63</sup> För yngre är intresset särskilt viktigt, medan det för äldre människor är viktigare med en stor och tydlig text. Desto högre utbildning personen har, desto mindre viktiga blir alla faktorer för att personen ändå skall uppleva tidningen som lättläst.<sup>64</sup> Tre andra faktorer antas inverka på läsarens känsla för hur lättläst tidningen är. Den första är blandningen av texter, den andra hur kortfattade enskilda artiklar och tidningen som helhet är. En tredje faktor handlar om att människor tenderar att överskattar sin egen förståelseförmåga. Dessutom kan det tilläggas att somliga har en uppfattning även om de inte läser tidningen ifråga. Solomon skriver att människor snabbt formar attityder till produkter från marknadsföring av dessa, utan att personen överhuvudtaget ens sett produkten.<sup>65</sup> Slutligen bör vi också notera att det är tre faktorer som inte spelar någon större roll. Dessa är det konkreta språket i respektive tidning, redigeringen av tidningarna samt läsarens regelbundenhet i tidningsläsningen<sup>66</sup>

---

<sup>61</sup> Wadbring Ingela, *2002 års Publicistiska bokslut – del 2 om läsares och medarbetares syn på tidningar*, Arbetsrapport 10, JMG, Göteborg, s 21

<sup>62</sup> Medieprofiler 2003, Tidningsutgivarna/Research International.

<sup>63</sup> Reichenberg Monica & Wadbring Ingela, *Lätt och svårt i tidningsspråk*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 225

<sup>64</sup> Ibid, s 226

<sup>65</sup> Solomon Michael & co, *Consumer Behaviour*, London m.fl, 2002, s 133

<sup>66</sup> Reichenberg Monica & Wadbring Ingela, *Lätt och svårt i tidningsspråk*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 230f

## Tankar om prenumeration

Utifrån ett publikperspektiv har tidningsläsare och prenumeranter mycket gemensamt eftersom majoriteten av svenska tidningsläsare är prenumeranter. Det motsatta förhållandet råder i sydeuropeiska länder som Portugal och Grekland. Prenumeranter tenderar att vara etablerade i samhället, ha stabilitet i livet och en anständig ekonomi. Läsning av en morgontidning handlar också som nämnts i stor utsträckning handlar om vana. Denna vana bidrar till att många läsare väljer att årligen förnya sin prenumeration utan att särskilt fundera över det.<sup>67</sup> Tidningen fungerar som en trygghet i vardagen, den utgör en naturlig del av en dag. Hedman skriver; ”*Papperstidningen har en funktion i vardagen för de allra flesta. Skulle den försvinna kanske också tryggheten i vardagen skulle försvinna, åtminstone en del av den.*”<sup>68</sup>

Antalet prenumeranter skiljer sig kraftigt mellan olika grupper, och åldern är en till synes mycket viktig faktor. Precis som för läsning av tidning, ökar andelen prenumeranter med stigande ålder. Det handlar dock om att stigande ålder tenderar att omfatta en ökning inom dimensionerna integration, stabilitet och resurser. Men att vara prenumerant är inget permanent tillstånd. Hur utbrett är det att prenumeranterna funderar på att säga upp sin prenumeration? Enligt SOM-undersökningen för år 2003 har en tredjedel av prenumeranterna minst någon gång under det senaste året funderat på att avsluta sin prenumeration. Bland pensionärerna är det endast var femte som har haft sådana funderingar, det är istället framförallt yngre åldersgrupper som umgås med sådana tankar.<sup>69</sup> Av vilka skäl upphör då prenumeranterna med sin prenumeration? Resultaten från SOM-undersökningen, ger oss en överblick. Det vanligaste skälet till att säga upp sin prenumeration bland de som funderat på att göra så är om prenumerationspriset höjs. Det är likaså vanligt att läsarna tycker att pengarna inte räcker till, att man inte har tid eller att innehållet inte är tillräckligt bra. Vidare uppger relativt många att man har tillgång till tidningens nyheter på annat håll, såsom på arbetet eller genom läsning av nättidningen.<sup>70</sup>

Bland de läsande icke-prenumeranterna är det klart vanligast att läsa tidningen på arbetet eller skolan, vilket fyra utav tio gör. Samtidigt ökar läsningen på Internet årligen, numera är det femton procent av de läsande icke-prenumeranterna som tar del av nyheter på Internet. Det är framförallt ensamstående och yngre människor från medelklassen eller prenumeranter med hög utbildning, som läser en tidning utan att prenumerera på densamma.<sup>71</sup>

---

<sup>67</sup> Ibid, s 221

<sup>68</sup> Hedman Love, *Dagstidningar på nätet*, i *MedieSverige 2001/2002*, Red. Ulla Carlsson, Kungälv, 2002, s 73

<sup>69</sup> Sternvik Josefine, *Svårbedömda läsare*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 211

<sup>70</sup> Sternvik Josefine, *Svårbedömda läsare*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 212

<sup>71</sup> Ibid, s 213

## 3.2. Prenumeranternas attityd till sin lokaltidning

### 3.2.2. Tidningsläsning

Inledningsvis ämnar jag diskutera när, hur, vad och var prenumeranterna läser sin lokaltidning. I avsnittet om prenumeranternas uppfattning om sin lokaltidning kommer jag också att diskutera hur de resonerar kring varför de läser lokaltidningen.

#### När och var läser prenumeranten sin lokaltidning?

Genomgående svarar majoriteten av prenumeranter vid de fyra lokaltidningarna att det hör till vardagsrutinerna att sitta med tidningen uppslagen på frukostbordet. Prenumeranterna vill kombinera de två sysslorna tidningsläsning och äta frukost. För flera minskar lusten till frukost om tidningen inte kommer. Jag förstår det som att för många är vanan av att läsa tidningen till frukost så stark att de kan sägas vara två delar av en helhet i morgonrutinerna. Men att prenumeranterna uppger att de helst läser tidningen till frukost innebär varken att de alltid gör det, eller att de endast läser den vid det tillfället.

Det är framförallt pensionärerna som tar sig tid att läsa hela tidningen på morgonen. Pensionärerna säger sig ha gott om tid och läser det mesta i tidningen. För gymnasiestudenterna och de yrkesverksamma del sker tidningsläsningen ganska fort på morgonen. De känner att de inte har tid för att läsa tidningen noga på morgonen, varför de läser tämligen selektivt. *Lennart, 58* liksom *Ingela, 50*, berättar att de endast ögnar igenom tidningen på vardagsmorgnarna. Många säger att de läser sin tidning mer noggrant under kvällen, när de har tid att sätta sig med den i lugn och ro. Exempelvis berättar *Leif, 69*, berättar att han oftast läser sin tidning snabbt på morgonen. Under ungefär tio minuter skummar han igenom framsidan, familjesidan och sporten. Han ser sedan till att läsa tidningen väldigt noga under nästan en timme på kvällen, innan han ska sova.

Det jag finner mest intressant i sammanhanget är att diskutera vanorna bland de prenumeranter som skiljer sig från vanliga beteendemönster. Jag har valt att exemplifiera med utdrag från åtskilliga prenumeranters utsagor, för att vi skall få insikt i den variationsrikedom som förekommer. *Maj, 80*, säger; "Ja, man väntar ju på tidningen på morgnarna, väntar på att klockan ska bli halv fyra så att den kommer, och ja man kan ju säga att det är en högtidsstund på dagen för då får man ligga i sängen och läsa allt i tidningen". *Rolf, 80*, kan sägas ha liknande vanor. Han säger att han som pensionär har väldigt gott om tid och att han läser tidningen i stort sett varje dag mellan fem och sju på morgonen. Han berättar vidare att han läser allt och att han vill ha det gjort innan han skall äta frukost. Både *Maj, 80*, och *Rolf, 80*, prioriterar med andra ord tidningen så högt att de går upp i ottan för att läsa tidningen, innan de skall äta frukost. Om tidningen inte skulle komma en morgon säger *Rolf, 80*; "Det förrycker hela rytmen." *Sylvie, 67*, säger att hennes vanor helt uteblir de gånger tidningen inte kommer. *Eva, 60*, läser tidningen när hon gått upp, vilket blir på eftermiddagen då hon är nattarbetare. *Hans, 52*, berättar att han läser tidningen när han åker färja på morgonen på väg till arbetet. Det finns olyckligtvis dagar när tidningen inte hinner komma innan han åker till arbetet. För honom är det varken aktuellt att läsa tidningen när han kommer hem igen, eller att läsa tidningen på Internet utan lyssnar då istället på lokalradion.

*Håkon, 78*, läser sin tidning vid tio i fem på morgonen. Han läser alltid framsidan först, och börjar sedan bakifrån. Han säger att han inte vet varför det blivit så, men att det är av gammal vana. Det är dock flera prenumeranter som har för vana att läsa bakifrån. Exempelvis säger



*Benny, 63*, att det för hans del är en vana från den tiden han endast läste serierna. Han tillägger att det är praktiskt eftersom man kan vända bortåt från kaffekoppen, och därmed ha mer plats. *Gustav, 55*, läser vanligen Sydöstran när han kommer hem från arbetet. Ibland läser han på arbetsplatsen, men han tycker att det är för ont om tid på den korta lunchrasten. Anledningen att han inte läser den till frukost är att han och hans fru också har BLT, och de har bestämt att det är trevligare om de är sociala med varandra än att dyka ner i varsin tidning. *Marcus, 17*, skiljer sig från de övriga prenumeranterna genom att han knappt läser tidningen alls. Han tittar ofta endast igenom framsidan och dagens TV-program. Ibland läser han även sporten, men mest resultat. *Marcus, 17*, säger ”Jag kollar alltid framsidan och är det inte något intressant så skiter jag i att läsa den”. Han tillägger att han givetvis läser artiklarna om det är intressanta rubriker på framsidan, men det är sällan han tycker att det är det.

*Eskil, 65*, att han läser tidningen direkt när den landat i brevlådan vid tre till halv fyra på morgonen. Han säger att han är för nyfiken för att vänta med att läsa. Av gammal vana stiger han upp ur sängen i samband med tidningsleverans. Frukost äter han flera timmar senare, och han har ingen stress att ge sig av till något arbete eftersom han är pensionär. *Emma, 32*, berättar att hon helst läser sin tidning till frukost. Men ibland hinner inte tidningen komma innan hon måste ge sig av till arbetet på morgonen. Hon tycker att sådana dagar är jobbiga eftersom hon får vänta ända tills efter arbetsdagens slut med att läsa tidningen. För *Conny, 65*, och flera gymnasie studenter är sen leverans av tidningen med postgången ett faktum varje dag. De tycker att det är synd att de inte kan få tidningen på morgonen som alla andra, men säger sig ha förståelse för att boende på landet medför sådana nackdelar. Dessa gymnasie studenter uppger att de istället läser tidningen i skolan, eller när de kommer hem på eftermiddagen. Läser i skolan eller hemma på eftermiddagen gör även andra gymnasie studenter ibland, men då eftersom de sovit för länge på morgonen och inte hinner läsa tidningen.

Oavsett om prenumeranterna är gymnasie studenter, yrkesarbetande eller pensionärer, har de en klar uppfattning om hur deras tidningsläsningsrutiner ser ut. Jag tycker att det är värt att understryka att flertalet gymnasieelever läser sin tidning hemma på morgonen, om tidningsutdelningen möjliggör det. Det vore trots allt möjligt att gymnasieeleverna inte skulle bry sig om att läsa tidningen, att skaffa en prenumeration är slutändan ändå föräldrarnas val. Tidningsleverans, vanor och känsla av tillgänglig tid är uppenbarligen några av de faktorer som påverkar prenumeranternas tidningsläsning,

Tid är en faktor som påverkar prenumeranternas läsning av tidningen oavsett om prenumeranten har mycket eller lite tid över för tidningen. Många av de vuxna prenumeranterna har ett stort intresse för nyheter. Flera uppger att de prenumererar på en annan tidning eller köper kvällstidningar, ett fåtal läser rentav dagligen tre tidningar. De som ägnar lokaltidningen mycket tid, tycks ha ett stort nyhetsintresse i allmänhet. Därför ser flertalet också till att ta del av nyheter i andra medier som radio, TV och nättidningar. Genom att de sprider sin mediekonsumtion till flera olika medier går det att dra slutsatsen att användningen i tid av varje medieform får sin naturliga begränsning. För många av prenumeranterna är alltså lokaltidningen endast en av deras nyhetskällor, om än oftast den viktigaste nyhetskällan. Tidsaspekten tycks påverka tidningsläsningen mest för de yrkesverksamma. De har ett större nyhetsintresse än gymnasie studenterna, men mindre tillgänglig tid än pensionärerna. Exempelvis berättar *Stina, 50*, att hon läser tidningen maximalt en kvart eftersom hon också prenumererar på en rikstidning. Hon tycker att hon hinner med det mesta i lokaltidningen på den tiden eftersom den är tunn och lättläst. Det påverkar givetvis hur högt de yrkesverksamma värderar att gå upp tidigare på morgonen för

att ha mer tid till att läsa tidningen. Många av de yrkesverksamma prenumeranterna säger att ibland när de inte hinner läsa tidningen på morgonen försöker de istället läsa den på kvällen. Att läsa tidningen noggrannare på kvällen är också en strategi för somliga prenumeranter när det är en speciell artikel man vill ta sig tid att läsa. Flera prenumeranter berättar emellertid att det ofta handlar om önsketänkande. Vanligen blir det inte av att de yrkesverksamma prenumeranterna sätter sig med tidningen igen på kvällen. Utifrån ett nyhetsperspektiv ägnar de sig istället vanligen åt kvällstidningar, TV eller Internet.

Den grupp där tidsfaktorn är minst hämmande är i pensionärsgruppen, bland vilka de flesta uttrycker att tid är något man har gott om. Exempelvis säger *Leif*, 74, att han ägnar Smålänningen en timme varje morgon. I synnerhet *Anna-Lisa*, 85, tar god tid på sig, hon säger med ett stort leende att hon läser Smålänningen mer eller mindre hela dagen. För pensionärerna är tidningen en mycket viktig del av vardagen. En känsla jag fått under undersökningens gång är att tidningen får en allt viktigare roll i prenumeranternas liv i takt med stigande ålder. Det handlar delvis om att de vuxna uttrycker sig mest emotionellt om tidningens roll i deras liv. Exempelvis sade *Conny*, 65; "Det skulle vara som att halta", om att inte kunna läsa sin lokaltidning en dag.

Bland gymnasiestudenterna är det somliga som rentav väljer bort tidningen vissa dagar. Det är flera som sade att de ibland inte orkar gå upp tidigt nog för att hinna läsa tidningen innan de ger sig av till skolan. Ibland läser man inte tidningen alls, ibland skummar man igenom den i skolan, eller när man kommer hem igen. Gymnasiestudenterna är de prenumeranter som läser mest selektivt och under kortast tid. Flertalet av dem skummar endast igenom tidningen snabbt, och läser mer noga de få områden de är intresserade av. Det begränsade intresset är med andra ord viktigt för förståelsen av gymnasiestudenternas selektiva läsarstil.

### **Vad läser prenumeranterna?**

Tidigare forskning har gett oss tämligen god inblick i vad tidningsläsare tar del av och resultaten i denna studie har stora likheter och en del skillnader. De lokala nyheterna är mycket populära och läses av de flesta, undantaget somliga gymnasiestudenter. Å andra sidan läser nästan alla gymnasiestudenterna den lokala sporten, vilket också är en form av lokala nyheter. Mycket få vuxna prenumeranter uttrycker ett intresse i sportnyheterna, vilket är tämligen förvånande. Det uttrycks vidare ett stort intresse för insändare, TV-tablån och serierna. En del läser inrikes- och utrikesnyheterna. Somliga prenumeranter läser även ledare och kultur, alla tidningens delar tycks läsas av åtminstone ett fåtal prenumeranter.

Med åldern kommer ett ökande intresse, rentav kanske en självpåtvungad skyldighet, att läsa familjesidans dödsannonser. Nästan alla vuxna prenumeranter läser dödsannonserna, men inte en enda av de yngre. De vuxna prenumeranterna berättar att de känner att de förväntas hålla sig uppdaterade om vilka som går bort i samhället. Prenumeranter säger att de vill veta vilka som gått bort, och berättar att det hör åldern till. Jag finner det anmärkningsvärt att åtskilliga av de yrkesverksamma prenumeranterna uttrycker att de börjat läsa dödsannonserna eftersom de börjar komma upp i den åldern då man "bör" göra det. De förklarar att man inte vill vara ovetande om en bekant berättar om någon som har gått bort. Det finns sociala förväntningar bland vuxna att de skall känna till vilka i trakten som har gått bort. För somliga är dödsannonserna något av det viktigaste i tidningen. Exempelvis berättar *Sylvia*, 59, *Janne*, 65, och *Maj-Britt*, 65, att dödsannonserna är det första de läser när de får tidningen på morgonen. *Stina*, 50, säger att de dagar hon inte hinner läsa sin tidning, ser hon åtminstone till att skumma igenom dödsannonserna. Om att läsa familjesidan säger *Beata*, 61, "Men jag är väl

så gammal så jag börjar med dödsannonserna och det”. *Alexandra, 74*, berättar att hon nästan uteslutande läser dödsannonserna på familjesidan eftersom hon känner många patienter då hon arbetat inom vården. Födelseannonserna har inget läsvärde för henne tycker hon, eftersom hon inte har bekanta som skaffar barn. *Jennika, 24*, å andra sidan, säger att hon på familjesidan tvärtom endast intresserar sig för nyfödda. Hon är själv nybliven mamma, samt har bekanta i en ålder då man skaffar sig barn. Utifrån hur *Jennika, 24*, och *Alexandra, 74*, resonerar förstärks slutsatsen att människor läser om sådant som relaterar till sin egen livssituation. Flera prenumeranter berättar att de i första hand läser om den kommun där de är bosatta, somliga prenumeranter läser inte alls nyheterna från de övriga kommunerna.

Att prenumeranter har valt att prenumerera på en lokaltidning i främsta hand för att ta del av lokala nyheter är uppenbart. Däremot finner jag det intressant att detta val blir oerhört tydligt när de säger att de inte alls läser lokaltidningens riks- och utrikesnyheter. Dessa prenumeranter kompletterar sin lokaltidning med en rikstidning och uttrycker ett behov av mer riks- och utrikesnyheter. De saknar djup och bredd i lokaltidningen, och är med andra ord så angelägna om att lösa situationen att de betalar för att ha två tidningar. För exempelvis *Anders, 63*, vid Sydöstran, som *Lennart, 58*, vid Bohuslänningen, framstår det som självklart att man inte läser inrikes- och utrikesnyheterna i lokaltidningen, om man har valt att prenumerera på en rikstidning, eftersom dessa är mycket bättre i den senare. Det är alltså inte så att rikstidningen är ett komplement i bemärkelsen att den är ett tillägg till utbudet i lokaltidningen eftersom dessa prenumeranter inte alls läser dessa nyheter i lokaltidningen. Rikstidningen fungerar egentligen som dessa prenumeranters bas för inrikes- och utrikesnyheter. Samtidigt bör det understrykas att prenumeranter med två morgontidningar är i minoritet, och att flertalet av de prenumeranter som säger sig vara intresserade av riks- och utrikesnyheter, väljer att läsa dem i lokaltidningen. De säger att de är tillfredställda med det som bjuds där.

Från fokusgrupperna framträdde vissa mönster som manar fram kategoriindelningar av prenumeranterna. Dessa kategorier var tydligast bland Laholms Tidnings och Smålänningens prenumeranter. Vid de två övriga tidningarna finns åtskilliga prenumeranter som på ett eller flera sätt avviker, men som ändå inte bildar tydliga kategorier i sig. Framförallt handlar det om att ungdomarna visar intresse för ett bredare utbud i tidningen, samt att flera av de vuxna männen tar del av sportnyheterna. De två kategorier som utkristalliserat sig tydligast har jag valt att kalla för *Allätare* och *Sparsmakare*. Dessa två kategorier utgör givetvis en förenkling av verkligheten, men bör ge en bild av hur man kan uppfatta majoriteten av de intervjuade prenumeranterna. Ett ställningstagande jag har gjort är att hålla mig till två stora kategorier, som inkluderar ett fåtal prenumeranter som inte helt passar in. En annan möjlighet hade varit att skapa fler, och mindre kategorier. Emellertid skulle det resultera i åtskilligt många fler kategorier, varav somliga endast skulle utgöras av enskilda personer. Exempelvis kan sägas att *Emma, 17*, avviker mest från de övriga. Hon tycker att såväl sporten som lokalnyheterna är tråkiga, varför hon vanligen endast läser serierna.

Inledningsvis skall jag diskutera *Allätare*, en kategori som består av de vuxna prenumeranterna. De läser tidningen noga för att försäkra sig om att inte missa något viktigt, majoriteten läser nästan hela tidningen. Vissa delar läser man noga, framförallt lokalnyheterna, somliga skummar man snabbt förbi. Det enda som allätarna har lågt intresse för är sporten. Det låga intresset i sporten är anmärkningsvärt eftersom sporten generellt är ett populärt ämne. Det kan förklaras av att intervjupersonerna är något överrepresenterade av kvinnor, vilka vanligtvis har mindre intresse av sport.

Alltärarna har ett stort intresse även för sådant som inte är nyheter. Majoriteten läser horoskop och serier, löser korsord och krypton samt tittar i TV-tablåerna och bland annonserna. *Li, 64*, berättar att det första hon gör är att lösa vardagskryptot. Även intresset för familjesidorna, i synnerhet dödsannonserna är stort. Det är ett innehåll, som tidigare nämnts, visar sig vara mycket åldersrelaterat.

Sparsmakarna skiljer sig kraftigt från alltärarna, precis som namnen antyder. På många sätt är de raka motsatserna till varandra. Sparsmakarna utgörs framförallt av de yngre gymnasiestudenterna, vilka är mycket selektiva i sin läsning. Emellertid består kategorin av några undantag. Ett fåtal av gymnasiestudenterna avviker genom att de har ett bredare intresse av hela tidningens innehåll. Däremot skiljer de sig från de vuxna genom att de framförallt läser sporten. Till denna grupp hör emellertid inte enbart yngre prenumeranter även om det är ett framträdande drag. Också *Eskil, 65*, tycker att sporten är det absolut viktigaste i tidningen. *Eskil, 65*, börjar alltid sin läsning vid dessa sidor och tittar sedan igenom tidningen snabbt för att se om det hänt något viktigt. *Eskil, 65*, tycker emellertid att andra nyheter ofta mest bara är tråkigheter.

Majoriteten av sparsmakarna börjar sin läsning med sporten, och för flera är det också de enda nyheter de läser. Flera tycker att lokala nyheter är tråkiga och innehållslösa, somliga tycker att de alltför sällan är positiva. Några av sparsmakarna skummar igenom rubriker och väljer ut enstaka artiklar som verkar intressanta för dagen. Samtidigt är det flera som också intresserar sig för TV-tablåerna, dagens citat och serierna. Det stora intresset för sportnyheter har säkerligen ett positivt samband med att majoriteten av de intervjuade gymnasieeleverna är aktiva inom någon idrott. De kan dels läsa om sig själva eller sin idrottsklubb i tidningen. Dels handlar ungdomarnas stora intresse för lokalidrotten om att de känner till lagen, rentav känner någon av spelarna personligen.

Somliga av de selektiva gymnasiestudenterna, särskilt flickorna, intresserar sig också för nöjesrelaterat innehåll. De tycker inte att det finns särskilt mycket renodlade nöjesnyheter, men uppskattar serierna samt TV-bilagan. Somliga läser kulturnyheter och om lokaltidningen har särskilt innehåll riktat till ungdomar är det också uppskattat. De dagarna avdelningen "Ung" är med läser de också denna.

### **3.2.2. Karaktär och stil**

Vid det här laget har vi konstaterat att majoriteten av prenumeranter läser sin tidning på morgonen. Vi vet att olika prenumeranter läser olika innehåll, och delvis även varför de gör det. Medan det första avsnittet handlar om vanor kring tidningsläsning, skall vi nu få insikter i prenumeranternas attityder. Inledningsvis skall vi få insikt i hur prenumeranterna argumenterar kring varför de läser sin lokaltidning.

#### **Varför läsa en lokaltidning?**

Frågan om varför prenumeranterna valt att prenumerera på sin lokaltidning har gett insikt i en mångfald av perspektiv. *Beata, 63*, berättar en liten historia. När hon flyttade från Göteborg till Blekinge på åttiotalet packade flyttbolaget hennes saker i tidningspapper från Sydöstran. Hon säger att det må låta lustigt, men hon då fick upp ögonen för Sydöstran. Därför började hon prenumerera på tidningen när hon väl flyttat till Blekinge, och sedan blev det snabbt till en vana.

Det kan sägas att prenumeranternas främsta argument till att de valt sin lokaltidning, oavsett tidning, kön och ålder, handlar om att de anser att den är det bästa alternativet för lokala nyheter. Ungdomarna avser då den lokala sporten. Här följer några exempel på hur prenumeranterna diskuterar sin syn på tidningens lokala nyheter. *Kurt, 76*, har haft tidningen i 47 år och berättar att tidningen är dagens höjdpunkt. Han läser den eftersom han vill hålla sig uppdaterad om lokalbygden. *Tom, 17 år*, säger att han uppskattar lokaltidningen eftersom han vill veta vad som händer lokalt, inte endast läsa storstadstidningarnas riksnyheter. *Pelle, 17 år*, tillägger att bra nyheter måste beröra en själv och att därför är det bra med en lokaltidning. *Sammy, 17 år*, har ett stort behov av att läsa om den lokala sporten eftersom han själv är aktiv idrottsutövare. *Hans, 52*, berättar att även om han lyssnar på lokalradion för nyheter ibland, föredrar han absolut att läsa tidningen. Att ha nyheterna på pränt tycker han är bättre eftersom det ger honom mer överblick, och att han kan läsa i sin egen takt. *Rolf, 80*, instämmer och tillägger dessutom att det är ett helt annat utbud i tidningen. ”Man skulle vara tämligen isolerad i samhället om man inte läser en lokaltidning.” *Lennart, 58*, säger att han inte skulle klara sig utan lokaltidning, han skulle kännas sig desorienterad utan den eftersom det handlar om tradition.

Emellertid har de fyra tidningarna som bekant mycket olika konkurrenssituationer. Laholms Tidning och Sydöstran har båda en lokalkonkurrent, som de kan sägas vara i underläge till. Både Bohuslänningen och Smälänningen avnjuter mer dominerande positioner, åtminstone vid de orter jag har intervjuat prenumeranter. Smälänningens position varierar som bekant kraftigt från Ljungby till Älmhult och Markaryd. Konkurrenssituationen vid de olika lokaltidningarna präglar också de svar prenumeranterna gett kring sin prenumeration. Vid de orter där det finns två lokaltidningar att välja mellan har prenumeranter argumenterat för på vilka sätt deras lokaltidning är bättre än konkurrenten.

Som exempel kan jag ge inblick i hur ett fåtal av prenumeranterna argumenterar för Laholms Tidning i jämförelse med Hallands-Posten. *Erika, 17*, jämför de två tidningarna och kan sägas ta ståndpunkt för hur de sparsmakade känner; ”Laholmaren är roligare, för om man läser om fotbollslag vet man vilka de är, man kanske känner de som spelar”. *Klas, 17*, tycker att den är mer praktisk än konkurrenten. *Ewa-Maj, 76*, *Rut, 71*, och *Emma, 32*, läser Laholms Tidning eftersom de tycker att det är mycket av nyheterna i den som inte andra tidningar och medier rapporterar om. *Gunilla, 45*, berättar att hon valt Laholms Tidning eftersom den var billigare än konkurrenten när hon flyttade till kommunen. Nu har hon den kvar p.g.a. dess lokala nyheter och att den har ett bra format. *Moa, 17*, och *Gustav, 17*, berättar att de bryr sig om det som händer i Laholms kommun och att Laholms Tidning därför är ett självklart val. Hallands-Posten skriver om många kommuner de inte har det minsta intresse att läsa om. *Noak, 17*, tycker att Laholms Tidning har mer bredd på det lokala än Hallands-Posten. Sydöstrans prenumeranter berättar att de anser att Sydöstran är duktigare än konkurrenten BLT på att gräva fram lokala nyheter samt skriva samhällsreportage. De flesta prenumeranterna säger att Sydöstran ofta är flera dagar före BLT med nyheter på det lokala planet. Andra berättar tvärtom att BLT också är före ibland. Prenumeranterna tycker också överlag att Sydöstran skriver bättre än BLT, det handlar om att Sydöstran är mer lättsam och tilltalande i sin stil.

För prenumeranterna vid de övriga tidningarna som saknar konkurrens tycks det vara svårare att argumentera för lokaltidningens egna kvaliteter. Åtskilliga uttrycker rentav att det är svårt att veta hur bra lokaltidningen är egentligen eftersom de inte har någon att jämföra med. Däremot tycker de inte att andra medier som exempelvis radio och TV erbjuder lokalnyheter av samma kvalitetsklass.

Om det endast finns en lokal tidning kan man undra om prenumeranterna läser den i brist på alternativ? Jag förstår det som att många av prenumeranterna egentligen anser att det vore bra med två lokal tidningsalternativ, men de gör ändå ett medvetet val att prenumerera på sin tidning. De understryker att de knappast skulle prenumerera om de inte vore nöjda. Som exempel kan jag diskutera resultaten från diskussionerna med Smålänningens prenumeranter. Det finns visserligen en lokalkonkurrent i Ljungby även om Smålänningen når ut till 87 procent av hushållen. Konkurrenten är Smålandsposten, men Smålänningens prenumeranter anser att deras innehåll om Ljungby, som vanligen är kring en sida, är alldeles för knapert. Prenumeranterna är av uppfattningen att Smålänningen är det enda alternativet för lokalnyheter, det enda alternativet som är riktigt bra. Flera tidningar skriver om Ljungby i periferin, förutom Smålandsposten också Växjö-bladet, Värnamo Nyheter och Norra Skånes Tidningar. Prenumeranterna understryker emellertid att de inte läser Smålänningen för att det endast är den som finns att tillgå. De skulle inte prenumerera på den om den inte vore en mycket bra lokal tidning. *Stina, 50*, berättar att hon provat att vara utan Smålänningen en period och istället endast läsa rikstidning, men sedan fick återgå till prenumeration av Smålänningen igen. *Stina, 50*, säger; "Det blir väldigt konstigt att inte ha Smålänningen, då har jag i så fall bara Smålänningen. Alltså för att man måste på något sätt veta vad som händer här i området känns det som". Prenumeranterna berättar att Smålandsposten under perioder delats ut gratis. De tycker emellertid inte att den är alls lika intressant eftersom de endast har drygt en sida om Ljungby. Slutsatsen är att alla prenumeranter är av uppfattningen att nog finns det andra lokal tidningar i trakten, men ingen av dessa är ens i närheten av att vara lika intressant som Smålänningen om man är bosatt i Ljungby.

Vilka andra argument för prenumeranterna upp till diskussion för sitt val av att prenumerera på sin lokal tidning? Somliga prenumererar på sin lokal tidning av lojalitetsskäl. Dessa prenumeranter berättar att de har växt upp med tidningen och anser att den har en naturlig plats i deras liv. Jag förstår det som att de gör sitt val av tidning till stor del utifrån känslomässiga grunder. Det är framträdande vid båda lokal tidningarna, men två av prenumeranterna vid Laholms Tidning uttrycker det tydligast. *Gun, 81*, berättar; "Jag skulle inte kunna vara utan Laholms Tidning, det säger jag, men jag har ju haft den sen barnsben också, jag har aldrig prenumererat på någon annan heller". *Eskil, 65*, berättar att han har haft Laholms Tidning sen han föddes. Han har växt upp med tidningen och väljer därför alltid den före alla andra tidningar. Han läser inte andra tidningar, och kan därmed inte veta vad han missar, men säger ändå; "När jag har läst Laholms Tidning har jag fått reda på det jag vill".

Men även andra argument framkommer. Prenumeranterna berättar att ett argument att välja lokal tidningen är att den är väldigt lättläst. I jämförelse med rikstidningarna tycker de att språket är lättare att ta till sig. Vidare uttrycker *Janne, 77*, en välgörenhetsanda. Han berättar att han läser både Laholms Tidning och Hallandsposten eftersom han tycker att de kompletterar varandra. Om han skulle vara tvungen att välja mellan de två, skulle han emellertid välja bort Laholms Tidning. Det eftersom han till stor del prenumererar på Laholms Tidning för stödja den, han tycker att det är bra att det finns två tidningar på orten. Prenumeranter som *Janne, 77*, motiverar alltså sin prenumeration delvis med att de vill stödja tidningen och tidningskonkurrensen på orten.

Vid fokusgrupperna med Sydöstrans prenumeranter förs fram ett annorlunda argument. Närmre hälften av Sydöstrans prenumeranter har nämligen valt tidningen p.g.a. dess politiska inriktning. Flera av dessa prenumeranter ser inte ens BLT som ett alternativ, valet sker helt på politiska grunder. *Stig, 87*, säger att han delvis läser Sydöstran eftersom han vill stötta demokratin. *Agda, 76*, säger att hon läser Sydöstran eftersom hon är S-märkt, att alla i hennes

släkt har haft tidningen och att hon själv också har haft den i 50 år. *Thorleif, 82*, säger att han har valt att läsa Sydöstran eftersom hans pappa var socialdemokrat och fackligt intresserad, ”Man tillhör den kanten liksom”. *Marianne, 57*, val av Sydöstran har skett helt utifrån politiska grunder, hon säger; ”Jag reflekterar inte över någon annan tidning, sen om den inte är, om den inte vore bra skulle jag ändå välja Sydöstran.” Det verkar som att för somliga prenumeranter är det så självklart att Sydöstran skall finnas i hemmet p.g.a. dess politiska inriktning, t.o.m. till den grad att man är en trogen prenumerant även om tidningen skulle hålla låg kvalitet. *Axel, 67*, tycker att det är konstigt att inte fler läser Sydöstran med tanke på att Blekinge ändå är ett väldigt rött län, men tänker att det kan bero på att BLT funnits i 135 år och Sydöstran 101. *Axel, 67*, säger att ”Det har definitivt med tradition att göra, man byter inte tidning precis som man inte byter frisör”

Avslutningsvis kan sägas att betydelsen av att vuxna prenumeranter är ”köpare” av tidningen och att de yngre är ”användare”, framträder i denna fråga. Många ungdomar i studien läser lokaltidningen delvis eftersom det är den tidning som föräldrarna valt att prenumerera på, och därmed är tillgänglig i hemmet. Exempelvis säger *Andreas, 17 år*, att han läser Bohusläningen mest bara för att ha något att läsa, inte för att det finns något behov av just Bohusläningen. Det är den tidning som finns i hans hem och då läser han den, men skulle egentligen hellre läsa Aftonbladet om den kom på morgonen. *Emma, 17*, säger; ”Jag läser Sydöstran mest för att det är den vi har hemma”. Jag är av uppfattningen att vanan av tidningsläsning under yngre år sannolikt kan påverka det framtida läsandet. *Jennika, 24*, berättar att hon läser Sydöstran eftersom hon är uppväxt med den. Såväl föräldrar som mor- och farföräldrar har den, varför hon blivit invand med den. När hon flyttade hemifrån fick hon erbjudande från Sydöstran om en billig prenumeration, vilket hon tog, och sedan förlängt gång på gång. *Jennika, 24*, säger; ”Man är lite beroende av det där att man har börjat ha, jag är ändå inte så gammal så jag kan tänka att jag vill ha pengarna till annat, men det går inte, fast Sydöstran, precis som BLT alla andra tidningar skickar ut att de höjt med några kronor, men javisst, man sväljer det, för den där jäkla tidningen skall man ha.”

