SVENSK PRESS.

Statlig presspolitik

Betänkande av
1972 års pressutredning

SOU 1975:79

153

Statens offentliga utredningar
1975:79
Finansdepartementet

Svensk press

Statlig presspolitik

Betänkande avgivet av 1972 års pressutredning
Stockholm 1975

Omslag Håkan Lindström
ISBN 91-38-02519-1
Göteborgs Offsettryckeri AB
Stockholm 1975

Till statsrådet och chefen för finansdepartementet

Den 30 juni 1972 bemyndigade Kungl. Maj:t chefen för finansdepartementet att tillkalla högst tio sakkunniga med uppdrag att utreda pressens förhållanden. Med stöd av detta bemyndigande tillkallade departementschefen såsom sakkunniga landshövdingen Ragnar Edenman, dåvarande departementsrådet Sven Andersson, ledamoten av riksdagen redaktören Åke Gustavsson, direktören Ivar Hallvig, sekreteraren Urban Karlsson, direktören Bertil Nilsson, kanslichefen Allan Pettersson, ledamoten av riksdagen chefredaktören Olle Svensson, dåvarande ledamoten av riksdagen förlagschefen Jan-Erik Wikström och ledamoten av riksdagen rådmannen Håkan Winberg. Departementschefen förordnade Edenman att vara de sakkunnigas ordförande.

Sedan Andersson erhållit begärt entledigande från sitt uppdrag utsågs i hans ställe budgetchefen Bengt Åke Berg att fr o m den 12 februari 1974 vara ledamot av utredningen.

De sakkunniga antog namnet 1972 års pressutredning.

Den 1 oktober 1972 förordnades universitetslektorn Stig Hadenius att vara sekreterare åt de sakkunniga. Till biträdande sekreterare i utredningen förordnades den 29 september 1972 kanslisekreteraren Bill Fransson och den 16 oktober 1974 forskningsassistenten Claes-Olof Olsson. Fil. kand. Carl Gunnar Thunman har under en kortare period biträtt sekretariatet i dess arbete (24 februari–30 juni 1975).

Som experter åt utredningen har tillkallats:

Redaktören Anders Ahlqvist (fr o m den 3 september 1973)
Direktören Folke Anderberg (fr o m den 16 februari 1973, numera avliden)
Universitetslektorn Arne M. Anderson (fr o m den 20 mars 1973)
Direktören Gösta Bodin (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Leif Borin (fr o m den 3 september 1973)
Direktören Per Brännström (fr o m den 3 september 1973)
Redaktionschefen Börje Dahlqvist (fr o m den 16 februari 1973 t o m den 26 augusti 1974)
Ekonomichefen Antti Daschek (fr o m den 3 september 1973)
Chefredaktören Åke Djurberg (fr o m den 16 februari 1973)
Universitetslektorn Lars Engwall (fr o m den 20 mars 1973)
Chefredaktören Stig Fredriksson (fr o m den 16 februari 1973)
Redaktören Paul Frisch (fr o m den 16 februari 1973)

Docenten Karl Erik Gustafsson (fr o m den 22 december 1972)
Direktören Erik Anund Hallin (fr o m den 16 februari 1973)
Förbundskassören Olof Hansson (fr o m den 16 februari 1973)
Huvudredaktören Bertil Heddelin (fr o m den 16 februari 1973)
Förste ombudsmannen Carl Hugo Hemlund (fr o m den 16 februari 1973)
Redaktören Ivar Ivre (fr o m den 16 februari 1973)
Redaktören Östen Johansson (fr o m den 5 januari 1973)
Civilingenjören Erik Jönsson (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Håkan Lambert-Olsson (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Evert Larmén (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Nils-Petter Lindskog (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Johan Ljung (fr o m den 16 februari 1973)
Ekonomie doktorn Dan Lundberg (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Sune Lundh (fr o m den 16 februari 1973)
Redaktören Björn E:son Malmgren (fr o m den 16 februari 1973, numera avliden)
Redaktionschefen Thure Mattsson (fr o m den 16 februari 1973)
Andre förbundsordföranden Stig Nilsson (fr o m den 16 februari 1973)
Docenten Kjell Nowak (fr o m den 22 december 1972)
Förlagsdirektören Carl-Adam Nycop (fr o m den 16 februari 1973)
Chefredaktören Sören Olofsson (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Per-Axel Petersson (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Bo Präntare (fr o m den 16 februari 1973)
Filosofie licentiaten Jan Ringdahl (fr o m den 16 februari 1973)
Universitetslektorn Karl-Erik Rosengren (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Harry Schein (fr o m den 16 februari 1973)
Professorn Ingemar Ståhl (fr o m den 20 mars 1973)
Docenten Lars Vinell (fr o m den 16 februari 1973)
Filosofie kandidaten Lennart Weibull (fr o m den 22 december 1972)
Direktören Folke Wendel (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Ragnar Wennerström (fr o m den 16 februari 1973)
Direktören Erik Westerberg (fr o m den 16 februari 1973)
Professorn Jörgen Westerståhl (fr o m den 16 februari 1973)
Professorn Bo Wickström (fr o m den 20 mars 1973)
Direktören Rolf Österberg (fr o m den 16 februari 1973)

Utredningen har tidigare avlämnat rapporterna Svensk press. Presstödet och tidningskonkurrensen (SOU 1974:102), Svensk press. Tidningar i samverkan (SOU 1975:11) och Svensk press. Pressens funktioner i samhället (SOU 1975:78).

Genom tilläggsdirektiv den 1 februari 1974 fick utredningen i uppdrag att inkomma med förslag till lämplig fördelning av ökade produktionsbidrag inom en kostnadsram av 30 milj.kr. Utredningen redovisade sitt uppdrag i enlighet med tilläggsdirektiven i en skrivelse till chefen för finansdepartementet den 7 mars 1974.

Utredningen har hållit 33 sammanträden samt haft överläggningar med olika myndigheter, organisationer och andra som berörts av utredningens arbete. Kontakt har i varierande utsträckning ägt rum med olika

utredningar och kommittéer inom massmedieområdet (t ex 1974 års tidningstaxeutredning, massmedieutredningen, grafiska kommittén m fl). Därutöver har ett femtiotal sammanträden hållits med fem expertgrupper och särskilda arbetsgrupper inom dessa.

I utredningens sammanträden har experten Johansson deltagit. Vid utarbetandet av föreliggande betänkande främst kapitlen 8 och 10 har experten Gustafsson medverkat. Experten Ringdahl har medverkat vid utformningen av kapitlen 4 och 5. Övriga experter har arbetat i referensgrupper och arbetsgrupper som letts från sekretariatet och haft en i förhållande till utredningen rådgivande och idégivande funktion. Dessa experter har således inte medverkat vid betänkandets utformning.

1972 års pressutredning får härmed överlämna sitt betänkande Svensk press. Statlig presspolitik. Utredningens uppdrag är därmed slutfört.

Reservationer har avgivits av ledamöterna Hallvig, Nilsson, Wikström och Winberg. Ledamöterna Hallvig och Karlsson samt experten Johansson har avgivit särskilda yttranden.

Stockholm den 14 oktober 1975

Ragnar Edenman

Bengt Åke Berg *Åke Gustavsson* *Ivar Hallvig*

Urban Karlsson *Bertil Nilsson* *Allan Pettersson*

Olle Svensson *Jan-Erik Wikström* *Håkan Winberg*

/ Stig Hadenius
/ Bill.Fransson
/ Claes-Olof Olsson

Innehåll

Författningsförslag

Förslag till
Förordning om statligt stöd till dagstidningar

Inledande bestämmelser

1 § Statligt stöd till dagstidningsföretag här i landet lämnas enligt denna förordning i form av produktionsbidrag, etableringsstöd, utvecklingsbidrag samverkansbidrag och samdistributionsrabatt samt i form av lån ur pressens lånefond.

2 § Fråga om statligt stöd enligt 1 § prövas av presstödsnämnden. Pressens lånefond förvaltas av kammarkollegiet.

3 § Vid prövning av fråga om statligt stöd får hänsyn ej tagas till tidnings politiska inställning eller ställningstagande i särskilda frågor.

4 § I denna förordning förstås med

dagstidning allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär, som normalt utkommer med minst ett nummer varje vecka,

flerdagarstidning dagstidning som normalt utkommer med minst fyra nummer varje vecka,

fådagarstidning dagstidning som normalt utkommer med högst tre nummer varje vecka.

Vid tillämpning av denna förordning anses dagstidningar med övervägande samma redaktionella innehåll som en tidning.

Om del av dagstidnings upplaga har ett redaktionellt innehåll som till övervägande del skiljer sig från det redaktionella innehållet i en annan del av upplagan anses dessa båda delar som två tidningar.

Produktionsbidrag

5 § I fråga om produktionsbidrag förstås med

upplaga dagstidnings medelnettoupplaga för vardagar under första halvåret av varje kalenderår,

utgivningsort den kommun i vilken en tidnings huvudredaktion är belägen,

rikstidning dagstidning som har huvuddelen av sin upplaga spridd utanför utgivningsorten och därvid en betydande del i andra delar av landet än den där tidningen utges,

storstadstidning dagstidning som har Stockholm, Göteborg eller Malmö som utgivningsort,

pappersförbrukning dagstidnings genomsnittliga årliga pappersförbrukning under de tre senaste kalenderåren, för varje kalenderår beräknad såsom tidningens upplaga multiplicerad med årsvikten per exemplar,

annonsandel andelen betalt annonsutrymme av hela tidningsutrymmet under ett kalenderår,

täckningstal en tidnings genomsnittliga procentuella spridning bland hushållen inom utgivningsorten under de tre senaste kalenderåren, varvid talet avrundas till närmaste hela tal.

Är det uppenbart att utgivningsorten för dagstidning med huvudsakligen lokal spridning ej är tidningens egentliga spridningsområde, skall täckningstalet för tidningen beräknas för område som presstödsnämnden bestämmer.

6 § Dagstidning berättigad till produktionsbidrag endast om

1. tidningens totalupplaga är i huvudsak abonnerad,
2. den abonnerade upplagan uppgår till minst 2 000 exemplar,
3. annonsandelen är mindre än 50 procent.

Produktionsbidrag utgår som fullt eller reducerat bidrag.

Produktionsbidrag utgår efter ansökan från tidningsföretag hos presstödsnämnden.

7 § För flerdagarstidning utgår fullt produktionsbidrag, om tidningens täckningstal uppgår till högst 40 procent eller, i fråga om tidning vars upplaga är mindre än 10 000 exemplar, högst 50 procent.

8 § Fullt produktionsbidrag enligt 7 § beräknas på grundval av den årliga pappersförbrukningen minskad med annonsandelen. Bidraget utgör för kalenderår 7 900 kronor per ton, dock högst 13 500 000 kronor för storstadstidning och 3 750 000 kronor för annan tidning samt lägst 2 000 000 kronor för rikstidning eller storstadstidning och 600 000 kronor för annan tidning.

9 § För flerdagarstidning utgår reducerat produktionsbidrag, om tidningens täckningstal uppgår till lägst 41 procent men understiger 50 procent eller, i fråga om tidning vars upplaga är mindre än 10 000 exemplar, uppgår till lägst 51 procent men understiger 60 procent.

Reducerat produktionsbidrag är lika med fullt produktionsbidrag enligt 8 § minskat med en tiondedel av sådan bidrag för varje procentenhet varmed täckningstalet överstiger 40 procent eller, i fråga om tidning vars upplaga är mindre än 10 000 exemplar, 50 procent.

10 § Presstödsnämnden får besluta att bidrag inte skall utgå för flerdagarstidning med täckningstal under 50 procent eller, för tidning vars upplaga är mindre än 10 000 exemplar, 60 procent, om det med hänsyn till förhållandena inom tidningens hela spridningsområde är uppenbart att täckningstalet ger en missvisande bild av tidningens konkurrensförmåga på annonsmarknaden.

11 § För fådagarstidning utgår fullt produktionsbidrag om tidningens täckningstal uppgår till högst 20 procent.

12 § Fullt produktionsbidrag enligt 11 § utgår för kalenderår med 300 000 kronor. För rikstidning eller tidning med utgivningsort inom Stockholms-, Göteborgs- eller Malmö-regionen, vars spridning inte är koncentrerad till en mindre del av respektive region, utgår dock bidrag med 450 000 kronor för kalenderår.

13 § För fådagarstidning utgår reducerat produktionsbidrag om tidningens täckningstal uppgår till lägst 21 procent men understiger 30 procent.

Vid beräkningen av bidraget äger 9 § andra stycket motsvarande tillämpning.

14 § För dagstidning, som har övergått från flerdagars- till fådagarsutgivning och för vilken produktionsbidrag som flerdagarstidning har uppburits under något av de två senaste kalenderåren, kan bidrag utgå med högst hälften av vad som sålunda har uppburits.

15 § Ansökan om produktionsbidrag görs skriftligen senast vid utgången av det kalenderår för vilket bidrag sökes. Till ansökningshandlingarna skall fogas styrkta uppgifter om upplaga, total upplaga, årsvikten per tidningsexemplar och annonsandelen under de tre kalenderår som föregår bidragsåret samt tidningens täckningstal.

16 § Produktionsbidrag får ej utbetalas före den 1 juli det år som bidraget avser.

17 § Tidningsföretag är skyldigt att lämna presstödsnämnden sådana upplysningar som behövs för tillämpningen av denna förordning i vad den avser produktionsbidrag.

Etableringsstöd

18 § Etableringsstöd får beviljas tidningsföretag för nyetablering av dagstidning, som kan anses ha rimliga möjligheter att efter ett års utgivning uppfylla de villkor som anges i 6 §.

19 § Ansökan om etableringsstöd görs skriftligen hos presstödsnämnden. Till ansökningshandlingarna skall fogas en plan för den ifrågavarande nyetableringen, innehållande uppgifter om budget, finansieringskällor

och planerad redaktionell kapacitet. Sökanden skall dessutom förebringa den ytterligare utredning som nämnden finner nödvändig för att pröva förutsättningarna för stödet.

20 § Etableringsstöd utgår i form av ränte- och amorteringsfritt lån. För lån skall ställas den säkerhet som presstödsnämnden bestämmer.

21 § Etableringsstöd utgår med ett belopp som motsvarar en och en tredjedel av fullt produktionsbidrag för fådagarstidningar.

22 § Stödet utbetalas i fyra kvartalsvisa poster med den första utbetalningen vid utgivningsstarten. Presstödsnämnden har att före varje ny utbetalning kontrollera att inlämnad utgivningsplan hålls.

23 § Ett år efter utgivningsstarten eller, om ansökan om produktionsbidrag då har ingetts, vid prövningen av denna ansökan bedömer presstödsnämnden om de villkor som anges i 6 § uppfylls av tidningen. Om så är fallet, skall nämnden besluta att lånet skall efterges.

Om nämnden finner att villkoren i 6 § inte uppfylls, kan nämnden besluta att säga upp lånet till betalning. Om villkoren inte uppfylls men tidningsföretaget kan göra troligt att så kommer att ske inom ytterligare ett år, kan nämnden besluta att ny prövning skall ske vid denna senare tidpunkt.

Om tidningen efter två verksamhetsår inte uppfyller villkoren i 6 §, skall nämnden besluta att säga upp lånet till betalning.

Lån som sålunda har sagts upp till betalning skall återbetalas på tre år.

24 § Presstödsnämnden får säga upp lån till omedelbar betalning, om

1. låntagaren genom oriktiga uppgifter har föranlett att lånet har beviljats,
2. sådant förhållande föreligger att låntagaren med hänsyn till det med lånet avsedda ändamålet uppenbarligen ej bör få inneha lånet,
3. säkerheten för lånet väsentligen har försämrats,
4. låntagaren bryter mot annat villkor som har föreskrivits vid lånets beviljande.

25 § På lån som har sagts upp till betalning utgår från uppsägningsdagen till dess betalning sker årlig ränta enligt normalräntan för lån från statens utlåningsfonder.

26 § Lån betalas ut av Post- och Kreditbanken mot skuldförbindelse och de handlingar i övrigt som presstödsnämnden föreskriver. Medel till lån tillställs banken av kammarkollegiet efter utbetalningsbesked av presstödsnämnden.

Återbetalning av lån och räntebetalning skall göras till Post- och Kreditbanken, som utan dröjsmål skall redovisa influtna medlen till kammarkollegiet.

Utvecklingsbidrag

27 § Utvecklingsbidrag kan efter ansökan utgå till tidningsföretag som är i tillfälligt behov av ekonomiskt stöd för att stärka sin konkurrensförmåga på längre sikt. Utvecklingsbidrag får dock ej beviljas sådana tidningsföretag som med egna medel kan genomföra erforderliga förändringar i tidningens verksamhet.

Utvecklingsbidrag enligt denna paragraf utgår ej för tidning som erhåller produktionsbidrag.

28 § Utvecklingsbidrag kan efter ansökan utgå till tidningsföretag vid övergång från få- till flerdagarsutgivning.

29 § Utvecklingsbidrag enligt 27 § utgår för högst två år under en period av fyra år. Bidrag enligt 28 § utgår för endast ett år.

För fådagarstidning utgör bidrag enligt 27 eller 28 §§ högst 600 000 kronor för år. För flerdagarstidning utgör bidraget högst 1 200 000 kronor för år.

Utvecklingsbidragets storlek fastställs med hänsyn till stödbehovet och tidningsföretagets egna ekonomiska möjligheter.

30 § Ansökan om utvecklingsbidrag görs skriftligen hos presstödsnämnden. Nämnden fattar årligen beslut om bidrag dels senast den 1 maj med anledning av ansökningar som har inkommit senast den 15 mars, dels senast den 1 november med anledning av ansökningar som har inkommit senast den 15 september.

Till ansökningshandlingarna skall, i fråga om bidrag enligt 27 §, fogas uppgifter om företagets verksamhet och ekonomiska ställning under de tre senaste verksamhetsåren, en prognos för företaget för de närmaste två åren, en plan för åtgärder för att stärka företagets ställning på tidningsmarknaden, en budget för åtgärderna och de skäl i övrigt som åberopas för ansökningen.

I fråga om bidrag enligt 28 § skall till ansökningshandlingarna fogas en plan, innehållande uppgifter om budget, finansieringskällor och planerad redaktionell kapacitet.

31 § Utvecklingsbidrag får ej utbetalas före den 1 juli det år som bidraget avser.

32 § Tidningsföretag är skyldigt att lämna presstödsnämnden eller av nämnden utsedd expert sådana upplysningar som behövs för tillämpningen av denna förordning i vad den avser utvecklingsbidrag.

Samverkansbidrag

33 § Bidrag för samverkan inom teknisk produktion eller annonsförsäljning kan beviljas tidningsföretag, om minst en av de samverkande tidningarna uppbär produktions- eller utvecklingsbidrag. Bidrag kan även

beviljas för projekt för redaktionell, teknisk eller administrativ samverkan inom tidningsbranschen, om minst en tredjedel av de tidningar som deltar i projektet uppbär produktions- eller utvecklingsbidrag.

34 § Bidrag för produktionssamverkan får beviljas endast om de regler för samarbetet som de deltagande tidningarna har enats om ej uppenbarligen missgynnar någon av dem.

Bidrag utgår med lika stort belopp till varje deltagande tidning och utgör lägst 250 000 kronor och högst 500 000 kronor per år och tidning. Bidragsbeloppet fastställs med hänsyn till projektets storlek. Därvid skall beaktas huruvida samverkan omfattar både sättning och tryckning. Bidrag utgår ej för samverkan som endast omfattar delar av sättningen eller delar av tryckningen.

Bidrag utgår för en period av högst fem år.

35 § Bidrag för annonssamverkan får beviljas för tidningar med i huvudsak samma spridningsområde under förutsättning att

1. samverkan omfattar samförsäljning av lokalannonser,
2. alla annonser som omfattas av samverkan införs i samtliga deltagande tidningar, när ej annat uttryckligen begärs i annonsbeställningen,
3. intäkterna från den gemensamma annonsförsäljningen fördelas mellan tidningarna efter den inbördes storleken av tidningarnas intäkter under kalenderåret före samarbetets påbörjande från annonser av det slag som omfattas av samverkan.

36 § Bidrag enligt 35 § utgår årligen med ett belopp som motsvarar sex procent av bruttointäkterna från annonssamverkan. I bruttointäkterna inräknas även intäkter från annan gemensam annonsförsäljning än den som avser lokalannonser. Bidraget utgår för en period av högst fem år.

Bidraget fördelas lika mellan de samverkande tidningarna.

37 § Bidrag för branschsamverkan får beviljas för projekt som syftar till att främja mångfalden inom dagspressen.

Projekt kan avse administrativt, redaktionellt eller tekniskt utvecklingsarbete som ligger utanför branschorganisations normala verksamhet och som klart kan urskiljas i tid och rum.

38 § Bidrag enligt 37 § utgår för projekt vars totala, och i förhållande till branschorganisation externa, kostnader uppgår till minst 300 000 kronor.

Bidraget bestäms till högst en tredjedel av dessa kostnader.

39 § Ansökan om samverkansbidrag görs skriftligen hos presstödsnämnden, gemensamt av de berörda tidningsföretagen. I fråga om bidrag för branschsamverkan kan ansökan inlämnas av branschorganisation eller annan sammanslutning av tidningsföretag. Till ansökningshandlingarna fogas uppgifter om medverkande tidningsföretag, samverkans omfattning, samverkansavtalet samt de skäl i övrigt, som tidningsföretagen önskar åberopa. Tidningsföretagen skall dessutom förebringa den ytterligare

utredning som nämnden finner nödvändig för prövning av förutsättningarna för beviljande av samverkansbidrag.

Samdistributionsrabatt

40 § Samdistributionsrabatt utgår för varje abonnerat exemplar av dagstidning som distribueras av distributionsföretag inom områden där minst två tidningsföretag deltager i samdistribution eller av postverket i lantbrevbäringsturer eller särskilda tidningsutdelningsturer.

41 § Fråga om samdistributionsrabatt prövas av presstödsnämnden. Presstödsnämnden utbetalar belopp motsvarande rabatten till postverket eller distributionsföretaget, som tillgodoför tidningsföretaget rabatten.

42 § Tidningsföretag skall för att erhålla samdistributionsrabatt skriftligen förbinda sig att avstå från egen distribution av abonnerad dagstidning inom alla områden där rabatterad samdistribution förekommer och påbörjas vid en tidpunkt då den egna tidningen kan medfölja.

Företaget skall vidare skriftligen förbinda sig att för varje distributionsområde där det deltager i rabatterad samdistribution överlåta lokala transporter och utbäring till postverket respektive distributionsföretaget.

43 § All samdistribution som avser i huvudsak samma tidningar skall anses försiggå inom ett distributionsområde.

Inom ett distributionsområde kan inte två distributionsföretag samtidigt svara för rabattberättigad samdistribution.

Med distributionsföretag jämställs härvid postverkets särskilda tidningsutdelningsturer, däremot ej lantbrevbäringsturer.

44 § Distributionsföretag får förmedla samdistributionsrabatt endast om det skriftligen förbinder sig att

1. inom sitt verksamhetsområde anordna samdistribution där förutsättningar för rabatterad samdistribution föreligger,

2. tillämpa en sådan prissättning för transporter och utbärning inom distributionsområdet att den enskilda tidningens abonnerade upplaga inom distributionsområdet icke inverkar på distributionsavgiften för distribuerat exemplar, dock att om väsentliga kostnadsskillnader föreligger på grund av tidningarnas olika periodicitet eller olika vikt prissättningen per exemplar och dag så långt möjligt skall anpassas härtill på så sätt att tidningen med högre periodicitet och den tyngre tidningen bär de merkostnader som olikheterna medför,

3. hålla samdistributionen öppen för samtliga dagstidningar som vid tiden för samdistributionens början finns tillgängliga på orten,

4. delge anbud på samdistribution inom ett distributionsområde till samtliga berörda dagstidningar vid en och samma tidpunkt.

Förbindelse som avses i första stycket skall av distributionsföretaget inges till presstödsnämnden.

45 § Skall samdistributionsrabatt förmedlas av postverket, har verket att iakttaga de i 44 § 2, 3 och i förekommande fall även 4 angivna villkoren, om regeringen ej föreskriver annat.

46 § Samdistributionsrabatt utgår med tre öre för varje rabattberättigat exemplar av tidning som samdistribueras.

47 § Ansökan om samdistributionsrabatt göres skriftligen hos presstödsnämnden av tidningsföretaget. Till ansökningshandlingarna skall fogas förbindelse som avses i 42 §.

48 § Tidningsföretag, distributionsföretag och postverket är skyldiga att lämna presstödsnämnden de upplysningar som erfordras för tillämpningen av denna förordning. Tidningsföretag som berörs av samdistributionen inom ett område skall efter framställning till presstödsnämnden utan dröjsmål erhålla sådana uppgifter som är nödvändiga för att bedöma kostnader och kostnadsfördelning för en planerad eller pågående samdistribution.

49 § Har tidningsföretag icke iakttagit förbindelse som avses i 42 § skall företaget till presstödsnämnden betala belopp motsvarande rabatt som företaget oriktigt har åtnjutit på grund av denna förordning. Föreligger synnerliga skäl, kan regeringen befria tidningsföretaget från sådan skyldighet.

50 § Presstödsnämnden övervakar att tidningsföretag iakttager förbindelse som avses i 42 §. Presstödsnämnden övervakar vidare att distributionsföretag iakttager förbindelse som avses i 44 § vid äventyr att samdistributionsrabatt icke får förmedlas av företaget.

Lån ur pressens lånefond

51 § Lån får beviljas tidningsföretag som ger ut dagstidning såväl för investering som för annan åtgärd som bedömes vara nödvändig för att stärka företagets konkurrensförmåga på längre sikt. Lån får dock ej beviljas till sådant projekt som kan finansieras på den allmänna kreditmarknaden till normala marknadsmässiga villkor och på ett från företagets synpunkt betryggande sätt.

Företräde till lån skall ges projekt som syftar till kostnadsbesparingar genom samverkan mellan tidningsföretag. Lån för investering på ort, där presstödsnämnden bedömer teknisk samverkan mellan tidningsföretag som möjlig, får ej beviljas till projekt som ej avser sådan samverkan. Denna bestämmelse gäller ej i sådana fall där berörda tidningsföretag allvarligt har prövat förutsättningarna för samverkan men ej kunnat enas om formerna för densamma.

52 § Ansökan om lån göres skriftligen hos presstödsnämnden. Till ansökningshandlingarna skall fogas uppgifter om företaget eller företagen, dess verksamhet och ekonomiska ställning, ändamålet med lånet och de skäl i övrigt som åberopas för ansökningen. Sökanden skall dessutom förebringa den ytterligare utredning som nämnden finner nödvändig för prövning av förutsättningarna för beviljande av lån ur fonden.

53 § Lån lämnas för bestämd tid och skall återbetalas enligt plan som presstödsnämnden fastställer.

Lånetiden får ej utan särskilda skäl överstiga tjugo år.

Presstödsnämnden kan besluta att lån skall vara amorteringsfritt under högst fem år räknat från första lyftningsdagen.

54 § För lån ur fonden skall ställas den säkerhet som presstödsnämnden bestämmer. Överstiger lånetiden tio år, skall om möjligt säkerhet ställas för lånet i form av inteckning i fast egendom eller tomträtt.

55 § Presstödsnämnden kan besluta att ränta på lån ej skall utgå under högst tre år räknat från första lyftningsdagen. För tiden därefter eller, i fall där räntebefrielse ej medges, från första lyftningsdagen till dess betalning sker utgår årlig ränta enligt normalräntan för lån från statens utlåningsfonder.

Presstödsnämnden kan medge ytterligare räntefrihet för en tid av högst två år, om särskilda skäl föreligger.

56 § Utgöres säkerhet för lån av inteckning, skall låntagaren under lånetiden hålla den intecknade egendomen nöjaktigt brandförsäkrad.

57 § Låntagare skall i den ordning presstödsnämnden bestämmer avge redogörelse för hur lånet använts.

58 § Presstödsnämnden får säga upp lån till omedelbar betalning, om

1. låntagaren genom oriktiga uppgifter föranlett att lånet beviljats,
2. låntagaren ej fullgör sina förpliktelser i fråga om räntelikvid, amortering eller brandförsäkring,
3. sådant förhållande föreligger att låntagaren med hänsyn till det med lånet avsedda ändamålet uppenbarligen ej längre bör få inneha lånet,
4. säkerheten för lånet väsentligt försämrats eller
5. låntagaren bryter mot annat villkor som föreskrivits vid lånets beviljande.

59 § Lån betalas ut av Post- och Kreditbanken mot skuldförbindelse och de handlingar i övrigt som presstödsnämnden föreskriver. Medel till lån tillställes banken av kammarkollegiet efter utbetalningsbesked av presstödsnämnden.

Återbetalning av lån och räntebetalning skall göras till Post- och Kreditbanken, som utan dröjsmål skall redovisa de influtna medlen till kammarkollegiet.

Avslutande bestämmelser

60 § Mot presstödsnämndens beslut i ärende om produktionsbidrag, etableringsstöd, utvecklingsbidrag, samverkansbidrag, samdistributionsrabatt eller lån ur pressens lånefond får talan ej föras.

61 § Närmare föreskrifter för tillämpningen av denna förordning får meddelas av presstödsnämnden.

Denna förordning träder i kraft den 1 juli 1976 då kungörelsen (1969:581) om samdistributionsrabatt för dagstidningar och kungörelsen (1971:492) om statligt stöd till dagstidningar upphör att gälla.

Övergångsbestämmelser

För dagstidning, som ej är berättigad till produktionsbidrag enligt 7, 9, 11 eller 13 §§ men för vilken produktionsbidrag har uppburits för år 1975 med stöd av tidigare bestämmelser, utgår för vartdera av åren 1976 och 1977 bidrag efter ansökan med hälften av vad som sålunda har uppburits.

Sammanfattning

1972 års pressutredning är den tredje statliga pressutredningen inom en tioårsperiod. Bakgrunden till de olika utredningarna har varit den tilltagande koncentrationen på tidningsmarknaden och hotet om ytterligare tidningsnedläggningar. Presstödjande åtgärder har satts in under en period av kraftigt stegrade ekonomiska svårigheter för vissa grupper inom den svenska pressen. Målet för statsmakternas politik har varit att förbättra villkoren för de mest utsatta grupperna så att ytterligare tidningsnedläggningar skulle kunna förhindras.

De presstödjande åtgärderna kan delas in i dels direkta, dels indirekta. I det nu fungerande presstödet består de *direkta* stödformerna av:

- En rabatt för att stimulera till *samdistribution* mellan tidningar.
- En *lånefond* med fördelaktiga ränte- och amorteringsvillkor.
- *Produktionsbidrag* till de s. k. andratidningarna.

Samdistributionsrabatten och lånefonden inrättades 1969 efter förslag från 1967 års pressutredning. Produktionsbidragen föreslogs av regeringen 1971 utan föregående kommittéförslag.

Det har ej ingått i pressutredningens uppgifter att utreda eller komma med förslag angående olika indirekta stödformer.

Utredningsuppdrag och analysarbete (kap. 1)

Pressutredningens utredningsuppdrag kan sammanfattas i fem punkter:

att ange ett mer preciserat mål för statsmakternas handlande gentemot dagspressen,
att göra en allmän bedömning av utvecklingen inom olika massmedier,
att ägna speciell uppmärksamhet åt samarbets- och rationaliseringsfrågor inom dagspressen,
att utvärdera det direkta presstödet och i mån av behov komma med förslag till förändringar,
att belysa de förhållanden som gäller för tidskriftsutgivningen.

Utredningens arbete har innefattat forskningsprojekt, speciella undersökningar samt arbete inom referensgrupper. I de senare har ingått representanter för mediesektorn och forskningen. Referensgrupper har arbetat med anknytning till någon av de fem huvuduppgifterna för utredningen.

De olika undersökningarna har i olika former redovisats för utredningen. Det viktigaste analysmaterialet har publicerats i tre olika rapportdelar:

- Presstödet och tidningskonkurrensen (SOU 1974:102) är en undersökning av presstödets effekter utförd av docent Karl Erik Gustafsson vid företagsekonomiska institutionen vid Göteborgs universitet.
- Tidningar i samverkan (SOU 1975:11) sammanfattar de undersökningar som gjorts av en arbetsgrupp om förutsättningarna för vidgad samverkan mellan tidningar.
- Pressens funktioner i samhället (SOU 1975:78) utgör en sammanfattning av det forskningsprojekt om pressens roll som på utredningens uppdrag genomförts vid statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet under ledning av fil. kand. Lennart Weibull.

Pressutredningen har också gjort undersökningar vad gäller tidskrifter, tidningarnas ägarförhållanden, kabel-tv och lokalradio samt låtit analysera tidningarnas bokslut. Resultaten från dessa arbeten finns redovisade i betänkandet.

Utvecklingen på tidningsmarknaden (kap. 2–3)

Det har skett mycket stora förändringar på hela massmediemarknaden under de senaste 25 åren. På radio- och tv-området har det ägt rum en stark expansion medan det på tidningsmarknaden skett en koncentration till färre och större enheter.

Under perioden 1940–1975 har 78 tidningar lagts ner och 59 gått upp i andra företag. Nedläggningar har drabbat både ensamtidningar och konkurrenstidningar. Av ensamtidningarna är det som regel små tidningar, utgivna på orter utan egentligt underlag för en dagstidning, som fått upphöra med utgivningen. Av konkurrenstidningarna är det de med låg hushållstäckning inom utgivningskommunen som drabbats. Resultatet har blivit att antalet orter med två eller flera dagstidningar har blivit allt färre. 1945 fanns det 51 sådana orter medan det 1975 endast återstår 21.

Ser man till den politiska färgen på de nedlagda tidningarna har närmare 3/4 haft borgerlig tendens. Flertalet av dessa har dock varit mycket små tidningar. Socialdemokraterna har förlorat antalsmässigt få men upplagemässigt stora pressorgan (av de nedlagda tidningarnas samlade upplaga svarade socialdemokratiska tidningar för 41,9 %).

Den 1 januari 1975 utkom 146 dagstidningar i Sverige. 89 av dessa var flerdagarstidningar, dvs. hade en periodicitet på mer än 3 nr/vecka medan återstoden hörde till gruppen fådagarspress. En uppdelning av dessa tidningar efter politisk tendens visar att 61 flerdagarstidningar har anknytning till moderata samlingspartiet, folkpartiet eller centern eller uppger borgerlig tendens medan 21 betecknar sig som socialdemokratiska. Ser man till upplagan svarar socialdemokratiska tidningar endast för 21 %.

Pressutredningen har gjort en särskild undersökning av ägarförhållandena inom dagspressen. Det visar sig att 72 tidningar eller något mindre

än hälften av samtliga utkommande är *privatägda*. Dessa svarar för 63,7 % av dagspressens totala upplaga. Det finns sammanlagt 54 *organisationsägda* och 20 *stiftelseägda* tidningar.

Tio ägargrupper svarar för 57,1 % av dagspressens totala upplaga. Bonniergruppen har ensam 21,5 % och Hjörnegruppen 8,1 %. Andergruppen i Karlstad och Bengtssongruppen i Falun har åtta tidningar vardera vilka alla är dominerande inom sina spridningsområden. Inom stora delar av landet har privatägda tidningar en mer eller mindre uttalad monopolställning.

Pressideologier och pressdebatt (kap. 4–5)

Den pressideologi som dominerat presspolitiken i de västerländska länderna är den *frihetliga*. De grundläggande principerna i denna – åsiktskonkurrens, kontroll av myndigheter och fri etableringsrätt – har varit fundament i lagstiftningen i en rad länder.

Utvecklingen på tidningsmarknaden har dock gjort att man på olika sätt försökt anpassa ideologin till de förändrade förhållandena. Den fria etableringsrätten har blivit mer eller mindre illusorisk då det krävs ett mycket stort kapital för att kunna starta en tidning. Tendensen mot ökad monopolisering har gjort att nya krav har ställts både på staten och tidningarna.

Det mest ambitiösa försöket att vidareutveckla den frihetliga ideologin kan sägas ha gjorts i USA av den s. k. Hutchinskommissionen. Denna förklarade att statsmakterna hade ett ansvar både vad gäller mediernas innehåll och existens. Man gick ifrån den stränga boskillnaden mellan stat och press och menade att statliga ingrepp kunde vara berättigade om de skedde med respekt för mediernas självständighet.

I motsats till den frihetliga mediesynen innebär den *auktoritära* synen att medierna skall vara maktmedel i de styrandes tjänst. I vilken grad man utnyttjar detta maktmedel och vilka metoder man är beredd att använda sig av för att säkerställa kontrollen över medierna varierar från land till land och från tid till tid. I dag finns det knappast något land där man öppet argumenterar för en auktoritär ideologi på medieområdet. Men i praktiken använder man i många länder en rad olika medel för att få de medier man önskar.

Ser man på läget i Sverige och den debatt som förts på temat statens förhållande till pressen finns det anledning att speciellt uppmärksamma dels andra världskriget, dels de senaste femton åren. Under världskriget stod tryckfrihetspolitiken i centrum medan den senaste perioden de olika presstödjande åtgärderna dominerat debatten.

Motståndarna till presstödet har hävdat att faran med detta är att det kan locka statsmakterna att i en krissituation göra ingrepp mot enskilda tidningar. Försvararna har däremot ansett att det system som används i Sverige för stöd till tidningar är så säkert att det ej kan missbrukas. Presstödet är nödvändigt om en mångfald inom pressen skall kunna bibehållas.

Den i Sverige förda presspolitiken kan pressideologiskt närmast beskrivas som en på frihetlig grund baserad ansvarsideologi. Grundvalen är den traditionella frihetliga uppfattningen. Pressens redaktionella självständighet är en självklar utgångspunkt för lagstiftning, myndigheternas agerande och diskussionen i olika tidningsfrågor.

Strukturutvecklingen på massmedieområdet har emellertid lett till att man i debatten ställer krav både på tidningarna och på staten. Tidningarna bör bli allsidigare och deras spalter öppnas för olika meningsriktningar. Utgivarna skall, enligt vissa debattörer, inte ensamma bestämma vad som skall stå eller inte stå i tidningarna. På samma sätt har man fordrat av staten att den inte enbart skall stifta lagar som ger tidningsutgivarna frihet. Staten får inte blanda sig i den redaktionella hanteringen men måsta ta ett ansvar för presstrukturen. Den bör göra detta genom att stödja ekonomiskt svaga företag.

Massmediernas uppgifter (kap. 6)

Pressutredningen har velat precisera de uppgifter som är väsentliga för massmedierna i ett samhälle som det svenska. Utredningen konstaterar att det övergripande målet för mediepolitiken inte bör sökas inom massmediebranschen utan i samhället i övrigt. I centrum för den svenska mediepolitiken måste ställas de demokratiska värdena. Massmedierna skall medverka till att förstärka och fördjupa den svenska demokratin.

Fyra uppgifter anser pressutredningen särskilt bör åvila massmedierna:

1. Massmedierna bör ge den *information* som är nödvändig för att medborgarna skall kunna ta ställning i samhällsfrågor. Även de förtroendevalda bör genom massmedierna få löpande information om enskildas och organisationers uppfattningar i politiska frågor.
2. Massmedierna bör fristående eller som språkrör för organiserade samhällsintressen *kommentera* skeendet i samhället.
3. Massmedierna bör som allmänhetens företrädare *granska* den verksamhet som utövas av de inflytelserika i samhället.
4. Massmedierna bör främja en *kommunikation* inom och mellan politiska, fackliga och andra ideella grupper i samhället.

De här angivna fyra uppgifterna gäller massmediesystemet i dess helhet. Genom bl. a. undersökningarna om pressens funktioner har den betydelse tidningarna har i detta avseende kunnat beläggas. Det framgår klart att tidningarna inte kunnat ersättas av andra medier.

På orter som saknar tidning eller som har en enda dominerande tidning finns det risk för att *informationen* i samhällsfrågor skall fungera otillfredsställande. Etermedierna har inte kunnat bli något alternativ. Det är tveksamt om de någonsin kommer att kunna bli det på det opinionsbildande området.

Rösterna i diskussionen mellan tidningarna har blivit allt färre. Detta har gjort att *kommentarerna* till olika samhällsföreteelser blivit torftigare. Speciellt hårt har den lokala debatten drabbats. De kvarvarande tidning-

arna har inte på ett tillfredsställande sätt kunnat överta uppgiften från de nedlagda. Det finns en risk att monopoliseringen av tidningsmarknaden kan leda till monopolisering av opinionsbildningen.

Det är troligt att tidningarnas fortlöpande *granskning* av olika beslutande instanser blir lidande då en ort blir utan egen tidning. I de fall där den dominerande tidningen i en kommun är knuten till ett parti kan detta påverka granskningsfunktionen i begränsande riktning.

Politiska partier är nödvändiga för en fungerande demokrati. Partierna i Sverige är till väsentlig del beroende av tidningarna då det gäller att föra ut budskap och inhämta kunskap om opinioner och stämningar bland medlemmar och sympatisörer. Tidningsnedläggningarna utgör ett hot mot den form av *gruppkommunikation* som tidningarna erbjuder.

Pressens funktioner (kap. 7)

Tre resultat från de undersökningar om pressens funktioner som pressutredningen låtit genomföra är speciellt iögonfallande:

- *Det första* är att pressen fortfarande har en mycket stark ställning bland massmedierna.
- *Det andra* är att pressen i hög grad upplevs partipolitiskt och fungerar partipolitiskt.
- *Det tredje* är att det finns ett missnöje med existerande massmediestruktur framför allt bland politiskt intresserade läsare, journalister och organisationsfolk.

En brevenkät till allmänheten i fyra olika områden visade att under en dag hade:

- 80 % läst minst en artikel i den lokala tidningen
- 70 % lyssnat på minst ett radioinslag
- 70 % sett på minst ett tv-program.

Av speciellt intresse är att det opinionsbildande och seriösa stoffet – i form av t. ex. ledare, nyhets- och reportagematerial – upptar en stor del av tidningarnas innehåll och att det har många läsare. För organisationer, politiker och samhällsintresserade medborgare är pressen speciellt viktig. Dessa grupper prioriterar pressen i förhållande till andra medier.

De olika undersökningarna understryker att pressen har en väsentlig uppgift när det gäller den politiska opinionsbildningen. Den har stor betydelse både när det gäller att upplysa om stämningar ute i samhället och när man skall informera och skapa opinion i samhällsfrågor. Denna stora uppskattning betyder dock inte att tv och radio skulle anses vara utan betydelse. Dessa medier har fått en större roll utan att tidningarna därför anses överflödiga.

Tidningarnas marknad (kap. 8)

Utgångspunkten för tilldelning av produktionsbidrag är i dag en tidnings konkurrenssituation. Enligt gällande regler utgår produktionsbidrag till dagstidningar, som på sin utgivningsort har en upplagemässigt större konkurrent. Tidningar i konkurrensmässigt underläge betecknas "andratidningar".

I utvärderingen av det nuvarande presstödet har frågan om konkurrenspositionens betydelse för tidningarnas ekonomiska ställning spelat en avgörande roll. Dagstidningar hämtar intäkter från två marknader, dels säljs tidningen i abonnemang eller lösnummer på upplagemarknaden, dels säljs utrymme i tidningen på reklammarknaden. Tidningarna har hittills avvägt priserna på upplage- och annonsmarknaderna så att den största delen av totalintäkterna kommer från reklammarknaden. Det finns visserligen ett på olika sätt uttalat intresse bland tidningsföretagen att ändra denna prispolitik men flera skäl talar för att – om en förändring kommer till stånd – en sådan kommer att gå långsamt. Annonsmarknaden kommer inom överskådlig framtid att vara den väsentligaste för tidningarnas intäkter.

I forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen har visats att en tidnings hushållstäckning på utgivningsorten är avgörande för dess ställning på annonsmarknaden. Vid 25 % i täckning anses en tidning ha fått fotfäste på reklammarknaden. Mellan 25 och 50 % är ställningen osäker och beroende på konkurrenssituationen. Över 50 % har tidningen ett klart positivt värde som annonsorgan. Tidningar med över 50 % i täckning betecknas som *högtäckningstidningar* och tidningar under 50 % i täckning som *lågtäckningstidningar*.

Täckningstalen är betydelsefulla när det gäller att förklara och göra prognoser för en tidnings ekonomiska läge och utveckling. Deras förklarings- och prognosvärde är betydligt större än upplagetalens. Upplagans storlek och förändring saknar dock inte intresse. För en ensamtidning eller två eller flera konkurrenstidningar tillsammans ger upplagesituationen och dess utveckling en förstahandsinformation om marknadens totalvärde och tendens.

Tidningarnas ekonomi (kap. 9)

För utformningen av det direkta produktionsstödet gäller det att kunna avgöra vilka tidningsgrupper som generellt sett är i behov av ett selektivt stöd. Kännedom om tidningarnas ekonomi är därför av största betydelse för presspolitikens utformning. Endast med en sådan kunskap kan det avgöras om och i vilka former stöd och stimulanser skall sättas in.

Det material som pressutredningen haft att utgå ifrån vid analyserna av tidningarnas ekonomi har varit (1) forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen, (2) bokslutanalyser (bilaga 3) vilka kan jämföras med tidigare pressutredningars liknande analyser, (3) ekonomiska analyser i betänkandet Grafisk industri i omvandling samt (4) rapporten Tidningar i samverkan.

Den bild som de två föregående pressutredningarna givit av tidningarnas ekonomi gäller i stort sett fortfarande. Följer man den traditionella gruppindelningen så visar utredningens undersökningar att praktiskt taget alla förstatidningar har ett tillfredsställande läge och att de oftast kan kompensera kostnadsökningar med intäktsökningar. Andratidningarna har däremot stora ekonomiska svårigheter.

De ekonomiska analyserna visar:

- Tidningar med *låg täckning* har dålig ekonomi. Den kritiska gränsen synes ligga vid en täckning på ca 50 %.
- *Storstädernas* andratidningar har en särskilt problematisk situation. Det ställs höga krav på deras redaktionella bevakning och de har ekonomiskt betungande spridningsförhållanden.
- Tidningar med *liten upplaga* är mera beroende av annonsintäkter än tidningar med större upplagor.
- Riks- och regionspridda *fådagarstidningar* har svårt att arbeta vidare med enbart egna medel. Lokal- och förortstidningarna har däremot stora förutsättningar att konkurrera med större tidningar på annonsmarknaden.

Ser man till den betydelse som de olika presstödjande åtgärderna haft kan konstateras att dessa för en stor grupp tidningar varit en förutsättning för en fortsatt utgivning. Endast genom införande av produktionsbidragen har en annars sannolik omfattande tidningsdöd kunnat hejdas. Stödet har också på det hela taget riktats till den grupp tidningar som varit i behov av detta.

Vissa förändringar i reglerna kan dock bli nödvändiga:

- Bestämmelserna för lån i *pressens lånefond* bör utformas så att de bättre stimulerar till samverkan.
- Vad gäller *produktionsbidragen* är hushållstäckningen i utgivningskommunen en bättre mätare på en tidnings ekonomi än vad dess konkurrensposition är. En anknytning i reglerna för produktionsbidragen till tidningarnas täckningstal bör göras.

Det ekonomiska och marknadsmässiga läget för lågtäckningstidningarna är sådant att de har stora svårigheter att påverka intäkternas storlek. Detsamma gäller vissa mindre och medelstora högtäckningstidningar. Ser man däremot till de stora högtäckningstidningarna är dessa prisledare och kan välja prispolitik.

Tidningarnas *kostnader* kan påverkas genom olika åtgärder. Utrymmet för driftrationalisering synes stort. Pressutredningen menar också att långsiktiga effektivitetsvinster kan göras genom teknikbyte. Även samverkan på produktionsområdet kan leda till förbättrad produktivitet. Utgivningen kan förändras i olika avseenden. Formatnedskärningar och lägre periodicitet är åtgärder som ger avsevärda kostnadsminskningar. Återhållande faktorer är här bl. a. att de tidningar som är i störst behov av kostnadsminskningar inte kan genomföra åtgärderna om inte konkurrenterna också gör det. Åtgärderna strider också ofta mot tidningarnas ambitioner.

Samverkan inom dagspressen (kap. 10)

Pressutredningen har haft till uppgift att särskilt beakta möjligheter till samverkan inom dagspressen. Samverkan skall ses som ett medel att begränsa branschens kostnader men också att vidmakthålla och förstärka en redaktionell mångfald inom pressen. Samverkan har således ett dubbelt syfte; dels åstadkomma kostnadsbesparingar, dels förverkliga de presspolitiska målen.

Möjligheterna till utökat samarbete har tagits upp i pressutredningens tidigare rapporter. I rapporten Tidningar i samverkan har gjorts en beskrivning av ett antal existerande och tänkbara samverkansformer inom dagstidningsbranschen. I ett avsnitt i rapporten Presstödet och tidningskonkurrensen behandlas branschsamarbete i olika former tillsammans med andra möjligheter till kostnadsminskning.

Inom en rad fält av tidningsdriften förekommer redan samarbete och det tycks finnas goda förutsättningar för att detta skall kunna utvecklas genom egna initiativ inom branschen – med undantag av vissa större projekt.

På två områden finns dock påtagliga hinder för samarbete och där kan mera generella stimulansåtgärder behöva sättas in för att ett presspolitiskt och företagsekonomiskt motiverat samarbete skall kunna komma till stånd.

- Teknisk samproduktion mellan tidningar bör stimuleras. Det gäller dels att lösa problem som är förknippade med avveckling av maskiner och personal, dels att få till stånd avtal som är tillfredsställande för samtliga i projektet ingående parter.
- Lokal annonssamverkan är utomordentligt sällsynt bl. a. på grund av att de dominerande tidningsföretagen inte är utsatta för något större mått av yttre konkurrenstryck. Det finns dock såväl presspolitiska som företagsekonomiska skäl som talar för ett sådant samarbete.

Tidskrifterna (kap. 11)

Pressutredningen har med hjälp av olika undersökningar velat belysa vissa problem som hänger samman med tidskriftsutgivningen. Utredningen har dock inte sett det som sin uppgift att göra en fullständig kartläggning av tidskrifternas funktioner och ekonomiska läge.

Trots mycket stora olikheter mellan och inom olika tidskriftsgrupper finns vissa gemensamma drag vad gäller deras ekonomiska ställning.

- Samtliga tidskrifter har fått vidkännas betydande kostnadsökningar på alla tyngre poster: teknisk framställning, papper, distribution och löner.
- Utvecklingen mot allt högre kostnader har för populärpressen lett till höjningar av prenumerations- och annonspriserna. För de ideella och fackliga tidskrifterna har kraven på bidrag från de organisationer de representerar ökat.

- För ett antal tidskrifter har utvecklingen varit så negativ att nedläggning, sänkt redaktionell och teknisk standard eller minskad periodicitet varit nödvändig.

Avgörande för det stora flertalet tidskrifter utgivna av fackliga och ideella organisationer är respektive organisationers inställning till tidskrifterna. Av en enkät till olika organisationer som gjorts av pressutredningen framgår att bedömningen av tidskriftssituationen i många fall är pessimistisk. Det krävs betydande höjningar av bidragen från organisationernas sida – ökningar som flera organisationer inte anser sig ha möjlighet att klara av. Även inom de mera resursstarka organisationerna kan framtiden medföra problem för tidskrifterna. Dessa skall hävda sig i konkurrensen med andra utgiftskrav vilket kan vara svårt då tidskrifternas värde inte är så lätt att *direkt* belägga.

En av de faktorer som bidragit till de omfattande kostnadsökningarna för tidskriftsgruppen har varit distributionskostnaderna. Dessa har framför allt drabbat tidningar med stor upplaga. Parallellt med pressutredningen har 1974 års tidningstaxeutredning arbetat. Den har utrett frågan om nivån och strukturen på postverkets tidningstaxa. Det förslag som tidningstaxeutredningen lagt fram innebär för tidskrifternas del att de får en möjlighet att överblicka kostnadsutvecklingen på distributionsområdet. Hotet om en drastisk höjning av distributionskostnaderna synes avvärjt om utredningens förslag accepteras. Detta innebär dock inte att ökningstakten i distributionskostnaderna för tidskrifterna skulle minska. Man måste räkna med att kostnaderna för distributionen också i fortsättningen kommer att öka.

Tidskrifterna har en mycket stor betydelse i dagens samhälle. Det gäller samtliga de funktioner som pressutredningen anser det väsentligt att massmedierna uppfyller. Det är en förutsättning för ett väl fungerande massmediesystem att det finns en mångsidig och väl spridd tidskriftspress.

De gjorda analyserna och undersökningarna på tidskriftsområdet har visat på behovet av ytterligare studier bl. a. kring tidskrifternas ekonomiska situationen och presspolitiska betydelse. Det finns oroande tecken på en ekonomisk kris för stora grupper av tidskrifter med bred folkrörelseanknytning. Statsmakterna har ett ansvar då det gäller att se till att den viktiga kommunikationsväg som tidskrifterna utgör inte stängs eller allvarligt försvagas.

Morgondagens massmediemarknad (kap. 12)

Pressutredningen har haft till uppgift att göra en allmän bedömning av utvecklingen på massmediemarknaden. Utredningen skall söka placera in dagspressen i en kommande mediestruktur. Vilken ställning kommer tidningarna att få och vilken roll kommer de att spela på morgondagens massmediemarknad?

Utredningen har behandlat utvecklingen inom televisionen, video-

grammen och radion. Slutligen har tidningarnas plats på morgondagens massmediemarknad behandlats.

Vad gäller utvecklingen på tv-området redovisas de kostnader som en utbyggnad av *bredbandsnät för kabel-tv m. m.* skulle innebära. Det konstateras att det finns en rad osäkra faktorer vad gäller beräkningen av kostnaderna för en utbyggnad. Det krävs ingående analyser innan ställning kan tas till frågan hur sannolik en utbyggnad av bredbandsnät skall anses vara. Det står dock klart att kostnaderna är så omfattande att det knappast kan bli en snabb utveckling på området.

Experimentet med lokala tv-sändningar i Kiruna syftade till att utveckla tv-formen. Med blygsamma resurser sökte man få till stånd en aktivering och kommunikation mellan sändare och mottagare. I vilken mån detta lyckades är svårt att avgöra. Under alla förhållanden kan konstateras att den lokala tv:n inte är ett alternativ till dagspress och riks-tv utan måste ses som ett komplement till dessa medieformer.

Det finns dock andra utvecklingsmöjligheter för tv än genom bredbandsnät och lokal tv.

- Den regionala eterburna televisionen kan byggas ut.
- Det nordiska programutbudet kan komma att öka radikalt.
- Tv-sändningarna inom den reguljära tv:n kan öka i omfattning och utsträckas till morgon- och dagtid.
- Satellitsändningar kan på ett annat sätt än hittills göra det möjligt att ta emot andra länders program.
- Text-tv (cee-fax) är en ny tv-form som kan ge tittaren snabb information inom ett antal viktiga sektorer.

De s. k. *videogrammen* kommer säkerligen att spela en stor roll på morgondagens massmediemarknad. Frågan är *när* de kommer att slå igenom på allvar och *vilken* roll de kommer att spela.

Underhållnings- och utbildningssektorerna brukar nämnas som självklara områden för videogrammen. Man kan anta att här kommer att finnas ett utbud från våld och pornografi till högklassiga undervisningsprogram.

1975 års riksdag har beslutat om införande av en särskild *lokalradio*. I princip kommer det att finnas en lokalradiostation i varje län som kommer att sända mellan 10 och 15 timmar i veckan. I genomsnitt kommer 14 personer att vara anställda på varje station.

Det är i dag svårt att bedöma vilka verkningar som de lokala radiosändningarna kommer att få. En viss vägledning kan man dock få genom de erfarenheter som gjordes vid Sveriges Radios lokalradioförsök 1973. Experimentet med lokalradio visade att man kunde nå stora lyssnargrupper med ett omfattande lokalt material. Erfarenheterna kan därigenom sägas vara relativt positiva. Tidningar och lokalradio kan på ett intressant sätt komplettera varandra och därmed kan den lokala informationen förbättras.

Ser man till de möjligheter som tidningarna har att hävda sig på morgondagens massmediemarknad synes dessa generellt sett goda.

- Hotet från nya medier tycks vara begränsat. De förändringar som är att vänta på massmediemarknaden under den närmaste tioårsperioden är säkerligen mindre omfattande än de som ägt rum de senaste tioårsperioderna.
- Den stora delen av dagspressen har en sådan ställning att väntade kostnadsökningar inte kan antas medföra några allvarligare problem. Högtäckningstidningarna har hittills kunnat få tillräckliga intäkter för att täcka dessa ökningar.
- Lågtäckningstidningarna kommer också i framtiden att vara beroende av bidrag från staten. Detta behov kommer inte att minska i framtiden.
- Det har på tidningsmarknaden funnits en brist på nyetableringar de senaste årtiondena. Det är svårt att bedöma i vilken mån denna kan täckas i framtiden; behovet av nya tidningar är dock otvetydigt.

Pressutredningens förslag (kap. 13)

Vid utformandet av stödprogrammet finns vissa *handlingsbegränsningar* som pressutredningen haft att ta hänsyn till. En debatt har förts om presstödets förenlighet med tryckfrihetsbestämmelserna. Pressutredningen har inte funnit anledning att göra någon särskild prövning eftersom detta tidigare gjorts av tryckfrihetsrättsliga experter, konstitutionsutskottet och massmedieutredningen. Tryckfrihetspolitiska hinder har ej ansetts föreligga för den typ av förslag som pressutredningen framlägger.

Det finns också en *resursmässig* ram. I direktiven för pressutredningen heter det att kostnaderna för de förslag som läggs fram i huvudsak bör täckas av de anslag som f. n. anvisas över budgeten till presstödjande åtgärder.

Då pressutredningen lägger fram ett förslag till handlingsprogram görs detta med det övergripande målet att vidmakthålla och om möjligt förbättra den kommunikation som sker genom dagstidningar. Ett representativt demokratiskt system kräver ett intensivt utbyte av idéer samt kunskap om olika opinioner. En förutsättning härför är en mångfald inom pressen. Tidningskoncentrationen får inte gå så långt att makten över tidningarna begränsas till några få – det må vara privatpersoner eller organisationer. Alla betydande meningsriktningar måste ha tillgång till organ där de kan framföra de egna budskapen och där det finns plats för en intern debatt.

Vid formulerandet av stödprogrammet har följande punkter varit vägledande för pressutredningen:

1. Konkurrens mellan tidningar på regionala marknader bör stimuleras. Två eller flera tidningar på en utgivningsort skapar förutsättningar för valfrihet åt läsarna.
2. I de fall då tidningskoncentrationen lett till monopol på den lokala marknaden måste presspolitiken stimulera till alternativ i form av kompletterande, monopolbrytande organ.
3. Kedjebildning och ägarkoncentration måste uppmärksammas. Ägar-

förhållandena inom tidningsmarknaden bör vara allmänt kända och det bör ske en fortlöpande registrering av förändringar inom ägarstrukturen.

4. Presspolitiken måste utformas så att det inte skapas möjligheter till eller oro för ingrepp gentemot enskilda tidningars innehåll.
5. Reglerna för de statliga åtgärderna skall vara lätt tillämpbara och så långt möjligt av automatiskt verkande karaktär.
6. Samverkan mellan tidningsföretag bör stimuleras.
7. Det regelsystem som styr fördelningen av de statliga bidragen till pressen skall grundas på en analys av marknadsförhållandena och befordra god hushållning bland de tidningar som erhåller stöd.
8. Det statliga presstödet skall administreras av en nämnd med resurser att analysera branschutvecklingen och enskilda marknadssituationer.