### **Tycker prenumeranterna att lokaltidningen är seriös, och vad menar de då?**

Hur resonerar prenumeranterna kring sin lokaltidning? Majoriteten av tycker att deras lokaltidning är seriös, eller åtminstone gör sitt bästa för att vara det. Vad menar man då med att den är seriös? Det framförs av prenumeranterna att viktiga kriterier för att vara en seriös tidning är hur och om vad tidningen skriver. Det handlar inte bara om att tidningen skall vara duktig på att finna intressanta och viktiga lokala nyheter. Prenumeranterna finner det ännu viktigare hur tidningen skriver om dessa ämnen. För att lokaltidningen skall vara seriös är det viktigt att journalisterna dels kan skriva, dels kunna ämnet de skriver om. *Rolf, 80*, tycker att det är för hög omsättning av journalister på Bohusläningen, och att de därför inte alltid har så bra ämneskunskap. Det tas även upp att lokaltidningen bör ha ett brett synsätt.

Vidare är det viktigt att tidningen vänder sig till alla och inte är politiskt eller religiöst bunden. Tidningen skall ha bra bredd, det skall finnas något för varje läsare. För att en tidning skall uppfattas som seriös är det också viktigt att den intar ett bra etiskt förhållningssätt. Tidningen bör inte vinkla artikeln alltför kraftigt eller på ett felaktigt sätt. Det är också viktigt att tidningen intar en neutral ton i de politiska artiklarna utanför ledarplats. Det framförs av gymnasiestudenterna att en tidning är seriös om man skriver om tyngre ämnen som ekonomi och politik, inte om dokusåpor och dylika nöjesrelaterade ämnen. Det är anmärkningsvärt att för flera gymnasiestudenter är det inte enbart positivt att en tidning är seriös. Somliga tycker att den är för seriös, det gäller i synnerhet Bohusläningens yngre prenumeranter. De säger att

det är alldeles för mycket seriösa nyheter, hela två tredjedelar säger att de bläddrar förbi dessa seriösa nyheter. Andra ungdomar, som *Emma, 17*, och *Marcus, 17*, framför att Sydöstran är seriös eftersom den tar upp sådant som berör dem. För dem är det viktigt att lokaltidningen engagerar sig i både ungdomar och vuxna.

För att tidningen skall uppfattas som seriös är det också viktigt att tidningen har ett bra språk. Tidningen skall vara lätt att läsa och inte innehålla språkfel. Prenumeranterna vid de fyra tidningarna har visst överseende med slarv, men åtskilliga anser att tidningarna alltför konsekvent slarvar med språket. Samtidigt är prenumeranterna aningen klivna till hur mycket språkbruket påverkar deras uppfattning om hur seriös tidningen är. En närmare diskussion om prenumeranternas syn på språkbruk kommer i avsnittet om vad som gör prenumeranterna nöjda. I sammanhanget berättar somliga prenumeranter vid Smålänningen, i synnerhet de yngre, att det är rättelser i tidningen väldigt ofta. Dessa rättelser tycker prenumeranterna signalerar en ambition att vara ärlig, vilket är positivt. Samtidigt gör rättelserna dem påmind om att Smålänningen har varit slarviga som publicerar felaktigheter. Flera anser att tidningen är slarvig som publicerar mycket felaktiga uppgifter och stavfel. De tycker att det är viktigt att tidningen tar sitt arbete på allvar på alla fronter, fakta, källor och stavning bör dubbelkontrolleras.

### **Anser prenumeranterna att tidningen är tillförlitlig?**

Det har diskuterats att tidigare forskning visar att läsarna tycker att det är mycket viktigt att tidningen är tillförlitlig, vilket jag har diskuterat med lokaltidningsprenumeranterna. Majoriteten säger att man kan lita på vad som skrivs, men med reservation. Det finns ett fåtal prenumeranter som har invändningar. För dem är det viktigt att man intar ett kritiskt förhållningssätt till lokaltidningens artiklar. De tycker att man bör vara kritisk till alla medier. För att kunna lita på vad som skrivs är det viktigt att tidningen speglar verkligheten. Eller åtminstone gör sitt bästa för att göra det. Det är tydligt att prenumeranters förtroende för lokaltidningen handlar om fler faktorer än bara tidningens egenskaper. En viktig del handlar om prenumeranternas grundläggande inställning till medier, vilket för flera påverkas av personliga erfarenheter. Flera prenumeranter berättar att de själva, eller deras bekanta, har negativa erfarenheter av att vara med i tidningen. De tycker att tidningens journalister har gjort vinklingar som förvränger verkligheten. De vuxna prenumeranterna har erfarenheter genom artiklar om deras arbete/arbetsplats, medan ungdomarnas dåliga erfarenheter kopplas till deras idrottsutövande eller skolgång. Exempelvis säger *Eva, 60*, att hon vid flera tillfällen lagt märke till att Bohuslänningen gjort fel. Somliga av prenumeranterna tycker att journalisternas vinkling lyser igenom väldigt tydligt, varför de är skeptiska till trovärdigheten. *Victor, 77*, har varit med om en bilolycka, som både Sydöstran och BLT återgav väldigt felaktigt. *Benny, 63*, tycker att man kan lita på faktanyheter, som exempelvis bilolyckor, men är mer osäker på nyheter som tycks bygga på oförankrade fakta. *Sylvie, 67*, tycker att journalisterna vet var gränserna går. Däremot händer det att artiklarna är vinklade på ett dåligt sätt, men hon understryker att det inte handlar om faktafel. Vidare diskuterar *Emma, 17*, och *Marcus, 17*, att Sydöstran bör vara tillförlitlig eftersom de sällan ser rättelser i tidningen.

En kritisk grundsyn till medier är dock inte alltid ett resultat av negativa personliga erfarenheter av media, somliga är kritiska av andra skäl. Exempelvis säger *Hans, 52*, att han helt enkelt inte har tid att kolla källorna. ”Ibland får man fundera, och det gäller inte bara Bohuslänningen, kan detta verkligen stämma?” Min slutsats är att prenumeranternas förtroende för sin lokaltidning är tämligen högt. Förtroendet begränsas emellertid av att prenumeranterna i grund och botten är kritiska till nyheter i media. Jag förstår det som att prenumeranterna



tycker att det faktum att de läser tidningen säger en del om deras tillförlitlighet, att de utgår från att det mesta är sant. Flera säger att de tycker att lokaltidningen är mycket mer tillförlitlig än kvällspressen.

### **Prenumeranternas syn på tidningens utformning**

Vad är prenumeranternas syn på tidningens utformning? Jag förstår det som att det råder delade meningar kring huruvida tidningen har lagom omfång. Samtidigt som majoriteten säger att tidningen är lagom omfattande, uttrycker de också en önskan om att det skall vara mer djup och bredd i många områden. Fördelarna med att ha en tunnare tidning är att den är lättisam och snabbläst. De som vill ha en tjockare tidning är främst de vuxna prenumeranterna, somliga av de yngre säger att de är nöjda så länge sporten är med. Alla prenumeranter utom en är däremot eniga om att tabloidformatet är att föredra. De föredrar tabloidformatet framförallt eftersom det är lätthanterligare. Det är få frågor prenumeranterna är så överens om.

Likaså är den rådande uppfattningen att tidningen är väldigt lätt att hitta i, vilket prenumeranterna uttrycker handlar om god vana. Flera av prenumeranterna påpekar att det givetvis finns tillfällen när det är svårt att hitta i tidningen, men att de är mindre vanliga. Som exempel berättade en grupp prenumeranter vid Laholms Tidning att de blivit konfunderade när familjesidans foton plötsligt var uppdelat på två olika sidor i tidningen en dag. Vidare är det emellertid en mindre grupp pensionärer vid Bohusläningen som inte tycker att tidningen är särskilt lätt att hitta i. De tycker att tidningen ändras för mycket, att det kan vara felaktiga sidhänvisningar samt att sektionen om radioprogram är komplicerad. Ett fåtal av Bohusläningens prenumeranter berättade att de stört sig på att raden längs ner ofta är oläslig samt att högernsidan ibland är större. Något Bohusläningen berättar beror på ett problem i tryckeriet. Min slutsats är att prenumeranterna är mycket uppmärksamma på detaljer, och att dessa detaljer blir en del av deras helhetsuppfattning om lokaltidningen.

Prenumeranterna tycker överlag också att tidningsleveransen sköts mycket bra, ett fåtal prenumeranter har upplevt det som ett problem. De flesta har vid enstaka tillfällen upplevt att tidningen inte kommit, men det har de överseende med. Prenumeranterna vid Sydöstran tillägger att tidningen är mycket hjälpsam om tidningen uteblir på morgonen. Då körs vanligen en ny runda så att tidningen levereras senare under dagen. *Niklas, 58, & Ewa-Maj, 76*, berättar att de uppskattar att prenumeranter vid Laholms Tidning man kan få ekonomisk ersättning genom avdrag på autogiro vid utebliven tidning. Prenumeranterna tycker att dålig tidningsdistribution inte kan skyllas på tidningen, utan på företaget som distribuerar. Vidare berättar prenumeranterna att tidningarna innehåller information som de har nytta av. Prenumeranter uppskattar informationen om väderprognoser, kultur, trafik och nöjen, likväl som att kunna läsa TV-tablån. Jag har dock märkt att många prenumeranter tycker att det är svårt att formulera vad tidningens nytta är. Gymnasieungdomarna tycker överlag att tidningen tvärtom innehåller otroligt mycket som de inte har någon nytta av alls. Även om många trots allt anser att det finns en del information de har nytta av, har dock åtskilliga mer att önska på denna punkt, vilket kommer att diskuteras senare.

### **Vad säger prenumeranterna till en nyinflyttad granne?**

När man vill skapa inblick i läsarnas attityder kan det vara av värde att förstå vad prenumeranterna skulle berätta om tidningen för en annan person. Jag frågade prenumeranterna vad de skulle säga till en nyinflyttad granne om tidningssituationen i

kommunen. Diskussionen kom till stor del att handla om huruvida prenumeranterna skulle rekommendera lokaltidningen eller inte. Utgångspunkten för majoriteten av prenumeranterna är att det är viktigt att ha en lokaltidning för att vara med i vad som händer i trakten. Några prenumeranter vid Smålänningen får exemplifiera. *Leif, 74*, säger att det är helt omöjligt att vara med i vad som händer om man inte har en tidning. Han tycker vidare att det är väldigt viktigt att hålla kontakt med lokalbygden. *Conny, 65*, tycker att man inte kan klara sig utan Smålänningen, den speglar så mycket som är viktigt i Ljungbys omgivning. *Glenn, 64*, är inne på samma spår; ”Skulle man vara utan den skulle jag verkligen känna mig handikappad, man skulle inte veta vad som händer”.

Andra prenumeranter, exempelvis *Magnus, 17*, säger tvärtom att lokaltidningen knappast lär vara av intresse för en nyinflyttad. Det eftersom den är alldeles för lokal och att den nya grannen inte har någon kännedom om exempelvis de lokala idrottslag som omskrivs i sporten. *Gunilla, 60*, däremot är helt övertygad om att en nyinflyttad gör bäst i att skaffa sig en tidning. Hon säger ”Är man nyinflyttad och vill komma in i samhället så nog är det en bra kick”. Prenumeranternas åsikter i frågan håller sig närmare till *Gunilla, 60*, i förhållande till *Magnus, 17*.

Vidare kan sägas att vad prenumeranterna skulle säga om sin lokaltidning går annars föga förvånande hand i hand med hur nöjda de känner sig. Flertalet berättar om vad just de känner sig nöjda med, och somliga tar även upp vad de anser är dåligt. Exempelvis skulle majoriteten av prenumeranterna vid Laholms Tidning säga att den har mycket bra lokalnyheter och att den är det bästa alternativet. Exempelvis säger *Rut, 71*; ”Vill du ha en tidning där du läser om de lokala nyheterna, då skall du läsa Laholms Tidning” Lika många säger dock att det är en stor nackdel att tidningens pressläggning är alldeles för tidig, vilket gör att många nyheter inte kommer med, särskilt sena sporthändelser. Vidare är det många prenumeranter vid de olika tidningarna som säger att de skulle ge sin egen tidning till grannen, oavsett om de är nöjda eller inte. De säger att grannen själv måste kunna skapa sig en uppfattning. Andra, som *Louise, 43*, skulle däremot kort och gott uppmana den nyinflyttade; ”Prenumerera på Smålänningen, där får du veta allt!”

### **3.2.3. Prenumeration**

Hur prenumeranterna resonerar kring sin prenumerationspris är det centrala i detta avsnitt. Inledningsvis vill jag poängtera att väldigt få av prenumeranterna för närvarande funderar på att säga upp sin prenumerationspris. Av dem som umgås med sådana tankar är det framförallt prenumeranter som också har en annan tidningsprenumeration, vilket de tycker är för dyrt. Eftersom få prenumeranter planerar en uppsägning handlar diskussionen istället om vilka faktorer som är viktiga för att fortsätta, samt hur dessa är relaterade till varandra. Jag har valt att diskutera gymnasieeleverna och de vuxna var för sig. Det eftersom gymnasieeleverna har fått ta ställning till vad som är viktigt för att ta de skall ta steget från att vara en användare av en tidningsprenumeration (i sina föräldrars hem), till att själva skaffa en prenumerationspris i sitt egna, framtida hem. För de vuxna prenumeranterna å andra sidan utgår diskussionen utifrån vad som skulle kunna påverka dem till att säga upp sin prenumerationspris.

Inledningsvis kan sägas att de yngre och de vuxna prenumeranterna skiljer sig åt ifråga om deras attityder till prenumerationspriset. Gymnasiestudenterna tycker överlag att prenumerationspriset är rimligt, medan de vuxna tvärtom tycker att det är för dyrt. De vuxna prenumeranterna betalar emellertid för att få sin tidning hem. Men att priset är rimligt betyder alltså i det här fallet inte att alla gymnasieelever är beredda att betala för tidningen.

Här finns en paradox, medan alla gymnasiestudenterna tycker att priset är rimligt uppger endast hälften att de kommer att betala för den när de flyttar hemifrån. Övriga kommer att försöka hitta andra sätt att tillskansa sig den. De har med andra ord som strategi att fortsätta att vara användare, inte att bli köpare av lokaltidningen.

Vid gruppdiskussionerna har jag utgått från de nio vanligaste argumenten att säga upp en prenumeration enligt SOM-undersökningen. Det är viktigt att komma ihåg att diskussionerna i denna undersökning är hypotetiska ställningstaganden. Ett argument som att säga upp tidningen p.g.a. dålig tidningsleverans har visat sig vara svårt att ta ställning till eftersom få prenumeranter upplevt dålig tidningsutdelning. Frågar man däremot de som redan uppsagt sin prenumeration, kan skälet förekomma, och personen uttala sig mer utifrån erfarenhet. Resultaten från denna undersökning visar att det endast är ett fåtal av dessa som är viktiga argument enligt prenumeranterna. Det är emellertid inte så att prenumeranterna för fram särskilt många andra argument, även om några få prenumeranter gjort så. Några framför att de skulle säga upp prenumerationen om deras lokaltidning köps upp. Andra för fram att om inte textstorleken görs större, samtidigt som synen blir sämre, kommer tidningen att bli oläslig.

### **Vuxna prenumeranters attityd till sin prenumeration**

Ett fåtal faktorer framträder som viktigast när prenumeranterna diskuterar huruvida de skall fortsätta sin prenumeration på tidningen. Argumenten om innehållsmässiga faktorer framträder som viktiga. Då avser jag om prenumeranterna anser att tidningens innehåll är tillräckligt intressant samt om lokalbevakningen är tillräckligt bra. Likaså är de ekonomiska argumenten betydelsefulla. Dessa handlar om den personliga ekonomin samt prenumerationspriset.

Vad som är viktigast, innehållsmässiga eller ekonomiska faktorer, skiljer sig mellan de två tidningstyperna. Prenumeranterna vid Laholms Tidning & Smålänningen framhäver de ekonomiska faktorerna som viktigast och de innehållsmässiga som näst viktigast. Däremot är situationen den motsatta vid Sydöstran & Bohuslänningen. Men resultatet bör diskuteras, för jag förstår det som att innehåll och ekonomi ligger väldigt nära varandra som viktiga argument i prenumeranternas ögon. Min uppfattning är att det troligen handlar om ett sammanträffande, något samband mellan tidningstyp och viktiga faktorer för att behålla eller säga upp sin prenumeration ser jag inte. Däremot kan jag säga att prenumeranterna vid Sydöstran i synnerhet, men också Laholms Tidning uttrycker en större benägenhet till att säga upp prenumerationen. De kan välja att prenumerera på en annan tidning. Ett undantag utgör den del av Sydöstrans prenumeranter som endast har Sydöstran i åtanke (consideration set), p.g.a. dess politiska inriktning. Vidare uppenbarar det sig om att prenumeranterna inte skulle säga prenumerationen utifrån ett enda argument. Snarare kan de uppleva att exempelvis sportbevakningen är bristfällig (innehåll), och att eftersom prenumerationspriset höjts (ekonomi), väljer de att inte förlänga prenumerationen. Enligt min mening har lokaltidningen ett starkt grepp om sina vuxna prenumeranter, i synnerhet vid de orter där alternativ saknas. Prenumeranterna "behöver" sin lokaltidning, och många understryker att även om de ogillar höjningar av prenumerationspriset blir det i slutändan ändå att de förlänger sin prenumeration. Jag skulle vilja påstå att somliga prenumeranter rentav kan bli missnöjda, och ändå fortsätta sin prenumeration

Av de ekonomiska faktorerna har prenumeranterna framförallt uttalat en känslighet mot alltför höga prenumerationspriser. Det finns många åsikter kring prenumerationspriset, flertalet vuxna tycker att det är för högt redan i dagens prisläge. Andra tycker att det är rimligt, att man

som prenumerant får mycket för pengarna, och att en prenumeration är mycket förmånligare än att köpa lösnummer. Majoriteten av gymnasiestudenterna uttrycker att prenumerationspriset är rimligt, men de betalar som sagt själva inte för sin lokaltidning. Som tidigare nämnts kan även en försämring av den personliga ekonomin medföra att man väljer att säga upp sin prenumeration. Exempelvis att man får mindre intäkter, som vid uppsägning från arbetet eller pensionering, men också om de generella levnadskostnaderna ökar. Eftersom frågan är laddad med prestige föreställer jag mig att den för somliga är lättare att svara på i anonym enkätform. Majoriteten av prenumeranterna är noga med att understryka att de givetvis har råd med en lokaltidning, som om att en uppsägning vid en prenumerationsprishöjning skulle bli en principfråga. Emellertid tillstår prenumeranterna att eftersom de har ett stort behov av tidningen skulle de försöka behålla den in i det sista, även om ekonomin blir sämre. De säger att de givetvis måste ha tak över huvudet och mat på bordet, men att istället för att säga upp prenumerationen hellre prioriterar bort andra saker som veckotidningar, tidskrifter eller satellitkanaler. Andra säger att de skulle börja dela sin tidningsprenumeration med en granne eller en bekant, vilket flera pensionärer gör redan i dagsläget. Men inte alla vill dela sin tidning. *Agda, 76* berättar om sin mamma, som absolut ville ha sin egen tidning. Under sitt sista år när hon bodde på ett servicehem sade hon; ”Barn, ni tar väl inte Sydöstran ifrån mig?”

Innan vi går vidare kan alltså sägas att de innehållsmässiga och ekonomiska argumenten är de viktigaste för prenumeranterna. Det verkar emellertid som att det för majoriteten skulle krävas stora försämrings i innehåll och/eller en kraftig prishöjning eller försämring av personlig ekonomi, för att prenumeranterna skall säga upp sin lokaltidning. Ett argument som prenumeranterna har haft svårigheter att förhålla sig till är tidningsutdelningen, de har en kluven inställning. Prenumeranterna tycker att tidningsutdelningen sköts mycket bra. Prenumeranterna säger att de dagar tidningen inte kommer är snabbt räknade. Det bör också lyftas fram att om tidningen inte levereras antar prenumeranterna att det beror på faktorer tidningen inte kan kontrollera. Prenumeranterna antar att felet ligger i distributionstjänst händer. De uttrycker stort överseende med dålig tidningsutdelning, varför det inte känns som ett aktuellt argument på något sätt. Dålig tidningsutdelning bör därför inte i större utsträckning påverka tidningsföretagets anseende negativt. Samtidigt säger prenumeranterna att de givetvis skulle misströsta om tidningsutdelningen sköts mycket dåligt. Förutsättningen och motivet med en prenumeration är trots allt att den skall levereras, gör den inte det tappar prenumerationen en av sina huvudfunktioner. De förhöjda värden som en prenumeration ger i förhållande till köp av lösnummer är trots allt leverans hem, samt billigare pris per tidning.

*Ingela, 50*, berättar att hon under en period hade problem med tidningsutdelningen och hon funderade då starkt på att säga upp sin prenumeration. *Sylvie, 67*, är bestämd i sin uppfattning om dålig tidningsutdelning; ”Då skulle jag nog säga det att sköter ni det såhär så kan det kvitta” *Sylvie, 67*, understryker att man får ha visst överseende och berättar att hon blivit glatt överraskad flera gånger under tuffa vinternätter när hon inte trott att Bohuslänningen ska ha kommit till brevlådan. *Rolf, 80*, säger: ”Man har ju en bit ut till brevlådan för att hämta den, och går man ut för att hämta något som ska finnas där och det inte gör det, ja då blir man ju förbannad.” Prenumeranterna uttrycker att de är nöjda med tidningsutdelningen och att de helt klart har förståelse för om det går fel någon gång ibland. Om tidningen däremot inte skulle komma på morgonen, utan först med posten senare under dagen, är det inte säkert att de skulle prenumerera. Jag förstår det som att prenumeranterna tar för givet att tidningsutdelningen skall skötas, det är en underförstådd kvalitet.

Det finns ytterligare fyra argument som jag har diskuterat med prenumeranterna. Majoriteten av prenumeranterna tycker emellertid att dessa är mindre viktiga eller rentav helt betydelselösa. Ett fåtal säger att tillgång till tidningen på arbetsplatsen skulle kunna påverka prenumerationen, men då som en trolig kombination med andra argument. Om prenumerationspriset skulle höjas alltför mycket, eller om man inte kan få tidningen innan man ger sig av till arbetet, skulle somliga prenumeranter överväga att läsa tidningen på arbetsplatsen. Flera av prenumeranterna berättar om bekanta som antingen har sagt upp sin prenumerations, eller valt att inte påbörja en prenumerations eftersom tidningen inte kan levereras på morgonen och kunna läsas till frukost. Några pensionärer berättar att för dem skulle det kunna vara ett alternativ att läsa tidningen på biblioteket. Den rådande uppfattningen bland prenumeranterna är dock att man föredrar att ha sin egen tidning, på arbetsplatsen är möjligheterna till tidningsläsning sämre. Det handlar om att kunna få läsa tidningen i lugn och ro, och ges tid till att göra det.

När prenumeranterna resonerar kring tillgång till tid för att läsa tidningen framför de åsikten de att alla människor har tid. Tjugofyra timmar per dygn är det enda demokratiska i vårt samhälle säger en av prenumeranterna med skämtsam ton. Den rådande uppfattningen är att tillgänglig tid för att läsa tidningen handlar om en prioriteringsfråga. Prenumeranterna resonerar att man skall ta sig tid att läsa sin tidning, att det är viktigt att hålla sig informerad. Flera säger rentav att det är ens skyldighet som samhällsmedborgare att läsa en tidning. Om tidningen endast skulle bygga staplar att bära till tidningsinsamlingen vore det klart en idé att säga upp prenumerationen. Exempelvis säger *Axel*, 67; ”Man vill ju inte bara fylla papperskorgen”. Prenumeranterna resonerar emellertid att det aldrig sker. Många berättar att om de reser bort ser de till att läsa igenom de gamla tidningarna när de kommer hem. De uttrycker att de är rädda för att missa något viktigt. Pensionärerna säger med en skämtsam ton att de självklart har gott om tid. Ett fåtal uttalar dock att de ibland har väldigt lite tid över till tidningen, exempelvis *Marianne*, 57. Hon har ofta ont om tid för tidningsläsning på vardagarna, men läser lite på arbetsplatsen, samt läser ikapp under helgen.

Inte en enda prenumerant tycker att nyheterna i radio och TV skulle kunna vara ett alternativ till lokaltidningen. Prenumeranterna argumenterar att man i radio & TV inte kan ta del av nyheterna på de tider som passar bäst, och inte heller i sin egen takt eller på den plats man föredrar. Inte heller Internet kan ersätta papperstidningen enligt prenumeranterna. Många av pensionärerna har inga personliga erfarenheter av Internet. För somliga är det en medieform man uppfattar som komplicerad. En större grupp använder emellertid Internet, många också för att läsa nättidningar. Prenumeranternas resonemang bekräftar föreställningen att en lokaltidning utgör basen av nyheter och att nättidningen är ett komplement. Flera tycker att nättidningar mest lämpar sig för att skumma rubriker. Prenumeranterna berättar att det är svårt att läsa länge på Internet, bl.a. eftersom skärmen flimrar. Prenumeranterna vill kunna hålla tidningen i handen, eller lägga den på köksbordet, och ha den överblick och känsla som endast papperstidningen medger. Jag kommer att diskutera prenumeranternas attityd till Internet och i synnerhet nättidningar mer ingående i senare kapitel.

### **Gymnasieelevernas attityd till prenumerations när de har flyttat hemifrån**

Gymnasiestudenterna har i flera bemärkelser liknande attityder till frågan om prenumerations som de vuxna prenumeranterna. Däremot återfinns en kraftigare variationsrikedom såväl som motsägelsefullhet bland deras åsikter. Att förstå hur de yngre resonerar i jämförelse med de vuxna prenumeranterna, är mycket mer komplicerat. Det hör samman med vad jag tidigare skrivit om deras roll som användare, inte som köpare av lokaltidningen.

Inledningsvis kan sägas att ingen kommer att prenumerera på lokaltidningen om de flyttar ifrån dess täckningsområde. Flera har exempelvis planer på att flytta för att studera på annan ort. Diskussionens utgångspunkt blir därför om de yngre kommer att prenumerera om de skaffar sig egen bostad på hemorten. Några färre än hälften av gymnasiestudenterna säger att de kommer att prenumerera på lokaltidning de första åren efter att de flyttat hemifrån. De som kommer att prenumerera uttrycker att det är viktigt att ha en morgontidning för att hålla sig uppdaterad om vad som händer. De uttrycker också att de har skaffat sig en vana av att läsa tidningen i hemmet på morgonen. En vana som de vill fortsätta med. *Andreas, 17*, säger att han p.g.a. sin vana att läsa Smälänningen utan tvekan kommer att prenumerera på en morgontidning när han flyttar hemifrån. *Andreas, 17*, säger; ”jobbigt att inte ha en tidning, den är ju ungefär som en drog kan man ju säga”. Jag förstår det som att tidningsläsning handlar om en inlärningsprocess. Tillgången till en morgontidning i hemmet uppmuntrar till tidningsläsning. Om en person skaffat sig en vana av att läsa tidningen är det sannolikt att det påverkar personens framtida morgontidningsbehov. Om personen får positiva upplevelser av lokaltidningen finner jag det troligt att dennes behov och intresse för en framtida prenumeration ökar. Samtidigt som tillgång till lokaltidning i hemmet kan stimulera till framtida läsning måste vi komma ihåg att majoriteten av gymnasieungdomarna inte avser att skaffa sig en prenumeration de kommande åren efter flytt hemifrån. Det fastän utgångspunkten är en flytt inom kommunen. Vad är det som gör att gymnasieeleverna inte tänker prenumerera?

De argument som gymnasiestudenterna tycker är viktigast i valet av att skaffa sig en morgontidning eller inte, är i första hand av ekonomisk karaktär. Majoriteten tycker att prenumerationspriset är skäligt egentligen, men att det kan bli en för dyr utgift om den personliga ekonomin är tyngd. Mycket handlar om en föreställning att den personliga ekonomin inte kommer att vara särskilt god. Gymnasieeleverna tror att det kan bli svårt att få ett välbetalt arbete, samtidigt som det finns mycket andra utgifter som måste eller önskas prioriteras. De viktiga argumenten om ekonomi hör, precis som för de vuxna, samman med de innehållsmässiga faktorerna. Många gymnasieelever ger ett nytt perspektiv på prenumerationspriset genom att relatera det till sitt eget intresse för lokaltidningen. Eftersom de yngre prenumeranterna som bekant läser väldigt selektivt, kanske endast sport och nöje, är prenumerationspriset mycket högt.

Till skillnad från de vuxna prenumeranterna lyfter de yngre fram ett argument som är viktigt i valet av att skaffa sig en egen prenumeration eller inte, nämligen möjligheten att läsa tidningen på arbetsplatsen. Majoriteten av gymnasieelever är positivt inställda till att utnyttja den möjligheten. Till skillnad från de vuxna uttrycker de inte ett stort behov av en egen lokaltidning. De berättar också att de annars skulle försöka läsa lokaltidningen hos föräldrarna, vänner eller vid bibliotek. Många av de manliga gymnasiestudenterna tycker att lokaltidningen är för dyr och seriös och är därför inte villiga att betala för en prenumeration eftersom de nästan bara läser sporten. De skulle emellertid läsa den på andra platser, och när de väl köper en tidning blir det en kvällstidning, som innehåller mer sport och nöje. Ett fåtal, som *Maja, 17*, tänker istället ersätta lokaltidningen med en prenumeration på en rikstidning.

Men argumenterar inte de yngre i cirkelresonemang? I korthet säger de ju att de inte kommer att prenumerera utifrån att den personliga ekonomin kommer att bli för dålig. Särskilt för att prioritera en lokaltidning som de läser väldigt selektivt. Men även om de skulle få ett arbete säger majoriteten att de troligen kommer att nöja sig med att läsa lokaltidningen på arbetsplatsen. Kan denna inställning ha påverkats av att de i dagsläget är vana vid att läsa

lokaltidningen i hemmet eller i skolan utan att betala för den? Det skulle kunna antyda att om en människa blir van vid att läsa sin tidning gratis, kommer denne att söka sig till kostnadsfria alternativ även i framtiden. Denna tes stöts bort när gymnasiestudenterna säger att om de får ett arbete som är mycket välbetalt betalar de hellre för en egen tidning än läser den på arbetsplatsen. Likaså berättar alla gymnasieeleverna att när de väl blir ”vuxna” kommer de att skaffa sig en prenumeration. De säger att en dagstidningsprenumeration hör till bilden av svensken i vuxenlivet, liksom villa, vovve och Volvo. De har också en föreställning att de kommer att intressera sig mer för ”seriöst” innehåll i tidningen när de blir äldre, vilket givetvis gör prenumerationen mer aktuell.

I diskussionen om huruvida gymnasiestudenterna ämnar planera eller inte, är det några argument som inte bedöms som viktiga. De yngre säger att för lokala nyheter vill man ha en tidning, lokalnyheterna i radio och TV aldrig kommer att kunna ersätta tidningen eftersom de är för begränsade och tråkiga. Inte heller är tidsaspekten under beaktning när man beslutar om man skall prenumerera på en lokaltidning eller inte. Gymnasiestudenterna tycker att tid brukar man ha, och att läsa lokaltidningen tar inte lång tid eftersom den uppfattas som tunn och lättläst. Likaså förutsätter man, i likhet med de vuxna prenumeranterna, att tidningsutdelningen sköts. Samtidigt säger de att de troligen inte skulle prenumerera om tidningsutdelningen sköts mycket dåligt.

Hur gymnasiestudenterna förhåller sig till en eventuell nättidning är i fokus i rapportens sista del. I detta sammanhang bör det emellertid kort sägas att många är positiva till en nättidning, men att de föredrar att läsa lokaltidningen i pappersform. Bor man på orten tycker nästan alla att en nättidning inte kan ersätta papperstidningen. Den skulle tjäna som ett komplement, eller som ett alternativ om man bor på annan ort. Gymnasiestudenterna förutsätter att nättidningen skulle vara gratis när de säger att det kanske skulle kunna vara ett ekonomiskt bättre alternativ än en prenumeration. Flera tillägger dock att eftersom bredbandet inte är särskilt utbyggt är det tveksamt hur bra alternativ det egentligen skulle vara. Diskussionerna är lite olika vid de olika lokaltidningarna. Vid Sydöstran och Bohuslänningen finns nättidningar, men långtifrån alla har i realiteten besökt dessa. Gymnasiestudenterna vid Laholms Tidning och Småläningen framhäver att det är svårt att veta hur bra nättidningen kan tänkas bli. De understryker att det inte finns någon nättidning idag, och olika nättidningar håller väldigt olika kvaliteter. En nättidning som håller samma kvalitet som [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se) skulle flera läsa, men de tror att det är omöjligt. Gymnasiestudenterna säger att en dålig nättidning, som sällan uppdateras, kommer givetvis att vara mindre attraktiv.

Nu har vi viss insikt i gymnasiestudenterna syn på de vanligaste argumenten kring prenumeration. Jag vill dock utveckla denna diskussion eftersom det är många andra faktorer som också påverkar deras funderingar och framtida agerande. Tidigare sades att gymnasiestudenterna troligen kommer att börja prenumerera om man bosätter sig i kommunen och får ett arbete med skaplig lön. Det är dock en regel med undantag. Hur länge gymnasiestudenterna planerar att bo kvar i kommunen påverkar också. Har de för avsikt att flytta från kommunen inom något eller några år, tycker de att man kan försöka klara sig utan en prenumeration till dess. Det kan handla om att man skall ta ett eller flera sabbatsår mellan gymnasiestudierna och högskolestudierna. Jag förstår det som att många av gymnasiestudenterna resonerar att det är bekvämt och försvarbart att ta ”sabbatsår” från en tidningsprenumeration under dessa år också. Majoriteten planerar att läsa vidare efter gymnasieexamen. Somliga tänker att de kan pendla till närmsta högskola, och spara pengar genom att bo hemma. Dessa gymnasiestudenter kommer givetvis då också att spara pengar genom att läsa föräldrarnas tidning. De gymnasieelever som ämnar flytta till annan ort säger

att det inte längre kommer att vara aktuellt att läsa hemkommunens lokaltidning. Om de då skall prenumerera på en tidning blir det den tillflyttade ortens lokaltidning eller en rikstidning. De förväntar sig emellertid inte att ha bra ekonomi som studenter. Majoriteten tror att de kommer att välja bort en dagstidningsprenumeration under studietiden.

De yngre tar alltså hänsyn till två olika faser i sina liv, dels tiden innan, dels tiden under själva högskolestudierna. Huruvida gymnasiestudenterna kommer att börja prenumerera under dessa år påverkas av flera faktorer som i många fall förskjuter en prenumerations till framtiden. Jag tycker att det är anmärkningsvärt att alla gymnasiestudenterna planerar att skaffa sig en dagstidningsprenumeration när de blir äldre. Exakt när det kommer att inträffa är emellertid oklart. För somliga är det som tidigare nämnts i samband med att de flyttar hemifrån, för några när de studerat klart, för andra när de skaffat ett fast arbete. Som framtidsscenario ser jag att ungdomarna i takt med att de blir äldre kommer att, en efter en, att ansluta sig till skaran av morgontidningsprenumeranter. En tidningsprenumeration hör till ungdomarnas bild av att bli vuxen och en del av det svenska samhället.

### **3.3. Sammanfattande slutdiskussion**

Resultaten visar att prenumeranterna vid de olika tidningarna visat sig ha mycket likartade vanor med, och attityder till sin lokaltidning. Det finns givetvis många skillnader mellan prenumeranterna, men dessa kan sällan förklaras utifrån huruvida lokaltidningen har en nättidning eller inte. I detta avsnitt skall jag försöka knyta samman vad vi vet från tidigare forskning med resultaten i denna undersökning ifråga om de 87 prenumeranternas attityd till och vanor med sin lokaltidning. Jag kommer i viss mån att sammanfatta dragna slutsatser, samt reflektera utifrån dessa i ett större perspektiv.

Lokaltidningen är en morgontidning, och majoriteten av prenumeranterna läser den också helst på morgonen. Att läsa tidningen är ofta en väl inarbetad vana och för majoriteten sker den samtidigt som prenumeranterna äter frukost. Flera av pensionärerna längtar efter sin tidning väldigt mycket. Somliga stiger upp på småtimmarna när den levereras, för att omedelbart kunna läsa den. Pensionärerna är också den grupp som ägnar tidningen mest tid. För de yngre och de yrkesverksamma sker tidningsläsningen snabbare på morgonen. Flera av de vuxna försöker emellertid att läsa tidningen noggrannare under kvällen. Olika skäl som anges för att läsa på kvällen är att det är ont om tid på morgonen, att arbetsrytmen gör att det passar sig bäst eller rentav att tidningen inte hinner komma innan prenumeranten ger sig av till arbetet. Alla är överens om att de misst tycker om tidningen inte kommer som den skall. För många av de vuxna prenumeranterna innebär utebliven tidning en rubbning av morgonrutinerna.

Det kan, i likhet med tidigare forskningsresultat, konstateras att prenumeranterna framförallt läser tidningen för dess lokala nyheter. För de yngre handlar det framförallt om att läsa den lokala sporten. Prenumeranter har vanligen berättat att de intresserar sig mest för, inte allt de läser. Men eftersom det är en mångfald av prenumeranter har åtskilliga områden tagits upp. Förutom lokalnyheter och sport är populära områden också inrikes, utrikes, insändare, serier, TV-tablån och inte minst familjesidorna. Bland de vuxna prenumeranterna, i synnerhet pensionärerna, är läsning av familjesidan mycket vanligt. De uttrycker att man bör ta del av dödsannonserna. Jag förstår det som att det är en medborgerlig plikt att läsa dem. Ett mönster som framträder vid alla tidningarna är att de prenumeranter som läser rikstidning, inte läser lokaltidningens riks- och utrikesnyheter.



Utifrån undersökningens resultat fann jag ett mönster av två kategorier, *allätare* och *sparsmakare*. Detta mönster var emellertid svagare vid Sydöstran och Bohuslänningen. I korthet kan sägas att *allätare* kännetecknas av vuxna prenumeranter som läser det mesta i tidningen, förutom sporten. *Sparsmakare* kännetecknas istället av yngre läsare som läser nästan endast sporten. Dels var det många av de yngre som också läste kultur- och nöjesnyheterna, dels var det fler av de vuxna som också läste sportnyheter. Jag finner det troligt att *sparsmakare* kan finnas i andra ertappningar, exempelvis kvinnor som främst läser kultursidorna, eller pensionärer som endast läser insändare och familjesidan. Emellertid har det endast varit enstaka prenumeranter som gett uttryck för sannolikheten i sådana spekulationer.

Jag vill i all korthet nämna och diskutera ett fenomen som undersökningen visserligen inte syftade till att undersöka, men som jag finner tänkvärt. Jag vill hävda att tidningens betydelse för prenumeranten tycks ha ett positivt samband med hög ålder. Tidigare forskning visar att tidningens informativa funktion är den mest betydelsefulla. Tidningsläsare läser framförallt tidningen för att konstatera vad som har hänt. Man vill känna att man håller sig ajour om förändringar i samhället. Jag tror att för en pensionär fyller tidningen också en oerhört viktig social funktion. Dessa prenumeranter kan sägas ha varit etablerade i samhället under flera decennier, men genom sin pensionering börjar de sakta sitt utträde ur samhället. Lokaltidningen blir en allt viktigare koppling för pensionärerna till samhället. I synnerhet för de sjuka och de omhändertagna som bor på äldreboenden. Samhällsförändringar och lokala nyheter är ett viktigt samtalsämne bland äldre. Vid många äldreboenden läser sköterskorna tidningen för vårdtagarna.<sup>72</sup> För såväl vårdtagare som andra pensionärer kan innehållet i tidningen bli ett samtalsämne med bekanta. Genom tidningen får pensionärerna dagligen levererat ett uppslag av samtalsämnen, allt från de senaste politikerkandalerna till de kommande dagarnas väderprognoser och vilka som gått bort enligt familjesidorna. Att bli pensionär innebär på många sätt att man blir mindre delaktig i samhället. Avsaknad av ett yrke och vardagsrutiner med koppling till samhället gör att tidningen får en allt viktigare roll. Tidningen kan för somliga helt enkelt ha egenskapen av att knyta samman människan med samhället.

Hur skall vi förstå att ungdomarna är selektiva i sin läsning? En uppenbar anledning handlar om intresse. De uttrycker att väldigt lite av tidningens innehåll är intressant för dem. Jag förstår det som att för ungdomarna är intresset för nyheterna i lokaltidningen lågt eftersom de känner att nyheterna inte berör dem. Sporten berör genom att majoriteten är aktiva idrottsutövare. Sport är också ett vanligt samtalsämne med bekanta. För att spetsa till det förväntas kanske ungdomarna att veta hur somliga av deras jämnåriga har presterat, precis som pensionärerna förväntas veta vilka som har avlidit i kommunen. Vidare uttrycker flera av gymnasieungdomarna att lokaltidningen kan vara för seriös, samt att det händer väldigt lite som är intressant att veta egentligen. Jag förstår det som att de känner att mycket av tidningens innehåll är skrivet för andra läsare, de mogna och vuxna läsarna. Eftersom ungdomarna inte har axlat vuxenhetens ansvar har de inte heller helt etablerat sig i samhället. En annan tanke är att ungdomarna inte låtit sig påverkas av förväntningarna om att vara en allmänbildad och därmed god samhällsmedborgare. Kanske är den medborgerliga plikten om att läsa en dagstidning en plikt vars tillrops styrka växer i takt med att personens omgivning ger hän för den.

---

<sup>72</sup> Samtal med Peter Weslund, FOU-forskare inom äldreomsorg (Juli 2004)

Det är en annan slutsats jag vill påpeka kring ungdomarnas tidningsläsning. Bland gymnasiestudenterna är det vanligare än bland de vuxna att läsa tidningen på annan plats än hemmet. Flera gymnasiestudenter berättar att de ibland sover för länge på morgonen och därför läser tidningen först när de kommit till skolan. Gymnasiestudenterna är också den grupp prenumeranter som i högst grad kan tänka sig att ersätta en dagstidningsprenumeration genom att läsa den på arbetsplatsen. Är det möjligt att vanan av att läsa tidningen i skolan påverkar de yngres inställning till att läsa tidningen på den kommande arbetsplatsen?

När prenumeranterna motiverar att de prenumererar på en lokaltidning är det huvudsakliga skälet att deras lokaltidning är det bästa alternativet för lokala nyheter. Argumenten i övrigt skiljer sig inte mellan mediehus och papperstidning, det är inga som för fram nättidningen överhuvudtaget i diskussionen. Däremot skiljer sig situationen mellan de tidningar som har konkurrens, och de som utgör det enda lokaltidningsalternativet.

Prenumeranterna vid de tidningar som saknar konkurrens motiverar sin prenumeration utifrån att radio- och TV-nyheter inte är av samma höga kvalitet. De anser att man helt enkelt måste ha en lokaltidning för att kunna hålla sig uppdaterad om vad som händer lokalt. Samma behov av en lokaltidning uttrycker även prenumeranterna vid de tidningar som är utsatta för konkurrens. Prenumeranter vid dessa tidningar har dessutom argumenterat för hur deras lokaltidning är bättre än konkurrenten.

För att ge god återblick skall jag nu ange de olika argument som prenumeranterna tagit upp, vid sidan av det lokala innehållet, till att prenumerera på sin lokaltidning. Observera att merparten av argumenten är individspecifika eller tidningsspecifika. Exempelvis berättade en prenumerant att hon fått sina tillhörigheter inslagna i lokaltidningens papper vid flytten, vilket gav inspiration till att prenumerera på den. Andra vanliga skäl till att prenumeranterna valt sin lokaltidning kan vara, utan inbördes ordning;

- Att tidningen är lättläst.
- Ett uttryck för välgörenhetsanda, d.v.s. att försöka stötta en två-tidningssituation på orten.
- Att tidningens lokalnyheter berör en själv.
- Känslan att man utan lokaltidning skulle bli isolerad från samhället.
- Att man sympatiserar med tidningens politiska orientering.
- Att tidningens har anpassat sig bra till tabloidformatet.
- Att tidningen skriver på ett intressantare sätt, den är bättre på att dramatisera händelser.
- Att man känner sig van vid att ha den aktuella lokaltidningen.
- Att en lokaltidning är viktig för att kunna etablera sig i samhället.
- Att en lokaltidning är viktig om man är ensam och inte har någon annan att prata med vid frukosten.
- Att prenumeranten har någon form av personlig anknytning till lokaltidningen.

Prenumeranternas attityder till sin lokaltidning skiljer sig väldigt lite. Majoriteten av prenumeranterna har förtroende för sin lokaltidning, att den bör uppfattas som trovärdig. Däremot säger de att det är ett förtroende med reservation, eftersom man inte bör lita helt på vad som sägs eller skrivs i medier. Många har personliga erfarenheter av negativ karaktär från att själva ha varit med i lokaltidningen. Prenumeranterna är överens om att det är bra med tabloidformatet, samt att tidningen är lätt att hitta i, vilket de säger har att göra med vana. Nästan alla uttrycker att de är nöjda med tidningsdistributionen. Många tycker att

lokaltidningen innehåller sådant man har nytta av, men medan åtskilliga vuxna önskar mer tycker de yngre att lokaltidningen innehåller alldeles för mycket oväsentligheter. Majoriteten tycker att tidningen är seriös, och de anger flera olika skäl. En sak som är värt att uppmärksamma är att majoriteten av gymnasieeleverna tycker att lokaltidningen kan vara alltför seriös. De skäl prenumeranterna diskuterar för att en lokaltidning skall vara seriös listar jag nedan, utan inbördes ordning. Lokaltidningen bör;

- Vara bra på att hitta intressanta lokala nyheter.
- Anställa journalister med bra skrivsätt.
- Ha ett bra och genomarbetat språk.
- Skriva om viktiga ämnen.
- Se till att journalisterna har god ämneskunskap i sina artiklar.
- Skriva om sådant som berör läsarna, även de yngre.
- Ha ett brett innehåll.
- Skapa sammanhang och helhet i artiklarna.
- Inte vara politisk utanför ledarplats.
- Inga etiska förhållningssätt.
- Inte vinkla artiklarna alltför mycket.
- Skriva om ekonomi och politik.

Beträffande diskussionerna kring prenumeration är en slutsats att för de vuxna prenumeranterna handlar det främst om ekonomi och innehållsmässiga faktorer som påverkar huruvida man kommer att fortsätta med sin prenumeration. Här såg vi en viss variation mellan de tidningar som har, respektive saknar nättidning ifråga om att lägga tyngdpunkten vid innehåll eller ekonomiska faktorer. Emellertid finner jag det inte rimligt att denna variation kan förklaras utifrån tillgång till nättidning eller inte. Endast ett fåtal prenumeranter i undersökningen har haft för avsikt att säga upp sin prenumeration, diskussionerna har varit hypotetiska. Jag vill understryka att det är få argument som i sig själva bär kraft för att prenumeranterna skall säga upp sin prenumeration. Istället samverkar de olika kategorierna, argumenten om att prenumerationspriset har höjts och att den personliga ekonomin blivit sämre kan i sig orsaka en uppsägning. Min slutsats är dock att det är troligt att denna uppsägning sker först när prenumeranten också tycker att innehållet blivit sämre, får mindre tid över eller liknande. En annan slutsats är att även om det var mycket få prenumeranter som hade för avsikt att säga upp sin prenumeration, var det endast en vid de tidningar som saknar konkurrens. Tidningar i monopolsituation gynnas av att deras prenumeranter saknar ett alternativ att byta till. Med alternativ avser jag en tidning, eller tidningsliknande produkt, eftersom prenumeranterna inte anser TV och radio som ersättare.

Medan vuxna prenumeranter vanligen karakteriseras som integrerade, stabila och med goda resurser, råder motsatsen för yngre. Kring stabilitet kan sägas att diskussionerna med gymnasieeleverna fick ha som utgångspunkt att de skall bosätta sig i sin hemkommun när de flyttar hemifrån. I verkligheten var det åtskilliga som hade planer att flytta till en högskole- eller universitetsstad, till vilken de kommer att bli nyinflyttade och därmed mindre integrerade. Om vi diskuterar vidare kan sägas att de ekonomiska faktorerna, d.v.s. resurser, är det viktigast skälet till att mindre än hälften tror att de kommer att börja prenumerera om de flyttar hemifrån inom kommunen. Det hör å andra sidan givetvis samman med att ungdomarna läser mycket selektivt. Tillspetsat kan man säga att de har mindre pengar, men skall betala samma summa som de vuxna, fastän de läser mycket mindre av innehållet i tidningen. Frågan om dagens ungdomar kommer att bli regelbundna tidningsläsare i framtiden

är en aktuell fråga för dagens tidningsbransch. Ett intressant resultat anser jag därför bör vara att ungdomarnas strategi istället är att fortsätta att vara användare av tidningen, men inte bli köpare. De ämnar läsa tidningen hos familjen, vänner eller på arbetsplatsen. Vidare säger alla ungdomarna att de kommer att prenumerera när de väl blivit vuxna, när de får fast arbete, skaffar hus och barn.



## **4. Vad gör prenumeranten nöjd?**



## 4.1. Teoretiska utgångspunkter om användares upplevda nöjdhet

Detta avsnitt knyter an till kapitlet med utgångspunkter om medieanvändaren eftersom såväl behov som beslutsprocesser är delaktiga faktorer i hur nöjd en mediekonsument känner sig. I detta sammanhang utgår jag från människan som en konsument. Samtidigt finns en problematik i att betrakta prenumeranter som konsumenter eftersom svenska tidningar inte helt har ett sådant förhållningssätt p.g.a. public service ideal. Att ha nöjda kunder är viktigt för ett företags framtid, i slutändan är det prenumeranterna som styr en tidnings överlevnad oavsett om tidningen betraktar dem som konsumenter eller inte. Jag har avgränsat mig till att endast diskutera teorier utifrån ett konsumentperspektiv, inte från ett företagsperspektiv. Däremot utgår jag från att ett möjligt arbetssätt för tidningar kan vara s.k. benchmarkning, vilket innebär att man jämför sig med, och strävar efter att efterlikna de bästa inom såväl sin egen som andra branscher.<sup>73</sup>

Inledningsvis kan sägas att en människas agerande vanligen tar sin utgångspunkt i dennes behov och en beslutsprocess för att tillfredställa dessa behov. Huruvida personen känner sig nöjd eller missnöjd handlar i stor grad om hur väl valet av media förmår uppfylla personens behov. Sörqvist formulerar kundens upplevda kvalitet som ett resultat av förväntningar före köp samt bedömning av produkten/tjänsten efter köp. Även företagets image påverkar. Kvalitet handlar om att inta ett kundperspektiv och förstå kundens behov, för att erbjuda det som är lämpligt för kunden.<sup>74</sup> Gummesson skriver att det är viktigt att förväntningar infrias för att upprätthålla en god relation.<sup>75</sup> Customer Relationship Management (CRM) är numera ett vanligt begrepp inom marknadsföringsbranschen som handlar om att behålla, vårda och utveckla relationerna till sina kunder. Det har blivit mycket vanligt inom olika branscher med lojalitetsprogram för att knyta kunderna till företaget genom exempelvis medlemskort.

En studie av europeiska konsumenter visar att det tar tolv positiva erfarenheter för att övervinna en negativ. Dessutom är kostnaden för att binda en ny kund fem gånger högre än att behålla en nuvarande.<sup>76</sup> Andra källor uppger att det kan vara fem till tio gånger så dyrt att skaffa nya kunder.<sup>77</sup> Företaget kan motarbeta att tappa sina kunder genom att tillhandahålla bra kommunikationskanaler för kunden att framföra klagomål, samt att snabbt genomföra åtgärder. Det är viktigt att kundtjänsten ges befogenhet att lösa problemen konstruktivt. Studier visar att om en kund är missnöjd och inte får sina klagomål behandlade på ett tillfredställande sätt kommer denna att diskutera det med 10-20 personer. Om företaget behandlat kunden väl kommer denna att diskutera det med ungefär fem personer.<sup>78</sup> Hoyer & MacInnis skriver att missnöjda kunder som blir väl bemötta av företaget kan bli än mer lojala med företaget i framtiden,<sup>79</sup> en slutsats som bekräftas av Gummesson<sup>80</sup>. Vidare skriver Gummesson att man inte till varje pris skall försöka behålla kunder, om en kund får ändrade behov som man inte kan tillfredställa är det rimligt att låta kunden gå. Men om kunder lämnar

<sup>73</sup> Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000, s 60

<sup>74</sup> Sörqvist Lars, *Kvalitetsbristkostnader – ett hjälpmedel för verksamhetsutveckling*, Lund, 1998, s 10ff

<sup>75</sup> Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000, s 51

<sup>76</sup> Klopp Charlotte & Sterlickhi John, *Customer satisfaction just catching on in Europe*, I "Marketing News", May 28, 1998

<sup>77</sup> Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000, s 47

<sup>78</sup> Ibid, s 108

<sup>79</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 290

<sup>80</sup> Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000, s 106



företaget p.g.a. dålig service, ointresse från företagets frontpersonal, dåliga leveranser o.s.v., bör företaget göra insatser.<sup>81</sup>

Vilka olika beteenden yttrar sig hos en missnöjd kund? En möjlighet är att kunden framför klagomål. Det är dock vanligare att kunder inte klagat när de är missnöjda. Klagomål framförs främst när kunden känner sig motiverad och att dennes förmåga och möjligheter till det är stora, samt att kunden tror att klagomålet kan leda någonvart. Klagande kunder är vanligen yngre, med hög inkomst och har låg märkeslojalitet till företaget. Många missnöjda kunder är passiva, andra kommer att klaga mycket om företaget till vänner och bekanta.<sup>82</sup> En missnöjd kund kan, förutom att klaga, direkt gå till en konkurrent, eller helt sluta använda varan eller tjänsten. Om alternativ saknar är en annan möjlighet är att kunden fortsätter köpa varan, även om denne känner sig missnöjd. Gummesson har skapat begreppet maktföretag, vilket är de företag som har en sådan monopolistisk situation att de i praktiken håller sina kunder som fångar.<sup>83</sup> Med tanke på det stora bortfallet av andratidningar de senaste decennierna kan majoriteten av de svenska lokaltidningarna sägas vara maktföretag.

Det finns flera olika faktorer som prenumeranter visat sig vara mindre nöjda med i tidningen. Resultat från Publicistiska bokslut visar att kring en femtedel av läsarna instämmer helt i att det förekommer mycket ofta att tidningen innehåller ointressanta nyheter, att det är för mycket negativa nyheter och att journalisterna ger uttryck för alltför mycket personligt tyckande. Kring var sjunde läsare instämmer dessutom att tidningen visar bristande respekt för människors privatliv, att det är dåligt språk och stavfel samt att tidningen tycks gå makthavarnas ärenden. Närmre en tiondel framför kritik för felaktiga sakuppgifter.<sup>84</sup> Det bör dock sägas att tidningsläsare bör betraktas som nöjda, åtminstone sett utifrån att de önskar mindre förändringar hos tidningen än medarbetarna själva. De områden som läsarna vill ha mest satsningar på är nyhetstjänster på Internet, reportage och mer djup.<sup>85</sup>

Att identifiera tidningsläsares behov genom undersökningar som Publicistiska bokslut ger uppslag till framtida strategiskt arbete, eftersom nöjda kunder givetvis är att föredra. Tidningens lönsammaste kunder är de trogna prenumeranterna. De mindre lönsamma prenumeranterna kan exempelvis vara dem som endast prenumererar under kortare perioder vid förmånliga erbjudanden, eller dem som bor i glesbygden och orsakar dyr tidningsutdelning. För att uppfylla läsarnas behov är ett naturligt steg att segmentera dem, vilket innebär en klassificering i grupper. Ett vanligt tankesätt inom marknadsföring är att man genom segmentering skall finna och satsa på de kunder som över tid genererar mest intäkter och minst kostnader.<sup>86</sup> Detta synsätt skiljer sig från tidningarnas traditionella synsätt, som vanligen riktar sig till alla läskunniga inom ett särskilt geografiskt område. Segmentering kan emellertid vara en förutsättning för att se till att alla dessa målgrupper blir nöjda. Tidningen bör skaffa sig kunskap om sina läsare, segmentera dem i olika grupper, för att kunna bearbeta varje grupp/segment med bästa resultat. Tidningens innehåll, tjänster och produkter anpassas efter läsarnas behov.

---

<sup>81</sup> Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000, s 47

<sup>82</sup> Hoyer D. Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001, s 289f

<sup>83</sup> Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000, s 109

<sup>84</sup> Wadbring Ingela, *2002 års Publicistiska bokslut – del 2 om läsares och medarbetares syn på tidningar*, Arbetsrapport 10, JMG, Göteborg, s 24

<sup>85</sup> Ibid, s 37

<sup>86</sup> Söderlund Magnus, *Segmentering – om marknadsföring på fragmenterade marknader*, Kalmar, 1998, s 15

## **4.2. Vad är prenumeranterna nöjda med, och vad vill de utveckla?**

Prenumeranterna uttrycker överlag att de känner sig nöjda med sin tidning, åtminstone tillräckligt nöjda för att fortsätta sin prenumeration. Sydöstrans prenumeranter uttrycker sig som mindre nöjda i förhållande till prenumeranter vid de övriga tidningarna. Vidare uttrycker somliga prenumeranter vid de tidningar där det inte finns någon konkurrerande tidning att det är svårt att säga hur nöjd man är, eftersom det saknas en referenspunkt. Kort kan sägas att dessa prenumeranter är nöjda med vad tidningen är i sig själv. Prenumeranter vid tidningar med konkurrenssituation uttrycker däremot att de inte bara är nöjda med vad tidningen är, men vad den är i förhållande till konkurrenten.

Vidare känner sig prenumeranterna givetvis olika nöjda, somliga prenumeranter känner sig väldigt nöjda, några känner sig nöjda med vissa delar, missnöjda med andra. Mitt intryck är att gymnasistudenterna tenderar att vara mindre nöjda i jämförelse med de vuxna. Många av de yngre känner helt enkelt att det är alldeles för lite av tidningens innehåll som de har intresse av. I detta avsnitt skall jag dels diskutera det innehåll i tidningen som prenumeranterna uppskattar, dels vilka önskemål om förbättringar de har. Önskemålen och vad man uppskattar går hand i hand. De skiljer sig dessutom åt mellan olika åldersgrupper, i synnerhet önskemålen. Därför kommer jag till stor del att diskutera gymnasistudenternas, respektive de vuxna prenumeranternas önskemål var för sig.

Prenumeranterna talar mycket mer om vad som kan förbättras än vad som är bra. Vid gruppdiskussionerna har prenumeranterna varit tämligen fåordiga i samtalen kring vad som gör dem nöjda. Det har uppstått intensivare diskussioner kring deras önskemål. Samtidigt är de noga med att understryka att de är nöjda med sin tidning. Att vara nöjd innebär att man tycker att vissa kriterier uppfylls av tidningen. Tidningen måste se till att tillfredställa de underförstådda och uttalade förväntningarna. Förväntningarna prenumeranter har på sin lokaltidning kan vara olika för olika personer, men också väldigt lika. Det prenumeranterna inte är helt nöjda med, önskar de givetvis skall förbättras. Om prenumeranternas önskemål uppfylls bör det innebära att deras känsla av nöjdhet ökar i positiv bemärkelse. *Gun, 81*, säger; ”Jag har bara bra att säga om Laholms Tidning, för det är den bästa lokaltidning man kan tänka sig, men lite små ändringar skulle man ju vilja ha”. Sedan föreslår såväl *Gun, 81*, som merparten av de övriga prenumeranterna flera saker som kan ändras. Innan jag diskuterar vad prenumeranterna önskar skall utvecklas ämnar jag inledningsvis diskutera vad de idag är nöjda med.

### **4.2.1. Vad känner sig prenumeranterna nöjda med?**

Flertalet av prenumeranterna känner sig nöjda med sin lokaltidning eftersom de upplever att de genom tidningen får reda på det viktigaste som har hänt i det samhälle där de bor. Majoriteten av prenumeranterna tycker att lokaltidningen uppfyller de viktigaste grundkriterierna för att de skall känna sig nöjda. Dessa centrala grundkriterier är att lokaltidningen har intressant och bred lokalbevakning, levererar tidningen i tid och dessutom i ett bra format. Formatets roll diskuteras exempelvis *Emma, 32*, och hon kan sägas uttala prenumeranternas ståndpunkt i följande citat; ”En sak som gör mig väldigt nöjd med Laholms Tidning, det är just att den är så liten. [...] Både i format och tjocklek. Den är lagom att hinna med innan man skall till jobbet på morgonen. [...] Man kan sitta vid köksbordet utan att tidningen tar upp hela bordet.”

Vidare finns det givetvis många andra delar som de vuxna prenumeranterna är nöjda med. De berättar att de uppskattar färgtryck, familjesidan, annonser och föreningskontakter. Särskilt familjesidan uttrycker många är en oerhört viktig del av tidningen, i synnerhet dödsannonserna. De uppskattar också artikelserier och krönikor. Information om vad som händer i kommunen är viktigt, likaså TV-tablåerna. En annan sak som uppskattas och ger mervärde är bilagor i olika form som exempelvis Tv-bilagor, spelbilagor eller idrottsbilagor. Prenumeranterna uttalar också nöjdhet för många saker som inte är nyheter, majoriteten tycks uppskatta underhållande mervärden. Sådana mervärden är exempelvis horoskop, citat, serier, korsord, krypton och limerickar. En annan sak som är viktigt är att tidningen skall vara lätt att läsa och att språket skall vara genomarbetat. Exempelvis berättar *Li, 64*, att hon uppskattar att Småläningen är skriven på "hennes språk", och inte lika invecklat som rikstidningarna. Språket är emellertid en fråga prenumeranterna har olika åsikter kring, där majoriteten framför önskemål om förbättringar. Prenumeranterna berättar också att det är otroligt bra med lokalredaktioner som bevakar vad som händer i de enskilda kommunerna. *Rolf, 80*, diskuterar detta utifrån Bohusläningen, han säger; "En sån lokalbevakning som de har övergått till, den är föredömlig på ett sätt, man kan ju inte begära att lokalredaktören skall fylla mer än en sida per dag, så mycket händer ju inte i en liten kommun". *Lennart, 58*, är också nöjd med det lokala innehållet och att tidningen har flera redaktioner. Han säger: "Bohusläningen uppfattar jag som en tidning som har ambitioner, har ambitionen att göra en riktig kvalitetstidning." Senare säger *Lennart, 58*; "Den är oumbärlig, den är nog en av Sveriges bästa lokaltidningar". Givetvis syftar inte *Lennart, 58*, endast till att Bohusläningen har flera lokalredaktioner, dessutom är inte hans uttalande representativt för alla intervjuade prenumeranter vid Bohusläningen.

Att lämna diskussionen vid de övergripande faktorerna prenumeranterna är nöjda med tycker jag vore synd. När jag nu går vidare kommer underlaget att bestå av utsagor som endast ett fåtal prenumeranter uttryckt. Men för att erbjuda god insikt och detaljrikedom av vad prenumeranterna känner sig nöjda med, anser jag att jag bör återge även vad endast ett fåtal prenumeranter har uttryckt. Utsagor kan vara tidningsspecifika eller individspecifika i denna rapport, men ändå ge en bild av vad som kan tänkas vara viktigt i större perspektiv.

Exempelvis säger flera av Bohusläningens prenumeranter att de uppskattar tidningens seriösa ledaravdelning, att tidningen har duktiga kolumnister. De säger också att kultursidorna är intressanta och omfattande, det finns inte en enda lokal konstutställning som inte kommer med i Bohusläningen. Det är också bra med kulturronden som är med varje vecka. Prenumeranterna vid Sydöstran framhäver att Sydöstran är duktig på att göra samhällsreportage. Jag vill också exemplifiera att prenumeranter lägger märke till detaljer, samt lägger värde vid dessa. Vid Laholms Tidning berättar några prenumeranter att de särskilt uppskattar att TV-tablåerna inkluderar danska TV-program. *Sylvie, 67*, tycker att det är mycket bra med foton på nyfödda. *Anders, 63* säger med skämtsamt ton att han lagt märke till att Sydöstran har roligare serier än BLT.

Det bör avslutningsvis sägas att gymnasiestudenterna skiljer sig från de vuxna på flera områden. Somliga aspekter delar de med de vuxna, exempelvis att det är viktigt att tidningen är liten och lättläst. Emellertid nämner de inte familjesidan, föreningskontakter och krönikor som något de uppskattar. Likaså anser de också att tidningen inte skall vara för tät på annonser. Medan flera vuxna tycker att annonserna är en viktig del av tidningen anser ungdomarna att desto mindre, desto bättre. De yngres låga intresse för annonserna misstänker jag handlar om att de inte är målgruppen för tidningsannonserna, att de istället finner annonser i exempelvis nöjesradion mer lockande. En annan faktor handlar givetvis om ungdomarnas

lägre köpkraft, samt mindre behov som boende hos föräldrar. Vidare berättar gymnasiestudenterna att de är tämligen nöjda med sporten och det lokala innehållet, de områden som är viktigast för dem. Vid de tidningar där det finns särskilt ungdomsinnehåll berättar ungdomarna att det är bra. Många anser dock att såväl sport som ungdomsmaterial och det lokala nyhetsinnehållet kan förbättras. Ungdomarna tycker exempelvis att lokalnyheterna kan vara väldigt ointressanta, att tidningarna bör göra bättre prioriteringar beträffande vad man ska skriva om. Prenumeranternas önskemål är många, och skall nu diskuteras ingående.

#### ***4.2.2. Vad önskar prenumeranterna skall utvecklas?***

Kunskap om prenumeranternas attityder kan med all rätt betraktas som en värdefull idébank för framtida åtgärdsprogram. Flertalet av prenumeranterna bidrar med förslag på saker, stora som små, som de tycker att lokaltidningen kan förbättra. Det bör framföras att i somliga fall är det endast ett fåtal som framför ett visst önskemål. Exempelvis kan prenumeranterna vid en utav de tretton fokusgrupperna ha diskuterat något som ingen av de andra grupperna tagit upp. Det behöver inte innebära att de övriga prenumeranterna inte skulle instämma i önskemålet. Prenumeranternas önskemål diskuterar jag utifrån tre huvudsakliga kategorier som jag benämnt som tidningens innehåll, stil och kundorientering. Tidningens innehåll är den kategori som diskuterats flitigast och inrymmer en mångfald av aspekter. Men som resultatredovisningen kommer att visa är det också mycket viktigt att ha insikt i de övriga två kategorierna.

##### ***i) Tidningens innehåll***

Att prenumeranterna utgår från sina egna behov och intressen när de framför önskemål kan tyckas självklart. *Kurt, 76* tycker att man bör göra dragningslistorna för premieobligationerna mer omfattande genom att även ha med vinster av mindre storlek. *Börje, 75*, och *Hans, 52*, tycker att Bohusläningen återigen skall ta upp information om vilka fartyg som ligger i hamn, för dem är det både roligt som viktig information. Dessa exempel får illustrera att prenumeranter har önskemål utifrån sina egna intressen och behov. *Kurt, 76*, önskan om större text handlar om att hans syn blivit mycket dålig och såväl *Börje, 75*, och *Hans, 52*, har en koppling till livet till sjöss. Vad prenumeranterna har framfört önskemål säger därmed en hel del om olika intressen och behov som finns. Att veta att dessa behov existerar är förtjänstfullt även om jag inte i denna studie kan visa hur vanligt förekommande dessa behov är. Jag kommer i detta avsnitt att diskutera flera olika innehållsaspekter som prenumeranterna uttryckt sig om. Inledningsvis skall jag ge några infallsvinklar på hur prenumeranterna resonerar kring sporten.

##### ***Personliga intressen styr vad prenumeranterna vill läsa om***

Jag skall nu över ett fåtal sidor diskutera olika exempel på önskemål som prenumeranterna fört fram, där det är särskilt tydligt att prenumeranternas egna intressen som styr vad de önskar skall förbättras. Till skillnad från de yngre prenumeranterna har de vuxna i denna undersökning ett väldigt litet intresse för sporten. Många säger också att det gärna hade fått vara mindre sportnyheter i förhållande till övrigt innehåll. *Niklas, 58*, uttrycker ett missnöje över att sporten är oproportionerligt stor i jämförelse med allmännyheterna. De dagar det inte hänt något särskilt i Laholmstrakten tycker *Niklas, 58*, att Laholms Tidning känns som en ren sporttidning. Ibland neutraliseras sporten genom att tidningen lägger in centralproducerat material flera sidor i rad. Det upplevs emellertid inte heller som ett bra alternativ. *Inga-Lill,*

55, och *Stina*, 50, uttrycker att de förstår att det finns de som intresserar sig för sportnyheterna, men själva tycker de att den är helt överflödigt. Det är många av de vuxna prenumeranterna som tycker att idrotten ges för mycket resurser och utrymme i tidningen. Att de vuxna kvinnorna i undersökningen inte läser sporten är inte alltför överraskande, däremot finner jag det anmärkningsvärt att även männen delar detta knappa intresse.

Men det finns emellertid en mindre grupp vuxna som trots allt uppskattar sporten. *Eskil*, 65, tycker att sporten rentav är det viktigaste i tidningen. Han beklagar sig över att Laholms Tidning har en tidig deadline, vilket gör att många idrottshändelser hamnar i tidningen först två dagar senare. Sydöstrans Karlshamnsprenumeranter säger att de saknar en riktig sportjournalist, likväl som att de saknar information om spel och odds. *Jennika*, 24, och *Gustav*, 55, tycker båda att konkurrenten BLT är mycket bättre på sport än Sydöstran. De tycker att det i Sydöstran sällan skrivs om den lokala sporten i västra Blekinge. För att få bättre lokala sportnyheter brukar *Jennika*, 24, och hennes pojkvän läsa BLT på banken.

Sporten hålls mycket kär av gymnasiestudenterna. Det skulle kunna förmodas att gymnasieeleverna borde vara nöjda med sportnyheterna, med tanke på att i princip alla läser detta område. Tvärtom är flera inte alls helt tillfreds, somliga uttrycker rentav stort missnöje. En central punkt är att gymnasieungdomarna tycker att sportjournalisterna är som besatta av alltför snäva områden. Exempelvis säger gymnasiestudenterna vid Laholms Tidning att fotbollen får orimliga proportioner, och Smålänningens prenumeranter klagat på att de får läsa om hockeylaget Troja-Ljungby oavsett om det är säsong eller inte. Majoriteten av gymnasiestudenterna tycker att lokaltidningar bör skriva mer om alla olika sorters sporter. Nästan alla är aktiva inom någon idrott, liksom deras vänner. Idrott är något som berör, ett samtalsämne. Prenumeranterna berättar att de tycker att det är mycket roligt när de kan läsa om vännerna som tävlat eller rentav själva får vara med i tidningen.

*Andreas*, 17, har däremot en annorlunda uppfattning än sina jämnåriga. Han berättar att han utövar bordtennis och att klubben spelar i en lägre division. Det står oftast om dem när de haft tävling, ibland t.o.m. mittuppslaget. *Andreas*, 17, tycker att det blir fel med alltför mycket uppmärksamhet kring hans idrottsförening i tidningen, eftersom de enligt honom själv är urusla. Han tycker att det är bra med bredd, men till en gräns. Gymnasiestudenterna tycker inte att sportbevakningen skall få präglas alltför mycket av den enskilda journalistens intresseområden. Kort sagt tycker de att bara för att journalisten är förtjust i herrhockey eller herrfotboll, är det inte säkert att det är det läsarna vill ha. En synpunkt från prenumeranterna är att det är viktigt att lokaltidningen skriver sportnyheterna med jämnare fördelning mellan kvinnor och män. I sammanhanget förs även fram att tidningen borde vara bättre på att följa upp sina artiklar. En av pojkarna berättar om när tidningen skrev en stor artikel om deras uppladdning inför att de skulle väg på en tävling, men inte en rad om hur det gick. Att vara snabb med publicering av sporthändelserna är också en viktig del. Prenumeranterna vid Laholms Tidning tycker att det är synd att pressläggningen är tidig, att många sena matcher missas. Flertalet av ungdomarna, exempelvis *Sammy*, 17 år, och *Pelle*, 17 år vid Bohuslänningen, önskar framförallt bättre lokal sportbevakning.