Produktionsbidrag

Pressutredningen finner inte anledning att frångå den selektiva stödform som produktionsbidraget utgör. Det är endast vissa tidningar som är i behov av hjälp. Utredningen vill sträva efter ett regelsystem för produktionsbidrag där diskretionär prövning och bedömning i möjligaste mån undviks. *Inom det selektiva systemets ram skall automatiskt verkande regler gälla.*

Följande väsentligare förändringar föreslås vad gäller bidragskriterier för produktionsbidrag:

- *Andratidningsbegreppet* överges som bidragskriterium eftersom det är oklart och leder till vissa svårigheter vid användningen.
- *Hushållstäckningen* inom utgivningskommunen är ett enkelt och användbart instrument då det gäller att fastställa en tidnings ekonomiska bärkraft.
- Pressutredningens förslag innebär för *flerdagarstidningar* att en hushållstäckning om 40 % och lägre på utgivningsorten berättigar till fullt produktionsbidrag och att mellan 40 och 50 % sker en successiv avtrappning.
- För *flerdagarstidningar med liten upplaga*, under 10 000 ex., föreslås att fullt produktionsbidrag utgår vid en hushållstäckning på högst 50 %, med avtrappning mellan 50 och 60 %.
- För *fådagarstidningar* sätts gränsen lägre. Vid en täckning av 20 % och därunder inom det egentliga spridningsområdet skall de vara berättigade till fullt produktionsbidrag (300 000 kr.). På samma sätt som för flerdagarstidningarna skall det finnas en avtrappning av bidragen vid täckningstal mellan 20 och 30 %.
- Fådagarstidningar med rikksspridning eller med spridning inom storstadsregionerna skall erhålla bidrag med fast belopp som är 50 % högre än de gängse fasta beloppen.
- Möjligheten att ge produktionsbidrag till förstatidningar/högtäckningstidningar tas bort.
- Produktionsbidrag för flerdagarstidningar föreslås utgå med lägst

600 000 kr. För storstadstidningar med flerdagarsutgivning sätts dock denna gräns till 2 milj. kr.

- Flerdagarstidning som övergår till fådagarsutgivning föreslås kunna få bidrag under två år med högst hälften av vad tidningen tidigare erhållit.

I övrigt har utredningen inte funnit anledning att ändra definitionen av begreppet dagstidning. Produktionsbidragen föreslås också i fortsättningen vara knutna till pappersförbrukningen och utgå med 7 900 kr. per ton. Pappersförbrukningen skall dock räknas som ett genomsnitt för de tre närmast föregående kalenderåren. Definitionen på utgivningsort föreslås förändrad så att som utgivningsort skall anses den kommun där huvudredaktionen är belägen. Tidningar som erhållit produktionsbidrag enligt det gamla regelsystemet men inte blir berättigade till sådana enligt det nya skall under två år kunna få halvt bidrag mot vad de tidigare erhållit.

Etableringsstöd

Bristen på nyetableringar inom dagstidningsbranschen är ett allvarligt problem. Pressutredningen anser det synnerligen angeläget att detta på något sätt löses. De olika ekonomiska analyserna visar dock entydigt att det är orealistiskt att tro att nyetablering på den traditionella dagstidningsmarknaden skulle vara möjlig annat än rent undantagsvis. På denna marknad gynnas högtäckningstidningarna och det är svårt för tidningar i annan position att expandera. Pressutredningens förslag tar därför främst sikte på ett stöd till nyetablering av tidningar med en periodicitet på 1–3 nr/vecka.

Pressutredningen föreslår:

att stöd för nyetableringar utgår av en storlek motsvarande 1 1/3 produktionsbidrag för fådagarstidningar.

Med detta stöd bör det vara möjligt för betydligt fler organisationer och enskilda än vad hittills varit fallet att starta tidningar. Dessa tidningar kan bli viktiga komplement till dominerande flerdagarstidningar vad gäller både nyheter och opinionsbildning.

Utvecklingsbidrag

Tidningar som inte är andratidningar eller vilkas problem inte är andratidningens kan i nuvarande regelsystem inte få några bidrag även om sådana är ekonomiskt motiverade. Pressutredningen har funnit behov av en ny bidragsform – *utvecklingsbidrag* – avsedd för tidningar som inte kan få produktionsbidrag men som ändå har ekonomiska svårigheter. Enskilda tidningar kan på grund av t. ex. marknadsmässiga svårigheter komma i behov av ett tillfälligt stöd.

Pressutredningen föreslår:

att utvecklingsbidrag skall kunna utgå efter ansökan från tidning och prövning av presstödsnämnden,

att bidraget skall vara tillfälligt och kunna utdelas till en och samma tidning under högst två år av en fyraårsperiod,

att högsta bidrag för ett år skall vara 600 000 kr. för fådagarstidningar och 1 200 000 kr. för flerdagarstidningar.

att utvecklingsbidrag också skall kunna utgå till fådagarstidningar som planerar att övergå till flerdagarsutgivning.

Samdistributionsrabatt

Effekterna av den samdistributionsrabatt som infördes på förslag av 1967 års pressutredning har varit synnerligen tillfredsställande. Pressutredningen föreslår därför att den nuvarande konstruktionen i huvudsak bibehålls. Skulle stimulansen tas bort finns risk för att samarbetet upplöses och principen med lika pris upphör att gälla. Utredningen finner inte skäl att höja rabatten eller att utöka rabattgivningen och t. ex. göra lösnummerförsålda tidningar rabattberättigade.

Pressutredningen föreslår:

att samdistributionsrabatten i huvudsak bibehålls i sin nuvarande form,

att bättre möjligheter till insyn för deltagande tidningsföretag skapas (Det skall inte vara tillåtet för ett distributionsföretag, att föra förhandlingar med endast en tidning inom ett distributionsområde.),

att möjligheterna för flera distributionsföretag att samtidigt bedriva samdistribution inom ett distributionsområde tas bort,

att postverket tillåts förmedla samdistributionsrabatt för tidningsdistribution på lantbrevbärarlinjer,

att administrationen av rabatten överflyttas från statskontoret till presstödsnämnden.

Samverkan inom produktion och annonsförsäljning

Pressutredningen har undersökt möjligheterna till ökad samverkan inom tidningsbranschen. Samverkan skall ses som en möjlighet att begränsa kostnaderna inom branschen i syfte att göra det möjligt att vidmakthålla och bygga ut den redaktionella mångfalden. När pressutredningen behandlat samverkansfrågorna har det framför allt varit som ett medel att förverkliga de presspolitiska målen.

Pressutredningen föreslår:

att statliga stimulansåtgärder sätts in för att främja lokal samverkan dels på produktionssidan, dels inom annonsförsäljningen,

att statliga bidrag skall kunna utgå till sådana branschprojekt som främjar mångfalden inom branschen.

Beträffande samverkan på *produktionssidan* föreslås att tidningar som samverkar inom sättning och/eller tryckning under fem år skall kunna få bidrag om högst 500 000 kr. per år och tidning. Presstödsnämnden får till uppgift att fixera beloppet så att det står i lämplig proportion till projektets storlek.

Vad gäller den lokala *annonssamverkan* vill utredningen främja projekt

som avser gemensam försäljning av lokala annonser. Syftet med detta är att läsaren skall ha tillgång till samma annonsinformation oavsett vilken tidning han väljer och inte att omfördela annonsintäkterna mellan tidningarna. Denna samförsäljning av annonser bör åstadkommas helt på frivillig väg genom överenskommelse mellan tidningsföretag. Den enskilde annonsören skall ha möjlighet att få en annons införd enbart i en av de samverkande tidningarna. Vid samannonsprojekt skall de deltagande tidningarna kunna få ett stimulansbidrag omfattande 6 % av de samverkande tidningarnas totala annonsförsäljning. Bidraget som utgår under högst fem år delas lika mellan tidningarna.

För konkreta större *branschprojekt* som syftar till att stärka mångfalden inom pressen skall bidrag kunna erhållas. Det kan gälla samverkan vad gäller tekniskt, administrativt och redaktionellt utvecklingsarbete. Bidrag skall kunna utgå med högst 1/3 av kostnaderna för projekt med en totalkostnad av lägst 300 000 kr.

Pressens lånefond

Pressens lånefond har haft stor betydelse då det gällt finansieringen av förnyelsen av den tekniska utrustningen inom många tidningsföretag. Syftet att stimulera samverkan mellan tidningar har dock inte kunnat uppnås. Snarare kan finansieringsmöjligheterna genom lånefonden på flera orter ha lett till att en tänkbar samverkan uppskjutits i tiden.

Pressutredningen föreslår:

att lån ur pressens lånefond i framtiden i huvudsak endast bör beviljas dels projekt där ett kredittillskott är en förutsättning för att samverkan mellan tidningar skall komma till stånd, dels tidningar som inte lyckas uppnå ett acceptabelt samverkansavtal med annan tidning och som inte har andra finansieringsmöjligheter för en nödvändig investering.

Presstödsnämnden

Presstödsnämnden inrättades på förslag av 1967 års pressutredning i samband med införandet av pressens lånefond. Nämndens verksamhetsområde utvidgades 1971 då produktionsbidragen introducerades.

De nya presstödjande åtgärder som pressutredningen föreslår kommer att ställa stora krav på presstödsnämnden. Den bör därför få större resurser.

Pressutredningen föreslår:

att sammansättningen av nämnden inte förändras men att den nu existerande uppdelningen i en liten och en stor nämnd upphör,

att ett permanent kansli inrättas åt presstödsnämnden för det löpande arbetet.

På kansliet bör åvila att bereda de olika ärendena samt ombesörja administrationen av de olika presstödjande åtgärderna. Presstödsnämnden bör också ges resurser att med hjälp av kansliet eller expertis utifrån

utföra eller initiera olika former av undersökningar samt rapportera om utvecklingen inom branschen. Presstödsnämnden skall årligen rapportera om förändringar inom tidningsägandet. Nämnden bör också följa pressforskningen inom och i någon mån utom landet.

Kostnader för utredningens förslag

Utredningen beräknar kostnaderna för förslagen enligt följande:

Produktionsbidrag	93,5 milj. kr
Samdistributionsrabatt	25 "
Pressens lånefond	15 "
Etableringsstöd	3 "
Utvecklingsbidrag	6 "
Samverkansbidrag	5 "
Presstödsnämnden	1 "

Detta innebär totalt sett en resursram på ca 148,5 milj. kr.

Utredningens övriga bedömningar

Pressutredningen har utöver de förslag som här framlagts också uttryckt sin mening vad gäller tidskrifter, annonsblad och tidningar på främmande språk.

I fråga om *tidskrifterna* konstaterar utredningen att det står klart att det krävs ytterligare analyser av dessa vad gäller deras ekonomiska läge, förhållandet till organisationerna och deras roll för kommunikationen i samhällsfrågor. Utredningen föreslår därför att en ny utredning tillsätts med huvudsaklig uppgift att fastställa dagsläget för tidskrifterna och den roll som statsmakterna bör spela i samband med dessa samt att framlägga förslag om hur tidskrifternas problem lämpligen bör lösas.

I fråga om *annonsbladen* ser pressutredningen med oro på en fortsatt utveckling av annonsbladsmarknaden. Utredningen förutsätter att statsmakterna följer denna utveckling. Om åtgärder skulle visa sig nödvändiga för att den reguljära dagspressen inte skall fråntas väsentliga delar av det ekonomiska underlaget för den redaktionella verksamheten utgår utredningen från att sådana vidtas.

I fråga om *tidningar på främmande språk* har pressutredningen givit uttryck för sina ståndpunkter i yttrandet över invandrarutredningens betänkande. Efter detta har frågan behandlats i riksdagen. Det har därvid beslutats att tidningar och tidskrifter som ges ut här i landet och som riktar sig till invandrar- och minoritetsgrupper skall ha möjlighet till visst ekonomiskt stöd. Det ankommer på invandrarverket att ta ställning till efter vilka principer stöd skall utgå. Verket är därvid obundet av de förutsättningar som gäller för det allmänna presstödet.

1 Utredningens bakgrund, uppdrag och uppläggning

1972 års pressutredning inledde sitt arbete hösten 1972. Bakgrunden till dess tillsättande var bl.a. debatten om och kritiken av de existerande direkta presstödjande åtgärderna. Utredningen fick till uppgift att dels göra en utvärdering av dessa, dels komma med förslag till förändringar. Utredningen skulle precisera en målsättning för den statliga presspolitiken och se som en av sina huvuduppgifter att komma med förslag till åtgärder för att få till stånd olika former av samverkan mellan tidningsföretag.

I detta inledande kapitel skisseras först bakgrunden till utredningens tillsättande. Här redogörs för de förslag som framlagts av de båda pressutredningar som arbetade under 1960-talet samt de beslut om presstödjande åtgärder som fattats av statsmakterna. Därefter analyseras utredningens direktiv samt beskrivs utredningsarbetets uppläggning. Slutligen redogörs för dispositionen av betänkandet.

1.1 Statliga stödåtgärder till pressen

I Sverige förekommer idag en lång rad presstödjande åtgärder av direkt och indirekt natur. De har tillkommit under en period av kraftigt stegrade ekonomiska svårigheter för vissa grupper inom den svenska pressen. Målet för statsmakterna har varit att förbättra villkoren för de mest utsatta grupperna så att ytterligare tidningsnedläggningar skulle kunna förhindras.

De *direkta* åtgärderna i det nuvarande presstödet utgörs av (1) en rabatt vid samdistribution av tidningar, (2) en lånefond med fördelaktiga ränte- och amorteringsvillkor samt (3) produktionsbidrag till s.k. andratidningar. Till de *indirekta* stödåtgärderna räknas den särbehandling som ges dagspressen bl. a. genom (1) momsbefrielse, (2) reducerad reklamskatt och (3) fördelaktiga taxor vid postbefordran.

Pressutredningen har till uppgift att behandla det direkta presstödet. Tillkomsten av detta beskrivs i detta första avsnitt. Här behandlas också de förslag som 1963 och 1967 års pressutredningar avgivit.

1.1.1 *1963 års pressutredning*

1963 års pressutredning hade till uppgift att göra en ingående analys av dagspressens utveckling under efterkrigstiden och dess aktuella situation.

Utredningen skulle överväga om och i vilken utsträckning särskilda åtgärder skulle vidtas från statens sida för att vidmakthålla en fri opinionsbildning.

I betänkandet Dagspressens ekonomiska villkor (SOU 1965:22) konstaterade utredningen att det skett ett mycket stort antal tidningsnedläggningar under perioden 1951–1963. 35 % av de tidningar som 1951 utkom minst tre dagar i veckan hade upphört med sin utgivning under denna tid. Analysen visade att de tidningar som drabbats av tidningskrisen hade befunnit sig i ett konkurrensmässigt underläge. Nedläggningarna hade inneburit att det på allt flera orter utkom endast en daglig tidning.

Utredningen kunde slå fast att de ekonomiska svårigheter som orsakat tidningsnedläggningarna inte gällde branschen som helhet. Det var den fjärdedel av den svenska dagspressen som var andratidningar – dvs. hade en upplagemässigt större konkurrent på sin utgivningsort – som var i farozonen. Majoriteten av utredningen fann det inte troligt att andratidningarna av egen kraft skulle kunna komma i ett ekonomiskt bättre läge.

Målet borde enligt 1963 års pressutredning vara att skapa förutsättningar för ett ökat antal ekonomiskt bärkraftiga tidningar i inbördes konkurrens. Enda möjligheten att nå detta ansåg utredningens majoritet vara att kanalisera ett direkt stöd till andratidningarna. Detta stöd borde ges en sådan utformning att det möjliggjorde såväl konsolidering av existerande företag som etablering av nya tidningar.

Presstödet borde enligt utredningsmajoritetens uppfattning förmedlas genom stiftelser knutna till de politiska partierna. Stödet skulle utgå med 25 milj. kr. per år. Mellan partierna skulle medlen fördelas i förhållande till deras röstandel vid två på varandra följande andrakammarval. Utredningens reservanter ansåg att denna utformning av stödet äventyrade en av tidningarnas mest centrala funktioner: bevakningen av statsmakterna.

Inte någon remissinstans tillstyrkte oreserverat det framlagda förslaget. Detta förverkligades inte heller. I stället fattade 1965 års riksdag beslut om statsbidrag till de politiska partiernas opinionsbildande verksamhet.

1.1.2 *1967 års pressutredning*

Partistödet medförde inte någon avgörande förändring till det bättre för tidningar i svårigheter. År 1967 tillsattes en ny pressutredning med uppgift att undersöka pressens ekonomiska villkor och föreslå sådana åtgärder som kunde innebära en hjälp för ekonomiskt svaga dagstidningsföretag. Utredningen framlade hösten 1968 sitt betänkande Dagspressens situation (SOU 1968:48).

Även 1967 års pressutredning konstaterade att tidningsbranschen som helhet inte befann sig i några ekonomiska svårigheter. Det var andratidningarna som hade problem. Dessas intäktsökning hade varit mindre än förstatidningarnas och de hade fått avsevärt försämrad ställning på

annonsmarknaden. Positionen för andratidningarna var betydlig svagare 1967 jämfört med 1963.

Utredningen tog upp frågan om utvecklingen på det tidningstekniska området. Det konstaterades att dagstidningarna stod inför en period av snabb teknisk utveckling. Nya produktionsmetoder och ny teknik medförde stora investeringsbehov. En annan viktig fråga för utredningen var den om tidningarnas distribution. Förhållandena på distributionsområdet undersöktes och utredningen konstaterade att det fanns anledning att från samhällets sida stimulera till samdistribution.

1967 års pressutredning föreslog:

1. *Pressens lånefond.* Utredningen ansåg att andratidningarnas ekonomi var så undergrävd att de saknade resurser att göra de investeringar som på sikt skulle kunna ge ekonomisk bärkraft. De kunde varken investera i fastigheter eller maskiner eller vidta andra åtgärder – t.ex. för marknadsanpassning eller marknadsföring – som gjorde att de på ett tekniskt och ekonomiskt rationellt sätt skulle kunna fortsätta verksamheten. En pressens lånefond skulle underlätta problemen för de svaga tidningarna.

Lånen skulle under början av sin löptid vara ränte- och amorteringsfria. Amorteringsfriheten skulle gälla i fem år och räntefriheten i tre. 125 milj. kr. skulle fastställas som ram för utlåningen under en femårsperiod. Lån till samverkande tidningar skulle prioriteras.

2. *Samdistributionsrabatt.* Förslaget om samdistributionsrabatt utgick från en analys av distributionen av abonnerade tidningar som företagits av två tillkallade experter (direktörerna Gösta Bodin och Sven Tollin). En statlig stimulans skulle sättas in för att främja en ny form av samdistribution. Tidningsdistributionen skulle arrangeras fristående från enskilda tidningsintressen och vara öppen för alla tidningar. Den skulle organiseras av sinsemellan aktivt konkurrerande distributionsföretag. Kostnaderna skulle fördelas mellan de i samdistributionen deltagande tidningsföretagen på ett sådant sätt att distributionskostnaden per exemplar blev lika stor oavsett tidningens upplaga.

Utredningens förslag resulterade i en proposition till 1969 års riksdag med förslag om inrättande av en pressens lånefond och införande av en samdistributionsrabatt. I huvudsak följde propositionen och det senare riksdagsbeslutet utredningsförslaget (prop. 1969:48, statsutskottet 1969:107). (För de närmare bestämmelserna vad gäller de olika direkta presstödsformerna se bilaga 2).

1.1.3 *Beslut om produktionsbidrag*

De nya åtgärderna på pressens område innebar inte att den pågående koncentrationsprocessen inom tidningsbranschen kunde hejdas. Andratidningarnas läge blev allt mer bekymmersamt; risken för nya tidningsnedläggningar och nya monopol på lokala marknader var uppenbar.

I detta läge föreslog regeringen i en proposition till 1971 års riksdag (prop. 1971:27) att statsmakterna skulle ge andratidningarna ett direkt bidrag till deras löpande produktion. En andratidning definierades som allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär, vilken normalt utkom med

minst ett nummer per vecka och som på sin utgivningsort hade en upplagemässigt större konkurrent.

Presstödsnämnden, på vilken ankom att handlägga ärenden i samband med produktionsbidrag, fick bl.a. möjlighet att besluta om bidrag till tidningar, som inte hade andratidningsposition men som med hänsyn till tidningens hela spridningsområde uppenbarligen hade samma svårigheter som en andratidning. På motsvarande sätt kunde den besluta att *inte* ge bidrag till en andratidning om den inte hade samma svårigheter som en sådan. (§ 17 i presstödskungörelsen).

Produktionsbidraget skulle beräknas efter pappersförbrukningen på så sätt att tidningens medelnettoupplaga under vardagar multiplicerades med årsvikten per exemplar minskad med annonsandelen. Storleken på bidraget föreslogs till 3 000 kr. per ton, dock högst 3,5 milj. kr. för storstadstidning och 1 milj. kr. för annan tidning samt lägst 200 000 kr. per kalenderår. För tidningar som utkom en gång i veckan föreslogs att bidrag skulle utgå med ett fast belopp och detta bestämdes till 200 000 kr.

Riksdagen beslutade i enlighet med förslaget i maj 1971 (KU 1971:32). Senare har bidraget per ton papper liksom beloppsgränserna ändrats vid flera tillfällen. Den senaste mera betydande ändringen ägde rum år 1974 då bidraget per ton fastställdes till 7 500 kr. Maximibeloppet till storstadstidningar bestämdes samtidigt till 13,5 milj. kr. och maximibeloppet för övriga tidningar till 3,75 milj. kr. Minimigränsen höjdes till 300 000 kr. För dagstidningar med utgivningsfrekvensen 6–7 nr/vecka fastställdes dock en minimigräns på 600 000 kr. De fasta beloppen till endagarstidningarna har höjts en gång sedan produktionsbidragen infördes (från 200 000 kr. till 300 000 kr. år 1974). År 1975 höjdes bidraget per ton till 7 900 kr. Syftet med denna höjning var att behålla bidragen vid oförändrad nivå. Ytvikten på tidningspapper sänktes nämligen under 1974.

1.2 Utredningsuppdraget

Redan i samband med riksdagsbehandlingen av propositionen 1971 om produktionsbidrag för dagstidningar framfördes, att en kommitté borde tillsättas "för att studera effekterna av presstödet och följa utvecklingen samt föreslå de förändringar som även på längre sikt resulterar i för pressen mest lämpliga och ändamålsenliga stödformer" (KU 1971:32). En sådan kommitté tillkallades också den 30 juni 1972.

I direktiven till 1972 års pressutredning kan fem olika delområden för utredningsarbetet urskiljas:

1. Utredningen skall "ange en mera preciserad målsättning för statsmakternas handlande (gentemot pressen) varvid dagspressens roll i förhållande till andra massmedier måste klarläggas".
2. En allmän bedömning skall göras av utvecklingen inom olika massmedier – tekniskt, ekonomiskt, marknadsmässigt och organisatoriskt.

3. Speciell uppmärksamhet skall ägnas åt samarbets- och rationaliseringsfrågor inom branschen.
4. En utvärdering av det existerande presstödet skall göras och förslag till förändringar framläggas.
5. Utredningen skall ta upp de förhållanden som rör tidskriftsutgivningen framför allt vad gäller tidskrifter utgivna av fackliga och ideella organisationer.

Enligt direktiven (bilaga 1) skall statens stöd till pressen således relateras till en målsättning för presspolitiken. Hittills har statsmakterna använt allmänt hållna målformuleringar. Det krävs därför preciseringar och därvid måste pressens roll i förhållande till andra massmedier klarläggas.

Pressen har en rad olika funktioner i samhället. Det är dock uppenbart att det är den politiska betydelsen som stått i centrum när det gällt motiven för presspolitiken. Av denna anledning måste det anses ytterst betydelsefullt att studera vilken roll pressen verkligen spelar i dagens samhällsdebatt och politiska liv. I diskussionen har det framförts mycket skilda meningar i denna fråga. Å ena sidan finns de som anser att pressens roll övervärderats; det finns andra och effektivare sätt att kommunicera på, menar man. Å andra sidan finns de som hävdar pressens synnerliga betydelse: de anser att den har en avgörande roll i det politiska livet.

I en period då radio och tv byggs ut och då tidningsstrukturen förändrats kraftigt måste det vara viktigt att fastställa vilken funktion olika medier har. Vad har den tilltagande koncentrationen på pressfronten inneburit för kommunikationen i samhället? Har radio och tv övertagit en del av pressens funktioner? Vilken roll spelar tidskrifterna som komplement eller ersättare för dagspressen?

Då det gäller att precisera *målsättningen för presspolitiken* är det nödvändigt att å ena sidan få ett grepp om tidningarnas funktioner och att å den andra följa den pressideologiska debatten och det presspolitiska agerandet. För pressutredningen är det angeläget att slå fast de funktioner som press och andra massmedier har att spela i ett demokratiskt samhälle.

En andra uppgift för pressutredningen är att studera *förändringarna på massmediemarknaden.* En rad nya medieformer har fått stor uppmärksamhet under senare år: kabel-tv, videogram och lokalradio. Kommer dessa att inom den närmaste tioårsperioden erbjuda en konkurrens gentemot pressen?

Då det gäller att bedöma tidningsbranschens framtid räcker det inte att studera de hot som kan komma från andra medier. Det är också nödvändigt att fastställa hur tidningsmarknaden fungerar i dag och hur den bedöms fungera i morgon. Tidigare pressutredningar har visat betydelsen av tidningarnas marknadsposition. Produktionsbidragen går till de tidningar som har andraposition på marknaden. Är en tidnings konkurrensläge så avgörande för den ekonomiska bärkraften som det ansågs vara på 1960-talet?

En av huvuduppgifterna för pressutredningen skall vara att belysa

samarbets- och rationaliseringsfrågor. Staten har redan genom samdistributionsrabatten stimulerat till ett samarbete inom en del av tidningsdriften. För utredningen gäller det att undersöka om det på andra områden finns rationaliseringsvinster att göra genom samverkan mellan olika tidningsföretag.

Pressutredningen skall också utvärdera *statens stöd till pressen.* Utformningen av produktionsbidragen skall förutsättningslöst prövas. Man bör dock hålla fast vid en "selektiv" utformning av stödet och utredningens förslag skall göras "mot bakgrund av en samlad bedömning av effekterna av systemet med produktionsbidrag".

En huvudfråga vad gäller produktionsbidragen är om de gått till den tidningsgrupp som verkligen är i behov av hjälp. Har det vid sidan om dem som fått bidrag funnits ytterligare tidningar som behövt ett kontinuerligt stöd? Pressutredningen har låtit utvärdera systemet med produktionsbidrag. Utvärderingen har också omfattat de direkta stödformer som infördes på förslag av 1967 års pressutredning – pressens lånefond och samdistributionsrabatten.

I samband med bedömningen av utvecklingen på massmedieområdet har utredningen också givits i uppgift att ta upp förhållandena för *tidskrifter* som ges ut av ideella och fackliga organisationer samt fackpress och populärpress. Från statens sida utgår f.n. ett stöd till kulturtidskrifter men i övrigt innefattas inte tidskrifterna i några direkta stödåtgärder. I direktiven heter det att formerna för tidskriftsstödet vid behov skall tas upp till bedömning i särskild ordning mot bakgrund av de analyser och förslag som utredningen kan komma att framlägga.

1.3 Utredningsarbetets uppläggning

Analysen av utredningsdirektiven visar att pressutredningen fått i uppgift att arbeta över ett vitt fält. Verksamheten har bedrivits genom dels ett antal olika forskningsprojekt, dels arbete i expertgrupper.

Pressutredningen har initierat eller deltagit i följande undersökningar:

1. Vid statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet har på utredningens uppdrag genomförts ett forskningsprojekt om pressens funktioner i samhället. Projektet har innefattat intervjuer och enkäter med organisationer, politiker, journalister och allmänhet. Tidningar har innehållsanalyserats. Projektledare har varit fil. kand. Lennart Weibull och projektet finns redovisat i forskningsrapporten Pressens funktioner i samhället (SOU 1975:78).
2. Pressutredningen har deltagit i den utvärdering som Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning gjorde av försöken med lokalradio våren 1973.
3. Presstödets effekter har undersökts av docent Karl Erik Gustafsson vid företagsekonomiska institutionen vid Göteborgs universitet. Undersökningen bygger på enkäter och intervjuer med personer inom de flesta svenska tidningsföretag. Undersökningen är redovisad i forsk-

ningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen (SOU 1974:102).

4. En analys av tidningarnas bokslut samt jämförelse med tidigare pressutredningars analyser har utförts av direktör Sven Tollin och finns redovisad i bilaga 3.
5. En arbetsgrupp bestående av fem personer inom tidningsbranschen (redaktör Anders Ahlqvist, direktör Leif Borin, direktör Per Brännström, ekonomichef Antti Daschek och civilingenjör Erik Jönsson) har samlat underlag för utredningens ställningstaganden vad gäller samverkansfrågor. Arbetet är sammanfattat i rapporten Tidningar i samverkan (SOU 1975:11).
6. Efter framställning från pressutredningen har televerket gjort en undersökning av kabel-tv. Denna är avrapporterad i en skrift med titeln Kabel-tv; Utredning om kostnader, tidsplaner och resursbehov vid en utbyggnad i Sverige (Farsta 1975-02-11).
7. Ägareförhållandena inom tidningsbranschen har studerats för utredningens räkning av civilekonomerna Börje Arnberg och Stefan Bjärle. Deras arbete är avrapporterat till utredningen i en uppsats med titeln Den svenska dagspressens ägarstruktur.
8. Tidskrifterna har uppmärksammats i två undersökningar. Den ena, Fackpressekonomi, är utförd av civilekonomerna Morgan Lindberg och Anders Rylander. Den andra är en enkät till ett antal organisationer gjord inom sekretariatet och avrapporterad i PM med titeln Organisationerna och tidskrifterna.
9. Inom riksskatteverket har för pressutredningens räkning gjorts sammanställningar av de lokala annonsbladens antal och omsättning åren 1973 och 1974.

För att på ett systematiskt sätt kunna dra nytta av de erfarenheter som finns inom branschen och inom pressforskningen tillsattes våren 1973 fem referensgrupper. Grupperna har letts från sekretariatet och har haft en i förhållande till utredningen rådgivande och idégivande funktion.

Gruppindelningen följer i princip de olika huvudområdena för utredningens arbete.

Gruppen för *ekonomi och teknik*[1] har som främsta uppgift haft att studera och diskutera den tekniska utvecklingen inom tidningsbranschen Det har gällt att skapa en bild av de förändringar som var att vänta och konsekvenser av dessa. Gruppen har haft nära kontakt med grafiska kommittén som avgav sitt betänkande Grafisk industri i omvandling (SOU 1974:34) våren 1974.

Gruppen *massmedias marknader*[2] har deltagit i den bedömning av morgondagens massmediemarknad som utredningen haft att göra. Det har gällt dels utvecklingen inom nya medier, dels prognoser för

---

[1] Dir. E.A. Hallin, förbundskassör Olof Hansson, civ. ing. Erik Jönsson, dir. Johan Ljung, dir. Sune Lundh, red. Björn Malmgren, red. chef. Thure Mattsson, dir. Folke Wendel och docent Lars Vinell.

[2] Dir. Folke Anderberg, red.chef Börje Dahlqvist, chefred. Stig Fredriksson, dir. Håkan Lambert-Olsson, dir. Nils-Petter Lindskog, förlagsdir. Carl-Adam Nycop, chefred. Bo Präntare, dir. Harry Schein och dir. Erik Westerberg.

tidningarnas möjligheter att hävda sig på annons- och abonnemangsmarknaderna. Gruppen har varit rådgivande då det gällt flera av utredningens undersökningar.

Gruppen *rationalisering och samverkan*[1] har undersökt behovet av ytterligare kartläggning av existerande samverkansformer. Den har tagit initiativ till rapporten Tidningar i samverkan vilken genomförts av en arbetsgrupp knuten till referensgruppen. Den har också diskuterat olika förslag till åtgärder för att stimulera samverkan mellan tidningsföretag.

Gruppen *pressens funktioner*[2] har följt utformningen av och arbetet med projektet Pressens funktioner. Den har också deltagit i beskrivningen av pressideologier, pressdebatten i Sverige samt fastställandet av massmediernas uppgifter i samhället.

Gruppen *stödets effekter*[3] har följt den utvärdering som gjorts av presstödet. Den har också diskuterat olika idéer och förslag till utformning av det framtida presstödet.

Slutligen skall sägas att en grupp med representanter för olika slag av *tidskrifter*[4] sammanträtt tre gånger för att diskutera och utvärdera de undersökningar som utredningen företagit på tidskriftsområdet.

1.4 Avgivna yttranden, inkomna skrivelser m.m.

Den 7 mars 1974 överlämnade pressutredningen till chefen för finansdepartementet ett förslag till fördelning av ökade produktionsbidrag inom en kostnadsram av 30 milj. kr. med anledning av erhållna tilläggsdirektiv (betr. dessa se bil. 1).

Pressutredningen har avgivit remissyttranden över följande betänkanden och förslag:

Ny kulturpolitik. Betänkande avgivet av kulturrådet. (SOU 1972: 66 och 1972:67).

Radio i utveckling. Betänkande avgivet av 1969 års radioutredning (SOU 1973:8).

FOJO-kommitténs betänkande Fortbildning av journalister (Ds U 1973:13).

Departementspromemoria (Ds Ju 1974:2) på grundval av informationsutredningens betänkande Kungörelseannonsering (SOU 1969:7).

---

[1] Dir. Gösta Bodin, chefred. Åke Djurberg, huvudred. Bertil Heddelin, förste ombudsman C.H. Hernlund, dir. Evert Larmén, andre ordf. Stig Nilsson, chefred. Sören Olofsson, dir. Per-Axel Petersson, dir. Ragnar Wennerström och dir. Rolf Österberg

[2] Red. Paul Frisch, red. Ivar Ivre, ekon.dr. Dan Lundberg, docent Kjell Nowak, fil.lic. Jan Ringdahl, docent Karl Erik Rosengren och prof. Jörgen Westerståhl.

[3] Univ.lektor Arne M. Anderson, docent Lars Engwall, prof. Ingemar Ståhl och prof. Bo Wickström.

[4] Chefred. Arne Andreasson, red. Hans Björkqvist, kontorschef Oscar Eklöf, red. Roland Ekström, dir. Stig Hogdahl, inform. sekr. Lars Holmlund, dir. Benne Lantz, kamrer Bengt Malmborg, dir. Stig Nordgren och utredningschef Peeter Tönus.

Reklam III, Tv-reklamfrågan. Delbetänkande av reklamutredningen (SOU 1973:10).

Grafisk industri i omvandling. Betänkande avgivet av grafiska kommittén (SOU 1974:34).

Invandrarutredningens huvudbetänkande Invandrarna och minoriteterna (SOU 1974:69).

A jour, Om journalistutbildning. Betänkande avgivet av journalistutbildningsutredningen (SOU 1975:25).

Vidare har pressutredningen tillsammans med radioutredningen i en gemensam skrivelse till utbildningsdepartementet (maj 1975) hemställt att en särskild utredning tillkallas för att skyndsamt utreda frågan om massmedieforskningens behov och organisation.

Från myndigheter, organisationer, tidningsföretag och enskilda har till pressutredningen överlämnats följande framställningar m.m.:

Estniska Dagbladet med anhållan om utredningens förturbehandling av frågan om produktionsbidrag för tidningar på främmande språk.

Svenska Tidningsutgivareföreningen ang. en höjning av samdistributionsrabatten för dagstidningar till 4 öre per distribuerat exemplar från den 1 januari 1974 (skrivelsen ställd till finansdepartementet som överlämnat den till utredningen).

Landsorganisationen med överlämnande av dels LO:s utredning om en socialdemokratisk morgontidning i Stockholm, dels LO:s representantskaps ställningstagande i tidningsfrågan.

Estniska Dagbladet med överlämnande av dels en PM med information om Estniska Dagbladet, dels en PM ang. frågan om produktionsbidrag till tidningen.

Trelleborgs Allehanda med hemställan om tilldelning av produktionsbidrag. Trelleborgs Allehanda uppmärksammar med skrivelsen utredningen på tidningens problem.

Eskilstuna-Kuriren ang. det tidningsekonomiska förhållandet i Eskilstuna.

Obligatoriekommittén ang. periodiska tidskrifter utgivna av studeran desammanslutningar.

Svenska Tidningsutgivareföreningen ang. tidningen som undervisningsmaterial och självständigt studieobjekt i skolorna.

Svenska Tidningsutgivareföreningen ang. kommunikationsforskningens betydelse för pressens framtid.

Veckopressektionen inom Svenska Tidningsutgivareföreningen – Vectu – ang. PM om dels vissa utvecklingslinjer för populärpressen, dels populärpressens roll i förhållande till andra medier samt dess betydelse för olika kategorier av konsumenter.

Tidningsstatistik AB ang. en för pressens framtid angelägen masskommunikationsforskning.

Svenska Tidningsutgivareföreningen med överlämnande av dels ett uttalande ang. annonsblad, dels TU:s skrivelse till skatteutskottet ang. en vidgad differentiering av reklamskatten mellan reguljära tidningar och annonsblad.

Brita André, Stockholm, ang. tidningarnas omfång, form och innehåll m.m.

Svenska Journalistförbundet ang. åtgärder till skydd för de reguljära tidningarna mot hotet från kommersiella annonsblad.

A-pressen AB med överlämnande av dels en PM om A-pressen och annonsbladen, dels ett uttalande i annonsbladsfrågan.

Tidningarnas Utvecklingsaktiebolag – TUA – ang. utvecklingsarbetet inom dagspressen med bl.a. hemställan om en ändring av reglerna för pressens lånefond så att för branschen angelägna projekt finansiellt kan underlättas.

Veckopressektionen inom Svenska Tidningsutgivareföreningen – Vectu – med överlämnande av en deklaration rörande den periodiska pressen som antagits av Fédération Internationale de la Presse Périodique – FIPP (skrivelsen ställd till chefen för finansdepartementet som överlämnat den till utredningen).

Yvonne Dryselius, Johannisberg, ang. utgivningen av annonsblad.

Svenska Annonsörers Förening med överlämnande av ett uttalande ang. annonsblad.

Svenska Tidningsutgivareföreningen med överlämnande av en hemställan ang. reklamskatten som TU tillställt skatteutskottet.

Svenska Tidningsutgivareföreningen med överlämnande av en PM ang. övergång till ändrad periodicitet vid utgivning av dagstidningar.

Svenska Tidningsutgivareföreningen med överlämnande av en PM ang. prisutvecklingen inom dags- och veckopressen 1959–1975.

Svenska Tidningsutgivareföreningen med överlämnande av ett av TU:s föreningsmöte antaget presspolitiskt uttalande.

A-pressen AB med överlämnande av ett av A-pressen antaget uttalande i anledning av TU:s presspolitiska uttalande.

Huvudstadspress AB ang. lokaltidningsutgivningen i storstockholmsområdet.

Svenska Annonsbladsutgivareföreningen ang. riksskatteverkets kartläggning av annonsbladen och debatten kring dessa.

Statskontoret med överlämnande av en undersökning ang. samdistributionsrabatt för dagstidningar.

Wilhelm Sjöström, Umeå, ang. rationalisering inom tidningsbranschen.

Kooperativa Förbundet ang. de konsumentkooperativa tidningarnas – främst då tidningen Vi:s – problem.

1.5 Pressutredningens betänkande

Pressutredningens betänkande är disponerat så att i det andra kapitlet görs en översikt över strukturutvecklingen inom massmediebranschen framför allt vad gäller dagspressen. I kapitel 3 redovisas ägarstrukturen inom den svenska dagspressen och de senaste årens utveckling på detta område.

I kapitel 4 och 5 behandlas olika pressideologier samt den debatt som förts i Sverige kring presspolitiken. I kapitel 6 presenterar utredningen de uppgifter som den anser åvila massmedierna i en demokrati som den svenska. Undersökningarna av pressens funktioner och utredningens utvärdering av dessa redovisas i kapitel 7.

I kapitel 8 och 9 redogörs för de marknadsmässiga och ekonomiska förutsättningarna för tidningsdriften. I kapitel 10 ges bakgrunden till utredningens förslag i samverkansfrågorna.

Tidskrifterna, deras ekonomiska utveckling och läget i övrigt på tidskriftsmarknaden behandlas i kapitel 11. I kapitel 12 redovisas utredningens syn på morgondagens massmediemarknad och pressens möjligheter att hävda sig på denna. Slutligen presenteras utredningens förslag i kapitel 13.

2 Den svenska pressen – utveckling och dagsläge

Bakgrunden till den statliga presspolitiken är bl. a. de stora förändringar som ägt rum på tidningsmarknaden de senaste decennierna. Av de tidningar som gavs ut år 1945 har en tredjedel upphört med sin utgivning. Tidningsnedläggningarna fick stor omfattning efter år 1950 och minskade i antal först i slutet av 1960-talet. Tidningskoncentrationen har i första hand drabbat tidningar med låg hushållstäckning på orter med konkurrerande dagstidningar och ensamtidningar på ett antal mindre orter. Följden har blivit en tilltagande regional monopolisering av dagspressen.

De tidigare pressutredningarna har utförligt behandlat strukturutvecklingen inom svensk dagspress. 1963 års pressutredning gav i sitt betänkande en bild av strukturförändringarna 1945–1963. 1967 års pressutredning förde fram analysen t. o. m. år 1968.

Syftet för 1972 års pressutredning har varit att dels ge en samlad bild av förändringarna på dagstidningsmarknaden under efterkrigstiden, dels redovisa vissa uppgifter om pressen i dagsläget. Den period under vilken koncentrationsprocessen var som intensivast kan i dag överblickas. Det möjliggör bl. a. en beskrivning av tidningskoncentrationen ur delvis andra synvinklar än tidigare utredningar kunnat göra.

Kapitlet inleds med en diskussion av olika tidningsdefinitioner (avsnitt 2.1). I avsnitt 2.2 jämförs utvecklingen på tidningsmarknaden med den på etermediefältet. Tidningarnas upplageförändringar och allmänna utvecklingstendenser redovisas. Samtliga upplageuppgifter i såväl detta som övriga kapitel avser förhållandena under första halvåret 1974.

Avsnitt 2.3 har rubriken Pressens strukturutveckling. Antalet tidningar vid olika tidpunkter och förändringar i tidningarnas utgivningsfrekvens redovisas liksom de nedläggningar, fusioner och nyetableringar som ägt rum. Vidare behandlas de nedlagda tidningarnas politiska tillhörighet. Eftersom flera nedläggningar och nyetableringar på tidningsmarknaden ägde rum i början av 1940-talet omfattar beskrivningen perioden efter år 1940.

I avsnitt 2.4 lämnas uppgifter om pressen i dagsläget. Antalet dagstidningar redovisas efter politisk signatur och utgivningsperiodicitet. Pressens totala upplaga och geografiska spridning analyseras.

2.1 Några definitioner

Innan en beskrivning av dagspressens struktur kan ske måste några preciseringar göras beträffande innebörden av begreppet dagstidning. Att olika undersökningar av strukturutvecklingen kommit till skilda resultat sammanhänger ofta med att olika tidningsdefinitioner tillämpats.

1967 års pressutredning redovisar två dagstidningsdefinitioner, en snäv och en vid definition.

Enligt den snäva definitionen är en dagstidning en publikation, som för läsaren utgör den primära nyhets- och informationskällan inte bara i fråga om lokala förhållanden utan även om företeelser i landet i övrigt och i utlandet. Enligt denna definition betecknas som dagstidningar endast sådana publikationer, som utkommer 3–7 dagar i veckan.

Enligt den vida definitionen räknas till dagstidningar alla publikationer, som utkommer med minst ett nummer i veckan och som kan betecknas som allmänna nyhetstidningar. Den förra gruppen av dagstidningar utökas således med publikationer av s. k. "dagspresskaraktär" och med en periodicitet av 1–2 nr/vecka.

Det kan dock ifrågasättas om gränsdragningen mellan 2 och 3 nr/vecka är lämplig. Om man närmare granskar upplage- och spridningsuppgifter på de orter, där det utkommer tidningar med 3 nr/vecka, finner man att en del av dessa tidningar, trots att de är ensamma på sin utgivningsort inte kan sägas utgöra "den primära nyhets- och informationskällan" i fråga om förhållandena lokalt, i riket och i utlandet.

Pressutredningen har, i överensstämmelse med framställningen i forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen (SOU 1974:102), funnit det lämpligt att välja en indelning med utgångspunkt i tidningarnas utgivningsfrekvens och skilja mellan *flerdagarstidningar* (4–7 nr/vecka) och *fådagarstidningar* (1–3 nr/vecka). Denna indelning tillämpas i den följande strukturbeskrivningen.

På tidningsmarknaden finns, förutom de s. k. huvudtidningarna, även tidningar som brukar betraktas som *avläggare* och *editioner*. Dessa beteckningar används ofta utan att innebörden av resp. begrepp klargörs.

Med avläggare avses i den fortsatta framställningen tidningar som utges under egen vinjett men där det redaktionella innehållet till övervägande delen är detsamma som huvudtidningens. Det finns många exempel på tidningar som är avläggare. Ett sådant är Säters Tidning som är avläggare till Södra Dalarnes Tidning. Ett annat är Västerviks-Demokraten och Oskarshamns-Nyheterna som båda är avläggare till Östra Småland.

Med edition avses tidningar som utkommer under samma vinjett som huvudtidningen och där det redaktionella innehållet i viss utsträckning skiljer sig från huvudtidningens. Graden av överensstämmelse varierar från fall till fall. Exempel på editioner är Aftonbladets och Expressens editioner i södra och västra Sverige. Arbetet utger en särskild edition i Göteborg och Arbetarbladet utkommer varje torsdag med en speciell edition i Uppsala.

Vid strukturbeskrivningen av den svenska pressen förefaller det rimligt att betrakta tidningar med huvudsakligen samma innehåll som en enhet

dvs. som en tidning. I detta kapitel redovisas därför huvudtidningen inklusive eventuella avläggare och/eller editioner tillsammans, om inte annat uttryckligen anges.

Tidningarnas *politiska linje* har definierats i enlighet med den politiska signatur som tidningarna själva angett. I de fall då särredovisning på olika politiska grupperingar inte förekommer avses med borgerliga tidningar sådana vilkas politiska tendens angetts vara moderat, höger, konservativ, liberal, frisinnad, folkpartistisk, centerpartistisk, oberoende liberal eller borgerlig. Gruppen opolitiska omfattar de tidningar som själva betecknar sig som opolitiska, politiskt fria eller obundna.

Med hänsyn till utgivningsorten indelas dagstidningarna i *storstadspress* och *landsortspress*. Storstadspress är samtliga tidningar som har Stockholm, Göteborg eller Malmö som utgivningsort. En undergrupp utgör *kvällspress* som beteckning för storstädernas kvällstidningar. Denna grupp omfattar f. n. Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten.[1] Landsortspress är samtliga dagstidningar som utges utanför storstadsregionerna.

2.2 Allmänna utvecklingstendenser

Under efterkrigsperioden har en genomgripande förändring av massmediemarknaden ägt rum. Etermedierna har genomgått en snabb utveckling medan den traditionella dagspressen stagnerat. Perioden efter 1945 kännetecknas framför allt av televisionens men även ljudradions mycket snabba expansion. Företeelsen är långt ifrån unik för Sverige. Samtliga länder med marknadsekonomiska system har haft en likartad utveckling.

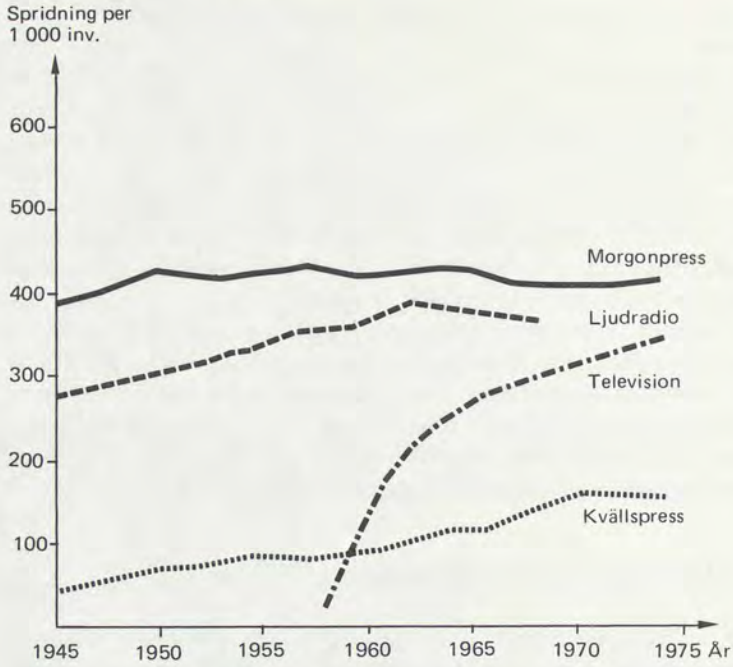
Det finns olika sätt att beskriva dagspressens utveckling i relation till etermediernas. Ett sätt är att jämföra det genomsnittliga antalet tidningsexemplar (under vardagar) per 1 000 invånare med antalet ljudradio- och tv-licenser per 1 000 invånare. En sådan jämförelse görs i figur 2.1.

I figuren görs en uppdelning i morgonpress (som inkluderar landsortspressen och storstadspressens morgontidningar) och kvällspress. Antalet ljudradiolicenser redovisas t. o. m. år 1968. Efter detta år sker inte längre någon separatredovisning för ljudradion. Den 1 april 1969 infördes en allmän mottagaravgift för innehav av såväl ljudradio som television.

Antalet morgontidningsexemplar per 1 000 invånare var 389 ex. år 1945 och 411 ex. år 1974. De hittills högsta värdena (över 425 ex. per 1 000 invånare) uppnåddes i slutet av 1950-talet och början av 1960-talet. Nedläggningar av flera storstadstidningar med betydande upplagor är främsta orsaken till den mindre nedgång som sedan följde. Storstadspressens utveckling har även påverkats av att nedläggningen av B-upplagorna hämmat deras spridning utanför de egentliga storstadsområdena. Sedan slutet av 1960-talet har antalet morgontidningsexemplar legat konstant omkring 410 ex. Morgontidningarna har således inte kunnat öka sin marknadsandel under efterkrigsperioden.

Att morgonpressen innehar i stort sett samma marknadsandel i dag

[1] Tidigare ingick i denna grupp även de numera nedlagda Aftontidningen, Aftonposten och Skånska Aftonbladet.



Figur 2.1 Antalet tidningsexemplar (vardagar) och antalet ljudradio- resp. televisionslicenser per 1 000 invånare 1945–1974.

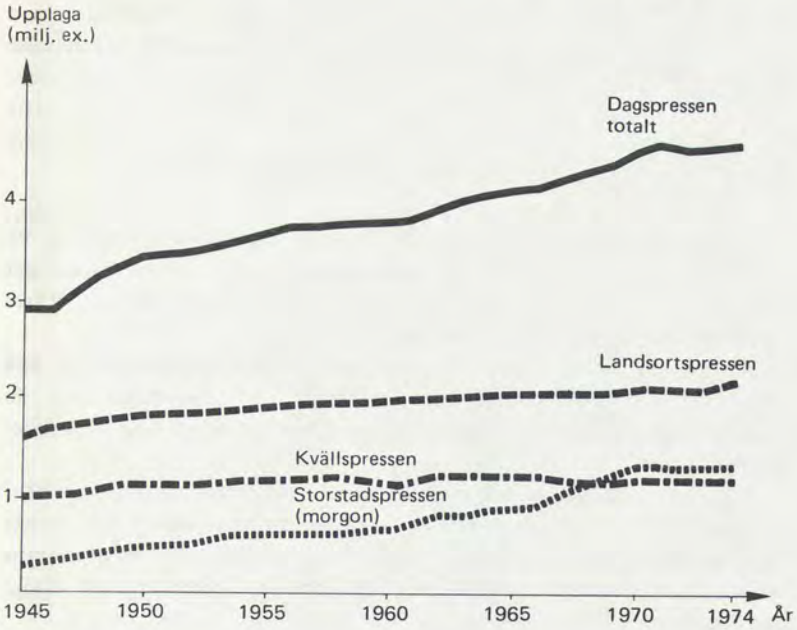
som för 30 år sedan innebär dels att upplageökningarna följt befolkningsutvecklingen, dels att de nedlagda tidningarnas upplagor uppenbarligen övertagits av de kvarvarande tidningarna. När upplagorna ökar i exakt samma takt som befolkningen förblir relationen densamma och antalet tidningsexemplar per 1 000 invånare förändras ej.

Kvällspressen uppvisar en annorlunda utvecklingstrend. År 1945 var antalet kvällstidningsexemplar per 1 000 invånare 48. År 1974 hade antalet stigit till 154 dvs. mer än tredubblats. Kvällspressen kan dessutom, med undantag för några få år, notera en genomgående ökning under hela perioden. De nedläggningar som skett inom tidningsgruppen har således inte påverkat utvecklingen i negativ riktning. Det är kvällspressen som svarat för den huvudsakliga ökningen av dagstidningskonsumtionen efter år 1945.

Dagspressens samlade upplaga har ökat från 2,8 miljoner exemplar år 1945 till över 4,6 miljoner exemplar år 1974.[1] Det motsvarar en ökning på ca 60 %. Förändringarna för dagspressen totalt och för olika tidningsgrupper illustreras grafiskt i figur 2.2.

De förändringar som inträffat i dagspressens struktur efter 1945, uttryckt i antal tidningar, motsvaras inte av förändringar i partiernas andel av den totala upplagan. Förhållandena har varit tämligen stabila under efterkrigsperioden. Dagspressens politiska spridning vid olika tidpunkter framgår av tabell 2.1.

[1] Avser dagstidningar som utges med 2–7 nr/vecka.



Figur 2.2 Dagspressens upplageutveckling 1945–1974.

Tabell 2.1 Dagspressens medelnettoupplaga 1945–1974 fördelad efter politisk tendens.

År	Politisk tendens							Summa %
	M	OL	C	Fp	S	Vpk	Övr.	
1945	23,8	–	4,8	49,5	14,6	1,6	5,7	100,0
1950	22,3	–	4,3	48,8	17,6	1,8	5,2	100,0
1955	23,0	–	4,1	50,4	16,4	1,2	4,9	100,0
1960	22,5	–	3,8	45,9	22,5	0,7	4,6	100,0
1965	23,5	–	3,3	46,9	21,9	0,1	4,3	100,0
1970	17,8	5,4	3,0	48,4	20,9	0,1	4,3	100,0
1974	17,6	6,6	4,1	46,4	20,0	0,4[a]	4,9	100,0

[a] Orsaken till att vpk:s andel av den samlade dagspressens medelnettoupplaga förefaller ha ökat år 1974 sammanhänger med att Ny Dags upplaga ingår i redovisningen för detta år. Ny Dags upplaga finns inte medräknad år 1965 då tidningen var endagstidning resp. år 1970 då tidningen ej ingick i TS-statistiken. Någon faktisk ökning av vpk:s marknadsandel har således inte ägt rum.

Anm.: Tabellen omfattar tidningar som utkommer 2–7 dagar per vecka. Det bör observeras att medelnettoupplagan uttrycker den genomsnittliga upplagan per dag. I sammanställningen ges således samma vikt åt en upplagesiffra som avser utgivning 2 dagar i veckan som åt en som avser 7 dagar i veckan. Om i stället det totala antalet spridda exemplar lades till grund för beräkningen skulle följande procentandelar erhållas för år 1974: (m) 16,5, (ol) 7,0, (c) 3,6, (fp) 48,7, (s) 21,0, (vpk) 0,2, (övr.) 3,0.

Efter 1970 har gruppen oberoende liberal, som bl. a. omfattar Sydsvenska Dagbladet och Kvällsposten tillkommit. Det bör särskilt noteras att kvällstidningarnas upplagor ingår i tabell 2.1. I den social-

demokratiska pressens andel år 1974 ingår således Aftonbladet med 10,3 % och av folkpartipressens andel svarar Expressen och GT tillsammans för 14,3 %.

2.3 Pressens strukturutveckling

Tidningsmarknaden har de senaste decennierna kännetecknats av en betydande strukturomvandling med koncentration och nedläggningar som följd. Koncentrationsprocessen har medfört färre enheter, större tidningar och ökad koncernbildning.

Till bilden av strukturförändringarna hör även tillkomsten av nya tidningar. Nyetableringarna har emellertid varit betydligt färre än nedläggningarna och nettoresultatet har blivit en minskning av antalet dagstidningar.

Förutom nedläggning och nyetablering förekommer att tidningar ökar eller minskar sin periodicitet. Det finns en naturlig önskan hos många tidningsföretag att öka utgivningsfrekvensen samtidigt som en minskning av utgivningsfrekvensen ofta används som ett alternativ till direkt nedläggning.

I detta avsnitt behandlas periodicitetsförändringar, nedläggningar och nyetableringar i tre olika delavsnitt.

2.3.1 *Antalet tidningar och utgivningsfrekvens*

Antalet tidningar var störst omkring år 1920. Då utkom ungefär 230 tidningar med en utgivningsperiodicitet på 2–7 dagar per vecka. År 1975 hade antalet tidningar med denna utgivningsfrekvens reducerats till 119.

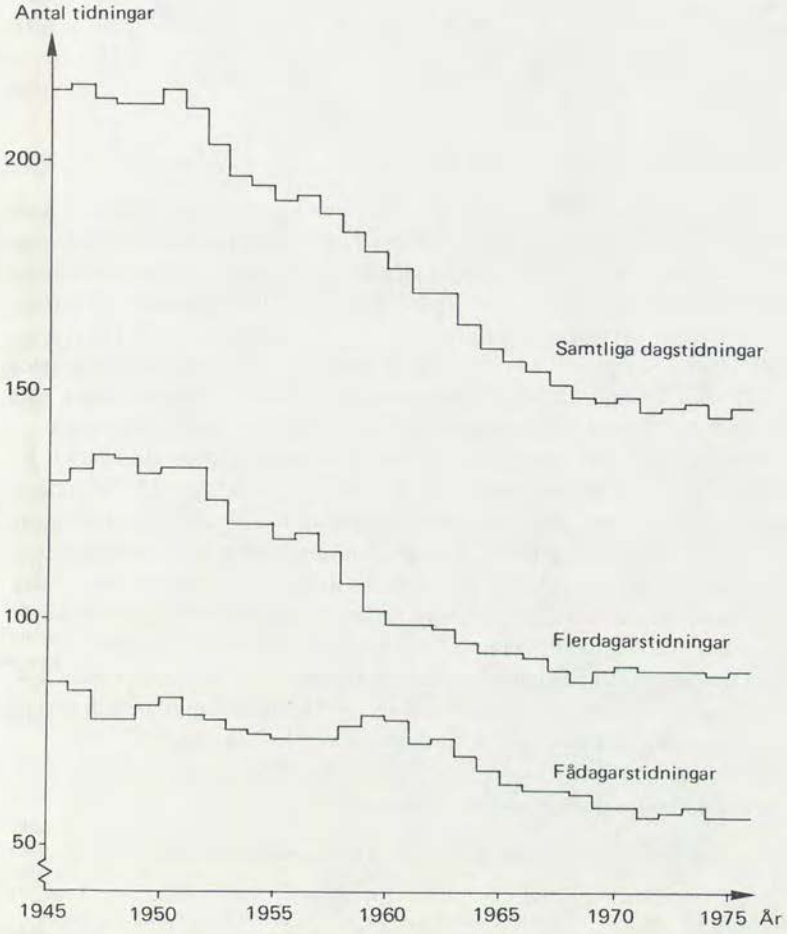
I tabell 2.2 redovisas antalet dagstidningar under perioden 1940–1975. Minskningen i antalet tidningar varierar beroende på vilken tidningsdefinition som tillämpas. Om man med tidning avser samtliga dagstidningar som utkommer 1–7 dagar per vecka har 90 tidningar försvunnit. Väljer man i stället gruppen som utges 3–7 dagar per vecka är reduktionen 80 tidningar.

Tabell 2.2 Antalet dagstidningar 1940–1975.

År	Samtliga tidningar som utkommer:			Flerdagars-tidningar 4–7 nr/vecka	Fådagars-tidningar 1–3 nr/vecka
	1–7 nr/vecka	2–7 nr/vecka	3–7 nr/vecka		
1940	236	218	191	132	104
1945	216	199	185	130	86
1950	216	196	184	133	83
1955	192	176	165	118	74
1960	177	149	139	99	78
1965	157	127	121	93	64
1970	149	120	112	90	59
1975	146	119	111	89	57

Anm.: Antalet tidningar per den 1 januari resp. år.