Ett fåtal ungdomar framför emellertid även synpunkter på utrikessporten. *Maja*, 17, berättar att hon är missnöjd med Smålänningens uppladdning inför fotbolls - EM och andra stora idrottsevenemang. Det blir en diskussion kring att Smålänningen missar mycket sportnyheter som inte är lokala, men som ändå har ett stort läsvärde. *Johan*, 17, tycker rentav bäst om att läsa utrikes- och inrikesport, vilket han tycker att det bör vara mer av i förhållande till lokal

sport. Och skall man utöka utrikessporten är det enligt *Marcus, 17*, viktigt att sträva efter mer bredd, han tycker att det är alldeles för mycket engelsk fotboll.

En av prenumeranterna vid Smälänningen, *Ingrid, 17*, upplever att Smålandsposten är snabbare och bättre på sporten. Jag förstår det som att när *Ingrid, 17*, skall välja lokaltidning är attributen snabb och bra sportbevakning mycket viktiga, till skillnad från de vuxna prenumeranterna som i första hand tycks utgå från en tidning med väldigt lokala nyheter. Smålandsposten blir ett tänkbart prenumerationsalternativ för *Ingrid, 17*, men är det inte för de vuxna eftersom de utgår från kriterier som endast Smälänningen uppfyller. För att avrunda diskussionen kring sporten skall jag framföra en mycket enkel slutsats. Prenumeranter med ett litet intresse för sporten önskar att den skulle ges mindre utrymme i tidningen, de med stort intresse framför mer förslag.

Nu skall jag istället diskutera att prenumeranterna vill ha mer omfattande och lokal lokalbevakning utifrån olika perspektiv. Prenumeranterna uppskattar att ha en lättläst och ganska tunn tidning. Däremot bör den inte vara för tunn på lokalnyheter, vilket tidningen kan upplevas vara i början av veckan eller under sommaren. Det visar sig att prenumeranterna är oerhört uppmärksamma på att lokaltidningarna sällan ger sig av på nyhetsjakt på kvällar och helger. Likaså framför flera att de tycker att lokaltidningen är sämre på att skriva om händelser på landsbygden. Flera berättar att de har gett tidningen tips, men att journalisterna sällan kommer. Prenumeranterna tycker att en tidning skall bevaka nyheter oavsett tid på dygnet. Lokaltidningen bör också uppmuntra sina läsare att ge dem nyhetstips. Det skulle kunna motverka att tidningen blir för tunn på lokala nyheter emellanåt. Prenumeranterna hoppas på att lokaltidningen blir bättre på att vara med där det händer. Samtidigt tillägger de att de har dålig insyn i lokaltidningens ekonomi. De resonerar att indragen nyhetsbevakning på kvällar och helger kanske är en nödvändig ekonomisk prioritering, vilket de i så fall måste ha förståelse för.

Nu skall jag diskutera ett fenomen som framkommit vid diskussioner med prenumeranter som inte bor vid lokaltidningens centralort. Det är emellertid så att majoriteten av prenumeranter i denna undersökning är bosatta vid centralorten, där fokusgrupperna genomförts. Vid Sydöstran genomförde jag emellertid fokusgrupper i Karlshamn, och vid Laholms Tidning och Bohuslänningen anslöt ett fåtal som bodde i omkringliggande orter. Trots att dessa prenumeranter var få uppkom en tydlig slutsats; prenumeranter som inte bor vid lokaltidningens centralort känner sig mindre prioriterade. Karlshamnsprenumeranterna tycker att Sydöstran bör ha bättre lokal- och sportbevakning, likväl som att införa dagens bild även från Karlshamn. De tycker också att det vore spännande att läsa om korta intervjuer med folk på stan om aktuella ämnen, precis som Sydöstran ofta gör i Karlskrona. Några pensionärer vid Laholms Tidning framför att det skrivs alltför lite om Skottorp och andra områden utanför Laholm. *Sylvie, 67*, är från Färgelanda och känner sig mycket missnöjd med bevakningen av lokalområdet där. *Sylvie, 67*, berättar att Bohuslänningen hade större ambitioner för ett par år sedan, med en satsning på Dalslands - området. Då startade man tre lokalredaktioner på orterna Mellerud, Bengtsfors och Färgelanda med sammanlagt fem journalister. *Sylvie, 67*, berättar vidare med missnöjd ton att man nu endast har en journalist kvar i hela Dalsland. Hon tycker att det är tydligt när den journalisten är borta på semester eller liknande, ”Då finns det ju inget, den bevakningen fyller man ju inte upp”.

Ett annat område handlar om att ungdomar vill ha artiklar skrivna om ungdomar, av ungdomar. Det innehåll lokaltidningar har utformat och riktat särskilt till ungdomar är emellertid väldigt begränsat. Vanligen handlar det om endast en eller två sidor per vecka.

Majoriteten av gymnasieeleverna uttrycker att de vill ha mer ungdomsriktat innehåll, samtidigt har de svårigheter att formulera hur man kan utveckla det. Flera föreslår emellertid att tidningen bör skriva mer om skolan, somliga vill ha mer information om nöjen för ungdomar. *Sofie, 17 år*, och *Linn, 17 år*, vid Bohusläningen anser att tidningen borde utveckla och bredda ungdomssidan. De tycker att ungdomssidan dels skall förekomma oftare, dels vara mer omfattande. Dessutom anser de att det är alldeles för mycket bilder och för lite text i de reportage som görs. Det kommer på förslag att Bohusläningen skall införa horoskop varje dag likväl som att man borde skriva mer kändisnyheter i stil med Aftonbladet.

*Marcus, 17*, och *Emma, 17*, berättar att det tidigare fanns en ung tjej som skrev krönikor för ungdomar, vilket de uppskattade. De tycker att Sydöstran skulle bli mer intressant om de skriver på ungdomars språk. De föreslår att unga journalister skall anställas. De kan skriva om allt möjligt, på ett sätt som gör att ungdomar tycker att det är roligare att läsa. Småläningen har uppmanat gymnasieeleverna att komma med tips, men de tycker själva att det är svårt. Också Laholms Tidning har vid förslag från ungdomarna att utveckla ungdomssidan fått till svar att de själva måste komma med tips. Gymnasieeleverna säger att de har tipsat tidningen, men berättar om fall när de inte brytt sig. Några av eleverna vid Laholms Tidning berättar om när de skulle på ett utbyte utomlands under flera veckor. Klassföreståndarinnan hade meddelat Laholms Tidning, men de visade inget intresse. De känner sig missnöjda vid sådana tillfällen, de tycker att det skulle kunna bli en intressant artikel. Gymnasieeleverna säger att de inser att det är svårt att skriva mycket för de unga när det inte händer särskilt mycket i kommunen. Men även om det är en svår uppgift för lokaltidningen säger de att de inte desto mindre hade uppskattat mer ungdomsmaterial. De yngres behov förblir otillfredsställda på den punkten. När få behov tillfredställs är det rimligt att de söker alternativa sätt. Många ungdomar berättar att de läser Aftonbladet eftersom de vill ha mer nöjesinriktade nyheter.

Även ett fåtal av de vuxna prenumeranterna för upp på tal att tidningarna bör skapa mer riktat innehåll till ungdomarna. Exempelvis säger flera av Sydöstrans vuxna prenumeranter att tidningen bör satsa mer på att göra en tidning riktad mot ungdomar, med inspiration från BLT:s ungdomssida. Vid Bohusläningen diskuteras att tidningen inte riktat sig tillräckligt mycket mot ungdomar. De diskuterar att ungdomarna är framtidens prenumeranter och att det kan behövas en del för att sporra dem. Det diskuteras att Bohusläningen bör satsa mer på ungdomssidor samt att inte göra artiklarna för långa, de ska vara kortfattade och intressanta. Sammanfattningsvis kan sägas att gymnasiestudenterna saknar en seriös ungdomssida. Oavsett kvalitén och omfattningen på lokaltidningarnas ungdomssidor i dagsläget, vill ungdomarna att de skall bli bättre och mer omfattande. Denna åsikt delas alltså även av flera av de vuxna prenumeranterna.

Vidare skall jag nu diskutera kring att majoriteten av de vuxna prenumeranterna är frekventa läsare av familjesidorna, i synnerhet dödsannonserna. Överlag får man säga att de är nöjda, det är endast Sydöstrans läsare som uttrycker missnöje kring sin familjesida. Det är framförallt pensionärerna som har fört en diskussion om att familjesidan blivit tunnare och att texterna kring jordfästningarna numera är alldeles för kort. Prenumeranterna vill ha mer information och bilder. De säger med en irriterad ton att de ibland inte får reda på en jordfästning förrän en bekant som läser BLT berättar det, och då känner flera prenumeranter sig utanför. Anledningen till att familjesidan blivit mindre är att Sydöstran ändrat sitt system för uppvaktning. Numera krävs det en aktiv handling från allmänheten, d.v.s. att den som fyller år, eller dennes bekanta eller anhöriga, för att en annons skall publiceras. Det kan annars ske missöden, som att tidningen gratulerar födelsedagen av en person som avlidit. Det

är en komplicerad situation för Sydöstran att prenumeranter är missnöjda med familjesidan eftersom det är allmänheten som bidrar med innehållet genom annonser.

Det är endast ett fåtal av prenumeranterna som läser ledarsidorna, dessa är utan undantag de vuxna och framförallt männen. Det låga intresset för ledarsidorna tycks höra samman med att det är endast Bohusläningens prenumeranter som tycker att sin ledarsida är bra. Vid Laholms Tidning är det ingen som uttrycker något om ledarsidan. Flera av Sydöstrans prenumeranter säger att Sydöstran borde ta ställning och våga kritisera politiken. De anser att Sydöstran idag är för snälla och oftast bara berömmar det socialdemokraterna gör, *Leif, 69*, kritiserar somliga ledarskribenter i synnerhet. Prenumeranterna vid Smålänningen tycker inte att ledarsidan är bra, varför majoriteten inte läser den. Grunden till problemet är att Smålänningens ledarartiklar är inköpt material, eller artiklar skrivna vid andra tidningar i Herenco-koncernen. Ämnena som tas upp är alltför allmänna och handlar inte om Ljungby, de engagerar en inte säger *Leif, 74*, och får medhåll av de andra. De diskuterar vidare att det inte är någon debatt, och tror inte heller att någon debatt kommer att stimuleras om ledarartiklarna inte är lokala och engagerande. De avrundar ämnet med att säga sig förstå att det kanske inte är rimligt att önska endast eget skrivna ledarartiklar, men åtminstone någon dag per vecka vore en förbättring.

En annan innehållsmässig aspekt som prenumeranterna lyfter fram handlar om utbudet av bilder. *Hans, 52*, berättar att han tycker att fotograferingen i tidningen är mycket bättre nuförtiden. Det finns mer variation, det är mer landskapsbilder och inte bara foton på människor för att de skall finnas där. *Rolf, 80*, tycker däremot att det är ett fattigdomsbevis att det är fler bilder i tidningar nuförtiden, att det är synd att bilderna tar över i tidningen. Det går också i linje med vad *Sofie, 17 år*, och *Linn, 17 år*, anser om utformningen av ungdomssidan, som enligt dem består av för lite text i förhållande till bilderna.

### *Mer fördjupning och bredd*

Det må vara att flertalet av de vuxna prenumeranterna berättar att de uppskattar att tidningen är tunn och snabbläst, men samtidigt är de många som önskar att tidningen bör utveckla sin bevakning av vissa ämnesområden. Jag har tidigare diskuterat att somliga prenumeranter vill ha mer sportnyheter, andra vill ha mer lokala nyheter och några vill ha mer ungdomsmaterial. Likaså är det flera som önskar mer lokal kulturell nyhetsbevakning. Recensioner har högt läsvärde, men återfinns oftast som centralproducerat material. Prenumeranterna saknar artiklar om lokala utställningar, konserter, författare, konstnärer o.s.v. Vid Sydöstran är det också flera prenumeranter, exempelvis *Victor, 77*, *Marcus, 17*, och *Emma, 17*, som önskar att tidningen kunde innehålla mer utrikesnyheter.

Listan göras lång över olika sorters ämnesinnehåll som olika prenumeranter vill ha mer av. Istället för att fortsätta den diskussionen skall jag peka på gemensamma nämnare. Prenumeranterna säger att de vill ha mer djup och bredd. Prenumeranterna säger att de vill ha mer reportage och artikelserier eftersom det saknas djup i det som skrivs. Exempelvis säger *Li, 64*, och *Stina, 50*, att de vill ha fördjupande artiklar som alternativ till det ytliga i Smålänningen. Jag förstår det som att prenumeranterna tycker att tidningarna skall lägga om riktningen. Tidningen bör fokusera mer på ge övergripande helhetsperspektiv som samtidigt tillåter läsaren att penetrera ämnet på djupet. Exempelvis kan nämnas att vid en av fokusgrupperna vid Smålänningen berättade *Janne, 65*, om en artikelserie om herrgårdar. Den har upphört nu, men det visar sig att såväl *Janne, 65*, som alla de andra åtta i fokusgruppen uppskattade artikelserien mycket. Artikelserien är ett exempel på vad vuxna



lokaltidningsprenumeranter saknar. Vidare önskar somliga prenumeranter mer vardagsnära nyheter, prenumeranterna tycker att det finns massor av intressanta ämnen att utforska. Prenumeranterna uttalar med andra ord ett behov av mer djup, bredd och helhetsförståelse av utvecklingen i sitt lokala samhälle.

Prenumeranterna vid Smålänningen understryker att tidningen idag har djup i artiklarna i bilagan ”Medmera”, dessvärre tycker de att alltför mycket av innehållet är inköpt. Det är viktigt för prenumeranterna att dessa artikelserier är lokala, det inköpta har inte alls samma värde. Prenumeranterna har delade meningar om inköpt nyhetsmaterial. Flera uppskattar det, exempelvis inrikes och utrikes samt reportage om kost och hälsa eller dylikt. Jag tycker att det är värt att påpeka att flera prenumeranter, särskilt pensionärerna, inte tror att det är inköpta nyheter. Det framkommer när de berättar att de är imponerade att tidningen kan bevaka nyheter över hela världen, eller när en annan tror att lokaltidningen säkert har bortåt hundra journalister anställda. Majoriteten vet dock att se skillnad, och somliga tycks ha ett gott öga för vad som är inköpt eller inte. Åtskilliga resonerar att det är ett tecken på dålig kvalitet när lokaltidningen innehåller för mycket centralproducerat.

En annan metod för att ge prenumeranterna mer bred och djup är att, i likhet med kvällstidningar, producera bilagor. De intervjuade vid Sydöstran säger att de skulle uppskatta en rolig tidningsbilaga att ha på helgen. De säger att lördagstidningen ofta blir sönderläst eftersom det inte finns en söndagstidning. Prenumeranterna framför att bilagan skulle kunna innehålla intressanta reportage. De resonerar också att även om egenproducerat lokalt material är att föredra, skulle även en bilaga med centralproducerat material uppskattas. De föreslår också att bilaga skulle kunna innehålla roliga saker som korsord, krypton och serier, dessa skulle medföra bredd i underhållningsavseende. Tidningarna bör också ha många kolumnister samt stimulera allmänheten till att skicka insändare. Det bör understrykas att åtskilliga prenumeranter även vid andra tidningar önskar att tidningen innehöll mer underhållande element.

### *Ge prenumeranterna en gladare tidning!*

Prenumeranterna har också önskemål om att artiklarna skall vara mer positiva. Det är alldeles för mycket tråkigheter i nyhetsbevakningen, flera tycker att det är beklagligt att nyheterna sällan handlar om något man kan bli glad för. *Eskil, 65*, berättar rentav att han knappt läser något annat än sporten eftersom de allmänna nyheterna mest handlar om brott och olyckor. *Benny, 63*, säger om Sydöstran;

*Sydöstran är en sensationstidning som bygger på den journalistiken som ofta återfinns i kvällspressen. Skjutjärnet, döda människor, hård i sin attityd, hitta syndabockar och skriva ut dem, hela den här bilden ligger i Sydöstran. Det är en kall reportageserie. Den innehåller mycket tyckande och ganska lite kunskap av dem som skriver. Kvällstidningsjournalistiken tycker jag inte hör hemma i landsortspressen. Här ska vi ha en positiv tidning.*

Flera prenumeranter vid de olika lokaltidningarna är trötta på det alltför stora utbudet av negativa nyheter. Exempelvis säger *Hans, 52*, *Sylvie, 67*, och *Gudrun, 75*, att Bohuslänningen skriver alldeles för mycket om negativa nyheter. *Sylvie, 67*, och *Hans, 52*, har båda två personliga erfarenheter från Bohuslänningen, genom sitt engagemang inom föreningslivet eller kommunalpolitiken. De önskar att Bohuslänningen kunde ha bättre nyhetsbevakning av föreningars rörelser, vilket innebär att de bevakar sådant som händer även på kvällstid och helger. Det är också enligt dem viktigt att belysa politiskt arbete från ett positivt perspektiv,

inte endast skriva när det sker negativa saker. *Gustav, 55*, tycker att lokalnyheter alltid är alltför negativa och säger att någon gång måste det väl ändå hända något positivt. *Alexandra, 74*, tycker att det finns massor av positiva ämnen som tidningen kan skriva om, men som tidningen inte tycks se nyhetsvärde i. *Jennika, 24*, och *Emma, 17*, är av uppfattningen att visserligen är det inte kul med alla dessa negativa nyheter, men det är oftast de som är de mest intressanta.

### *Information om aktiviteter, evenemang och liknande*

Prenumeranterna tycker att tidningen skall upplysa dem om vad som händer i trakten. Det har tidigare framgått att de uppskattar information om aktiviteter, evenemang och liknande. Emellertid känner prenumeranterna att informationsområdet bör utvecklas. Precis som för nyheter önska mer bredd, mer djup och mer överblick. Prenumeranter vill kunna hålla sig informerade om vad som händer i kommunen, inte bara genom nyheter, utan även information om evenemang, möten, utställningar och liknande. Prenumeranterna tycker att tidningen bör vara bättre på att förse läsarna med information om vad som händer i trakten, inte bara efter ett evenemang utan även före. Det är inte sällan läsarna inser att de missat något intressant när de läser tidningen, dagen efter att det inträffat. Det väcker negativa känslor. Flera prenumeranter klagar på att de har missat utställningar, möten, teaterpjäser o.s.v. eftersom det inte står i tidningen. *Ewa-Maj, 76*, ”Det står aldrig om vad som händer i Laholms Tidning”. *Gunilla, 45*, tycker att det är trist att missa grejer. Vilket hon ofta gör eftersom hon arbetar hemma och inte har arbetskamrater som informerar henne.

Flera är av uppfattningen att den information som finns i lokaltidningen dels har för liten textstorlek, dels att den inte är samlad. Prenumeranterna understryker att de vill ha tydlig och riklig information. Prenumeranterna berättar att de även har önskemål om att få information om evenemang och andra aktiviteter i de näraliggande städerna. Exempelvis säger prenumeranterna vid Smålänningen att de vill veta vad som händer i framförallt Växjö, men också Värnamo och Halmstad. Prenumeranterna berättar att de uppskattar rutor med information om vad som händer under dagen, under veckan eller månaden. Det skall vara möjligt att klippa ut en spalt med information om vad som händer i veckan. Man skall kunna ha den i plånboken eller sätta upp den på kylskåpsdörren eller anslagstavlan.

Givetvis finns det en konflikt hos tidningen att informera alltför väl om aktiviteter, vilket gör att arrangörernas behov av att annonsera minskar kraftigt. Prenumeranterna har viss förståelse för att tidningen helst ser att denna information kommer som annonser eftersom annonserna är tidningens främsta intäktskälla. Prenumeranterna hoppas dock att lokaltidningen kan utforma informationen bättre, vilket skulle göra dem nöjdare. De förstår om lokaltidningen vill undanhålla alltför specifik information. Exempelvis datum, exakt tid och plats för en teaterpjäs. Det framförs också att uppföljningen av evenemang och nyheter kan vara väl knaper emellanåt. Exempelvis berättar *Niklas, 58*, om ett evenemang som Laholms Tidning var medarrangör till. Det skrevs flera artiklar innan evenemanget skulle äga rum, vilket är positivt. *Niklas, 58*, säger att han är mycket missnöjd att tidningen inte publicerade en enda artikel om evenemanget i efterhand

I likhet med de vuxna prenumeranterna uttrycker även gymnasieeleverna ett otillfredsställt behov av information om händelser. De säger att de uppskattar exempelvis bioprogrammet, TV-tablåerna och annonserna. Emellertid tycker de att det är alldeles för tunn information om när olika idrottsmatcher skall spelas. De tycker att det är tråkigt att missa matcher p.g.a. att de inte blivit informerade på förhand. Att de genom lokaltidningen vanligen endast kan läsa om

matcherna i efterhand. I likhet med de vuxna prenumeranterna diskuterar även gymnasiestudenterna tidningens dilemma med annonsintäkter kontra att ge prenumeranterna information. Gymnasieeleverna tycker att lokaltidningen åtminstone kan informera om att det är hemmamatch, samt vilken dag. Då kan de försöka få reda på mer detaljerad information på annat håll.

## ii) *Tidningens stil och form*

Ett centralt tema när prenumeranterna diskuterade vad som kan förbättras är tidningarnas språkbruk. Prenumeranterna vid de olika tidningarna har delvis olika uppfattningar kring lokaltidningens språk. I korta ordalag kan sägas att prenumeranterna vid Laholms Tidning och Bohuslänningen har framfört väldigt mycket klagomål kring sin tidnings språk. Vid Sydöstran och Smålänningen har det visserligen också där framförts kritik, men inte i samma utsträckning.

Diskussionerna har kretsat kring att tidningen innehåller för mycket stavfel och att språket är för ensidigt. Somliga prenumeranter tycker även att flera journalister visar dåligt, eller lite, omdöme för personerna de skriver om. Det kan handla om att lämna ut för mycket detaljer eller liknande. Prenumeranterna tycker vidare att tidningen skulle utstråla mer kvalitetskänsla om språket vore bättre. *Janne, 77*, har mycket starka och negativa känslor för somliga journalisters språk. Han hade med sig flera artikelurklipp ur tidningen för att kunna illustrera. Ett exempel handlar om journalistens lättsamma ton i en artikel om ett mord på två unga kvinnor i trakten, *Janne, 77*, uttryckte sitt missnöje med ett darr på rösten. Ett annat exempel handlar om en artikel där Laholms Tidning inte vill avslöja den åtalade i ett rättegångsfall, men inte har gjort någon ansträngning till variation i språket, varför den åtalade benämns som ”person” ett tjugotal gånger. Ett tredje exempel är ett stavfel i rubriken på en stor artikel, vilket hela gruppen betraktar som ett fatalt misstag. Alla prenumeranter i den fokusgruppen instämmer i det missnöje *Janne, 77*, uttrycker. *Rut, 71*, säger; ”Ibland undrar man, men kära nån, har de inte lärt sig någonting innan de började arbeta som journalister”. Vidare säger *Inga-Britt, 61*; ”språket är förflackat och språket är inte bra idag”. *Gunilla, 45*, och *Emma, 32*, m.fl. föreslår att journalisterna borde använda sina rättstavningsprogram. Gymnasiestudenterna framför också att de tycker att språket har stora brister. Framförallt att tidningarnas medarbetare är mycket slarviga eftersom det är mycket tryck- & stavfel. Ofta blir det fel namn på personer i idrottslag. Prenumeranterna vid Smålänningen har en önskan som är relaterad till tidningens språkbruk. De tycker att tidningen skulle få mer dynamik om man byter ut journalister emellanåt. Tidningens innehåll och utformning präglas av dem som skriver, nya personer ger nytt tänkande. *Stina, 50*, tycker att tidningen är så förutsägbar att hon avgöra vem som skrivit en artikel utifrån dess stil.

En annan aspekt som framförts av i synnerhet pensionärerna vid de olika lokaltidningarna är att det är för liten storlek på texten. Exempelvis säger *Rolf, 80*, *Rutger, 77*, *Eva, 60*, och *Sylvie, 67*, att texten är alldeles för liten även om den fortfarande är läsbar. Flera prenumeranter tycker att vissa delar kan vara extra svåra. Vid Bohuslänningen framförs klagomål särskilt på sporttabellerna och aktielistorna och Sydöstrans pensionärer framför önskemål om större textstorlek framförallt på måndagarnas restaurangmenyer, vilka de tycker knappt går att läsa. Samtidigt berättar de att de är nöjda med att Sydöstran gjort storleken större på korsordet, vilket de skickat klagomål om tidigare. *Gudrun, 75*, är dock väldigt missnöjd med textstorleken i hela tidningen sedan man ändrat till tabloidformatet. Hon säger att texten har gjorts större en gång, men det var mycket lite. ”Det är för smått, det går mig förbi på något sätt.” På tal om det nya formatet säger *Kurt, 76*, ”Den har blivit mer svårläst för

oss äldre”. Han berättar att han inte hinner läsa i den takt han vill eftersom texten är för liten. De påpekar att de är nöjda med tabloidformatet i sig, men inte textstorleken som övergången medfört. Kring tidningens stil kan sägas att vid Sydöstran förde ett fåtal prenumeranter en diskussion kring att Sydöstrans typsnitt är sämre än konkurrenten BLT. *Anders, 63*, föreslår att Sydöstran skall inhämta inspiration från Svenska Dagbladet, som enligt honom har ett läsvänligare och bättre upplägg.

Nära relaterat till tidningens språk är givetvis journalisternas skrivsätt och även deras kunskap inom områdena de skriver. Denna diskussion är på ett naturligt sätt sammankopplad med det jag tidigare diskuterade om att journalister bör skriva med mer bredd och djup. När man diskuterar prenumeranternas syn på journalisternas skrivsätt är emellertid en bred uppfattning att lokaltidningarna saknar journalister med kritisk attityd. Prenumeranter vill ha duktiga samhällsreportrar som är orädda av sig, men också sakliga journalister som hjälper läsaren att skapa sammanhang. *Benny, 63*, berättar att han har en vision om att journalistiken skall återgå till vad den tidigare har varit, tiden då tidningen innehöll mer djup och bredd. Prenumeranterna diskuterar dels att det finns åtskilliga teman lokaltidningen skulle kunna skriva artikelserier om. Ett annat förslag är att lokaltidningen bör skriva sina artiklar utifrån flera vinklar. Om en stor nyhet exempelvis handlar om en hemlös som omkommit, bör inte tidningen nöja sig där. På samma uppslag vore det uppskattat om tidningen också skriver om antalet hemlösa i kommunen och vad som görs för dem. Kring det journalistiska innehållet säger *Kurt, 76*, och *Rutger, 77*, samt *Eva, 60*, att tidningen bör bli bättre på att göra uppföljningar av stora nyheter. De berättar att det i ett par dagar kan vara massor av artiklar kring ett ämne, för att sedan inte nämnas alls. Prenumeranterna berättar att de ofta undrar om hur det gick sen i de olika nyheterna. Många av prenumeranterna tycker att lokaltidningen ska arbeta på att vara mer informativ samt skriva på ett pedagogiskt sätt.

### *iii) Tidningens kundorientering*

När man diskuterar tidningars kundorientering kan man skilja på åtaganden och på service till läsarna. Om man ser till den tidigare diskuterade Kano-modellen i det teoretiska avsnittet i detta kapitel, kan man säga att åtaganden faller inom läsarnas underförstådda och uttalade behov. Service till läsarna ger däremot något mer och placerar sig från de uttalade behoven till de omedvetna behoven. För att prenumeranterna skall bli och förbli nöjda är det åtskilliga faktorer som kan behöva uppfyllas. Jag bortser i denna diskussion från de direkt innehållsmässiga aspekterna. Prenumeranten skall dagligen få sin tidning levererad i tid, och om den uteblir bli kompenserad för detta. Tidningen skall visa samhällsansvar, inta ett etiskt förhållningssätt. Tidningen skall fungera som en samarbetspartner, inte endast utnyttja de som tidningen skriver om. Allmänheten skall kunna lita på sin tidning och det skall vara möjligt att upprätta en dialog. Tidningen bör försöka tillgodose alla sina läsares behov genom att exempelvis ha bra lokalbevakning runt om i täckningsområdet. Tidningen bör också upprätta flera kanaler för kommunikation med läsarna så att de enkelt kan framföra sina tankar eller ärenden. Som service till läsarna ger tidningen det där lilla extra. Det kan vara att tidningen premierar sina trogna prenumeranter med presenter, eller att erbjuda en nättidning. Likaså kan det vara att skapa detaljerat informationsmaterial om vad som händer i kommunen inom exempelvis kultur och idrott. Nu skall jag lämna den abstrakta nivån i diskussionen för en stund, och istället diskutera några exempel där prenumeranterna uttryckt sig kring vad de uppfattar som tidningarnas bristande kundorientering.

Först skall jag berätta om *Agda, 76*, & *Beata, 70*, två karlskroniter som känner varandra genom sitt engagemang i kommunalpensionärerna. De hade vidare gemensamt att de ville

kritiserar Sydöstrans publicering av referat från sina möten. *Agda, 76, & Beata, 70*, sade att detta var en fråga som många av kommunalpensionärerna, med sina 1300 lokala medlemmar känner sig missnöjda med. Det kan tilläggas att de berättade att många av dem idag är prenumeranter av Sydöstran. *Agda, 76, & Beata, 70*, berättade att de inom kommunalpensionärerna ofta har möten. Vanligen skriver de referat inför sina möten, för att informera alla medlemmar om att det är dags för ett nytt möte. Dessa referat har Sydöstran åtagit sig att publicera i mån av tid och plats. *Agda, 76, & Beata, 70*, säger att föreningen tycker att det ibland dröjer alldeles för länge innan referaten kommer med i tidningen. Det är ett problem som enligt dem varat i årtal. *Agda, 76, & Beata, 70*, och åtskilliga fler inom kommunalpensionärerna, har för avsikt att säga upp sina prenumerationer som en protest, om problemet kvarstår. Mitt intryck är att kommunalpensionärerna upplever det som en rättighet att publicera referat gratis i lokaltidningen, varför de blir upprörda när det inte fungerar som de förväntar sig. Sådana attityder kan vara viktiga att förstå. Eftersom de anser att det är en rättighet handlar det om att Sydöstran underförstått skall tillgodose detta behov. Det kan vara en fara, för om lokaltidningen betraktar det som en service utöver det extra, är det stor obalans i synen på vad som är service och rättigheter. En tidning kan inte alltid tillgodose alla läsares behov. I fall som detta, där oerhört många prenumeranter uttrycker missnöje och funderingar över att säga upp sina prenumerationer är det mycket viktigt att upprätta en dialog.

Ett andra exempel, också från Sydöstran, handlar om prenumeranters syn på att publicera insändare i tidningen. *Victor, 77*, berättar också att han själv är flitig med att skriva insändare, och genom åren har han publicerat åtskilliga. Med en bitsk ton säger han att han vid ett tillfälle skrev en för honom mycket viktig insändare, men som lokaltidningen utan förklaring inte publicerade. Han berättar att han tycker att tidningen har vänt honom ryggen och känner sig sviken. Liknande känslor har även *Alexandra, 74*, för Sydöstrans insändarsida. *Alexandra, 74*, berättar att också hon ofta skriver insändare. Vid ett tillfälle omformulerade Sydöstran hennes insändare till en helt ny vinkling. *Alexandra, 74*, blev förlöjligad, inte bara i tidningen men av andra läsare som personligen och genom nya insändare kommenterat hennes insändare. *Alexandra, 74*, har skickat ytterligare insändare för att förklara sig, men enligt henne har inte Sydöstran publicerat dessa. Alla prenumeranterna i fokusgruppen tycker att det är jättedåligt av Sydöstran. Även här återfinns en problematik kring att missnöje skapas bland prenumeranter utifrån att tidningen inte uppfyller prenumeranternas förväntningar.

Det kan vara viktigt att från tidningens sida informera tydligt, men också vara öppen för dialog med sina läsare. När ett samarbete mellan lokaltidningen och allmänheten skapas måste ömsesidigt förtroende byggas upp. Förtroende för tidningen handlar inte endast om att tro på nyheterna i tidningen. Det handlar också om att lita på journalisten som vill intervjua dig. Jag har tidigare nämnt att flera prenumeranter har negativa erfarenheter av att bli intervjuade av lokaltidningen, exempelvis. *Marie, 58*, är en av dessa prenumeranter, hon berättar av egen erfarenhet om tillfällen när Smålänningen tagit kontakt med hennes arbete för artiklar. Av olika anledningar skiljer sig artiklarna ofta från den verklighet hon och hennes kollegor upplever. Därför blir *Marie, 58*, och hennes kollegor ofta nervösa nuförtiden när Smålänningen ringer, de kan inte veta vilken vinkling journalisterna skall hitta på. *Stina, 50*, och *Glenn, 64*, deltar i samma fokusgrupp, och även de har liknande negativa erfarenheter. Att som journalist "bränna sina källor" är givetvis vanskligt, i synnerhet i en liten stad. Lokaltidningen bör visa samhällsansvar och inte ett etiskt förhållningssätt för att få sina läsares förtroende.

*Benny, 63*, tycker att Sydöstran har ett ansvar till samhället. Dålig faktakunskap leder till icke verklighetstroga artiklar, som i sin tur leder till felinformerade medborgare. Men

samhällsansvar handlar enligt flera prenumeranter inte endast om att vara aktsam med val av vinkling och att vårda relationen till sina källor. Exempelvis diskuterar *Victor, 77*, och *Beata, 61*, ett exempel om ung tjej som under en sommarfestival stal alcotvål med 60 procentig alkoholhalt. Alcotvålen stals från offentliga toaletter och överkonsumerades sedan tillsammans med Red Bull. Flickan hittades i utslaget tillstånd av polisen. *Victor, 77*, och *Beata, 61*, tror att artikeln kan ge dåliga idéer till andra minderåriga som söker nya vägar att bli berusade, varför sådana artiklar skall undvikas.

Vid diskussionerna som förts med prenumeranterna har jag frågat vad de skulle säga om de fick en minut med utvecklingschefen. Diskussionerna har nästan utan undantag kommit att handla om vad tidningen kan göra bättre. Vid en fokusgrupp med nio prenumeranter vid Smålänningen utvecklades emellertid diskussionen annorlunda. Prenumeranterna säger att de gärna vill veta vad tidningens VD har för arbetsuppgifter. Hur har hon det en dag på arbetet? Vad har lokaltidningen för ambitioner och framtidsplaner? Hur tänker man om dagsläget och framtiden? Prenumeranterna är väldigt nyfikna på framtidsvisioner. De säger också att de vill veta vad man kan förvänta sig av tidningen, vad som är rimligt att hoppas på med tanke på tidningens resurser. Någon föreslår att man gör en helsida om VD:n och hennes arbetsuppgifter. I sammanhanget föreslås att tidningen bör skriva artiklar om fler av de anställda vid tidningen. Prenumeranterna är nyfikna på tidningen. Somliga uppskattar den dialog som blir möjlig när fokusgrupper arrangeras. Att känna sin tidning framstår som viktigt. Flera oroar sig för vad som skulle hända om tidningen köps upp, eller om det skulle genomföras andra stora förändringar. Som service till läsarna kan det med andra ord aktuellt att för tidningen bjuda på sig själv. Eftersom prenumeranten umgås med sin lokaltidning fem-sex dagar i veckan kanske det är naturligt att vilja veta mer om människorna bakom.

Samtidigt som somliga av prenumeranternas önskemål är oerhört dyra att tillfredställa, kan andra vara oerhört billiga och enkla att tillfredställa. Följande är ett exempel på hur enkelt det vore att tillfredställa sina läsaes önskemål, om tidningen bara lyssnar till dem. *Conny, 65*, berättar att såväl han som flera bekanta brukar lösa Smålänningens korsord, likaså deras barn och barnbarn. Vuxna har chans att vinna två trisslotter, men barnen vinner endast en kortlek med reklam för Smålänningen. Så har det varit i flera år och *Conny, 65*, säger att vid det här laget har alla barnen i släkten åtminstone en kortlek var. Trots flera påtryckningar från såväl *Conny, 65*, som hans släkt och vänner, har inte Smålänningen ändrat vinsterna. Nu vill *Conny, 65*, inte skicka in barnens korsord längre eftersom de blir besvikna, även om de vinner.

Slutligen vill jag också framföra att många trogna prenumeranter tycker att det är orättvist att allmänheten ofta får erbjudanden om att köpa tidningen till kraftigt reducerat pris. Vid Sydöstran berättar några av prenumeranterna att de vet åtskilliga som endast har Sydöstran när de får den för halva priset eller rentav gratis. Flera av de intervjuade lyfter fram att de förstår att Sydöstran gör det för att värva nya prenumeranter, men att det känns orättvist. *Agda, 76*, säger att med tanke på att hon varit trogen prenumerant i 50 år känner hon sig väldigt bortprioriterad. De trogna prenumeranterna tycker att de borde belönas på något vis.

### **4.3. Sammanfattande slutdiskussion**

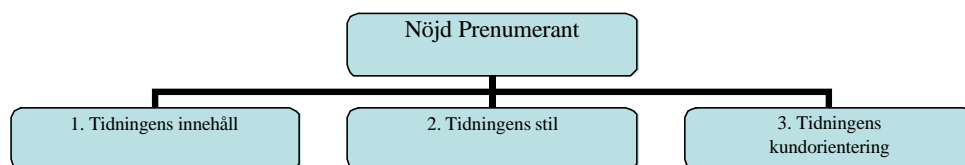
I denna undersökning har jag inte avsett att mäta hur nöjda olika prenumeranter är med sin lokaltidning. Snarare har jag önskat få en uppfattning om vad de är nöjda med, vad de är missnöjda med och vad de önskar att lokaltidningen skall förbättra. Det handlar med andra ord snarare om att identifiera viktiga faktorer än att undersöka omfattningen av dem. Än en gång kan understrykas att likheterna är mer framträdande än skillnaderna mellan de olika tidningstyperna. När jag formade urvalet av lokaltidningar till denna undersökning var en av de största skillnaderna mellan de olika lokaltidningarna huruvida de satsat på att etablera en nättidning eller inte. Emellertid har nättidningen knappt kommit på tal i de olika diskussionerna om vad som gör prenumeranterna nöjda eller vad de önskar kunde bli bättre. Märk väl att det ofta inom såväl vetenskapen som medierna talas om att nättidningen är en service från tidningens sida till sina läsare. Hur prenumeranterna använder nättidningar och deras attityder till dem kommer jag att diskutera i nästa kapitel.

Oavsett vilken tidningstyp som prenumeranterna hör till, är deras värderingar, intressen och behov mycket likartade. Prenumeranternas värderingar skiljer sig givetvis åt i viss mån på ett individuellt plan, men på ett övergripande plan tycks dessa värderingar vara väldigt lika. Prenumeranter vid olika tidningar har liknande behov. De blir nöjda av samma anledningar, och för även fram önskemål om förbättringar som har stora likheter. Prenumeranterna har väldigt lika behov, och dessa behov har än så länge inte visat sig innefatta en lokal nättidning.

Efter att ha konstaterat att de olika prenumerantgrupperna inte skiljer sig åt särskilt på kategoriindelningsnivån bestämde jag mig för att låta denna analys ta en annan riktning. Istället skall jag försöka att resonera kring resultaten i detta kapitel ur ett helhetsperspektiv om vad som är viktigt för att prenumeranter skall känna sig nöjda. Prenumeranterna uttalar överlag att de är nöjda, åtminstone tillräckligt nöjda för att fortsätta sin prenumeration. Känslan att prenumeranterna är nöjda kanske man inte får när man läser de stora mängder önskemål de framfört. Det bör kanske talas om att vara nöjd på olika plan, där prenumeranterna skulle bli mycket nöjda om alla deras önskemål uppfylldes. Det finns en tendens att de yngre är mindre nöjda, vilket till stor del tycks handla om att det är för lite innehåll i tidningen som de tycker är intressant.

En viktig slutsats är att prenumeranter tycks ha svårt för att säga vad de tycker är bra med sin lokaltidning. Det är möjligt att lokaltidningen tillfredställer en rad olika behov, men utan att prenumeranten kan sätta fingret på vilka behov det är. Prenumeranternas svårigheter att uttrycka sig kring vad som gör dem nöjda med tidningen kan liknas vid ett kärleksförhållande. Partnerna kan tycka att de har en mycket kärleksfull och givande relation. Samtidigt kan de ha problem att beskriva denna känsla för en tredje part. Vad är det som egentligen är bra med relationen? De kan snarare ha lättare för att berätta om vad som inte är bra och vad man önskar vore bättre, fastän de känner sig nöjda. Kanske reflekterar människan mindre över det som är, det man tar för givet. Många av prenumeranterna hade inför gruppdiskussionerna uppenbarligen förberett sig för att berätta om saker som inte är, som de önskar skall förbättras.

Figur 3. Viktiga faktorer för att prenumeranter skall bli nöjda med sin lokaltidning.



Figur 3 visar tre kärnområden som visat sig vara viktiga för att prenumeranterna skall känna sig nöjda. Denna kategorisering har jag skapat genom att anteckna alla uttalande om vad som gör prenumeranter nöjda och vad de önskar skall utvecklas. Jag har sedan i sedvanlig ordning grupperat de olika behoven efter kategorier där tidningens innehåll har visat sig vara den bredaste kategorin. När jag diskuterar de olika kategorierna är det viktigt att komma ihåg att kategorierna representerar vad 87 prenumeranter vid fyra olika tidningar tillsammans har sagt är viktigt. Vissa uttalanden kan vara tidningsspecifika, andra kan vara individspecifika. En prenumerant kan med andra ord bli nöjd även om endast ett fåtal av faktorerna uppfylls, medan en annan har större behov. Ingen prenumerant har sagt att alla faktorer är viktiga. För den tidning som skulle tillgodose alla dessa intressen, skulle det rimligen finnas inslag av tillfredställande av inte bara underförstådda och uttalade behov, men också av de omedvetna. Exempelvis skulle en ny lördagsbilaga kunna fungera som en välkommen överraskning, och att prenumeranten inser att det är jättebra att ha lite extra att läsa eftersom ingen tidning kommer på söndagen. Nu följer en lista över de olika aspekter som prenumeranterna framfört, uppdelat efter de tre kategorierna i figur 3, nämligen tidningens innehåll, stil och kundorientering.

*För att prenumeranten skall bli nöjd kan det vara viktigt att lokaltidningen satsar på att;*

## 1. Tidningens innehåll

- Ha en bra täckning av lokalnyheter. Det innefattar även att tillgodose det lokala nyhetsbehovet bland de prenumeranter som bor i omkringliggande kommuner. Om tidningen har dagens bild bör alla kommuner representeras.
- Ha ett brett sportutbud. Det bör innehålla god täckning av ett brett urval av lokala sportevenemang. Tidningen bör också skriva om inrikes och utrikessport. Sportinnehållet bör speglas av prenumeranternas intressen och inte journalisternas.
- Ha ett tillfredställande utbud av inrikes- och utrikesnyheter.
- Ha en aktuell familjesida. Den bör täcka nyfödda, gärna med foton, såväl som omnämna födelsedagar och dödsannonserna.
- Skriva artikelserier med teman som har anknytning till dels det lokala samhället, dels människor.
- Skriva djuplodande reportage.
- Skriva krönikor.
- Skriva om ämnen som berör yngre prenumeranter, exempelvis skola eller nöjen.
- Ha bra uppföljning av viktiga händelser och stora nyheter.
- Ha bra kulturbevakning av lokala utställningar, teaterpjäser och dyl.
- Skriva egna ledarartiklar som har lokal anknytning och som uppmanar till debatt.



- Ha en ledarsida där tidningen vågar förhålla sig kritiskt när den diskuterar lokala frågor.
- Skriva samhällsreportage.
- Ha ett stimulerande utbud av kolumnister, vilka uppskattas av prenumeranterna för att de skänker andra värden än nyhetsartiklarna.
- Skriva för ungdomar. Gärna att tidningen anställer ungdomar som själva skriver eftersom ungdomarnas språkstil är uppskattad bland yngre.
- Gör uppföljningar av stora nyheter. Prenumeranter undrar ibland, ”vad hände sen?”, inom ämnen som fått stor uppmärksamhet i media.
- Ha en bra balans av bilder i jämförelse med text. Texten bör vara dominerande.
- Tidningen bör innehålla mer underhållande saker. Exempelvis mer korsord, krypton, serier, roliga historier, citat och horoskop.
- Ha god information om radio & TV program.
- Innehålla god information om spel och odds på sportsidorna.
- Se till att informationen om vad som händer lokalt skall vara samlad och detaljerad.
- Ha ett bra lokalt annonsutbud.
- Upprätthålla proportioner mellan på egen hand skrivna och inköpta artiklar.
- Se till att ha goda proportioner mellan allmänna lokala nyheter och sporten.
- Ge information som skänker mervärden. Prenumeranter har önskat eller uttalat tillfredsställelse över små detaljer. Exempelvis att TV-bilagan innehåller danska program vid Laholms Tidning. Eller en önskan om fler nivåer för redovisningen av premieobligationer, eller att man ska lista vilka fartyg som ligger i hamn.
- Informera prenumeranterna om vilka förutsättningar och ambitioner tidningen har. Tidningen kan också upplysa om vad olika medarbetare på tidningen gör.
- Ha i åtanke att bilagor är uppskattade, såväl TV-, som spel-, sport- och helgbilagor. De skänker mervärden.

## 2. Tidningens stil

- Är lättläst.
- Har en textstorlek som alla kan läsa.
- Ser till att korrekturläsa artiklar så att slarv som exempelvis stavfel och felaktiga namn undviks.
- Använder ett typsnitt som bidrar till bra flyt i läsningen.
- Ha ett lätthanterligt format.
- Färgtryck.
- Skriva med god hänsyn för de personer artiklar handlar om.
- Skriva positiva artiklar. Det handlar dels om att hitta positiva nyheter i sig, dels om att hitta alternativa infallsvinklar till negativa nyheter.
- Använda tabloidformat, samt utforma och anpassa innehållet efter detta format.
- Se till att journalisterna inte skriver sensationsjournalistik.
- Se till att journalisterna har god ämneskunskap. Det finns alltid sakkunniga läsare som genomskådar spekulativa artiklar som utstrålar fakta.
- Se till att artiklarna skall ge mer djup och bredd. Det handlar delvis om att skriva utifrån flera infallsvinklar.
- Skriva pedagogiskt.

- Ha en balans i personalomsättningen av journalister. Hög omsättning gynnar en variation i tidningens språk och innehåll, vilket hyllas av somliga. Andra menar att hög omsättning leder till journalister med dålig ämneskunskap.

### 3. Tidningens kundorientering

- Dagligen leverera tidningen i tid.
- Göra sitt bästa för att kompensera för utebliven tidning.
- Ha bra nyhetsbevakning även på kvällar och helger.
- Ha flera lokalredaktioner på orter i tidningens täckningsområde.
- Visa samhällsansvar.
- Inta ett etiskt förhållningssätt.
- Vara villiga att samarbeta med prenumeranter med exempelvis insändare.
- Uppmuntra läsarna till att ge nyhetstips.
- Satsa på att bli en samarbetspartner. Tidningen bör inte endast utnyttja dem de skriver om, var lyhörd för exempelvis kommunalpolitikerns nyhetstips.
- Erbjud föreningskontakter.
- Ha bra information om vad som händer lokalt.
- Premiera de lojala prenumeranterna.
- Variera utbudet av gåvor som ges vid exempelvis korsordstävlingar.

Vi kan se att prenumeranterna lyfter fram även små faktorer som viktiga för att de skall bli nöjda. Även med insikt i vilka behov prenumeranterna har, och därmed förväntningar, är det svårt att veta om dessa är underförstådda, uttalade eller omedvetna. Somliga av faktorerna som bidrar till att göra prenumeranterna nöjda kan vara underförstådda eller uttalade hos somliga (de som tagit upp faktorerna i diskussionen), men kan också vara omedvetna hos andra prenumeranter. Sörqvist skriver att de behov som vanligen identifieras med traditionella marknadsundersökningar är de uttalade behoven. Jag kan i denna rapport inte på vetenskapliga grunder inte kategorisera vad de olika faktorerna ger uttryck för behov. Möjligen kan framtida forskning visa en placering av de olika behoven enligt Kano-modellen.

Kring prenumeranternas val av lokaltidning görs det för många på grundval av vilken lokaltidning som erbjuder bästa lokalnyheterna. Det kan synas vara enkelt, men med tanke på vilket brett fält av olika innehållsaspekter som tagits upp finner jag det rimligt att prenumeranterna lägger in många aspekter i detta. För att leverera de bästa lokalnyheterna skall de vara snabba, ha bredd och djup, även bevaka sådant som sker på kvällar och helger. Med bra lokalbevakning kanske också menas att den lokala sporten, kulturen och ledarsidorna? För Sydöstrans och Laholms Tidnings prenumeranter finns en alternativ lokaltidning, och därför anser jag att de blir tvungna att göra ett medvetet val.

Som vi sett finns det enormt många aspekter som påverkar hur nöjd prenumeranten känner sig. När en person skall välja tidning innebär en bedömning av alla dessa aspekter en tids- och energikrävande process. Det är snarare så att majoriteten av prenumeranter anger den breda kategorin lokala nyheter som avgörande faktor till sitt val av lokaltidning. Det hela kan illustreras mycket enkelt; om lokaltidningen skulle jämföras med en rikstidning som DN, utifrån ett brett urval av innehållsmässiga aspekter, skulle lokaltidningen sannolikt förlora matchen rejält. DN erbjuder mer djup och bredd i form av reportage och artikelserier, mer sport, mer vårdat språk. Listan kan göras lång över vad DN kan sägas göra bättre. Alla dessa aspekter har ju prenumeranterna framfört som önskemål på vad lokaltidningen kan göra

bättre. Varför slutar då inte alla lokaltidningsprenumeranterna med sin prenumeration och skaffar sig DN. Svaret är enkelt, den överordnade faktorn handlar om att prenumeranterna vill ha en lokaltidning. För att relatera till Hoyer &McInnis termer innebär det att endast lokaltidningar finns i prenumeranternas *grupper av tänkbara alternativ* av olika medier som bas för lokala nyheter. Att tidningen är lokal är ett kriterium som inte kan ersättas eller konkurreras ut om så de andra mediealternativen är bättre på så gott som allt annat. Därmed väljer lokaltidningsprenumeranterna nyhetsmedia utifrån en *anti-kompensationsstrategi*. Även om det lokala innehållet är mycket viktigt i valet mellan två konkurrerande lokaltidningar har det visat sig att det finns åtskilliga andra attribut som också är viktiga för prenumeranterna. De kan sägas tillämpa en *kompensationsstrategi* när de väljer mellan de olika lokaltidningarna, eftersom de då väljer utifrån flera attribut.

Jag skall nu diskutera ett exempel från denna undersökning. Prenumeranterna vid Smålänningen säger att den regionala lokaltidningen Smålandsposten under perioder delats ut gratis i Ljungby för att locka prenumeranter. Som regional tidning är Smålandsposten större, vilket innebär mer resurser, i förhållande till Smålänningen. Smålandsposten är mycket populär runt om i Småland, men har mycket liten framgång i Ljungby, fastän man skriver ungefär en sida om Ljungby dagligen. Prenumeranterna väljer trots det bort Smålandsposten eftersom de anser att dess bevakning av Ljungby är för knapphändig i förhållande till Smålänningen. *Stina*, 50, illustrera hur viktigt det är med lokala nyheter; ”Det blir väldigt konstigt att inte ha Smålänningen, då har jag i så fall bara Smålänningen. Alltså för att man måste på något sätt veta vad som händer här i området känns det som”. Weibull har en teori om att lokaltidningen är en symbol för det lokala samhället. Det är inte bara viktigt att lokaltidningen skriver lokala nyheter, men att den faktiskt är en lokal tidning, inte en regional tidning med säte i Växjö.<sup>87</sup>

För somliga prenumeranter finns andra aspekter som blir viktiga i beslutsprocessen. För somliga av Sydöstrans prenumeranter är den politiska ideologin så viktig att de aldrig skulle få för sig att byta till BLT. De har med andra ord endast sin egen lokaltidning i consideration set, och även om de endast väljer mellan lokaltidningar behöver det inte vara den tidning som är bäst på lokala nyheter som väljs, utan den med ”rätt” politisk inriktning. I det fallet blir det också tydligt att prenumeranternas beslutsprocess följer teorin bakom *anti-kompensationsstrategin*. Samma slutsats finner jag rimlig för de prenumeranter som belyser vanan som argument för att prenumerera på sin lokaltidning. Prenumeranter som haft sin tidning i flera decennier tycks ha utvecklat en lojalitet till den, vilket gör att inga andra tidningar tycks vara aktuella för dem som alternativ. Prenumeranterna tycks inte ha dess eventuella nättidning med i beräkningarna när de väljer sin lokaltidning. Det kan tyckas vara självklart eftersom de flesta nättidningar kan läsas gratis oavsett om man är prenumerant eller inte.

Avslutningsvis vill jag säga att det är klart orimligt att försöka tillgodose alla de intressen och behov som diskuterats i detta kapitel, det har helt enkelt framförts oerhört många önskemål. P.g.a. begränsade resurser måste alltid val göras. Personligen tror jag att en tidning på sikt har mycket att vinna på att premiera sina lojala prenumeranter. Somliga prenumeranter i studien uttrycker att det är dåligt att tidningen ger stora rabatter till läsare som väljer att endast prenumerera till låga priser och under begränsade perioder. Samtidigt säger de sig förstå att tidningen vill locka nya prenumeranter. Vi vet att kostnaden av att locka nya prenumeranter är större än att behålla de existerande. Att satsa på att ge de nuvarande prenumeranter bonus för

---

<sup>87</sup> Weibull Lennart, *Svenska tidningshus i ett nytt medielandskap*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000, s 226f

sin lojalitet anser jag därför vore tänkvärt, liksom andra sätt att vårda och utveckla relationerna till dessa prenumeranter. Genom att uppmana alla läsare som prenumererat i mer än ett år att fylla i en enkät, för att delta i en utlottning av vinster till prenumeranter, slår man två flugor i en smäll.



## **5. Attityd till Internet och nättidningar.**



## 5.1. Forskning om Internet- och nättidningsbranschens utveckling

Internet är del av en teknologiutveckling som har förändrat sociala och kulturella gränser genom etablering av nya nätverk, liksom förändring av politisk kommunikation och en minskning av det offentliga utrymmet.<sup>88</sup> De första stegen inom Internetteknologin kan sägas ha tagits redan under slutet av sextioalet inom den amerikanska universitetssfären, redan 1975 skickades det första e-postmeddelandet.<sup>89</sup> Under nittioalet växte Internet snabbt i Sverige med stor hjälp av politiska insatser och vi befinner oss i dagsläget i fronten av utvecklingen sett ur ett internationellt perspektiv. Av Sveriges datoranvändare anger 74 % Internet som användningsområde och 71 % har tillgång till Internet hemma.<sup>90</sup> Internet används av svenskarna framförallt för informationssökning och e-post, men även bankärenden, nyheter och nöjen är andra vanliga syften.<sup>91</sup> Var tredje svensk anger nyhetsläsning på Internet som ett syfte med sin Internetanvändning.<sup>92</sup>

Internetutvecklingen handlar om dels möjligheter, men också förmåga att ta till sig ny teknik. Det kan därför vara förtjänstfullt att diskutera Rogers teori om innovationers diffusion<sup>93</sup>. Rogers teori skapades 1962, med inspiration från den franska sociologen Gabriel Tarde, som var först med att teckna den S-formade kurvan. Rogers diffusionskurva är nu standard och används flitigt inom marknadsföringsbranschen. Diffusionsprocessen handlar om hur en teknik/innovation/idé sprids. Teorin fokuseras kring spridning i samhället, inte på individnivå.

- (1) Innovators,
- (2) Early adopters,
- (3) Early majority,
- (4) Late majority, and
- (5) Laggards.

Innovatörerna är de som snabbt anammar ny teknologi, och i fallet Internet är det framförallt ungdomar, akademiker, tjänstemän och i viss mån det manliga könet. Sedan anammar alltfler människor teknologin, och vid "early majority" sker genombrottet. "Laggards" är de personer som är sena med att ta till sig teknologin, beträffande Internet handlar det framförallt om pensionärer. Att ha insikt i Internettillgången och Internetanvändningens utveckling är intressant eftersom den visar ett samband med hur antalet nättidningsläsare har utvecklats.<sup>94</sup> Över tid har Internettillgången ökat kraftigt under senare delen av nittioalet, och har efter millenniumskiftet planat ut. Färska uppgifter från Nielsen Netratings<sup>95</sup> respektive MMS<sup>96</sup> visar att det under september månad 2004 var omkring sex och en halv miljon svenskar som har tillgång till Internet, varav ungefär fem miljoner betraktas som aktiva användare. Idag har

---

<sup>88</sup> McQuail Denis, *Mass communication theory*, London, 2000, s 140

<sup>89</sup> Hartley John, *Communication, cultural and media studies*, London 2002, s 122f

<sup>90</sup> *Mediebarometern 2003*, Red.Ulla Carlsson, Kungälv, 2004, s 106ff

<sup>91</sup> Bergström Annika, *Internetanvändningen fas II*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 324

<sup>92</sup> Hedman Lowe, *Dagstidningar på nätet*, MedieSverige 2004, Red.Ulla Carlsson, Kungälv, 2004, s 216

<sup>93</sup> Rogers M Everett, *Diffusions of innovations*, New York, 2003

<sup>94</sup> Hedman Love, *Dagstidningar på nätet*, i MedieSverige 2001/2002, Red. Ulla Carlsson, Kungälv, 2002, s 71

<sup>95</sup> [http://www.nielsen-netratings.com/news.jsp?section=dat\\_to&country=se](http://www.nielsen-netratings.com/news.jsp?section=dat_to&country=se)

<sup>96</sup> <http://www.mms.se/nyhetsarkiv/hemsid-sep04.doc>



med andra ord ungefär åtta utav tio svenska medborgare tillgång till Internet, antingen från hemmet, arbetet eller skolan.

SOM-undersökningen för 2003 visar att den sammanlagda tillgången till Internet, d.v.s. tillgång i hemmet, vid arbetet, skolan eller annan plats, är som högst i yngre åldrar, och minskar sedan med åldern. Bland svenskar i åldern 15-49 har något fler än nio utav tio tillgång till Internet. För svenskar i åldern 50-64 är det något färre, omkring åtta utav tio. Pensionärernas tillgång är emellertid mycket låg i sammanhanget, något färre än tre utav tio, vilket delvis kan förklaras av att de nästan endast har tillgång från hemmet.<sup>97</sup> Åldern är med andra ord en viktig faktor men det bör också sägas att män surfar mer än kvinnor och högutbildade mer än lågutbildade<sup>98</sup> Även om tillgången till Internet är stor är det endast var tredje svensk som använder Internet en genomsnittlig dag, vilket är lågt i förhållande till andra medier som TV och dagstidningar. Internet används under veckodagarna i synnerhet från lunchtid och framåt under dagen, med en ökning under kvällstimarna fram till tiotiden. Under helgen används Internet också främst under dessa tider, men med skillnaden att den stora användningen sker på eftermiddagen istället för kvällen.<sup>99</sup> Internetanvändarna använder Internet i genomsnitt 72 minuter en vanlig dag. Män använder dock Internet ungefär 20 minuter mer än kvinnor.<sup>100</sup> Bergström skriver att bland de personer som använt Internet mer än fem år är fyra utav fem regelbundna användare, vilket talar för att vanor har stor inverkan.<sup>101</sup>

### Nättidningsbranschen

Jag skall nu övergå till att diskutera nättidningar, och inleder med att titta bakåt kring den historiska utvecklingen. Internets utveckling på journalistikens fält i Sverige påskyndades delvis av staten i och med att Riksskatteverkets valrapportering till tidningsredaktioner år 1994 skedde uteslutande via e-post. Det tvingade samtliga dagstidningar att skaffa sig e-postadresser.<sup>102</sup> Den nättidning som idag genererar mest trafik, Aftonbladet, var även först ut i Sverige med publicering på nätet. Genom ett samarbete med Stockholms universitet lade Aftonbladet ut kulturnyheter den 25 augusti 1994. Svenska Dagbladet blev den första morgontidningen på nätet i Sverige, och Helsingborgs Dagblad blev först med att publicera hela sitt redaktionella material. Tidningen ETC var vidare först ut med att skapa en renodlad nättidning, *Dagens ETC*.<sup>103</sup> Expressen är år 1995 först med att anställa en journalist som endast skall skriva för nättidningen.<sup>104</sup> Allt fler tidningar följde trenden att skapa nättidningar, men att skapa vinster har visat sig vara svårt. Hedman skriver att flertalet dagstidningar startade sina nättidningar utan större planering och rationella skäl.<sup>105</sup> Sjöberg skriver att det framförallt finns tre faktorer som manat papperstidningar att satsa på Internet;

---

97 Bergström Annika, *Internetanvändningen fas II*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 320

98 Bergström Annika, *Internet*, i *MedieSverige 2001/2002*, Red. Ulla Carlsson, Kungälv, 2002, s 174-179

99 *Internetbarometern 2003*, Nordicom, Göteborg, s 4 och s 17

100 Hedman Lowe, *Dagstidningar på nätet*, *MedieSverige 2004*, Red. Ulla Carlsson, Kungälv, 2004, s 214

101 Bergström Annika, *Internetanvändningen fas II*, i "Ju mer vi är tillsammans", SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004, s 322

102 Magdalenic Sanja, *Journalistik och Internet i ett medieföretag – En explorativ fallstudie av omvandlingar inom ETC produktion AB*, Katrineholm, 2001, s 3

103 Ibid, s 1-7

104 Carrwick Christian & Mattsson Nicklas, *Internetrevolutionen – 1000 dagar som förändrade Sverige*, Falun 1998, s 114

105 Hedman Lowe, *Pressen på Internet*, Uppsala, 1998, s 179

- 1) Genom att ha den nya IT-tekniken skapas en beredskap för den framtida utvecklingen
- 2) Genom att marknadsföra papperstidningen når man ut till nya läsare
- 3) Ge dagstidningsföretaget en positiv image.<sup>106</sup>

En parallell kan dras till den svenska tidskriftsbranschen. Bland svenska tidskrifter finns majoriteten som nättidningar. Mycket få skapar vinster, närvaron på Internet grundas istället utifrån att nättidningen förmodas öka intresset för pappersversionen, öka läsarnas lojalitet och kännedom om tidskriften. Nättidningen medför också minskade kostnader för tidningen i exempelvis prenumerationsärenden och telefonassistans till läsarna.<sup>107</sup>

Sedan starten har nättidningarnas form och kvalitet förbättrats, Enlund skriver att nättidningarna har utvecklats enormt. // Den utveckling Internetnyheter kan tänkas gå igenom, kan enligt Hedman delas upp i tre faser<sup>108</sup>, i likhet med Pavliks teori.<sup>109</sup> Den första fasen kännetecknas av att nättidningen helt reproducerar papperstidningens material. Det är den fas som kännetecknar flera mindre lokaltidningar. I den andra fasen innehåller nättidningen inte endast papperstidningens artiklar utan även tillskott som är särskilt anpassat för nättidningen. Det kan handla om arkivtjänster eller att nyheter under dagen publiceras omedelbart i form av kortare artiklar. Det är enligt min mening i denna fas majoriteten av de svenska nättidningarna befinner sig. I den sista fasen har nättidningen utvecklats tillräckligt för att sägas helt ha anpassat sig till Internet, med dess enorma potential. Det beskrevs av Pavlik och Hedman som en vision kring millenniumskiftet, men är inte Aftonbladets nättidning redan där? Enligt statistik producerad av Kommittén för Internetannonsering, KIA, är det endast MSN som har fler unika besökare än Aftonbladets nättidning.<sup>110</sup>

Var står nättidningsbranschen idag? Från att ha ansetts som ett väldigt stort hot mot papperstidningen,<sup>111</sup> har nättidningen utvecklats till att bli en kompletterande följeslagare. Studier visar att dagstidningen har kvar en stark roll i förhållande till nättidningen. Från ett användarperspektiv kan sägas att endast en femtedel instämmer i att den som har Internet behöver inte ha någon dagstidningsprenumeration. Samtidigt kan detta betraktas som högt, eftersom andelen som är positiva till nättidningar ökat snabbt med åren. Vidare säger 85 procent att Internet aldrig kan ersätta känslan av att bläddra i en papperstidning eller bok.<sup>112</sup> Däremot finner jag det lite problematiskt att frågan avser såväl papperstidning och bok eftersom en tidning kan skummas igenom/läsas på mycket kortare tid än boken. En studie av Ihlström & Lundberg visar att åtta utav tio svenskar föredrar en papperstidning före en nättidning.<sup>113</sup>

En vanlig uppfattning är att nättidningen idag utgör ett viktigt komplement till papperstidningen, att den fungerar som en förlängning av papperstidningens verksamhet. Utvecklingen bland nättidningarna tycks ha tagit en vändning. Från år 2002 till 2003 ökade

<sup>106</sup> Sjöberg Ulrika, *Nya medier – och de gamla konvergens*, i "Internet, medier och kommunikation", red. Peter Dahlgren, Lund 2002, s 47

<sup>107</sup> Kämpe Jonas & Nyberg Jim, *Intäktskällor för vecko- och månadstidningar på Internet*, Kandidatuppsats i företagsekonomi, Stockholms universitet, 2004

<sup>108</sup> Hedman Lowe, *Pressen på Internet*, Uppsala 1998, s 205f

<sup>109</sup> Pavlik, V John, *Journalism and new media*, New York 2001, s 43

<sup>110</sup> <http://www.kiaindex.se/>

<sup>111</sup> Fischerström Barbro, *Därför*, i "Från lekstuga till affär – dagstidningen och digitala medier", Red. Bo Hedén, Stockholm 2002. s 3

<sup>112</sup> Hedman Lowe, *Dagstidningar på nätet*, MedieSverige 2004, Red. Ulla Carlsson, Kungälv, 2004, s 220

<sup>113</sup> Ihlström Carina & Lundberg Jonas, *The audience of Swedish local online newspapers*, Halmstad & Linköping, 2002, s 1-8

antalet från 104 till 114<sup>114</sup>, men för år 2004 redovisas endast 106.<sup>115</sup> Vilka som har lagt ner sina nättidningar framgår inte i resultaten från Dagspress.se. Kungliga bibliotekets för en lista över nättidningar som tillkommer, vilket exempelvis under vecka 31 var fyra stycken.<sup>116</sup> Dessvärre framgår inte hur många som läggs ner, varför det är svårt att veta det exakta antalet. Det kan hursomhelst konstateras att eftersom det enligt Tidningsstatistik finns 165 papperstidningar<sup>117</sup>, är det drygt en tredjedel som saknar nättidning. Hedman skriver år 2004; *”Idag är de flesta dagstidningar med självvaktning ute på nätet med någon form av avknoppning från papperstidningen, här kallad nättidning.”*<sup>118</sup> Men hur kommer det sig att en tredjedel av de svenska dagstidningarna inte satsat på en nättidning? Det sägs ofta att nättidningar har svårt att finansiera sin verksamhet. Idag utgör annonser den främsta intäktskällan, ibland kanske också den enda. Nättidningar har dock en bra styrka som annonsmedium, i synnerhet på dagstid.<sup>119</sup>

Tidningar kan även få intäkter från innovativa affärsmodeller, innehållssyndikering och genom att ta betalt av läsarna. Författaren har tidigare undersökt läsarnas betalningsvilja för nättidningar.<sup>120</sup> Betalningsviljan kan sägas vara låg även bland frekventa nättidningsläsare så länge gratistraditionen råder på Internet. Hedman skriver att få medieföretag idag tror att det är möjligt att ta betalt för vanliga nyheter på Internet, det är mer unikt innehåll som man möjligen kan ta betalt för.<sup>121</sup> Sundvalls Tidning var först med att försöka ta betalt, men gör det inte längre. Bohusläningen är den enda lokaltidningen som tar betalt. Svenska Dagbladet inledde ett försök hösten 2003, Dagens Industris nättidning har växlat mellan att vara gratis och att ta betalt flera gånger under årens lopp. En slutsats är att för att kunna ta betalt med framgång bör innehållet vara unikt, men givetvis också att läsarna är nyfikna på innehållet.<sup>122</sup> År 2002 tillfrågades lokaltidningar om de planerar att ta betalt för sina nättidningar. Sex procent uppgav då att de planerar att göra så inom ett år, lika många till inom två år och 34 procent någon gång i framtiden. Var femte nättidning visste inte och 23 procent sade att de inte tänker ta betalt.<sup>123</sup> Internetworld skriver sommaren 2004 att gratistraditionen på Internet är på väg att vända, och att det numera finns åtskilliga olika betalningslösningar för företag som faktiskt fungerar. Internetworld skriver också; *”för slutkonsumenten avgörs betalningsviljan dels av bekvämlighet, dels av tillit.”*<sup>124</sup>

I all korthet bör sägas att det sker en löpande debatt om hur nättidningar skall bli lönsamma. Även om det inte finns någon undersökning som har fastställt alla de svenska nättidningarnas lönsamhet, uttalar debatten att det är väldigt få som går med vinst. De som går med vinst tycks bli uppmärksammade som föregångsexempel, i synnerhet Aftonbladet. Att undersöka nättidningarnas lönsamhet är dessutom mycket komplext. Nättidningsverksamheten är trots allt en del av papperstidningen, och eftersom de vanligen redovisas gemensamt, följer papperstidningsverksamheten dess intäkter och utgifter. Nättidningarna skapar framförallt sina intäkter från annonser. Somliga lyckas ta betalt för vissa tjänster, exempelvis

114 *Svensk dagspress 2003 – Fakta om marknad och medier*, Tidningsutgivarna, s 6

115 *Svensk dagspress 2004 – Fakta om marknad och medier*, Tidningsutgivarna, s 6

116 <http://www.kb.se/ts/online.htm>

117 [www.ts.se](http://www.ts.se) (2004-08-07)

118 Hedman Lowe, *Dagstidningar på nätet*, MedieSverige 2004, Red.Ulla Carlsson, Kungälv, 2004, s 85

119 *At work Internet audience media consumption study*, Online publishers association, Maj 2003, s 2.

120 Westlund Oscar, *Betala för nyheter på Internet?*, Arbetsrapport nr 15, JMG, Göteborg, 2003

121 Hedman Lowe, *Dagstidningar på nätet*, MedieSverige 2004, Red.Ulla Carlsson, Kungälv, 2004, s 86

122 *Making web users pay*, The Futurist, September-Oktober 2001, s 11

123 Börjesson Johanna, *Vem gör nättidningen?*, Rapport, december 2002, s 15

124 Ta betalt på nätet, *Internetworld*, nr 6, 2004, s 36-41

Aftonbladets puls och viktklubb. Andra nättidningar tar betalt för arkivtjänster och tidningen som PDF.

Nu skall jag kort diskutera teoretiska fördelar med en nättidning. Märk väl att jag skriver teoretiska. Faktum är att flera fördelar ur leverantörens synvinkel, inte därmed upplevs som fördelaktiga ur användarens perspektiv. Ambitiösa och teknologiorienterade webbredaktörer eller utvecklingschefer är helt enkelt vanligen medvetna om fler fördelar än sina läsare. Att nättidningen har möjlighet att leverera snabba nyheter är det ingen tvekan om. Flera nättidningar har dock en organisationsstruktur, eller en policy som inte tillåter nyheter att publiceras på Internet innan de publicerats i papperstidningen. Andra fördelar som diskuteras<sup>125</sup> är att nättidningen möjliggör en hög grad av selektivitet och interaktivitet. Nättidningen är heller inte särskilt begränsad ifråga om utrymme, varför arkivtjänster och flerfaldigt mycket foton och dylikt kan göras tillgängligt. Nättidningen kan också medföra förtjänster som är svåra att mäta, exempelvis goodwill, förbättrad relation till läsarna och bättre trovärdighet. Inom marknadsföringslitteraturen inriktad på Internet skrivs om generella motiv och fördelar för företag att gå online. Motiv som också gäller för nättidningar.