Av tabell 2.2 framgår att antalet fådagarstidningar minskat från 104 till 57 och antalet flerdagarstidningar från 132 till 89. Tillsammans motsvarar det en nedgång av antalet dagstidningar efter år 1940 med ca 40 %. Utvecklingen för samtliga dagstidningar (efter 1945) med en uppdelning gjord i fler- respektive fådagarstidningar är grafiskt framställd i figur 2.3.



Figur 2.3 Antalet dagstidningar 1945–1975.

Förändringarna inom fler- respektive fådagarsgruppen framgår av tabell 2.3. Bland flerdagarstidningarna är det i första hand sexdagarstidningarna som minskat i antal. Det är i och för sig naturligt eftersom de flesta flerdagarstidningarna utkommer sex dagar per vecka. Det kan emellertid noteras att inemot hälften av landets sexdagarstidningar har upphört med sin utgivning efter år 1940.

Tabell 2.3 Antalet dagstidningar efter utgivningsfrekvens 1940–1975.

År	Flerdagarstidningar				Fådagarstidningar		
	7 nr/ vecka	6 nr/ vecka	5 nr/ vecka	4 nr/ vecka	3 nr/ vecka	2 nr/ vecka	1 nr/ vecka
1940	10	108	–	14	59	27	18
1945	12	110	–	8	55	14	17
1950	15	110	–	8	51	12	20
1955	19	91	–	8	47	11	16
1960	13	77	–	9	40	10	28
1965	13	69	3	8	28	6	30
1970	12	64	7	7	22	8	29
1975	13	64	8	4	22	8	27

Tre tidningsgrupper kan notera ökningar i antalet tidningar. En av dessa är femdagarstidningarna som för närvarande omfattar 8 tidningar. Den första tidning, som under efterkrigsperioden började utkomma med fem nummer i veckan var Bergslagsposten 1964 (tidigare 4 nr/vecka). Därefter har ytterligare tidningar gått upp i periodicitet till 5 nr/vecka. Det senaste exemplet är Enköpings-Posten som i december 1974 övergick från 3- till 5-dagarsutgivning. I gruppen finns även tidningen Dagen som år 1965 minskade utgivningsfrekvensen från 6 nr/vecka till 5 nr/vecka.

Ytterligare en tidningsgrupp som ökat i antal är endagstidningarna. År 1940 fanns 18 endagstidningar, år 1975 var antalet 27. Ökningen sammanhänger dels med att en övervägande del av alla nyetableringar sker i denna grupp, dels att en rad tidningar i stället för att läggas ner minskat sin utgivningsfrekvens till 1 nr/vecka. Exempel på i dag utkommande endagstidningar som en gång utgetts med 6 nr/vecka är Nord-Sverige, Smålandsbygdens Tidning och Karlstads-Tidningen.

Periodicitetsförändringarna inom dagspressen redovisas i tabell 2.4. Sammanlagt kan noteras 105 exempel på förändrad utgivningsfrekvens efter år 1940. Av dessa var 76 ökningar och 29 minskningar.

Tabell 2.4 Periodicitetsförändringar 1940–1975.

	Till: Fådagarstidningar			Flerdagarstidningar			
Från:	1 nr/ vecka	2 nr/ vecka	3 nr/ vecka	4 nr/ vecka	5 nr/ vecka	6 nr/ vecka	7 nr/ vecka
1 nr/vecka	–	6	0	0	0	1	1
2 nr/vecka	6	–	14	0	0	0	0
3 nr/vecka	2	2	–	12	6	12	0
4 nr/vecka	0	0	2	–	3	11	0
5 nr/vecka	0	0	0	0	–	1	0
6 nr/vecka	6	0	6	0	1	–	9
7 nr/vecka	0	0	0	0	0	4	–

Av tabellen kan utläsas att 32 tidningar ökade sin utgivningsfrekvens så att tidningarna övergick från få- till flerdagarsgruppen. Det rör sig med två undantag (Ny Tids uppgång från 1 nr/vecka till 6 nr/vecka år 1965 och Kvällspostens ökning från 1 nr/vecka till 7 nr/vecka år 1950)

uteslutande om tredagarstidningar som ökat i periodicitet till 4, 5 eller 6 dagar per vecka.

Det finns även exempel på tidningar som minskat sin utgivningsfrekvens. I 12 fall har det gällt flerdagarstidningar som genom den minskade utgivningen övergått till fådagarsgruppen. Vanligast är att sexdagarstidningar övergått till utgivning med 3 nr/vecka eller 1 nr/vecka.

Den senaste nedgången i utgivningsfrekvens inträffade år 1965 då bl. a. Arbetar-Tidningen, Ny Dag och Nord-Sverige övergick till endagsutgivning. De förändringar som ägt rum därefter har enbart gällt ökningar i utgivningsfrekvensen.

2.3.2 *Nedläggningar och fusioner*

Koncentrationsprocessen startade på allvar i början av 1950-talet. Den tog sig uttryck dels i direkta nedläggningar av huvudtidningar, dels i fusioner dvs. huvudtidningar uppgick i annat tidningsföretag antingen som avläggare eller för att upphöra även till namnet. I slutet av 1960-talet upphörde nedläggningarna. Den enda egentliga nedläggningen efter 1968 är Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning som upphörde med utgivningen i september 1973. Fr. o. m. januari 1975 utkommer tidningen på nytt som endagstidning.

Antalet tidningar som lagts ner eller gått samman med andra tidningar efter 1940 redovisas i tabell 2.5 och 2.6. I tabell 2.5 lämnas uppgifter om antalet tidningar med fördelning på utgivningsfrekvens och i tabell 2.6 med fördelning på upplagestorlek.

Tabell 2.5 Antal tidningar som gått samman med andra tidningar eller upphört med sin verksamhet sedan 1940 fördelade på utgivningsfrekvens.

Period	Samtliga tidningar som utkommer			Flerdagars-tidningar 4–7 nr/vecka	Fådagars-tidningar 1–3 nr/vecka
	1–7 nr/vecka	2–7 nr/vecka	3–7 nr/vecka		
1940–1949	41	31	26	18	23
1950–1959	54	48	47	35	19
1960–1969	35	26	25	16	19
1970–	7	2	2	2	5
Sedan 1940	137	107	100	71	66

Tabell 2.6 Antal tidningar som gått samman med andra tidningar eller upphört med sin verksamhet sedan 1940 fördelade på upplagestorlek.

Period	Upplagestorlek i 1 000-tal				
	under 5,0	5,0–9,9	10,0–19,9	20,0–29,0	över 30,0
1940–1949	31	4	3	2	1
1950–1959	40	8	1	2	3
1960–1969	20	7	6	1	1
1970–	5	0	0	0	2
Sedan 1940	96	19	10	5	7

Av tabellerna 2.5 och 2.6 framgår:

- att 137 dagstidningar upphört med sin verksamhet eller fusionerats med andra tidningar efter år 1940. Av dessa är 66 fådagarstidningar och 71 flerdagarstidningar. Nedläggningstakten för fådagarstidningarna har minskat alltsedan 1940 medan den för flerdagarstidningarna var som högst under 1950-talet.
- att 96 av de 137 dagstidningarna som "dött" hade en upplaga vid nedläggningen som var lägre än 5 000 exemplar. Endast 41 av tidningarna hade en upplaga på över 5 000 exemplar. Över 10 000 exemplar blir antalet 22 tidningar.

Under perioden 1940–1975 nedlades 78 tidningar medan 59 uppgick i annat tidningsföretag. Nedläggningarna har drabbat både s. k. monopoltidningar (helt dominerande på den lokala marknaden) och konkurrenstidningar. Av monopoltidningarna är det som regel tämligen små tidningar, på orter utan egentligt underlag för en dagstidning, som lagts ner.

På orter med flera konkurrerande dagstidningar har tidningarna med låg hushållstäckning drabbats. Det gäller andra, tredje och fjärde tidningen på dessa orter.

Nedläggningarna kan till viss del ses som en rationalisering inom tidningsbranschen. Bland de nedlagda företagen finns många små tidningar. Men även större tidningar har drabbats. När Stockholms-Tidningen lades ner år 1966 hade den en upplaga på 132 700 exemplar. Det är därmed den största enskilda tidningsnedläggningen i Sverige. Aftontidningen (nedlagd år 1956) hade en upplaga på 63 000 exemplar, Morgon-Tidningen (nedlagd år 1958) 48 400 exemplar och Morgon-Bladet (nedlagd år 1958) 28 000 exemplar. Av tidningarna i Göteborg hade Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning vid nedläggningen i september 1973 en upplaga på 43 600 exemplar, Ny Tid (nedlagd år 1966) 25 700 exemplar och Aftonposten (nedlagd år 1956) 34 300 exemplar. Vid Ny Tids övergång från sex- till endagsutgivning år 1964 var upplagan dock 43 900 ex.

De många tidningsnedläggningarna har medfört att antalet orter med lokal tidningskonkurrens minskat. År 1945 fanns två eller flera dagstidningar på 51 orter, år 1975 hade siffran sjunkit till 21.[1] Utvecklingen under perioden efter 1945 redovisas i tabell 2.7.

Tabell 2.7 Utgivningsorter efter antalet tidningar.

År	Antal orter med två eller flera dagstidningar	Antal orter med en dagstidning
1945	51	42
1950	51	42
1955	39	53
1960	32	56
1965	23	59
1970	21	65
1975	21	64

Anm.: Dagstidningar som utges 3–7 dagar per vecka. Uppgifter avseende åren 1945–1965 hämtade från "Dagspressens situation" SOU 1968:48.

[1] Ser man till enbart den abonnerade pressen blir antalet konkurrensorter 20.

Av de 21 orterna med två eller flera dagstidningar år 1975 är 17 orter med både borgerliga och socialdemokratiska tidningar. Dessa orter är:

Borås	Karlskrona	Umeå
Eskilstuna	Karlstad	Visby
Falun	Malmö	Växjö
Gävle	Norrköping	Örebro
Jönköping	Stockholm	Östersund
Kalmar	Sundsvall	

De övriga orterna är Luleå med Norrbottens-Kuriren och Norrskensflamman, Göteborg med Göteborgs-Posten och GT, Helsingborg med Helsingborgs Dagblad och Nordvästra Skånes Tidningar samt Skövde med Skövde Nyheter och Skaraborgs Läns Annonsblad.

Göteborg kan tjäna som exempel på hur tidningsnedläggningarna har drabbat en flertidningsort. År 1940 utkom i Göteborg åtta flerdagarstidningar vilka representerade samtliga partier i riksdagen utom dåvarande bondeförbundet. År 1975 återstod endast en morgontidning och en kvällstidning som båda redovisar samma politiska linje och har samma ägare. Utvecklingen illustreras i figur 2.4.

De av HT-koncernen utgivna Morgon-Tidningen och Handelstidningens Veckoblad nedlades redan under 1940-talet. Kvällstidningen GT såldes till Göteborgs-Posten en tid innan företagets huvudtidning Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning nedlades år 1973. Den konservativa Göteborgs Morgonpost ombildades år 1951 till Aftonposten som trots icke obetydliga upplageframgångar (1952/18 500 ex., 1956/34 300 ex.) tvingades upphöra med sin utgivning år 1956. Ny Tid upphörde definitivt år 1966. Unden en kortare period år 1964 utkom Ny Tid som endagstidning. Arbetar-Tidningen övergick till endagsutgivning år 1965 och fusionerades med Ny Dag år 1974.

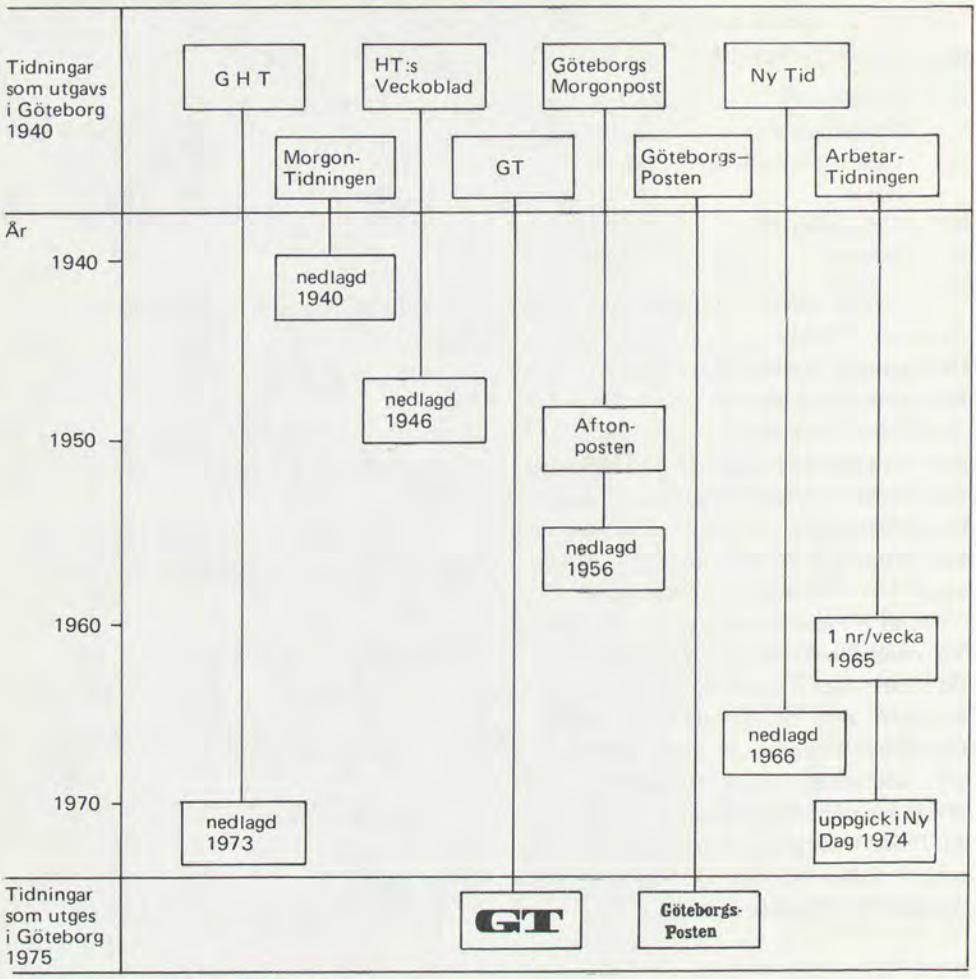
2.3.3 *Nyetableringar*

Till strukturutvecklingen hör även frågan om nyetableringar på tidningsmarknaden. En sammanställning har gjorts i tabell 2.8 som visar antalet nyetableringar sedan 1940 med uppgift om hur många av dessa som fortfarande utkommer. Som nyetablering betraktas också de fall då en tidigare avläggare eller edition börjar utges som självständig huvudtidning.

Tabell 2.8 Nyetableringar 1940–1975.

Typ av tidning	Nyetablerad tidning som		Summa nyetableringar
	lagts ner	fortfarande utges	
Fådagarstidning	17	20	37
Flerdagarstidning	8	2	10
Summa	25	22	47

Anm.: Avser förhållandena t. o. m. den 1 januari 1975.



Figur 2.4 Tidningskoncentrationen i Göteborg.

Anm.: Avser förhållandena den 1/1 resp. år,

Under perioden 1940–1975 har sammanlagt 47 nyetableringar ägt rum. Hälften av dessa har upphört med sin utgivning under perioden och hälften utkommer fortfarande. Av åtta nystartade flerdagarstidningar har två överlevt och etablerat sig på tidningsmarknaden. Det är Dagen och kvällstidningen Expressen som startades år 1945 respektive år 1944. Härtill kommer Kvällsposten som startade som fådagarstidning och utgavs med 1 nr/vecka under perioden 1948–1950.

Nyetableringarna av Expressen och Kvällsposten gjordes av redan etablerade morgontidningar som ett komplement till den tidigare utgivningen. Dagen skiljer sig från övriga såsom en innehållsmässigt differentierad tidning med en speciell läsekrets.

Möjligheten att överleva för en nystartad fådagarstidning tycks generellt sett vara väsentligt större än för en nyetablerad flerdagarstidning. 20 nystartade fådagarstidningar utges fortfarande. Av dessa är nio

centerpartistiska endagstidningar och lika många betraktar sig som opolitiska. En socialdemokratisk tidning (Västmanlands Folkblad) har återupptagit utgivningen som fådagarstidning. I januari 1975 återupptog liberala GHT utgivningen och utkommer f. n. som endagstidning. Båda dessa var tidigare sexdagarstidningar.

Utvecklingen på tidningsmarknaden under perioden efter andra världskriget visar på tydliga svårigheter att starta nya tidningar. Vartannat nystartat företag inom tidningsbranschen har lagts ner eller fusionerats en tid efter starten. Efter 1945 har inga lyckade nyetableringar ägt rum bland flerdagarstidningarna (med undantag av Kvällsposten som dock startade som fådagarstidning). För att en nyetablering inom tidningsbranschen skall lyckas bör den nystartade tidningen, att döma av de senaste 30 årens utveckling, utkomma med mindre än tre nummer per vecka.

2.3.4 *Den politiska fördelningen*

I tabell 2.9 lämnas uppgifter om de nedlagda tidningarnas politiska tendens och i tabell 2.10 redovisas tidningarna med hänsyn till upplagan vid nedläggningstillfället.

Tabell 2.9 Nedlagda och fusionerade dagstidningar efter politisk tendens.

Period	Politisk tendens						Opolitiska	Summa
	moderat/ höger	center-partistisk	liberal/ folkpartistisk	socialdemo-kratisk	kommun-istisk/vpk	övriga		
1940–1949	17	3	8	1	1	4	7	41
1950–1959	24	5	11	6	1	2	5	54
1960–1969	8	4	8	7	–	2	6	35
1970–	1	–	3	–	1	–	2	7
Sedan 1940	50	12	30	14	3	8	20	137
%	36,5	8,8	21,9	10,2	2,2	5,8	14,6	100,0

Tabell 2.10 Nedlagda och fusionerade dagstidningar efter upplaga och politisk tendens.

Upplaga (per 1 000 ex.)	Politisk tendens						Opolitiska	Summa
	moderat/ höger	center-partistisk	liberal/ folkpartistisk	socialdemo-kratisk	kommun-istisk/vpk	övriga		
Under 5,0	34	10	20	5	3	5	19	96
5,9 – 9,9	9	2	4	1	–	2	1	19
10,0–19,9	4	–	2	4	–	–	–	10
20,0–29,9	1	–	2	1	–	1	–	5
30,0–	2	–	2	3	–	–	–	7
Summa	50	12	30	14	3	8	20	137

Antalsmässigt har moderata samlingspartiet drabbats hårdast av tidningsdöden. Partiet har efter 1940 förlorat sammanlagt 50 tidningar. Därefter följer folkpartiet vars totala "tidningsgrupp" reducerats med 30 tidningar. Inemot 70 % av de nedlagda eller fusionerade tidningarna var borgerliga tidningar.

Flertalet av de borgerliga tidningar som drabbats av tidningsdöden var upplagemässigt små tidningar. 64 av de 92 nedlagda eller fusionerade borgerliga tidningarna hade en upplaga under 5 000 exemplar. Socialdemokraterna däremot har förlorat antalsmässigt få (14 st.) men upplagemässigt stora pressorgan. Ser man till de nedlagda tidningarnas upplagor har socialdemokraterna gjort de största förlusterna. Förhållandet för flerdagarspressen framgår av tabell 2.11.

Tabell 2.11 Nedlagda och fusionerade flerdagarstidningar 1940–1975.

Politisk tendens	Antal	%	Upplaga	%
Moderat/höger	30	42,3	238 200	29,0
Centerpartistisk	6	8,5	27 400	3,3
Liberal/folkpartistisk	19	26,8	170 500	20,8
Socialdemokratisk	12	16,9	343 300	41,9
Annan beteckning (inkl. opolitisk)	4	5,6	40 800	5,0
Summa	71	100,0	820 200	100,0

2.4 Pressen i dagsläget

I detta avsnitt lämnas uppgifter om antalet tidningar och pressens upplagor i dagsläget. Vidare redogörs för tidningarnas geografiska spridning och politiska tillhörighet. Uppgifterna avser företrädesvis förhållandena under första halvåret 1975. Upplageredovisningen bygger dock på statistik från första halvåret 1974.

2.4.1 *Tidningar och upplagor*

Den 1 januari 1975 utkom 146 dagstidningar i Sverige. En majoritet av dessa, 89 stycken, var flerdagarstidningar medan återstoden, 57 tidningar, tillhörde gruppen fådagarspress. Härtill kommer 35 tidningar som utgavs som avläggare till någon huvudtidning. Sammanlagt finns det således 181 tidningar som år 1975 utkommer under egen vinjett. De aktuella förhållandena återges i tabell 2.12. En redovisning av samtliga dagstidningar – huvudtidningar och avläggare – med avseende på utgivare, utgivningsort, upplaga, periodicitet och politisk signatur lämnas i bilaga 5.

Tabell 2.12 Antalet dagstidningar per den 1 januari 1975.

Periodicitet	Huvudtidning	Avläggare	Summa
7-dagars	13	–	13
6-dagars	64	21	85
5-dagars	8	1	9
4-dagars	4	1	5
Summa flerdagars	89	23	112
3-dagars	22	3	25
2-dagars	8	1	9
1-dags	27	8	35
Summa fådagars	57	12	69
Totalt	146	35	181

Tabell 2.13 innehåller uppgifter om antal dagstidningar efter politisk tillhörighet och utgivningsfrekvens. Klassifikationen har gjorts utifrån de uppgifter som tidningarna själva lämnar och som återfinns i TS Annonstaxa 1975. En uppdelning görs på de olika politiska partierna samt beteckningarna borgerlig och oberoende liberal. Tre tidningar, Dagens Nyheter, Helsingborgs Dagblad och Jönköpings-Posten som i dag betecknar sig som oberoende eller oavhängiga, har förts till gruppen annan signatur (grupp F). Gruppen opolitiska tidningar omfattar de tidningar som själva anger sig vara neutrala eller opolitiska.

Tabell 2.13 Antalet dagstidningar år 1975 efter periodicitet och uppgiven politisk tillhörighet.

Grupp	Uppgiven politisk tillhörighet	Flerdagars-tidningar	Fådagars-tidningar	Summa
A	Moderat/höger	12	8	20
B	Liberal/folkpartistisk	25	5	30
C	Centerpartistisk	10	17	27
D	Borgerlig	7	3	10
E	Oberoende liberal	4	–	4
F	Annan signatur	3	–	3
	Summa A–F	61	33	94
G	Socialdemokratisk	21	1	22
H	Kommunistisk/vpk	1	1	2
I	Annan signatur	–	1	1
	Summa G–I	22	3	25
J	Opolitiska[a]	8	21	29
	Totalt	91[b]	57	148

[a] Betecknar sig själva som opolitiska.

[b] Uppdelningen har gjorts av Gotlands Tidningar i Gotlands Folkblad och Gotlänningen samt Sydöstra Götalands Tidningar i Blekinge Läns Tidning och Växjöbladet.

Av tabellen framgår att inemot 2/3 av samtliga tidningar har borgerlig signatur. 22 tidningar är socialdemokratiska och 29 betecknar sig som opolitiska.

Dagstidningarnas totala upplagor redovisas i tabell 2.14. Uppgifterna avser medelnettoupplagan under första halvåret 1974.

Tabell 2.14 Dagstidningarnas totala upplagor år 1974 efter utgivningsfrekvens och tidningstyp (per 1 000 ex.).

Utgivnings-frekvens	Storstadspress		Landsorts-press	Summa	%
	kvälls-	morgon-			
7-dagars	1 258,1	1 168,0	128,1	2 554,2	53,1
6-dagars	–	–	1 639,7	1 639,7	34,1
5-dagars	–	27,4	97,2	124,6	2,6
4-dagars	–	–	54,7	54,7	1,1
Summa flerdagars	1 258,1	1 195,4	1 919,7	4 373,2	90,9
3-dagars	–	–	182,3	182,3	3,8
2-dagars	–	44,0	31,3	75,3	1,5
1-dags	–	61,2	121,7	182,9	3,8
Summa fådagars	–	105,2	335,3	440,5	9,1
Totalt	1 258,1	1 300,6	2 255,0	4 813,7	100,0
Procent	26,0	27,0	46,9	100,0	

Den sammanlagda upplagan för dagspressen uppgår till 4 813 700 exemplar vilket motsvarar 1,57 tidningsexemplar per hushåll. Om kvällstidningarna exkluderas blir siffran i stället 1,16 exemplar per hushåll. Av denna svarade flerdagarstidningarna för 1,02 ex/hushåll och fådagarstidningarna för 0,14 ex/hushåll. Det innebär således att i genomsnitt varje hushåll i Sverige har tillgång till en flerdagarstidning och vart sjunde hushåll en fådagarstidning.

Upplagemässigt svarar flerdagarstidningarna för över 90 % av tidningsmarknaden och fådagarstidningarna för cirka 10 %. Kvällstidningarna har 1/4 av dagspressens samlade upplaga och landsortstidningarna svarar för något mindre än hälften (46,9 %).

I tabell 2.15 har tidningarnas upplagor fördelats efter politisk tillhörighet och tidningstyp. Enligt de i dag aktuella förhållandena har den borgerliga pressen 76,1 % av flerdagarstidningarnas totalupplaga. Motsvarande siffra för de socialdemokratiska tidningarna är 21,2 %.

Tabell 2.15 Dagspressens totala upplaga år 1974 efter politisk tillhörighet och tidningstyp (per 1 000 ex.).

Grupp	Politisk tillhörighet	Flerdagars-tidningar	%	Fådags-tidningar	%
A	Moderat/höger	548,8	12,6	51,8	11,8
B	Liberal/folkpartistisk	1 624,2	37,2	39,4	8,9
C	Centerpartistisk	172,5	3,9	103,5	23,5
D	Borgerlig	149,8	3,4	24,1	5,5
E	Oberoende liberal	303,7	6,9	–	–
F	Annan signatur	529,8	12,1	–	–
	Summa A–F	3 328,8	76,1	218,8	49,7
G	Socialdemokratisk	927,2	21,2	5,8	1,3
H	Kommunistisk/vpk	4,6	0,1	13,2	3,0
I	Annan signatur	–		5,9	1,3
	Summa G–I	931,8	21,3	24,9	5,6
J	Opolitiska	112,6	2,6	196,8	44,7
	Totalt	4 373,2	100,0	440,5	100,0

2.4.2 *Geografisk spridning*

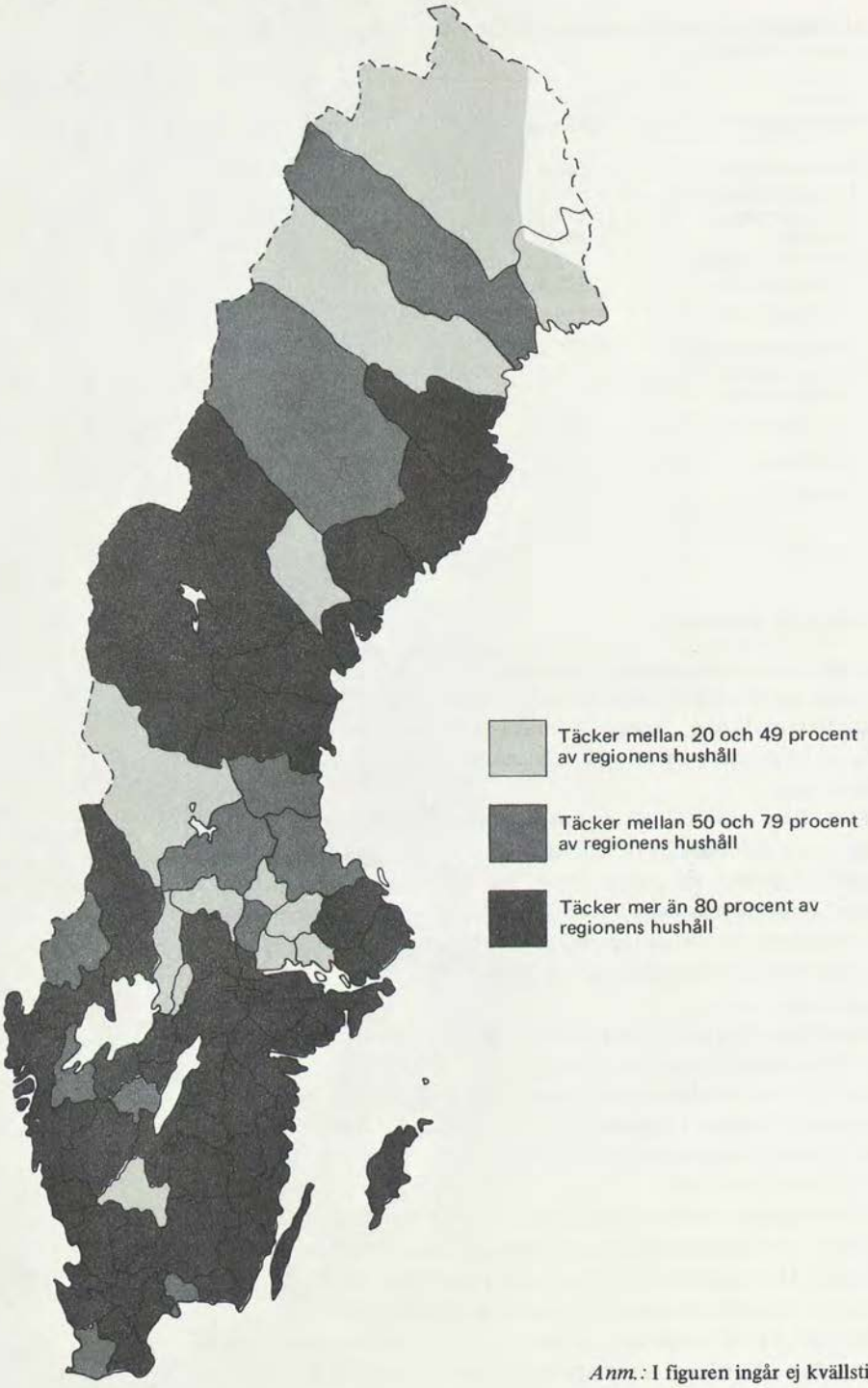
Redovisningen av tidningarnas upplagor och politiska tillhörighet kompletteras i detta avsnitt med en beskrivning av den politiska pressens spridning. Den politiska pressen definieras här som flerdagarstidningar med dels en i huvudsak abonnerad upplaga, dels någon form av politisk tillhörighet.

Det finns flera skäl till att närmare analysera spridningen för just denna grupp av tidningar. Ett skäl är att gruppen i genomsnitt täcker varje hushåll i landet. En annan orsak är att det är denna grupp som fortlöpande förser läsaren med en heltäckande information och kommentar. De rikssprida kvällstidningarna är i *detta* sammanhang av mindre intresse eftersom de knappast har möjlighet att behandla lokala och regionala frågor.

Beskrivningen av den politiska pressens spridning bygger på Tidningsstatistik AB:s uppgifter om hushållstäckning i de s. k. A-regionerna. Den borgerliga och den socialdemokratiska pressens hushållstäckning i landets 70 A-regioner återges i figurerna 2.5 och 2.6. Hushållstäckningen redovisas i fyra olika grupper: under 20 %, mellan 20 och 49 %, mellan 50 och 79 % samt över 80 %.

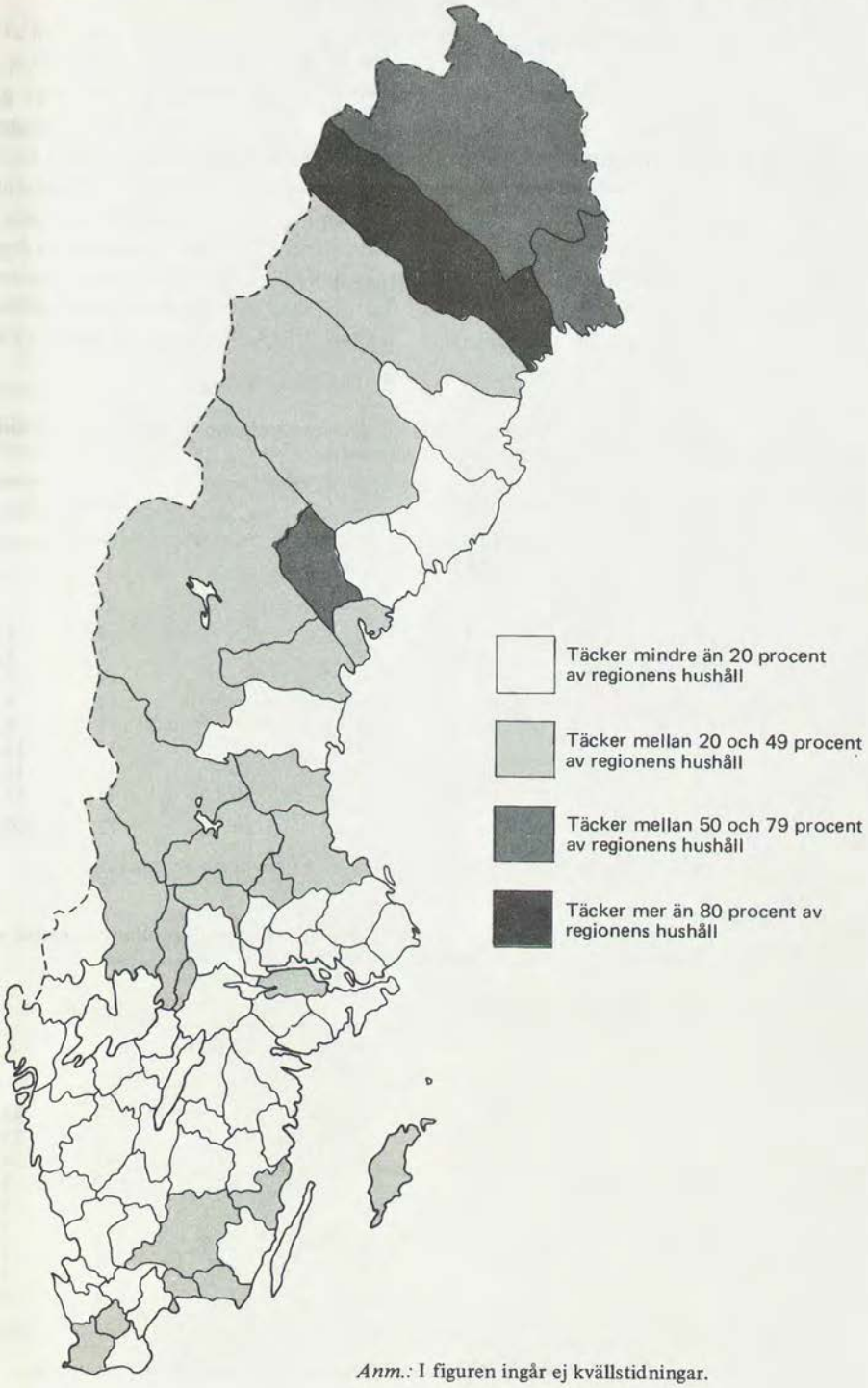
I den övervägande delen av A-regionerna täcker den borgerliga pressen mer än 80 % av hushållen. Hushållstäckningen understiger aldrig 20 % i någon region. De svagaste punkterna i den borgerliga pressens spridning återfinns dels i övre Norrland, dels i vissa delar av Bergslagen.

Orsaken till att de borgerliga tidningarna har en förhållandevis sämre täckning i övre Norrland sammanhänger givetvis med att det är de socialdemokratiska tidningarnas "bästa" områden. I Bergslagen förekommer konkurrens från ett antal tidningar som betecknar sig opolitiska och därför inte intagits i analysen.



Anm.: I figuren ingår ej kvällstidningar.

Figur 2.5 Flerdagarstidningarnas spridning i A-regioner – borgerlig press.



Anm.: I figuren ingår ej kvällstidningar.

Figur 2.6 Flerdagarstidningarnas spridning i A-regioner – socialdemokratisk press.

I endast en av A-regionerna når den socialdemokratiska pressen ut till mer än 80 % av hushållen. I fyra regioner överstiger täckningen 50 %. De socialdemokratiska tidningarna har sin bästa täckning i de stora glest befolkade områdena i övre och inre Norrland. Hushållstäckningen i storstadsregionerna är, med undantag av Malmöområdet, mindre än 5 %. I Stockholm saknas helt tillgång till en socialdemokratisk morgontidning.

En redogörelse för pressens spridning efter A-regioner ger inte en fullständig bild av spridningsförhållandena. De olika A-regionerna består av kommuner vilkas tidningsstruktur kan variera starkt inom regionen. En redovisning av den borgerliga och den socialdemokratiska pressens spridning efter täckningsgrad i landets 273 kommuner har därför gjorts i tabellerna 2.16 och 2.17.

Tabell 2.16 Den borgerliga flerdagarspressens spridning fördelad efter täckningsgrad och kommunstorlek (antal kommuner).

Täcknings-grad (%)	Kommunstorlek (inv.)				Summa	%
	–9 999	10 000–19 999	20 000–49 999	50 000–		
– 9	–	–	–	–	–	–
10–19	1	–	2	–	3	1,1
20–29	1	2	4	–	7	2,6
30–39	7	6	6	–	19	7,0
40–49	5	4	5	–	14	5,1
50–59	4	4	9	–	17	6,2
60–69	6	18	9	4	37	13,5
70–79	10	15	3	4	32	11,7
80–	29	49	36	30	144	52,8
Totalt	63	98	74	38	273	100,0

Anm.: I tabellen ingår flerdagarstidningar med i huvudsak abonnerad upplaga.

Tabell 2.17 Den socialdemokratiska flerdagarspressens spridning fördelad efter täckningsgrad och kommunstorlek (antal kommuner).

Täcknings-grad (%)	Kommunstorlek (inv.)				Summa	%
	–9 999	10 000–19 999	20 000–49 999	50 000–		
– 9	21	39	36	17	113	41,4
10–19	15	22	14	12	63	23,1
20–29	10	22	10	3	45	16,5
30–39	10	8	3	6	27	9,9
40–49	–	4	3	–	7	2,6
50–59	4	–	1	–	5	1,8
60–69	1	3	4	–	8	2,9
70–79	2	–	1	–	3	1,1
80–	–	–	2	–	2	0,7
Totalt	63	98	74	38	273	100,0

Anm.: I tabellen ingår flerdagarstidningar med i huvudsak abonnerad upplaga.

Av tabellerna 2.16 och 2.17 framgår:

- att i över hälften av landets kommuner når den borgerliga pressen ut till mer än 80 % av hushållen. I 78 % av kommunerna ligger täckningsgraden för den borgerliga pressen över 60 %
- att i cirka 40 % av landets kommuner täcker de socialdemokratiska tidningarna mindre än 10 % av hushållen. Endast i 6,5 % av kommunerna (18 kommuner) når de socialdemokratiska tidningarna upp till en täckningsgrad som överstiger 50 %.

Ser man till kommunernas invånarantal kan konstateras att i de större kommunerna (> 50 000 invånare) har den borgerliga pressen en mycket god täckning – i 30 av 38 kommuner över 80 % – medan den socialdemokratiska pressen inte når upp till 40 % hushållstäckning i någon av dessa kommuner.

Beskrivningen av strukturutvecklingen liksom antalet tidningar och pressens upplagor i dagsläget har visat på den borgerliga pressens överläge gentemot de socialdemokratiska tidningarna. Detta överläge blir än mer markant vid en analys av tidningarnas spridningsmönster.

3 Ägarstrukturen inom svensk dagspress

Tidningskoncentrationen har inte bara inneburit en minskning av antalet tidningar. Den har samtidigt lett till en ökad ägarkoncentration inom dagspressen. En ägarkoncentration kan uppkomma dels genom att konkurrerande tidningar läggs ner, dels genom att övertag eller förvärv sker av ett kvarvarande tidningsföretag.

Någon systematisk genomgång av pressens ägarförhållanden finns inte tidigare utförd. Pressutredningen har därför bedömt det vara av stort intresse att närmare studera den svenska dagspressens ägarstruktur. Inom sekretariatet har gjorts en sammanställning av pressens ägarförhållanden vilken redovisas i detta kapitel. Den bygger i huvudsak på offentligt material som finns tillgängligt hos patent- och registreringsverkets balans- respektive bolagsarkiv. Uppgifter har även hämtats ur Norstedts Svenska Aktiebolag 1974–1975. Dessutom har kompletterande upplysningar inhämtats från de berörda tidningsföretagen, vilka beretts tillfälle granska de avsnitt som berör dem själva. Uppgifterna om olika tidningars upplagor avser första halvåret 1974.

Kapitlet inleds med en kortfattad redovisning av olika former av ägarskap (avsnitt 3.1). I avsnitt 3.2 behandlas flerdagarstidningarnas ägandeformer. En uppdelning görs i dels storstadspress, dels landsortspress. Genomgången av landsortspressen omfattar bl. a. en beskrivning av några olika tidningskedjor. Fådagarstidningarna behandlas i avsnitt 3.3. Som avslutning görs i avsnitt 3.4 en sammanfattande analys av dagspressens ägarförhållanden, dvs. fler- och fådagarstidningarna redovisas tillsammans.

3.1 Olika former av ägarskap

Det finns en lång rad olika former av ägarskap inom dagspressen. Det finns enpersonsföretag och familjeföretag. Det finns tidningar som ägs av stiftelser, organisationer, ekonomiska föreningar, osv.

Majoriteten av dagstidningsföretagen har aktiebolag som företagsform. I dag utger sammanlagt 105 olika aktiebolag 125 dagstidningar. Härtill kommer 21 tidningar där en ekonomisk förening, ett handelsbolag eller en enskild firma svarar för utgivningen.

Vid en beskrivning av pressens ägarförhållanden kan tidningsägandet klassificeras i olika kategorier. Här har en uppdelning gjorts i privatägda, stiftelseägda och organisationsägda tidningar.

Med *privatägda tidningar* avses bolag – juridiska personer – där aktiemajoriteten innehas av enskilda personer eller företag. I vissa fall kan aktierna vara fördelade inom en familj (s. k. familjeföretag).

Med *stiftelseägda tidningar* avses tidningsföretag där aktiemajoriteten ägs av en stiftelse. Tidningsverksamheten sker i aktiebolagsform och aktierna ägs av den juridiska person som stiftelsen utgör.

Även de *organisationsägda tidningarna* utges oftast av aktiebolag. Där innehas aktierna vanligtvis av lokala och/eller centrala fackliga och politiska organisationer. Till denna grupp har även hänförts tidningar som utges av "ideella organisationer".

Om ett dagstidningsföretag innehar aktiemajoriteten i ett annat tidningsföretag dvs. äger ett dotterbolag har dotterbolaget i klassificeringen förts till samma ägargrupp som moderbolaget. Det gäller självklart även sådana fall där det förekommer dotterdotterföretag osv.

3.2 Flerdagarstidningarnas ägarförhållanden

I Sverige finns för närvarande 89 flerdagarstidningar, dvs. tidningar med en utgivningsfrekvens på 4–7 dagar per vecka. De representerar tillsammans över 90 procent av dagspressens totala upplaga under första halvåret 1974. Denna tidningsgrupps ägarförhållanden framgår av tabell 3.1.

Tabell 3.1 Flerdagarstidningarnas ägarförhållanden.

Ägarform	Antal	%	Upplaga	%
Privatägda	43	48,3	2 861 700	65,4
Stiftelser	13	14,6	358 200	8,2
Organisationer	33	37,1	1 153 300	26,4
Summa	89	100,0	4 373 200	100,0

Inemot hälften av landets flerdagarstidningar är privatägda och något mer än en tredjedel ägs av olika organisationer. Cirka 15 procent av tidningarna är stiftelseägda. De upplagemässigt största tidningarna återfinns i gruppen privatägda. Denna grupp svarar för 65,4 procent av flerdagarstidningarnas totalupplaga. Motsvarande siffra för de organisationsägda dagstidningarna är 26,4 procent och för de stiftelseägda 8,2 procent.

3.2.1 *Storstadspressen*

Av de 89 flerdagarstidningarna betraktas 11 som storstadstidningar dvs. har Stockholm, Göteborg eller Malmö som utgivningsort. Dessa svarar tillsammans för 56 procent av flerdagarstidningarnas upplagor. Storstadspressens ägarförhållanden framgår av tabell 3.2.

Tabell 3.2 Storstadspressens ägarförhållanden.

Ägarform	Antal	%	Upplaga	%
Privatägda	7	63,6	1 814 400	74,0
Stiftelser	0	–	0	–
Organisationer	4	36,4	639 100	26,0
Summa	11	100,0	2 453 500	100,0

De privatägda storstadstidningarna, med undantag av Svenska Dagbladet, tillhör tre olika tidningskoncerner. Den största av dessa är DN-koncernen med Dagens Nyheters AB och dess helägda dotterföretag AB Kvällstidningen Expressen. Dagens Nyheter (upplaga 451 900 ex.) och Expressen (upplaga 582 100 ex.) svarar tillsammans för över 1 milj. exemplar eller 42,1 procent av storstadspressens totala upplaga. Det motsvarar mer än en femtedel av den svenska dagspressens samlade upplaga.

Dagens Nyheters AB är det enda börsnoterade tidningsföretaget. Företaget har drygt 7 000 aktieägare. Den största aktieägargruppen utgörs av medlemmar i familjen Bonnier (cirka 35 procent av aktiekapitalet).

Aktiekapitalet i Dagens Nyheters AB är fördelat på aktier i tre olika serier. I A-serien finns 1 260 000 aktier och i B-serien 28 000 aktier. En aktie i någon av dessa serier ger en röst. Härtill kommer 315 000 C-aktier där varje aktie ger 10 röster. Röstmajoriteten, bl. a. genom innehav av 75 procent av samtliga C-aktier, innehas av ett handelsbolag benämnt Deni – Dagens Nyheters Intressenter – som består av vissa medlemmar av familjen Bonnier och Bonnier-ättlingar.

Tillsammans hade familjen Bonnier – genom innehav av enskilda aktieposter och aktierna i Deni – vid ordinarie bolagsstämma år 1974 cirka 55 procent av det totala antalet röster. Bland övriga innehavare av större aktieposter märks företagets verkställande direktör Gustaf Douglas och ett antal försäkringsbolag eller pensionsstiftelser såsom Trygg-Hansa, Skandia, SPP, Svenska Handelsbankens Pensionsstiftelse etc.

I Göteborg finns det av familjen Hjörne ägda tidningsföretaget *Göteborgs-Postens Nya AB* med dotterföretaget Nordstans Tryckeri AB. Bolagen utger Göteborgs-Posten (upplaga 308 500 ex.) och eftermiddagstidningen GT (upplaga 80 300 ex.). Sammanlagt svarar dessa tidningar för 15,9 procent av storstadspressens totalupplaga. Göteborgs-Postens Nya AB är ett familjeföretag. De största aktieposterna innehas av fru Anna Hjörne, änka efter chefredaktör Harry Hjörne (över 50 procent), nuvarande chefredaktören Lars Hjörne, bolagets nuvarande verkställande direktör Hilde Andersson och släktingar till tidningens förre direktör.

Sydsvenska Dagbladets AB i Malmö med helägda dotterföretaget Kvällspostens Aktiebolag svarar för utgivningen av Sydsvenska Dagbladet (upplaga 117 500 ex.) respektive Kvällsposten (upplaga 119 400 ex.). De båda tidningarna har tillsammans 9,7 procent av storstadspressens totalupplaga.

Även Sydsvenska Dagbladets AB är ett familjeföretag. Det hade vid

bolagets senaste aktieemission (1973) ett 75-tal aktieägare. I stort sett samtliga dessa var släktingar till företagets tidigare chefredaktör Christer Wahlgren, som själv innehar cirka 17 procent av aktierna. Övriga större aktieposter finns bl. a. hos sonen chefredaktör Olof Wahlgren, dottern fru Jeanne Jacobsson, systern fru Britte Hammarskjöld och deras familjer.

Svenska Dagbladet (upplaga 154 700 ex.) var t. o. m. juni 1973 den enda stiftelseägda storstadstidningen. Utgivare av tidningen var Svenska Dagbladets AB – ett helägt dotterföretag till AB Svenska Dagbladets Intressenter. Detta bolag ägs av Stiftelsen Svenska Dagbladet.

Stiftelsen bildades 1940 då en grupp av tidningens sympatisörer inom näringslivet bildade ett konsortium och förvärvade aktiemajoriteten av familjen Trygger. Konsortiet skänkte aktierna till stiftelsen med uppdrag åt denna att verka för tidningens bevarande och utveckling "under fasthållande i politiskt hänseende vid tidningens nuvarande kurs och grundåskådning". Stiftelsen, som fortfarande existerar, har en styrelse bestående av 20–25 personer med chefredaktören och verkställande direktören som självskrivna ledamöter. I styrelsen ingår representanter för enskilt näringsliv, kulturella institutioner, ämbets- och tjänstemannavärlden samt försvarsväsendet.

Den 1 juli 1973 skedde en väsentlig förändring i Svenska Dagbladets ägarförhållanden. Tidningsrörelsen överläts då på ett för ändamålet särskilt bildat handelsbolag, Handelsbolaget Svenska Dagbladets AB & Co. Antalet andelar i handelsbolaget uppgick i maj 1975 till 4 100. Andelsägare är huvudsakligen börsnoterade industri- och handelsföretag. Totala antalet delägare uppgår f. n. till ca 90 företag som vart och ett har mellan 2 och 100 andelar i handelsbolaget. Den tidigare ägaren, Svenska Dagbladets AB, är den största handelsbolagsdelägaren med 400 andelar.

Svenska Dagbladet har således frångått den tidigare stiftelseformen och ombildats på sådant sätt att företaget i dag är att betrakta som privatägt.

De *organisationsägda storstadstidningarna* är Aftonbladet, Arbetet, Dagen och Skånska Dagbladet. Aftonbladet (upplaga 476 300 ex.) ägs av Landsorganisationen (LO) och flera av fackförbunden inom LO. Arbetet (upplaga 106 400 ex.) utges av Tryckeri AB Framtiden i Malmö och ägs av såväl lokala som centrala fackliga och politiska organisationer. Handelsanställdas förbund är den störste enskilde aktieägaren med 19 procent av aktierna. A-pressen AB innehar ungefär 5 procent av aktierna. Aktiemajoriteten i Tidnings AB Dagen, utgivare av 5-dagarstidningen Dagen (upplaga 27 400 ex.), innehas av Filadelfiaförsamlingen i Stockholm. Flera mindre aktieposter är spridda på många händer. Aktiemajoriteten i AB Skånska Dagbladet (upplaga 29 000 ex.) innehas av Skånska Lantmäns Tidnings- och Tryckeriförening. Centerpartiets riksorganisation äger 13 procent av aktierna.

3.2.2 *Landsortspressen*

78 av flerdagarstidningarna är landsortstidningar dvs. tidningar som utges utanför de tre storstäderna. De svarar tillsammans för 44 procent av

flerdagarstidningarnas totalupplaga. Landsortspressens ägarförhållanden framgår av tabell 3.3.

Tabell 3.3 Landsortspressens ägarförhållanden.

Ägarform	Antal	%	Upplaga	%
Privatägda	36	46,1	1 047 300	54,5
Stiftelser	13	16,7	358 200	18,7
Organisationer	29	37,2	514 200	26,8
Summa	78	100,0	1 919 700	100,0

Privatägda landsortstidningar

De 36 privatägda landsortstidningarna är spridda på många olika händer. 14 av dem ingår dock i någon av de fyra större familjeägda tidningskedjorna som finns inom landsortspressen – Ander-, Bengtsson- och Ljungpressen i mellansverige och den av familjen Hamrin ägda tidningskedjan i Småland. Dessa fyra familjeföretag svarar för ungefär en tredjedel av de privatägda landsortstidningarnas samlade upplaga (358 000 ex.). Inom dessa tidningsföretag utges även flera fådagarstidningar med en sammanlagd upplaga på 69 100 exemplar.

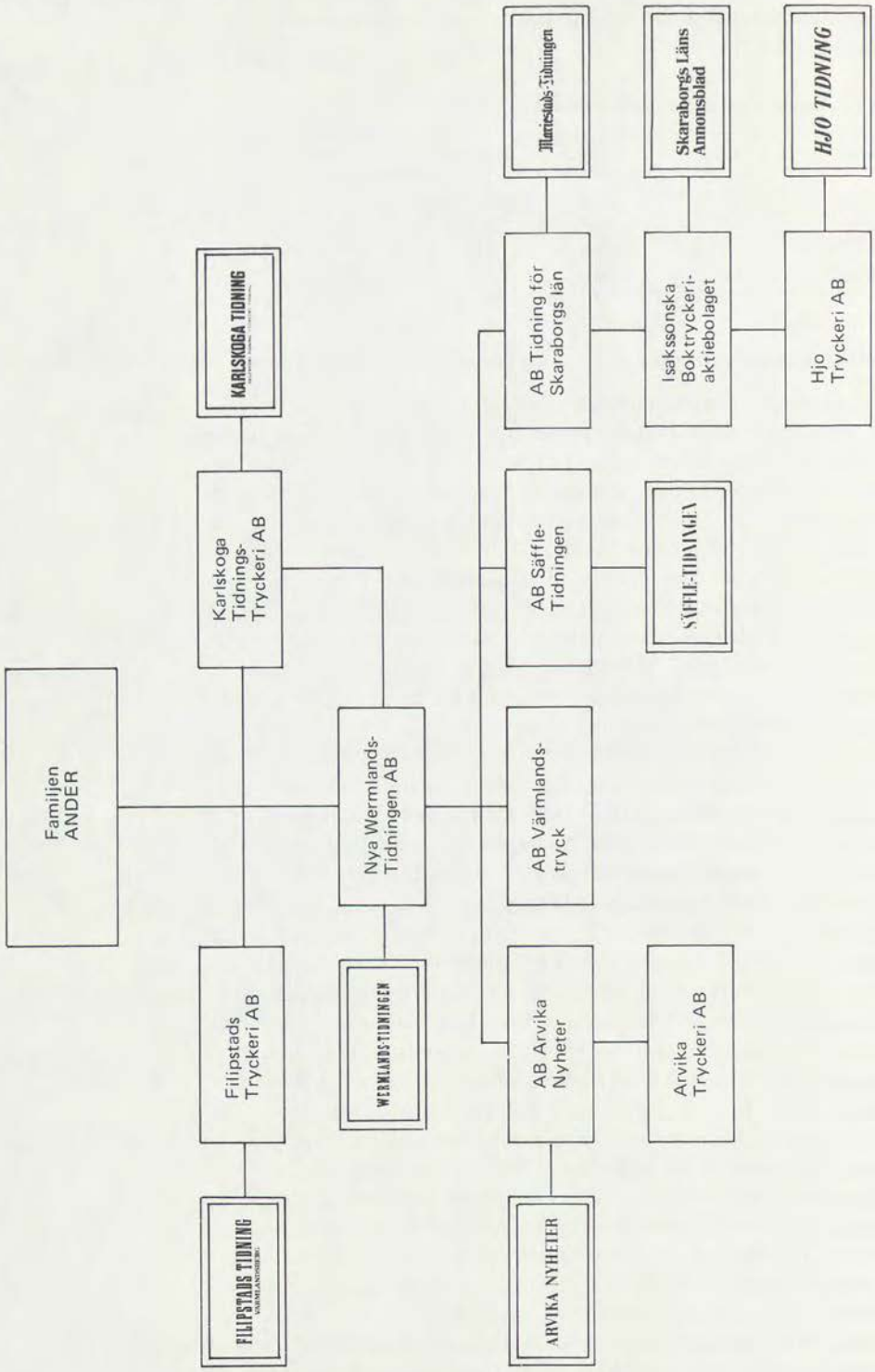
Den största av de fyra tidningskedjorna, med totalt 150 000 exemplar, ägs av familjen *Ander*. Huvudägare i det vittförgrenade nätet av tidningsföretag i Värmlands och Skaraborgs län är direktör Gustaf Ander i Karlstad. Tidningsgruppens struktur framgår av figur 3.1.

Huvudföretaget i Anderpressen är Nya Wermlands-Tidningens AB som utger Sveriges största landsortstidning, Nya Wermlands-Tidningen, med en upplaga på 76 300 exemplar. Över 80 procent av aktierna i detta företag innehas direkt av familjen Ander. Ca 15 procent av aktierna ägs av det helägda Anderföretaget, Karlskoga Tidnings Tryckeri AB, som även utger Karlskoga Tidning (upplaga 11 900 ex.).

Nya Wermlands-Tidningens AB äger fyra dotterföretag, AB Arvika Nyheter, AB Säffle-Tidningen och AB Tidning för Skaraborgs län som bedriver tidningsverksamhet samt AB Värmlandstryck som bedriver civiltrycksverksamhet. AB Tidning för Skaraborgs län utger Mariestads-Tidningen (upplaga 14 600 ex.) och är samtidigt moderbolag till Isakssonska Boktryckeri AB i Skövde genom innehav av 95 procent av aktierna i detta företag. Isakssonska Boktryckeri AB utger Skaraborgs Läns Annonsblad (upplaga 19 200 ex.) och äger i sin tur 98 procent av aktierna i Hjo Tryckeri AB, utgivaren av Hjo Tidning (upplaga 2 200 ex.).

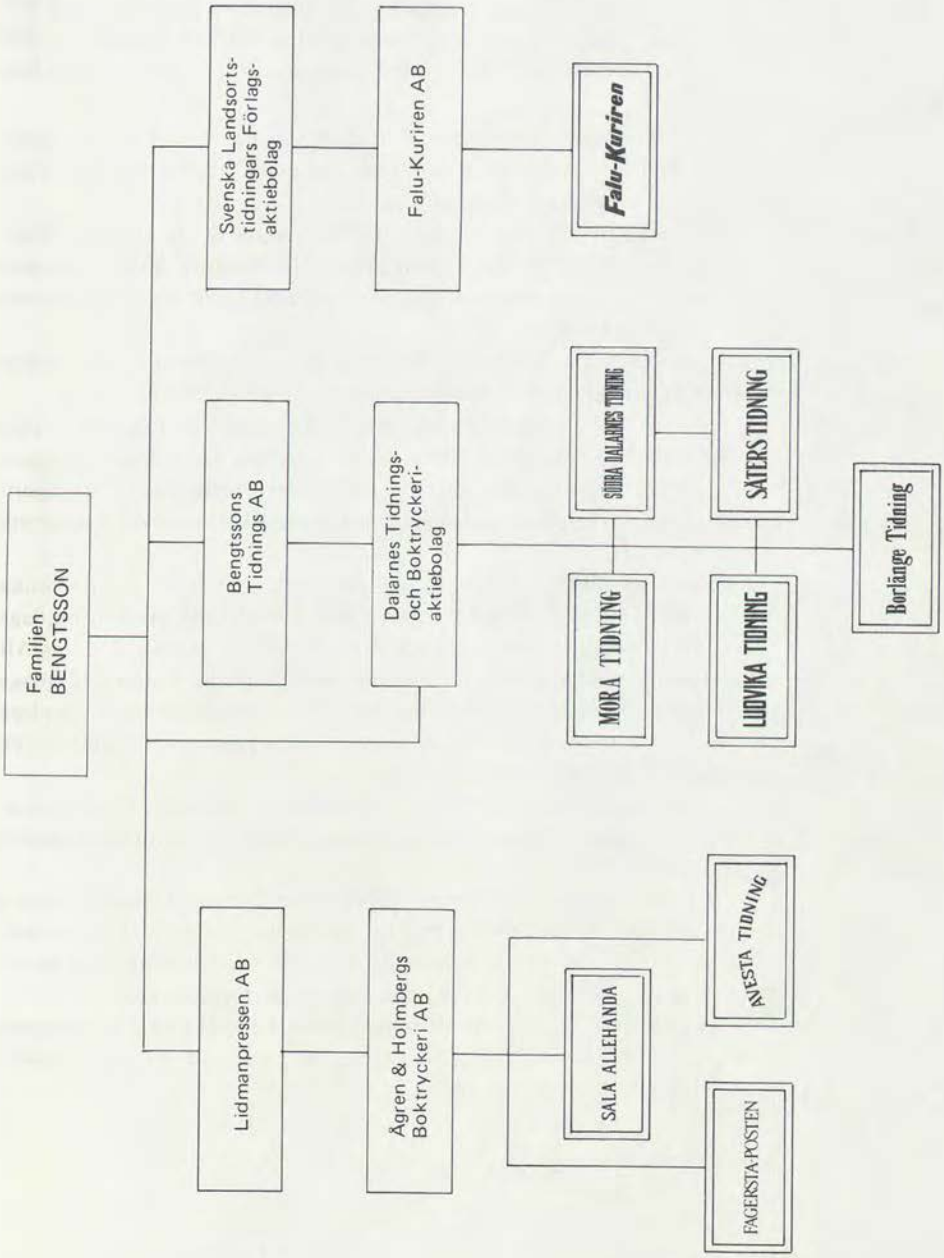
Till Anderpressen kan även räknas Filipstads Tidning (upplaga 6 500 ex.) genom att Gustaf Ander innehar mer än 90 procent av aktiekapitalet i Filipstads Tryckeri AB. En mindre aktiepost finns hos Wasabröd AB.

Aktiemajoriteten i AB Arvika Nyheter tillhörde tidigare stiftelsen Jössepress men aktierna förvärvades år 1974 av Nya Wermlands-Tidningens AB. Företaget utger Arvika Nyheter (upplaga 12 900 ex.) och äger civiltryckeriet Arvika Tryckeri AB. Det sistnämnda företaget svarade tidigare för utgivningen av den år 1962 nedlagda Arvika Tidning.



Figur 3.1 Anderpressen

I Dalarna finns den s. k. *Bengtsson*pressen med direktör Rudolf Bengtsson i ledningen. Strukturen inom denna tidningskedja återges i figur 3.2.



Figur 3 2 Bengtssonpressen

Familjen Bengtsson äger samtliga aktier i Bengtssons Tidnings AB, Svenska Landsortstidningars Förlagsaktiebolag och Lidmanpressen AB. Bengtssons Tidnings AB innehar aktiemajoriteten (68 %) i Dalarnes Tidnings- och Boktryckeri AB. 20 procent av aktierna i detta företag ägs direkt av olika medlemmar av familjen Bengtsson, som därmed sammanlagt innehar 88 procent av aktierna. Dalarnes Tidnings- och Boktryckeri AB svarar för utgivningen av Borlänge Tidning (upplaga 8 700 ex.), Ludvika Tidning (upplaga 6 700 ex.), Mora Tidning (upplaga 12 700 ex.) och Södra Dalarnes Tidning med avläggaren Säters Tidning (upplaga 6 800 ex.).

Svenska Landsortstidningarnas Förlagsaktiebolag har ett helägt dotterföretag, Falu-Kuriren AB, som utger Dalarnas största tidning, Falu-Kuriren med en upplaga på 32 600 exemplar.

Lidmanpressen AB äger i sin helhet Ågren & Holmbergs Boktryckeri AB i Sala. Detta företag utger tidningarna Sala Allehanda (upplaga 9 900 ex.), Fagersta-Posten (upplaga 7 500 ex.) och Avesta Tidning (upplaga 9 100 ex.).

Tillsammans svarar Bengtssonsföretagen för utgivandet av 8 självständiga dagstidningar med en sammanlagd totalupplaga på 94 000 exemplar.

Den tredje privatägda tidningskedjan i Bergslagen är familjen *Ljungs* företag i Örebro. Moderbolaget i denna koncern heter Länstidningens Tryckeri AB i Örebro. Det äger en rad dotterföretag inom tidningsutgivnings- och civiltrycksbranschen. En schematisk skiss över Ljungkoncernen finns i figur 3.3.

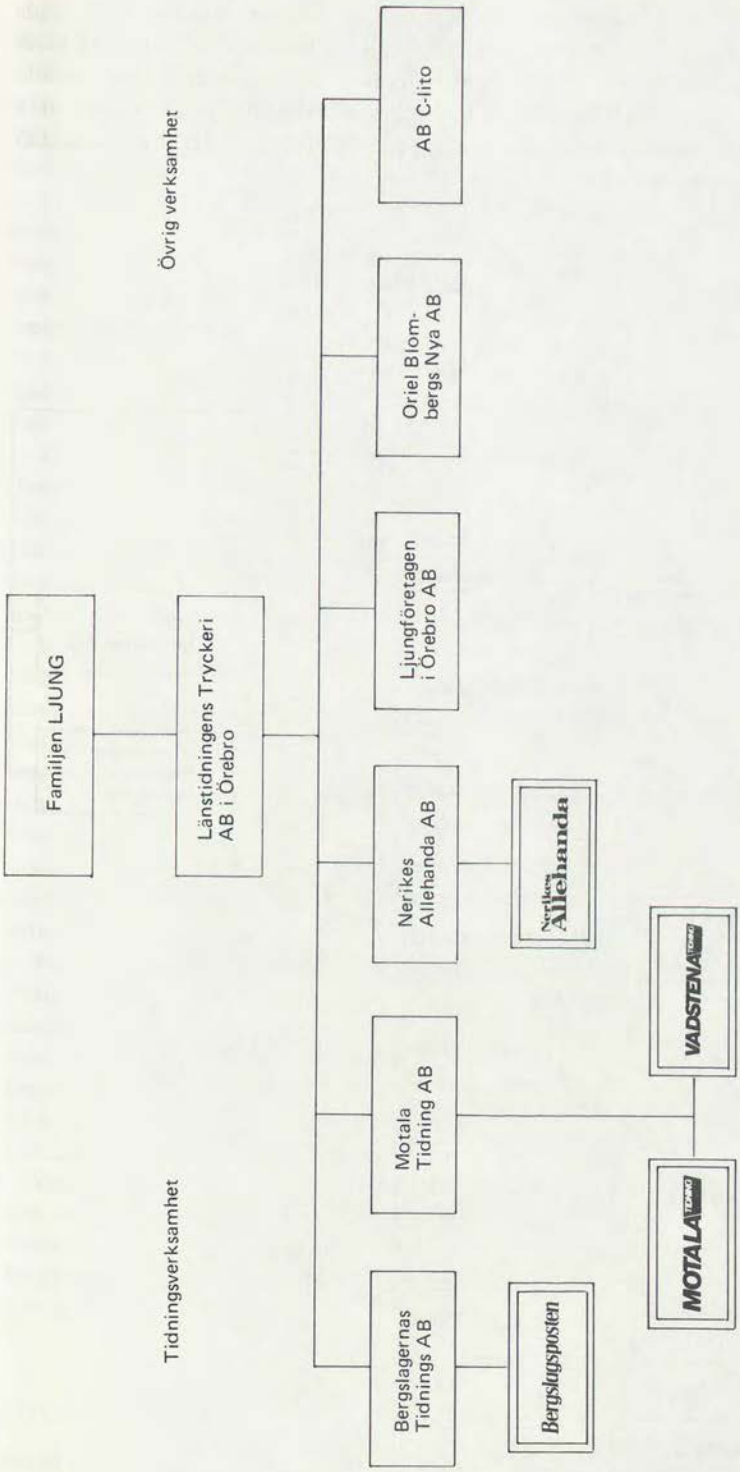
Tidningsutgivningen inom Ljungkoncernen handhas av tre olika företag. Nerikes Allehanda AB utger Nerikes Allehanda med en upplaga på 63 100 exemplar. Det helägda dotterföretaget Motala Tidning AB svarar för utgivandet av Motala Tidning med Vadstena Tidning (upplaga 11 700 ex.). Bergslagernas Tidnings AB ger ut Bergslagsposten (upplaga 18 000 ex.) i Lindesberg. Totalt omfattar Ljungpressens tidningar en upplaga på 92 800 exemplar.

I juni 1975 informerade bolagets verkställande direktör, Johan Ljung, de anställda inom tidningsrörelsen att koncernens tre tidningar kommer att utbjudas till försäljning.

Koncernens övriga verksamhet omfattar tre företag: Ljungföretagen i Örebro AB som är ett civiltryckeri för tryckning av läroböcker, reklamtryck och liknande, Oriel Blombergs Nya AB i Lindesberg som är ett blankettryckeri och AB C-lito i Örebro som är en reproanstalt.

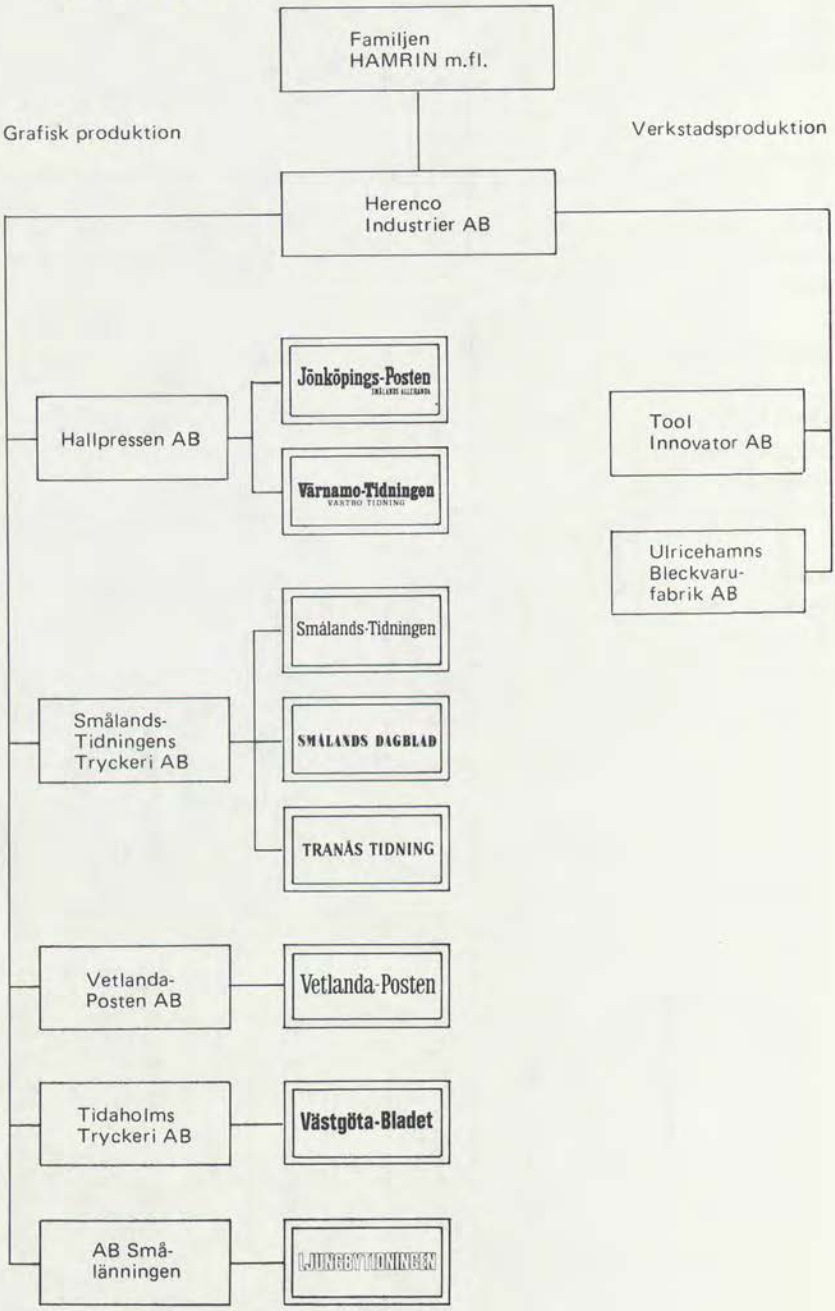
De olika dotterföretagen är mer eller mindre helägda av Länstidningens Tryckeri AB i Örebro. Följande tablå ger en bild av de aktuella ägarförhållandena.

Nerikes Allehanda AB	100,0 %
Bergslagernas Tidnings AB	96,5 %
Motala Tidning AB	100,0 %
Ljungföretagen i Örebro AB	100,0 %
Oriel Blombergs Nya AB	93,71 %
AB C-lito	91,0 %



Figur 3.3 Ljungpressen

Den fjärde tidningskedjan är den av familjen *Hamrin* m. fl. ägda tidningsgruppen i Småland. Moderbolaget är Herenco Industrier AB (f. d. H. Halls Boktryckeri AB) i Jönköping som bedriver både grafisk produktion och verkstadsproduktion. Inklusive avläggare ger företaget ut 8 dagstidningar med en totalupplaga på 90 300 exemplar. En schematisk beskrivning ges i figur 3.4.



Figur 3.4 Hamrinpressen

Dagstidningsutgivningen inom Hamrinpressen handhas av fem olika bolag. Ett av dessa är Hallpressen AB, ett helägt dotterföretag som år 1973 övertog tidningsutgivningen från dåvarande H. Halls Boktryckeri AB. Hallpressen AB ger ut Jönköpings-Posten med avläggaren Värnamo-Tidningen/Västbo Tidning. Den sammanlagda upplagan för dessa tidningar är 37 200 exemplar.

De övriga dotterföretagen ägs till över 90 procent av moderbolaget. Dessa är Smålands-Tidningens Tryckeri AB, Vetlanda-Posten AB, Tidaholms Tryckeriaktiebolag och AB Smålänningen. Inom dessa företag utges Smålands-Tidningen med avläggarna Smålands Dagblad, Tranås Tidning och Vetlanda-Posten (sammanlagd upplaga 37 500 ex.), Ljungbytidningen (upplaga 10 600 ex.) och Västgöta-Bladet (upplaga 5 000 ex.) som sedan december 1974 tekniskt produceras hos Falköpings Tidning.

Herenco Industrier AB har även etablerat sig inom verkstadsbranschen. Tool Innovator AB, med placering i Eksjö, är ett utvecklingsbolag för tillverkning av specialmaskiner. Det senaste förvärvet av företag var inköpet av Ulricehamns Bleckvarufabrik AB. Genom detta förvärv har verksamheten vidgats till områden utanför den traditionella tidningsutgivnings- och tryckeribranschen.

Utöver de tidningar som ingår i de här redovisade tidningskedjorna finns det ytterligare 22 privatägda flerdagarstidningar. Bland de större av dessa märks Östgöta Correspondenten (upplaga 66 000 ex.) där medlemmar av släkten Ridderstad innehar betydande aktieposter. Dessutom innehar offentliga institutioner, exempelvis Östergötlands Fornminnes- och Museiförening, ungefär en femtedel av aktiestocken. Östgöta Correspondenten äger 48,5 procent av aktierna i Östgöta-Bladet som utkommer i Vadstena. Återstoden av aktierna i detta tidningsföretag är fördelade på ett tiotal aktieägare. En större aktiepost innehas av tidningens förre chefredaktör F. Wallin.

En av de få sjudagarstidningarna inom landsortspressen är Borås Tidning (upplaga 52 800 ex.). Av aktiekapitalet i AB Borås Tidning innehar företagets verkställande direktör Tore G. Wärenstam 18,2 procent och Tore G. Wärenstams stiftelse (donation 1968) 16,3 procent. Ingen annan aktieägare har mera än 10 procent. AB Borås Tidning äger 85,6 procent av aktiekapitalet i Ulricehamns Tidnings AB som utger Ulricehamns Tidning (upplaga 8 000 ex.).

Vestmanlands Läns Tidning i Västerås (upplaga 56 800 ex.) ägs av barn och barnbarn (cirka 20 personer) till tidningens förre chefredaktör Anders Pers (död år 1951). Denna tidning har också ett dotterföretag, Bärgslagsbladets Tryckeri AB, som utger Bärgslagsbladet med avläggaren Arboga Tidning (upplaga 14 600 ex.).

Stiftelseägda landsortstidningar

Bland de stiftelseägda landsortstidningarna kan nämnas Barometern (upplaga 51 600 ex.) som till 97 procent ägs av Stiftelsen Barometern.

Eskilstuna-Kurirens (upplaga 28 200 ex.) aktiestock innehas i sin helhet av Eskilstuna-Kurirens Stiftelse. Genom ett dotterföretag äger Eskilstuna-Kuriren 54,8 procent av aktierna i Katrineholms-Kurirens Tryckeri AB som utger Katrineholms-Kuriren (upplaga 11 800 ex.).

De största aktieinnehavarna i Gefle Dagblads AB – utgivare av Gefle Dagblad (upplaga 33 400 ex.) – är Stiftelsen Pressorganisation, Stiftelsen Gefle Dagblad samt Gefle Dagblads Intressenter. Härtill kommer att en rad privatpersoner innehar mindre aktieposter i tidningsföretaget. Gefle Dagblads AB äger dessutom huvuddelen av aktierna i AB Sandvikens Tidning, utgivare av Sandvikens Tidning (upplaga 5 900 ex.) och Tryckeriaktiebolaget Ljusnan som ger ut Ljusnan i Bollnäs (upplaga 14 200 ex.).

En av landets äldsta stiftelseägda tidningar är Upsala Nya Tidning (upplaga 54 200 ex.). Den ägdes under en lång period av chefredaktören Axel Johansson. Det aktieinnehav Axel Johansson hade i företaget blev vid hans död år 1948 grunden till tre stiftelser – Axel Johanssons donation, Axel Johanssons minne och Axel Johanssons understödsfond. Dessa äger i dag aktiemajoriteten i företaget.

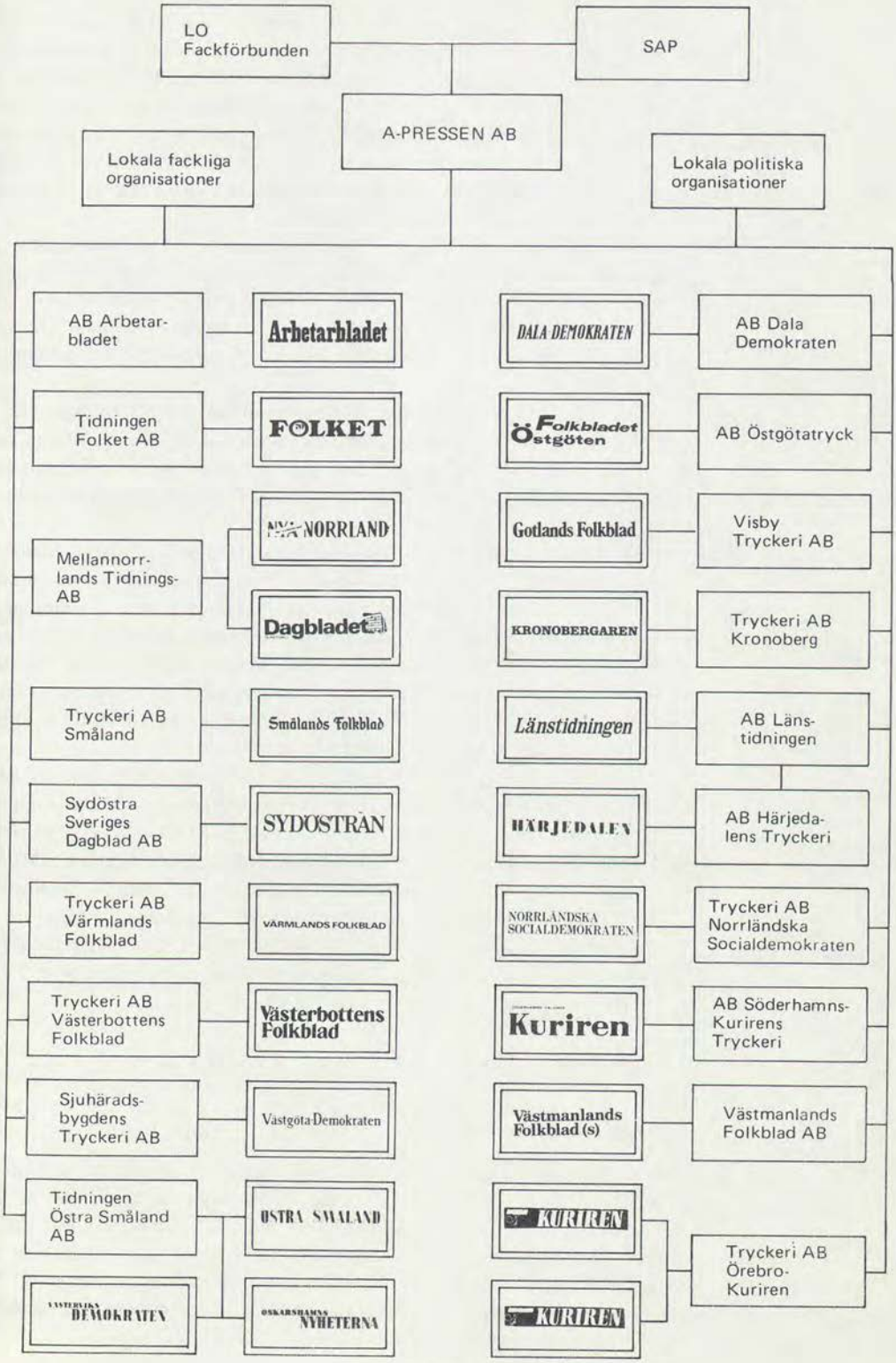
Högerns Förlagsstiftelse äger direkt eller indirekt samtliga aktier i fyra flerdagarstidningar. I fråga om Norrbottens-Kuriren (upplaga 28 100 ex.) finns aktierna förankrade i en lokal stiftelse. Detsamma gäller Gotlands Allehanda (upplaga 12 000 ex.) där aktierna innehas av den lokala stiftelsen Gotlandspressen. Aktierna i Härnösands Boktryckeri AB, som ger ut Västernorrlands Allehanda (upplaga 19 600 ex.), och Enköpings-Postens AB, som ger ut Enköpings-Posten (upplaga 12 000 ex.), är centralt placerade i Högerns Förlagsstiftelse.

Samtliga aktier i Norrköpings Tidningar AB innehas av ett särskilt bolag, Norrköpings Tidningars Förlagsaktiebolag, vars syfte är "att äga och förvalta aktier samt idka annan därmed förenlig verksamhet". Bolaget ägs av Erik och Asta Sundins Stiftelse. Norrköpings Tidningar (upplaga 52 600 ex.) har ett dotterföretag, AB C O Ekblad & Co i Västervik, vilket bolag innehar utgivningsbeviset för Västerviks-Tidningen (upplaga 12 400 ex.) medan däremot tidnings- och civiltryckerirörelsen i Västervik driftsmässigt ingår som avdelningar i Norrköpings Tidningars AB.

Stiftelseägda tidningars ägarförhållanden kan inte alltid utredas. Det beror på att vad som är stiftelsens ändamål och vilka som är dess intressenter i många fall ej kan klarläggas. Grundaren kan, genom en särskild föreskrift vid stiftelsens bildande, undanta denna från lagen om tillsyn över stiftelser (lag den 24 maj 1929). I dylika fall föreligger varken anmälningsplikt eller redovisningsskyldighet till länsstyrelsen. Flera av de stiftelseägda tidningsföretagen har denna konstruktion.

Organisationsägda landsortstidningar

19 av de 29 organisationsägda landsortstidningarna är socialdemokratiska 6-dagarstidningar med en samlad upplaga på 345 300 exemplar. Dessa utges



Figur 3.5 A-pressen AB.

av 18 olika tidningsföretag. Med ett undantag innehas aktiemajoriteten i dessa företag av A-pressen AB, ett bolag vars aktier till 51 procent ägs av det socialdemokratiska arbetarepartiet (SAP) och till 49 procent av LO och olika fackförbund. Övriga aktier i tidningsföretagen ägs av lokala fackliga och politiska organisationer. Även om de enskilda tidningarna sålunda har ett formellt koncernförhållande till A-pressen AB föreligger genom den lokala förankringen en stor grad av självständighet. Ägarstrukturen inom A-pressen AB framgår av figur 3.5.

Ett av A-pressföretagen, AB Länstidningen i Östersund, äger 80 procent av aktierna i AB Härjedalens Tryckeri som svarar för utgivandet av tidningen Härjedalen (upplaga 8 400 ex.). I Mellannorrlands Tidnings AB (MTAB), som bildades 1971 för att trygga en fortsatt utgivning av Dagbladet och Nya Norrland, innehar A-pressen AB 92 procent av aktierna.

I Piteå-Tidningens AB innehar A-pressen AB endast en femtedel av aktierna, övriga ägs av lokala fackliga och politiska organisationer samt privatpersoner i övre Norrland. Den största socialdemokratiska landsortstidningen är Norrländska Socialdemokraten (upplaga 40 200 ex.) som till 90 procent ägs av A-pressen AB.

Gotlands Tidningar AB har klassificerats som ett organisationsägt tidningsföretag. Det ägs gemensamt av Visby Tryckeri AB, som moderbolag för Gotlands Folkblad (upplaga 6 100 ex.), och Gotlänningens Tryckeri AB som moderbolag för Gotlänningen (upplaga 6 100 ex.). Aktiemajoriteten i Visby Tryckeri AB, innehas av A-pressen AB. Den största aktieposten i Gotlänningens Tryckeri AB (2/3 av aktierna) ägs av centerpartiet bl. a. genom lokala andelsföreningar. En tredjedel av aktierna ägs av en till folkpartiet närstående organisation.

Bland övriga organisationsägda flerdagarstidningar kan nämnas de av centerpartiet år 1973 förvärvade Länstidningen Södertälje (upplaga 19 400 ex.), Södermanlands Nyheter (upplaga 20 000 ex.) och Norrtelje Tidning (upplaga 17 500 ex.). Dessa tillhörde tidigare den s. k. "Morbypressen". Till gruppen organisationsägda räknas även Västerbottens-Kuriren (upplaga 42 100 ex.) ägd av AB Folk och Samhälle som i sin tur ägs av folkpartiet samt den av KDS genom Samhällsgemenskaps Förlags AB år 1975 inköpta Karlshamns Allehanda (upplaga 4 400 ex.).

Ägarform och täckningsgrad

I bl. a. forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen har påvisats att en tidnings täckningsgrad på utgivningsorten är av stor betydelse för tidningens allmänna ekonomiska situation. En tidning vars hushållstäckning understiger 50 procent på utgivningsorten har generellt sett svårigheter att hävda sig på annonsmarknaden. När landsortstidningarna klassificeras efter såväl ägarform som täckningsgrad på utgivningsorten erhålles tabell 3.4.

Tabell 3.4 Landsortspressen efter ägarform och täckningsgrad (antal tidningar).

Ägarform	Täckningsgrad (%)		Summa
	<50	50<	
Privatägda	3	33	36
Stiftelser	–	13	13
Organisationer	17	12	29

De privatägda flerdagarstidningarna är med undantag av tre tidningar – Ludvika Tidning, Borlänge Tidning och Skövde Nyheter – alla högtäckningstidningar. Samtliga stiftelseägda tidningar har en hushållstäckning som överstiger 50 procent.

Av de organisationsägda tidningarna är däremot flertalet lågtäckningstidningar. Det är således generellt sett de av olika organisationer ägda tidningsföretagen som f. n. har de största ekonomiska problemen.

3.3 Fådagarstidningarnas ägarförhållanden

För närvarande (1975) finns det 57 fådagarstidningar dvs. tidningar med en utgivningsperiodicitet på 1–3 dagar per vecka. Ägarförhållandena för dessa framgår av tabell 3.5.

Tabell 3.5 Fådagarstidningarnas ägarförhållanden.

Ägarform	Antal	%	Upplaga	%
Privatägda	29	50,9	206 500	46,8
Stiftelser	7	12,3	97 200	22,1
Organisationer	21	36,8	136 800	31,1
Summa	57	100,0	440 500	100,0

Fådagarstidningarnas relativa fördelning på olika ägargrupper är likartad den som gäller för flerdagarstidningarna (se tabell 3.1). Den relativa fördelningen på upplagan uppvisar dock vissa skillnader. De gäller framför allt de privat- och stiftelseägda tidningarnas andelar av totalupplagan. Exempelvis är 22,1 procent av fådagarstidningarnas upplaga stiftelseägd mot 8,2 för flerdagarstidningarnas. Förklaringen härtill är främst att Huvudstadspress AB:s fem förortstidningar (Norrort, Västerort, Sundbybergs och Solna Tidning, Lidingö Tidning samt Huddinge-Posten) med sammanlagt 87 100 exemplar ingår i gruppen stiftelseägda tidningar. Huvudstadspress AB ägs ytterst av den tidigare nämnda Stiftelsen Svenska Dagbladet. Det är samma stiftelse som f. n. (genom Svenska Dagbladets AB) äger ca 10 procent av andelarna i det handelsbolag som svarar för utgivandet av Svenska Dagbladet.

Flertalet av de 21 organisationsägda fådagarstidningarna är centertidningar som utges en dag i veckan och som ägs av lokala andels- och intresseföreningar. I gruppen organisationsägda ingår också Västmanlands Folkblad och Härjedalen som direkt eller indirekt ägs av A-pressen AB. Till gruppen hör även tidningen Arbetaren (upplaga 5 900 ex.) som utges av Sveriges Arbetares Centralorganisation.

3.4 Den svenska pressens ägarförhållanden

Den svenska dagspressens totala upplaga (dvs. både fler- och fådagarstidningarna tillsammans) fördelat på olika ägargrupper framgår av tabell 3.6.

Tabell 3.6 Dagspressens ägarförhållanden.

Ägarform	Antal	%	Upplaga	%
Privatägda	72	49,3	3 068 200	63,7
Stiftelser	20	13,7	455 400	9,5
Organisationer	54	37,0	1 290 100	26,8
Summa	146	100,0	4 813 700	100,0

Av tabellen framgår att 72 tidningar eller något mindre än hälften av samtliga är privatägda. Dessa svarar för 63,7 procent av dagspressens totala upplaga. Det finns sammanlagt 54 organisationsägda och 20 stiftelseägda tidningar.

Det har tidigare redovisats flera exempel på hur ett tidningsföretag kan äga ett annat. Det vanligaste är att ett moderbolag äger aktierna i ett eller flera dotterföretag. Av följande sammanställning framgår vilka tidningar som är knutna till varandra genom någon form av ägarförhållande. I förteckningen ingår ej de tidningar som tillhör de tidigare beskrivna tidningskedjorna inom landsortspressen.

Privatägda

Bohusläningen	– Strömstads Tidning
Borås Tidning	– Ulricehamns Tidning
Dagens Nyheter	– Expressen
Göteborgs-Posten	– GT
Nya Kristinehamns-Posten	– Fryksdals-Bygden
Sundsvalls Tidning	– Örnsköldsviks Allehanda
Svenska Dagbladet	– Norrort
	– Västerort
	– Sundbybergs och Solna Tidning
	– Lidingö Tidning
	– Huddinge-Posten
Sydsvenska Dagbladet	– Kvällsposten
Vestmanlands Läns Tidning	– Bärgslagsbladet med Arboga Tidning
Östgöta Correspondenten	– Östgöta-Bladet

Stiftelseägda

Eskilstuna-Kuriren	– Katrineholms-Kuriren
Gefle Dagblad	– Ljusnan
	– Sandvikens Tidning
Norrköpings Tidningar	– Västerviks-Tidningen

Organisationsägda

Länstidningen	– Härjedalen

Av de icke tidigare behandlade företagen har familjeföretaget Bohusläningens AB med Bohusläningen (upplaga 38 500 ex.) i Uddevalla 98 procent av aktierna i Norra Bohusläns Tryckeri AB vilket svarar för utgivningen av Strömstads Tidning (upplaga 4 400 ex.). Nya Kristinehamns-Posten (upplaga 8 900 ex.) och Fryksdals-Bygden (upplaga 3 700 ex.) ägs båda av direktör Sten Grundel i Kristinehamn. Under år 1975 förvärvade ägarna av Sundsvalls Tidning (upplaga 34 600 ex.) aktierna i AB Allehanda, utgivare av Örnsköldsviks Allehanda (upplaga 19 600 ex.).

En sammanfattande beskrivning av ägarförhållandena inom dagspressen finns i tabell 3.7. Tabellen upptar en förteckning över de största ägargrupperna med hänsyn till de i gruppen ingående tidningarnas sammanlagda upplaga.

Tabell 3.7 De tio största ägargrupperna inom dagspressen.

Nr	Ägare	Antal huvud-tidningar	Upplagor	Procent av dagspressens samlade upplaga
1.	Bonniergruppen	2	1 034 000	21,5
2.	Hjörnegruppen	2	388 800	8,1
3.	A-pressen AB	20	346 000	7,2
4.	Svenska Dagbladet-Huvudstadspress	6	241 800	5,0
5.	Wahlgrengruppen	2	236 900	4,9
6.	Andergruppen	8	150 000	3,1
7.	Bengtssongruppen	8	94 000	2,0
8.	Ljunggruppen	3	92 800	1,9
9.	Hamringruppen	4	90 300	1,9
10.	Persgruppen	2	71 400	1,5
Summa		57	2 746 000	57,1
Övriga		89	2 067 700	42,9
Totalt		146	4 813 700	100,0

Anm. I tabellen ingår ägargrupper som omfattar mer än två tidningar.

Av tabellen framgår att de tio största ägargrupperna svarar för 57,1 procent av pressens totala upplaga. Bonniergruppen svarar ensam för 21,5 procent. Samtliga redovisade tidningsgrupper är – med undantag av A-pressen AB, Svenska Dagbladet och Huvudstadspress' tidningar – privatägda familjeföretag.

Även om flera av ägargrupperna, särskilt inom landsortspressen, har en procentuellt sett låg andel av pressens samlade upplaga är tidningsföretagen naturligtvis inte utan betydelse ur koncentrationssynpunkt. I själva verket har de en mycket stor betydelse i sina respektive regioner. Inom A-regionerna 40–55 – ett geografiskt område som ungefär består av Dalsland, Värmland, Närke, Västmanland och Dalarna – äger familjerna Ander, Ljung, Bengtsson och Pers tidningar som tillsammans har 78 procent av dagspressens sammanlagda upplaga inom området (avser inom området utgivna tidningar).

Härtill kommer att utvecklingen på dagstidningsmarknaden under de senaste åren, bl. a. beroende på de nedläggningar som ägt rum, gått mot

en alltmer ökad koncentration. Flera av de exempel som finns på förändrade ägarförhållanden bland dagstidningarna visar att företagen köpts upp av större koncerner eller större tidningsföretag. Tidningsägandet har koncentrerats till färre enheter.

4 Pressideologier

I direktiven till 1972 års pressutredning heter det att "formerna för statens stöd till pressen måste relateras till en målsättning för presspolitiken". Tidigare har man – enligt direktiven – nöjt sig med ganska allmänna formuleringar vad beträffar målen för presspolitiken. Det har gällt "att värna om opinionsbildningen" eller "att skapa existensbetingelser för en allsidig press".

Pressutredningen ges i uppgift att "ange en mera preciserad målsättning för statsmakternas handlande, varvid pressens roll i förhållande till övriga massmedier måste klarläggas".

Det har varit en av pressutredningens viktigaste uppgifter att ge en bakgrund till och samla material för en principdebatt kring presspolitiken. Utredningen har i detta syfte gjort en rad analyser, följt debatter och genomfört ett antal undersökningar. Syftet har varit att så långt möjligt ge den precisering av samhällets presspolitik som direktiven efterlyser.

I det här kapitlet och de tre följande redovisas utredningens arbete på detta område. Först ställs de olika massmedieideologierna i centrum. I kapitel 5 belyses den svenska debatten kring pressen och presspolitiken. De funktioner hos massmedierna som utredningen anser det väsentligt att upprätthålla redovisas i kapitel 6. I kapitel 7 görs en sammanfattning av de resultat som nåtts i de olika undersökningar som pressutredningen låtit utföra kring pressen och pressens roll.

Pressen spelar en rad olika roller i vårt samhälle. Den ger underhållning och olika typer av information. Den skapar underlag för social kommunikation och skilda aktiviteter. En tidning kan vara en bygds språkrör – en institution som har en given plats i det lokala samhället.

Alla de funktioner som pressen kan tänkas ha måste presspolitiskt beaktas. Det finns dock flera skäl till att den politiska rollen – och politik är här fattat i vidaste mening – sätts i centrum. Trots tidningsdöden och trots bristen på nyetablering kan pressen fortfarande fungera tillfredsställande som t. ex. underhållare och annonsbärare. Den kan också fylla olika sociala funktioner. Det är på den politiska sidan som problemen uppstår när tidningarna blir färre och valfriheten minskar.

Tidningarna i Sverige har sedan den moderna pressens begynnelse haft en nära anknytning till de politiska partierna. De tidningar som inte haft politiska beteckningar eller på olika sätt fört partiernas talan har snarast

varit undantag från regeln. Tidningarnas betydelse för den demokratiska utvecklingen i Sverige är otvetydig och har klarlagts i en rad forskningsarbeten. För pressutredningen blir det en central fråga att söka fastställa vilken roll tidningarna spelar vid en förändrad mediestruktur.

4.1 Massmedieideologierna och samhället

I detta kapitel sätts de olika medieideologierna i centrum. Olika slag av doktriner och normer har spelat en stor roll då det gällt statsmakternas agerande gentemot press, radio och tv. Detta gäller speciellt olika tryckfrihetsfrågor men också inställningen till radio- och tv-verksamheten och till ekonomiskt stöd åt tidningar.

Trots att man kan konstatera att ideologierna haft stor betydelse för både mediedebatten och politiska beslut om medier har analyserna av dem varit begränsade. Diskussionen har inte sällan kännetecknats av slagord och förenklingar. Man har saknat preciseringar av vad som står bakom olika ideologiska uttalanden. Det är därför en viktig men också svår uppgift att söka fastställa hur de olika ideologiska systemen utvecklats och vad som anses kännetecknа dem i dag.

Massmedieideologier kan lika litet som andra ideologiska föreställningar ses isolerade. De är en naturlig del av allmänna politiska ideologier som förekommer i samhället och har liksom dessa ett samband med samhällets ekonomiska system och dess utvecklingsgrad. Det är därför självklart att varje massmedieideologisk analys måste beakta gällande ekonomiska, tekniska och politiska omständigheter. I det följande finns dessa kopplingar inte alltid klart uttalade. De finns där emellertid som en allmän förutsättning för diskussionen.

4.2 Klassifikation av ideologier

Med massmedieideologi menas här uppfattningar om vilken roll massmedierna *bör* spela i samhället och vilka krafter som skall kontrollera dem. Kravet är således inte att det skall vara ett väl avgränsat och strukturerat värdesystem. Ofta framgår den endast indirekt genom olika *handlingar* från statsmakternas sida. Detta gör att det kan vara vanskligt att särskilja de karakteristiska dragen för de olika ideologierna. Man måste göra vissa generaliseringar och förenklingar. På det utrymme som står till buds blir det dock omöjligt att diskutera alla definitionsfrågor, att analysera samtliga variationer av eller fastställa olika mer eller mindre suddiga gränser mellan ideologierna.

Målet är att så klart och enkelt som möjligt fastställa några av huvudriktningarna bland massmedieideologierna. Traditionellt går den viktiga gränsen mellan en *auktoritär* och en *frihetlig* ('libertarian') ideologi. Man kan hysa betänkligheter mot en sådan huvuduppdelning bl. a. på grund av att benämningarna är starkt värdeladdade. Det finns dock inte bara praktiska och historiska skäl att hålla fast vid denna klassificering.

Det ges tillräckligt många grundläggande sakliga skillnader mellan ideologierna för att man ska ha anledning att behålla uppdelningen.

I följande avsnitt görs först en beskrivning av den *auktoritära* och den *frihetliga* ideologin. Därefter behandlas två aktuella modifieringar av dessa grundideologier: *samhällsansvarsideologin* och den *marxist-leninistiska ideologin.*

4.2.1 *Auktoritär massmedieideologi*

En beskrivning av den auktoritära medieideologin måste mera utgå från hur den praktiskt tillämpas än från uttalanden och explicita teorier. Det är inte ovanligt att statsmaktens företrädare i ord bekänner sig till en frihetlig syn men agerar på ett sätt som gör att systemet bör klassificeras som "auktoritärt".

En renodlat auktoritär massmediesyn innebär att medierna skall stå under statens kontroll och vara instrument för statsmakterna. Medierna skall inte ha någon självständig makt, journalisterna skall underordna sig statens intressen. Kritik kan förekomma men då skall den äga rum på statsmakternas villkor.

Den auktoritära ideologin har en lång historisk tradition att falla tillbaka på. En auktoritär mediesyn var den självklara när boktryckarkonsten kom till vid mitten av 1400-talet. Den var också den klart dominerande när de första tidningarna började framträda vid mitten av 1600-talet. I Sverige kan både Gustav Vasa och Axel Oxenstierna tas som representanter för en auktoritär medieideologi.

Den auktoritära pressideologin är dock inte endast ett historiskt fenomen. Den är i hög grad en aktuell företeelse och utgör i många länder en naturlig grund för synen på medierna. En skillnad är dock att i dag innehåller de flesta länders författningar stadganden som ger principiell yttrandefrihet. Men dessa stadganden är till intet förpliktande. Massmediernas verksamhet bestäms genom särskilda lagar eller genom presspolitiska åtgärder som ej är reglerade i lag.

Olika statsledningar använder olika metoder för att uppnå uppställda mediepolitiska mål. Dessa är av största intresse när man vill fastställa "graden av auktoritärt system". Genom studier av metoderna kan ideologin bestämmas.

Man kan urskilja tre olika typer av medel när det gäller att genomföra ett auktoritärt pressystem: judiciella (dvs. byggda på lagregler), ekonomiska och fysiska. Man kan använda dem ensamma eller i kombinationer för att nå de uppställda målen.

Själva symbolen för en auktoritär pressregim har varit censuren, *förhandsgranskningen*. Det är det *judiciella* medel som varit det kanske vanligaste. I dagens välutvecklade masskommunikationssystem är det dock ett relativt klumpigt redskap. Effektivare är då mycket stränga straff för brott mot massmedielagarna. Man kan också arbeta med olika former av utgivningskontroll. Statliga tillstånd kan krävas för medier och möjlighet finnas att belägga tidningar med utgivningsförbud. Det är också möjligt att arbeta med journalistlegitimering i den meningen att endast av

staten godkända journalister får verka i medierna. Den som skriver på ett icke önskvärt sätt kan berövas sin legitimation och därmed sin utkomst.

En auktoritär regim kan också nå sina mål genom *ekonomiska* medel. Medier som stöder statsledningen gynnas starkt medan andra motarbetas. Det kan ske genom tilldelning av papper, placering av officiella annonser eller helt enkelt genom direkta ekonomiska bidrag. Hot om ekonomiska repressalier kan ofta vara mer verksamma medel för att nå önskvärda resultat än olika lagstiftningsformer.

Den tredje typen av medel som en auktoritär statsledning kan tillgripa gentemot medierna är *fysiska*. Journalister m. fl. fängslas utan dom och rannsakan. Tidningsofficiner bränns ner eller beslagtas med myndigheternas goda minne. Fysiskt våld är ett inte ovanligt sätt att få icke önskvärda medier att tystna och att skrämma andra till foglighet.

Det är främst pressen som brukar utsättas för dessa olika former av påtryckningar och ingrepp utifrån. När det gäller etermedierna är förhållandet något annorlunda. De är genom sin centrala administration och tekniska uppbyggnad lättare att behärska. Den strängare kontroll av etermedierna som utövas i många stater beror också på den höga värdering de ges som propagandainstrument. Vid statskupper är radio- och tv-stationerna bland det första nya makthavare söker bemäktiga sig. Etermediernas ställning påverkas också av att de inte har samma frihetliga tradition som pressen. I flera stater kan man finna att det råder en relativt stor frihet för pressen medan radion och televisionen utnyttjas för regimens syften.

Sammanfattningsvis kan konstateras att den grundläggande principen för en auktoritär mediesyn är att medierna skall vara ett maktmedel i de styrandes tjänst. I vilken grad man utnyttjar detta medel och vilka metoder man är beredd att använda sig av för att säkerställa kontrollen över medierna varierar från land till land och från tid till tid. I dag finns det knappast något land där man öppet argumenterar för en auktoritär ideologi på medieområdet. I praktiken använder man dock ekonomiska, judiciella och fysiska medel för att få de medier som man önskar.

4.2.2 *Frihetlig massmedieideologi*

Den frihetliga mediesynen utvecklades som en reaktion mot den auktoritära. Det var i protest mot de ingrepp som gjordes mot boktryckerier och tidningar som man hävdade enskildas rätt att uttrycka en mening även om den ej överensstämde med statsledningens intresse. Redan vid mitten av 1600-talet – alltså samtidigt med de första tidningarna – började det ställas krav på en fullständig yttrandefrihet, dock utan större framgång.

Under 1700-talet vidareutvecklades kraven på yttrandefrihet i tal och skrift. Under upplysningstiden ansågs det vara en förutsättning för att förnuftet skulle få råda att det fanns möjligheter till ett fritt meningsutbyte och att man hade fri tillgång till information. I flera länder fick man också tillfälligt tryckfrihetslagar som inspirerades av upplysningstidens frihetsideal.

Under 1800-talet kom frihetskraven att framför allt fångas upp av den liberala rörelsen. I samband med liberala revolutioner infördes också i flera stater en vidare yttrandefrihet än tidigare. Kraven på att fritt få uttrycka sig i tal och skrift blev centrala element i den politiska kampen. Vid slutet av 1800-talet då demokratiskt styrelsesätt infördes i en rad länder fastslogs att yttrandefriheten var ett oeftergivligt krav för att demokrati skulle anses råda.

Den frihetliga medieideologin – ibland kallad liberal medieideologi – har självklart ändrat karaktär under seklerna. Olika aspekter har betonats och nya element har lagts till. Detta har varit naturligt inte minst på grund av massmediernas utveckling. Ett försök till karakterisering av denna ideologi kan utgå från fyra grundläggande element: (1) åsiktskonkurrens, (2) demokratisering, (3) kontroll av myndigheter och (4) fri etableringsrätt. Det är dessa delar som främst konstituerar den frihetliga ideologin.

- *Åsiktskonkurrensen.* På åsikternas marknad skulle råda full frihet. De goda åsikterna skulle slå ut de dåliga på samma sätt som dåliga varor blev utslagna av goda. Genom den fria åsiktskonkurrensen etablerades en "självkorrigerande process" som stimulerade och gjorde samhället bättre. En förutsättning för att åsiktskonkurrensen skulle kunna upprätthållas var dock att det fanns talrika kommunikationsvägar och därför betonades vikten av en mångfacetterad press.

- *Demokratisering.* Genom en fri press och genom tryckfrihet fanns det möjligheter att åstadkomma ett verkligt medborgarinflytande i samhället. De politiskt styrande kunde genom tidningarna få kunskaper om medborgarnas åsikter och därmed påverkas i sitt beslutsfattande. I Sverige speglades detta demokratiseringsmotiv i den tidiga presshistoriens tidningsnamn: Allmänna Opinionens Organ, Folkets röst, Folket, Folkviljan.

- *Kontroll av myndigheter.* Det var främst staten som stod för den auktoritära kontrollen av det tryckta ordet. Det var därför naturligt att yttrandefrihet först kom att formuleras som frihet från statlig påverkan. Man krävde att censuren skulle avskaffas. Man fordrade att olika administrativa ingrepp mot pressen skulle förbjudas. Det som kunde tolereras var främst en lagstiftning till skydd för den nationella säkerheten och för den enskildes rykte och integritet.

  Staten skulle låta tidningarna verka fritt och tidningarna skulle utnyttja denna frihet till att verka som en tredje statsmakt. Pressen skulle vara en utomparlamentarisk kraft som i folkets intresse kontrollerade olika myndigheter. Denna syn utvecklades vid slutet av 1800-talet och därmed kom också kraven på en friare tillgång till information i offentliga angelägenheter.

- *Fri etableringsrätt.* Med tryckfrihet menades i första hand rätten att utge skrifter med det innehåll man själv bestämde. Kravet på tryckfrihet motiverades på två sätt av de frihetliga ideologerna. För det första måste man ha tillgång till egna kanaler om andra inte

ställdes till förfogande. För det andra borde medieföretag kunna betraktas som vilka andra företag som helst. Lika väl som man hade rätt att starta andra företag borde man ha rätt att starta och ekonomiskt utveckla företag i mediebranschen.

Den frihetliga ideologin har i hög grad präglat den svenska tryckfrihetslagstiftningen. Ett första uttryck fick ideologin redan i Linnélärjungen Peter Forskåls skrift Om den borgerliga friheten (1759) och sin första tillämpning i 1766 års tryckfrihetsförordning. Efter det gustavianska enväldet restaurerades TF 1766. TF 1812 kom att äga giltighet ända till 1949.

Ideologiskt är vår nuvarande grundlag förankrad i 1766 års TF och dess frihetliga grundsyn. Det är mot myndigheterna som det tryckta ordet skall skyddas. Mot andra tänkbara makter i samhället som enskilda resursstarka personer, företag eller organisationer ges inte samma skydd. Tyngdpunkten i lagen ligger i censurförbud, offentlighetsprincip, jurysystem vid rättegång, spridningsfrihet, anonymitetsskydd, meddelarskydd och det speciella ansvarighetssystemet.

4.3 Utvecklingslinjer

I det följande uppmärksammas två aktuella pressideologier. Den ena är den marxist-leninistiska ideologin som är den förhärskande i de kommunistiska länderna. Den andra kallas här samhällsansvarsideologin och har företrädare i de västeuropeiska demokratierna.

4.3.1 *Marxist-leninistisk medieideologi*

Karl Marx gjorde aldrig någon mera ingående analys av den funktion pressen hade eller borde ha i ett kapitalistiskt, socialistiskt eller kommunistiskt politiskt system. Hans främsta pressideologiska bidrag kan sägas vara ett antal ironiska och polemiska artiklar från 1842 där han riktade sig mot den auktoritära preussiska pressregimen. I sin kritik gjorde han då väsentligen gemensam sak med den dåtida liberala oppositionen. I två avseenden skiljer han sig dock från denna.

Marx uppfattade inte pressfrihet som någon absolut frihet. Pressfrihet hade enligt hans mening aldrig existerat. Frågan gällde vems frihet man avsåg. I Preussen hade statsmaktens företrädare, censorerna och junkrarna, pressfrihet men inte någon annan. Om deras makt bröts och tidningarna blev självständiga, "fria" företag skulle detta dock enligt Marx inte innebära den pressfrihet som den liberala oppositionen trodde. För den stora massan skulle fortfarande pressfriheten vara en illusion. Marx menade att man inte kunde förena tidningarnas två funktioner som politisk institution och som "profitföretag". Han frågade om en tidning kunde vara ett affärsföretag och samtidigt vara politiskt fri.

Mera distinkt och utförligt utvecklades den kommunistiska mediesynen av Lenin. Han gick till angrepp mot den borgerliga pressfriheten

som han ansåg vara "en frihet för de rika att systematiskt och ihärdigt – bedra, demoralisera och förlöjliga de utsugna och förtryckta massorna, de fattiga". Den var inte något att kämpa för eller slå vakt om.

Vilka uppgifter ansåg då Lenin att pressen skulle ha? I programskriften Vad bör göras? (1902) fastslog Lenin att pressen skulle fungera som kollektiv propagandist, agitator och organisatör. Den skulle föra ut idéer till eliten och ge det stora kollektivet de rätta åsikterna.

Under revolutionen i Ryssland spelade pressen en viktig roll som organisatör. Den verkade för partiets uppbyggnad och utbredning och blev en integrerad del i partiarbetet. Efter revolutionen hade pressen till uppgift att som agitator göra massorna medvetna om revolutionens nödvändighet och kapitalismens orättvisor.

Lenins efterföljare i Sovjetunionen har i allt väsentligt arbetat efter samma linjer. De har kraftigt betonat pressens betydelse. För Stalin var pressen "det starkaste vapnet". Genom pressen kunde partiet dagligen och stundligen "tala till arbetarklassen på dess eget förtroliga språk". Stalin byggde också upp en pressapparat och en presskontroll i partiets tjänst.

I den praktiska tillämpningen har den marxist-leninistiska pressideologin kommit till något skilda uttryck i olika kommunistiska länder. I Sovjetunionen spelar i dag *censuren* en underordnad roll. I den mån kontroll behövs sker den effektivare på andra vägar. I andra östeuropeiska länder är dock censuren en realitet. Den anses behövas eftersom "de borgerliga kvarlevorna" i dessa länder är mera omfattande.

4.3.2 *Samhällsansvarsideologin*

Bedömare som hyllar den frihetliga medieideologin beskriver gärna den frihet för medierna som finns enligt den marxist-leninistiska ideologin som en utmaning och ett bedrägeri. Man påpekar t. ex. att trots att Sovjetunionens författning av år 1936 stipulerar yttrandefrihet och pressfrihet råder sträng kontroll av medierna. Det gällande systemet får inte på något sätt ifrågasättas i massmedierna. För regimen ofördelaktiga nyheter undanhålls systematiskt.

Den marxist-leninistiska ideologin har beröringspunkter med den auktoritära ideologin. Medierna skall tjäna de statsbärande krafterna i det socialistiska samhället och dessa skall ha möjlighet att kontrollera att så sker. På motsvarande sätt är den s. k. samhällsansvarsideologin en vidareutveckling av den frihetliga pressideologin.

Det var under 1700- och 1800-talen som den frihetliga pressideologin utvecklades och den präglades helt naturligt av de sociala och ekonomiska förhållanden som då rådde. Utvecklingen under 1900-talet – industrialisering, demokratisering och framväxten av nya massmedier – har självklart fått konsekvenser för pressideologin.

I vissa avseenden kan en del av kraven som förknippas med en frihetlig medieideologi sägas ha skärpts. Det moderna samhället kännetecknas av växande offentlig sektor. Detta gör pressens självständiga kontrolluppgift angelägnare än tidigare. Detta gäller inte minst eftersom etermedierna av

olika skäl ofta inte anses kunna utöva den lika effektivt som tidningarna.

Men samtidigt möter den frihetliga synen, sådan som den kom till tillämpning vid början av århundradet, också kritik. Koncentrationen på mediemarknaden och de allt mäktigare massmedierna har satt systemet ur spel säger man. Det finns inte några möjligheter till åsiktskonkurrens inom de starka, övergripande medierna. Etableringsrätten har blivit illusorisk. Utvecklingen på mediemarknaden har inte lett till kvalitativt bättre medier.

Som en utveckling av den klassiska frihetliga ideologin har den s. k. samhällsansvarsideologin framförts. I USA fick den redan 1947 en omdebatterad presentation av den s. k. Hutchinskommissionen. Utgångspunkten för kommissionen var en hög värdering av massmediernas politiska roll. Det var av omtanke av demokratin som man från samhällets sida måste ställa krav på medierna.

Hutchinskommissionen formulerade ett antal uppgifter som massmedierna borde ha i samhället. Här skall några av dem anges.

1. Att ge en korrekt och fullständig rapportering om händelserna i ett meningsfullt sammanhang.

I ett komplicerat samhälle som vårt är det inte tillräckligt att rapportera fakta sanningsenligt. Det är också nödvändigt att rapportera "sanningen om fakta", dvs. ge bakgrund och analys.

2. Att fungera som forum för utbyte av kommentar och kritik.

Massmedierna är bärare av den allmänna samhällsdebatten. När medierna blir allt färre måste de kvarvarande ha skyldighet att ge utrymme åt "främmande idéer" även om dessa skulle strida mot den uppfattning som mediet i fråga representerar. Denna forumfunktion bör vara ett led i den objektiva rapportering som bör åligga massmedierna.

3. Att ge en representativ bild av de grupper som ingår i samhället.

Det är inte endast nödvändigt att låta olika grupper komma till tals. De måste få göra det på ett sådant sätt att de ges en rättvisande bild. Medierna har också en viktig uppgift när det gäller att motarbeta olika gruppfördomar.

4. Att klargöra samhällets mål, värden och syften.

Medierna tjänstgör som verktyg för bildning och utbildning. De måste känna samma ansvar som en lärare då det gäller att belysa de mål som man bör söka förverkliga i samhällslivet.

I sin analys av mediesituationen förklarade Hutchinskommissionen att de amerikanska medierna inte tillfredsställde de uppställda kraven och att orsaken främst var ekonomisk. Pressdöden var omfattande och tidningarna tvingades in i en konkurrens där man satsade på det ytliga och sensationella men försummade viktiga samhällsuppgifter.

Kommissionens slutsats blev att staten måste ta ett ansvar för mediernas innehåll och existens. Eventuella "ingripanden" skulle dock ske med lätt hand och med respekt för mediernas självständighet. Först och främst skulle medierna verka "självsanerande" genom införande av t. ex. särskilda hedersdomstolar och speciella etiska regler.

Man kan se Hutchinskommissionen som ett av de första och mest ambitiösa försöken att i en västerländsk demokrati vidareutveckla den frihetliga mediesynen. Den grund man fortfarande byggde på var de frihetliga idealen men man försökte anpassa dessa till en ny ekonomisk situation. Framför allt avvek man från den frihetliga synen vad gällde följderna av fri åsiktskonkurrens, frihetsbegreppet och värderingen av staten.

Samhällsansvarsideologin växte fram i USA under trycket av koncentrationsprocessen på tidningsmarknaden. Det var i ett läge då faktiska monopol uppstod på de lokala marknaderna som nya normer för tidningsutgivningen fick aktualitet. I Europa har senare samma debatt kommit i en rad olika länder. Den har förts inte minst inom ramen för de pressutredningar som förekommit i England, Tyskland och de skandinaviska länderna. Samma koncentrationsprocess som i USA har här i Europa drivit fram en likartad debatt.

Det är dock uppenbart att det har varit svårt att nå fram till allmänt accepterade normer. Olika försök att formulera krav på pressen har mötts med misstänksamhet. Man har fruktat att den grundläggande granskarrollen skall gå förlorad. Misstron mot statlig inblandning i pressens affärer har varit mycket stark.

Man kan konstatera att de praktiska konsekvenserna av samhällsansvarsideologin har blivit blygsamma. De krav som ställts på pressen har hållits i allmänna termer. Det stöd som givits från samhällets sida har i allmänhet varit generellt och av blygsam omfattning. Man har försökt att finna alternativ till statliga ingripanden genom att få till stånd olika former av självsanering i pressorganisationers eller enskilda mediers regi.

4.4 Sammanfattning

I detta kapitel har olika normer och doktriner om pressen och övriga massmedier diskuterats. I de västerländska demokratierna har den frihetliga ideologin dominerat. De grundläggande dragen i denna – åsiktskonkurrens, kontroll av myndigheter och fri etableringsrätt – har varit fundament i lagstiftningen i en rad länder. Den har också präglat diskussionen och statsmakternas agerande gentemot medierna.

Hutchinskommissionen har givits stor plats eftersom den torde utgöra det mest ambitiösa försöket att utveckla den frihetliga ideologin. Den visar också på de svårigheter som är förknippade med en sådan verksamhet. Hutchinskommissionen utsattes för hård kritik och de praktiska resultaten av dess verksamhet blev blygsamma.

Det finns i dag knappast enighet kring en ideologi anpassad till det nya läge som inträtt på medieområdet. Koncentrationen på massmediemarknaden har aktualiserat andra problem än dem som den frihetliga doktrinen tar hänsyn till. Rätten till fri etablering t. ex. blir illusorisk när ingen har ekonomiska möjligheter att utnyttja den.

5 Pressdebatt och presspolitik i Sverige

I Sverige har det vid olika tillfällen förekommit en mer eller mindre häftig debatt kring olika medier. Det som här främst intresserar är den diskussion som gällt pressen och pressens förhållande till statsmakterna. Finns det i Sverige utvecklade åsiktsskillnader i mediepolitiska frågor eller är åsiktsgemenskapen dominerande?

Som tidigare kunnat visas har den svenska tryckfrihetslagstiftningen sin grund i en frihetlig ideologi. Den debatt som förts och de åtgärder som vidtagits från statens sida har också haft sin utgångspunkt i denna. Vill man närmare fastställa vilka åsikter och opinioner som finns i press- och mediefrågor är det dock nödvändigt att mera i detalj analysera den presspolitiska diskussionen.

I detta kapitel görs dels en genomgång av debatten under andra världskriget, dels en analys av de senaste årens presspolitiska åtgärder och diskussioner. Under andra världskriget stod frågan om statsingripanden mot pressen i centrum. Det var ett samhälle i kris då tidigare utfästelser om pressens frihet sattes på prov. Under 1960-talet var det frågan om det statliga presstödet och staten som garant för en mångsidig press som dominerade.