1. Ett nytt medium för reklam och PR
2. En ny distributionskanal.
3. Möjligheter för expansion till nya marknader.
4. Utökade möjligheter till förbättrad kundservice.
5. Reducerade kostnader genom att kunderna kan göra beställningar/söka information o.s.v. på egen hand.<sup>126</sup>

Nackdelar som förknippas med nättidningen ur ett producentperspektiv är, som tidigare nämnts, att det är svårt att skapa lönsamhet. Företagsamhet på Internet har till mångt och mycket sedan sin start bedrivits utifrån den icke uttalade principen att tjänsterna skall vara gratis för användarna. En princip som är mycket svår att förändra. Undersökningar visar att betalningsviljan för nyheter i Sverige är låg.<sup>127</sup> Robert Neuwlrth skriver i *Editor & Publisher* att tidningar måste producera Internetanpassat innehåll för sina nättidningar. Det krävs mer än att kopiera sin papperstidning för att lyckas på Internet.<sup>128</sup> Detta arbete kräver stora resurser, vilket resulterar i stora utgifter. Konkurrens, sökandet efter goodwill, önskan att locka nya prenumeranter samt viljan av att vara med i utvecklingen är emellertid faktorer som driver företagen att ha nättidningar.

Kanske än viktigare är det att diskutera nättidningens nackdelar från ett användarperspektiv. Nyheter på Internet gör sig bäst när användaren har tillgång till en modern dator samt en bredbandsuppkoppling. Det är mindre vanligt vid små orter även om bredbandsindustrin snabbt expanderar. Andra aspekter att ta hänsyn till är elkonsumention, både från en miljömässig som en ekonomisk synvinkel. Om läsaren har tillgång till en modern dator som kan vara igång dygnet runt med bredband, underlättar det nättidningens tillgänglighet avsevärt. En användares möjligheter hämmas givetvis av motsatsen, att behöva starta en långsam dator, med ineffektiv modemuppkoppling, som kostar för varje minut som går. Nättidningens mobilitet är också begränsad. Visserligen går det att läsa somliga nättidningars nyheter i handdatorer eller nyare mobiltelefoner. Det förutsätter emellertid tillgång till dessa

---

125 Westlund Oscar, *Betala för nyheter på Internet?*, Arbetsrapport nr 15, JMG, Göteborg, 2003

126 Chaffey Dave m.fl, *Internet marketing*, Edinburgh, 2000, s 27

127 Westlund Oscar, *Betala för nyheter på Internet?*, Arbetsrapport nr 15, JMG, Göteborg, 2003

128 Neuwlrth Robert, *Word of the profits*, Editor & Publisher 01-01-29, Vol 134, Issue 5

tekniska produkter, och inte minst kunskap om hur man använder dem. Att läsa sin nättidning till frukosten är inte vanligt. Det är snarare en aktivitet som utövas från arbetsplatsen under dagen, eller från hemdatorn under kvällen, vanligen som komplement till papperstidningen. Andra faktorer som hämmar nättidningen är kvaliteten på dataskärmen, vars flimmar kan uppfattas som störande.

Av vem, när och var används nättidningar? Beträffande läsning av nyheter på Internet har Internetbarometern två kategorier. Det är totalt 12 procent som säger att de "läst dagstidning" på Internet en vanlig dag. Samtidigt är det totalt 7 procent som säger att de "tagit del av nyhetstjänst". Det är ungefär dubbelt så vanligt att läsa nyheter på Internet bland män i jämförelse med kvinnor. Dessutom ökar intresset avsevärt med åldern upp till medelåldern. Intresset ökar också en aning i takt med högre utbildningsgrad.<sup>129</sup> Det är framförallt från två platser som publiken läser nättidningen; 4 utav 10 läser nättidningen från hemmet och ungefär lika många från arbetsplatsen.<sup>67</sup> En amerikansk rapport från 1999 visade att de som läste lokalnyheter på nätet med stor sannolikhet också prenumererade på denna lokaltidning. De som läste en nationell tidning däremot, var dock företrädesvis utan prenumeration av dess papperstidning.<sup>130</sup> Ihlström och Lundberg har konstaterat att andelen papperstidningsläsare på Internet, d.v.s. de som läser både papperstidning och nättidning, är något fler än de som endast läser nättidning. De icke-prenumererande nättidningsläsarna utgörs framförallt av män. Den icke-prenumererande nättidningsläsaren tar del av nyheterna främst från jobbet under morgonen, och närmre 7 utav 10 av dessa är yngre än 35 år.<sup>131</sup> Lyra Research undersökning visade att det inte råder någon stor kannibalisering, tvärtom visar studien att de som använder nättidningar har ett positivt samband med läsandet av papperstidningar.<sup>132</sup>

Att söka nyheter på Internet har tidigare varit populärare, ungefär 4 utav 10 eller fler har årligen uppgett det som ett syfte med sin Internetanvändning årligen sedan 1997.<sup>133</sup> Bergström & Hedman skriver att det har skett en nedgång i det totala läsandet men att det egentligen är små förändringar, att det rör sig om fem procentenheter. Antalet nättidningsläsare har sjunkit från 67 till 62 procent av de som det senaste året har använt Internet. Sex procent av den svenska befolkningen läser nyheter på Internet varje dag.<sup>134</sup> Beträffande nyhetsläsningen på Internet och dess påverkan på andra nyhetskanaler konstaterar Bergström & Hedman att en femtedel har minskat sin papperstidningsläsning p.g.a. nättidningar, att 13 procent minskat sitt lyssnande till radionyheter och 9 procent tittar mer sällan på TV-nyheter.<sup>135</sup> Det sker med andra ord en viss kannibalisering. Emellertid handlar det framförallt om minskad användningstid, inte om att helt upphöra med användandet.

---

129 *Internetbarometern 2003*, Nordicom, Göteborg, s 18

130 Bellman S, Lohse G.L & Johnsson E.J, *Predictors of online buying behavior*, In communication of the ACM, Vol 42, No.12, s 32-38

131 Ihlström Carina & Lundberg Jonas, *The audience of Swedish local online newspapers*, Halmstad & Linköping 2002, s 4-6

132 Donatello Mike, *What consumers tell us about paying for news online*, [www.econtentmag.com](http://www.econtentmag.com), maj 2002, s 37

133 Bergström Annika & Hedman Lowe, *Internet – en berg- och dalbana*, i "Fåfångans marknad", SOM-nr 33, Red. Weibull Lennart & Holmberg Sören, Kungälv, 2003, s 5

134 *Ibid*, s 7f

135 *Ibid*, s 12

## 5.2. Prenumeranternas attityder till Internet och nättidningsläsning

Genom hela undersökningen har prenumeranterna vid de olika lokaltidningarna visat sig vara tämligen likasinnade ifråga om behov och attityder. När man diskuterar prenumeranternas attityder till Internet är dessa likheter ännu påtagligare. Det är anmärkningsvärt vad likartat prenumeranterna vid de olika lokaltidningarna förhåller sig till Internet. Att lokaltidningen utgör basen för prenumeranternas nyhetsintag är vi tämligen medvetna om vid det här laget. De medieformer som prenumeranterna, i synnerhet de vuxna, använder för komplettera med nyheter är bland annat TV och radio. Vanligast är att komplettera med TV-nyheter, men också Text-tv, radio och nättidningar. De prenumeranter som tittar mycket på TV-nyheter resonerar att TV ger dem något som lokaltidningen inte kan erbjuda, som de vill ha utöver tidningen. TV-nyheterna är snabbare, gör sändningar på kvällen, visar mer riks- och utrikesnyheter, samt visar mycket mer bilder. Vilken nättidningsroll är skall diskuteras i detta kapitel. Även om ingen av prenumeranterna i större utsträckning använder Internetnyheter istället för nyheter i tidningar, radio och TV, tycker majoriteten att nyheter på Internet fungerar som ett mycket bra komplement.

Prenumeranterna är av uppfattningen att Internet säkerligen har god potential för att söka information, men somliga anser tvärtom att Internet är överskattat. Några anser att det är svårt att hitta det som man verkligen letar efter när man gör sökningar på Internet. De yngre och de yrkesverksamma kan tala utifrån egen erfarenhet när de säger att Internet inte är alltför komplicerat. Pensionärerna är av liknande uppfattning, men säger också att de har få möjligheter, och litet behov och intresse av att lära sig. Det spelar säkerligen in att många av de intervjuade pensionärerna inte har tillgång till Internet i hemmet, och har heller ingen arbetsplats där de kan nyttja denne medieform. Några av pensionärerna har aldrig använt Internet. Samtidigt som de ser sina barnbarn använda Internet med enkelhet, tycker de inte att de själva har ett behov av att lära sig den nya tekniken. Flera av pensionärerna säger att Internet säkerligen inte är svårt om man är ung. *Eskil, 65*, uttrycker starka känslor kring Internet; ”Jag hatar det där, jag kan inte med det. Jag vill inte lära mig något nytt”. Alla tycker givetvis inte som *Eskil, 65*, åsikterna är snarare vitt spridda kring hur komplicerat prenumeranterna tycker att Internet är/verkar vara. Samtidigt som många av de vuxna alltså tycker att Internet är komplicerat, tycker alla gymnasiestudenterna att Internet rentav är enkelt. Vidare uttrycker prenumeranterna tvivelaktighet till att Internet på sikt skulle ersätta telefonen. Några av gymnasiestudenterna invänder dock eftersom de tror att IP-telefoni kommer att vinna stora marknadsandelar. Däremot tror majoriteten att det är möjligt att det traditionella postsystemet på sikt kommer att ersättas. *Gudrun, 65*, säger ”Jag har ingen dator, jag kan ingenting om detta, då skulle jag ju bli som en öde ö ute i havet om det skulle bli så”.

Ingen av prenumeranterna tycker att Internet kan ersätta känslan av att bläddra i en papperstidning eller en bok. Prenumeranterna argumenterar att det är stor skillnad mellan att läsa på en skärm i jämförelse med ha tidningen i pappersform. Särskilt när det handlar om böcker, några prenumeranter framför att de tycker att de har mer kontroll om de själva får vända sida. Däremot sade *Louise, 17*, att Internet för hennes del kan ersätta papperstidningen, men inte boken. Eftersom prenumeranterna fick ta ställning till ett påstående om Internet kan ersätta tidningen och boken, är det möjligt att det är fler som resonerar som *Louise, 17*. De har kanske inte uttryckt det eftersom de upplever att svaret måste ta hänsyn till både tidningen och boken.

Hur utbredd är prenumeranternas nättidningsläsning, och hur resonerar de kring den? En omedelbar slutsats är att de yngre prenumeranterna läser nättidningar i större utsträckning än de vuxna. Bland gymnasiestudenter har nästan alla vid något tillfälle besökt en nättidning, mer än hälften besöker nättidningar av och till. Bland de vuxna är det något fler än en tredjedel som någonsin har besökt en nättidning, och ungefär lika många som besöker nättidningar med viss regelbundenhet. Anledningen är att de är mycket färre än att mycket få av pensionärerna läser nättidningar. Samtidigt kan sägas att majoriteten av de yrkesverksamma som någonsin besökt nättidningar också gjort det till en vana.

Många av prenumeranterna berättar att det är beklagligt att bredbandet inte är särskilt utbyggt vid deras lokala samhällen. Med bredband tror de att de skulle surfa på Internet mer och bekvämare. Exempelvis berättar *Janne, 77*, att hans Internetuppkoppling är väldigt långsam och att han skulle använda en nättidning mer om han hade bredband. *Janne, 77*, säger med skämtsamt ton; ”Men det är ju inte nyheter längre när jag kommer ut. Jag går på pensionärernas datacafé och tittar på Interneter, där är ju kommunens bredbandsuppkoppling och det är ju mycket snabbare.” Tekniken är med andra ord en mycket viktig faktor för publikens medievanor i detta fall. Att det kan bli omständligt att surfa med modem är ett av gymnasiestudenternas främsta argument för att välja bort nättidningar. Exempelvis säger *Andreas, 17*, ”Jag hade inte orkat kolla på Internet, för att, jag betalar hellre för att få den hemma än gå in på Internet för att läsa den, det är bara jobbigt.” *Johan, 17*, tillägger att man knappast sätter sig vid datorn för att läsa tidningen när man skall äta frukost. Ett annat argument handlar om ungdomarnas intresse för nyheterna, de tycker inte att deras behov av att läsa en tidning på Internet är tillräckligt stort för att det skall vara värt mödan att sätta igång datorn och modem. Bland de vuxna finns flera som aldrig har surfat Internet, inte ens lärt sig hur man startar en dator och gymnasiestudenterna är som sagt nästan rentav motsatsen eftersom alla använt dator och Internet, och nästan alla har besökt en nättidning. En markant skillnad mellan de två åldersgrupperna kan urskiljas. Det handlar om att de vuxna som inte besöker nättidningar, i synnerhet pensionärerna, präglas av en allmän osäkerhet och ovilja att lära sig hur man gör. Flera säger att de inte tycker att de behöver, och inte heller vill lära sig. Vi vet nu att många av prenumeranterna upplever att användning av nättidningen är förknippad med flera hinder. Dator- och Internettekniken möjliggör oerhört många finesser för nättidningar. Emellertid upplever jag att många av lokaltidningsprenumeranterna ser såväl tekniken, som bristen av den (bredband), som en stor tröskel för användningen. Flera av de gymnasiestudenter som mycket sällan läser nättidningar berättar att de gör det i samband med stora nyhetshändelser, eller för att söka information när de skall göra ett skolarbete.

Samtidigt är det som sagt åtskilliga som faktiskt med viss regelbundenhet besöker nättidningar. Nästa fråga handlar om varför de gör det. Det är framförallt kvällstidningarna och i synnerhet *aftonbladet.se* som prenumeranterna besöker. Det handlar om att komplettera dagens nyhetsinformation från lokaltidningen inom områden som inte täckts upp tillräckligt. I stora drag kan sägas att ungdomarna framförallt vill läsa mer sport- och nöjesnyheter och de vuxna har ett mer allmänt behov av bredd och djup, men kanske framförallt mer riks- och utrikesnyheter. Prenumeranterna besöker också kvällstidningar på Internet eftersom de är snabbt uppdaterade och att det finns både bredd och djup i informationen. En annan aspekt är att prenumeranterna tycker att kvällstidningarna på Internet erbjuder en annan sorts nyheter. De säger att de inte bara uppskattar att innehållet ser annorlunda ut eftersom det är en rikstidning, men att det är underhållande med sensationsjournalistik.

*Lennart, 58*, säger att *Aftonbladet* kan man läsa på Internet för den är inte så bra som tidning och man skummar bara igenom den. Han tycker att om man bor i Bohuslän bör man läsa

Bohusläningen i pappersform, han säger; "Bohusläningen är för bra för att läsas på nätet". För *Hans*, 52, är kvällspressens nättidningar ett komplement, det är andra sorters nyheter som han söker som inte finns i Bohusläningen, ett sätt att få bredd. *Niklas*, 58, berättar att han besöker nättidningar för att se om han har missat något viktigt. Han förklarar att allt går så fort i medierna och att han vill hålla sig uppdaterad. *Niklas*, 58, betonar att det faktum att han läser nättidningar inte handlar om att Laholms Tidning inte är bra, det handlar om andra sorters nyhetsbehov. *Glenn*, 64, säger att han läser tidningar på Internet eftersom allt inte står i Småläningen och dessutom att han inte vill bli beroende av en enskild tidnings vinkling på nyhetshändelser. Även om prenumeranterna främst besöker kvällstidningarna på Internet är det ett fåtal som berättar att de besöker andra rikstidningar som DN eller Svenska Dagbladet, likväl som Dagens Industri. Likaså är det ett fåtal som besöker olika lokaltidningar på Internet. Bland Laholms Tidnings och Småläningens prenumeranter är det några som ibland besöker konkurrenterna Hallandsposten eller Smålandspostens nättidningar. En av Sydöstrans läsare, *Mikael*, 49, läser Mora Tidning på Internet eftersom han tidigare har bott där. Likaså läser han och några andra av Sydöstrans prenumeranter ibland Sydöstran på Internet, likaså konkurrenten BLT.

### 5.2.1. [www.lokaltidning.se](http://www.lokaltidning.se)?

Av de fyra lokaltidningarna i studien kan det inledningsvis än en gång sägas att det är Sydöstran och Bohusläningen som har etablerat nättidningar. Såväl Småläningen som Laholms Tidning finns på Internet. Men det är inte tal om några nyhetstjänster, istället handlar det om kort information om tidningen och hur man kontaktar dem. Vid diskussionerna med prenumeranterna har samtalen förts med utgångspunkt i hur de reflekterar kring den nättidning som finns, respektive kring den nättidning som skulle kunna finnas.

Jag har försökt att inte på förhand i rapporten avslöja prenumeranternas attityd i huruvida de känner ett intresse eller behov för att lokaltidningen skall finnas på Internet. Vi vet vid det här laget exempelvis att prenumeranterna uttalar ett behov av mer bredd och fördjupning, likaså att majoriteten då och då besöker andra nättidningar. Det kan då tyckas rimligt att anta att många prenumeranter på ett personligt är angelägna om att det skall finnas en lokal nättidning. Likväl som jag i resultatredovisningen väntat med att diskutera resultaten kring nättidningen, placerade jag diskussionerna om nättidningen i slutet av samtalsmallen som användes i alla fokusgrupperna. Innan jag överhuvudtaget frågade om nättidningen hade jag ställt frågor om vad det är för faktorer som prenumeranterna är nöjda eller missnöjda med i dagsläget. Likaså frågade jag vad de önskade skulle förbättras, vad de skulle säga till en nyinflyttad granne liksom till lokaltidningens utvecklingschef. Resultatredovisningen är en avspiegling av diskussionerna såtillvida att inte en enda prenumerant vid alla de ovan nämnda tillfällena självmant tagit upp nättidningen. Det är ett resultat i sig, vilket jag uppfattar som en signal om hur viktig nättidningen är för sina prenumeranter.

Så åter till frågan om prenumeranterna på ett personligt är angelägna om att det skall finnas en lokal nättidning. Svaret är nej, kanske rentav man bör skriva NEJ. Mycket få besöker sin lokala nättidning och det är heller inte många som uttrycker ett intresse i att deras lokaltidning i framtiden skall etablera sig på Internet. Det trots en rådande uppfattning inom mediebranschen att nättidningen kan vara ett bra komplement till papperstidningen. Det handlar om att formulera sig rätt, flertalet prenumeranter tycker faktiskt att nättidningen mycket väl kan vara ett bra komplement till papperstidningen. Däremot är det för deras del nästan utan undantag endast andra nättidningar som anses vara komplement, inte den egna lokaltidningens nättidning. Det är en kristallklar skillnad. Likaså är det kristallklart att



prenumeranterna föredrar att läsa lokalnyheterna i en papperstidning. Data materialet tillåter mig emellertid också att utveckla förståelsen för prenumeranternas attityd till lokala nättidningar. Inledningsvis ämnar jag diskutera vidare utifrån prenumeranternas attityder vid Laholms Tidning och Smålänningen. Senare skall prenumeranterna vid Sydöstran och Bohuslänningen få ge uttryck för sina tankar. Jag kommer också att diskutera de uppfattningar om nättidningens fördelar och nackdelar som har framkommit.

Inledningsvis kan sägas att flera prenumeranter har uttryckt förvåning över att deras lokaltidningar inte etablerat en nättidning. *Niklas, 58*, säger att han rentav trodde att alla svenska tidningar också fanns som nättidningar. Vid diskussionen om huruvida det är lämpligt eller inte att starta en nättidning bör man ha en sak i åtanke. Flera av prenumeranterna har uttryckt att det är svårt att ta ställning just eftersom det inte finns någon nättidning. Om den skulle vara väldigt bra är det flera som tror att de skulle använda den. Men särskilt bra tror de inte att lokaltidningens nättidning skulle kunna bli. Utav alla prenumeranterna är det endast en som känner sig säker på att nättidningen för hennes del skulle kunna ersätta papperstidningen. *Louise, 17*, argumenterar att hon att hennes syster flyttat från Ljungby till Växjö för att studera. System saknar en nättidning och *Louise, 17*, är säker på att situationen kommer att bli liknande för hennes del.

En minoritet av prenumeranterna vid Smålänningen och Laholms Tidning tror att de besöka en eventuell nättidning. Nättidningen skulle kunna komma till sin nytta framförallt vid resor eller eventuellt vid gymnasieelevernas skolarbeten. Men ingen av dessa prenumeranter är emellertid säker på att de skulle använda en eventuell nättidning, inte ens om de bor på annan ort och/eller att den är gratis. Men även om de inte är säkra på att de skulle använda en eventuell nättidning, skulle de inte misstycka om det fanns en. Flera prenumeranter, i synnerhet de yngre, och särskilt vid Smålänningen, skulle gärna se att det fanns en nättidning. De tycker att det skulle vara trevligt att kunna läsa nyheterna på hemorten när de flyttar hemifrån. De ser med andra ord nättidningen som ett alternativ om deras liv ändras och de får nya behov. *Leif, 74*, skulle jättegärna se att Smålänningen finns på Internet, framförallt för att möjligheten skall finnas att kunna kolla upp gamla artiklar i arkivet. *Leif, 74*, är noga med att understryka att nättidningen inte skulle leda till en uppsägning av prenumerationen. *Gunilla, 45*, föreslår en alternativ version av nättidning. En sajt som fokuserar på enkel och sammanfattad information om evenemang och händelser inom lokaltidningens täckningsområden. En sajt som mer liknar en informationskälla än en tidning. *Niklas, 58*, tycker att det trots allt skulle kunna vara bra om Laholms Tidning hade en nättidning. Då vore det möjligt att läsa om nyheter som inträffat efter pressläggning.

Märk väl att även om denna minoritet av prenumeranter resonerar att det finns en viss sannolikhet att de skulle använda en nättidning, säger de också alltså att de absolut inte är säkra på att de kommer att göra det. Deras personliga intresse i en nättidning är som sagt inte särskilt stort. En lokal nättidning är med andra ord inte särskilt relaterad till prenumeranternas behov, snarare tycks den betraktas som ett mervärde eller service. Nättidningen är dessutom endast intressant om den är gratis. Somliga av gymnasiestudenterna skulle kunna tänka sig nättidningen som alternativ om man bor kvar i kommunen och inte tycker att man har råd att spendera pengar på en prenumerations. Emellertid säger de att har man råd, och bor på orten, skulle man helt klart föredra att läsa lokaltidningen i pappersform. Att en eventuell nättidning skall vara gratis tycks vara en underförstådd förutsättning.

Nu skall jag övergå till att i detalj diskutera resultaten från diskussionerna med prenumeranterna vid Sydöstran och Bohuslänningen. En intressant aspekt är att medan många

prenumeranter vid Smålänningen och Laholms Tidning är förvånade över att det inte finns någon nättidning, är det flera prenumeranter vid Sydöstran och Bohuslänningen som inte visste att de har nättidningar. Det sades tidigare att det var mycket få som med någon form av regelbundenhet använder den lokala nättidningen. I själva verket är det endast drygt en tjugondel, vilket motsvarar två personer. Det är visserligen fler som vid något tillfälle har besökt nättidningen. För dessa prenumeranter har det då handlat om nyfikenhet på nättidningens kvalité, att få en känsla av hur nättidningen ser ut. Efter ett besök verkar den nyfikenheten ha stimulerats. Somliga av gymnasieeleverna berättar också att de har besökt lokaltidningens nättidning i samband med skolarbeten.

Jag frågade prenumeranterna vad de skulle tycka om lokaltidningen skulle upphöra med nyhetspublicering på Internet. Jag finner det föga förvånande att svaret från nästan alla prenumeranterna är att de personligen inte skulle misstycka. Flera av prenumeranterna, även dem som är flitiga Internetanvändare, säger att de troligen inte ens skulle märka om nättidningen läggs ner. Prenumeranterna säger att de inte har något intresse av att läsa den lokala nättidningen, inte idag och troligen inte heller i framtiden. Gymnasiestudenterna vid Bohuslänningen tillför att de inte tror att de kommer att använda Bohuslänningen på Internet när de flyttar hemifrån efter gymnasiet, inte ens om de kan logga in gratis med familjens inloggningskonto. *Hans*, 52, argumenterar att anledningen att han och många andra prenumeranter inte personligen skulle misstycka om nättidningen läggs ner av den enkla anledningen att de själva inte besöker den. Han säger att det handlar om vana och understryker att om [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se) skulle läggas ner skulle han definitivt misstycka eftersom han ofta besöker den nättidningen.

*Jennika*, 24, och *Mikael*, 49, är de enda prenumeranter som regelbundet använder sin lokaltidning på Internet. De är också de enda som säger att de personligen skulle misstycka om den läggs ner. Samtidigt tycker de båda att konkurrenten BLT's nättidning är bättre. *Jennika*, 24, berättar att hon läser Sydöstran på Internet för att se om det har hänt något nytt, exempelvis från en sen idrottsmatch. *Jennika*, 24, tror också att hennes svägerskas familj skulle misstycka. De läser Sydöstran på Internet eftersom de inte längre bor i Blekinge och kan få papperstidningen samma dag. Att prenumeranterna berättar om andra personer de känner till som besöker nättidningen sker också vid Bohuslänningen. Det visar sig att flera av Bohuslänningens prenumeranter har lånat ut sitt inloggningskonto till andra familjemedlemmar. I ett försök att få åsikter från dem som faktiskt använder nättidningen fick jag tillgång till Bohuslänningens arkiv över personer som hade loggat in på nättidningen. Jag ringde ett tjugotal, för att bjuda in dem till fokusgrupper. Den stora upptäckten var att det sällan var prenumeranterna själva som använt nättidningen, snarare hade inloggningsuppgifterna vidareförmedlats till släkt eller vänner. Ibland var det pensionärer som stod för prenumerationen, men de hade själva aldrig använt nättidningen. Istället var det deras barn eller barnbarn som utnyttjade familjens inloggningskonto. Vid några fall var det par som delade prenumerationen. Den ena partnern reste mycket i arbetet, och vid dessa tillfällen användes nättidningen. Dessvärre kunde/ville ingen delta i fokusgrupper, vilket hörde ihop med att de som faktiskt använde nättidningen vanligen var bosatta på annat håll än Bohuslän. Emellertid gav såväl *Lennart*, 58, som *Ingela*, 50, personliga exempel på hur familjens inloggningskonto kan användas. *Lennart*, 58, berättar att hans dotter besöker nättidningen varje dag eftersom hon bor i Stockholm. *Ingela*, 50, säger; ”som med min dotter, hon skulle inte hinna läsa tidningen säger hon, och om hon har det så läser hon den på Internet”. I båda fallen använder är det alltså släktingar, inte prenumeranten själv, som besöker nättidningen.

## *Fördelar och nackdelar med en lokal nättidning*

Även om vi vid det här laget har tämligen god inblick i prenumeranternas mycket begränsade intresse i en lokal nättidning kan det enligt min mening diskutera deras syn på fördelar och nackdelar. En av fördelarna prenumeranterna diskuterar är att en nättidning är bra om vill fördjupa sig i ett område genom användandet av arkivtjänster. Exempelvis berättar *Leif, 74*, och *Conny, 65*, att det vore bra att kunna och läsa gamla artiklar. Däremot tycks prenumeranternas uppfattning inte vara att lokala nättidningar är snabba med nyheterna, vilket annars betraktas som en stor fördel med exempelvis [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se). Ett annat argument som förs fram är att det är möjligt att de vill visa en artikel för någon de känner på annan ort eller endast kommunicerar med via Internet. Flera prenumeranter tycker att det är bra att kunna meddela en bekant om en artikel genom att skicka med en länk till nättidningen. Prenumeranterna understryker också att andra fördelar med nättidning är att det är lätt att hitta information om prenumeration, samt olika sätt att kontakta tidningens medarbetare. Övriga fördelar prenumeranterna ser med en lokal nättidning handlar inte särskilt mycket om nättidningens innehåll. Istället lyfter prenumeranterna fram vanor och omständigheter som bidrar till att göra nättidningen attraktiv. Prenumeranterna framför, som tidigare nämnts, att det är bra att kunna läsa lokaltidningen var man än befinner sig. *Lennart, 58*, resonerar att nättidningen är en viktig service till de prenumeranter som är borta mycket i arbetet. *Rickard, 17*, framför att det skulle kunna vara bekvämt att läsa Smålänningen på Internet när man ändå surfar. *Emma, 17*, *Sylvie, 67* och *Marcus, 17*, och många andra tycker att en av de stora fördelarna med en nättidning är att man kan läsa den gratis. Att nättidningen skulle kunna vara ett gratisalternativ till papperstidningen, om man inte har råd med den. *Louise, 17*, säger ”om man studerar eller någonting så behöver man inte prenumerera utan man kan läsa den där”. Samtidigt kan det tilläggas att prenumeranterna vid Bohuslänningen tvärtom tycker att det är rimligt att man tar betalt på Internet. Åtminstone om det är en vinst i det så att det inte kostar för mycket att ha betalsystemet, att kostnaderna för att ta betalt åter upp de intäkter som drivs in. En annan aspekt som framförs är att lokaltidningen genom att ha en nättidning får goodwill, att den betraktas som att vara med i utvecklingen. Likaså tycker många prenumeranter att det är bra om nättidningen kan locka andra läsare till att börja prenumerera.

Även prenumeranternas syn på nättidningens nackdelar är lämpligt att diskutera. Ett tydligt resultat är att den lokala nättidningen väljs bort av prenumeranterna eftersom den inte är en jämbördig ersättare till papperstidningen för lokala nyheter. Nättidningen är helt enkelt inte tillräckligt lik papperstidningen, som prenumeranten kan hålla i handen, vika ut på köksbordet, eller ta med på bussen. Prenumeranterna kan visserligen se åtskilliga fördelar med en nättidning, men då avser de nättidningar som exempelvis [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se), vilken kan konkurrera med ett annat innehåll och en helt annan kvalitetsnivå.

De argument som kan förknippas med nättidningens egenskaper handlar just om att den lokala nättidningen är sämre i förhållande till papperstidningen och rikstidningar på Internet. *Emma, 17*, och *Marcus, 17*, framför att andra nackdelar med nättidningen är att det är krångligt om man vill klippa ut något ur tidningen. En nättidning kan man inte heller bära med sig. Har man inte bredband blir det både dyrt och tålmodsprövande att läsa tidningen på Internet. *Mikael, 49*, framför att en nättidning måste vara snabb med nyhetspublicering, vilket han inte tycker att Sydöstrans nättidning är. Många av prenumeranterna tycker att de lokala nättidningarna inte håller hög nivå av kvalitet.

Det för oss vidare till en rad olika argument om nättidningens nackdelar som snarare handlar om papperstidningens framtid än nättidningens innehåll. Några av prenumeranterna säger att

om nättidningen är väldigt bra, och *aftonbladet.se* används som referenspunkt, finns mindre motiv att läsa den i pappersform. Denna tankegång medför givetvis ett problem för tidningsföretaget. Nättidningen måste vara bra för att kunna locka nya prenumeranter, men om den är för bra och samtidigt gratis kan det motverka att läsarna skaffar en papperstidningsprenumeration. *Marianne*, 57, och *Axel*, 67, berättar att de har många bekanta som inte prenumererar på Sydöstran eftersom de kan läsa den på Internet. *Glenn*, 64, tror att Småläningen skulle kunna tappa prenumeranter om det startades en nättidning. Han berättar att han läser Dagens Industri gratis på Internet och skulle använda även andra nättidningar mer om han hade haft bredband i hemmet. Tillgång till dator och framförallt Internet är också en nackdel. Det faktum att bredband är ovanligt vid landsbygden är en klar nackdel vid läsning av nättidning. Dels ur privatekonomisk synvinkel, dels för snabbheten mellan sidvisningarna. *Alexandra*, 74, framför att en negativ aspekt med nättidningen är att hon, precis som många andra prenumeranter i hennes ålder, inte har lärt sig att använda det. Hon tycker att det är särskilt tråkigt när det står i papperstidningen att man kan läsa mer genom att besöka nättidningen, eftersom hon själv inte kan det.

En annan nackdel som prenumeranterna diskuterar är att nättidningen kostar pengar. Många prenumeranter, som bekant inte själva använder nättidningen, tycker att lokaltidningen skall satsa pengarna på andra områden istället. De tycker att satsningen på en nättidning absolut inte skall gå ut över prenumerantpriserna. Prenumeranterna tror att det är svårt att driva in intäkter på Internet, men att nättidningen givetvis genererar utgifter. Flera prenumeranter argumenterar att det vore dåligt om tidningen tappar prenumeranter samtidigt som nättidningen kräver mer personal och resurser. De prenumeranter som tycker att det är viktigt att lokaltidningen skall vara med i utvecklingen invänder emellertid. De tycker att det hör till en tidning i tiden att ha en nättidning och att det säkert kan vara bra för framtiden. För att avrunda avsnittet skall jag citera *Emma*, 32, som i sitt uttalande representerar majoriteten av prenumeranter, i synnerhet de vuxna. Hon säger ”Jag tycker ändå att det är överskattat, det är så mycket att allt skall bli så datoriserat, men där är så mycket folk som är emot det. De vill inte sitta på Internet och läsa tidningen och sånt här, så att, jag tror att dem som sysslar med Internet hela tiden överskattar det hela, de tror att alla vill detta, och det vill vi inte.”

### *Den osynliga prenumerantens behov*

Avslutningsvis skall jag diskutera vidare samt reda ut vissa motstridigheter kring prenumeranternas attityd till en lokal nättidning. Prenumeranternas attityder till en lokal nättidning har visat sig ha flera sidor. Det viktigaste i sammanhanget är enligt min mening att mycket få, känner ett personligt intresse i en lokal nättidning. Men det är också viktigt att ha i åtanke att majoriteten tycker att en lokal nättidning egentligen kan vara bra. Det är till synes ett tämligen konfunderande faktum.

Emellertid resonerar flertalet av prenumeranterna att en lokal nättidning är bra, men för andra än dem själva. Eller att nättidningen vore bra för dem själva, om de ändrar sin livsstil. Exempelvis skaffar sig yrke som medför mycket resande, utan tillgång till lokaltidning i pappersform. De vuxna spekulerar att den yngre generationen skulle kunna ha nytta av en nättidning. De vuxna prenumeranterna tror för det första att det är många ungdomar som faktiskt läser nättidningen, för det andra att nättidningsläsning kan locka de yngre till att prenumerera i framtiden. Men de unga i denna studie läser faktiskt inte den lokala nättidningen, utan framförallt rikstidningar på Internet. Också de yngre tror att det är andra som har nytta av nättidningen. Somliga refererar till den tänkta läsaren av lokala nättidningar som andra ungdomar. De kan sägas få en passning av de vuxna, men genast skicka vidare

ollen. Möjligtvis skulle de yngre vara med i matchen om de bosätter sig vid en annan ort, men ändå vill läsa hemortens nyheter. Jag misstänker att en mycket viktig aspekt som gör att ungdomarna inte är intresserade av en lokal nättidning förklaras av att deras intresse för lokala nyheter överlag är betydligt mer begränsat än de vuxnas. Slutsatsen är att många prenumeranter uppfattar den lokala nättidningen som något bra, inte för dem själva, men för någon okänd samling människor som ingen riktigt har grepp om.

### **5.3. Sammanfattande slutdiskussion**

Som en röd tråd genom hela resultatredovisningen uppvisar prenumeranterna från de olika tidningstyperna att de är mer homogena än heterogena i förhållande till varandra. Essensen kring prenumeranternas attityd till Internet, nättidningar och den eventuella lokala nättidningen skall jag nu kort återge. Svenskar är ur ett internationellt perspektiv tämligen invanda med datorer och Internet. Det är endast pensionärerna som i väldigt liten grad införlivat Internet som medieform i sina vardagliga rutiner, och de säger vidare att de varken har behov eller för avsikt att göra så. Sett över alla åldrar och tidningar föredrar prenumeranterna papperstidningen som bas för sitt nyhetsintag. Nättidningar fungerar som komplement, men då avses med få undantag endast rikstidningarna, särskilt kvällstidningarna. Genom nättidningen tillfredställer prenumeranterna de behov som lokaltidningen inte kan tillfredställa. Det handlar om mer djup och bredd, men också om mer riks- och utrikesnyheter liksom mer nöjesutbud. Surfande på nättidningar hämmas emellertid kraftigt på landsbygden av bristen på snabba Internetanslutningar. Teknikutvecklingen är med andra ord en viktig faktor. Nedan följer en överskådlig sammanställning över de fördelar och nackdelar med nättidningen som prenumeranterna framfört. Det bör understrykas att sammanställningen inte är rangordnad.

#### **Fördelar;**

- Service till allmänheten.
- Möjlighet att locka nya prenumeranter.
- Service till prenumeranter som reser i arbetet eller är på semester.
- Gratis.
- Kunna skicka artiklar per e-post till vänner.
- Hitta information om exempelvis prenumerationspris eller kontaktinformation för tidningens olika medarbetare.
- Möjlighet till arkivtjänster, vilket kan ge överblick, djup och bredd.
- Snabba nyheter.
- Good-will.
- Fördelaktigt om det händer saker efter pressläggning.

#### **Nackdelar;**

- Nättidningen är helt enkelt inte lik en papperstidning, som man kan hålla i handen, eller lägga på frukostbordet.
- Att prenumeranter kan sluta sin prenumeration om nättidningen är för bra.
- Nättidningens kostnader går ut över prenumerationspriset.
- Svårt att spara artiklar om man vill ha dem i pappersform.
- Kan inte bära med sig nättidningen.
- Nättidningen tappar attraktionskraft med en dålig Internetuppkoppling.
- Att nättidningsläsning kräver viss dator- och Internetvana.

En viktig slutsats är att endast ett fåtal prenumeranter personligen bryr sig om lokaltidningen har en nättidning eller inte. Vid Sydöstran och Bohuslänningen är det mycket få prenumeranter som besöker nättidningen i dagsläget, och skulle heller inte personligen bry sig om nättidningen läggs ner. Vid Laholms Tidning och Smålänningen är det mycket få som har ett personligt intresse i att det skall etableras en nättidning. Samtidigt är en viktig poäng att prenumeranterna resonerar att även om de själva inte har ett intresse av en nättidning, finns det säkert andra som har det. Det framförs olika teorier om vilka grupper det är som kan tänkas nyttja nättidningen, bollen hamnar hos de yngre, som emellertid överlag inte heller uttrycker ett intresse i den lokala nättidningen. Kanske kan det förklaras av att ungdomarna i denna undersökning visat klart mindre intresse för lokala nyheter i förhållande till de vuxna. Ungdomar antas vilja använda den lokala nättidningen utifrån att de i större grad är "Internet-människor". De vuxna antas vilja använda den lokala nättidningen utifrån att de har ett stort nyhetsintresse. Inget av dessa antaganden visar sig riktigt i denna undersökning, och bilden av vad som karaktäriserar prenumeranten med intresse för den lokala nättidningen förblir suddig. Jag anser det utifrån dessa grunder rimligt att anta att läsarna av lokaltidningens nättidning inte är prenumeranter, utan personer som tar tillfället i akt att läsa nyheterna gratis på Internet. Det kan exempelvis vara prenumeranter från den konkurrerande lokaltidningen, som besöker nättidningen för att se om det står om andra nyheter än i den egna tidningen.

Man skulle kunna påstå att det bland läsare och branschfolk tycks finnas en allmänt positiv attityd till den lokala nättidningen, och att situationen kan liknas vid historien om kejsarens nya kläder. Kejsarens sömmare lyckades på ett mycket övertygande sätt lura kejsaren att köpa kläder, som i själva verket inte existerade, de var osynliga. Eftersom kejsaren var en sådan auktoritet vågade ingen ifrågasätta att kläderna inte fanns, fastän alla såg att kejsaren hade "klätt" sig naken. Det var först när ett litet barn, med avsaknad av de sociala konventionernas självtvingande tystnad, uttalade att kejsaren i verkligheten är naken, som bubblan sprack. Att säga att den lokala nättidningen saknar funktion för sina läsare vore mycket djärvt och sannolikt också mycket felaktigt. Det vore att antyda att drygt hundra lokaltidningar bokstavligen är ute och cyklar. Det eftersom papperstidningarna investerar stora summor på att driva nättidningar, utan att skapa nämnvärda intäkter utan snarare förluster. Men vad avses med "sina läsare"? Åsyftas inte endast prenumeranterna utan också andra läsare? Personer som tar sig friheten att läsa nättidningen eftersom det är gratis, men inte har för avsikt att prenumerera. Det talas om att nättidningen skall locka nya läsare, och att den skall vara en service till prenumeranterna. Jag tänker nu avsluta detta kapitel med att säga att om det skulle visa sig att resultaten från diskussionerna med prenumeranterna i denna studie är generaliserbara, vore det helt fel att säga att nättidningen är en service till sina prenumeranter.



## **6. Slutdiskussion.**





Det övergripande syftet i denna undersökning har varit att undersöka om lokaltidningsprenumeranterna har ett intresse i att lokaltidningen skall finnas som nättidning. Resultaten visar på en motstridighet som gör att syftet kan besvaras med både ja och nej. Majoriteten av prenumeranterna uttrycker att det är jättebra om lokaltidningen har en nättidning eftersom de säger att det säkerligen uppskattas av andra prenumeranter och blivande läsare. Många argumenterar att det kan vara bra för tidningen att vara med i utvecklingen och att de därför också får goodwill. Däremot är det mycket oklart vilka som egentligen läser den lokala nättidningen, att det är mycket få prenumeranter som gör det visar denna undersökning. Däremot är majoriteten av prenumeranterna av uppfattningen att det givetvis finns läsare av nättidningen, många tror att det är de yngre. Samtidigt dementerar de yngre att de läser lokala nättidningar, däremot läser de gärna rikstidningar på nätet. Eftersom alla utom tre prenumeranter säger att de inte har ett personligt intresse i en lokal nättidning, menar jag att syftet bäst besvaras med ett nej. Somliga prenumeranter vid Sydöstran och Bohuslänningen säger att de använder nättidningen någon gång emellanåt, men det är endast en som personligen skulle bry sig om nättidningen läggs ner. Vid Laholms Tidning och Smålänningen säger visserligen många att de kanske skulle använda en nättidning någon gång, men det är endast en som tycker att de bör satsa på en nättidning utifrån att prenumeranten personligen tycker att det är viktigt.

I ett vidare perspektiv förstår jag det som att nyttan av en lokal nättidning för dess prenumeranter verkar vara mycket begränsad, åtminstone i den form och av den kvalité som numera upprätthålls. Tanken att nättidningen är ett bra komplement bekräftas emellertid, eftersom prenumeranterna mer än gärna besöker exempelvis [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se). De tycker att de kompletterar med andra sorts nyheter och information som inte finns i lokaltidningen. Att läsa lokaltidningen på Internet däremot ser mycket få ett behov av om man redan har läst papperstidningen, och prenumeranterna föredrar att läsa tidningen i pappersform. Ett annat resultat i undersökningen är att de lokaltidningsprenumeranter som också prenumererar på en rikstidning, vanligen inte läser riks- och utrikesnyheterna i lokaltidningen. Anledningen att de har en rikstidning är att de har bättre riks- och utrikesnyheter, liksom att uppfattningen är att papperstidningen är ett bättre alternativ än nättidningen för lokala nyheter. Prenumeranterna ser i väldigt liten utsträckning ett intresse av att läsa samma nyheter i två medier. Utifrån dessa resonemang finner jag det rimligt att anta att den osynliga läsargruppen av de lokala nättidningarna sannolikt inte är prenumeranter. Det kan också konstateras att prenumeranterna bör betraktas som mogna för nättidningsläsning, enligt Rogers diffusionsteori är den svenska Internetutvecklingen mogen. Däremot uttrycker somliga att de hämmas av att bredband saknas, vilket hämmar deras allmänna Internetsurfande. Det innebär också ett exempel på när mediestrukturen påverkar individernas mediebetende.

Det har diskuterats olika faktorer som påverkar prenumeranternas upplevda tillfredsställelse liksom teoretiska modeller för hur kunder gör val. Min slutsats är att det viktigaste attributet som lockar prenumeranterna till lokaltidningen är just dess lokala prägel på nyhetsförmedlingen. Valet för lokaltidningsprenumeranterna mellan olika lokaltidningar på orten, om det finns två, handlar dels om kvalitén på lokalnyheterna, dels andra attribut. Däremot står det klart att nättidningen inte är ett attribut som prenumeranterna lyfter fram i valet av lokaltidning, inte ens vid Bohuslänningen där en prenumerant medger gratis inloggning på nättidningen, som annars tar betalt per artikel. Att majoriteten av svenska nättidningar är gratis medför flera saker. Läsarna kan välja att läsa lokaltidningens nyheter gratis, oavsett om de är prenumeranter eller inte, varför det inte finns ett incitament för att

prenumerera för att erhålla mervärden på Internet. Tanken att nättidningen är en service till läsarna, men inte till prenumeranterna förstärks därför. Däremot visar resultaten på ett brett uppslag av insatser som prenumeranterna lyfter upp som de anser skulle skänka lokaltidningen mervärden.

Vidare kan diskuteras att tidigare teorier om att frekventa tidningsläsare vanligen karaktäriseras av att ha stabilitet i sitt liv, ha goda resurser samt vara integrerade i samhället. De vuxna prenumeranterna visar alla dessa kännetecken, i synnerhet att de är mycket integrerade i sitt lokala samhälle. Ungdomarna däremot har visat att de skiljer sig kraftigt på dessa områden, liksom sitt intresse för lokaltidningen. Däremot uttrycker ungdomarna att de med största sannolikhet kommer att skaffa sig egna prenumerationer framöver i livet och de understryker att det handlar om att bli mer integrerade i samhället och att få bättre ekonomiska resurser. Att skaffa en egen prenumeration åren efter gymnasiets slut däremot är desto mer osäkert. Vanligen tycks tidningar ha en policy att skriva för alla sorters prenumeranter. Däremot vill jag lyfta frågan om det är rimligt att satsa på ungdomar. Om nättidningen ses som ett strategiskt verktyg för att locka ungdomar att bli prenumeranter verkar det vara ineffektivt. Att läsa en morgontidning handlar som sagt om integration, resurser och stabilitet, dessa faktorer kanske inte kan uppvägas mot att tidningen gör försök att locka ungdomar. Om detta skall lyckas tycks det som att morgontidningen måste bli något annat, mer likt en kvällstidning som fokuserar på nöje och sport, samt mer ungdomsriktat material.

Avslutningsvis vill jag säga några ord om denna studies korrespondens med verkligheten. Eftersom det är en kvalitativ studie har jag endast studerat en mycket liten del av verkligheten, men däremot gjort det i detalj. I urvalet av prenumeranter till den lilla del som i denna undersökning kommit att representera de olika lokaltidningarnas prenumeranter har jag sökt att maximera deras olikheter, i synnerhet utifrån deras ålder. I metodbilagans validitetsdiskussion ägnar jag mig åt dessa frågor, nu vill jag kort säga att ett urval givetvis har bäring på resultatet och att urvalet i denna studie inte syftade till att kunna generalisera resultaten. Men att resultaten visar att prenumeranterna uppvisar sådana slående likheter, samt att datamaterialet trots allt omfattar 87 prenumeranter, gör att jag skulle hävda att generella mönster med stor sannolikhet är representativa i större sammanhang. Exempelvis anser jag ha belägg för att säga att en klar majoritet av lokaltidningsprenumeranter, inte enbart i denna studie, inte har ett personligt intresse i en nättidning av lokal karaktär. Den lokala nättidningen fungerar därmed sällan som ett komplement för sina prenumeranter. Den är givetvis fortfarande ett komplement för konkurrentens prenumeranter som vill läsa mer lokala nyheter än i den egna tidningen. Utifrån resultaten menar jag att idén om nättidningen som komplement i första hand handlar om papperstidningsprenumeranter som besöker nättidningar med en annan sorts innehåll, exempelvis kvällstidningarna på Internet.

## **7. Sammanfattning.**



Denna undersökning har som övergripande syfte att undersöka om lokaltidningsprenumeranterna har ett intresse i att lokaltidningen skall finnas som nättidning. För att uppfylla detta syfte har jag använt den kvalitativa metoden fokusgrupper och genomfört gruppdiskussioner med sammanlagt 87 lokaltidningsprenumeranter vid fyra olika lokaltidningar. Av dessa har Sydöstran och Bohuslänningen etablerat en nättidning, vilket Laholms Tidning och Smålänningen inte har. En svårighet har bestått i att rekrytera prenumeranter i åldern tjugo till fyrtio år. Majoriteten av de intervjuade är antingen äldre än fyrtio, eller yngre än tjugo år. Prenumerantstocken vid alla lokaltidningarna är emellertid tämligen åldersstigen. Urvalet har sökt att maximera olikheter i prenumeranternas åsikter, och datamaterialet är därför inte representativt.

Prenumeranterna väljer att prenumerera på sin lokaltidning framförallt eftersom den har lokala nyheter. Vuxna människor ägnar tidningen mer tid och läser mer av dess innehåll. Ungdomarna läser mer selektivt och intresserar sig främst för sport, nöje och ungdomsrelaterat innehåll. Det finns åtskilliga olika faktorer som prenumeranterna anser är viktiga för att de skall känna sig nöjda. Flera av dessa faktorer handlar om tidningens innehåll och är vanligen relaterade till vad prenumeranterna tycker om att läsa. Prenumeranterna efterfrågar också mer djup och bredd genom artikelserier och reportage, bättre språk, samt rikligare information om aktiviteter och evenemang.

Majoriteten av prenumeranterna har en tämligen positiv attityd till Internet, även om det bland pensionärerna är många som inte vare sig använt, eller har för avsikt att använda mediet. Majoriteten har någon gång besökt en nättidning och åtskilliga gör så med viss regelbundenhet, med lika fördelning mellan yngre och medelålders. Däremot är det framförallt kvällstidningarnas nättidningar som besöks, i synnerhet [aftenbladet.se](http://aftenbladet.se). Utifrån många perspektiv och frågor, såväl direkta som indirekta, kommer jag till slutsatsen att nästan alla prenumeranter inte har något personligt intresse i att lokaltidningen skall ha en nättidning. Vid Laholms Tidning och Smålänningen säger prenumeranterna att de inte tycker att lokaltidningen skall investera pengar i en nättidning eftersom de personligen inte tror att de kommer att använda den. Prenumeranterna vid Sydöstran och Bohuslänningen säger överlag att de personligen inte skulle bry sig om nättidningen läggs ner. Alltså har prenumeranterna vid de olika lokaltidningarna liknande attityd, oavsett om lokaltidningen i dagsläget har en nättidning eller inte. En intressant aspekt är att fastän majoriteten av prenumeranterna inte önskar en nättidning för personligt bruk säger de att en nättidning däremot är mycket bra, för andra. Diskussioner förs om denna tänkta dolda grupp av användare, de vuxna säger att nättidningen säkerligen är bra för ungdomarna. Samtidigt säger alltså nästan alla ungdomar att de inte personligen är intresserade av en nättidning. Men att nättidningen måste vara bra för någon säger alla, inte minst för nättidningen som förmodas få goodwill. Frågan om vilka de dolda läsarna av den lokala nättidningen är kan jag endast spekulera kring. Däremot kan jag utifrån denna studie säga att det inte är prenumeranterna som läser den. Prenumeranten av en lokaltidning i pappersform uttrycker föga intresse i att läsa densamma som en nättidning. Det är endast andra lokaltidningars, och framförallt rikstidningarnas nättidningar, som fungerar som komplement för prenumeranterna.



## **8. Källförteckning.**





## Tryckta källor

- Bokelund Christina, *Tidningsstunden är min, bara min*, Rapport nr 34 vid informations- och massmediegruppen vid Handelshögskolan i Göteborg, 1995
- Bergström Annika & Hedman Lowe, *Internet – en berg- och dalbana*, i ”Fåfångans marknad”, SOM-nr 33. Red. Weibull Lennart & Holmberg Sören, Kungälv, 2003
- Bergström Annika, *Internet*, i ”MedieSverige 2001/2002”, Red. Ulla Carlsson, Kungälv, 2002
- Bergström Annika, *Internetanvändningen fas II*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004
- Carlsson Ulla, *Mediemätningar*, Göteborg, 1995
- Carrwick Christian & Mattsson Nicklas, *Internetrevolutionen – 1000 dagar som förändrade Sverige*, Falun, 1998
- Chaffey Dave m.fl, *Internet marketing*, Edinburgh, 2000
- Christensen Lars m.fl, *Marknadsundersökning - en handbok.*, Lund 2001
- Christiansen Birgitte & Bergström Annika, *Tidningars symbol- och bruksvärde.*, i ”Tryckt”, Red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000
- Cottle, Hansen, Negrine & Newbold, *Mass communication research methods*, Hong-Kong, 1998
- Denscombe Martyn, *Forskningshandboken*, Lund, 2000
- Elliott Maria, *Förtroendet för medierna*, Kungälv, 1997
- Eneroth Bo, *Hur mäter man vackert?*, Göteborg, 1989
- Eriksson Lars & Widersheim-Paul Finn, *Att utreda, forska och rapportera*, Karlshamn, 2001
- Esaïsson Peter m.fl, *Metodpraktikan*, Stockholm 2003
- Fidler Roger, *Mediamorphosis – understanding new media*, London m fl, 1997
- Fischerström Barbro, *Därför*, i ”Från lekstuga till affär – dagstidningen och digitala medier”, Red. Bo Hedin,
- Flick Uwe, *An introduction to qualitative research*, London, 2002
- Gummesson Evert, *Relationsmarknadsföring: från 4 P till 30 R*, Kristianstad, 2000
- Hadenius Stig, *Mediernas makt och vanmakt*, i Björnsson Anders & Lutherson Peter, ”Medialisering av Sverige”, Bjärnum 1997
- Hartley John, *Communication, cultural and media studies*, London, 2002
- Hartman Jan, *Vetenskapligt tänkande: från kunskapsteori till metodteori*, Lund, 1998
- Hedman Lowe, *Dagstidningar på nätet*, i ”MedieSverige 2004”, Red.Ulla Carlsson, Kungälv, 2004
- Hedman Lowe, *Pressen på Internet*, Uppsala, 1998
- Hellingwerf Karin, *Viktiga egenskaper hos dagspressen*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000
- Holmberg Sören & Weibull Lennart, *Fåfångans marknad*, Kungälv, 2003
- Holme Idar Magne & Solvang Bernt Krohn, *Forskningsmetodik*, Lund, 1997
- Hoyer D.Wayne & MacInnis J Deborah, *Consumer Behaviour*, Boston, 2001
- Jansson André, *Medieanvändning som medborgerlig plikt?*, i ”Opinionssamhället”, SOM-nr 20, Red Weibull Lennart & Holmberg Sören, Göteborg, 1997
- Jarlbro Gunilla *Kvalitativa metoder – vetenskap eller bara tyckande? I ”Mediemätningar”*. Red Ulla Carlsson, Göteborg, 1995
- Johansson-Lindfors Maj-Britt, *Att utveckla kunskap*, Lund, 1993
- Jönsson Håkan, *Ålderdom som samhällsproblem*, Lund, 2002
- Kinncar C Tomas, & Taylor R. James, *Marketing research*, New York m.fl, 1996
- Krueger Richard A & Casey Mary Ann, *Focus Groups*, London, 2000
- Kvale Steinar, *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund, 1997

- Lithner Anders, *Dagspressens läsare*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000
- Lithner Anders, *Alla läser tidningen. Nästan*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000
- McQuail Denis, *Mass communication theory*, London, 2000
- Merriam B Sharan, *Fallstudien som forskningsmetod*, Lund 1994
- Moore Shaun, *Interpreting audiences*, London, 1993
- Nilsson Åsa, *Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004
- Pavlik, V John, *Journalism and new media*, New York, 2001
- Reichenberg Monica & Wadbring Ingela, *Lätt och svårt i tidningsspråk*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004
- Rogers M Everett, *Diffusions of innovations*, New York, 2003
- Seymour Daniel T, *Marknadsundersökningar med kvalitativa metoder*, Göteborg 1992
- Sjöberg Ulrika, *Nya medier – och de gamla konvergens*, i ”Internet, medier och kommunikation”, red. Peter Dahlgren, Lund, 2002
- Solomon Michael & co, *Consumer Behaviour*, London m.fl, 2002
- Sternvik Josefine, *Svårbedömda läsare*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004
- Strid Jan, *Viktigast i tidningen 1979-2003*, i ”Ju mer vi är tillsammans”, SOM-nr 34, Red. Holmberg Sören & Weibull Lennart, Kungälv, 2004
- Söderlund Magnus, *Segmentering – om marknadsföring på fragmenterade marknader*, Kalmar, 1998
- Sörqvist Lars, *Kvalitetsbristkostnader – ett hjälpmedel för verksamhetsutveckling*, Lund, 1998
- Wadbring Ingela, *2002 års Publicistiska bokslut – del 2 om läsares och medarbetares syn på tidningar*, Arbetsrapport 10, JMG, Göteborg
- Wadbring Ingela & Weibull Lennart, *Att studera dagspressen i Sverige – utgångspunkter*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000
- Weibull Lennart, *Media diversity and choice*, i “Media structure and the state”, red. Gustafsson Karl-Erik, Kungälv, 1995
- Weibull Lennart, *Svenska tidningshus i ett nytt medielandskap*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000
- Weibull Lennart, *Svenskt medielandskap i förändring*, i ”Tryckt”, red Wadbring Ingela & Weibull Lennart, Kungälv, 2000

## Rapporter, artiklar och andra källor

- At work Internet audience media consumption study*, Online publishers association, Maj 2003, s 2.
- Bellman S, Lohse G.L & Johnsson E.J, *Predictors of online buying behavior*, In communication of the ACM, Vol 42, No.12
- Börjesson Johanna, *Vem gör nättidningen?*, Rapport, december 2002
- Donatello Mike, *What consumers tell us about paying for news online*, (www.econtentmag.com), maj 2002
- Ihlström Carina & Lundberg Jonas, *The audience of Swedish local online newspapers*, Halmstad & Linköping
- Internetbarometern 2003*, Nordicom, Göteborg
- Klopp Charlotte & Sterlickhi John, *Customer satisfaction just catching on in Europe*, I “Marketing News”, May 28, 1998
- Kämpe Jonas & Nyberg Jim, *Intäktskällor för vecko- och månadstidningar på Internet*,

Kandidatuppsats i företagsekonomi, Stockholms universitet, 2004  
Lenhart Amanda m.fl, *The ever-shifting Internet population*, Washington, 03-04-16,  
Magdalenic Sanja, *Journalistik och Internet i ett medieföretag – En explorativ fallstudie av omvandlingar inom ETC produktion AB*, Katrineholm, 2001  
*Making web users pay*, The Futurist, September-Oktober 2001  
*Mediebarometern 2003*, Red Ulla Carlsson, Kungälv, 2004  
*Medieprofiler 2003*, Tidningsutgivarna/Research international  
Neuwlrth Robert, *Word of the profits*, Editor & Publisher 01-01-29, Vol 134, Issue 5  
Research international, 2003  
Samtal med Peter Westlund, FOU-forskare inom äldreomsorg (Juli 2004)  
*Sundsvalls Tidning och läsarna*, (artikel vid [www.tu.se](http://www.tu.se) )  
*Svensk dagspress 2003 – Fakta om marknad och medier*, Tidningsutgivarna  
*Svensk dagspress 2004 – Fakta om marknad och medier*, Tidningsutgivarna  
*Ta betalt på nätet*, Internetworld, nr 6, 2004  
Westlund Oscar, *Betala för nyheter på Internet?*, Arbetsrapport 15, JMG, Göteborg, 2003  
Westlund Oscar, *Fokusgrupper på Internet*, PM vid Dagspresskollegiet, JMG, Göteborg, 2003  
Westlund Peter, *Lära av varandra*, Fokus Kalmar, Rapport, 1999:7

## **Internet**

[www.econtentmag.com](http://www.econtentmag.com)  
[www.kb.se/ts/tsonline.htm](http://www.kb.se/ts/tsonline.htm)  
[www.kiaindex.se](http://www.kiaindex.se)  
[www.mms.se](http://www.mms.se)  
[www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)  
[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)  
[www.pewinternet.org](http://www.pewinternet.org)  
[www.ts.se](http://www.ts.se)  
[www.tu.se](http://www.tu.se)



## **9. Bilaga – Metod.**



## 1. Inledning till metodkapitel

Denna bilaga om metod bygger vidare på den introduktion till metod och material som gavs i inledningen av rapporten. Här skall jag mer detaljerat redovisa undersökningsarbetets process, så att ni läsare skall kunna förstå hur jag har genererat resultaten. När jag påbörjade arbetet med denna undersökning var facklitteratur om kvalitativa undersökningar vägledande, i synnerhet i arbetet med fokusgrupper. Jag har valt en kvalitativ metod eftersom jag önskade tränga igenom forskningsämnets yta och skapa förståelse för innebörder och mening. Valet av metod blir liksom val av teoretiska perspektiv, ett beslut om vilka slags data som är viktiga hos den företeelse jag undersöker.<sup>136</sup> Kvalitativa studier ger svar på frågan varför och denna undersökning syftar till att upptäcka, lyfta upp och belysa samband. Kvalitativa data kan användas för att bygga teorier, teoretiska hypoteser eller praktiska arbetshypoteser.<sup>137</sup> Resultat från kvalitativa data är ofta underlag för kvantitativa studier.

Den kvalitativa metod jag har använt heter fokusgrupper, vilken ursprungligen härstammar från psykologins grupperapi och tanken att individer som har samma problem, blir mer benägna att diskutera det med andra i samma situation.<sup>138</sup> Fokusgrupper är en mycket gynnsam metod för att generera metoder, och dess resultat blir ofta underlag för kvantitativa studier. Fokusgrupper är kvalitativa och djuplodande eftersom gruppdeltagarna ges möjlighet att uttrycka sina åsikter och känslor. Fokusgrupper är bra för att identifiera behov, förstå känsloreaktioner, djupare bakgrundsinformation och människors tankar.<sup>139</sup>

Fokusgrupper har flera karaktärsdrag; de involverar människor, vanligen 6-12 personer per grupp. Men rekommendationerna om deltagarantal går isär, se exempelvis Christensen m.fl.<sup>140</sup> eller Krueger & Casey.<sup>141</sup> Vilket gruppantal som är lämpligast anser jag får bero på samtalsämne och även samtalsledarens kunnighet. I grupperna bör alla kunna komma till tals, men de skall inte vara för små eftersom man då inte får en bredd av åsikter och inte heller god dynamik. Självt har jag haft många grupper på fem respektive elva deltagare och jag finner antalet vid båda grupperna mycket bra. I alla grupper jag haft är det somliga som pratar mycket medan andra är tystare av sig. Gymnasieeleverna har varit tystare, vilket kan handla om att de känner varandra, eller inte tycker att det finns särskilt mycket att säga om ämnet. Vanligen rekommenderas att fokusgrupper inte skall bestå av deltagare som känner varandra. Jag gjorde dock bedömningen att detta ämne inte skulle vara känsligt att diskutera i grupp av gymnasieungdomar, och tycker också att det har fungerat bra.

I en fokusgrupp har alla människorna något särskilt gemensamt som är viktigt för undersökningen. Fokusgrupper ger kvalitativa data, genom metoden får forskaren åsikter från en viss sorts grupp av människor. Man har en fokuserad diskussion. Kring ett ämne, vanligen utifrån en samtalsmall som innehåller få men breda och öppna frågor som bidrar till förståelse om ämnet utifrån deltagarnas perspektiv.<sup>142</sup>

---

<sup>136</sup> Eneroth Bo, *Hur mäter man vackert?*, Göteborg 1989, s 123

<sup>137</sup> Christensen Lars m.fl, *Marknadsundersökning - en handbok.*, Lund 2001, s 67

<sup>138</sup> Seymour. Daniel T, *Marknadsundersökningar med kvalitativa metoder*, Göteborg 1992, s 113

<sup>139</sup> Krueger Richard A & Casey Mary Ann, *Focus Groups*, London, 2000, s 12

<sup>140</sup> Christensen Lars m.fl, *Marknadsundersökning - en handbok.*, Lund 2001, s 178

<sup>141</sup> Krueger Richard A & Casey Mary Ann, *Focus Groups*, London, 2000, s 73

<sup>142</sup> Krueger Richard A & Casey Mary Ann, *Focus Groups*, London, 2000, s 10ff



Det har därför varit mycket bra att dessa grupper varit större. De vuxna prenumeranterna har diskuterat intensivare, varför det kunnat uppstå mycket bra dynamik även med färre deltagare. Alltså är min uppfattning att ämnets karaktär och deltagarnas förmodade intresse i ämnet viktigt att tänka på. Om jag, liksom många andra som arbetat med fokusgrupper, skulle rekommendera ett särskilt antal skulle det vara fem till åtta deltagare. Stora grupper är trots allt mycket svårare att överblicka som samtalsledare. Det blir en mer personlig diskussion om samtalsledaren kan tilltala deltagarna vid namn. Det bör dock sägas att vid mindre grupper än fem har det inte alls uppstått samma intensitet och djup i diskussionerna.

Inledningsvis skall jag nu försöka skapa en överblick om undersökningen. Jag har sammanlagt utfört 13 fokusgrupper med totalt 87 prenumeranter vid fyra lokaltidningarna. Dessa lokaltidningar är belägna i fyra olika län; Blekinge, Bohuslän, Halland och Kronoberg. Vanligen har det vid varje tidning utförts två grupper med vuxna prenumeranter och en med gymnasieelever. Enda undantaget är Sydöstran, där jag genomfört fyra fokusgrupper. Nedan är en lista med alla de olika fokusgrupperna jag har genomfört.

#### *Sydöstran - 21 prenumeranter.*

- 8 maj klockan 14.00, Karlskrona, 7 prenumeranter.
- 8 maj klockan 16.15, Karlskrona, 4 prenumeranter.
- 7 juni klockan 14.30, Karlshamn, 2 prenumeranter.
- 20 juli klockan 17.30, Karlshamn, 8 prenumeranter.

#### *Bohusläningen – 21 prenumeranter.*

- 11 maj klockan 18.00, Uddevalla, 5 prenumeranter.
- 24 maj klockan 09.30, Uddevalla, 11 prenumeranter.
- 24 maj klockan 16.00, Uddevalla, 5 prenumeranter.

#### *Smålänningen – 24 prenumeranter.*

- 3 juni klockan 10.50, Ljungby, 11 prenumeranter.
- 3 juni klockan 16.00, Ljungby, 4 prenumeranter.
- 3 juni klockan 18.00, Ljungby, 9 prenumeranter.

#### *Laholms Tidning – 21 prenumeranter.*

- 2 maj klockan 15.00, Laholm, 5 prenumeranter.
- 27 maj klockan 10.45, Ljungby, 11 prenumeranter.
- 27 maj klockan 19.00, Laholm, 5 prenumeranter.

## **2. Från idé till rapport**

### **2.1 Planering, urval och rekrytering**

I april 2004 började jag, utifrån undersökningens syfte att utforma en plan för hur jag skulle rekrytera prenumeranter. Det blev naturligt att söka samarbetspartners i lokaltidningar som var intresserade av att lära känna sina prenumeranter bättre. Eftersom jag hade satt upp som mål i forskningsansökan att intervjua prenumeranter vid fyra olika lokaltidningar, och att två av dessa inte skulle ha en nättidning, fick jag göra efterforskningar för att finna ett antal sådana i södra och mittersta Sverige.

Efter två veckor började jag kontakta lokaltidningar. Min strategi var att finna lokaltidningar i olika län, för att åtminstone få en viss geografisk spridning. När jag kontaktade lokaltidningarna skickade jag först e-post till ledningen med kort information om forskningsprojektet och vad jag förväntade mig av tidningarna. De krav jag ställde var att de skulle annonsera om undersökningen i sin tidning, samt tillhandahålla en lokal samt fika för fokusgrupperna. Jag skrev också i e-postbrevet att jag skulle ringa några dagar efter för att diskutera med dem. Detta upplägg valde jag eftersom jag antog att lokaltidningarna både behöver tid och information innan de skulle kunna ta ett beslut om att delta.

Rekryteringsprocessen tog dessvärre längre tid än jag hade tänkt. Somliga tidningar behövde veckovisa överläggningar för att kunna besluta sig om att inte delta. Dessutom visade det sig att de personer på ledningsnivå inom tidningsbranschen som jag kom i kontakt med vid dessa tidningar var svåra att kommunicera med. Trots åtskilliga lämnade meddelanden till telefon- och mobilsvare och televäxelreceptionister, samt skickade e-post, dröjde svaren. De fyra tidningar som är med i studien var dock mycket samarbetsvilliga, men innan jag funnit dessa fyra hade jag mötts av tre tidningar som avböjde.

Den faktor som kom att göra rekryteringen mest tidskrävande blev emellertid den dåliga responsen från prenumeranterna på inbjudningarna i annonserna. Jag arbetade ständigt för att vidareutveckla annonsinnehållet för att locka prenumeranter att delta. Jag försökte kommunicera ett enkelt budskap; att varje prenumerants åsikter till sin lokaltidning är väldigt viktiga. Jag ville kommunicera min känsla av att just de har något att tillföra till diskussionerna, just eftersom många prenumeranter per telefon tackade nej eftersom de inte trodde att de skulle ha särskilt mycket att tillföra. Andra vanliga argument handlade om att prenumeranterna inte hade tid, eller att de inte såg något intresse av att vara med. Många pensionärer uppgav också skäl som hörde till åldern, att de hade dålig hörsel, att de var sjuka, att de var rullstolsburna, eller att de helt enkelt inte var förmögna att ta sig till tidningens lokaler. Annonserna har innehållit kort information om hur fokusgrupperna går till. Ordet gruppdiskussioner har använts för fokusgrupper, precis som ett överlag vardagligt språk, för att kunna vända sig till fler. Dessutom har prenumeranterna kunnat anmäla sig via såväl telefon som e-post och SMS. Alla alternativen har utnyttjats varför jag är glad att jag tog hänsyn till att olika människor föredrar olika sätt att ta kontakt. De e-postadresser som prenumeranterna har anmält sig till har varit särskilt namngivna för varje enskild lokaltidning.

Min ursprungliga målsättning var att kunna åka till de olika tidningarna endast en gång, och då genomföra flera och stora fokusgrupper. Verkligheten blev en annan. För att rekrytera har jag varit tvungen att, med hjälp av lokaltidningarnas prenumerantregister, ringa till åtskilliga prenumeranter. Annonserna har vanligen haft en sista anmälningssdag satt till 3-5 dagar innan själva fokusgruppen skulle äga rum. Vanligen hade jag endast en handfull personer som självmant anmälde sig, de övriga fick jag ringa in. Det gjorde jag framförallt mellan 16-tiden och 21.30 tiden. Vid var och en av de olika tidningarna fick jag ringa mer än hundra samtal, vid Laholms Tidning och Sydöstran omkring tvåhundra. Många var inte hemma, och av dem som svarade fick jag berätta om undersökningen i ett par minuter innan de kunde ta ställning. Genom att inleda med att fråga dem vad de tycker om tidningen försökte jag få dem att känna sig utvalda och att de har något att tillföra. Inför varje fokusgrupp har jag ringt och påmint alla de prenumeranter som sagt att de skall komma. Trots det har det vid nästan varje fokusgruppsession varit en eller flera prenumeranter som inte dykt upp. Somliga av dessa har ringt och avbokat samma dag, andra har inte hört av sig alls. Störst framgång med rekryteringen av vuxna prenumeranter har jag haft med den sista sessionen vid Sydöstran. Vi annonserade flera dagar i rad på Karlshamnsdelen, och lovade också att en DVD-spelare skulle utlottas bland deltagarna. Åtta anmälde sig och allihop kom. För övrigt har alla

tidningarna utöver fika också givit deltagarna små gåvor som tack för medverkan. Gåvorna var exempelvis t-shirts, pennor, ryggsäckar och badlakan med tidningarnas olika namn eller tryck på.