De båda situationerna kan med tanke på bakgrund och omständigheter synas ha föga med varandra att göra. De gällde dock båda förhållandet mellan statsmakt och press. I båda fallen aktualiserades också press-ideologiska frågor på ett sätt som inte är vanligt. Under 1960- och 70-talens debatter har det ofta förekommit hänvisningar till förhållandena under andra världskriget.

Först skall världskrigsdebatten behandlas. Början görs med mellankrigstiden och därefter analyseras statsmakternas agerande och de argument som från regeringens och opponenternas sida framfördes. Frågan är vilken principiell syn som de olika parterna hade på förhållandet mellan statsmakterna och pressen och vilken ideologisk förankring de olika meningsriktningarna hade.

5.1 Presspolitik 1930–1945

5.1.1 *Debatten under mellankrigstiden*

Den svenska regeringen ställdes inför presspolitiska problem omedelbart efter det nazistiska maktövertagandet i Tyskland 1933. Mycket snart kom tyska demarcher med anledning av svenska tidningsskriverier men dessa avvisades bestämt. Man hänvisade till att pressen stod fri från staten och att regeringen därför inte hade någon möjlighet att ingripa.

Betecknande är att statsmakterna, bortsett från två åtal sommaren 1933, avhöll sig från några som helst ingrepp. Före 1933 hade i ett antal fall åtal förekommit för kränkande av främmande statsöverhuvud etc. (TF 1812 3:9). Nya sådana åtal skedde först efter världskrigets utbrott. Man ville uppenbarligen demonstrera att det i Sverige var möjligt att kritisera i hårda ordalag utan att regeringen hade legala möjligheter att ingripa.

Protesterna från Tyskland upphörde dock inte. Efter Münchenöverenskommelsen och de tyska annekteringarna av Tjeckoslovakien och Österrike togs klagomålen från den tyska regeringen också mera på allvar. Den svenska regeringen begränsade sig emellertid till informella vädjanden till pressen att iaktta återhållsamhet vid de utrikespolitiska kommentarerna.

Det är intressant att konstatera att den svenska regeringen inte genomdrev någon presspolitisk beredskapslagstiftning. En sådan fanns eller infördes i jämförbara länder. Man nöjde sig med vädjanden till pressen. Man ansåg det inte lämpligt, möjligt eller nödvändigt att tillgripa andra medel, eller också menade man det vara ett allt för stort pris att betala.

5.1.2 *Den förda tryckfrihetspolitiken*

Vid krigsutbrottet 1939 befann sig den svenska regeringen i ett svårt läge ur presspolitisk synvinkel. Det framgångsrika Tyskland ställde stora krav på svensk press och presspolitik. I Sverige fanns en unik tryckfrihet, skyddad i särskild grundlag. Regeringen tycktes ha mycket små möjligheter till ingrepp även om den önskat göra sådana.

Hade regeringen 1939 lagt fram förslag om vissa inskränkningar i tryckfriheten vid krig eller krigsfara skulle det ha tagit två år innan dessa hade kunnat genomföras. Den ansåg sig dock tvungen att ingripa dessförinnan och gjorde det genom att utnyttja den gällande tryckfrihetsförordningen från 1812 så långt någonsin möjligt. Lagens omvittnade oklarhet och delvis motstridiga innehåll blev till hjälp för dem som ville göra ingrepp. Man tolkade paragrafer i önskad riktning och kunde därefter vidtaga "nödiga åtgärder".

De krigstidsimprovisationer som vållade den största debatten var transportförbudet och konfiskationerna utan rättegång. Transportförbudet innebar att regeringen med stöd av en av riksdagen antagen förordning kunde förbjuda skrifter, som tidigare fällts i TF-mål, att spridas med statliga transportmedel. Konfiskation utan rättegång innebar att en skrift

kunde beslagtas och sedan efter konseljbeslut konfiskeras om "missförstånd med främmande makt sig yppat". Missförståndet kunde "yppas" helt informellt eller förutsättas av myndigheterna.

5.1.3 *Debatten om presspolitiken*

Debatten om presspolitiken och tryckfriheten 1940–1944 hör sannolikt till en av krigstidens mest omfattande och intensiva. Det gäller de diskussioner som fördes både i och utanför riksdagen. Avsteg från den traditionella frihetliga ideologin möttes av starka protester.

Under krigsåren accepterade riksdagen i sammanhållningens namn många regeringsförslag vilka i normala fall skulle ha utsatts för en omfattande granskning och opposition. Detta kan dock inte sägas gälla presspolitiska frågor. I presspolitiken formerades en bred opposition i vilken flera av riksdagens mera framträdande politiker ingick.

Yttrandefriheten och en fri press ansågs vara av utomordentlig betydelse för det svenska samhället. Det framgår med stor tydlighet av de många diskussionerna under krigstiden. Pressfriheten var inte något som man endast pliktskyldigt höll fast vid i fred. Den var något man ville kämpa för också under en svår krissituation.

Pressproblem var viktiga problem. Detta utesluter inte att man också ville nå andra saker när man diskuterade pressen. En påfallande stor del av den presspolitiska oppositionen bestod av personer som var kritiska mot den förda utrikespolitiken. Diskussionen om presspolitiken handlade delvis om andra saker än om pressen. Politikerna var tvungna att visa återhållsamhet i utrikespolitiska frågor men kunde tala klarspråk när det gällde presspolitiken. Det är troligt att man ofta, i stället för att t. ex. öppet kräva en mer aktivt avvisande hållning gentemot Tyskland, förespråkade en större frihet för dem som ville kritisera främmande makt, t. ex. Tyskland.

Det är anmärkningsvärt att diskussionen i den presspolitiska frågan endast undantagsvis följde partilinjerna. Den mest uppmärksammade frontlinjen gick mellan pressen å den ena sidan och regeringen å den andra. De klyftor som fanns inom regeringen visades aldrig utåt vid denna tid. På tidningssidan fanns det visserligen de som stödde regeringslinjen – det var främst höger- och bondeförbundsorgan – men de flesta större tidningar var mer eller mindre kritiska. Man vände sig med särskild skärpa mot att presspolitiken fördes utan medverkan från pressen. Kritiska var också Publicistklubben, Svenska Journalistförbundet och Svenska Tidningsutgivareföreningen.

Vid riksdagsdebatterna fanns det en presspolitisk opposition bestående av en allians av ledamöter från socialdemokraterna, folkpartiet och högern. Oppositionen var speciellt stark i första kammaren.

5.1.4 *Den ideologiska förankringen*

Frågan är i vilken utsträckning man kan konstatera skilda ideologiska grunder för de olika ståndpunkterna i presspolitiken under andra världs-

kriget. De olika åsikterna behöver inte ha ideologiska förklaringar. De kan vara en följd av olika bedömningar av det föreliggande krigshotet. Det rådde i det närmaste fullständig enighet om en långtgående presskontroll, t. ex. i form av censur, i händelse av krig.

Bedömningarna av det tyska krigshotet var svåra att göra. Man visste inte hur man skulle bedöma rationaliteten i den tyska statsledningens handlande: "... men med Hitlers temperament... är det ovisst vad han företagit sig i ett skede av provocerat raseri. Man kan inte resonera om en dåre som man gör beträffande kloka människor." Orden är folkpartiledarens Andersson i Rasjön och illustrerar på ett bra sätt de svårigheter som man ställdes inför när man hade en person som Hitler som presumtiv motståndare (Gustaf Andersson i Rasjön, Från bondetåget till samlingsregeringen; 1955 s. 292).

Även med dessa förbehåll måste konstateras att det förelåg uppenbara skillnader vad gäller bedömningen av pressens roll som en tredje statsmakt och förhållandet stat-press i en krigstid. Justitieministern K. G. Westman, som i regeringen hade att svara för presspolitiken, ägde en annan grundinställning än t. ex. Östen Undén, som tillhörde opponenterna. Ett par citat kan belysa de skilda ståndpunkterna.

I censurdebatten 1940 förklarade Westman att ett folk inte kan gå ut i krig "som en diskussionsklubb" (FK 1940 35:35). Ett skärpt läge krävde extra-ordinära åtgärder som också måste gälla pressen. Han varnade i motsvarande debatt 1941 för att pressen skulle få en sådan ställning att det innebar "ett underkännande av regeringens och riksdagens rätt att framför varje annan företräda det svenska folket" (FK 1941 39:91). Pressen var inte en statsmakt som kunde jämställas med riksdagen.

I motsats till Westmans ord kan ställas Undéns inlägg i censurdebatten 1940 där han förklarade att munkorg på pressen i princip var "ungefär lika förkastlig som munkorg på riksdagens ledamöter" (FK 1940 35:41). Det var förkastligt att ge efter för utländska protester mot en nyhetsrapportering som var sakligt underbyggd. En sådan undfallenhet skulle kunna innebära en "modifikation av det egna landets hela författningsstruktur". Man avstod i viss utsträckning "från den fria opinionsbildningen, den offentlighetsprincip och den tryckfrihet, som är ett integrerande led i demokratiens författning" (FK 1940 35:44).

Till skillnad från Westman ansåg Undén att man kunde jämföra pressen som statsmakt med riksdagen. Yttrandefriheten var fundamental så länge en ren krigssituation inte förelåg.

Genom de konfiskationer utan rättegång som förekom under kriget tog den svenska regeringen både principiellt och praktiskt ansvar för pressen. Detta innebar en klar brytning med svensk tradition. Främmande makt kunde därmed göra den svenska regeringen ansvarig för utebliven konfiskation. Kritikerna påpekade också att konfiskationsinstrumentet var "en snara om regeringens egen hals".

Utrikesminister Günther försvarade konfiskationspolitiken i första kammaren 1941. Han menade att regeringen måste påta sig ansvaret för vad som skrevs i tidningarna "i den mån naturligtvis som en utrikespolitisk affär därav uppkommer" (FK 1941 39:89). Stördes rikets för-

hållande till en främmande makt allvarligt av en artikel i en tidning fick "regeringen icke gentemot denna makt undandraga sig ansvaret att avgöra, om artikeln skall få spridas".

I en senare debatt 1944 återkom Günther till "1941 års lagstiftning" och hävdade då att även i framtiden skulle det troligen behövas konfiskationer utan rättegång för att ge utrikespolitiken det speciella skydd denna krävde.

Frågan om den ideologiska förankringen av världskrigets presspolitik kan endast behandlas summariskt i detta sammanhang. Det förefaller dock klart att det fanns en ideologiskt grundad skillnad mellan å ena sidan regeringsförsvararna och å den andra oppositionen. Här har dessa skillnader illustrerats med ett par citat från Westman och Undén – två av de mest framträdande representanterna för de båda grupperna.

5.2 Presspolitiska frontlinjer 1963–1974

5.2.1 *Debattens bakgrund*

Det förekom givetvis en presspolitisk debatt också under perioden närmast efter andra världskriget. Den var till stora delar kopplad till arbetet med den nya tryckfrihetsförordningen. Men de frågeställningar som var aktuella var desamma som under andra världskriget. Skillnaden var endast att de som företrädde den frihetliga synen nu helt hade övertaget. Tryckfrihetsförordningen skulle bli en garanti för att de frihetliga principerna skulle råda också i krissituationer som den under andra världskriget.

Den diskussion om pressen som här skall behandlas var inte orsakad av sådana yttre förhållanden som dem som rådde under andra världskriget. Det var strukturutvecklingen och den ekonomiska krisen för vissa tidningar som orsakade den nya pressdebatten. Tidningsdöd och monopoliseringstendenser gav anledning till nya diskussioner om pressen och presspolitiken.

Det var en speciell händelse som startade debatten. 1963 meddelades att Ny Tid skulle läggas ner. Det var en av tre socialdemokratiska storstadstidningar. Dess nedläggning betydde att i rikets andra stad skulle endast utkomma två liberala morgontidningar.

5.2.2 *Analysens uppläggning*

I det följande skall åsikterna kring ett antal presspolitiska spörsmål refereras och analyseras. Ett antal centrala temata har valts ut för att så representativt som möjligt belysa var det funnits motsättningar av mera principiell betydelse.

Någon kvantifiering av de olika argumenten har inte gjorts. Vissa av de åsikter som här återges har endast framförts någon enstaka gång medan andra hörts ideligen i debatten. Det är för att beskriva spännvidden i diskussionen och belysa de ideologiska likheterna och olikheterna som referatet görs.

Början görs med de olika värderingarna kring den s. k. tidningsdöden och de åsikter som framförts i samband med denna. Förhållandet press och stat aktualiserades i samband med tidningsnedläggningarna eftersom staten blev aktuell som "hjälpare". Vidare behandlas tidningarnas förhållande till partierna: vilka fördelar och nackdelar har man ansett förknippade med den i Sverige vanliga kopplingen mellan parti och press? Den s. k. forum-tidningen har framförts som ett alternativ till ett mångsidigt tidningsutbud. I vilken utsträckning har denna bedömts ha förtjänster eller nackdelar? Slutligen görs som en summering av debatten en översikt över de åsikter som framkommit i frågan om vem som skall ha makten över medierna.

De debattdeltagare som framför allt analyseras är tidningarna. Det är utan tvekan möjligt att genom pressen få en tillräckligt representativ bild av diskussionen kring den svenska mediesituationen. De argument som förekommit i t. ex. riksdag, radio och tv återspeglas i allmänhet i pressen.

5.2.3 *Värderingar kring tidningsdöden*

En viktig utgångspunkt för ställningstaganden i presspolitiska frågor är vilken politisk betydelse man tillmäter pressen. Det är självklart att koncentrationen på tidningsmarknaden blir ett betydligt allvarligare problem för den som sätter pressens politiska roll högt än för den som menar att andra medier kan fylla uppgiften lika väl som tidningarna.

För de flesta som deltagit i den av tidningsdöden föranledda debatten synes frågan om pressens politiska betydelse ha varit en självklarhet. Man har förklarat att pressen är en förutsättning för den demokratiska opinionsbildningen men sällan mera systematiskt redovisat vilka olyckor en tidningsdöd leder till. Som negativa följder av utvecklingen på tidningsmarknaden brukar – i olika sammanhang och med varierande styrka – följande företeelser anges:

- *monopolisering* – allt fler tidningar blir utan konkurrens på sin utgivningsort. Detta kan betyda både sämre produkter och minskade möjligheter för vissa grupper att komma fram.
- *utglesning* – färre tidningar betyder färre stämmor i presskören vilket leder till en torftigare politisk debatt.
- *ägarkoncentration* – ägarna blir färre och därigenom mäktigare. Det finns också klara tendenser till kedjebildning.
- *politisk snedfördelning* – partiernas pressandelar är mycket ojämnt fördelade och står i stark kontrast till väljarkårens partisympatier. Denna bristande representativitet hotar att förstärkas genom tidningsdöden.
- *kommersialiseringen* – det är en fara för pressen att det kommersiella draget i tidningsutgivningen får en allt starkare betoning. Det finns en risk för att man i ett hårdare pressklimat blir än mer kommersiell – man använder sig av vilka medel som helst för att undvika nedläggning.

Men det har också funnits andra röster än de som hävdat pressens stora politiska roll och de svåra konsekvenserna med tidningsdöden.

Ett argument har varit att nedlagda dagstidningar kan ersättas av andra medier och kanaler.

"Det är uppenbart att det finns en lång rad andra vägar, på vilka de politiska meningarna sprides och hålles levande hos menige man. Det finns inte något skäl för staten att hålla just dagstidningar vid liv bara för att rädda den politiska yttrandefriheten. Den friheten har många andra effektiva stämmor att tala med." (VLT 70-11-23)

I förlängningen av detta argument finns också de som hävdar att tidningsföretag på intet sätt skiljer sig från andra företag. Branschen som sådan skall inte gynnas framför andra branscher.

"I princip är det ingen skillnad på att producera tidningar och att tillverka tvål. ... Men här yras en massa patetiskt om tystade röster, om den fria samhällsdebatten osv." (Karlskoga Tidning 74-03-09).

Bland dem som inte ser tidningsdöden som ett allvarligt problem finns det flera som påpekar att det kan finnas fördelar med tidningsdöden. I stället för många och svaga tidningar får man färre men starkare organ. Dessa kan på ett helt annat sätt än de små tidningarna föra en självständig politik och framför allt kan de bättre fylla kraven på bevakning av statsmakten. En resursstark tidning kan också satsa på kostnadskrävande information, t. ex. i form av en betydande utlandsbevakning. De små och svaga landsortstidningarna har, menar man, ofta svikit både bevakaruppgiften och informationsförpliktelserna.

Från vissa håll hävdas också att de tidningar som fått läggas ner ofta stått i stark beroendeställning till olika bidragsgivare. Detta har gjort dem till "medlemsblad", som ej kunnat ta upp kampen med de stora ekonomiskt starka tidningarna som kan ge sin breda publik en mera kvalitativt högtstående information. Tidningsdöden har snarast varit till fördel för konsumenten.

Här har inte gjorts någon kvantitativ analys av de olika argumenten. Det är dock inte någon tvekan om att de som beklagar tidningsdöden starkt överväger kvantitativt. Det kan också påpekas att de som betonat de kvarlevande tidningarnas stora fördelar just varit de resursstarka tidningarna.

5.2.4 *Förhållandet press – stat*

Frågan om statligt stöd till pressen kom till allmän debatt genom Ny Tids nedläggning och tillsättandet av den första pressutredningen 1963. I utredningsdirektiven hette det att man skulle överväga "huruvida och i vilken utsträckning särskilda åtgärder bör vidtagas från statsmakternas sida för vidmakthållande av en fri opinionsbildning".

Debatten kring generella stödåtgärder

Det första problem som togs upp i samband med debatten kring pressutredningens tillsättande var frågan om vad staten skulle kunna göra. Statsmakterna hade ekonomiska resurser att hjälpa tidningarna men det

fanns en stor skepsis mot staten som hjälpare. Vilken stödform man än kunde finna – det gällde både selektiva och generella former – förelåg det risk för att tidningarna skulle kunna komma i ett beroendeförhållande som staten kunde utnyttja.

Flera tidningar var emot alla former av stöd och deras argumentation hängde nära samman med deras syn på tidningsdöden. Man framhöll att det var fråga om en naturlig koncentrationsprocess för tidningarna vilken i själva verket skulle kunna innebära betydande fördelar. Viktigast var att det fanns kvar ett antal stabila företag, fria från stat och partier. Dessa skulle kunna upprätthålla tidningarnas viktigaste funktion: att övervaka makthavarna.

Vid början av debatten kring statliga stödåtgärder gick frontlinjerna framför allt mellan dem som kunde acceptera vissa stödåtgärder av generellt slag och dem som inte kunde tänka sig något stöd alls. De som vände sig mot varje form av statligt stöd hade en klar förankring i den frihetliga ideologins argumentering:

> Statsbidrag munkavle på pressen.
>
> Tanken på statliga bidrag till pressen svär emot tryckfrihetens anda och innehåll. Dess främsta syfte är just att fastslå pressens oberoende av staten. Statssubvention är oförenlig med pressfriheten . . . (Expressen 63-11-22.)
>
> Varje resonemang om att staten skall skapa gynnsamma ekonomiska villkor för pressen leder, såvida de innefattar något mera än rena självklarheter, till ett subventionstänkande av mest äventyrliga slag. (GHT 63-11-22.)
>
> Vi tror inte heller att det skulle vara till gagn för en fri press att söka lista ut några detaljområden där samhällelig hjälp finurligt skulle kunna sättas in. Varje sådan anordning skulle göra pressen i större eller mindre utsträckning beroende av de skiftande maktkonstellationerna statligt och kommunalt. (Östergötlands Folkblad 63-11-15.)

Staten misstroddes även om den kom med gåvor. Pressen ansågs skola komma i ett beroendeförhållande till staten som skulle göra att den inte skulle kunna fullgöra sina uppgifter.

För åtskilliga tidningar var det dock klart att branschen stod inför en kris och att man i det läget inte borde tacka nej till stöd från samhällets sida. Man framhöll att det alltid förekommit stödåtgärder som gynnat branschen bl. a. i form av förmånliga posttaxor. Detta hade aldrig inneburit något hot mot bevakarfunktionen. Generella stödformer behövde således inte vara utmanande (DN 63-11-21). Det viktigaste var att det blev ett stöd till "alla tidningar" (Arbetet 63-11-22).

1963 års pressutredning blev inte enig. Majoriteten avvisade generella stödåtgärder eftersom dessa i huvudsak endast skulle hjälpa dem som inte behövde hjälp. I stället föreslog man ett stöd till andratidningarna via partierna. Minoriteten ville ha generella åtgärder för att främja "ett pressvänligt klimat". Man ville ha reviderade posttaxor, ökad offentlig annonsering, långfristiga lån för investeringar och stöd åt tidningsteknisk forskning.

Bland de 61 tidningar som i april 1965 uttalade sig om pressutredningens förslag var det endast två som helt försvarade detta, nämligen Aftonbladet och Arbetarbladet. De socialdemokratiska tidningar och centertidningar som kritiserade majoritetens förslag talade ofta varmt för gene-

rella åtgärder. Stockholms-Tidningen föredrog däremot – i likhet med LO – en kombination presstöd/partistöd framför det stöd som utredningen föreslagit.

Även i remissvaren återfanns ofta starka sympatier för generella åtgärder. Ett avvisande av sådana var mycket sällsynt. Tidningsutgivareföreningen, Publicistklubben, Svenska Arbetsgivareföreningen och Näringsfrihetsombudsmannen argumenterade direkt och principiellt för generella åtgärder. Bakom låg mer eller mindre klart utsagda betänkligheter mot selektivt stöd. Generella åtgärder behövde inte vara ett hot mot pressfriheten men med selektiva stödformer ansågs riskerna betydande.

Man kan konstatera att debattpositionerna på ett par år förskjutits från att gälla huruvida stöd över huvud taget skulle kunna accepteras till vilka former av stöd som var förenliga med det pressystem som fanns i landet.

Inför 1967 års pressutredning var frågan om generellt stöd ej längre kontroversiell. De direktiv som utredningen fick och som utgick från generella åtgärder utlöste inte någon debatt av det slag som direktiven till 1963 års utredning. Då utredningen 1968 kom med förslag om lånefond och samdistributionsrabatt mötte detta inte några principiella betänkligheter. Man accepterade att pressen blev föremål för stödåtgärder.

Diskussionen gällde formen för sådana åtgärder. Det fanns från många håll tvivel om att de föreslagna åtgärderna skulle kunna hjälpa de tidningar som var i behov av stöd. Många av dem fick för övrigt redan ett betydande stöd framför allt från partiorganisationerna. Kritikerna menade att det krävdes mera omfattande och selektiva åtgärder om det skulle bli möjligt att upprätthålla en differentierad press. De generella stödformerna förändrade inte läget för andratidningarna och de förslag som 1967 års utredning kom med var enligt kritikerna inte tillräckliga.

Debatten om selektivt presstöd

Ett selektivt stöd till tidningarna förekom som ett alternativ redan 1963. Detta avvisades dock av de flesta. En tidning betackade sig för "några slags 'subventioner' a la jordbruket för pressen" (Dagbladet Nya Samhället 63-11-14). De selektiva stödåtgärder som första pressutredningen föreslog utsattes också för stark kritik.

Inom alla partier fanns under hela 1960-talet en skepsis gentemot selektiva åtgärder. Från liberala och konservativa tidningar var den starkt uttalad men den fanns också hos centern och socialdemokraterna. Under första delen av 1970-talet förändrades läget. Regeringen föreslog 1971 under trycket av kraftigt försämrade ekonomiska förhållanden för andratidningarna ett stöd till denna grupp. Detta s. k. produktionsstöd stöddes i riksdagen av socialdemokrater och centerpartister men fick stark kritik från moderater och folkpartister. I pressen fanns samma frontlinjer.

Den debatt som förts kring det selektiva stödet är synnerligen omfattande och diskussionen pågår fortfarande. Här skall göras ett försök

att inventera de huvudargument som anhängare respektive motståndare till denna stödform anfört.

Det har redan konstaterats att motståndet mot de selektiva åtgärderna framför allt kommit från de moderata och liberala tidningarna. I deras kritik har funnits sex huvudargument:

1. Kontrollfunktionen hotas

En av pressens främsta uppgifter är att kritiskt granska myndigheterna. Ett direkt, selektivt stöd till enskilda tidningar gör dessa beroende av dem de skall granska. De kan inte fullgöra sin kontrollfunktion. Beroendet av staten kanske inte aktualiseras under normala samhällsförhållanden men kan vara ytterst ödesdigert i en krissituation då pressfriheten verkligen betyder något. Hur skulle Torgny Segerstedt ha klarat sig under kriget om Handelstidningen varit ekonomiskt beroende av ett statsstöd?

2. Strider mot tryckfrihetsrätten

TF 1949 stadgar att myndighet inte får hindra utgivning eller spridning av skrift genom åtgärd som inte äger stöd i förordningen. Att ge bidrag till vissa skrifter men inte till andra och dessutom med annons-/reklamskatt belasta dem som inte får bidrag är att hindra de icke subventionerades utgivning. Detta innebär ett s. k. positivt hinder.

3. Ekonomiska friheten kränks

Genom de omfattande subventionerna till vissa tidningar rubbas den fria marknadsbalansen. Den ekonomiska friheten kränks på ett sätt som saknar motsvarighet inom affärslivet i övrigt.

4. Subventionerna ineffektiva

Det går inte i längden att upprätthålla en tidningsdrift som saknar marknadsmässigt underlag i fråga om annonser och upplaga. Kraven från de subventionerade tidningarna kommer endast att öka. Hjälpen kommer – även om bidragen ökar – inte att bli så effektiv att den gör det möjligt för dessa tidningar att överleva på en sund ekonomisk basis.

5. Alla tidningar blir förlustföretag

Det finns risker för att stödet till andratidningarna kan driva kostnaderna för samtliga tidningar i höjden så att även förstatidningarna blir förlustföretag. Prissättningen kommer att följa andra regler än sunda ekonomiska. "När ett statligt subsidiesystem lagt sitt förlamande grepp över tidningsmarknaden då är ingen tidning längre fri och oberoende." (NWT 74-03-09.)

6. Reglerna ger utrymme för godtycklighet

Produktionsbidraget skall visserligen vara konstruerat efter en generellt verkande princip. Men det finns redan exempel på hur dessa regler lätt kan formuleras "för att tillgodose speciella syften under den skenbara objektivitetens täckmantel". Till detta kommer att presstödsbestämmelserna ej är grundlagsfästa utan lätt kan ändras av riksdagen.

Argumenten mot det selektiva stödet kan samlas i tre grupper. Den första gruppen knyter direkt an till den frihetliga pressideologin vad avser

nödvändigheten att hålla en sträng boskillnad mellan stat och press. I den andra gruppen dominerar de ekonomiska argumenten. Även här finns starka frihetliga drag. Man varnar för ingrepp i marknadsmekanismerna. Detta kan få en rad olyckliga konsekvenser för hela branschens ekonomi. Den tredje gruppen är argument som gäller stödets utformning. Regelsystemet skulle kunna utnyttjas för egen partipolitisk vinning.

Argumenteringen *för* selektiva bidrag har inte haft samma förankring i en klart formulerad pressideologi. Utgångspunkten har varit att de selektiva stödformerna varit de enda tänkbara om man vill bevara en differentierad press. Generella stödformer kan inte vara lämpliga när det endast är en viss grupp tidningar som har problem. Tvärtom, man måste hjälpa dem som behöver hjälp.

I argumenteringen mot opponenterna till den förda stödpolitiken har också förekommit en principiell kritik mot den frihetliga pressideologin. Man har sagt att det blivit en frihet i första hand för utgivarna av de ekonomiskt starka tidningarna. I detta läge har det endast funnits en kraft som kunnat ge en varaktig och säker hjälp. Det har varit staten.

De principiella betänkligheter som opponenterna mot stödpolitiken framfört avvisas med följande argument:

1. I ett demokratiskt samhälle är staten inte farlig som stödgivare

Staten innebar en fara för pressen då det var ett auktoritärt styrelseskick. I en demokrati finns inte samma risker för övergrepp. Det är fel att påstå att statsstöd skulle betyda statsingripanden. Tvärtom kan pengar från staten vara mindre riskabla för en tidnings frihet och självständighet än sådana från näringsliv och annonsörer. Det som hypotetiskt kan inträffa i vissa krisskeden kan man aldrig gardera sig helt emot.

2. Det är grupper av tidningar och inte enskilda tidningar som stöds

Stödet är inte selektivt i den meningen att det skall gynna vissa tänkta eller angivna tidningar. Produktionsbidragen fördelas efter en automatiskt verkande princip och ges till tidningar oavsett innehåll och partifärg. Det är omöjligt för statsmakterna att använda hot om indragning av stödet som påtryckning gentemot enskilda tidningar.

3. Selektiva stöd har prövats utan negativa konsekvenser

På en rad områden förekommer selektiva stödformer utan att dessa används i dirigerande syfte. Känner sig konstnärer som mottar statliga stipendier styrda av statsmakten? På tidskriftsområdet finns det ett selektivt stöd åt kulturtidskrifter som fungerat väl.

4. Produktionsstöd är förenligt med tryckfrihetslagstiftningen

Det är fel att påstå att produktionsstöd skulle vara oförenligt med gällande tryckfrihetslagstiftning. Juridisk prövning har ägt rum. Produktionsstödet är ett skydd för yttrandefriheten och ej ett hot mot denna.

5. Den sneda pressfördelningen är upprörande – inte presstödet

Det är mer upprörande att de två största partierna i Sverige tillsammans endast stöds av en knapp fjärdedel av den svenska pressen om man ser till upplagan än att ett antal tidningar mottar statliga subventioner.

Partierna är nödvändiga för att demokratin skall fungera. De olika partierna måste ha någorlunda likartade chanser att få ut sina budskap. Upphörde subventionerna skulle det nästan bara finnas moderata och liberala tidningar kvar.

De här angivna exemplen torde vara tillräckliga för att visa hur försvararna av det selektiva stödet på flera punkter modifierat den ursprungliga frihetliga pressideologin. Staten är inte fienden mot vilken man måste bygga upp skydd. Annonsberoendet är lika farligt för pressens frihet som statliga stödåtgärder beslutade i demokratisk ordning och under parlamentarisk kontroll. Det stödsystem som genomförts i Sverige är så säkert att man inte behöver frukta övergrepp från statsmakternas sida även om dessa skulle vilja göra sådana.

5.2.5 *Förhållandet parti – press*

Det finns vissa skillnader mellan partierna i deras förhållande till tidningarna. För socialdemokraterna, vänsterpartiet kommunisterna och till viss del centern har tidningarna drivits av partiet eller partiet närstående organisationer. De tidningar som stött folkpartiet och moderata samlingspartiet har i allmänhet drivits av enskilda ägare eller haft ägarformer som stått åtskilda från de politiska organisationerna.

Vad den mer eller mindre starka anknytningen mellan press och parti betyder för tidningsdrift och tidningsinnehåll har inte närmare klarlagts och torde vara svårt att precisera. Den varierar mellan partier och tidningar och inom partier och tidningar.

Lika lång tid som det funnits ett samband mellan parti och press har det pågått en diskussion kring denna koppling. Det har framförts argument för och emot partianknytningen. En av orsakerna till denna diskussion torde vara att partianknytning strider mot den gamla frihetliga ideologins krav på självständighet för pressen. I det följande anges vissa drag i den förda debatten kring press och parti.

Debatten kring partipressproblematiken blev speciellt stark i samband med 1963 års pressutrednings förslag om att stödmedlen skulle fördelas av partierna. Vid ungefär samma tid utkom en debattbok av Lars Furhoff kallad "Pressens förräderi" som åstadkom en diskussion kring pressens funktioner och dess förhållande till de politiska partierna.

Det grundläggande argumentet för dem som kritiserade pressens partianknytning var att man genom att solidarisera sig med ett parti svek övervakarfunktionen. Den tidning som identifierade sin sak med t. ex. ett regeringsparti kunde knappast samtidigt försvara folket mot makthavarna.

Speciellt farlig ansågs partianknytningen bli på det kommunala planet, där journalisterna oftare binds av dubbla lojaliteter. Tidningsmän som sitter i kommunala församlingar kunde svårligen också kontrollera dessa. De skulle försvara de kommunalpolitiska besluten i stället för att kritisera dem. Debatten skulle föras bakom slutna dörrar i stället för – som den borde – i tidningarnas spalter inför allt folket.

Det ansågs att om 1963 års pressutrednings förslag omsattes i verkligheten skulle det betyda att man satte "bredare trattar på gamla partimegafoner" (Expr. 65-04-03). Det skulle vara ödesdigert för pressens "livsbetingelser, om man överlämnar åt partistrategerna att spela schack med de svenska landsortstidningarna som pjäser" (Eskilstuna-Kuriren 65-01-26). I valet mellan ett stöd kanaliserat genom partikanslierna och ett direkt statligt stöd föredrog dock en del debattörer det senare. De trodde mera på statens oväld än på partiernas (Arbetet 65-02-26).

Ett ofta återkommande tema i diskussionen kring partipressen var att tidningar med nära anknytning till partier skulle vara sämre skötta företag än andra. De påstods också ha ett innehåll som inte tilltalade läsarna genom att låta stoff av allmänt intresse stå tillbaka för det specifikt partiinterna. Ett huvudfel sades vara att redaktionell och ekonomisk ledning rekryterades på åsiktsmässiga och inte professionella grunder. Till tidningarna kom "klantskallar i ombudsmanna- och andra politrukskepnader" (Västmanlands Nyheter 74-05-16).

Tidningsnedläggningar förklarades med att läsare och därmed också annonsörer skrämdes bort av det partiprofilerade innehållet. Det var de tidningar som inte hade en så nära anknytning till partierna som klarade sig. De accepterades av läsarna.

Den skepsis som ofta uttalades mot organisationsanknytning av pressen inskränkte sig inte till partierna utan gällde även folkrörelserna. Pressen måste hävda sig också mot dessa. De s. k. idéburna folkrörelserna var "starkt etablerade maktorganisationer, vilkas gärningar och ledande personer en oberoende press i stället måste känna ett ansvar att utan alla hinder bevaka och berätta om" (Expr. 74-05-09).

Kritiken mot ett nära samband mellan parti och press har i övervägande grad kommit från tidningar med anknytning till moderata samlingspartiet eller folkpartiet. En annan form av kritik mot partitidningar har förekommit i den socialdemokratiska pressen.

Man har menat att partianknutna tidningar kunde accepteras då man hade flera konkurrerande tidningar på många orter. När konkurrensen förbyttes i lokala monopolsituationer blev läget ett annat. Då blev det hela ett omöjligt system. Den enda kvarlevande tidningen kan ej behålla samma typ av partiorientering som den hade under en tid då läsarna hade en valfrihet.

I försvaret för pressens partianknytning framhölls att tidningarna inte alls var så partitrogna eller politiskt inriktade som kritikerna påstått. Gentemot den borgerliga pressens kritik av partianknytningen hävdade socialdemokratiska tidningar att det även bland borgerliga tidningar fanns en partitrohet fastän mindre öppet uttalad. De borgerliga tidningarna påstods lura läsarna med en opolitisk fasad medan innehållet i själva verket var starkt politiserat.

Påståendet att partianknutna tidningar skulle vara sämre skötta än andra har bemötts på olika sätt. Dels har man förklarat att en lång rad tidningar med mindre markerad partianknytning också fått läggas ner. Dels har man menat att det funnits andra orsaker till de partianknutna tidningarnas svårigheter än det politiska materialets omfattning.

På senare tid har också det positiva i en grupporienterad syn betonats. Vårt politiska system bärs väsentligen upp av partierna och det måste vara självklart att dessa partier skall ha en möjlighet att nå ut till väljarna med sina program. Men en partipress är enligt detta synsätt också viktig för det interna partiarbetet. Den ger en plats där debatt och kritik kan föras på en gemensam ideologisk grund. Det måste finnas en kommunikation mellan representanterna och dem de representerar och för en sådan kommunikation lämpar sig tidningarna utmärkt.

Slutligen har det hävdats att i dagens kommersialiserade marknadskonkurrens gynnas en journalistik som prioriterar sensation, spänning och personskvaller. I det läget kommer folkrörelserna med sina seriösa budskap i kläm. Det är farligt om inte medier med parti- och folkrörelseanknytning får en plats i mediesamhället. Folkrörelserna sägs ha en uppenbar rätt att till allmänheten föra fram vad de anser väsentligt utan att budskapen förvrängs och vulgariseras i kommersiellt inriktade medier.

Sammanfattningsvis kan konstateras att kritikerna och försvararna av en partiorienterad press har lagt tonvikten vid olika huvudfunktioner för pressen. För kritikerna av partipressen har granskarrollen varit den väsentliga. En sammanblandning mellan partier och tidningar sägs hota en självständig press. Den "tredje" statsmakten skall aldrig blandas samman med den "första". Detta skulle vara en fara inte bara på riksplanet utan kanske framför allt på det lokala planet.

Försvararna av partipressystemet har i stället utgått från den representativa demokratins krav på kommunikation. De har ansett det vara en lika stor fara om partierna inte nådde väljarna med sina budskap som om tidningarna inte nådde ut med sina. Det krävs partier för att det demokratiska systemet skall fungera. Dessa partier måste ha möjligheter att föra en diskussion med väljarna.

5.2.6 *Forumtidningen*

I nära förbindelse med diskussionen kring partipressen står den om forumtidningen. Bakgrunden är utvecklingen på tidningsmarknaden där på många platser konkurrensen mellan olika partitidningar ersatts av en enda tidning. Tidningarna måste dra konsekvenser av denna utveckling – har det hävdats – och bryta banden med partiet och övergå till att bli ett forum för landets/bygdens kulturella och politiska debatt.

"Det är besynnerligt att det alltjämt finns folk som i tidningsdödens dagar hävdar att en tidning bör införa endast sådana bidrag som överensstämmer med tidningsledningens åsikter eller, om avvikande åsikter framförts att de omedelbart bör bemötas eller vederläggas." (DN 68-04-14.)

Ett första krav på forumtidningen, enligt dennas tillskyndare, är att den generöst skall släppa till plats för olika åsikter. Den bör utan att släppa efter på sitt eget jag lämna plats även för en bredare debatt med inlägg från olika åsiktsriktningar. Det kan ske på olika sätt. Man kan ge fritt utrymme för olika partier att framföra sina budskap och idéer. Man kan engagera kolumnister som representerar andra åsiktsriktningar än

tidningens egen. Man kan kräva signering av ledarartiklar så att "den falska auktoriteten" i anonyma tyckanden bryts ner.

De som drivit forumidén hårdast har hävdat att hela tidningen skall vara ett torg tillgängligt för alla. Det skall även gälla ledarsidan på vilken man skall kunna återfinna kommentarer från personer representerande olika meningsriktningar. Det blir i detta läge omöjligt att tala om en tidnings linje.

I allmänhet har dock forum-idéns förespråkare ej velat gå så långt. Man har menat att det räcker med att ledarsidan kompletteras av inlägg från andra partier och att andra åsiktsriktningar kommer fram. Man skall ha en stor insändaravdelning och journalister som rapporterar sakligt och opartiskt.

Kritik mot forumidealet har kommit från skilda håll. Det har väckt opposition både från dem som betonat värdet av en partiidentifierad tidning och från dem som ansett att tidningen har en roll som självständig kraft i samhällsutvecklingen.

"Läsaren måste känna, att hela tidningen är skriven och sammanställd i enlighet med den attityd tidningen intar på ledarplats." Det skulle ligga en fara i om tidningen tappar sin identitet och blir en "plattform för allsköns åsikter" (Örebro-Kuriren 63-11-16). Tidningar av forumkaraktär anses av många inte kunna spela någon viktig roll i den politiska diskussionen.

Som varnande exempel på hur forum-idén kan förfuskas och leda till en minskning av pressens betydelse har angivits amerikanska s. k. community papers. Dessa har beskrivits som tidningar utan egen linje vilka stryker makthavarna medhårs. De anklagas för att satsa på det kortsiktigt säkra och aldrig våga utmana en majoritet av läsare eller ens en större minoritetsgrupp. En sådan tidning skulle endast få till uppgift att konservera existerande samhällssystem – oavsett hur detta ser ut.

I Sverige har en rad tidningar sökt anpassa sig efter modifierade forum-funktioner. Exempel härpå är Dagens Nyheter och Vestmanlands Läns Tidning. Man har deklarerat att man skall följa en öppen linje gentemot läsekretsen och att man skall vara generös mot oliktänkande. I ett presspolitiskt uttalande från Svenska Tidningsutgivareföreningen våren 1975, antaget av TU:s föreningsmöte, förklaras också bl. a. att tidningsföretagen kan "med ökad kraft verka för att tidningarna i debatt och opinionsbildning med stor generositet ger utrymme åt partier, organisationer och andra röster än dem som tidningsföretagen företräder".

Den utveckling som ägt rum och de tendenser mot ett accepterande av forumidealet som kan konstateras har dock också mött kritik. Kritikerna har sagt att forumtidningarna ger ett bedrägligt sken av allsidighet och opartiskhet och att de ej alls mildrar verkningarna av tidningsnedläggningarna.

– Vad det handlar om är fortfarande borgerliga tidningar som bakom sin skenbart neutrala täckmantel fortsätter att kämpa för borgerliga intressen. (Arbetet 74-03-30.)

Det kan konstateras att forum-tidningen spelat en framträdande roll både i diskussionen och när det gäller praktiska åtgärder. För många har den varit lösningen på de problem som kommit med tidningsdöden. Utmärkande är dock att olika debattörer och olika tidningar velat gå olika långt när det gäller att efterlikna forumidealet. I vissa fall har man endast infört en debattsida medan det i andra fall fått konsekvenser för hela tidningens utformning.

I diskussionen har forumtidningen ofta använts som ett svar till dem som ansett att den politiska snedfördelningen varit ett hot mot demokratin och den fria pressen. Det har hävdats att friheten tvärtom blivit större inom den kvarvarande tidningen än den var då det fanns flera lokala tidningar.

5.2.7 *Vem skall bestämma tidningens innehåll?*

En stor del av de senaste årens debatt kring tidningarna har gällt frågan vem som skall bestämma tidningarnas innehåll eller vem som skall ha "makten" över pressen. Bakgrunden till denna diskussion liksom till de flesta andra som refererats tidigare är naturligtvis utvecklingen på tidningsmarknaden. De allt färre och större tidningarna har skapat nya problem. I ett läge där läsarna hade möjlighet att välja mellan olika produkter var diskussionen om annan "läsarmakt" än den som kom till uttryck i tidningsvalet knappast aktuell. Då kostnaderna för en etablering av en ny tidning av heltäckningstyp är så stora att inte ens de största organisationer orkar med dem blir utgivar- och ägarfrågorna aktuella.

I det följande skall fyra olika sätt att lösa problemet om makten över tidningarna tas upp: att ge den till (1) privata ägare, (2) staten, (3) journalisterna eller (4) läsarna. I debatten har de alla förts fram som tänkbara garanter för pressens frihet.

Privata ägare

Genom TF 1949 garanteras varje medborgare rätten att utge periodiska skrifter. Detta är en av grundvalarna i tryckfrihetsförordningen. Det var med stöd av en liknande bestämmelse oppositionella politiker under 1800-talet kunde grunda tidningar och kritisera de styrande. Rätten att komma till tals kunde garanteras genom rätten att utge skrifter.

I debatten under senare år har åtskilliga anknutit till utvecklingen på tidningsmarknaden och hävdat att i det nuvarande läget måste det privata tidningsägandet ses i annat ljus. Det är omöjligt att starta tidningar och tidningarna har fått en annan roll. Det måste vara oförenligt med ett demokratiskt system att man kan ärva den makt som innehavet av en tidning innebär. Pressen är en allmän angelägenhet, inte en enskild.

De som försvarat det privata ägandet har bl. a. framhållit att i praktiken blir ägaren den yttersta garanten för att tidningen fyller en samhällsuppgift. Detta skulle dock kräva att man inte utövar ett direkt inflytande på redaktionen eller hindrar någon från att säga sin mening. Det är enligt denna uppfattning naturligt att det finns privatägda tidningar vid sidan av

stiftelseägda, partiägda, organisationsägda, kooperativt ägda och journalststyrda.

De privata ägarna kan, menar man, inte arbeta utan allmänhetens förtroende. Allmänheten har goda möjligheter till kontroll och inflytande medan ägaren har små chanser att missbruka sin ställning. Gällande tryckfrihetsrätt garanterar enskilda rätten att ge ut tidningar. Detta bör ingen förmena dem.

Man hänvisar också till att det enligt svensk lag är tillåtet att ärva – oavsett vad man ärver. Tidningar kan därvid inte utgöra något undantag. Samhället borde också kunna dra nytta av den kontinuitet som det innebär att en tidning ärvs – kanske över flera släktled.

Staten som garant

I diskussionen kring makten över medierna finns det inte någon som direkt förespråkat en statens makt i stället för makt åt t. ex. privata ägare eller journalister. Däremot har staten förts fram som en yttersta garant om t. ex. pressens interna övervakning inte förslår. Staten måste kunna träda in "för att säkerställa saklighet, genmälesrätt och mångsidigheten i opinionsbildningen. Det finns inga sådana skillnader mellan tidningspapper och elektromagnetiska radio- och tv-vågor att de motiverar skilda regler för opinionsbildande monopol" (H. Schein, DN 73-01-10).

Man menar således att i det nya strukturläget gäller nya regler. Staten får en ny roll eftersom den inte längre kan anses som ett "hot" utan i den utbyggda demokrati som finns i Sverige i stället kan betraktas som garant mot ingrepp från enskilda och kommersiella intressen. Det vore ur denna synpunkt – har det sagts – inte orimligt med en "radionämnd" för tidningarna.

Synen att en särskild nämnd skulle kunna garantera en saklighet och mångsidighet i pressen har väckt många gensagor. För dem som ser pressens främsta uppgift att verka som en utomparlamentarisk kraft, en övervakare av myndigheter i alla skepnader, skulle en "radionämnd" vara svår att acceptera. Den skulle representera de i samhället väletablerade. Den frihet den skulle kunna ge vore "friheten att lyda polisen " (L. Gustafsson, Expr. 73-01-22). En statlig reglering av pressen av samma typ som den som gäller radio/tv skulle innebära ett påskyndande av utvecklingen mot utslätade "community papers".

Journalisternas rätt till inflytande

Det finns i utlandet tidningar där journalisterna fått ett stort eller avgörande inflytande. I flera fall har journalisterna blivit ägare av tidningen och i andra har de genom kontrakt fått makten över den redaktionella delen. De exempel som oftast brukar nämnas i diskussionen är franska Le Monde och danska Information. Med utgångspunkt från dessa tidningar har man argumenterat för ett reellt och avgörande redaktionellt inflytande för journalisterna.

Journalisten skulle enligt denna argumentationslinje vara "samhällets öga och öra", inte ägarens. Denne må sedan vara en privatperson eller en organisation. Men för att journalisten skall kunna uppställa krav på makt bör han besitta professionalitet. Han borde utveckla en större yrkesskicklighet och det borde finnas organ för självkontroll. En ny journalistroll påstås vara den naturliga konsekvensen av pressens monopolisering och utvecklingen av en ny journalistik "det enda realistiska alternativet, om man vill se massmedierna som något annat än etablissemangets språkrör" (L. Furhoff, Iakttagelser 1974:1, s. 25).

Makten bland journalisterna borde – enligt vissa debattinlägg – vara så spridd som möjligt. Det skulle inom varje tidning skapas många självständiga centra som valde sina egna chefer. Chefredaktören skulle endast ha administrativa funktioner.

Svenska Journalistförbundet har i sitt långsiktiga fackliga handlingsprogram, fastställt av 1974 års kongress, uttalat sig om journalisternas ställning på arbetsplatsen. Man förklarar att en stor del av det kapital som arbetar i de existerande företagen har "till en liten del skapats av ägarna och till en mycket större del av de anställda". Under senare tid har också det allmänna skjutit till stora belopp.

Samhällets inflytande över massmedia får inte ha formen av en direkt beslutsmedverkan i de enskilda företagen. Där bör förskjutningen av makt och inflytande ske från kapitalägarna till de anställda. Läsarnas inflytande över tidningarna kanaliseras bl. a. genom journalisternas kontakter med allmänheten och ökar när de anställdas ställning stärks i företagen.

Kraven på en starkt ökad journalistmakt har mött kritik. En del kritiker har ansett att journalisten är en advokat med självvalt uppdrag. "Inte en katt har bett oss bli journalister eller överhuvudtaget yttra oss. Vi har inget mandat alls. Det är tillfälligheternas spel eller vår egen privata böjelse som har gjort oss till journalister. . ." (B. Stolpe, GHT 72-11-02).

Journalisterna borde alltså enligt kritikerna inte ha pretentioner att företräda läsarna när dessa inte har någon möjlighet till korrigeringar eller att genom några yttringar ge dem mandat. Det har också påpekats att företagna undersökningar visat att journalistkåren i dag inte alls är partipolitiskt representativ. Möjligheterna att ge ut tidningar med annan politisk inriktning än den de flesta av dagens journalister står för skulle försvåras. Det har t. o. m. förklarats att "vidgad företagsdemokrati kan på så sätt innebära faror för den demokratiska kritikrätten i pressen" (T. Vallinder, Expr. 72-02-03). "En demokratisering av dagspressen är ett hot mot den demokratiska pressfriheten" (SDS 69-12-16).

Läsarnas inflytande

Nästan alla pressmarknadens intressenter säger sig agera i läsarnas intresse eller åtminstone i vissa läsargruppers. Detta kan ses som en naturlig följd av att en tidning är ett massmedium som inte kan existera utan visst allmänt gensvar. När under senare år kraven på "läsarmakt över pressen" ställts innebär det likväl något av en principiell förändring.

Att verka för läsarna skulle inte endast vara att befordra det som man menar är bra för dem – de må själva uppskatta det eller inte – utan också att aktivera läsarna och mer låta deras subjektiva intressen komma till uttryck. "Vi journalister måste på ett mer djupgående sätt betrakta läsekretsen som en del av den stora organism som är tidningen" (B. Dahlqvist, DN 73-02-06).

Praktiskt har kraven på ökad läsarmakt kommit till uttryck i fler och större insändaravdelningar, i något fall genom att representanter för allmänheten på de professionella kritikernas bekostnad släpps fram att recensera tv, film, böcker och genom anordnandet av speciella "läsarriksdagar". Kritikerna ifrågasätter om de sålunda aktiverade läsarna verkligen företräder allmänheten. Tidningen blir ett "klotterplank". Genom att uppge sin avant garde-ställning som opinionsbildare till förmån för rollen som opinionsspegel blir tidningen en allmänt konserverande kraft, vilket är särskilt olyckligt i ett samhälle i snabb förändring.

5.3 Presspolitisk lägesbestämning

Tidigare i kapitlet har tagits upp ett antal områden där åsikterna i pressfrågor varierat starkt. Det har gällt tidningsutveckling och stödformer, makten över medierna och pressens politiska roll. Av den pressdebatt som förts framgår klart att det under 1960-talet funnits starkt divergerande uppfattningar kring de behandlade mediefrågorna. Men samtidigt måste framhållas att det också finns stora områden där det råder en grundläggande enighet när det gäller medieideologiska och presspolitiska frågor.

I början av detta avsnitt förs en diskussion kring den nuvarande tryckfrihetslagen och dess ideologiska anknytning. Därefter studeras bakgrunden till de presspolitiska åtgärderna. Slutligen diskuteras vad som är gemensamt och vad som skiljer i pressideologiska frågor i dagens Sverige. Frågan gäller i vilken mån vi har skilda ideologier eller om det i Sverige råder enighet kring en pressideologi.

5.3.1 *1949 års tryckfrihetsförordning*

Det har redan tidigare konstaterats att den svenska tryckfrihetslagstiftningen har en klart frihetlig karaktär. Den skall skydda pressen för ingrepp från statsmakternas sida och den skall ge garantier för pressen att agera fritt som en utomparlamentarisk kraft i samhället. Som en viktig bakgrund skall man naturligtvis se det faktum att TF 1949 tillkom som en reaktion mot den presspolitik som förekom under kriget. Den skulle ge garantier mot upprepningar.

Genom TF 1949 förbjuds myndigheterna att *hindra* utgivning och spridning av tryckta skrifter. Man skall inte genom ingrepp mot utgivningen kunna förhindra kontroll och kritik. Pressens möjligheter att utöva sin kontrollfunktion stimuleras genom lagen på olika sätt. Främst sker det genom principen om allmänna handlingars offentlighet men ock-

så genom meddelandefriheten och anonymitetsskyddet för meddelare. Också de speciella ansvarighetsreglerna för tryckta skrifter gynnar kontrollen av myndigheterna. Den ansvarige är på förhand utpekad. I det fall övertramp äger rum eller av någon myndighet eller privatperson anses ha ägt rum får polisen inte göra någon utredning om *vem* som ev. är skyldig eller delaktig och kanske i samband därmed röja anonymiteten.

Brottskatalogen (TF 7:4) är internationellt sett av mycket begränsad omfattning och tillämpas i praktiken mycket restriktivt. Det speciella skydd som tidigare givits åt främmande statsöverhuvuden, främmande representanter i riket och nationella symboler har avlägsnats. Inte heller är det kriminaliserat att skymfa det som religiösa trossamfund håller heligt eller att såra tukt och sedlighet. Det är typiskt för den svenska tryckfrihetslagstiftningen att ett FN-initiativ om lagstiftning mot krigspropaganda i tryckta skrifter har avvisats under hänvisning till denna.

TF 1949 kan sägas i högre grad än sin föregångare TF 1812 spegla en frihetlig mediesyn. En av förklaringarna till detta är, som tidigare påpekats, att den var en reaktion mot andra världskrigets presspolitiska åtgärder. Men den är också ett uttryck för hur starkt de frihetliga idealen rotats genom att det funnits en politisk enighet kring dessa ideal.

5.3.2 *Presspolitiska åtgärder*

I samband med beskrivningen av den auktoritära medieideologin konstaterades att en stats mediepolitiska åtgärder kan tjäna som grund när det gäller att göra en mediepolitisk bestämning. Den praktiska mediepolitiken kan vara av annan karaktär än den som framgår av gällande grundlagar. Man kan i lagarna inte förutse alla tänkbara åtgärder av presspolitisk betydelse.

I åtskilliga länder kännetecknas konstitutionen av en frihetlig ideologi men regeringarna bedriver en politik i strid med kraven i denna ideologi. Man kan i ett land t. ex. gynna vissa medier på andras bekostnad och man kan utestänga sådana medier som inte visar tillräcklig följsamhet mot regeringen från väsentlig information.

Den presspolitiska åtgärd i Sverige som orsakat de flesta kommentarerna både nationellt och internationellt är det statliga selektiva presstödet. I utlandet har man ifrågasatt om ett sådant kan vara förenligt med en fri press. Man har framhållit de stora möjligheter till påtryckningar som kan ges åt myndigheterna om pressen blir beroende av statliga subsidier av icke generell natur.

Problemet med de selektiva åtgärderna har uppmärksammats i den resolution som Europarådets ministerkommitté antog i pressfrågor i december 1974 på grundval av en kommitté av regeringsexperter. Man uttrycker där oro över pressnedläggningarna men betonar samtidigt farorna med ett selektivt stöd. Man menar att selektiva stödåtgärder skall begränsas i tiden och endast gälla sådana tidningar, vilkas svårigheter kan elimineras. Sverige avstod från att delta i detta beslut.

I Sverige har diskussionen bland annat handlat om i vilken utsträckning presstöd tillsammans med annonsskatt kan vara förenligt med TF

1 kap. 2 § där s. k. positivt hinder för skrifts utgivning förbjuds. Denna debatt har tidigare refererats.

Det torde vara klart att det direkta statliga presstödet inte helt går att förena med en traditionell frihetlig mediesyn. Enligt denna skall det råda strång åtskillnad mellan stat och press. Staten skall inte på något sätt blanda sig i pressens affärer eftersom detta kan innebära ett hot mot pressens övervakar- och granskarfunktion. Ser man däremot till presstödets syfte – att upprätthålla en mångfald inom pressen – överensstämmer detta i hög grad med den frihetliga ideologins krav på konkurrens mellan tidningar.

Det svenska presstödet kan sägas vara framsprunget ur ansvarsideologins krav på ekonomiskt ansvar gentemot pressen från statens sida. Ansvarsideologin står inte främmande inför statligt engagemang i pressen om ett sådant krävs av rådande ekonomiska omständigheter. Boskillnaden mellan stat och press får enligt detta synsätt inte drivas in absurdum. Det är viktigare att ha stödda tidningar än döda. Presstödet kan utformas på sådant sätt att möjligheterna till påverkan minimeras. Det väsentliga är att mångfalden upprätthålls.

Skall man bestämma dagens "pressideologi" enbart utifrån författningen är den klart frihetlig. Ser man också till de presspolitiska åtgärderna finns där drag som kan karakteriseras som en vidareutveckling av den frihetliga ideologin.

5.3.3 *Pressideologiska uppfattningar*

I den presspolitiska debatten är – som framgått av tidigare avsnitt – värderingarna många och kontroversiella. I vissa fall finns det direkta anspelningar på och anknytningar till olika pressideologier.

Här skall göras ett försök att föra in de olika debattinläggen under de huvudideologier som beskrivits tidigare.

Uttryck för en *auktoritär* mediesyn saknas nästan helt. En ansats i den riktningen fanns under kriget då det förekom krav på att staten skulle ha ansvar för pressen under det existerande krisläget. De flesta som stod för den åsikten torde dock ha ansett att den blott var tillämplig under extraordinära förhållanden.

I debatten kring monopoliseringen har framförts att staten skulle kunna bli en garant för mångsidighet och opartiskhet genom att det inrättades en "radionämnd" som kunde döma över tidningar. Denna tanke har sagts vara auktoritärt präglad. Rimligare torde dock vara att beteckna den som ett uttryck för en samhällsansvarsideologisk syn.

En uttalad och utvecklad argumentering för en *marxist-leninistisk* mediesyn saknas på det hela taget i Sverige. Ett av skälen kan vara att de som i och för sig stöder principerna bakom en sådan anser att man i ett kapitalistiskt eller blandekonomiskt samhälle är bäst betjänt av att "de borgerliga friheterna" upprätthålls. I vaktslåendet kring vissa av dessa friheter uppvisar man samma iver som företrädare för en traditionell frihetlig mediesyn.

Ser man på *samhällsansvarsideologin* är det uppenbart att denna fått ett betydande gensvar i debatten. Den speglas i krav på olika statliga ingrepp mot missförhållanden inom pressen. Framför allt kan önskemålen om selektiva stödåtgärder till hjälp åt de tidningsgrupper som har ekonomiska problem räknas hit. Man vill genom dessa stödåtgärder påverka marknadskrafterna. Men också forum-tanken, dvs. att man beträffande opinionsbildande material inom de kvarvarande tidningarnas ram försöker kompensera förlusten av de nedlagda, kan föras till ansvarsideologin. Man ställer nya krav på tidningarna i fråga om allsidighet och mångsidighet.

Det är inte någon tvekan om att olika element från ansvarsideologin vunnit ökad anslutning de senaste åren. Ett exempel är att det selektiva presstödet, vilket av många ansågs vara en orimlighet för drygt tio år sedan, i dag i stor utsträckning är accepterat. Man diskuterar inte längre principen utan utformningen. På samma sätt har det blivit allt vanligare att olika krav på tidningarnas ansvar inför den nya mediesituationen uppställs.

Det är omöjligt att dra en klar gräns mellan *ansvarsideologin* och den *frihetliga synen* på medierna. Den förra är en utveckling av den senare. Man kan omfatta delar av båda ideologierna men somliga betonar samhällets och mediernas ansvar och andra olika delar av den frihetliga ideologin.

Det har hävdats att den affärsmässiga mediesynen är ett uttryck för frihetlig mediesyn. Man menar att tidningarna är marknadsvaror vilka som helst och att presstödet är ett kränkande av den ekonomiska friheten. Hit hör också försvaret för det privata ägandet och åsikten att svensk tryckfrihet i första hand innebär en frihet för varje medborgare att utge skrifter.