En bit in i undersökningsarbetet märkte jag en väldig överrepresentation av prenumeranter i övre medelåldern och bland pensionärer, ett resultat som speglar att prenumerantstocken vid lokaltidningarna är tämligen åldersstigen. Prenumerantstockarna vid de fyra lokaltidningarna består till stor del av människor i åldern från fyrtio och uppåt, kanske i synnerhet kring sextio och sjuttio. Om jag skulle genomföra en kvantitativ undersökning med målsättningen att kunna generalisera resultaten vore det rimligt om den större delen av intervjupersonerna tillhörde denna kategori. Men med en kvalitativ metod strävar jag istället efter att maximera olikheterna bland de intervjuade prenumeranterna eftersom jag explorativt önskade undersöka den mångfald av attityder som olika prenumeranter har. Jag försökte därför i viss mån göra ett s.k. bedömningsurval. Ett sådant urval är i synnerhet viktigt om man syftar till att visa ett fenomenets olika kvaliteter,<sup>143</sup> man vill visa på motstridiga sidor.<sup>144</sup> Denna urvalsstrategi kom att påverka studiens validitet.

En del i strategin för att maximera olikheter var att välja fyra geografiskt spridda lokaltidningar som visade på såväl många likheter som skillnader. Men för att maximera olikheterna blev det enligt min mening aktuellt att försöka styra urvalet av prenumeranter från den äldre prenumerantstocken. Eneroth anser att man inte från början bör välja ut alla som skall ingå i urvalet. Genom att göra urvalet löpande kan man anpassa det för att söka olikheter.<sup>145</sup> För att locka ungdomar och yngre medelålders, samt personer med uppenbar Internetvana, erbjöd jag prenumeranterna vid varje tidning möjligheten att delta genom fokusgrupper på Internet. En metod som innebär att man inte möts i en fysisk lokal, men i ett chattforum. En metod som bl.a. medför att deltagarna inte behöver resa men också att de behåller sin anonymitet.<sup>146</sup> Vid varje tidning utom Smålänningen har det varit en eller flera som varit intresserade av detta. De låga antalen har dock inte räckt för att bilda grupper, och jag har därför tillfrågat dem om de kunde delta i de vanliga fokusgrupperna istället. Några har gjort det, andra har avböjt. Vid Bohuslänningen gjorde jag åtskilliga försök att särskilt locka prenumeranter som faktiskt använder nättidningen. Jag kunde utgå från Bohuslänningens register över prenumeranter som loggat in på nättidningen, men det visade sig att de prenumeranter som stor för prenumerationen sällan själva använde nättidningen. Istället hade många vidarebefordrat inloggningsuppgifterna till släktingar eller bekanta som inte bor på orten, så att de skulle kunna läsa Bohuslänningen på Internet gratis. Vid Sydöstran förs inte statistik över vilka som besöker nättidningen, varför det var svårt att särskilt nå dessa även om vi givetvis annonserade flitigt på hemsidan.

En annan strategi för att maximera olikheterna som däremot lyckades blev att rekrytera yngre prenumeranter som fortfarande gick i gymnasiet. Jag tog kontakt med gymnasieskolor i de aktuella kommunerna, och sökte upp framförallt samhällskunskapslärare. Lärarna har kunnat anknyta fokusgruppdiskussionerna till sin ordinarie undervisning. Eftersom eleverna redan är bundna till klassrummet i tid och rum har jag sedan i flera fall haft ett förutbestämt antal prenumeranter som jag vet kommer att delta. Jag har sagt till lärarna att jag endast är intresserad av dem som har en hushållsprenumeration av tidningen. När jag har genomfört

---

<sup>143</sup> Eneroth Bo, *Hur mäter man vackert?*, Göteborg, 1989, s 170ff

<sup>144</sup> Jarlbro Gunilla, *Kvalitativa metoder – vetenskap eller bara tyckande?*, Red. Carlsson Ulla, ”Mediemätningar”, Göteborg 1995, s 30

<sup>145</sup> Eneroth Bo, *Hur mäter man vackert?*, Göteborg 1989, s 67

<sup>146</sup> Westlund Oscar, *Fokusgrupper på Internet*, PM vid Dagspresskollegiet, JMG, Göteborg, 2003

gruppdiskussioner med dessa elever har de olika lärarna och de övriga eleverna haft sin lektion på annan plats. Det var endast fokusgruppen vid Vaggaskolan i Karlshamn där detta upplägg inte fungerade p.g.a. det stundande sommarlovet.

Även om jag under undersökningsarbetets gång med andra ord har provat åtskilliga strategier för att maximera olikheterna i urvalet har jag inte uppnått den mångfald jag önskat. Dels hade jag önskat intervjua fler deltagare i tjugo- och trettioårsåldern, dels fler personer som faktiskt använder eller är positiva till en lokal nättidning. Medan jag är säker på att det bör finnas åtminstone en del prenumeranter inom den första kategorin, är jag numera mindre säker på hur många prenumeranter som faktiskt läser den lokala nättidningen. Bland dessa två grupper har jag med andra ord inte uppnått mättnad. Detsamma skulle kunna gälla för en tredje kategori av prenumeranter, nämligen de som inte bor vid centralort. Däremot måste jag säga att prenumeranter överlag uppvisar stora regelbundenheter och man får en känsla av integration. Vissa kategorier är mycket mättade, de tillför mycket lite ny information, vilket är några av anledningarna till att jag avslutade informationsinsamlingen.<sup>147</sup> Förutsättningar måste alltid vägas mot resultat och tillgängliga resurser. De resurser som begränsat mig från att genomföra fler fokusgrupper är tid, pengar och att en sådan ansträngning skulle ske på bekostnad av hur utförlig analysen skulle kunna bli. Överhuvudtaget har datainsamlingsarbetet tagit mer tid än jag hade planerat. Anledningarna är flera, att rekryteringen av såväl lokaltidningar som prenumeranter drog ut på tiden. Att jag blev tvungen att återkomma till flertalet av lokaltidningarna flera gånger eftersom prenumeranter inte dök upp till fokusgrupperna. Dessutom att jag ursprungligen hade planerat att genomföra flera fokusgrupper på Internet, vilka inte skulle kräva att jag åkte till själva lokaltidningarna.

## 2.2. Samtalsmall och andra hjälpmedel

När man utformar samtalsmallen till fokusgrupper är det oerhört mycket att ta ställning till. Frågorna som ställs, och hur de ställs, kommer givetvis att påverka vilket resultat man får. Jag har utformat en samtalsmall med ett begränsat antal frågor och påståenden. Jag har haft mycket utrymme för utsvävande svar, men samtidigt alltid behållit strukturen genom att se till att diskussionerna hålls inom ämnet, samt att jag sett till att alla frågor diskuteras. Samtalsmallen och fokusgrupperna har enligt min mening därför varit semi-strukturerade. En fördel är att diskussionerna får en gemensam kärna, men att de har kunnat ta sig olika former eftersom det varit möjligt för prenumeranterna att fördjupa vissa spår i diskussionen. Vidare att prenumeranterna tillåts ta upp precis sina egna tankar, men också att resultaten kan jämföras mellan olika fokusgrupper, tidningar och tidningstyper.

När jag har utformat samtalsmallen har jag i viss mån tillämpat trattekniken, som innebär att man ställer allmänna frågor i början, och mer precisa mot slutet.<sup>148</sup> I ännu större mån har jag dock inspirerats av Krueger & Caseys rekommendation att utforma samtalsmallen som olika stadier.<sup>149</sup> Varje fokusgrupp har jag inlett med ett fåtal öppningsfrågor om prenumerantens namn samt var, när och varför prenumeranterna läser sin lokaltidning. Dessa frågor har varje prenumerant fått svara på enskilt, inför de andra i gruppen. Dessa frågor är tänkt att hjälpa deltagarna att komma igång och känna självförtroende för att diskutera i den nya miljön, men också för att gruppens deltagare skall introduceras till varandra. Desto längre det dröjer innan en deltagare pratar, desto större är sannolikheten att denne förblir tyst. Sedan har jag som

---

<sup>147</sup> Merriam B Sharan, *Fallstudien som forskningsmetod*, Lund 1994, s 138f

<sup>148</sup> Hartman Jan, *Vetenskapligt tänkande*, Lund, 1998, s 252

<sup>149</sup> Krueger Richard A & Casey Mary Ann, *Focus Groups*, London, 2000, s 44f

samtalsledare ställt introduktionsfrågor som får deltagarna att tänka över sin relation till ämnet. Det handlar om att få deltagarna att prata om hur de känner och tänker. Därefter kommer övergångsfrågor som flyttar konversationen mot nyckelfrågorna som driver studien. I denna fas har frågorna mer djup. Nästa fas är den centrala delen för fokusgrupper, då behandlas själva nyckelfrågorna, som är omkring två till fem till antalet. Dessa är de frågor som direkt handlar om attityder till nättidningen och papperstidningen samt vad som påverkar prenumeranten för att de skall bli nöjda. Därför har jag som samtalsledaren tillåtit långa utvecklingar och mycket tid till dessa frågor. I slutet av varje diskussion har jag sammanfattat det som diskuterats under fokusgrupperna. Sedan har prenumeranterna givits möjlighet att reflektera kring den sammanfattning jag har gjort, och kunnat kommentera hur väl mina tolkningar av deras utsagor överensstämmer med hur de känner. Detta arbetssätt möjliggör en större validitet såtillvida att min tolkning av prenumeranternas utsagor kontrolleras med dem.

Andra aspekter kring samtalsmallen som jag har reflekterat över är att försöka ställa frågor som verkligen uppmuntrar till diskussion, att de stimulerar till långa, djupa och utvecklande svar. Frågorna har jag gjort enkla, korta och tydliga samt formulerade med ett språk som deltagarna själva använder. Dessutom har jag gjort frågorna endimensionella eftersom synonymer kan bli konfunderande för deltagarna. Om man behöver ställa mer komplexa frågor är det bättre att göra det en bit in i diskussionen. Min strategi har varit att först ställa breda frågor, och först därefter ställa mer detaljerade följdfrågor. Men om jag hade ställt detaljfrågorna först är det möjligt att det hade varit svårare att se helheten.

Även om samtalsmallen är en viktig faktor i arbetet med fokusgrupper finns det flera andra faktorer som också påverkar utgången av resultatet. Karaktären på samtalsämnet skulle kunna påverka, men jag bedömer det inte som känsligt att öppna sig om. Det är ändå viktigt att skapa en god stämning i gruppen vilket beror på deltagarnas förväntningar till såväl samtalsledare som till varandra. Stämningen avgörs givetvis också av deltagarnas öppenhet och samtalsledarens förmåga och förutsättningar. Dessa förutsättningar handlar om miljön, tid, plats, hur man sitter, omfattning av förberedelse, teknisk apparatur med mera. För att fokusgrupper skall ge givande resultat är det också viktigt att samtalsledaren tänker igenom sin roll. Jag har i rollen som samtalsledare försökt vara flexibel, objektiv, empatisk och en god lyssnare. Samtalsledaren skall även sträva efter att alla i gruppen skall komma till tals.<sup>150</sup>

För att skapa en bra stämning under början av gruppdiskussionerna har vi småpratats samtidigt som alla har försett sig med fikabröd och kaffe. Först när alla har försett sig med fika har jag satt igång gruppdiskussionerna. Vid fokusgrupperna med gymnasieeleverna har vi dock inte haft något fika. Vanligen använder sig professionella samtalsledare av runda bord när de har fokusgrupper eftersom det tonar ner att samtalen har en samtalsledare, och alla antas känna sig mer avslappnade. Det har emellertid inte varit fallet i denna undersökning. Fokusgrupperna vid de olika lokaltidningarna har vanligen skett vid konferensrummet, och borden har varit rektangulära. Vid gymnasieklasserna har jag suttit vid katedern och samlar bänkar och stolar i en halvcirkel framför mig. Däremot har miljön som fokusgrupperna utspelat sig vid varit tämligen likartad vid de olika fokusgrupperna, vilket anses vara bra.<sup>151</sup> Jag har också försökt att hålla mitt utseende och bemötande på en jämn nivå. Att bli inbjuden till sin lokaltidning för diskussion var något utöver vardagen för flera vuxna prenumeranter. Åtskilliga, i synnerhet pensionärerna, klädde upp sig i finkläder inför fokusgrupperna. Denna klädsel skiljer sig markant från gymnasieelevernas. Jag har försökt anpassa min klädsel till gruppen jag skall möta i en strävan att det inte skall bli en barriär när förtroendet byggs upp. Jag tror

---

<sup>150</sup> Flick Uwe, *An introduction to qualitative research*, London 2002, s 113

<sup>151</sup> Esaisson Peter m.fl, *Metodpraktikan*, Stockholm 2003, s 348

personligen att klädseln utgör en viktig del av hur prenumeranterna skapar sig ett första intryck av mig som samtalsledare de första minuterna. Ett intryck som kan vara avgörande för om prenumeranterna får förtroende och vill öppna sig under gruppdiskussionerna.

Den utrustning jag har använt vid fokusgrupperna är bl.a. en digital diktafon. Jag köpte en sådan eftersom ljudkvaliteten är överlägsen traditionella ljudband. Därför har jag kunnat lagra alla inspelningarna som ljudfiler i datorn. Jag har kunnat justera ljudkvaliteten i efterhand, och även redigerat så att jag fått olika ljudfiler för de olika frågorna jag ställt. Dessa har jag också namngett på egen hand. Ett annat hjälpmedel har varit en bärbar dator. Genom att ha samtalsmallen som en powerpoint - presentation har jag kunnat illustrera frågorna. Det har varit bra att kunna påminna deltagarna om frågan/temat när vi kommit in på sidospår. Dessutom har somliga av de äldre med dålig hörsel kunnat läsa vad vi skall prata om. Vidare har datorn också hjälpt mig själv att hålla diskussionens riktning. Andra hjälpmedel har varit att jag haft en namnskylt tydligt på bröstet. Dessutom har de olika deltagarna fått ha bordsplaceringsskyltar med deras namn. Det har hjälpt mig att kunna rikta frågor personligen genom att kunna tilltala personerna med namn. Det har även hjälpt deltagarna. Dessa namnskyltar har dock inte använts vid gymnasieklasserna, där eleverna redan känner varandra.

### 2.3. Utförande

Vid början av varje gruppdiskussion har jag berättat kort om undersökningen, vem jag själv är och hur det kommer att gå till. Dessutom har jag påmint deltagarna om att jag spelar in gruppdiskussionen med diktafon, samt placerat denna väl synligt på bordet. Denna introduktion anser jag är viktig för att deltagarna inte skall vara upptagna med att undra om vad det är de har gett sig in i. De skall istället helt kunna koncentrera sig på de teman som berörs. Vanligen har jag informerat de vuxna prenumeranterna om dessa aspekter per telefon, de yngre har istället fått denna information från sin lärare.

Under själva fokusgrupperna har jag försökt tänka på att verkligen lyssna och att vara öppen till att höra vad prenumeranterna har att säga. En stor fördel med fokusgrupper är att intervjupersonerna kan använda sin personliga vokabulär för att uttrycka sig i den aktuella forskningsfrågan.<sup>152</sup> Genom fokusgrupper är det möjligt att inte bara få reda på människors erfarenheter och vad människor tänker, men också hur de tänker och varför de tänker så. Vidare gör sammansättningen av personer att gruppdeltagarna känner sig trygga, och därigenom vågar uttrycka sig mer. Att delta i en grupp som blir intervjuade kan skänka mer trygghet än om respondenten får intervjuarens totala uppmärksamhet.

Jag har försökt skapa en trygg atmosfär. Det är mycket viktigt med respekt för deltagarna, vilket man sprider genom att visa att man lyssnar. Prenumeranterna skulle inte prata öppet om samtalsledaren är nedlåtande. Därför har jag inte tillrättaviserat prenumeranter som berättar något som uppenbarligen tyder på en felaktig uppfattning. Exempelvis som när några prenumeranter vid Smålänningen berättade att de är imponerade att tidningen har journalister över hela världen. De övriga prenumeranterna berättade då att det var centralproducerat. Esaisson m.fl skriver att en fördel med fokusgrupper är när deltagarna riktar olika frågor eller påståenden till varandra.<sup>153</sup> Det finns givetvis åtskilliga andra exempel på att prenumeranterna diskuterar med varandra, ibland har jag själv kunnat sitta tyst och lyssna i

---

<sup>152</sup> Cottle, Hansen, Negrine & Newbold, *Mass communication research methods*, Hong-Kong 1998, s 263

<sup>153</sup> Esaisson Peter m.fl, *Metodpraktikan*, Stockholm 2003, s 346

perioder om tio till femton minuter. Jag har försökt tänka att en samtalsledare inte bara utför ett arbete utan att denne har äran av att få lyssna till deltagarna. Jag har försökt vara avslappnad, tillåta humor och le mycket. När fokusgrupperna har börjat har jag mött dem utanför tidningens lokaler, hälsat dem välkomna och småpratats tills alla kommit. Jag har behandlat dem som mycket viktiga gäster.

Folk tenderar att öppna sig mest när de är i öppna, icke-dömande och tillåtna miljöer, som när man möter en främling på flyget. Därför har jag försökt att inte döma deltagarna utifrån vad de säger. Det har givetvis varit mycket svårt, särskilt i takt med att jag genomfört många fokusgrupper. Min regel har varit att ställa samma följdfrågor gång på gång, för att bekräfta eller avvisa vad jag tror. Många gånger har mina tankar varit riktiga, andra gånger inte, varför det är viktigt att inte dra förhastade slutsatser. Som samtalsledare anser jag också att det är viktigt att inte ha ett kroppsspråk som bekräftar eller slår bort deltagarnas åsikter. Det handlar om att ständigt vara uppmärksam inte bara på deltagarnas beteende, men också sitt eget. När jag har nickat med huvudet har jag gjort det för att deltagarna skall märka att jag lyssnar. Nickningarna måste dock vara restriktiva så att de inte signalerar att jag håller med. Likadant med språket, jag har försökt uppmuntra prenumeranter att utveckla sina resonemang genom att ställa följdfrågor och säga ok och dylikt när de berättar. Jag har undvikit att använda starka ord som ”korrekt”, ”strålande” eller liknande. Det är också viktigt att ha i åtanke att det som sägs ofta inte alls behöver vara det som är viktigast. Jag har försökt ge deltagarna gott om tid att utveckla sina resonemang och därmed tillåtit flera sekunder långa stunder av tystnad när ingen spontant diskuterar, innan jag ställer fler frågor. Jag har försökt att uppmuntra prenumeranterna till att utveckla sina resonemang och samtidigt försökt dölja mina reaktioner till vad de säger. Forskaren har vid fokusgrupper flera olika funktioner; samtalsledare, lyssnare, observerare och analytiker.

## **2.4. Analys och rapportering**

Analysfasen kan sägas ha påbörjats i samband med den första fokusgruppen den 2:a maj. Under en och en halv månad löpte analysen parallellt med insamlandet av datamaterial. Det är enligt min mening väldigt svårt att inte låta sig påverkas av vad som sägs i den bemärkelsen att man får en känsla av vad prenumeranterna skall säga. Jag skapade en samtalsmall som jag pilottestade med ett fåtal bekanta för att se om frågorna var enkla att förstå, samtidigt som de genererade diskussioner. Utifrån samtalsmallen skapade jag sedan en powerpointpresentation. Under de första fem fokusgrupperna gjorde jag mindre ändringar i samtalsmallen. En av dessa ändringar var att jag tog bort en del specifika frågor om Internet och nättidningar. Anledningen var att majoriteten var väldigt tysta kring detta ämne eftersom de inte hade några erfarenheter.

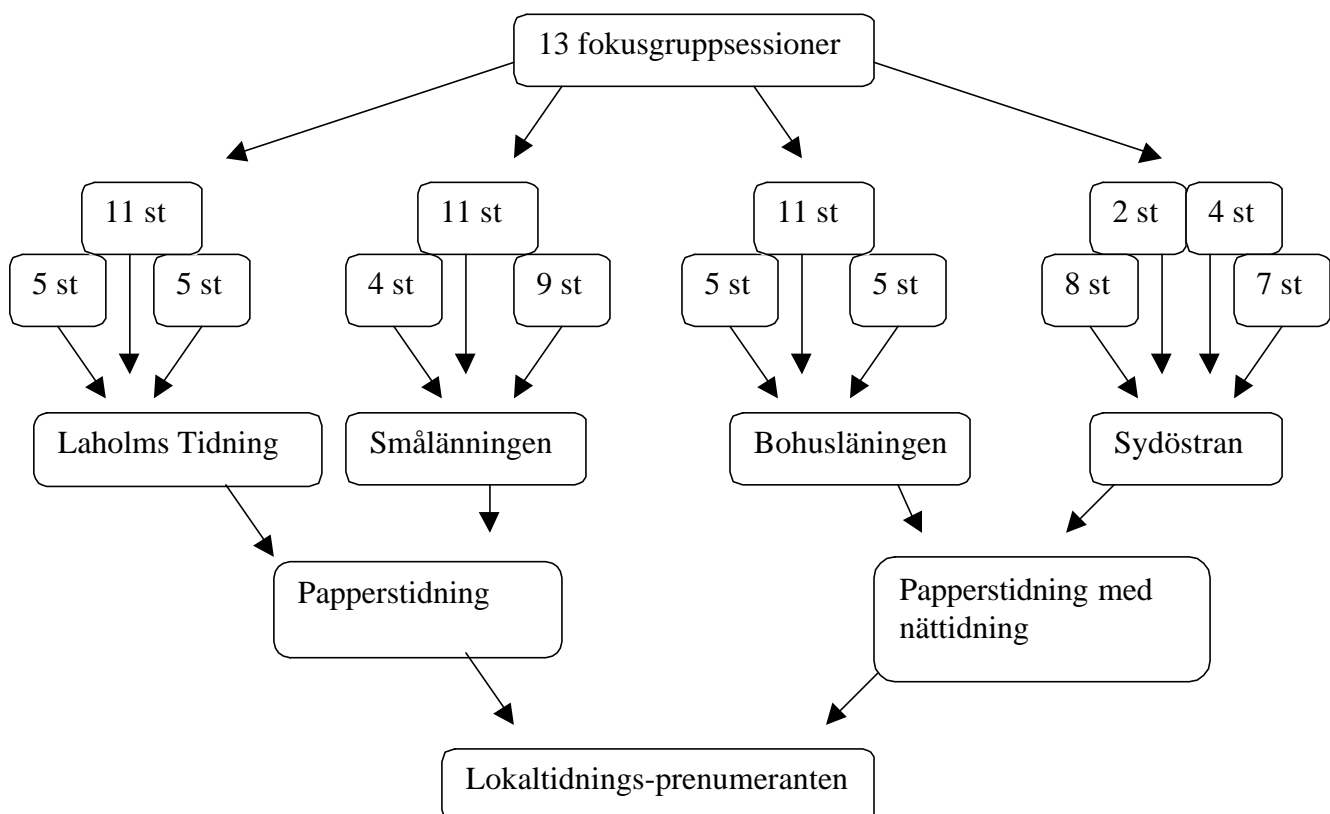
Mitt system för att hantera all information som skapats genom fokusgrupperna är tämligen enkelt. Jag har skapat mappsystem i datorn för de olika tidningarna. Ljudinspelningarna vid varje fokusgrupp har jag skrivit ut, och sedan sammanställt var för sig. När jag gjorde sammanställningen grupperade jag materialet efter olika teman. Det är framförallt tre teman jag har grupperat efter; papperstidning, nöjdhet samt Internet/nättidningar.

Det egentliga analysarbetet ökade när jag genomfört den sista fokusgruppen. Jag har arbetat med att sortera diskussionerna efter teman. Varje fokusgrupp har jag lyssnat igenom i efterhand och samtidigt skrivit ut det jag funnit vara relevant för undersökningens syfte. Att skriva ut intervjuer kräver såväl tålamod som hög koncentrationsförmåga. Att intervjuerna har genomförts som fokusgrupper har gjort transkriberingsarbetet betydligt svårare. Ibland har jag

fått lyssna igenom ett uttalande flera gånger för att ens veta vilken person som pratar. Det har därför givetvis varit svårare när deltagarantalen har varit höga. För att underlätta utskriftarna har jag antecknat hur de olika deltagarna har suttit. Varje fokusgrupp har inletts med s.k. uppvärmningsfrågor. Jag bad varje enskild prenumerant att berätta vad de heter, när och var de läser tidningen, samt vad de läser. Förutom att få svar på dessa frågor har jag i ett tidigt skede fått alla prenumeranter att prata, vilket kan påverka deras självförtroende för att prata senare i diskussionen. Eftersom prenumeranterna har liksom skickat ordet i en riktning längs bordet, har jag kunnat identifiera dem. När jag har varit osäker på vem det är som pratar senare i fokusgruppen har jag kunnat lyssna av första frågan. När jag hör rösten berättar ju samtidigt personen vad de heter. Det gör att jag har stor kontroll på vem som sagt vad, trots att många grupper haft kring tio deltagare. Vidare vill jag påpeka att det givetvis handlar om en subjektiv fråga beträffande vad jag skriver ner från gruppdiskussionerna. Exempelvis är jag extra lyhörd för personer som uttalar sig koncist och kraftfullt, eller dem som uttrycker sig emotionellt. Dessa personer är vanligen de jag citerar oftast. Men till saken hör att de övrigas åsikter också lyfts fram, men genom att jag diskuterar dem med mitt språk. Min uppfattning är att om en annan person skulle skriva ut intervjuerna utifrån undersökningens syfte, skulle upptäcka samma teman. Och inom dessa teman skulle innehållet visa sig vara mycket likt.

Sedan har jag jämfört de olika fokusgrupperna inom en och samma tidning, för att kunna skriva fallstudier. Utifrån dessa fallstudier har jag sedan gjort jämförelser med den andra tidningen i samma kategori, d.v.s. utifrån om lokaltidningen har satsat på en nättidning eller inte. Det är utifrån det underlaget jag har kunnat analysera skillnader och likheter mellan prenumeranterna. Vid varje steg har jag gått från mycket detaljerade nivåer till mer övergripande. Slutsatserna förändras kontinuerligt, eftersom materialet breddas och att nya mönster visar sig. Den process som datamaterialsbearbetningen har gått igenom illustreras med nedanstående figur.

Figur; Från insamling till analys.





Även om mitt förfarande i analysprocessen har sett ut som modell 1, skiljer sig det från upplägget av rapportens presentation. I samband med att de fyra fallstudieanalyserna höll på att bli färdiga växte vissa mönster fram tydligare och tydligare. Även om del datamaterial var svårplacerat fann jag att det var tre kategorier som var ganska uttömmande, nämligen papperstidning, nöjd och Internet & nättidningar. Det var utifrån dessa teman som jag sedan strukturerade resultatredovisningen. Dessutom valde jag att inleda var och ett av dessa teman med en översikt över tidigare forskning, teorier och modeller. Dessutom ansåg jag det som lämpligt att avrunda varje tema med en slutdiskussion.

Resultatredovisningen har jag försökt skriva med inslag av en berättande stil, för att skänka trevlig läsning. Till en kvalitativ rapport hör att forskaren citerar de intervjuade. Det tycker jag är en naturlig del av ett kvalitativt forskningsarbete. Jag har valt att låta texten innehålla en stor del citat, eftersom citat har en god förmåga att ge inlevelse och förståelse för hur prenumeranterna tycker och tänker. När jag har valt ut citat handlar det givetvis om en subjektiv bedömning. Jag är medveten om att de prenumeranter som uttryckt sig kort och koncist eller fört utvecklande resonemang, är de som framförallt har blivit citerade. Jag känner att resultatredovisningen inte blir missvisande av att somliga blir citerade oftare än andra. Utifrån att skriva med läsvärde anser jag snarare att det handlar om logiska val. Att eftersträva balans beträffande deltagarnas totala mängd uttalanden i jämförelse med varandra skulle kunna innebära tråkig läsning. Samtidigt är det givetvis viktigt att slutsatserna är korrekta, men det handlar mer om den kontext som citatet hamnar i.

### **3. Reliabilitet & Validitet**

Med reliabilitet avses om forskaren har mätt på ett tillförlitligt sätt, samt i vilken utsträckning forskarens resultat kan upprepas. Dessa frågor är möjligen mindre viktiga vid en kvalitativ studie som denna, varför jag kommer att diskutera det kort. På ett vis kanske det är rimligare att tala om sammanhang och grad av beroende. Att exakt upprepa undersökning är vid kvalitativa undersökningar mycket svårt eftersom graden av kontroll är mycket lägre. Även om en annan forskare skulle intervjua ett liknande antal prenumeranter med samma vid de fyra lokaltidningarna, med utgångspunkt i samma syfte och frågeställningar, är det troligt att resultat är snarlikt men absolut inte identiskt. Därmed hävdar jag att studien är intersubjektivt testbar. Det är teoretiskt möjligt att göra ett ekvivalenstest genom att låta en eller flera forskare bearbeta det datamaterial jag genererat. Det vore också teoretiskt möjligt för mig att göra ett stabilitetstest, vid vilket jag i praktiken själv gör om denna studie, med ett nytt urval av prenumeranter. Emellertid är sådana tester mycket resurskrävande och har därför inte låtit sig göras. Men genom min öppenhet i denna bilaga om metod hoppas jag att det skall framgå tydligt hur jag har arbetat för att nå resultaten, för att hypotetiskt kunna reproducera studien. Givetvis kommer resultatet att påverkas av vem som använder metoden, och om metoden är så mångtydig att den ibland blottlägger vissa data och ibland helt andra. Fokusgrupper har använts under en lång tid och arbetsprinciperna är välutvecklade att resultaten bör uppvisa kontinuitet. Dessutom har jag i detta kapitel utförligt berättat mina strategier för exempelvis samtalsmallen och att skapa en bra miljö, vilket synliggör min påverkan. Dessutom vill jag understryka att påverkan inte behöver vara negativt, i kvalitativt arbete är det positivt om forskaren är mer synlig.

Nu skall diskutera validiteten, vilken till stor grad bestäms av den öppenhet och systematik som präglar forskarens arbete. Validitet handlar om trovärdighet, att forskaren har mätt det

denne har åtagit sig att mäta och att resultaten därmed också överensstämmer med den verklighet man har undersökt. Märk väl att det handlar om de prenumeranterna som blivit intervjuade och inte om att generalisera. Det är flera andra faktorer som bidrar till att resultaten skall bli sanningsenliga. Det har varit en och samma samtalsledare i alla fokusgrupperna, vilka också har spelats in med diktafon vilket gör det möjligt att verifiera uttalanden om forskaren är osäker. En faktor jag anser i mycket positiv bemärkelse haft påverkan på validiteten är det faktum att jag har summerat resultaten från diskussionerna med prenumeranterna i slutet av varje fokusgrupp. Denna sammanfattning har gett prenumeranterna en möjlighet att kommentera om jag uppfattat dem rätt.

Eneroth skriver att det vid kvalitativa urvalsmetoder inte finns ett representativitetsproblem utan snarare ett problem om att kunna maximera olikheter hos deltagarna.<sup>154</sup> Jag har dessvärre inte helt kunnat maximera olikheterna hos prenumeranterna som jag önskat, trots att jag under undersökningsarbetets gång har provat åtskilliga strategier. Dessa svårigheter har jag tidigare diskuterat i denna metodbilaga under urvalsavsnittet och det kan konstateras att den slutliga sammansättningen av prenumeranter givetvis fick bäring på resultaten.

Som jag tidigare skrivit hade jag önskat intervjua fler deltagare i tjugo- och trettioårsåldern, fler personer som faktiskt använder eller är positiva till en lokal nättidning samt fler prenumeranter som inte bor vid centralort. Det är inte rimligt att generalisera resultaten från denna studie eftersom prenumeranterna inte har valts ut med representativitet i åtanke, utan en maximering av olikheter. Samtidigt vore det för övrigt svårt att göra ett sådant representativt urval bland prenumeranterna när lokaltidningarna har dålig kännedom om sina prenumeranter. Ett sådant problem är att med prenumerationer kan det vara fler personer än prenumeranten i registret, som i verkligheten delar tidningen. Hursomhelst är min poäng att det skulle bli svårt att generalisera resultat även med ett sådant mål i fokus när urvalet görs. Oavsett urvalstekniker har deltagarna bäring på det resultat som uppnås, och i denna studie kan resultatet antas vara aningen skevt. Faktum är att jag anser att resultaten möjligen är skeva just eftersom jag intervjuat en stor del ”passiva” prenumeranter, med vilka jag avser gymnasieungdomarna. Dessa prenumeranter skiljer sig väsentligt från de vuxna prenumeranterna. Vidare kan man resonera att det kanske inte är särskilt konstigt att resultaten visar att intresset för en nättidning är lågt när en tredjedel av prenumeranterna är pensionärer, som vanligen har låg Internetvana. Men det faktum att intresset för den lokala nättidningen är mycket lågt över båda könen och alla åldersgrupper anser jag talar för sig själv. Dessutom är det som sagt trots allt så att prenumerantstocken vanligen är åldersstigen, varför det skulle bli missvisande att låta ungdomarnas attityder tala för högt. Vad jag menar är att andelen unga prenumeranter vanligen är mycket liten i verkligheten, och att den är mycket stor i denna undersökning.

En annan faktor som bör diskuteras är om prenumeranterna i denna studie kan tänkas vara mer engagerade i sin lokaltidning än övriga prenumeranter. Mitt intryck är visserligen att många av prenumeranterna tycks uppleva att tidningen är en viktig del av deras liv och att de talar om den med ett engagemang. Däremot upplever jag inte att alla, inte heller majoriteten av prenumeranterna nödvändigtvis är väldigt engagerade. Givetvis är det svårt att uttala sig om då jag kan sägas sakna referenspunkter, men jag skall berätta hur jag tänker genom att diskutera hur olika prenumeranter hamnat i fokusgruppsdiskussionerna. Bland gymnasieungdomarna deltog framförallt de ungdomar som hade en prenumerations i hemmet och som dessutom sagt till läraren att de ville delta i fokusgruppen. Vid somliga klasser fick

---

<sup>154</sup> Eneroth Bo, *Hur mäter man vackert?*, Göteborg 1989, s 63

nästan alla med en hushållsprenumeration delta eftersom de inte var mer än ett tiotal. Vidare kan sägas att det, som tidigare nämnts, endast varit en bråkdel som själva anmält sig till fokusgrupperna. Dessa skulle mycket väl kunna vara mer engagerade, men i somliga fall har det faktiskt varit prenumeranter som uttryckligen länge tyckt att lokaltidningen inte skött sig på någon punkt, och därför vill ta tillfället i akt och framföra sina klagomål. Många av prenumeranterna har däremot rekryterats genom att jag ringt till dem, och anledningen till att de säger ja behöver nödvändigtvis inte handla om engagemang. Det kan faktiskt handla om osäkerheten kring att säga nej. Denna diskussion får en viss spekulativ karaktär, men min poäng är att jag för det första inte kan avgöra om prenumeranterna varit ovanligt engagerade i sin tidning, vilket skulle kunna medföra att de är särskilt nöjda och positiva. Min andra poäng är att jag inte heller tror att de visat extraordinärt engagemang, men det blir utifrån min första poäng alltså svårt att avgöra.

För att avrunda diskussionen om validiteten kan vi dra slutsatsen att det urval som sketts givetvis på olika sätt har påverkat resultaten. Även om datamaterialet inte fullt ut skett utifrån en maximering av olikheter bland prenumeranter visar resultaten att prenumeranterna är mycket lika. Detta faktum anser jag talar för att resultaten, trots att de genererats med en kvalitativ metod, mycket väl kan avspegla verkligheten.