En allmän uppslutning torde råda kring det frihetliga kravet på massmedierna som bevakare/granskare av myndigheterna. Den uppgiften – att granska och bevaka – har blivit en allmän yrkesnorm för journalister och tycks gälla oavsett vilken politisk inriktning vederbörande har. Intressant är dock att se hur uppgiften utsträckts till att gälla kontroll inte enbart av myndigheter utan också av andra beslutsinstanser i samhället.

5.3.4 *Sammanfattning*

Svensk presspolitik, som den ter sig idag, kan inte enbart karaktäriseras utifrån den traditionella frihetliga medieuppfattningen. Grundvalen är dock denna och den kommer till uttryck i gällande tryckfrihetsförordning liksom i den allmänna debatten och i statsmakternas agerande gentemot medierna. Pressens redaktionella självständighet i förhållande till myndigheter är en självklar utgångspunkt för lagstiftning, myndigheternas agerande och diskussionen i olika tidningsfrågor.

Strukturutvecklingen på massmedieområdet har dock lett till att man ställt krav både på tidningarna och på staten. Tidningarna bör bli allsidigare och deras spalter öppnas för olika meningsriktningar. Utgivarna skall inte ensamma bestämma vad som skall stå eller inte stå i tidningar-

na. På samma sätt har man fordrat av staten att den inte enbart skall stifta lagar som ger tidningsutgivarna frihet. Staten får inte blanda sig i den redaktionella hanteringen men måste ta ett ansvar för presstrukturen. Den bör göra detta genom att ekonomiskt stödja företagen utan att ingripa i de redaktionella angelägenheterna.

Läget i Sverige på det massmedieideologiska området kan närmast beskrivas som en på frihetlig grund baserad ansvarsideologi. Det typiska är dock att man inte formulerat de gränser som gäller för den nya situationen. Kritikerna av den förda politiken har varnat för att man närmar sig en gräns då de gamla frihetsidealen på allvar hotas. Försvararna av denna har hävdat att om inte staten griper in kommer friheten att gälla så få tidningar att den blir värdelös.

6 Massmediernas uppgifter i ett demokratiskt samhälle

Massmedierna har i ett samhälle som det svenska en lång rad olika funktioner och uppgifter. De varierar för olika människor och mellan olika medier. Det finns skillnader inom t. ex. dagspressen: en tidning kan spela en roll medan en annan har andra uppgifter. Innehållet i tidningarna varierar mellan olika avdelningar: det är klart att ledaravdelningen har vissa funktioner och seriesidan andra.

För pressutredningen har det redan i direktiven angivits en inriktning då målsättningen för statens presspolitik skall fastställas. Utredningen har föranletts av den utveckling som skett på tidningsmarknaden och de stödåtgärder som staten måst vidta med anledning härav. Tidningskoncentrationen har framför allt ansetts innebära ett hot mot fullgörandet av pressens samhälleliga funktioner. Det har ansetts vara till allvarlig skada för debatt, opinionsbildning och nyhetsförmedling om tidningarna blir färre.

I detta läge har pressutredningen ansett det angeläget att – med de begränsningar som angetts ovan – försöka precisera de uppgifter som måste anses väsentliga för massmedierna i ett samhälle som det svenska. Först diskuteras den utgångspunkt som bör gälla när man fastställer de olika uppgifterna. Vad skall vara den övergripande målsättningen?

6.1 Mediernas roll i det demokratiska systemet

Det övergripande målet för mediepolitiken bör inte sökas inom massmediebranschen utan i samhället i övrigt. I centrum för den svenska mediepolitiken måste ställas de demokratiska värdena. *Massmedierna skall medverka till att förstärka och fördjupa den svenska demokratin.*

Den svenska demokratin är, liksom andra demokratiska staters, väsentligen indirekt eller representativ, dvs. de politiska besluten fattas av folkets valda representanter. En förutsättning för att de politiska besluten skall vara demokratiska är då, att de förtroendevalda i de väsentliga frågorna är åsiktsrepresentativa för folket. Härför krävs öppna och effektiva kommunikationslinjer inom samhället.

I den senare tidens debatt om demokratin har man framhållit den grundläggande betydelsen av medborgarnas aktiva deltagande i politiken.

Detta skall ske inte bara genom de allmänna valen utan också i den ständigt pågående politiska opinionsbildningen. Demokratierna har kritiserats för att det aktiva deltagandet är ojämnt fördelat inom befolkningen: vissa grupper såsom t. ex. kvinnor, ungdom och lägre inkomsttagare visar genomsnittligt mindre politisk aktivitet än högutbildade och högre inkomsttagare.

Utförda undersökningar tycks emellertid ge vid handen att åsiktsrepresentativiteten bland de förtroendevalda i Sverige är relativt hög och, framför allt, att även de mindre aktiva medborgarnas synpunkter och önskemål är lika väl representerade som övrigas. Förklaringen härtill torde ofta vara att söka i att det svenska partisystemet hittills ganska väl lyckats kanalisera befintliga opinioner. Därutöver finns det framför allt anledning att peka på den stora roll som övriga organisationer i Sverige, särskilt de organisationer som brukar karaktäriseras som folkrörelser, har spelat och spelar för åsiktsbildningen. Organisationerna ger rikt utrymme för medborgerlig aktivitet och de är effektiva som kanaler för påverkan på politiken.

Det tycks alltså som om partierna och organisationerna i det svenska samhället hittills skulle ha lyckats att i väsentlig mån bemästra det problem som den ojämnt fördelade medborgerliga aktiviteten utgör för demokratin. Men det är självfallet så att detta är ett problem som inte är löst en gång för alla utan ständigt kräver uppmärksamhet. Det är i denna process massmedierna har en utomordentlig betydelse.

Massmedierna spelar en betydande roll både när det gäller att hålla representanterna underrättade om stämningar och opinioner bland medborgarna och att skapa underlag för olika slag av aktivitet bland medborgarna. De har ett ansvar när det gäller att föra ut de förtroendevaldas budskap liksom i fråga om att förmedla olika opinioner från väljarna till de valda. De har också viktiga uppgifter när det gäller att granska de valdas fögderi. Med tanke på organisationernas stora betydelse för den svenska demokratin är det av speciell vikt att kommunikationen inom dessa upprätthålls. Det är också väsentligt att olika grupper får möjlighet till kommunikation sinsemellan.

Man kan konstatera att massmedierna har en lång rad skiftande uppgifter i samhället. De informerar medborgarna om deras rättigheter och skyldigheter. De fungerar som marknad för köpare och säljare. De speglar kulturlivet eller utgör en del av det. De skänker förströelse och ger praktiska råd. Alla de nu uppräknade uppgifterna kan anses som mycket angelägna men de utgör inte det grundläggande skälet för att tidningsnedläggningarna bör hejdas och mångfalden inom pressen eftersträvas.

Mediepolitikens yttersta mål bör vara att förstärka och utveckla den svenska demokratin. Man skall därvid ta sikte på de speciella särdrag som kännetecknar Sverige med stark betoning på representativiteten och med organisationerna som ett viktigt inslag. Utifrån den ståndpunkten kan man hävda att massmedierna framför allt skall upprätthålla fyra funktioner: de bör (1) ge allsidig *information*, (2) göra *kommentarer* kring olika samhällshändelser, (3) utöva *kontroll* och *granskning* av olika makthavare samt (4) underlätta *kommunikationen* inom och mellan

organiserade *grupper* i samhället. I det följande diskuteras dessa fyra olika funktioner.

6.1.1 *Informationsfunktionen*

Massmedierna bör ge den information som är nödvändig för att medborgarna skall kunna ta ställning i samhällsfrågor.

Antingen man lägger tonvikten vid de förtroendevaldas representativitet eller medborgarnas aktiva deltagande i den demokratiska processen är det nödvändigt att medborgarna har kunskap i och om förekommande politiska frågor. Det är först om man besitter en sådan kunskap som det är möjligt att avgöra om de man valt handlar på ett önskvärt sätt. Vad innebär en föreslagen reform? Vilka blir delaktiga av den och vilka inte? Vad kommer den att kosta? Finns det några alternativa lösningar?

I denna kontinuerliga upplysningsverksamhet kring det politiska skeendet spelar massmedierna en helt avgörande roll. Skolor, böcker, kurser, personliga bekanta osv. kan visserligen ge viktig information men massmediernas löpande verksamhet är oersättlig och helt nödvändig. Endast de har möjlighet att ge en information som samtidigt är snabb och bred och dessutom lättillgänglig för envar.

De förtroendevalda bör genom massmedierna få löpande information om enskildas och organisationers uppfattningar i politiska frågor.

Politisk information i ett demokratiskt samhälle får aldrig begränsas till att vara en informationsström från de valda representanterna till allmänheten. Olika medborgaropinioner måste också kunna komma till tals. Detta är nödvändigt för att representanterna skall kunna förbli representativa.

De valda förtroendemännen måste få en fortlöpande information om stämningarna bland olika väljaropinioner. Detta gäller inte minst sådana frågor som är nya eller som går över partigränserna. Detsamma gäller de frågor som ej är partipolitiserade.

Informationsfunktionen är en grundläggande uppgift för medierna i en demokrati. Det skall vara möjligt för medborgarna att få tillgång till saklig och allsidig information för att de skall kunna ta ställning i de olika samhällsfrågorna. Men det är också angeläget att tidens händelser blir föremål för kommentarer och debatt.

6.1.2 *Kommentarfunktionen*

Massmedierna bör fristående eller som språkrör för organiserade samhällsintressen kommentera skeendet i samhället.

Massmedierna har vid sidan av den informativa uppgiften en viktig funktion då det gäller att kommentera, ta ställning, ge råd och söka verka opinionsbildande. Någon alldeles klar gräns mellan den informerande och kommenterande rollen går inte att dra. Detta utesluter inte att det finns

en skillnad som gör det meningsfullt att tala om "kommentaruppgiften" som en särskild funktion.

Debatten är en omistlig del i det demokratiska systemet. Demokrati har ibland beskrivits som "en styrelse genom diskussion". Bakom ligger tanken att medborgaren är både villig och kapabel att påverkas politiskt och att den politiska debatten därvid har en avgörande betydelse. Nyheterna måste kommenteras och sättas in i större sammanhang. Kommentaren kan ge vägledning men också information. Även om få ändrar uppfattning tvingar man genom debatten fram preciseringar och belyser kanske obeaktade svaga punkter i ett förslag.

Pressen har en speciell uppgift bland massmedierna när det gäller kommentarfunktionen. En tidning är inte som radio och tv i Sverige bunden av ett krav på opartiskhet. Den kan och bör driva politiska kampanjer för att väcka slumrande opinioner. Tidningarna kan självständigt ta ställning i internationella, rikspolitiska och lokala frågor. De kan på det sättet hålla en kontinuerlig debatt igång som vitaliserar det politiska livet.

I kommentarfunktionen ligger att tidningarna fristående eller som representanter för organiserade samhällsintressen skall kunna utveckla åsikter och opinioner i aktuella frågor. Samma förutsättning gäller för den tredje centrala funktionen för massmedierna i det demokratiska systemet: granskningen och kontrollen av dem som fattar beslut.

6.1.3 *Granskningsfunktionen*

Massmedierna bör som allmänhetens företrädare granska och kontrollera de inflytelserika i samhället.

I den frihetliga ideologin fanns granskningsfunktionen som en viktig del. Det var framför allt myndigheter av olika slag som skulle kontrolleras av självständiga tidningar. Granskningsfunktionen har erkänts av samhället genom att man givit offentlighet åt myndigheternas handlingar.

Kravet på massmedierna att granska och kontrollera har i dagens demokrati en självklar aktualitet. Det gäller inte bara myndigheter utan även organisationer och näringsliv, dvs. alla som fattar beslut vilka direkt eller indirekt berör medborgarna. Tidningarna har speciella möjligheter att med hjälp av löpande kontakter med sin läsekrets utföra en effektiv granskning. De kan fritt och utan byråkratisk omständlighet gripa in på enskildas eller gruppers sida.

I ett utpräglat representativt system är naturligtvis granskningsrollen speciellt viktig. De valda har ett förtroende från väljarna att förvalta. Pressen har andra möjligheter än enskilda väljare att kontrollera att de fyller förtroendet.

Nedläggningen av en tidning kan betyda att inom ett område möjligheterna att kontrollera och granska försämras. På samma sätt kan minskade resurser för en tidning innebära mer begränsade möjligheter att utöva kontrollfunktionen. Det är kostsamt att avdela journalister att specialbevaka områden och man kan stöta viktiga ekonomiska intressen.

6.1.4 *Gruppkommunikationsfunktionen*

Massmedierna bör främja en kommunikation inom och mellan politiska, fackliga och ideella grupper i samhället.

Den svenska demokratin är representativ men som en integrerad del i den politiska processen ingår deltagande från en lång rad politiska, fackliga och andra ideella organisationer. Att dessa organisationer har möjlighet att arbeta effektivt är en förutsättning för att demokratin skall kunna fungera. De politiska frågorna bereds inom olika organisationer; det blir på detta sätt möjligt för medborgarna att aktivt delta i den politiska beslutsprocessen.

De olika organisationerna och grupperna är i allmänhet representativt uppbyggda. Det är nödvändigt att kommunikationen inom organisationerna fungerar så att dessa verkligen blir representativa företrädare för medlemmarna. I den interna debatten spelar tidningar och tidskrifter en allt större roll eftersom mötesaktiviteten minskar och möjligheterna till personliga kontakter avtar. Man kan påstå att det framför allt är genom tidningar och tidskrifter som det är möjligt att med deltagande av ett större antal medlemmar föra en fortlöpande intern debatt.

Det är av stor vikt att tidningar anknutna till politiska, fackliga och andra ideella organisationer får möjlighet att existera. Detta inte enbart för att underlätta kommunikationen inom de olika grupperna utan också på grund av att tidningarna kan göra åsikter och meningar kända för andra grupper.

6.2 Sammanfattning

Pressutredningen har angivit fyra uppgifter som den ansett väsentliga för massmedierna. Utgångspunkten har tagits i de krav som ett representativt, demokratiskt system ställer på kommunikationen i samhället. De fyra uppgifterna – information, kommentar, granskning och gruppkommunikation – gäller massmediesystemet i dess helhet. Mellan de olika medierna måste självklart råda en arbetsfördelning.

Etermedierna har viktiga funktioner då det gäller att snabbt informera om och granska händelser framför allt på utrikes- och riksplanet. Däremot har de inte samma möjligheter när det gäller kommentar och gruppkommunikation. Det begränsade utbudet och kraven på saklighet och opartiskhet lägger hinder i vägen. Omvänt har tidningar och tidskrifter bättre förutsättningar att kommentera och att tillvarata enskilda gruppers intressen.

Vilken eller vilka kommunikationskanaler som är lämpligast eller effektivast får avgöras från fall till fall. Det är uppenbart att ingen kanal är de andra överlägsen i varje avseende. Vilken kanal som prioriteras beror på ekonomiska överväganden, den ställning som mediet av tradition innehar och den bedömda genomslagskraften.

För pressutredningen har det varit väsentligt att belysa frågan om pressens roll i förhållande till andra medier. I följande kapitel skall

redovisas ett antal undersökningar som bl. a. är avsedda att belysa frågan om pressens betydelse då det gäller att fylla de fyra uppgifterna.

7 Pressens roll i dagens samhälle

Massmediernas uppgifter i ett demokratiskt samhälle har behandlats i föregående kapitel. I detta kapitel är syftet att närmare belysa den roll som pressen i dag spelar i första hand för opinionsbildning och nyhetsförmedling i samhällsfrågor.

Det har skett stora förändringar på medieområdet de senaste årtiondena och frågan är vilken betydelse pressen har i förhållande till andra medier. Tidningarna är inte längre självklart ledande förmedlare av nyheter och opinion. En *första* fråga att besvara i detta kapitel blir vilken roll pressen spelar i dagens massmediesituation. Vilka förändringar har radions och tv:s framväxt medfört för pressen?

Utvecklingen på tidningsmarknaden har kännetecknats av tidningsnedläggningar och tidningssammanslagningar. För medborgarna har detta inneburit att valfriheten minskat; på allt flera marknader har alternativen på tidningsområdet försvunnit. De nuvarande produktionsbidragen har tillkommit för att hejda denna utveckling. En *andra* fråga att besvara är därför i vilken mån monopolorterna skiljer sig från de orter där det finns flera alternativ. Fungerar nyhetsförmedling och opinionsbildning bättre då det finns valmöjligheter på tidningsmarknaden? Vilka skillnader uppvisar "ensamtidningar" och "konkurrenstidningar"? Vilka bedömningar av läget på de olika marknaderna gör allmänhet, organisationer och politiker?

En del av presstödet har gått till de s. k. fådagarstidningarna, dvs. tidningar som utkommer en till tre dagar i veckan. En *tredje* fråga är hur dessa och andra komplement till de reguljära morgontidningarna fungerar. Vilken roll spelar de när det gäller information om och opinionsbildning kring olika samhällsfrågor?

I föregående kapitel uppställde pressutredningen *fyra uppgifter* för massmedierna i det svenska samhället. En *fjärde* fråga att diskutera är vilken roll olika medier har då det gäller att informera, kommentera, granska och svara för gruppkommunikation. Av speciell vikt blir att fastslå i vilken utsträckning dagspressen i detta sammanhang har särskild betydelse i förhållande till andra medier.

7.1 Pressutredningens forskningsprojekt

Kring de problem som nämnts ovan har förekommit en betydande forskning både i Sverige och i utlandet. Vissa bidrag har givits av de två tidigare pressutredningarna. För 1972 års pressutredning har det dock varit nödvändigt att göra en analys anpassad till den aktuella situationen. Den är avsedd att ge en bild av hur massmediemarknaden fungerar i dagsläget.

Utredningen har därför givit i uppdrag åt statsvetenskapliga institutionen vid Göteborgs universitet att genomföra ett antal undersökningar som på olika sätt skall belysa pressens roll i samhället. Dessa undersökningar har företagits inom ramen för forskningsprojektet Pressens funktioner och resultaten har presenterats i en särskild rapportdel. (Pressens funktioner i samhället SOU 1975:78). I detta kapitel skall de ur utredningens synvinkel mest centrala resultaten analyseras och diskuteras.

Inom projektet har utförts ett stort antal delundersökningar. Syftet med dessa har varit att få en aktuell bild av hur pressen fungerar i jämförelse med andra medier på ett antal orter med olikartad mediestruktur. Tonvikten har lagts på pressens nyhetsförmedlande och opinionsbildande roll. Detta betyder dock inte att man bortsett från andra funktioner som tidningarna och medierna kan tänkas fylla i samhället.

För att få en så konkret bild som möjligt av olika massmediesituationer har *fyra regioner* specialstuderats; Malmö, Göteborg, Västerås och Falun. Inom faluregionen har särskilt Leksands kommun undersökts. Undersökningarna kan således inte utan vidare ge besked om förhållandena i hela landet. Det bör dock betonas att de fyra undersökningsområdena är valda för att spegla fyra *typiska* kommunikationssituationer i Sverige. Bland de undersökta kommunerna finns två med borgerlig majoritet i kommunfullmäktige och två med majoritet för socialdemokrater och vpk. I två av kommunerna råder faktiska monopol på morgontidningsmarknaden medan det i två finns lokal konkurrens. En bild av den lokala mediestrukturen med hänsyn till den lokala politiska situationen ges i tabell 7.1.[1]

Tabell 7.1 Mediesituationen i pressutredningens undersökningsområden.

Partier som bildar majoritet i kommunfullmäktige	Undersökningsområden med	
	Lokalt tidningsmonopol	Lokal tidningskonkurrens
S+Vpk-majoritet	*Västerås* Vestmanlands Läns Tidning (lib) 85 %	*Malmö* Sydsvenska Dagbladet (ob lib) 53 % Arbetet (s) 34 % Skånska Dagbladet (c) 5 %
M+C+Fp-majoritet	*Göteborg* Göteborgs-Posten (fp) 85 %	*Falun* Falu-Kuriren (fp) 73 % Dala-Demokraten (s) 24 %

Anm.: Hushållstäckning i procent inom resp. kommun enligt TS-boken 1974.

[1] I detta kapitel kommer de undersökta tidningarna att förkortas på följande sätt; Vestmanlands Läns Tidning (VLT), Göteborgs-Posten (GP), Sydsvenska Dagbladet (SDS), Skånska Dagbladet (SkD), Falu-Kuriren (FK) och Dala-Demokraten (DD).

Även om de fyra områdena inte ger en statistiskt tillförlitlig bild av läget i hela landet är det dock i viss utsträckning möjligt att överflytta de vunna resultaten på andra områden. Med den uppläggning projektet givits kan man både göra en grundlig genomlysning av hur tidningar fungerar i speciella situationer och peka på mönster som återkommer på många platser i landet. Andra undersökningar – t. ex. det s. k. lokalradioprojektet – kan också ge en uppfattning om i vilken utsträckning resultaten kan generaliseras

I de olika undersökningsområdena har gjorts enkäter med organisationer och myndigheter. De i områdena utkommande flerdagarstidningarna har innehållsanalyserats vid olika perioder. Kommunfullmäktigeledamöter samt representativa urval av allmänheten har deltagit i intervjuundersökningar. I Malmö-området har gjorts en undersökning av nyinflyttade. I en specialstudie har journalister verksamma på tidningarna inom undersökningsområdena fått ge sin bild av situationen.

Frågan om i vilken utsträckning olika typer av material i tidningen läses är självklart av stor betydelse. I samband med enkäterna och intervjuerna har därför olika former av läsvärdesundersökningar genomförts. Det finns betydande metodsvårigheter i samband med sådana undersökningar. Inom projektet har läsvanorna därför studerats på flera olika sätt så att missvisning skall kunna undvikas.

Pressutredningen har också deltagit i det s. k. *lokalradioprojektet* som genomförts av Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning (PUB). Syftet var att analysera det försök som gjordes med lokalradio våren 1973 i tre områden: Hallands län, Jönköpings län och malmfältsområdet inom Norrbottens län. Inom ramen för detta projekt gjordes bl. a. intervjuer med allmänheten, enkäter med journalister och innehållsmätningar av lokaltidningar och lokalradio. En närmare beskrivning av lokalradioprojektet återfinns i kapitel 12.3.

7.2 Dagspressen i förhållande till andra medier

7.2.1 *Mediekonsumtion*

Redan då radion introducerades i Sverige på 1920-talet fanns det en stark oro bland tidningsutgivarna för att det nya mediet skulle innebära en konkurrens som tidningarna skulle få svårt att klara sig mot. Radion var snabb och kunde lätt nå många medborgare. Många ansåg att pressen måste skyddas från konkurrens från det nya mediet. Man sökte bland annat begränsa dess nyhetsutbud och organiserade detta genom den tidningsägda Tidningarnas Telegrambyrå. Tidningsutgivarna ingick bland AB Radiotjänsts huvudmän.

Vid genombrottet för den svenska televisionen under slutet av 1950-talet och början av 1960-talet fanns många som spådde svåra år för pressen. Tv hade en omvittnad slagkraft och inte minst de nyhetsförmedlande programmen förmådde samla en stor publik. Man fruktade att tv

skulle göra pressen överflödig. Allmänheten skulle varken ha tid för eller behov av de traditionella tidningarna.

Radions och tv:s utbud ökade mycket starkt under 1960-talet. Detta har dock inte betytt att tidningsköpandet minskat. Det har skett betydande förändringar på tidningsmarknaden men det köps inte färre tidningar i dag än för 20 år sedan. Detta behöver dock inte betyda att tidningsläsningen är oförändrad. Det är t. ex. möjligt att man i dag ägnar betydligt mindre tid åt tidningarna än man gjorde tidigare.

Hur ser genomsnittskonsumentens mediekonsumtion ut en dag år 1974? En brevenkät till allmänheten i de fyra undersökningsområdena har givit följande resultat.

- 80 % hade läst minst en artikel i den lokala tidningen
- 70 % hade lyssnat på minst ett radioinslag
- 70 % hade sett på minst ett tv-program

Man kunde också konstatera att genomsnittskonsumenten enligt egen uppgift hade ägnat omkring

- 30 minuter åt den lokala tidningen
- 60 minuter åt ljudradion
- 75 minuter åt tv

De resultat som nåtts genom denna undersökning överensstämmer i stort med dem från andra studier. Tidningarna har blivit en del i ett större massmediesammanhang men inte en obetydlig sådan. De människor som dagligen läser en tidning är fler än de som lyssnar på radio och tittar på tv. Men man ägnar betydligt längre tid åt etermedierna än åt tidningarna.

I samband med de här presenterade tidsuppgifterna finns skäl att betona att man självklart inte direkt kan jämföra t. ex. tidningsläsning med radiolyssnande eller tv-tittande. Radiolyssnandet kombineras ofta med andra sysslor. Det förekommer också ett "slötittande" av tv. Man ger större uppmärksamhet åt andra aktiviteter än tv:s utbud. Det är också svårt att fastställa hur mycket av tidningsläsningen som enbart är ett "bläddrande", ett noterande av att inget hänt, och hur mycket som är aktiv läsning. Viktigt är dock att konstatera att tidningen i allmänhet torde kräva mera aktivitet från den enskilde än radio och tv.

Den totala mediekonsumtionen har förändrats mycket starkt. Även inom tidningsmarknaden har förhållandena blivit ändrade. Storstädernas kvällstidningar är en för efterkrigstiden delvis ny form av dagspress. Har dessa kunnat ersätta de traditionella morgontidningarna? I tabell 7.2 redovisas hur allmänheten läser olika typer av tidningar.

Tabell 7.2 Dagstidningsläsning.

Olika sätt att kombinera tidningsläsning	Kommun			
	Malmö	Göteborg	Västerås	Leksand
Läser ingen dagstidning	2	3	2	4
Läser enbart en kvällstidning	5	2	4	2
Läser enbart en morgontidning	43	43	30	34
Läser två morgontidningar	11	10	9	12
Läser en morgon- och en kvällstidning	27	31	37	27
Läser tre tidningar eller flera	12	11	18	21
Summa procent	100	100	100	100

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig läsa olika typer av dagstidningar minst tre gånger per vecka.

Det är försvinnande få bland de intervjuade som inte läser någon dagstidning minst tre gånger per vecka. Vanligast är att man enbart läser en morgontidning – det gör drygt 40 % i Göteborg och Malmö medan motsvarande siffra för Västerås och Leksand är drygt 30 %. Det finns även en stor grupp människor som kombinerar morgontidningen med en kvällstidning. I Västerås är denna grupp t. o. m. större än den som enbart läser en morgontidning. Värt att notera är också att mer än 10 % i samtliga undersökta områden läser tre tidningar eller fler.

I intervjusvaren återspeglas den förändring som redan kunnat utläsas av tidningsstatistikens upplage- och täckningssiffror, framför allt kvällstidningarnas framgång. Det är dock mycket få som nöjer sig med enbart en kvällstidning – den kombineras i allmänhet med en morgontidning. Den moderna kvällstidningen tjänstgör som ett komplement både till morgontidningen och till etermedierna. Den tar ofta upp problem och ämnen som behandlats i andra medier och ger dem en annan belysning. Kvällstidningarna har inte på samma sätt som morgontidningarna ambitionen att täcka hela nyhetsfältet.

Intressant är att se att det finns variationer i kvällstidningsläsningen mellan de olika regionerna (tabell 7.3). Den starkaste ställningen har kvällstidningarna i Västerås där 31 resp. 39 % av de intervjuade uppger sig läsa Aftonbladet resp. Expressen regelbundet. Kvällstidningsläsningen är således mera utbredd i denna kommun än i Göteborg och Malmö.

Tabell 7.3 Kvällstidningsläsning.

Tidning	Kommun			
	Malmö	Göteborg	Västerås	Leksand
Aftonbladet	4	11	31	20
Expressen	6	9	39	37
GT	0	33	–	–
Kvällsposten	39	1	–	–

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig läsa respektive kvällstidning minst tre gånger per vecka.

Ett annat sätt att mäta tidningskonsumtion är att studera hur lång tid som ägnas åt dagstidningarna. Den speciella brevenkät som gjordes för att undersöka läsningen av den egna tidningen innehöll också frågor om lästiden. Det framgår av svaren (tabell 7.4) att den vanligaste lästiden är ca 30 minuter. Mer än 20 % av storstadstidningarnas läsare uppger dock att de läser tidningen mer än 45 minuter.

Tabell 7.4 Uppgiven tid för tidningsläsning efter lästid och dagstidning.

Lästid	Dagstidning					
	SDS	Arbetet	GP	VLT	FK	DD
0–15 minuter	26	28	32	36	45	39
16–45 minuter	52	42	47	53	45	48
46 minuter eller mera	22	30	21	11	10	13
Summa procent	100	100	100	100	100	100
Medeltal minuter	33	39	32	27	27	29

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings läsare i de fyra undersökningskommunerna som uppgav sig ägna de angivna tiderna åt läsning av tidningen fredagen den 26 april 1974. SkD ingår ej p. g. a. för få erhållna svar.

Det är svårt att göra jämförelser med andra undersökningar av lästid men mycket tyder på att den inte förändrats i någon större utsträckning sedan 1960-talet. Ser man till de siffror som 1967 års pressutredning redovisade har den tid som ägnas åt dagstidningen snarare ökat än minskat. Man kan därmed konstatera att trots det större utbudet på massmediemarknaden och trots den omfattande tid som ägnas åt radio och tv har dagspresskonsumtionen inte minskat.

Det antal tidningar man läser och den tid man ägnar åt olika former av mediekonsumtion säger i sig inte så mycket om det som är väsentligast för pressutredningen: den roll tidningarna har i jämförelse med andra medier. En halv timmas tidningsläsning kan vara betydligt effektivare än lika lång tid vid tv-apparaten. Man kan läsa tidningen selektivt och koncentrera sig på de områden man är speciellt intresserad av. Informationsutbudet är betydligt mera omfattande i tidningarna än i radio och tv.

Det är dock svårt att mäta "effektiviteten" hos de olika medierna. Man kan t. ex. konstatera att radiolyssnande ofta kombineras med andra aktiviteter. Å andra sidan kan både radio och tv i många fall dramatisera och åskådliggöra händelseförlopp på ett sätt som gör informationen effektivare. Uppmärksamhetsgraden varierar inte bara mellan medierna utan i lika hög grad inom medierna. Vissa artiklar kräver mera av läsarna än andra. Man lyssnar på ett sätt till ett underhållningsprogram och på ett annat till ett debattprogram.

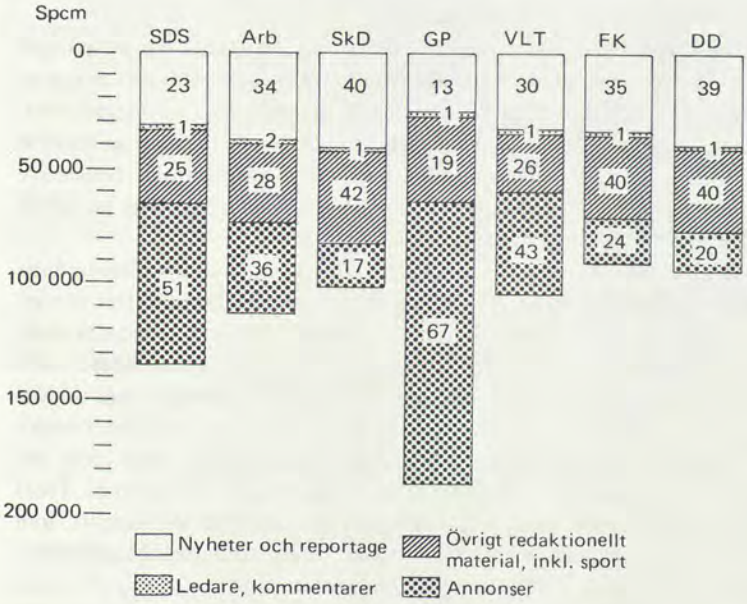
De data som här presenterats får framför allt ses som vissa "indicier" på tidningarnas betydelse i förhållande till andra medier. I fortsättningen skall redovisas dels vilket utbud tidningarna har, dels i vilken utsträckning olika typer av material verkligen läses. Tonvikten har lagts vid det

samhällsorienterande materialet, dvs. sådana nyheter och kommentarer som behandlar politik, ekonomi och allmänna samhällsfrågor.

7.2.2 *Utbud*

Tidningarnas innehåll har analyserats under olika perioder. En undersökning har avsett tidningarnas förstasidor under första halvåret 1973 och en annan materialet under valrörelsen 1973. Under ett urval som omfattar tio dagar i februari/mars 1974 mättes allt material i de sju morgontidningar som utkommer i undersökningsområdena.[1] Här redovisas vissa uppgifter framför allt från den senare undersökningen.

Första frågan gäller hur stort redaktionellt utbud de olika tidningarna har och hur detta fördelar sig på olika kategorier. I figur 7.1 redovisas tidningsinnehållet i fyra innehållskategorier: (1) nyheter och reportage, (2) ledare, kommentarer, (3) övrig redaktionell text och (4) annonser.



Figur 7.1 De undersökta tidningarnas totalvolym fördelad på fyra huvudtyper av innehåll (spaltcentimeter och procentandelar).

Anm.: Figuren bygger på den totalanalys som gjorts av tidningarna på ett urval av tio dagar i februari/mars 1974.

Det föreligger betydande skillnader mellan de undersökta tidningarna både vad gäller mängden annonser och redaktionellt material. GP, som har de flesta annonserna, har däremot *inte* det största textutrymmet. I själva verket är det bara en tidning – VLT – som absolut sett har ett mindre redaktionellt material än GP. De båda tidningar, som här

[1] De tio dagarna var 25 och 26 februari, 6, 7, 11, 15, 19, 20, 28 och 29 mars 1974.

representerar monopolorterna, har ett mera begränsat redaktionellt utbud än de tidningar som har konkurrens på den lokala marknaden.

Lågtäckningstidningarna – Arbetet, Skånska Dagbladet och Dala-Demokraten – har färre annonser än de konkurrerande högtäckningstidningarna men lika mycket eller mera redaktionell text.

Redovisningen ovan är gjord i spaltcentimeter. Ser man till antalet artiklar i de olika tidningarna blir bilden delvis en annan. Göteborgs-Posten har i genomsnitt kortare artiklar än övriga tidningar och kommer därigenom räknat i antal artiklar mer i "jämvikt" med övriga storstadstidningar.

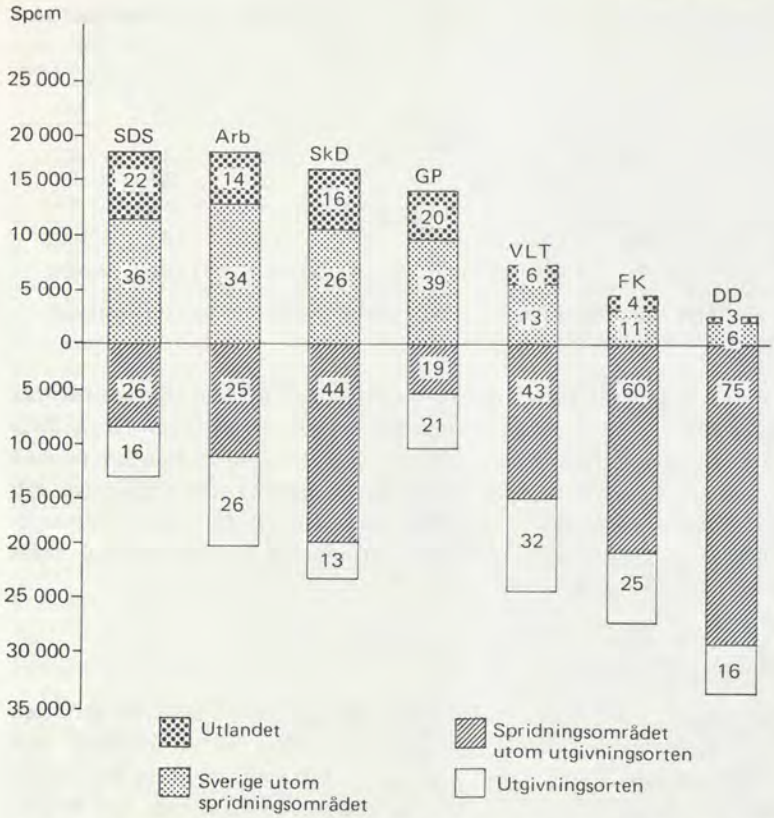
Figur 7.1 säger åtskilligt om tidningarnas utbud och om skillnaderna mellan olika tidningar. Annonsmängden har mycket stor betydelse för en tidnings attraktionsförmåga. Forskningsrapporten visar på det stora läsvärde som framför allt eftertextannonserna och de lokala affärsannonserna har. Man får genom annonsinnehållet inte bara kommersiell information utan också upplysningar om möten, kulturaktiviteter, nöjesarrangemang, familjehändelser osv.

Nyhets- och reportagematerialet i de olika tidningarna har delats upp dels efter vilka geografiska områden som bevakas, dels efter vilken typ av ämnen som behandlas. I figur 7.2 redovisas nyhets- och reportagematerialet uppdelat på händelser som utspelas i (1) utlandet, (2) Sverige utanför resp. tidningars spridningsområden och (3) tidningarnas respektive spridningsområden – uppdelade dels på utgivningsorten, dels på spridningsområdet utanför utgivningsorten.

Den generella tendensen är att tidningarna utanför storstadsområdena har koncentrerat sin nyhetsbevakning till spridningsområdet. Det utrymme man ägnar åt utrikeshändelser är blygsamt. Detta bekräftas även av lokalradioundersökningen där det också visas att utrikesmaterialets omfång varierar mycket litet från dag till dag. Omfånget påverkas således inte av utrikesnyheternas karaktär. Som exempel kan tas den januarivecka 1973 då vapenvilan i Vietnam förhandlades fram och ett omfattande vulkanutbrott inträffade på Island (Hemö-katastrofen). Trots dessa stora nyheter hade tidningarna samma mängd utrikesnytt som under en "normal" vecka i mars samma år. Under januariveckan försvann i stället en rad andra utlandsnyheter som ansågs mindre viktiga.

De regionala och lokala nyheterna behöver i regiontidningarna således inte lämna plats åt utrikesnyheter ens vid stora händelser. I storstadstidningarna är förhållandet annorlunda. Där ges även under vanliga förhållanden lika mycket eller mera utrymme åt riks- och utrikeshändelser än åt bevakning av tidningens spridningsområde.

Den fördelning av stoffet som här kunnat konstateras överensstämmer med fördelningen i de tidningar som ingick i lokalradioundersökningen – dvs. regiontidningarna i Halmstad, Jönköping och Norrbotten (jfr. kapitel 12.3). Den koncentration till spridningsområdet som således kan iakttas i ett stort antal regiontidningar torde vara resultatet av en förändrad redaktionell policy. Olika undersökningar av regiontidningarna har visat att dessa tidigare i betydligt högre utsträckning än nu ägnade sig åt riks- och utrikesmaterial. Skillnaderna mellan storstads- och regiontidningarna var då inte så markanta som de är i dag.



Figur 7.2 De undersökta tidningarnas nyhets- och reportagematerial efter behandlade geografiska områden (spaltcentimeter och procentandelar.)

Anm.: Figuren bygger på den totalanalys som gjorts av tidningarna på ett urval av tio dagar i februari/mars 1974.

Denna förändring torde till viss del kunna ses som en konsekvens av utvecklingen på massmediemarknaden. Kvällstidningarna, radio och tv har övertagit stora delar av bevakningen av händelserna utanför spridningsområdet. Regiontidningarna koncentrerar sig på de "nära" händelserna och utgår från att andra medier informerar om vad som händer ute i världen.

En annan förklaring till regiontidningarnas koncentration till regionalt och lokalt material är konkurrensen mellan tidningarna. Man ger det stoff prioritet som man antar har det största läsvärdet. Det är typiskt att tidningar i konkurrensmässigt underläge har mera regionalt material än sådana i överläge.

Innehållet i nyhets- och reportagematerialet har också delats upp efter vilka ämnen som behandlas. Det har kategoriserats på politiskt, ekonomiskt och allmänt material. Detta ger en översiktlig bild av vilken typ av ämnen som tidningen satsar på i sin nyhets- och reportagebevakning.

Tabell 7.5 De undersökta tidningarnas nyhets- och reportagematerial efter olika typer av innehåll.

Typ av innehåll	Tidning						
	SDS	Arbetet	SkD	GP	VLT	FK	DD
Politik	36	33	35	32	30	20	23
Ekonomi och arbetsliv	26	28	25	30	22	22	23
Allmänt	38	39	40	38	48	58	54
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100
Spcm	30 735	37 839	39 149	24 585	30 955	31 151	36 088

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av respektive tidnings nyhets- och reportagematerial som faller inom de angivna innehållskategorierna.

Fördelningen av materialet på de tre kategorierna är mycket likartad vad gäller de fyra storstadstidningarna. Politik och ekonomi får ca 30 % vardera och det allmänna materialet resterande ca 40 %. Man kan därmed konstatera att dessa tidningar satsar mer än hälften av sitt reportage- och nyhetsmaterial på ämnen som kan karaktäriseras som samhällsorienterande. Vad gäller regiontidningarna är andelen allmänt material något större eller 50–60 %.

7.2.3 *Läsvanor*

Nästa fråga blir i vilken utsträckning olika typer av material verkligen *läses*. Tidigare har antytts de svårigheter som är förknippade med läsvärdesundersökningar och en diskussion kring de metodiska problemen finns i forskningsrapporten. De här redovisade resultaten har kunnat kontrolleras med hjälp av olika tekniker. De har också jämförts med undersökningar gjorda inom ramen för lokalradioprojektet.

Den första uppdelningen är gjord efter de geografiska områden som behandlas. Frågan har gällt i vilken utsträckning de intervjuade brukar läsa allt eller nästan allt av: (1) utrikes, (2) inrikes och (3) lokalt stoff.

Tabell 7.6 Andelen läsare av utrikes-, inrikes- resp. lokalmaterial.

Material	Tidning					
	SDS	Arbetet	GP	VLT	FK	DD
Utrikesnyheter	60	52	55	51	31	42
Inrikesnyheter	77	70	71	70	56	52
Lokala nyheter	84	84	89	84	93	91

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings läsare i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig läsa allt eller nästan allt material av angiven typ. SkD ingår ej p. g. a. för få erhållna svar.

Svaret från läsarna är entydigt och överensstämmer med det som givits i många tidigare undersökningar. Det är i samtliga tidningar material från spridningsområdet som är mest läst. Störst är dock uppskattningen av dessa sidor hos läsarna i de två tidningar som har mest material av lokalt slag: Falu-Kuriren och Dala-Demokraten.

Tabell 7.7 Mest läst nyhetsmaterial.

Innehållskategori	Totalt	Tidning					
		SDS	Arbetet	GP	VLT	FK	DD
1 Lokala nyheter (allmänt)	84	84	89	84	89	98	91
2 Energikrisnyheter	80	85	87	81	84	77	78
3 Olyckor och brott	70	63	80	66	76	75	75
4 Inrikesnyheter (allmänt)	65	77	70	71	70	56	62
5 Miljöfrågor	62	70	61	70	65	48	57
6 Krigshändelser	51	62	54	55	52	42	40
7 Nyheter om u-länder	49	56	54	55	53	37	41
8 Utrikesnyheter (allmänt)	46	60	52	55	51	31	42
9 Lokala arb. marknaden	45	52	43	45	46	43	43
10 Sport	43	33	43	31	43	56	58
11 Familjenyheter	42	41	47	30	43	55	66
12 Hem och hushåll	37	40	46	36	40	34	39

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av respektive tidnings läsare i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig läsa det mesta eller en stor del av de angivna innehållskategorierna. SkD ingår ej p. g. a. för få erhållna svar.

I tabell 7.7 redovisas läsvärdet på olika innehållskategorier. Högst kommer de lokala nyheterna följda av energikrisnyheter, olyckor och brott samt allmänna inrikesnyheter. Lägst ligger innehållskategorier som familjenyheter och hem och hushåll.

En påtaglig bild av läsvärdet hos olika artiklar ger den sida ur Vestmanlands Läns Tidning som återges i figur 7.3. I denna redovisas hur stor del av läsekretsen – dels allmänheten (ALLM), dels kommunfullmäktiges ledamöter (KF) – som uppgivit sig läsa olika artiklar. Högsta värdet får de rent lokala artiklarna. De når något fler läsare än de stora utrikes- och riksnyheter som dominerar sidan.

Det lokala materialet har en ovedersäglig betydelse för tidningarna. Det gäller både region- och storstadstidningar. Men det är viktigt att konstatera att också andra nyheter får höga siffror. Mest överraskande torde vara att utrikesmaterialet genomgående visar sig ha högt läsvärde.

Det är troligt att utrikesnyheternas "popularitet" hänger samman med den uppmärksamhet som ges åt dessa händelser i radio och tv. Tv tjänar som en löpsedel åt tidningarna. Man vill läsa mera om det som man får höra mycket kortfattat om i tv-nytt eller i kommentarprogrammen.

7.2.4 *Opinionsbildande material*

Den hittills gjorda genomgången har främst handlat om nyheter och reportage. Tidningarna ger ett betydande stoff av samhällsorienterande karaktär och detta läses av stora grupper läsare. Av tradition brukar man skilja det hittills behandlade nyhetsmaterialet i tidningarna från det s. k. opinionsbildande materialet. Man gör detta även om gränserna ibland är suddiga.

I figur 7.1 redovisades hur stor del av textinnehållet i tidningen som är ledare och kommentarer. Det är en relativt konstant del av tidningen som

VESTMANLANDS LÄNS TIDNING

Telefon 021 – 13 78 00
Telexnr 021 – 11 03 00

Fredagen den 26 april 1974

Vecka 17
Årgång 141

Nr 97
Lösnr 90 öre

När arbetarna skulle gå till sina arbeten på morgonen fick de se stridsvagnar på gatorna.

Jubel mötte kuppmän i Portugal

Portugals krigsmakt reste sig på torsdagen, i protest mot 13 års kolonialkrig och kommunistisk inflytande i regeringen. Det var en militärkupp som ledde till att den mångårige diktatorn Marcelo Caetano och hans regering kapitulerade i Carmopalatset, som f.d. kunde sätt fungerat som högkvarter för det republikanska nationalgardet.

President Amerigo Thomaz sades sitta fängslad på militärpolisens högkvarter. I huppmakarnas radioknäppningar sades inte vem som ledde statskuppen, men revoltmakarna sade att Caetano överlämnat regeringsmakten till general Antonio Spinola, krigshjälten, som i en debattbok för ett year sedan förklarade att Portugal inte kunde vinna det koloniala kriget.

ALLM 52 %
KF 58 %

Spinola sägs ha fått Portugal att inte mer vara en "pariastat".

En jubelstämning sades ha uppstått efter det att Caetano hade skulle stå inför gatan och folkmassan på flera tusen personer för att komma fram till Carmo-palatset och ta emot Caetanos kapitulation.

Folket skulle ha sprungit ut och omringat bilen med Caetano och hans familj och skulle ha ropat "Frihet, frihet" och "Seger, seger" jublade folkmassan.

Caetano kapitulerade enligt kuppmakarnas uppgifter över två timmar efter att deras tidsfrist gått ut. Sedan militärpolisen hade vägrat lägga ned sina vapen skulle de revoltlustade styrkorna sätt Carmo med artilleri och kulsprutor innan de skulle fram en stridsvagn för att rasera porten.

— Ge upp, vi har mycket dynamit, ropade revoltmakarna i högtalare och kort därefter gavs gardisterna upp.

I Lissabon jublade befolkning en över statskuppen. Tusentals strömmade genom gatorna under rop om "frihet" och "seger". På sina håll samlade man ihop pengar för att köpa vin och smörgåsar till soldaterna och på en gata bars en låda champagne ut på trottoaren och fördelaren skålade för Spinola och för statskuppen.

Kuppmakarna vädjade till befolkningen att hålla sig inomhus under natten men levade att lägot skulle normaliseras lite på fredagen. De gav också order om att alla livsmedelsaffärer skulle hållas stängda — men det fanns folk att köpa efterhand stadsbiljetter och styrelsen hade lossning hindra.

Enligt en kommuniké skulle statskuppen ha varit helt odödig.

Revoltmännen sade att de skäl ska hålsen statskuppen.

— Efter 13 års krig i Afrika har regeringen inte kunnat definiera en politik som skulle leda till fred.

Brölsen på demokratiska rättigheter och maktmissbruk från regeringens sida.

— Arméns gräl att förvarar landet, en gräl som inbegrepar förtroende av alla medborgares rättigheter.

Sidan 14

Den avskedade förre vice överbefälhavaren Antonio Spinola (t.v.) tar över makten i Portugal efter kuppen mot premiärminister Marcello Caetano.

E 18 bordlagd igen!

Den intensiva trafikinformationen

ALLM 57 %
KF 97 %

att ännu en bordläggning var möjlig, men tydligen som en chock för centerledaren Alvar Bäckstrand. Men det var fullt möjligt — det var bara så att varken Bäckstrand och borgerliga borgerliga inlämnar vilar kommunisterna hade tänkt på vad som stod i lagen när ärendet behandlades för en månad sedan.

När E 18-ärendet annonserades på torsdagen, begärde kommunalrådet Erik Svensson (s) ordet. Han begärde kort och gott ny bordläggning. Alvar Bäckstrand: — Kan man verkligen bordlägga ett ärende två gånger?

— Jo-ooo, sade kommunalrådet Einar Jonsson (s), som gick upp i talarstolen med lagtextbok i handen. Det stod om bordläggning fattas genom majoritetsbeslut, kan sägas ske hur många gånger som helst. Det är den möjligheten lagen ger att få bordläggning genom endast en tredjedel av riksdagen som kan tillämpas endast en gång. Och första gången fanns inte ens några vänsterpartiister på bordläggning.

— Nej, men det var ju bara för att vi då var stora på att socialdemokraterna skulle få igenom bordläggningen med

Forts sid 10: E 18

Spionskandal skakar Brandt

En spionskandal skakar Västtyskland och dess förbundskanslär Willy Brandt. På torsdagen greps hans personlige politiske assistent 47 årige Günter Guillaume anklagad för att vara östtysk spion. Han har erkänt att han är hemlig officer i den östtyska folkarmén.

Nyheten om hans erkännande slog

ALLM 50 %
KF 70 %

Fortsättning sid 10

Västerås åt rätt håll igen ÖKAR!

Nu går Västerås folkmängdskurva åt rätt håll igen — uppåt! Under första kvartalet i år ökade folkmängden

ALLM 52 %
KF 83 %

någon. Överraskning för kommunens statistik- och utredningskontor, överbetecknade av den glada nyheten. Prognosmakarna säkr sig inte för arbetet och jublar "vad var det vi sa?" man.

— I samband med revideringen av befolkningsprognosen för ett par år sedan förutspådde vi stagnation under 1972 och 1973 samt en ny tillväxt 1974, konstaterar statistichef Olov Vitarberg.

— De nya folkmängdsuttrorna baserar sig på att folkbokföringsrutiner av 217 personer och en flyttningsförlust på 71.

— Av kommunens 30 församlingar uppvisar sex positivt netto namligen Lundby, Västerås Barkarö, Ryttarna, Romfartuna, Hubbo och Tavelsta. En skrattalning inlar Lundby och Hubbo med tillväxter på 316 respektive 188 personer. Inflyttningarna på Barkarö och Hösnäsen sätter sina spår. I övriga församlingar skannar tänningarna på mellan fyra och tio personer.

Uppgifter från Björksta saknas, varför en utförkrdnd situation där saknas. Oförändrad är Skiljebyn och Sjutorp.

Förlusterna i de övriga tolv församlingarna varierar från en till sex personer. Den statistiska siffran gäller Badelunda. Dalmark kommer Ekeby och domkyrkoförsamlingen med förluster på 85 respektive 66 personer.

Rune Östberg t.h. sitter med i förbundsstyrelsen i Transport och vänstra bild en av de på som inte går över till Hamnarbetareförbundet.

Följderna ovissa av hamnstrejken

Verksamheten var helt nedlagd i många hamnar, pågick i begränsad utsträckning i vissa och bedrevs i vanlig ordning i ett fåtal — därbland Västerås — under torsdagen. Ingen vågar ännu säga något om de ekonomiska följderna av konflikten som drabbar exportindustrin mitt under en högkonjunktur. Regeringen har för dagen inga planer på att ingripa mot Hamnarbetareförbundets stridsåtgärder.

Allt beror på hur långvarig strejken blir, uppger förste-vice vägtransrådande industri the VLT. Omsättningsproblem för vägtransportföretagen allmänt sett anses dock gren hämnt.

ALLM 32 %
KF 71 %

Där är det inte bara transportarbetare och lastning av non-farligt och en lika stor styrka uppgeta behöva i dag fredag.

I Köping hamn var arbetsnedläggelsen total hela torsdagen. Stuverbolaget i Västerås har fått förbrändingar från många håll om möjligheterna att omdirigera trafiken, men säger blankt nej. Det är arbetsledning och fackliga representanter som om.

Efter arbetets slut på fredag, men säger blankt nej. Det är arbetsledning och fackliga representanter som om Hamnarbetareförbundet kan inrapporteras. Jag har gnetvis sökt påverka mina arbetskamrater att stanna inom Transport, men tydligen förgäves.

Stuvarefarbundet har på sitten konventyrsal förhandlingarna på Transport. En uppgetelse innebär att Hamnarbetareförbundet för sitta ny med samma avtal. Men det var förbundet inte gnetlig utan strejkar för rätten att få stora rätta avtal.

— Som jag ser det vore det bäst om Transport kunde få till stånd ett bra avtal med Hamnarbetareförbundet, säger Hamnarbetareförbundet. Kan inrapporteras. Jag har gnetvis sökt påverka mina arbetskamrater att stanna inom Transport, men tydligen förgäves.

Stuvarefarbundet har på sitten konventyrsal förhandlingarna på Transport. En uppgetelse innebär att Hamnarbetareförbundet för sitta ny med samma avtal. Men det var förbundet inte gnetlig utan strejkar för rätten att få stora rätta avtal.

Sidorna 22 och 23

Klart om AP-fonden:

Palme nappade på nytt (c)-bud

STOCKHOLM, torsdag (TT) Centern fick genom ett sista bud igenom sina krav på att en utvidgning av den fjärde AP-fonden över 500 milj kr skall avgöras av riksdagen och att den skall få en årligen återkommande redovisning av fondens verksamhet.

Däremot tillgodosågs inte kravet på

ALLM 35 %
KF 81 %

— Riksdagens rätt att besluta om mera pengar till fonden och informationsplikterna, har varit det viktiga för oss, sade centerledaren Gunnar Hedlund efter det att de gjorde det.

— Det dissiera är det som vi gjorde i dag, sade Folkpartiledaren Gunnar Helén. Det understrek också att detta inte innebär att han har gett upp att driva partiet.

Den utskottsuttrning de båda partierna enats om betyder sammigen att de gällande principerna för placering skall tas upp till pröfning när man vinnet mer erfarenheter av fondens verksamhet med inkomst av aktier.

— Blir verksamheten sådan att det ingrepp, som oppen, artiklarna, det hörda ing erforsk också om att kapitalmarknadsutredningens arbete fortskrider. Den har som en huvuduppgift att pröva om nuvarande former för kanalisering av medel från AP-fonden till näringslivet är tillfredsställande.

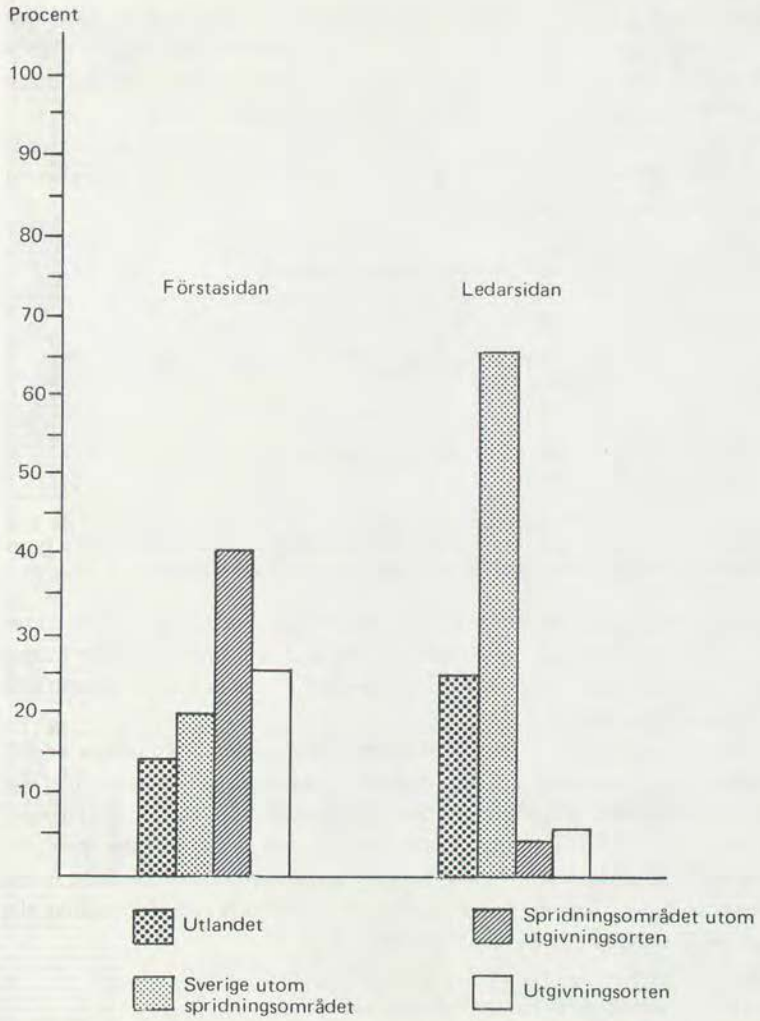
På frågan varför riksdagens insyn i fondens verksamhet inte begränsningar av aktieköp till högst fem proc i ett företag.

Det blev en kompromiss i AP-frågan mellan socialdemokraterna och centerpartiet på torsdagskvällen efter kontakter på partiledarplanet. Överenskommelsen hade då "legat i luften" i över ett dygn.

Forts sid 10: Kompromiss

Anm: ALLM = Allmänheten
KF = Kommunfullmäktige

Figur 7.3 Läsning av VLT:s förstasida den 26 april 1974.



Figur 7.4 En jämförelse av de undersökta tidningarnas förstasides- respektive ledarsidesmaterialet efter behandlade geografiska områden.

Anm.: Figuren bygger på den analys som gjorts av första- och ledarsidorna i tidningarna under i genomsnitt var tredje dag första halvåret 1973.

anslås till kommentarmaterial. Här skall redovisas vad dessa kommentarer innehåller och i vilken utsträckning de läses.

I figur 7.4 görs en jämförelse mellan förstasidorna och ledarmaterialet. Medan förstasidan domineras av nyheter från spridningsområdet intar dessa en mycket blygsam plats i ledarkommentarerna. Ledarsidorna handlar till nära 90 % om händelser på riks- eller utrikesplanet. Det anses uppenbarligen angelägnare att kommentera och ge bakgrund till de politiska och ekonomiska händelserna på riksplanet. Bristen på överensstämmelse mellan nyhets- och ledarmaterial framför allt i regiontidningarna är anmärkningsvärd.

Det är ett gammalt debattämne i vilken utsträckning ledarna *läses* och vilken *betydelse* de har för politiken. Tidigare läsundersökningar har givit varierande svar. Det är svårt att ange hur stor den verkliga ledarläsningen är och ännu svårare att säga vilken roll ledarmaterialet spelar.

I den intervjuundersökning som gjorts inom forskningsprojektet når man höga siffror när man frågar hur många som *brukar läsa* allt eller en stor del av ledarmaterialet (tabell 7.8).

Tabell 7.8 Andelen läsare av opinionsbildande material.

Typ av material	Tidning					
	SDS	Arbetet	GP	VLT	FK	DD
Ledarmaterial	39	37	32	34	28	19
Kultur- och debatt-artiklar	43	30	36	31	21	23
Insändare	58	63	43	62	52	64

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings läsare i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig läsa allt eller nästan allt av olika typer av opinionsbildande material. SkD ingår ej p. g. a. för få erhållna svar.

I storstadstidningarna och VLT är det mellan 30 och 40 % som anser sig läsa ledare. Troligen står denna siffra för den publik som över huvud taget ser efter vad som står på ledarsidorna – det är den potentiella ledarläsningspubliken.

Ser man närmare på den grupp som regelbundet läser ledare är det knappast överraskande att den domineras av politiskt intresserade. De intervjuade fullmäktigeledamöterna är nästan till 100 % ledarläsare, medan 55 % av den politiskt intresserade och 13 % av den politiskt ointresserade allmänheten läser ledare. Av annat kommenterande material är det uppenbart att insändare har stort läsvärde och detta gäller alla grupper. En redovisning återges i tabell 7.9.

Tabell 7.9 Läsning av opinionsbildade material.

Allmänheten				Fullmäktigeledamöter	
Politiskt ointresserade		Politiskt intresserade			
Ledare	13	Ledare	55	Ledare	97
Kultur/debatt	19	Kultur/debatt	48	Kultur/debatt	97
Insändare	50	Insändare	50	Insändare	72

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten resp. kommunfullmäktigeledamöterna i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig ofta läsa olika typer av opinionsbildande material.

Det innebär en förenkling att fråga om de intervjuade läser "ledare" eller ej. Självfallet är ledarläsningen i hög grad beroende av innehållet i ledarna. Detta illustreras bland annat av resultaten från den tidigare nämnda brevenkäten. Figur 7.5 återger ledarsidan ur Göteborgs-Posten den 26 april 1974. Den visar hur stor andel av allmänheten resp. kommunfullmäktiges ledamöter som läste om revolten i Lissabon, vilken

Revolten i Lissabon

ALLM 21 %
KF 56 %

Vändpunkt i Colombia

ALLM 4 %
KF 25 %

Skjut på U 68

ALLM 10 %
KF 48 %

Nya tag om AP-fonden

ALLM 15 %
KF 85 %

Självfallet?

ALLM 10 %
KF 60 %

Är samtidsetländet NÖDVÄNDIGT?

ALLM 6%
KF 20%

Med tungan i kinden

ALLM 5%
KF 0%

Präktig svensk realism

ALLM 2%
KF 5%

Anm: ALLM = Allmänheten
KF = Kommunfullmäktige

Figur 7.5 Läsning av GP:s ledarsida den 26 april 1974.

var högaktuell vid detta tillfälle, och hur betydligt färre tog del av kommentaren till händelserna i Colombia. Kommentarerna av svenska händelser hade ett högre läsvärde.

7.2.5 *Läsprofiler*

Det framgick ovan av redovisningen att ledarläsningen varierade starkt mellan grupper betecknade "politiskt intresserade" och "politiskt ointresserade". Det var i den förra gruppen som flest ledarläsare återfanns. Ser man till det totala samhällsorienterande materialet i en tidning – det består av ledare och kommentarer samt nyheter och reportage i politiska och ekonomiska ämnen – är det uppenbart att detta framför allt studeras av vissa läsargrupper.

I tabellen 7.10 har gjorts en sammanställning av ett antal karaktäristika för personer som i högre grad än andra läser det samhällsorienterande materialet.

Tabell 7.10 Olika bakgrundsfaktorers betydelse för läsning av samhällsorienterande material i dagspressen.

Bakgrundsfaktorer	Läsning av samhällsorienterande material		Summa procent
	Lite	Mycket	
Intresse för politik			
Litet	78	22	100
Stort	23	77	100
Informationsnivå i politiska frågor			
Låg	74	26	100
Mellan	52	48	100
Hög	29	71	100
Diskussionsaktivitet			
Låg	61	39	100
Mellan	36	64	100
Hög	11	89	100
Mötesaktivitet			
Ej besökt möte	63	37	100
Besökt ett möte	46	54	100
Besökt 2–4 möten	28	72	100

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten, indelad efter olika bakgrundsfaktorer, som uppger sig läsa lite resp. mycket samhällsorienterande material i dagspressen.

De olika bakgrundsvariablerna ger starka utslag. De som läser samhällsorienterande material (1) är också mera intresserade av politik, (2) har högre informationsnivå i politiska frågor, (3) är mera diskussionsaktiva och (4) går oftare på möten än de som inte läser samhällsorienterande material. Undantag finns men detta är tendensen.

Med ledning av resultaten i tabell 7.10 kan man konstatera att de som läser samhällsorienterande material i tidningen också kan antas föra det

vidare. Det är säkerligen riktigt att här anta att gruppen "diskussionsaktiva" för vidare det stoff de inhämtar i tidningarna. De gör det i samtal med vänner och bekanta.

Ett annat sätt att belysa tidningsläsningen är att göra en uppdelning på grundval av intresse för olika typer av tidningsinnehåll. I forskningsrapporten har gjorts en uppdelning av samtliga tidningsläsare i grupper efter deras konsumtion av samhällsorienterande respektive allmänt tidningsinnehåll. Följande fyra grupper utkristalliserades:

(1) Personer som läser relativt lite, både av det samhällsorienterande och det allmänna tidningsinnehållet.
(2) Personer som läser mycket alltmänt stoff men lite av det samhällsorienterande.
(3) Personer som läser mycket av det samhällsorienterande och lite av det allmänna materialet.
(4) Personer som läser mycket, både av det samhällsorienterande och det allmänna innehållet.

Frågan är först hur stora de olika grupperna är (se tabell 7.11) och därefter vad som kännetecknar dem som placerats i respektive grupper.

Tabell 7.11 Fyra läsprofiler.

Läser allmänt material	Läser samhällsorienterande material		Summa procent
	Lite	Mycket	
Lite	28 (1)	23 (3)	51
Mycket	23 (2)	26 (4)	49
Summa procent	51	49	100

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten i de fyra undersökningskommunerna som läser mycket eller lite av det allmänna resp. samhällsorienterande materialet i dagstidningarna. Siffrorna inom parentes syftar på den i texten återgivna gruppindelningen.

De olika grupperna är ungefär lika stora. Den största gruppen med 28 % är de utpräglade lågkonsumenterna.

Grupperna har vissa karakteristika. Den *första* visar en överrepresentation av ungdomar. Den *andra* domineras av kvinnor och lågt utbildade. I den *tredje* finns en majoritet av män och högutbildade. Det intressanta är dock att den *fjärde* gruppen – personer som läser mycket av både det samhällsorienterande och det allmänna materialet – utgör ett genomsnitt av befolkningen. Dessa högkonsumenter avviker inte vad beträffar kön och utbildning. De är däremot mera politiskt intresserade.

Man kan konstatera att *hälften av allmänheten läser samhällsorienterande material.* Det väsentliga som skiljer denna hälft från den andra är att den har större politiskt intresse, hellre diskuterar och oftare går på möten. Den har också bättre kunskaper i samhällsfrågor.

Vad gäller det samhällsorienterande materialet har tidningarna inte kunnat ersättas av andra medier. Typiskt är att högkonsumenter av samhällsorienterande material ser något mindre på tv och lyssnar mindre

på radions program 3 än lågkonsumenterna. Däremot hör de betydligt oftare på radions program 1. Den politiskt intresserade allmänheten får uppenbarligen en stor del av sin information från tidningarna och radions program 1.

7.2.6 *Bedömningar av olika medier*

Hur *bedömer* då organisationer och politiker pressens effektivitet i förhållande till andra medier när det gäller att nå ut med information och att själva få kännedom om stämningar och opinioner i kommunen.

I tabell 7.12 redovisas de svar som politiska, fackliga och andra organisationer samt företag och kommunala nämnder har givit på frågan om vilka kanaler de anser har mycket stor eller ganska stor betydelse för informationen *om* stämningar och opinioner inom kommunen.

Tabell 7.12 Bedömningar av vissa informationsvägars betydelse.

Information genom	Organisation						Företag	Kommunala nämnder
	M	C	S	Fackliga org.	Religiösa samfund	Övriga org.		
Dagstidningar	83	87	86	88	88	89	91	81
Regionalradio	47	55	55	61	(52)	56	51	45
Regional-tv	33	34	35	44	(21)	25	39	35
Tidskrifter	21	25	34	26	(29)	24	27	13
Lokala annonsblad	19	31	22	17	(27)	25	14	24
Möten med allmänheten	45	46	52	27	22	(29)	5	55
Enskilda medlemmar/anställda	91	81	91	66	69	74	60	83
Lokala föreningar	55	49	70	57	(41)	48	31	78
Lokala politiker	89	86	95	49	(32)	51	33	–
Övr direktkontakter	91	88	85	64	(80)	65	69	74

Anm: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. organisationstyp som uppger att de olika informationsvägarna har mycket eller ganska stor betydelse för information om stämningar och opinioner i kommunen. Totalt för de fyra undersökningsområdena. Fp och vpk redovisas ej på grund av för få svar. Siffrorna inom parentes anger att resultaten är osäkra p. g. a. att få svar erhållits.

Dagstidningarna ges av samtliga tillfrågade höga värden. Bland massmedierna ligger de betydligt över radio, tv och tidskrifter. Det kan dock konstateras att etermedierna, som har en mycket begränsad sändningstid på regional nivå, på kort tid har skaffat sig en stark ställning. Denna har emellertid inte gått ut över tidningarna – de olika medierna tycks komplettera varandra.

Jämför man den uppskattning organisationerna gör av massmedierna med den kontakt man har *direkt* med medlemmar och allmänhet får tidningarna anmärkningsvärt höga värden. Tidningarna har en roll som närmast kan jämföras med de direkta kontakternas.

Vilken roll spelar tidningarna när det gäller att *nå ut* med olika former av budskap till allmänheten? Vilken bedömning gör organisationerna av massmediernas genomslagskraft när det gäller att intressera allmänheten för olika samhällsfrågor? Resultatet visar på en hög uppskattning när det gäller att få information om stämningar ute i kommunen (tabell 7.13).

Man sätter tidningarna högst och det är därvid värt att notera att första- och andratidningarna ges en likartad bedömning. Det finns skillnader mellan olika partier men det är tydligt att man också uppskattar genomslagskraften hos de politiska motståndarnas organ.

Även om tidningarna uppskattas mycket gäller också här att radio och tv får höga värden. De har visserligen ett begränsat lokalt och regionalt utbud men deras genomslagskraft är stor då det gäller samhällsfrågor.

Tabell 7.13 Bedömningar av olika massmediers genomslagskraft på opinionen i samhällsfrågor.

Massmedium	Organisation						Företag	Kommunala nämnder
	M	C	S	Fackliga org.	Religiösa samfund	Övrig org.		
Förstatidning	96	98	92	94	88	98	95	96
Andratidning	87	89	95	97	87	94	69	74
Regionalradio	56	86	71	74	59	79	68	73
Ljudradions riksprogram	43	63	53	58	53	62	50	55
Tv	68	81	77	74	67	72	74	70

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av respektive organisationstyp som uppger att de olika massmedierna har stor eller ganska stor genomslagskraft när det gäller att intressera allmänheten för olika samhällsfrågor. Totalt för de fyra undersökningsområdena. Siffrorna för andratidning gäller endast Malmö och Falun. Fp och vpk redovisas ej p. g. a. för få erhållna svar.

De olika undersökningarna understryker att pressen har en väsentlig uppgift när det gäller den politiska opinionsbildningen. Den har stor betydelse både när det gäller att upplysa om stämningar ute i samhället och när man skall informera och skapa opinion i samhällsfrågor. Denna stora uppskattning betyder dock inte att tv och radio skulle anses vara utan betydelse. Dessa medier har fått en större roll utan att därför tidningarna anses överflödiga.

7.3 Alternativ på tidningsmarknaden

Presspolitiken i Sverige har hittills främst syftat till att bibehålla alternativ på tidningsmarknaden. Produktionsbidragen har huvudsakligen gått till orter där två tidningar utkommer och arbetar på samma marknad. Ett verkligt alternativ till den dominerande tidningen kan anses föreligga först då det finns flera tidningar med ett konkurrenskraftigt utbud vad beträffar text och annonser som arbetar på samma geografiska marknad. Med detta synsätt finns det i de undersökta områdena alternativ i fråga om informations- och opinionsförmedlingen i Malmö och Falun/Leksand men ej i Västerås och Göteborg.

Göteborgs-Posten och Vestmanlands Läns Tidning har monopol på sina respektive marknader men detta innebär inte att det saknas tillgång till andra tidningar på dessa orter. Tidigare har pekats på den omfattande kvällstidningsläsningen framför allt i Västerås. Det väsentliga i detta sammanhang är att det inte finns andra tidningar än de dominerande som för dessa orter ger lokal information genom redaktionell text och annonser med ambitionen att vara fullständig.

Frågan är hur massmediesituationen avviker på de två monopolorterna i jämförelse med de två konkurrensområdena. Det är självklart att många av de skillnader mellan områdena som kan visas genom forskningsprojektets undersökningar inte beror på om det råder tidningsmonopol eller konkurrens. De undersökta områdena har olikartad politisk struktur och tradition. Det finns också skillnader i tätortsgrad, näringsstruktur osv. Tidningsstrukturen är bara en av flera faktorer som kan förklara existerande olikheter. Vad man kan få från de olika undersökningarna är således mera symptom och indicier än direkta bevis.

7.3.1 *Tidningsval*

Behovet av alternativ på en ort hänger i hög grad samman med den uppfattning man har om tidningens politiska betydelse. Ju mera tidningen förknippas med och uppträder som företrädare för ett parti desto angelägnare måste det vara att det finns valmöjligheter. I diskussionen kring pressens politiska roll hävdas ibland – vilket framgått av redogörelsen i kapitel 5 – att denna är betydligt överdriven eller rentav en konstruktion. Valsiffrorna visar att partier kan ha stora framgångar utan att de har stöd av en omfattande press. Många människor väljer andra tidningar än dem som företräder det egna partiets åsikter.

I det följande skall tidningsläsarna karaktäriseras efter partifärg och en diskussion föras kring vilka faktorer som är avgörande vid val av tidning.

I intervjuundersökningen med allmänheten var det en relativt stor andel av respondenterna som vägrade uppge partisympati (mellan 11 och 33 % av de tillfrågade). Det är ändå möjligt att få en viss uppfattning om överensstämmelsen mellan partifärg och tidningsläsning.

Tabell 7.14 Tidningsläsarnas politiska sympatier.

Parti	Tidning					
	SDS	Arbetet	GP	VLT	FK	DD
M	18	3	12	11	5	1
Fp	5	0	10	7	5	0
C	19	5	10	18	43	8
S	22	68	36	39	20	75
Vpk	1	3	5	3	1	2
Övriga	1	1	2	2	2	2
Ej svar	33	21	26	21	25	11
Summa procent	100	100	100	100	100	100

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings läsare i de fyra undersökningskommunerna (Malmö, Göteborg, Västerås och Leksand) som uppger sig sympatisera med de angivna partierna. SkD ingår ej p. g. a för få erhållna svar.

Tidningsläsarnas politiska sympatier inom respektive kommuner följer ett klart mönster (tabell 7.14). De socialdemokratiska tidningarna domineras av sympatisörer till detta parti, medan de borgerliga tidningarna på konkurrensorterna har en större andel borgerliga sympatisörer. 68 % av Arbetets läsare uppger sig vara socialdemokrater medan endast 22 % av

SDS:s läsare deklarerar s-sympatier. Motsvarande siffror för Dala-Demokraten och Falu-Kuriren är 75 % respektive 20 %. De borgerliga tidningarna i Leksand och Malmö har en stor majoritet borgerliga läsare även om den socialdemokratiska gruppen för dessa är större än motsvarande borgerliga grupp i de socialdemokratiska tidningarna.

GP:s och VLT:s läsekretsar har en spridning som motsvarar valsiffrorna i tidningarnas resp. utgivningskommuner. I dessa kommuner har man inte någon reell valmöjlighet vad beträffar den lokala informationen. Man har fått ta den tidning som erbjudits – vilket parti den än företrätt.

Analyser inom forskningsprojektet visar att det framför allt är för de politiskt intresserade som tidningsfärgen spelar en roll vid tidningsvalet. I de fall där det finns en valmöjlighet väljer tre politiskt intresserade socialdemokrater av fyra en socialdemokratisk tidning. Nio politiskt intresserade borgerliga sympatisörer av tio väljer den borgerliga tidningen. Skillnaden kan förklaras av att ingen socialdemokratisk förstatidning ingår i undersökningen.

Intressant är dock att en studie av de nyinflyttade i Malmö som utförts inom forskningsprojektet visar på ett annorlunda tidningsval. I gruppen nyinflyttade har högtäckningstidningen ett mera markant överläge än bland kommunens samtliga invånare. Politiskt intresserade socialdemokrater väljer oftare den borgerliga högtäckningstidningen. En förklaring härtill måste vara att gruppen nyinflyttade är särskilt beroende av lokal annonsinformation.

7.3.2 *Tidningarnas partiskhet*

Det ligger i det opinionsbildande materialets natur att det skall ta ställning för en part i den politiska debatten. Visserligen finns det tidningar som de senaste åren lämnat den nära anknytningen till ett politiskt parti. Sydsvenska Dagbladet verkade under 1960-talet för medborgerlig samling och lämnade då högerpartiet. För närvarande betecknas den oberoende liberal och kan sägas ha en allmänt borgerlig profil.

Majoriteten av tidningarna har dock en nära anknytning till ett enda parti. Tidningen sympatiserar med partiets grundidéer och torde vara till stor nytta för partiet genom att dagligen kommentera händelseförloppet med utgångspunkt från dess idéer. Även om tidningen är generös med olika former av inlägg och genmälen kan dessa knappast uppväga fördelen med löpande kommentarer skötta av en politisk redaktion.

Den politiska debatten måste bli lidande då endast ett parti finns företrätt i pressen på en ort. Många läsare får inte kommentarer ur den synvinkel de skulle önska. Det är också intressant att se att de här undersökta tidningarna inte använder t. ex. sin *pressklippsspalt* för att i nämnvärd mån vidga debatten (tabell 7.15).

Av de undersökta tidningarna är GP och VLT som ensamtidningar av speciellt intresse. De använder pressklippsspalten framför allt för att citera liberala, moderata och centerpartistiska tidningar. De socialdemokratiska tidningarna citeras i betydligt mindre utsträckning.

Tabell 7.15 Citerade pressgrannar.

Pressgrannar från	Tidning						
	SDS	Arbetet	SkD	GP	VLT	FK	DD
Tidning tillhörande samma politiska block	80	36	73	64	76	59	55
Tidning tillhörande annat politiskt block	12	41	18	22	21	23	31
Fackpress	3	20	4	10	1	15	11
Övrig press samt andra medier	5	4	5	4	2	3	3
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100
Spaltcentimeter	1 627	449	607	889	1 866	1 550	944

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings citerade pressgrannar som faller inom de angivna kategorierna.

Ser man till den del av det redaktionella materialet som betecknats "nyheter och reportage" har tidigare konstaterats att en stor del av detta upptar sådant med "politiskt perspektiv". Det är bland annat artiklar där partierna på lokal- eller riksnivå behandlas direkt eller indirekt. En väsentlig fråga är i vilken utsträckning man här gynnar det egna partiet genom att t. ex. låta detta komma till tals i högre utsträckning än andra.

Tabell 7.16 Andelen material om politiska partier i tidningarnas nyhetsmaterial.

Parti	Tidning						
	SDS	Arbetet	SkD	GP	VLT	FK	DD
M	23	15	6	6	24	16	5
Fp	16	18	22	49	20	27	13
C	25	13	39	26	28	27	23
Borgerliga kombinationer	0	4	0	0	0	0	0
S	21	43	33	11	19	17	56
Vpk	11	7	1	0	9	9	3
Övriga	4	0	0	7	0	4	0
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100
Spaltcentimeter	1 942	4 070	4 436	1 934	4 200	1 641	4 658
Procentandelen partipolitiskt material	6	11	11	8	13	5	13

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings nyhets- och reportagematerial av partipolitisk karaktär som behandlar enskilda partiers aktiviteter. I tabellen anges också hur stor procentandel av det totala materialet som handlar om partipolitik.

De resultat som redovisas i tabell 7.16 utgör en analys av hur stor andel respektive parti får av det material som behandlar händelser där partierna varit inblandade. Det är uppenbart att det eller de partier som ligger respektive tidning närmast gynnas volymmässigt. Mest missgynnade parti är vpk men också moderata samlingspartiet har svårt att komma fram i flera av tidningarna.

De båda tidningar som har en starkt dominerande ställning på sina respektive utgivningsorter – GP och VLT – är inte mer generösa med utrymme till motståndarpartierna än tidningar i konkurrenssituation. GP ägnade 11 % av sitt politiska material att uppmärksamma socialdemokraterna som parti och VLT 19 %.

Det begränsade utrymme som ges åt socialdemokraterna som parti kan i viss utsträckning kompenseras av det nyhetsmaterial i pressen som behandlar regeringen. I tabell 7.17 redovisas hur stor andel av det totala nyhets- och reportagematerialet som handlar om regeringen.

Tabell 7.17 Andelen material om regeringen i tidningarnas nyhetsmaterial.

Material om regeringen	Tidning						
	SDS	Arbetet	SkD	GP	VLT	FK	DD
Spaltcentimeter	1 285	1 730	1 792	1 122	1 027	444	784
Procentandelen "regeringsmaterial"	4	5	5	5	3	1	2

Anm.: I tabellen anges hur stor del av nyhetsmaterialet som handlade om "regeringen".

Den mängd material som behandlar regeringen varierar i de undersökta tidningarna. Storstadstidningarna ägnar ca 5 % av sitt totala nyhetsmaterial åt regeringen. Regiontidningarnas andel är något mindre.

Dala-Demokraten, Falu-Kuriren och Vestmanlands Läns Tidning har i absoluta tal minst material om regeringen. Arbetet har betydligt mer än exempelvis Göteborgs-Posten och Sydsvenska Dagbladet.

7.3.3 *Bedömningar av tidningarnas partiskhet*

Vid sidan av resultaten från innehållsanalysen är de uppfattningar om tidningarnas partiskhet som kommit fram genom enkäterna och intervjuerna av intresse. Frågan har ställts hur organisationer, politiker och vanliga läsare uppfattat sina respektive tidningar. De har fått fälla omdömen om de tidningar de känner till, dvs. den egna dagstidningen. Huvudfrågorna har gällt i vilken utsträckning man ansett att tidningarnas nyhetsbevakning dels varit "rättvis" mot det egna partiet eller ej, dels över huvud taget haft en färgning.

I tabell 7.18 redovisas hur läsarna anser att det parti som de sympatiserar med behandlas i respektive tidningar. Som väntat är det mycket få socialdemokrater som är missnöjda med behandlingen i Arbetet och Dala-Demokraten. Däremot anser mer än hälften av de socialdemokrater som läser Göteborgs-Posten att det egna partiet får en "orättvis" behandling. Med ledning av tidigare redovisade resultat kan man anta att detta inte enbart beror på att nyheterna om socialdemokraterna "vinklas" utan lika mycket på att partiet får för liten uppmärksamhet i tidningen.

Tabell 7.18 Bedömningar av tidningarnas sätt att behandla politiska partier med hänsyn till läsarnas partisympatier.

Tidning	Socialdemokratiska sympatisörer					M-, Fp-, C-sympatisörer				
	Det egna partiet behandlas		Ingen åsikt	Summa procent	Antal svar	Det egna partiet behandlas		Ingen åsikt	Summa procent	Antal svar
	Rättvist	Orättvist				Rättvist	Orättvist			
SDS	41	39	21	100	55	62	19	19	100	105
Arbetet	85	3	12	100	77	*a*	*a*	*a*	*a*	9
GP	33	53	14	100	126	68	20	12	100	109
VLT	39	44	17	100	146	69	20	11	100	136
FK	27	40	33	100	65	50	25	25	100	174
DD	89	4	7	100	63	*a*	*a*	*a*	*a*	8

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. tidnings läsare i de fyra undersökningskommunerna, fördelade på socialdemokratiska och (m, fp, c)-sympatisörer, som anser att tidningen behandlar det parti läsarna sympatiserar med rättvist eller orättvist.

a) Inga värden kan anges p. g. a. att för få svar erhållits

I tabell 7.19 redovisas den del av organisationsenkäten där man frågat olika *partiorganisationer* i vilken utsträckning de anser att enskilda tidningar har en "rättvis" eller "orättvis" bevakning av den egna organisationen.

Det viktigaste resultatet torde vara att man kan konstatera att det inte finns någon skillnad mellan hur konkurrenstidningarna och ensamtidningarna bedöms. Man anser t. o. m. från socialdemokratiskt håll att GP och VLT är mer "orättvisa" än FK och SDS. En av förklaringarna till detta kan vara att problemet med en "partisk" tidning är mera aktuellt och allvarligare i Göteborg och Västerås än i Malmö och Falun. Man skärper därför sina svar i dessa områden.

Tabell 7.19 De lokala partiorganisationernas uppfattningar om tidningarnas sätt att bevaka det parti resp. organisation representerar

Bedömd tidning	Rättvis bevakning			Orättvis bevakning		
	M	C	S	M	C	S
SDS (ob lib)	83	90	16	17	10	63
Arbetet (s)	0	20	97	100	80	0
GP (lib)	86	62	7	0	31	85
VLT (lib)	100	69	18	0	31	82
FK (lib)	89	80	22	11	20	44
DD (s)	22	0	91	78	100	0

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av de lokala partiorganisationerna (m, c och s) som anser att de angivna tidningarnas bevakning av det parti resp. organisation representerar är rättvis eller orättvis. Andelen "ingen åsikt" är ej redovisas. Fp och vpk ingår ej p. g. a. för få erhållna svar.

I intervjuerna med kommunfullmäktiges ledamöter ombads dessa att gradera hur partipolitisk respektive tidning ansågs vara. I tabell 7.20 redovisas svaren. Ju närmare man ligger noll desto mindre partisk anses tidningen vara.

Tabell 7.20 Kommunfullmäktigeledamöternas åsikter om de undersökta tidningarnas partipolitiska färgning av nyhetsmaterialet.

Kommun	Bedömd tidning	Fullmäktigeledamöternas partitillhörighet			
		M	Fp	C	S
Malmö	SDS	1,3	1,0	1,5	1,9
	Arbetet	2,0	1,8	2,0	1,9
	SkD	1,5	2,3	1,5	1,9
Göteborg	GP	1,3	0,9	1,5	2,3
Västerås	VLT	1,2	1,0	1,4	1,8
Leksand	FK	1,2	1,8	1,1	2,3
	DD	2,0	1,8	2,1	1,7

Anm.: I tabellen anges medelvärden för resp. fullmäktigegrupp i de fyra undersökningskommunerna. Dessa har tagit ställning till i vilken utsträckning nyhetsmaterialet är politiskt färgat. De har fått ange detta efter en skala från 0–3, där 0 = partipolitisk färgning förekommer inte alls och 3 = partipolitisk färgning förekommer i mycket hög grad.

Det högsta värdet för partifärgning ger socialdemokraterna i Göteborg GP och deras partibröder i Leksand Falu-Kuriren samt folkpartisterna i Malmö Skånska Dagbladet. Folkpartisterna ger däremot låga värden åt GP och SDS. Det finns en tendens att när tidningen gynnar ett parti upplever detta självt inte någon politisk färgning.

Politiker, allmänhet och organisationer upplever starkt att pressen fungerar politiskt och att det blir snedvridning och "orättvisa" när en tidning representerande ett parti blir kvar som ensam dominerande.

Även för journalisterna som arbetar på de olika tidningarna är det ett problem med bristen på alternativ på tidningsmarknaden. I den enkät som gjorts med journalisterna på de tidningar som ingår i undersökningen förklarade 76 % att det var ett mycket stort eller ganska stort hot mot pressfriheten att på allt fler områden en tidning får en dominerande ställning.

Det framgår på många sätt av de gjorda undersökningarna att förekomsten av alternativ på tidningsmarknaden är mycket betydelsefull. På de platser där det finns mer än en tidning har partierna betydligt bättre möjligheter att nå ut med budskapen och få information om stämningarna bland medborgarna.

Det är dock svårt att exakt bestämma hur stor den politiska betydelsen av tidningarna är. Pressens roll är beroende på lokala förhållanden och enskilda tidningars kvalitet.

7.3.4 *En politisk fråga*

Intervjuundersökningarna med allmänheten gjordes våren 1974 då energikrisen var mycket aktuell. Sverige hade haft en kort tid av bensinransonering och det riktades stark kritik från oppositionens och vissa tidningars sida mot regeringens sätt att sköta energifrågorna.

De intervjuade inom de olika områdena tillfrågades om sin syn på regeringens handläggning av de aktuella frågorna. Det visar sig att man får ett klart samband mellan åsikterna hos tidningsläsaren och hos den "egna" tidningen. Socialdemokrater som läste borgerliga tidningar var mera kritiska mot regeringspolitiken än de socialdemokrater som läste socialdemokratiska organ.

Resultatet av denna undersökning överensstämmer med det som framkom i samband med första pressutredningen. Den fråga som då var aktuell var Wennerström-affären. På samma sätt som nu visade det sig att de socialdemokrater som läste borgerliga tidningar var mer kritiska till regeringens skötsel av affären än de som läste socialdemokratisk press.

7.3.5 *Kommentar*

Den fråga som ställdes i inledningen av detta avsnitt var vilken betydelse alternativ på tidningsmarknaden har. Det framgår av de olika undersökningarna att tidningar spelar en politisk roll. De värderas också som politiska instrument av organisationer och politiker. De uppfattas av allmänheten som bärare av politiska budskap. Det blir en snedfördelning i den politiska debatten, opinionsbildningen och nyhetsförmedlingen när endast en tidning blir kvar på en ort. Det finns visserligen andra kanaler för partierna att kommunicera med väljarna genom. Det finns tidskrifter, etermedier och organisationer som naturligtvis spelar en mycket stor roll. Men bristen på reella alternativ på dagstidningsmarknaden kan svårligen uppvägas.

7.4 Komplementtidningar

Tidningskonkurrens i egentlig mening förekommer i dag endast inom 20 tidningsområden i Sverige. Detta betyder emellertid inte att läsarna helt saknar valmöjligheter i de andra områdena. På en rad orter finns olika former av komplement till den dominerande tidningen även om det inte finns en konkurrerande flerdagarstidning. Stockholms kvällstidningar sprids över hela landet. Det utkommer olika fådagarstidningar och det finns en rikt flora av fackliga och ideella tidskrifter som kan tänkas ha delvis liknande funktioner som dagstidningarna.

I detta avsnitt skall olika typer av komplement till den traditionella dagstidningen diskuteras. Först skall *fådagarstidningarna* behandlas. Dessa är av speciellt intresse för pressutredningen eftersom ett stort antal av dem har presstöd. Därefter skall den form av *edition* som exempelvis Arbetet ger ut i Göteborg diskuteras. Vidare skall *kvällstidningarnas* och *tidskrifternas* betydelse som komplement belysas.

7.4.1 *Fådagarstidningarna*

Flertalet fådagarstidningar som i dag får presstöd är organisationsanknutna och har regional spridning. I flera fall bygger de vidare på

traditioner från flerdagarstidningar som inte klarat sig i konkurrensen med andra flerdagarstidningar. I forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen visas att denna tidningsgrupp haft framgångar både på upplage- och annonsmarknaderna.

Tre fådagarstidningar med regional spridning ingår i undersökningen. Dessa är de i Västerås utkommande Västmanlands Nyheter (c) och Västmanlands Folkblad (s) samt Dalabygden (c) som utkommer i Falun. Samtliga är starkt inomspridda, dvs. de läses främst av personer som delar tidningens åsikter. De politiskt intresserade läsarna är också i majoritet.

Västmanlands Folkblad är den av de tre fådagarstidningarna som når högsta spridningen: 13 % av de politiskt intresserade socialdemokraterna i Västerås läser denna tidning. 9 % av de politiskt intresserade centerpartisterna i Västerås läser Västmanlands Nyheter.

Denna typ av fådagarstidning är inte avsedd för masspridning utan vänder sig till politiskt, fackligt och ideellt intresserade grupper. Man torde medvetet satsa på opinionsbildarna och hoppas att dessa skall ge tidningens innehåll en vidare spridning. Denna karaktär på tidningarna gör det speciellt intressant att ta del av organisationernas och fullmäktiges bedömningar om tidningarnas betydelse (tabell 7.21).

Tabell 7.21 Bedömning av fådagartidningarnas betydelse när det gäller att intressera allmänheten för samhällsfrågor.

Tidning	Partitillhörighet				Samtliga
	M	Fp	C	S	
Västerås					
Västmanlands Folkblad (s)	22	38	23	65	44
Västmanlands Nyheter (c)	22	25	31	19	22
Leksand					
Dalabygden (c)	0	40	63	18	35

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. kommunfullmäktigegrupp i Västerås och Leksand som anser att de lokala fådagarstidningarna har stor betydelse när det gäller att intressera allmänheten för samhällsfrågor.

De socialdemokratiska fullmäktigeledamöterna i Västerås och centerpartisterna i Leksand ger sina respektive tidningar höga värden. De anser att tidningarna, trots sin begränsade spridning och upplaga, har stor betydelse.

Det finns en skillnad mellan den uppskattning som Västmanlands Folkblad får i jämförelse med den som kommer Västmanlands Nyheter till del. En förklaring till detta måste vara att Västmanlands Folkblad har en större redaktionell kapacitet än Västmanlands Nyheter. Den förra tidningen har fem heltidsanställda redaktörer medan den senare har två. Det är möjligt att Västmanlands Nyheters redaktionella innehåll därför är alltför begränsat.

Frågan om fådagarstidningarnas roll som komplement till flerdagarstidningarna är svår att entydigt besvara. Det är självklart att en tidning med begränsad periodicitet, särskilt vid utgivning en gång i veckan, inte kan

ersätta alla funktioner hos en daglig nyhetstidning. Men det tycks klart att den kan få en betydelse framför allt för de opinionsbildande grupperna. Fådagarstidningarna bör vara speciellt lämpliga då det gäller att ombesörja kommunikationen inom partier samt tolkning av och kommentarer till vad som sker i politiken.

En fådagarstidning gör också att "den stora tidningen" får en redaktionell konkurrent på orten. Det blir ytterligare en redaktion som bevakar politiska, fackliga och kulturella händelser. Detta bör innebära en stimulans som måste vara värdefull för den totala mediesituationen inom ett område. Men ett krav måste då vara att fådagarstidningarna utvecklar en tillfredsställande redaktionell kapacitet och kvalitet.

7.4.2 *Editioner*

Arbetets Göteborgs-edition fyller till stor del samma funktioner som en fådagarstidning men den har fördelen att utkomma varje dag. Nackdelen är att den i huvudsak är en Malmö-tidning även om den har ett betydande västsvenskt material.

Arbetets upplaga i Göteborg är 11 100 ex. och detta ger en hushållstäckning på 5 %.[1] Det framgår redan av dessa siffror att det endast är ett fåtal i Göteborg som har Arbetet som daglig tidning.

Av de politiskt intresserade socialdemokraterna i Göteborg uppger sig 8 % ha Arbetet som sitt huvudsakliga organ. Till bilden hör dock att en stor grupp läser tidningen regelbundet minst en gång i veckan. Det gäller både politiskt intresserade och ointresserade socialdemokrater. Tidningen når också relativt stora grupper från övriga partier.

Man kan utgå från att många av Arbetets läsare är opinionsledare och att således dess stoff når längre än läsarsiffrorna antyder. Tidningen kan på detta sätt utgöra ett viktigt komplement till Göteborgs-Posten vad gäller politisk debatt och information.

Systemet med editioner till en huvudtidning av det slag som Arbetets västupplaga representerar är ovanligt i Sverige. Det har dock även prövats av Arbetarbladet i Gävle som sedan 1972 givit ut en speciell edition i Uppsala varje torsdag. Man eftersträvar att göra Uppsala-editionen av Arbetarbladet till en i förhållande till huvudtidningen självständig produkt. Upplagan är ca 6 000 ex. och man täcker på torsdagar 12 % av hushållen i Uppsala kommun.

Editionerna av Arbetet i Göteborg resp. Arbetarbladet i Uppsala kan sägas ha samma presspolitiska effekter som de som eftersträvas med fådagarstidningarna. De innebär ökade möjligheter till politisk diskussion och information. Det blir en viss konkurrens på nyhetsmarknaden.

7.4.3 *Kvällstidningar*

De enda svenska tidningar som når rikskspridning av betydelse är de i Stockholm utgivna kvällstidningarna Aftonbladet och Expressen. Kvällstidningarna eftersträvar att vara komplement till andra medier och har

[1] Med Göteborg avses följande kommuner: Göteborg, Härryda, Lerum, Mölndal och Partille.

inte som morgontidningarna ambition att täcka hela nyhetsfältet. De har större andelar underhållningsmaterial än morgontidningarna och ger vissa "attraktiva" nyheter en mera framträdande plats. Detta sammanhänger huvudsakligen med att kvällstidningarna så gott som uteslutande är lösnummerförsålda.

Både Aftonbladet och Expressen har regionala editioner för södra och västra Sverige. Syd-editionerna trycks i Malmö och väst-editionerna i Göteborg för Aftonbladet och i Jönköping för Expressen.

Tidigare har redovisats den spridning som kvällstidningarna har i respektive undersökningsområden. Expressen och Aftonbladet har stor spridning i Västerås och Leksand men betydligt lägre i Göteborg och Malmö. Till viss del förklaras detta av att de har lokal konkurrens i storstäderna men kvällstidningsläsningen är över huvud taget sämre i Göteborg och Malmö än på de flesta andra platser i landet.

Tabell 7.22 Andelen politiskt intresserade av Expressens och Aftonbladets läsare.

Tidning	Kommun				Totalt
	Malmö	Göteborg	Västerås	Leksand	
Aftonbladet	61	63	43	30	41
Expressen	60	64	42	31	41
Andel inom kommunen som är politiskt intresserade	44	42	43	32	40

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av Expressens och Aftonbladets läsare i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig vara intresserade av politik.

I tabell 7.22 redovisas den andel av Aftonbladets och Expressens läsare som är intresserade av politik. Denna grupp läsare har även en rad andra karakteristiska drag som diskussionsvillighet och mötesaktivitet. I Leksand och Västerås torde kvällstidningarnas läsekrets motsvara ett genomsnitt av befolkningen – andelen politiskt intresserade läsare motsvarar andelen politiskt intresserade totalt i kommunen. I Göteborg och Malmö finns bland Aftonbladets och Expressens läsare en överrepresentation av politiskt intresserade.

Stockholms kvällstidningar tycks ha en viktig politisk funktion. De fungerar som "komplement" till de dominerande morgontidningarna. Viktigast torde vara att de ger nyheter och kommentarer i riks- och utrikesfrågor av ett slag som kompletterar de andra tidningarnas.

7.4.4 *Tidskrifterna*

Tidskrifterna behandlas speciellt i kapitel 11. Det är dock nödvändigt att också i det här sammanhanget något beröra deras roll när det gäller information i samhällsfrågor.

I intervjuundersökningen med allmänheten ställdes en öppen fråga om vilka tidskrifter den intervjuade läste. Man presenterade således *inte* någon lista med tidskrifter där man fick göra avprickningar utan den

intervjuade fick själv ange vilka tidskrifter han/hon läste, hur lång tid han/hon ägnade åt dem och vilket innehåll han/hon tog del av.

Tabell 7.23 Tidskriftsläsning.

Typ av tidskrifter	Kommun			
	Malmö	Göteborg	Västerås	Leksand
Politik/samhällsdebatt	8	8	10	8
Fackliga	26	21	34	27
Branschfackpress	16	9	18	16
Hobbytidningar	14	13	24	20
Populärpress	78	74	77	76
Övriga tidskrifter	27	24	35	29

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig läsa minst en tidskrift av de angivna typerna.

I tabell 7.23 har tidskrifterna kategoriserats i sex grupper och fördelats över de fyra undersökningsområdena. Populärpressen läses av ungefär tre fjärdedelar i samtliga områden – det finns i stort sett inte några skillnader mellan storstad och landsbygd.

Av ett speciellt intresse för pressutredningen är tidskrifter med ett omfattande politiskt och allmänt samhällsorienterande material. Denna typ motsvaras i kategoriseringen ovan närmast av de politiska och fackliga tidskrifterna. Här kan man konstatera att de fackliga tidskrifterna når ungefär en fjärdedel av de tillfrågade. Den högsta siffran redovisas i Västerås där 34 % uppger sig läsa en facklig tidskrift.

Tabell 7.24 Läsning av fyra organisationstidskrifter.

Tidskrifter	Kommun			
	Malmö	Göteborg	Västerås	Leksand
Vi	9	9	11	14
Metallarbetaren	5	5	12	3
Land	2	1	3	8
Vår Bostad	4	3	3	1

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av allmänheten i de fyra undersökningskommunerna som uppger sig regelbundet läsa eller titta i de angivna tidskrifterna.

De enskilda tidskrifter av denna typ som är mest lästa bland de intervjuade är Vi, Metallarbetaren, Land och Vår Bostad (tabell 7.24). Metallarbetaren har högsta värdet i Västerås med 12 %. Vi ligger genomgående på ca 10 % och Land når sin högsta siffra i Leksand där 8 % av de intervjuade uppger sig vara läsare.

Den utbredda läsningen av tidskrifter med ett seriöst politiskt, fackligt och allmänt samhällsorienterande material har en stor betydelse. Tidskrifterna måste fylla en viktig funktion då det gäller allmän politisk och facklig information. Det är dock framför allt då det gäller riksfrågor de

har denna betydelse. Tidskrifterna har i allmänhet rikssprídning och därigenom begränsade möjligheter att behandla lokala problem.

Vilka grupper av medborgare är det då som läser tidskrifter? I tabell 7.25 har dagstidningsläsarna delats upp efter hur mycket allmänt respektive samhällsorienterande stoff de tar del av. Det är samma indelning som använts i avsnitt 7.2.5. För varje grupp anges sedan tidskriftsläsningen.

Tabell 7.25 Läsvanor för dagspress och tidskrifter/populärpress.

Dagspressläsning (läsprofil)	Tidskriftsläsning					
	Läser politiska tidskrifter		Läser fackliga tidskrifter		Läser populärpress	
	minst en	ingen	minst en	ingen	minst två	mindre än två
Läser lite allmänt och lite samhällsorienterande stoff	12	29	21	30	25	31
Läser mycket samhällsorienterande och lite allmänt stoff	41	22	29	21	17	30
Läser mycket allmänt och lite samhällsorienterande stoff	16	23	16	25	28	17
Läser mycket allmänt och mycket samhällsorienterande stoff	31	26	33	24	30	22
Summa procent	100	100	100	100	100	100

Anm.: I tabellen anges hur stor procentandel av resp. läsargrupp av tidskrifter och populärpress som uppger sig läsa litet eller mycket samhällsorienterande och allmänt material i dagspressen. Totalt för de fyra undersökningskommunerna.

Det är de personer som läser mycket samhällsorienterande material i dagspressen som också tar del av de fackliga och politiska tidskrifterna. De skaffar sig på detta sätt ytterligare information. Det finns större valmöjligheter bland tidskrifterna än inom dagspressen och man kan således i dessa få ett opinionsbildande material som bättre överensstämmer med egna intresseområden och egen grundideologi.

Populärpressen visar ett annat mönster än de fackliga och politiska tidskrifterna. En stor del av de personer som läser lite i dagstidningar – både allmänt och politiskt material – läser populärtidningar. Den grupp som i dagstidningen koncentrerar sig till det samhällsorienterande materialet – dvs. den politiskt intresserade – är den som läser minst populärtidningar.

De fackliga och politiska tidskrifterna spelar uppenbarligen en stor roll för den politiska kommunikationen. Även om läsarna domineras av politiskt intresserade finns det även för andra grupper möjlighet att här få ett informations- och opinionsmaterial som inte andra medier tillhandahåller. Man kan anta att tidskrifternas roll ökat i och med nedläggningen av dagstidningar. Tidskrifterna kan på ett annat sätt än de flesta dagstidningarna svara för en gruppkommunikation.

7.4.5 *Kommentar*

Det finns en rad olika komplement till de dagliga tidningarna. I detta avsnitt har olika typer av tidningar och tidskrifter som ligger utanför den traditionella flerdagarstidningsmarknaden behandlats. Sammantagna bildar dessa kompletterande organ ett intressant mönster. Deras främsta egenskap är att de kan tillvarata speciella politiska och fackliga intressen. Detta gäller vissa fådagarstidningar, tidskrifter och lokala editioner.

Fådagarstidningarna har ännu blygsamma upplagor och når en begränsad publik. Det finns dock goda grunder att anta att denna typ av tidningar skall kunna utvecklas. De kan i framtiden bli ett än viktigare komplement till stora tidningar än de är i dag.

7.5 Dagspressen och de fyra funktionerna

Mediepolitikens yttersta mål bör vara att utveckla och förstärka den svenska demokratin. Man måste därvid ta speciell hänsyn till de särdrag som finns i det svenska politiska systemet, t. ex. dess starkt representativa karaktär och organisationernas framträdande roll. De fyra funktioner som utredningen anser nödvändiga att massmedierna upprätthåller har diskuterats tidigare. Massmedierna skall *informera, kommentera* och *granska* samt underlätta *kommunikationen* mellan och inom olika slag av organiserade *grupper*.

Den viktiga frågan är vilken roll dagspressen spelar då det gäller att fylla dessa funktioner. Tidningarna är endast en del i ett större massmediesystem och det är svårt att fastställa deras betydelse i jämförelse med etermedier, tidskrifter och annan skriftlig och muntlig kommunikation. Försök till preciseringar har gjorts tidigare i kapitlet. I detta avsnitt skall närmast göras en diskuterande sammanfattning med utgångspunkt från de krav som utredningen tidigare uppställt i kapitel 6.

7.5.1 *Informationsuppgiften*

Genomsnittskonsumenten ägnar i dag längre tid åt tv-tittande än åt tidningsläsning. En stor del av tv:s och radions material kan också sägas vara av samhällsorienterande karaktär. Det är självklart att detta har stor betydelse. Man kan anta att informationen om vad som händer i samhället på många sätt blivit bättre – trots tidningsnedläggningarna. Detta gäller framför allt riks- och utrikeshändelser. Tv kan på ett annat sätt än tidningarna levandegöra dramatiska händelser. Radion kan snabbare än något annat medium förmedla informationen på ett direkt sätt.

Vad gäller den *lokala* och *regionala* informationen spelar dock etermedierna fortfarande en mera begränsad roll.

Experimentet med lokalradio – vilket närmare diskuteras i kapitel 12 – gjorde klart att radion kan fånga stora lyssnargrupper med lokala program. Man nådde i genomsnitt samma lyssnarsiffror som radions program 3. De innehållsanalyser som gjorts av lokalradioinnehållet visar

på betydande likheter mellan innehållet i radion och i de lokala tidningarna. Men därmed är inte sagt att radion inom en överblickbar framtid skulle kunna *ersätta* tidningarna. Radion kan däremot vara ett viktigt komplement inte minst på de orter där det inte finns lokal tidningskonkurrens.

Tidningarna har således fortfarande en stor och unik betydelse när det gäller lokal och regional information. Nedläggningarna innebär att informationen blir mindre allsidig och mera ofullständig. Stora områden blir otillfredsställande bevakade och detta gör att medborgarna inte får den information de har rätt att kräva och som fordras för att demokratin skall fungera. GP kan exempelvis knappast, på det mycket begränsade textutrymme som anslås till redaktionellt material, uppfylla de krav på information som invånarna i spridningsområdet har rätt att ställa. Radio och tv kan inte fylla de luckor som de nedlagda tidningarna lämnat efter sig.

Då det gäller informationen till de förtroendevalda om de stämningar och opinioner som finns hos enskilda och grupper i samhället har tidningarna en självklar uppgift. Radio och tv har svårt att knyta an till grupper och organisationer. De är bundna av kravet på opartiskhet.

Den roll tidningarna spelar då det gäller denna typ av information har tidigare belysts med resultat från forskningsrapporten. Man kan också visa på de svårigheter som uppkommer för tidningar som blivit ensamma inom sitt område då det gäller att tillfredsställa dessa krav. Organisationer och kommunfullmäktige tycker att de varken får ut budskap eller får information om opinioner. Ändå anser de att tidningarna är de effektivaste medierna just för dessa ändamål.

Självklart kan de kompletterande tidningarna och tidskrifterna spela en stor roll då det gäller olika former av information. En utbyggnad av den nuvarande regionalradion kan också antas få stor betydelse. Men den information som den dagliga morgontidningen ger torde vara svår eller omöjlig att ersätta. Tidningskoncentrationen har här inneburit att den lokala och regionala informationen blivit sämre.

7.5.2 *Kommentarer*

De flesta tidningar i Sverige har ett särskilt fast utrymme för olika former av kommentarer. Detta material har en stor publik bland politiskt aktiva. Tidningens ledarmaterial spelar en uppenbar roll för hela det politiska livet.

Tidningarnas kommentarer behandlar i allmänhet riks- och utrikesfrågor. Regiontidningarna koncentrerar sig således inte här som på nyhetsfältet till lokalt och regionalt material. En av förklaringarna till detta torde vara att tv och radio i viss mån kan ersätta tidningarna vad gäller riks- och utrikesnyheter. Men etermedierna kan inte *kommentera* dessa händelser utifrån en speciell ideologisk utgångspunkt. Här har tidningarna en unik roll.

Tidningskoncentrationen har gått ut över den debatt som förs av och genom tidningarna. Det är en självklarhet att diskussionen blir tunnare ju

färre röster som kan delta i den. De tidningar som blivit kvar har inte heller – att döma av de här undersökta fallen – ändrat policy vad gäller kommentarernas utformning. Det är inte möjligt för andra åsiktsriktningar än den tidningen står för att fortlöpande eller när man själv vill komma till tals.

Tidskrifter utgivna av fackliga, ideella och politiska organisationer samt riks- och regionspridda fådagarstidningar är särskilt betydelsefulla när det gäller kommentarer. Eftersom nyhetsbevakning, annonser och utbud av allmän förströelsekaraktär spelar en underordnad roll för dem kan de ge utrymme för en betydligt mera omfattande och djupgående kommentar än den flerdagarstidningarna normalt presterar. Deras utgivningsperiodicitet och utrymme gör också att de med fördel i samma nummer, av t. ex. tema-karaktär, kan ge kommentarer från skilda håll.

Det är uppenbart att dessa tidskrifter och fådagarstidningar på ett viktigt område kompletterar flerdagarstidningar av traditionell typ.

7.5.3 *Granskning*

Ett grundläggande element i den frihetliga ideologin är att tidningarna självständigt och obundet skall granska myndigheter av olika slag. Granskningsfunktionen har utsträckts till att också gälla organisationer och näringsliv. Den bör omfatta alla de instanser som fattar beslut som berör medborgarna.

I den tidigare redovisningen av dagens massmediesituation har granskningsfunktionen intagit en undanskymd plats. Skälet är delvis av undersökningsteknisk art. Det är mycket svårt att fastställa hur effektiva olika medier är när det gäller att granska och kontrollera beslutande eller inflytelserika myndigheter och organisationer. Till en del kan också granskningsfunktionen ses som en utvidgning av kommentarfunktionen.

En förutsättning för att bevakningen skall bli effektiv är att medierna har en självständig ställning. De skall inte kunna "bestraffas" på grund av att de gör mindre "önskvärda" avslöjanden. De skall ha tillräckliga resurser för att kunna genomföra granskningsuppdragen på ett kvalitativt tillfredsställande sätt.

Tidningskonkurrens leder till en tävlan mellan tidningar. Man kan anta att denna tävlan också kan leda till bättre granskning. "Avslöjanden" är ofta bra nyheter med högt läsvärde. Det finns en uppenbar risk för att monopolsituationen medför minskad aktivitet vad gäller granskningen. Man förlorar den viktiga sporre som konkurrensen innebär. Å andra sidan har monopoltidningarna i allmänhet en stark ekonomisk ställning: de behöver inte frukta några ekonomiska repressalier.

Det är inte enbart frånvaron av konkurrens och därmed av den sporre som denna innebär som i sig utgör ett hot mot ett tillfredsställande fullgörande av granskningsfunktionen. Tidningarnas mer eller mindre nära anknytning till grupper av olika slag, i synnerhet politiska partier, har tidigare uppmärksammats. Detta medför lätt ett slags beroende eller osjälvständighet i form av lojalitetsbindningar. Det finns en risk att

granskningen av de "egna" politiska företrädarna inte bedrivs lika aktivt som granskningen av det politiska motståndarlägret.

Man kan således befara att på många orter i landet granskningsfunktionen inte fullgörs på ett tillfredsställande sätt. Särskilt stor är risken på platser där en tidning med lokal/regional monopolställning är knuten till den politiska gruppering som är i majoritetsställning i kommunfullmäktige och/eller landsting. Även i övrigt kan dock monopolsituationen leda till att granskningen av organisationer, företag m. m. blir snedvriden eller eftersatt på grund av tidningars skiftande benägenhet att granska olika företeelser i samhället.

Det bör framhållas att en otillfredsställande granskning självklart inte behöver innebära att en redaktion skulle förtiga kända missförhållanden utan enbart att mindre resurser ägnas åt försök att upptäcka sådana.

Etermedierna har kommit att inta en ny roll vad gäller kritisk och aktiv journalistik. Ursprungligen var radion och i viss mån även tv:n mera rapporterande än självständigt bevakande. Här har det skett en radikal förändring. Radio och tv har påtagit sig granskningsfunktioner och kontrolluppgifter liknande pressens. Den bevakning som ägt rum inom radio och tv har dock hittills främst skett på riks- och utrikesområdet. På regional och lokal nivå har man haft sämre resurser.

Radio och tv kan fylla en del av de luckor som de nedlagda tidningarna lämnat efter sig också vad gäller granskning av beslutande organ. Men här lika litet som på övriga områden kan etermedierna ersätta pressen. Det följer bl. a. av deras begränsade kommunikationsutrymme. Det måste i stället bli ett samspel mellan etermedier och pressen som kan vara fruktbärande för båda parter.

7.5.4 *Gruppkommunikation*

Den moderna pressens framväxt går parallellt med de moderna partiernas. Från början skapades nära band mellan tidningarna och partierna. Många tidningar grundades av partier och andra knöts mer eller mindre fast till partiorganisationer.

En av tidningarnas viktigaste uppgifter har varit att stå för en kommunikation inom och mellan partierna. Tidningskoncentrationen har gjort att denna kommunikation försämrats eller gått förlorad på många platser. Utvecklingen har gynnat de stora och övergripande medierna som inte kunnat knyta an till speciella grupper. Mediekonsumtionen har ökat men variationsrikedomen och därmed valfriheten har minskat.

Ett av de stora problemen med dagens massmediesituation är att ett fåtal medier skall tillfredsställa ett mycket stort antal människor. Denna situation skapar misstro och missnöje. Det blir en omöjlig uppgift för radio, tv och de stora tidningarna att uppfylla de krav som olika grupper – och då framför allt partierna – ställer på dem.

7.6 Kommentar

Tre resultat från projektet Pressens funktioner är speciellt iögonfallande.

- *Det första* är att pressen fortfarande har en mycket stark ställning bland massmedierna.
- *Det andra* är att pressen i hög grad upplevs partipolitiskt och fungerar partipolitiskt.
- *Det tredje* är att det finns ett missnöje med existerande massmediestruktur framför allt bland politiskt intresserade läsare, journalister och organisationsfolk.

Det finns från olika politiska grupper en saknad efter medier "man kan lita på". Allt sedan det demokratiska genombrottet har framför allt de politiskt aktiva varit vana vid att tidningarna stått för en betydande del av kommunikationen inom gruppen. Möten och personliga kontakter har spelat en stor roll men de kontinuerliga kontakterna har främst tidningarna svarat för.

Eftermedierna har små möjligheter att överta tidningarnas roll eftersom det i allt för hög grad skulle svära mot kravet på opartiskhet. Grupporienteringen innebär att man just tar ställning för en part. Inom en överskådlig framtid måste denna funktion skötas av tryckta medier. Den ger ytterligare ett skäl att bevara konkurrensen där sådan fortfarande finns. Men den gör också att man kan se de kompletterande medierna än positivare. Fådagarstidningar, editioner av olika slag, tidskrifter och olika former av "nya medier" kan i framtiden spela en stor roll för en förbättrad gruppkommunikation.

8 Tidningarnas marknad

Utgångspunkten för tilldelning av produktionsbidrag är i dag en tidnings konkurrenssituation. Enligt gällande regler utgår produktionsbidrag till dagstidningar, som på sin utgivningsort har en upplagemässigt större konkurrent. Tidningar i konkurrensmässigt underläge betecknas "andratidningar".

Det ingår i pressutredningens uppgifter att granska de fördelningsregler som används för presstöd och eventuellt föreslå nya regler. Som ett led i denna granskning har pressutredningen låtit genomföra en undersökning av presstödet och dess marknadseffekter. Resultaten av undersökningen har publicerats i forskningsrapporten "Presstödet och tidningskonkurrensen" (SOU 1974:102). I detta kapitel lämnas en beskrivning av tidningarnas marknad som i huvudsak bygger på denna rapport. Framställningen avser den abonnerade dagspressen och utgör underlag för pressutredningens bedömningar av behovet av förändringar i reglerna för presstödet.

Kapitlet har disponerats på följande sätt. Efter två inledande avsnitt med preciseringar av marknadsbegreppet och gruppering av de abonnerade dagstidningarna efter konkurrensrelationer följer tre avsnitt med beskrivningar av marknadssituationen inom dessa grupper. Tidningarnas marknadsläge och utvecklingsmöjligheter analyseras. Det centrala analysmåttet är tidningarnas hushållstäckning på utgivningsorten.

Efter denna beskrivning prövas täckningstalen som grund för marknadsprognoser. Kapitlet avslutas med några sammanfattade synpunkter på täckningstalsprincipen, varvid även teorin om upplagespiralen berörs.

8.1 Tidningarnas allmänna marknadsbild

Dagstidningarna hämtar intäkter från två marknader, dels säljs tidningen i abonnemang eller lösnummer på upplagemarknaden, dels säljs utrymme i tidningen på reklammarknaden. Tidningarna har hittills avvägt priserna på upplage- och annonsmarknaderna så att den största delen av totalintäkterna kommer från reklammarknaden. Det finns dock ett på olika sätt uttalat intresse bland tidningsföretagen att ändra denna prispolitik.

Sålunda har Svenska Tidningsutgivareföreningen i det tidigare om-

nämnda presspolitiska uttalandet betonat vikten av att en ökad relativ tonvikt på abonnemangs- och lösnummerintäkterna åstadkommes. En sådan förändring av prispolitiken antas även leda till att tidningsföretagen blev mindre påverkade av konjunktursvängningar, eftersom upplageintäkterna varierar mindre än annonsintäkterna med dessa variationer i ekonomin.

Det är emellertid inte sannolikt att prispolitiken kommer att kunna ändras snabbt. Även om branschtraditionen kan brytas, kan det finnas hinder i statsmakternas intresse av en lugn prisutveckling och ovilja mot samordnade prishöjningar. Det torde nämligen krävas en nära samordning av tidningarnas agerande för att de skall kunna genomföra den nästan fördubbling av abonnemangspriserna som behövs för att upplageintäkterna skall komma att svara för den största andelen av totalintäkterna. Det är dock pressutredningens mening att prishöjningar som syftar till att förändra tidningarnas intäktsstruktur i första hand bör bedömas från presspolitiska utgångspunkter.

På grund av gällande prisförhållanden i branschen påverkas tidningsföretagens ekonomiska resultat i stor utsträckning av reklammarknadens storlek i tidningens utgivningsområde samt tidningens framgångar som annonsorgan. För att kunna hävda sig bra i konkurrensen mot andra reklambärare, måste en tidning kunna erbjuda en läsekrets, som innefattar just de grupper läsare annonsörer önskar nå med sina reklambudskap. Ju större andel av en annonsörs kundgrupper en tidning täcker, desto värdefullare anses tidningen vara som reklambärare för annonsören.

En tidnings värde som annonsorgan kan därmed uttryckas med tidningens täckningstal, dvs. den andel av hushållen inom ett område som uppges vara tidningens prenumeranter och lösnummerköpare. Tidningar med höga täckningstal är generellt sett mest efterfrågade som reklamkanaler. Annonsmarknaden verkar selektivt till fördel för de tidningar som har den största täckningen. Annonsörernas tidningsval sker efter täckningstalsprincipen.

För dagspressen finns en detaljerad offentlig information om tidningarnas upplage- och spridningsförhållanden. Denna information produceras i första hand för annonsörer och omfattar samtliga dagstidningars täckningstal inom olika områden. Denna statistik underlättar analyser av tidningarnas marknad.

8.2 Marknadsrelationer inom dagspressen

Inom den abonnerade dagspressen kan tidningarna indelas i tre huvudgrupper med hänsyn till de inbördes marknadsrelationerna. Det finns tidningar som konkurrerar med en annan, i huvudsak likartad tidning. Sådana tidningar kan kallas *konkurrenstidningar*. Det finns tidningar som är praktiskt taget utan konkurrens från någon likartad tidning. Sådana tidningar kan betecknas *ensamtidningar*. Termen monopoltidningar används ibland som synonym till ensamtidningar. Här används termen

ensamtidningar då vissa av de tidningar som ingår i gruppen är föremål för en viss konkurrens från tidningar med annan utgivningsort.

Det finns vidare tidningar, som utkommer inom samma geografiska område som andra tidningar – konkurrenstidningar och ensamtidningar – men som genom att de har en annan inriktning på sin verksamhet ändå inte konkurrerar med dessa tidningar. Sådana tidningar kan benämnas *komplementtidningar.*

Antalsmässigt utgör ensamtidningarna den största gruppen. Det finns ett 70-tal sådana tidningar. Konkurrenstidningarna uppgår till ett 40-tal tidningar. På dagspressmarknaden finns omkring 25 komplementtidningar.

Marknadssituationen för dessa tre tidningsgrupper kommer att analyseras i de följande tre avsnitten. Först presenteras konkurrenstidningarna, därefter ensamtidningarna och slutligen komplementtidningarna.

I den fortsatta framställningen används ett par centrala termer med anknytning till täckningstalsprincipen. Enligt forskningsrapporten hävdar tidningarna, att en tidning blir ett självklart reklammedium i ett område, om den har mer än 50 % i täckning. Vid 25 % i täckning anses en tidning ha fått fotfäste på marknaden. Mellan 25 och 50 % är ställningen osäker och beroende på konkurrenssituationen. Över 50 % har tidningen generellt sett ett positivt värde som annonsorgan. I den följande framställningen har tidningar med 50 % eller mer i täckning betecknats som *högtäckningstidningar* och tidningar med under 50 % i täckning som *lågtäckningstidningar.*

8.3 Konkurrenstidningarnas marknadssituation

8.3.1 *Tidningarnas marknadsläge*

Inom den abonnerade dagspressen finns 20 konkurrensområden. Inom 18 av områdena har de konkurrerande tidningarna samma utgivningsort. I två områden finns två utgivningsorter. Det ena området är Boden/Luleå och det andra Helsingborg/Ängelholm.

Sammanlagt utkommer 43 flerdagarstidningar inom de 20 konkurrensområdena. I tre av områdena utkommer tre tidningar. I Malmö utkommer Arbetet, Skånska Dagbladet och Sydsvenska Dagbladet, i Växjö Kronobergaren, Smålandsposten och Växjöbladet samt i Boden/Luleå Norrbottens-Kuriren, Norrskensflamman och Norrländska Socialdemokraten.[1]

Inom tre av konkurrensområdena finns mer än en högtäckningstidning. I Visby har båda tidningarna, Gotlands Allehanda och Gotlands Tidningar, täckningstal över 50 %. Detsamma gäller tidningarna i Helsingborg/Ängelholmsområdet; Helsingborgs Dagblad är högtäckningstidning i Helsingborg och Nordvästra Skånes Tidningar i Ängelholm och Landskrona. I Boden/Luleå-området är Norrbottens-Kuriren högtäckningstidning i Luleå och Norrländska Socialdemokraten i Boden. Den tredje tidningen i detta område, Norrskensflamman, är däremot lågtäckningstidning.

[1] I Stockholm utkommer också tre tidningar, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Dagen. Dagen räknas dock som komplementtidning.

Inom övriga 17 konkurrensområden är den ena tidningen en högtäckningstidning och den andra eller de övriga lågtäckningstidningar. Skillnaderna i täckningstal, beräknat på utgivningsorten, är betydande. Endast inom ett konkurrensområde är differensen relativt liten. Det är i Skövdeområdet, inom vilket Skaraborgs Läns Annonsblad är högtäckningstidning med ett täckningstal strax över 50 % och Skövde Nyheter är lågtäckningstidning med ett täckningstal strax under 50 %. Inom övriga områden är skillnaden minst ca 20 procentenheter.

I tabell 8.1 redovisas konkurrenstidningarnas marknadsläge. Av tabellen framgår, att 20 av de 43 tidningarna är lågtäckningstidningar och övriga högtäckningstidningar. Några tidningar har mycket höga täckningstal, såsom Barometern, Borås Tidning och Smålandsposten. Några tidningar har mycket låga täckningstal. Skånska Dagbladet, Växjöbladet och Norrskensflamman har endast ca 5 % i hushållstäckning på respektive utgivningsort.

Tabell 8.1 Konkurrenstidningarnas marknadsläge 1974 (antal tidningar).

Upplaga i 1000-tal exemplar	Hushållstäckning på utgivningsorten (%)								Summa
	–20	20–29	30–39	40–49	50–59	60–69	70–79	80–	
–10,0	2	–	–	1	–	–	–	–	3
10,0–14,9	2	3	–	–	1	1	–	–	7
15,0–19,9	5	–	–	–	1	–	–	–	6
20,0–24,9	1	–	1	–	–	–	–	–	2
25,0–29,9	1	1	–	–	1	1	1	–	5
30,0–	1	–	2	–	2	2	7	6	20
Summa	12	4	3	1	5	4	8	6	43

De flesta lågtäckningstidningarna har under 25 % i täckning. Bara några kan redovisa täckningstal på utgivningsorten på ca 30 %. Till marknadsbilden för några av lågtäckningstidningarna hör dock att de på centralorten inom en region som angränsar till utgivningsregionen har något högre täckning än på utgivningsorten. Täckningen är dock inte så hög att tidningarna kan betecknas som högtäckningstidningar på dessa orter. Skånska Dagbladet har betydligt större täckning i Eslöv än i Malmö, Sydöstra Sveriges Dagblad större i Karlshamn än Karlskrona, Västerbottens Folkblad större i Lycksele än i Umeå, Örebro-Kuriren större i Karlskoga än i Örebro samt Östra Småland större i Oskarshamn än i Kalmar. Dessa tidningar får i viss mån sägas ha ett bättre fotfäste på en annan marknad än utgivningsregionen.

Täckningstalen på "andrahandsmarknaderna" kan dock inte tillmätas lika stort värde som täckningstalen på utgivningsorten. Det är täckningen på utgivningsorten och den kommersiella aktivitetens omfattning på denna ort som i huvudsak avgör annonsvolymens storlek.

Redovisningen av konkurrenstidningarnas marknadsläge visar, att det i de flesta konkurrensområden finns en högtäckningstidning som kan erbjuda annonsörerna minst ca 60 % i täckning och en lågtäckningstidning som kan erbjuda högst ca 30 % i täckning. Konkurrensförutsätt-

ningarna är därmed som regel mycket olika för de 43 konkurrenstidningarna.

För lågtäckningstidningarna finns det i princip två sätt att söka förbättra sin marknadssituation. Antingen kan de söka förstärka sitt marknadsläge genom att höja täckningsgraden eller kan de kompensera annonsörerna på något sätt för den låga täckningen. Dessa två utvecklingsmöjligheter skall granskas i det följande.

8.3.2 *Lågtäckningstidningarnas utvecklingsmöjligheter*

Om en lågtäckningstidning vill öka sin attraktivitet som annonsorgan och därmed förbättra sin ekonomi, bör den i första hand söka *öka täckningsgraden på utgivningsorten*. Tidningen kan visserligen höja upplagan på annat sätt, t. ex. genom att vidga spridningsområdet. Detta kan ge samma ökning av upplageintäkterna, men det ger inte de möjligheter till samtidigt ökande annonsintäkter som en djupare inträngning på huvudmarknaden gör.

Generellt sett är utrymmet för upplageökningar för abonnerade dagstidningar ytterst begränsat. Med den höga tidningskonsumtion som finns i riket kan upplagemarknaden sägas vara mättad. En abonnerad dagstidning kan därmed inte åstadkomma kraftiga upplageökningar, utan att tidningens konkurrent eller konkurrenter gör ungefär motsvarande upplageförluster. Lågtäckningstidningens uppgift består således i att erövra läsare från högtäckningstidningen.

Högtäckningstidningen har de tunga produktargumenten i konkurrensen inte bara enligt läsarnas utan också enligt lågtäckningstidningarnas bedömningar. Högtäckningstidningen är den stora lokaltidningen, det ledande annonsorganet, i många fall något av en institution. Högtäckningstidningen innehåller viktig lokal annonsinformation för läsarna, såsom familjeannonser, eftertextannonser samt detaljhandelns veckoannonser och annan annonsering med pris- och produkterbjudanden till konsumenterna. Mycket av denna annonsinformation finns inte i lågtäckningstidningen. Detta försvårar lågtäckningstidningarnas möjligheter att göra inbrytningar på förstatidningarnas marknad. Till detta kommer givetvis att högtäckningstidningarna inte vill förlora i täckning. De är beredda på svarsåtgärder för att ta tillbaka läsare som förlorats.

Tävlan om läsare accentueras inom ett flertidningsområde i kampen om nyinflyttade hushålls prenumerationer. Tidningarna söker snarast kontakta dessa hushåll. Speciellt synes lågtäckningstidningarna vara angelägna att nå denna kategori i förhoppning om att den skall ha mindre förutfattade meningar om tidningarna på orten. Resultaten från undersökningarna om pressens funktioner och lågtäckningstidningarnas egna erfarenheter visar klart att lågtäckningstidningarna inte har ett bättre utgångsläge i den konkurrensen. Högtäckningstidningarna har ett övertag även bland de nyinflyttade hushållen. Sådana hushåll är förmodligen ännu mer beroende av lokalannonseringen än ortens övriga innevånare. Det är till och med rimligt att anta att en stor nyinflyttning verkar till en lågtäckningstidnings nackdel på grund av de nyinflyttades specifika informationsbehov.

Effekterna av de försök som lågtäckningstidningar gjort att öka täckningsgraden på sin huvudmarknad har vanligen blivit en ökad rörlighet på marknaden och lägre nettointäkter per årsexemplar, eftersom kunderna erövras med en rad kostnadsökande eller intäktssänkande åtgärder. Så länge högtäckningstidningen ensam har större delen av den lokala affärs- och eftertextannonseringen, synes lågtäckningstidningens upplagevinster ha svårt att bli bestående.

I debatter om orsakerna till skillnaderna i täckningstal mellan tidningar i konkurrensområden har framförts att lågtäckningstidningarna försummar den "lokala breda nyhetsförmedlingen" och för mycket betonar sina politiska uppgifter. Även om samtliga politiska partier finns representerade bland lågtäckningstidningarna, har exemplifieringarna gällt den socialdemokratiska pressen. Det hävdas t.ex. att en anledning till att socialdemokratiska tidningar hamnat i eller haft svårt att ta sig ur konkurrensmässiga underlägen skulle vara att de redan i sina namn betonat den politiska uppgiften till skillnad från borgerliga tidningar, som använt ortsnamn eller betonat nyhetsspridnings- eller annonsorgansuppgifterna. På grund av detta antagande har också vissa namnbyten förekommit inom den socialdemokratiska pressen. Blekinge Folkblad blev Sydöstra Sveriges Dagblad 1921, Social-Demokraten bytte till Morgon-Tidningen 1943 och Skånska Socialdemokraten ändrades till Nyheterna 1957. Namnbytena kan sägas vara både en symbol för andra ändringar och utslag av en tro också inom a-pressen att en sådan ändring i sig skulle vara effektiv.

Det finns dock tillräckligt många "icke-politiska" beteckningar inom a-pressen för att tesen skall kunna avvisas. Inom a-pressen återfinns t. ex. Kronobergaren, Östra Småland, Örebro-Kuriren och Länstidningen bland de nu utkommande tidningarna och Skaraborgaren, Kuriren och Aurora bland de nedlagda. Tesen om namnets betydelse försvagas ytterligare, om man beaktar att Norrländska Socialdemokraten hör till de framgångsrika tidningarna inom dagspressen. Det är vidare inte ovanligt att konkurrerande tidningar beskyller varandra för att vara "vinklade", var och en efter sitt politiska mål.

Med rådande förhållanden på tidningsmarknaden, vilka ger annonsmarknaden en särställning, är det således inte tillräckligt för en konkurrenstidning att kunna erbjuda en jämförbar redaktionell produkt. Läsarna kräver också att en tidning skall innehålla lokal annonsinformation. Lågtäckningstidningarnas problem är att de nästan samtidigt måste erövra nya andelar av upplagemarknaden och öka sin annonsvolym. Annonsörerna kräver högre täckningstal på upplagemarknaden, vilket är svårt att åstadkomma eftersom läsarna kräver annonsinformation. Den andra utvecklingsmöjligheten för lågtäckningstidningarna består därför i att försöka *kompensera annonsörer för den låga täckningen* och därigenom öka sin annonsvolym. Det är främst fyra olika tillvägagångssätt som prövas av lågtäckningstidningarna.

För det första söker lågtäckningstidningarna att få annonsörerna att ta mindre hänsyn till kvantiteten och täckningen och mera beakta läsekretsens kvalitet som köpare. I argumentationen ingår t.ex. att tidningen

i fråga har en för annonsören intressant sammansättning av läsare, de har uttalade önskemål om annonsinformation inom det aktuella området och att tidningen har goda relationer till sina läsare. Argumenteringens relevans för annonsörerna har dock ännu inte belagts i undersökningar.

För det andra kan lågtäckningstidningen då och då distribueras till samtliga hushåll i området, dvs. man genomför en totaldistribution. Genom detta förfarande ökas lågtäckningstidningens täckning till praktiskt taget 100 %. Sådan totaldistribution synes vara effektiv om den används tillfälligt och oregelbundet. Sätts den i system påverkas snart annonsörernas beteende. De väntar med sin annonsering, tills det är totaldistribution nästa gång.

För det tredje kan lågtäckningstidningar tillfälligt skapa en gynnsam redaktionell miljö för viss annonsering, såsom ge ut temanummer eller producera specialbilagor. Tidningen tar upp ett ämne som intresserar både läsare och annonsörer. Förfarandet används emellertid även av högtäckningstidningar.

För det fjärde kan lågtäckningstidningarna lämna olika typer av stimulansrabatter för att dra till sig för läsarna särskilt intressanta annonser, såsom bil- och båtannonser samt allmänhetens annonsering. Specialpriser och rabatter kan också tillämpas för annonsörer som binder sig för annonsering under en längre tid till viss volym eller beordrar ett visst antal införanden av en annons.

Den typ av åtgärder som förmodligen är mest effektiv är åtgärder som innebär prissänkningar för annonsörerna. Lågtäckningstidningarna har vanligen en något lägre prisnivå än högtäckningstidningarna. Differensen ligger på mellan 5 och 10 % av de officiella priserna. Lågtäckningstidningarna har med framgång volymmässigt sett prövat olika kategori- och kvantitetsrabatter. De kan komma att utnyttja priset som konkurrensmedel mera systematiskt för att få mera av den lokala annonsinformationen i sina tidningar. Men om en aktiv priskonkurrens skall bli framgångsrik, krävs att lågtäckningstidningen inte har för låg täckning på lokalmarknaden. Om avståndet i hushållstäckning mellan högtäckningsoch lågtäckningstidningen är för stort torde inte lågtäckningstidningen ens med hjälp av priset, bestående kunna öka sin annonsvolym. Det är således inte på alla konkurrensorter som aktiv priskonkurrens är ett hjälpmedel för lågtäckningstidningen.

Presstödet har givit lågtäckningstidningarna ett ekonomiskt tillskott som gör att de kan antas våga företa mera omfattande prisexperiment, eftersom produktionsbidragets storlek inte påverkas av experimentets utfall och ett förbättrat annonsinnehåll hjälper till att hålla upplagan uppe och kanske på sikt också öka den.

8.4 Ensamtidningarnas marknadssituation

8.4.1 *Tidningarnas marknadsläge*

Det finns 68 orter i landet där endast en dagstidning (2–7 nr/vecka) utges. Av dessa tidningar är 41 flerdagarstidningar och 27 fådagarstidningar. Den minsta tidningen i gruppen är Hjo Tidning med drygt 2 000 exemplar i upplaga och den största Göteborgs-Posten med drygt 300 000 i upplaga. Tidningen med den lägsta hushållstäckningen är Karlshamns Allehanda (ca 30 %) och tidningen med den högsta Östgöta Correspondenten (ca 90 %). Ensamtidningarnas marknadsläge redovisas i tabell 8.2.

Medan drygt hälften av konkurrenstidningarna kan betecknas som högtäckningstidningar, tillhör inte mindre än drygt 90 % av ensamtidningarna denna kategori. Endast 5 av 68 tidningar har under 50 % i hushållstäckning på sin utgivningsort. Det är förutom redan nämnda Karlshamns Allehanda, Sandvikens Tidning, Lysekilsposten, Ludvika Tidning samt Borlänge Tidning. De två sist nämnda är jämte Karlshamns Allehanda flerdagarstidningar. Laholms Tidning redovisar precis 50 % i täckning.

Av ensamtidningarna med täckning över 50 % kan en tredjedel redovisa täckningstal på mellan 70 och 79 % samt en tredjedel på 80 % eller högre. De upplagemässigt största tidningarna har också mycket höga täckningstal. Sålunda har Göteborgs-Posten 85 % i täckning på utgivningsorten, Östgöta Correspondenten 89 %, Vestmanlands Läns Tidning 85 % och Upsala Nya Tidning 77 %.

Tabell 8.2 Ensamtidningarnas marknadsläge 1974 (antal tidningar).

Upplaga i 1000-tal exemplar	Hushållstäckning på utgivningsorten (%)						Summa
	30–40	40–49	50–59	60–69	70–79	80–	
– 5,0	1	1	3	2	1	–	8
5,0– 9,9	1	2	–	1	12	2	18
10,0–14,9	–	–	–	7	5	5	17
15,0–19,9	–	–	2	1	4	5	12
20,0–24,9	–	–	–	1	–	2	3
25,0–29,9	–	–	–	–	–	2	2
30,0–	–	–	–	–	1	7	8
Summa	2	3	5	12	23	23	68

Eftersom en stor del av gruppen ensamtidningar är högtäckningstidningar har tidningarna generellt sett förutsättningar för en god annonsekonomi. Denna bestäms ju i första hand av tidningens täckningstal.

Flera av tidningarna har emellertid relativt små upplagor. Ungefär 40 % av tidningarna har under 10 000 i upplaga, lika stor andel av tidningarna återfinns i intervallet 10 000–19 000 medan 20 % av gruppens tidningar har en upplaga på 20 000 exemplar eller mer.

Med stöd av beräkningar efter branschprinciper, såsom "en tidning bör ha minst en redaktionell medarbetare per 1 000 exemplar i upplaga" och "upplageintäkterna bör täcka distributions- och produktionskostnader-

na", kan sägas, att först när en fådagarstidning har en upplaga på minst 5 000 exemplar och en flerdagarstidning minst 10 000 exemplar torde de ha någorlunda tillfredsställande intäkter från upplagemarknaden.

På en flertidningsort bestäms konkurrensvillkoren främst av högtäckningstidningen. Lågtäckningstidningen måste förutsätta att alltid bli jämförd med den resursstarkare högtäckningstidningen. På en entidningsort kan den utkommande tidningen som regel välja pris-, produkt- och säljpolitik självständigt.

Det finns dock ingen ensamtidning som är helt utan konkurrens. En eller annan tidning från mer eller mindre näraliggande områden har viss – vanligen mycket låg – täckning i området. Under vissa förutsättningar kan detta förhållande dock utgöra ett påtagligt konkurrenshot. Den ena förutsättningen är att ensamtidningen har relativt liten upplaga – säg 5 000 för fådagstidningar och 10 000 för flerdagarstidningar – och ett täckningstal på högst 50–60 %. Den andra förutsättningen är att den konkurrerande tidningen kommer från ett angränsande område, har expansionsresurserna och ett fotfäste på ensamtidningens marknad, dvs. har en täckning på inemot 20–25 %.

Det krävs individuella bedömningar för att avgöra konkurrenshotets styrka. De angivna värdena är närmevärden. Generellt kan dock sägas, att de stora ensamtidningarna med minst 25 000–30 000 i upplaga och 70–75 % i täckning behärskar sina marknader. Dessa tidningar är ofta regionalt dominerande och utgör ett konkurrenshot för andra ensamtidningar inom sitt större spridningsområde.

Ett annat generellt problem för de mindre och medelstora ensamtidningarna kan vara marknadens sviktande bärkraft. Några ensamtidningar utkommer i områden med begränsad ekonomisk växtkraft. En stagnerande marknad med avflyttning och butiksnedläggelser är ett långsiktigt hot mot oförändrad tidningsutgivning i området.

De mindre och medelstora ensamtidningarnas handlingsutrymme under ett starkt yttre konkurrenstryck och på en stagnerande marknad tas upp i följande avsnitt.

8.4.2 *De mindre och medelstora ensamtidningarnas handlingsutrymme*

En stagnerande marknad utgör en påfrestning på tidningsutgivningen men behöver inte leda till att utgivningen helt upphör. Om tidningen förmår att hålla god hushållstäckning – säg 60–70 % – och fortsätter att redaktionellt koncentrera sig på sina lokala uppgifter, kan marknadens bärkraft sättas på prov genom prishöjningar. Läsare och annonsörer kan ge sitt intresse av tidningsutgivning tillkänna genom att fortsätta att prenumerera respektive annonsera.

Om annonsörer och läsare inte accepterar prishöjningar, får tidningen överväga lägre kostnadsnivå, som t.ex. kan nås genom att tidningen utkommer med lägre periodicitet. Till skillnad från en lågtäckningstidning så kan en ensamtidning såväl välja lägre periodicitet som överväga annan inriktning på verksamheten utan att förlora all dragningskraft på läsare och annonsörer. Om ensamtidningen däremot inte kan tänka sig att

minska periodiciteten eller på annat sätt sänka sin kostnadsnivå och läsare och annonsörer inte accepterar prishöjningar, så återstår inte mycket annat än nedläggning eller uppgående i en större tidning.

Denna principiella beskrivning är svår att belägga med praktiska exempel. Ensamtidningar synes ofta ha handlat helt annorlunda, vilket i och för sig också medfört nedläggningar. Som en sista utväg har man i stället för att *fördjupa* den redaktionella verksamheten inom området och *minska* periodiciteten prövat att *vidga* den redaktionella bevakningen eller att *höja* periodiciteten.

Tidningarnas lovvärda nyhetsspridningsambitioner leder dem till att bara kunna överväga periodicitetshöjningar. En minskning av utgivningsfrekvensen anses vara ett svek mot tidningens uppgift. Denna uppfattning är starkt förankrad i branschen. Av de nuvarande flerdagarstidningarna bland ensamtidningar har ca hälften startat som flerdagarstidningar och ca hälften trappat upp sin periodicitet. Under 1960-talet ökade ett tiotal ensamtidningar sin utgivningsfrekvens. Senast har Enköpings-Posten höjt sin periodicitet från 3 till 5 nr/vecka (1974).

Inte någon av de ensamtidningar som utkommer med 2–3 nr/vecka har tidigare haft 5–6 nr/vecka. De har oftast haft samma periodicitet från starten eller i varje fall inte högre periodicitet än för närvarande. Det enda undantaget är Lysekilsposten, som en period varit 4-dagarstidning men nu utkommer med 3 nr/vecka.

En minskning av periodiciteten bör dock inte vara ett otänkbart alternativ till andra åtgärder för att uppnå kostnadsminskning, om prishöjningar inte får avsedd effekt och tidningen önskar fortsätta sin verksamhet. En sådan åtgärd kan vara ett medel att finna ett nytt balansläge mellan efterfrågan och utbud på ensamtidningsmarknader i de fall marknaden inte är villig att betala för flerdagarsutgivning. Pressutredningen har dock övervägt stödåtgärder för högtäckningstidningar på stagnerande marknader. Denna fråga diskuteras vidare i kapitel 13.

Vid riksdagsbehandlingen 1971 av propositionen om produktionsbidrag till andratidningar på flertidningsorter, föreslogs att andratidningsbegreppet borde utökas. Under riksdagsdebatten föreslogs t.ex. att vissa "ensamtidningar, som skulle komma att möta stark konkurrens från andratidningar med produktionsbidrag", också borde erhålla statliga bidrag till tidningsutgivningen. Denna exemplifiering svarar mot de mindre och medelstora ensamtidningarnas andra problemområde, nämligen att kunna stå emot ett starkt yttre *konkurrenshot*.

Generellt gäller att ensamtidningen med god hushållstäckning – säg 60–70 % – kan försvara sin marknad. Den kan ytterligare förstärka sin konkurrenskraft genom att renodla den redaktionella produkten och använda en prispolitik som försvårar intrång på marknaden. Samtidigt som den lokala bevakningen förstärks, höjs priserna på annonser medan upplagepriset ligger stilla. På så sätt hålls upplagan uppe, vilket motiverar ett högre annonspris än tidigare. Ensamtidningen kan dock inte som tidigare utnyttja egendistributionen som ett etableringshinder. Med det statliga samdistributionsprojektet, som öppnade distributionskanalerna över riket, är det inte längre nödvändigt att bygga upp en egen

distributionsorganisation för att ta sig in på en ny marknad.

En angränsande tidnings intresse för ensamtidningens marknad är ett tecken på att marknaden är attraktiv och det gör att ensamtidningen har ett gynnsammare läge än om dess problem uppstod genom att marknaden stagnerade. I vissa fall kan man beskriva förhållandet mellan en ensamtidning och en utifrån kommande konkurrerande tidning som ett komplementärt förhållande. Ensamtidningen utgör redaktionellt och annonsmässigt ett lokalt komplement till den andra tidningen. Ett sådant exempel utgör utgivningsorten Kungsbacka. I Kungsbacka utkommer 2-dagarstidningen Norra Halland med Nordhalland. Det är en högtäckningstidning med närmare 70 % i täckning. Större täckning i området har emellertid Göteborgs-Posten. Det kan dock inte sägas att något som helst konkurrensförhållande råder mellan tidningarna. Genom den låga periodiciteten, den relativt höga täckningen och ett helt annat annonspris är Norra Halland ett lokalt komplement till Göteborgsregionens dominerande tidning. Mellan Göteborgs-Posten och Elfsborgs Läns Tidning med Alingsås Tidning och Lerums Tidning med 3 nr/vecka kan likartade relationer sägas gälla.

Ett exempel på en ensamtidnings konkurrenssituation, när tidningen utkommer med 6 nr/vecka, kan hämtas från debatten om det nuvarande presstödet. Trelleborgs Allehanda har angivits som ett exempel på en ensamtidning, som skulle få svårigheter bl.a. genom ökad konkurrens från de två Malmötidningarna med produktionsbidrag, nämligen Arbetet och Skånska Dagbladet. Malmö kommun expanderar söderut mot Trelleborg och områden som tidigare utgjort naturligt omland för Trelleborgs Allehanda blir därmed omland för Malmötidningarna.

Trelleborgs Allehanda är ensamtidning sedan 1955, då den andra tidningen på orten, Trelleborgs-Tidningen (h), lades ner. Utvecklingen från 1968, visar att Malmötidningarna hittills inte lyckats rubba Trelleborgs Allehandas marknadsläge på utgivningsorten. Tidningen har i det närmaste 70 % i hushållstäckning. Utvecklingen för tidningen och dess konkurrenter framgår av tabell 8.3

Tabell 8.3 Konkurrensställning i Trelleborgs kommun 1968–1974.

Tidning	Hushållstäckning i procent						
	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
TA (tätort)	79	78	79	79	77	77	76
TA (glesbygd)	51	48	50	45	44	43	49
TA (totalt)	70	69	70	69	67	67	68
Arbetet	20	19	19	19	20	18	18
SkD	17	17	17	18	15	15	15
SDS	16	16	16	18	16	16	17
Folkmängd i 1000-tal	35,3	35,8	36,0	36,2	36,2	35,8	35,2
Hushåll i 1000-tal	12,5	12,7	12,8	12,8	13,4	13,2	13,0

Anm.: Med förkortningen TA avses Trelleborgs Allehanda.

Av tabellen kan utläsas att dubbelläsningen är stor i Trelleborgs kommun. Malmötidningarna har ovanligt hög täckning i kommunen. Det kan nämnas, att dessa tidningar har sina högsta täckningstal utanför Malmö just i Trelleborg. Skånska Dagbladet har t.o.m. högre täckningstal i Trelleborg än i Malmö. Som jämförelse kan nämnas, att Malmötidningarna har ca 10 % vardera i täckning i Ystad, där dock ensamtidningen Ystads Allehanda har närmare 80 % i hushållstäckning och ett relativt väl skyddat omland.

Trots att andratidningarna i Malmö fördelat ökade resurser för redaktion och försäljning till Trelleborgsområdet, efter det att produktionsbidragen införts, har således Trelleborgs Allehanda lyckats att i stort bevara sitt marknadsläge. Av den offentliga statistiken framgår dock inte, om Trelleborgs Allehanda fått sätta in resurskrävande svarsåtgärder. Det är inte heller givet, att effekterna på lång sikt blir desamma som de kortsiktiga effekterna.

De angivna exemplen är hämtade från Göteborgs- respektive Malmöregionerna. Likartade fall finns inom Stockholmsregionen. En kompletterande tidning av samma typ som Norra Halland utgör Nynäshamns-Posten med 2 nr/vecka. Två tidningar med nästan samma konkurrenssituation som Trelleborgs Allehanda är Länstidningen i Södertälje med 5 nr/vecka och ca 60 % i täckning samt Norrtelje – Roslagens Tidning med samma periodicitet men med nästan 80 % i täckning. En väsentlig skillnad är dock att tidningen med produktionsbidrag i området, Svenska Dagbladet, endast har 5–6 % i täckning i Södertälje respektive Norrtelje.

Pressutredningen har bedömt att mindre och medelstora ensamtidningar som är verksamma under starkt yttre konkurrenstryck kan vara i behov av statligt stöd för att anpassa sin verksamhet till en förändrad situation. I kapitel 13 lämnas närmare motiv och preciseras villkor för sådana bidrag.

8.5 Komplementtidningarnas marknadssituation

8.5.1 *Tidningarnas marknadsläge*

Det finns ett 25-tal komplementtidningar inom den abonnerade dagspressen. En av dessa är flerdagarstidning, nämligen Dagen med 5 nr/vecka. Övriga är fådagarstidningar, vanligen med en utgivningsfrekvens av 1 nr/vecka. Ny Dag är dock 2-dagarstidning.

Komplementtidningarna kan indelas i två undergrupper med hänsyn till sitt marknadsläge. Tidningarna är samtliga traditionella i den meningen att de samtidigt är såväl nyhets- och opinionsorgan som annonsorgan. Men en grupp av tidningarna lägger något större tonvikt vid uppgiften som annonsorgan och en annan grupp lägger större tyngdpunkt på rollen som nyhets- och framför allt opinionsorgan. Den första gruppen av tidningar kan därför sägas utgöra komplement främst på annonsmarknaden och den andra komplement på upplagemarknaden.

Det finns två påtagliga skillnader mellan dessa två grupper av

komplementtidningar. Den ena skillnaden avser spridningsområdets storlek och den andra täckningen på utgivningsorten.

De redaktionella komplementtidningarna har vanligen stora spridningsområden. Några är rikspridda. Dessa är Arbetaren, Dagen och Ny Dag. Övriga är regionspridda. Hit räknas en stor grupp tidningar inom centerpressen, såsom Dalabygden, Skaraborgs-Bygden och Västerbygden. Några av de tidningar som är komplement på upplagemarknaden har tidigare tillhört gruppen konkurrenstidningar. Det är lågtäckningstidningar som ombildats till komplementtidningar. Det rör sig om sammanlagt fem tidningar: Västmanlands Folkblad (s), Kalmar Läns Tidning (c), Nord-Sverige (c), Karlstads-Tidningen (fp) samt Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning (fp), som tillsammans med Dagen är den största tidningen i gruppen.

Komplementtidningarna på annonsmarknaden har relativt begränsade spridningsområden. De utkommer i de flesta fall som förortstidningar i Stockholms- eller Göteborgsregionen. Fem sådana tidningar utkommer i Stockholmsregionen och två i Göteborgsregionen. Upplageskillnaderna mellan förortstidningarna är betydande. Sålunda redovisas för Norrort 30 000 ex. (med fyra editioner), för Sundbybergs och Solna Tidning 14 600 ex. samt för Västerort 24 500 ex. (med tre editioner). Övriga har 5 000–7 000 ex. i upplaga. De har startats med 1 nr/vecka och har sedan starten behållit denna utgivningsfrekvens. Norrort utkommer dock numera med 2 nr/vecka. Samtliga förortstidningar utom Nacka-Saltsjöbadens Tidning (c) betecknar sig som opolitiska.

Förortstidningarna ingår samtliga i någon form av tidningskedja. Kungälvs-Posten och Mölndals-Posten ges ut av Västkusttidningar AB. Svenska Dagbladets företag Huvudstadspress ger ut ett flertal förortstidningar i Stockholmsregionen. Nacka-Saltsjöbadens Tidning ges ut av centerpartiets tidningsföretag Södertörns Tryckeri AB.

Komplementtidningarna på annonsmarknaden har således inte bara relativt små spridningsområden. De är också gruppvis geografiskt koncentrerade. Den andra viktiga skillnaden mellan de två tidningsgrupperna inom komplementpressen avser täckningstalen. Förortstidningarnas täckningstal varierar från ca 30 % till ca 65 % på utgivningsorten. Komplementtidningarna på upplagemarknaden har däremot endast täckningstal på mellan 5 och 10 %. De senare tidningarna är därmed lågtäckningstidningar liksom även många av förortstidningarna. Begreppen "lågtäckning" och "högtäckning" har emellertid inte samma innebörd för komplementtidningar som för konkurrenstidningar. Gränslinjen 50 % gäller inte.

Komplementtidningarna på annonsmarknaden har sin styrka i att de inom ett begränsat område erbjuder annonsörerna annonsutrymme till väsentligt lägre priser än om de skulle utnyttja en flerdagarstidning i området. Gränsen mellan högtäckning och lågtäckning får därför sättas lägre än 50 % om den skall beteckna väsentliga skillnader i konkurrenskraft på annonsmarknaden. En täckningstalsgräns för att skilja de två grupperna komplementtidningar åt är 20 %. Under denna gräns återfinns samtliga komplementtidningar på upplagemarknaden och över denna

gräns samtliga komplementtidningar på annonsmarknaden.

För komplementtidningarna på annonsmarknaden gäller i stort den beskrivning av marknadsmekanismerna som gjorts för gruppen ensamtidningar. Liksom dessa tidningar kan de här behandlade komplementtidningarna under vissa förutsättningar och trots ett gynnsamt utgångsläge på annonsmarknaden möta tillfälliga svårigheter. På grund härav och då förortstidningarna fyller angelägna informationsbehov bör dessa tidningar i stödsammanhang behandlas på samma sätt som ensamtidningar.

De redaktionella komplementtidningarna har en annan marknadssituation. Genom det nuvarande presstödets utformning har denna grupp av tidningar, som tidigare haft en undanskymd plats i pressammanhang, fått möjligheter till vidareutveckling. Dessa tidningar uppvisar en mera positiv upplageutveckling än andra tidningar med produktionsbidrag. De flesta redovisar t.o.m. mycket kraftiga ökningar sedan tiden före presstödets införande. Nästan hälften av tidningarna redovisar upplageökningar på mellan 25 och 50 % sedan 1968.

De redaktionella komplementtidningarna har också haft en bättre volymutveckling än övrig dagspress på annonseringen. Förklaringen torde vara att dessa komplementtidningar på upplagemarknaden normalt har en mycket litet volym av kommersiella annonser. Basannonserna för dessa tidningar är i stället den statliga och kommunala annonseringen samt annan icke kommersiell annonsering. Den offentliga annonseringen har på senare år ökat i volym. Särskilt gäller detta för denna tidningsgrupp som i hög grad gynnats av den totalitetsprincip som numera tillämpas för statlig och i allt flera fall kommunal annonsering. De redaktionella komplementtidningarna är starkt grupporienterade, ofta organisationsanknutna, och utgör för sina läsare organ för kompletterande och balanserande information inom vissa områden. Tidningarna har mycket små möjligheter att utvecklas som annonsorgan, en utveckling som också torde stå i strid med deras ambitioner. De kan däremot expandera sin verksamhet genom redaktionell produktutveckling. Utvecklingsmöjligheterna på detta område belyses något i nästa avsnitt.

8.5.2 *De redaktionella komplementtidningarnas utvecklingsmöjligheter*

Det finns två olika expansionsvägar med avseende på målgrupp för de redaktionella komplementtidningarna. En väg är att söka öka upplagan "inom de egna leden". En annan väg är att gå "utanför de egna leden" och vända sig till opinionsbildare i allmänhet.

Trots stora upplageökningar är det totala antalet potentiella prenumeranter – definierade som organiserade eller oorganiserade sympatisörer – vanligen stort i tidningarnas spridningsområden. Enligt forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen, som innehåller en utförlig beskrivning av dessa tidningars marknads- och kostnadssituation, planerar majoriteten av tidningarna sina resurser och gör sina företagspolitiska avvägningar med tanke på en expansion inom de egna leden utan att därför behöva bli medlemstidningar. De redaktionella satsningarna

inriktas på stoff som skall "förankra tidningen i familjen". Det finns i tidningarnas ambitioner en strävan att nå upplageframgångar på redaktionella grunder, inte på lojalitet till tidningen.

Men några av tidningarna överväger eller söker redan expansion "utanför de egna leden". Företagsekonomiskt är denna växtstrategi mera riskfylld och mera resurskrävande. De redaktionella kraven torde vara höga om tidningen skall vända sig till opinionsbildare i olika läger. En politiskt allsidigt sammansatt läsekrets torde kräva en redaktionell inriktning som det inte kan vara ekonomiskt möjligt att förverkliga för så många komplementtidningar. Tidningen Arbetarens redaktionella satsningar och upplagemässiga framgångar kan ges som ett exempel på det som här åsyftas.

Pressutredningen har funnit att presstödet till de redaktionella komplementtidningarna varit effektivt och anser att det bör fortsätta att utgå.

8.6 Täckningstalen som grund för marknadsprognoser

Genom att annonsintäkterna utgör den största andelen av de abonnerade dagstidningarnas totala intäkter, är det förhållandena på annonsmarknaden som blir avgörande för en tidnings ekonomi och utvecklingsmöjligheter. En tidnings täckningstal på utgivningsorten avgör dess ställning på annonsmarknaden. För att vara ett självskrivet annonsorgan krävs en hushållstäckning på minst 50 %. I den föregående nulägesanalysen har marknadssituationen för olika tidningstyper redovisats. Det har visats hur täckningstalen kan användas som en grund för marknadsbedömningar för konkurrenstidningar och ensamtidningar. Däremot kan dessa tal inte användas på samma sätt inom gruppen komplementtidningar, eftersom denna grupp består av två undergrupper och komplementtidningar på annonsmarknaden kan vara framgångsrika, trots att de har täckningstal under 50 %.

I denna del av kapitlet om tidningarnas marknad skall täckningstalens prognosvärde bedömas. Täckningstalsprincipen skall exemplifieras på tre olika sätt. Först görs jämförelser mellan resultaten från några olika samgåenden på en utgivningsort. Därefter redovisas effekterna av några regionala och interregionala samgåenden mellan tidningar på olika utgivningsorter. Avslutningsvis analyseras marknadsläget för ett antal konkurrenstidningar med ungefär lika stor totalupplaga. Exemplen avser flertidningsorter.

8.6.1 *Samgående på utgivningsorten*

De nuvarande högtäckningstidningarna på flertidningsorter har ofta nått sin konkurrensposition genom att de på ett eller annat sätt erövrat tredje- eller fjärdetidningens läsare och därigenom skaffat sig en dominerande täckning på utgivningsorten. Övertagandet kan ha gjorts genom ett företagsköp. Det kan också ha skett genom att tredje- eller fjärdetidningens läsare, när deras tidning upphört, gått över till den största tidningen

på orten. Med t. ex. tre eller fyra tidningar på en utgivningsort, av vilka två respektive tre haft en borgerlig signatur, har nedläggningar och företagsköp så att säga skett inom den borgerliga gruppen och medfört att en borgerlig tidning definitivt blivit störst. Andratidningen, ofta en socialdemokratisk tidning, har under hela utvecklingsperioden förblivit andratidning. Två exempel får illustrera förändringsmekanismerna på flertidningsmarknaderna. Det första exemplet är från Örebro och är omnämnt i Presstödet och tidningskonkurrensen. Det andra avser Visby och är hämtat från Tidningar i samverkan. Det första exemplet följer den beskrivna utvecklingen. Det andra bryter mot denna utveckling.

I början av 1940-talet var Nerikes Allehanda (fp) ledande tidning i Örebroområdet. Den näst största tidningen var Örebro-Kuriren (s). Tredjetidning var Nerikes-Tidningen (fp) och fjärdetidning Örebro Dagblad (h). Nerikes Allehanda hade 16 800 ex. i upplaga och Örebro-Kuriren 15 100 ex. Nerikes-Tidningens upplaga var 11 400 ex. medan Örebro Dagblad hade 4 000 ex.

Nerikes Allehanda befäste sin tätposition med ett kraftigt "upplagesprång", när den 1944 övertog Nerikes-Tidningen. Upplagan steg till 27 500 år 1945. När fjärdetidningen, Örebro Dagblad, upphörde med 6-dagarsutgivning 1956 gick dess läsare över till Nerikes Allehanda. Örebro-Kurirens upplageställning var relativt opåverkad av dessa förskjutningar på marknaden. År 1974 har Nerikes Allehanda 63 100 ex i upplaga, medan Örebro-Kuriren redovisar 16 400 ex.

I Visby skulle utvecklingen ha kunnat bli densamma. Gotlands Allehanda (m) var på väg att bli den klart dominerande tidningen. Tidningen erövrade läsare från Gotlänningen (c-fp). Men utvecklingen blev en annan. Gotlänningen startade annonssamarbete med Gotlands Folkblad (s). Detta samarbete mellan andra- och tredjetidningen utvecklades till ett samgående i Gotlands Tidningar. Det var tidningar av olika politisk signatur som gick samman för att lösa ett gemensamt ekonomiskt problem, den besvärande lågtäckningen. Nu är situationen helt ändrad. De två tidningarna, Gotlands Allehanda och Gotlands Tidningar, är båda högtäckningstidningar. På Gotland har de ungefär lika högt täckningstal. Gotlands Tidningar har dock något större täckning än sin konkurrent på landsbygden och Gotlands Allehanda något större i tätorterna. Upplagorna är ungefär lika stora, eller ca 12 000 ex. Gotlandsområdet är det minsta konkurrensområdet i svensk press upplagemässigt räknat. Inom området finns också en betydande dubbelläsning.

8.6.2 *Regionala och interregionala samgåenden*

Flera av de regionala och interregionala samgåenden som ägt rum har visat sig vara föga framgångsrika. Inom högerpressen gjordes på 50-talet flera försök att rädda lågtäckningstidningar genom att slå dem samman till läns- och provinstidningar. Ångermanlands Nyheter startades 1951 men lades ned redan 1953. Nordsvenska Dagbladet bildades också 1951. Den hade Västerbotten och Norrbotten som spridningsområde. Tidningen lades ned 1958.

För att belysa problemen vid regionala samgåenden skall två exempel lämnas. Den första är hämtat från Östergötland och det andra från Småland.

I Östergötland fanns i början av 1950-talet tre socialdemokratiska tidningar: Motala Posten, Östgöten i Linköping och Östergötlands Folkblad i Norrköping. Samtliga var lågtäckningstidningar. Under 1952 blev Motala Posten avläggare till Östgöten. Tio år senare blev Östgöten en edition av Östergötlands Folkblad. Den östgötska a-pressgruppen ombildades sedan 1966 till Folkbladet Östgöten. Förändringarna stärkte inte a-pressens ställning i området. Den stora förändringen inom området skedde när Norrköpings Tidningar, med spridningen koncentrerad till Norrköping, och länstidningen Östergötlands Dagblad gick samman. Fusionen ägde rum 1959 och ledde till att Norrköpings Tidningar helt kom att dominera nordöstra och norra Östergötland.[1]

I Småland skedde tidningssammanslagningarna på ungefär samma sätt. I östra Småland fanns tre socialdemokratiska tidningar: Oskarshamns Nyheterna, tidigare frisinnad, Västerviks-Demokraten samt Östra Småland. År 1945 blev Västerviks-Demokraten avläggare till Oskarshamns Nyheterna. Under 1953 gick dessa båda tidningar upp i Östra Småland och blev avläggare till denna tidning. Östra Småland blev därmed den enda dagliga tidning som täckte hela länet, men den var lågtäckningstidning på samtliga flertidningsorter. Huvudkonkurrenten i Kalmar, Barometern, utökade sitt verksamhetsområde geografiskt när den 1963 fusionerade Oskarshamns-Tidningen. Detta var en fusion mellan högtäckningstidningar.

8.6.3 *Totalupplaga och täckningstal*

I tidigare debatter om tidningarnas konkurrenslägen nöjde man sig ibland med att jämföra tidningarnas totalupplagor. Sammalunda gjorde de tidigare pressutredningarna. Tidningar på samma utgivningsort betecknades båda som förstatidningar, om skillnaden mellan tidningarnas upplagor var liten. Presstödsnämnden har uppenbarligen till väsentlig del byggt på detta analyssätt, när den beslutat att tilldela några högtäckningstidningar reducerade produktionsbidrag med hänvisning till att skillnaden i totalupplaga till konkurrenttidningen varit liten. Enligt marknadsbedömningarna i "Presstödet och tidningskonkurrensen" är denna bedömningsgrund sämre än täckningstalen. Totalupplagerelationen förmår inte fånga konkurrensrelationen, eftersom det är tidningarnas inbördes ställning på varje delmarknad för sig inom det gemensamma spridningsområdet som bestämmer respektive tidnings konkurrenskraft. Därvid är förhållandena på utgivningsorten de viktigaste, eftersom den orten vanligen är centralort i ett större omland. En fusion mellan två lågtäckningstidningar från olika regioner kan medföra att den på så sätt sammanslagna tidningen kan redovisa kanske t. o. m. en större upplaga än högtäckningstidningen på tidningens utgivningsort. Konkurrensförhållandet mellan tidningarna påverkas dock inte, eftersom lågtäckningstidningens täckning på utgivningsorten inte förändras. Vid studier över

[1] Dagstidningskonkurrensen i Norrköping har specialstuderats av Lars Furhoff. Resultaten av den studien har publicerats av Svenska Tidningsutgivareföreningen (Aktuellt från TU nr 19).

längre perioder av upplageutvecklingen för konkurrerande tidningar kan man finna att en nu nedlagd tidning eller en lågtäckningstidning haft större totalupplaga än den nuvarande högtäckningstidningen. För att kunna avgöra om detta verkligen innebär att konkurrenspositionen också har förändrats krävs detaljjämförelser av tidningarnas geografiska spridningsområden och täckningstal.

För närvarande finns det fem konkurrensorter med relativt begränsade upplagedifferenser mellan de två största tidningarna. En av orterna har berörts ovan, nämligen Gotland. I det området är både totalupplaga och täckningstal desamma för konkurrenttidningarna. De fyra övriga orterna är Gävle, Malmö, Falun och Eskilstuna. I Gävle är upplageskillnaden mellan Gefle Dagblad och Arbetarbladet ca 5 %, i Malmö är Sydsvenska Dagbladet ca 10 % större än Arbetet, Falu-Kurirens upplaga är ca 15 % större än Dala-Demokratens och Eskilstuna-Kuriren har en upplaga som är ca 25 % större än Folkets upplaga.

De nämnda tidningarnas spridningsförhållanden skiljer sig emellertid åt. De upplagemässigt största tidningarna på respektive utgivningsort har sin upplaga koncentrerad till utgivningsorten och är där högtäckningstidningar. Skillnaderna i täckningstal är mycket större än skillnaderna i upplaga. Följande täckningstal redovisas i den offentliga tidningsstatistiken.

Tabell 8.4 Täckningstal på utgivningsorten.

Utgivningsort och tidning	Täckningstal på utgivningsorten år 1974 (%)
Falun:	
Falu-Kuriren	73
Dala-Demokraten	24
Gävle:	
Gefle Dagblad	69
Arbetarbladet	30
Eskilstuna:	
Eskilstuna-Kuriren	54
Folket	32
Malmö:	
Sydsvenska Dagbladet	53
Arbetet	34

Anledningen till att lågtäckningstidningarna på dessa fyra orter kan redovisa lägre differens i upplaga än i täckning till sina respektive konkurrenttidningar, är att de hämtar sin upplaga från områden utanför utgivningsorten och det närmaste omlandet. I två fall har lågtäckningstidningarna dock fått en koncentrerad spridning inom ett angränsande område. Så har Arbetarbladet 57 % i täckning i Sandviken. På den orten är täckningen för Gefle Dagblad 36 %. Till konkurrensbilden hör emellertid att Gefle Dagblad i Sandviken utger en 2-dagarstidning, Sandvikens Tidning, med 33 % i täckning. Vidare har Dala-Demokraten ett bättre marknadsläge i Borlänge än i Falun. I Borlänge har tidningen 38 % i täckning. Dala-Demokraten har under senare år erövrat ökad täckning på Borlänge Tidnings bekostnad. Borlänge Tidning har 45 % i

täckning för närvarande. Till konkurrensbilden hör dock att Falu-Kuriren, som tillhör samma ägargrupp som Borlänge Tidning, har drygt 10 % i täckning i Borlänge. Det finns en skillnad mellan dessa två områden. I Gästrikland är Gävle administrativt och kommersiellt centrum, vilket gör att täckningstalen på utgivningsorten bör tillmätas störst betydelse vid bedömning av tidningarnas inbördes konkurrensläge. I Dalarna är Falun administrativt och kommersiellt centrum men Borlänge en kommersiellt mera expanderande ort. I Borlänge har dock ingen av de konkurrerande tidningarna över 50 % i täckning. Detaljförhållandena inom tidningarnas utgivningsregioner framgår av tabell 8.5.

Tabell 8.5 Antal hushåll och hushållstäckning i A-regionerna Gävle/Sandviken och Borlänge/Falun år 1974.

Kommun	Antal hushåll	Tidning och hushållstäckning 1974 (%)	
		Gefle Dagblad	*Arbetarbladet*
Gävle	32 400	69	30
Sandviken	15 900	36	57
Tierp[a]	7 700	4	44
Hofors	5 300	29	64
Älvkarleby	3 700	28	68
Ockelbo	2 500	41	53
		Falu-Kuriren	*Dala-Demokraten*
Falun	17 600	73	24
Borlänge[b]	16 500	13	38
Leksand	4 700	62	20
Rättvik	4 000	60	22
Säter[c]	3 600	26	30
Vansbro	3 300	47	23
Gagnef	3 200	59	22

[a] I Tierp har Upsala Nya Tidning 49 % i täckning.
[b] I Borlänge har Borlänge Tidning 45 % i täckning.
[c] I Säter har Södra Dalarnes Tidning med Säters Tidning 47 % i täckning.

I de två andra fallen gäller, att varken Folket eller Arbetet har högre täckningstal på någon annan ort än utgivningsorten. Folkets konkurrent, Eskilstuna-Kuriren, har inte bara en dominerande ställning på utgivningsorten utan också sin spridning koncentrerad till Eskilstunaregionen. Inom denna region faller nästan 85 % av tidningens totalupplaga. Folket har däremot endast ca 55 % av sin totalupplaga inom Eskilstunaregionen. Tidningen hämtar sin övriga upplaga från i huvudsak två angränsande regioner. Drygt 15 % av upplagan kommer från Katrineholmsregionen. På centralorten inom den regionen är Katrineholms-Kuriren högtäckningstidning. Tidningen har i Katrineholm 68 % i hushållstäckning. Folkets täckning är 13 %. Folket hämtar vidare ca 20 % av sin upplaga från Nyköpingsregionen. Folket är lågtäckningstidning på centralorten även i detta område. Täckningen i Nyköping är 14 %, medan högtäckningstidningen, Södermanlands Nyheter, har 65 % i hushållstäckning. Resterande 5–10 % av Folkets totalupplaga hämtas från några kommuner utanför de nämnda regionerna.

Arbetet har haft en nästan jämförbar utveckling med Sydsvenska Dagbladet om man ytligt bedömer tidningarnas upplageutveckling. Men det finns en avgörande skillnad mellan tidningarna. Medan Sydsvenska Dagbladet ökar sin upplaga i kärnområdet och därmed ökar täckningstalet på lokalmarknaden – på Skånska Dagbladets bekostnad – så ökar Arbetet sin upplaga utanför Malmöområdet. Successivt har Arbetet övertagit en rad socialdemokratiska lågtäckningstidningars spridningsområden. Först fusionerades 1958 Aurora i Ystad och Läns-Demokraten i Kristianstad med Arbetet. Därefter övertog tidningen 1965–1966 spridningsområdena från Nyheterna i Helsingborg och Ny Tid i Göteborg. På var och en av de nämnda orterna finns en dominerande högtäckningstidning som Arbetets konkurrent.

Förhållandet att Arbetet, Arbetarbladet, Dala-Demokraten och Folket har en jämförbar upplaga med den närmaste konkurrenttidningen förändrar inte i stort marknadsläget för dessa tidningar. På sina utgivningsorter är de lågtäckningstidningar och har därmed i princip samma marknadssituation som övriga lågtäckningstidningar.

8.7 Sammanfattade synpunkter på täckningstalsprincipen

Analyser under 1960-talet av dagstidningarnas marknadsvillkor gav underlag för den s.k. upplagespiralen. Enligt denna teori finns det "en god cirkel mellan upplaga och annonser"' för en förstatidning och en "ond cirkel mellan upplaga och annonser" för en andratidning. Förstatidningen har den största upplagan och får därför den största annonsvolymen, vilket i sin tur gör att tidningen drar till sig fler läsare, vilket ökar tidningens värde som annonsorgan osv. För andratidningen gäller den omvända utvecklingen.

Teorin om upplagespiralen har varit debatterad. Debatten har medfört att teorin modifierats påtagligt. Förloppet anses numera inte vara så lagbundet och upplagan används inte som marknadsmått. Det generella utvecklingsmönstret finns visserligen kvar, men det hävdas att det är den ekonomiskt starkaste tidningen som befinner sig i en positiv spiral. Även täckningens betydelse uppmärksammas. I en aktuell framställning heter det:

"Den tidning som nått den tätaste spridningen förfogar också över den största marknadsmässiga potentialen, nämligen det största antalet läsare inom det för annonsörerna aktuella området. Detta medför en ökad annonstillströmning och därmed ökade resurser att (genom konkurrensåtgärder och lågt pris på upplagemarknaden) vinna nya läsare och därmed ytterligare annonsinkomster" (Furhoff, L., 1974, Makten över medierna.)

Som visats av framställningen i detta kapitel har täckningstalen ett stort förklarings- och prognosvärde på tidningsmarknaden. De bör kunna ersätta upplagetalen. Upplagans storlek och förändring saknar dock inte intresse. För en ensamtidning eller för två eller flera konkurrenstidningar tillsammans ger upplagan en förstahandsinformation om den totala

marknadens värde och tendens. Sådana principiella analyser har redovisats tidigare i detta kapitel. Men upplagemåttet kan inte användas i förloppsanalyser.

På flertidningsorter har ofta den socialdemokratiska andratidningen kunnat redovisa en relativt oförändrad upplagenivå, medan förskjutningar inträffat mellan de borgerliga första-, tredje- och fjärdetidningarna.

I vissa fall har förändringarna kunnat ske med ett språng, som i Örebro, i andra över en längre period, som i Malmö. På den enda tidningsmarknad där fullt samarbete etablerats mellan två lågtäckningstidningar, dvs. Gotland, utjämnas skillnaderna i marknadsläge mellan de samarbetande tidningarna och konkurrenttidningen.

Täckningstalsprincipen har beskrivits och exemplifierats på olika sätt i detta kapitel om tidningarnas marknad. Slutsatsen är att täckningstalen kan användas som en indikator på tidningars marknadsläge. Effekter av förändringar i tidningsstrukturen och prognoser över utvecklingsmöjligheterna för en tidning kan göras med hjälp av analyser av täckningstalsförhållandena. Det finns en tendens inom tidningsbranschen att låta upplagemarknaden svara för en allt större andel av totalintäkterna. Så länge annonsintäkterna dominerar intäktsbilden är det dock mekanismerna på annonsmarknaderna som avgör och därmed täckningstalsrelationerna. I det följande kapitlet om tidingarnas ekonomi används täckningstalen också som förklaringsgrund.

Mot den här genomförda analysen invänds ofta att det är läsarnas val som gör att en tidning får större upplaga och högre täckning än en annan tidning – att det är en bättre redaktionell produkt som väljs framför en sämre. Detta är enligt utredningens uppfattning en klar förenkling av verkligheten. Här har påvisats att även med jämförbara redaktionella produkter har högtäckningstidningen ett klart försteg. Tillgången till annonsinformation (som högtäckningstidningen har mest av) är i sig mycket betydelsefull för tidningsvalet.

Man kan påstå att dagens konkurrenssituationer inte i första hand avgörs av de val mellan olika redaktionella produkter som dagens läsare gör utan av de val som läsare gjorde för decennier sedan. Tidigare kunde tidningar nämligen lättare byta konkurrensposition, dels på grund av annonsinnehållets och annonsintäkternas då mindre betydelse, dels på grund av den lägre graden av koncentration inom näringslivet och därmed inom viktiga annonsörsgrupper. Allt detta sammantaget möjliggjorde en helt annan rörlighet än i dag på upplage- och annonsmarknaderna. Stor betydelse för dagens konkurrenssituation har också, som visats i kapitlet, de beslut haft som tidningsägare tidigare fattat om tidningsköp och tidningssammanslagningar.

9 Tidningarnas ekonomi

Kunskap om tidningarnas ekonomi är av stor betydelse för presspolitikens utformning. Endast med en sådan kunskap kan det avgöras om och i vilka former stöd och stimulanser skall sättas in. För utformningen av det direkta produktionsstödet gäller det att kunna avgöra vilka tidningsgrupper som generellt är i behov av stöd.

Föregående kapitel gav en bild av hur tidningsmarknaden fungerar. Detta kapitel skall skildra hur denna bild kan avläsas i de ekonomiska undersökningar som genomförts av 1963, 1967 och 1972 års pressutredningar samt i viss branschstatistik.

1972 års pressutredning har flera källor till grund för sina ekonomiska bedömningar. Utredningen har tidigare publicerat en forskningsrapport, Presstödet och tidningskonkurrensen (SOU 1974:102), där resultaten av en noggrann utvärdering av presstödet presenteras. Dessa resultat ger väsentlig information om tidningarnas ekonomiska ställning.

Direktör Sven Tollin har utfört en balansekonomisk analys för utredningens räkning. Motsvarande analyser genomfördes för de tidigare pressutredningarna och det ges därför möjligheter till direkta jämförelser mellan tre år, 1963, 1967 och 1973. Tollins rapport återfinns som bilaga 3 till detta betänkande. Eftersom det inte var möjligt för pressutredningen att avvakta 1974 års bokslut för en ingående behandling har boksluten för år 1973 bildat grund för bokslutsanalysen. För att kontrollera att utvecklingen under 1974 inte förändrat den bild som bokslutsanalysen ger har för utredningens räkning en begränsad undersökning utförts avseende detta år. Resultaten av denna undersökning presenteras i detta kapitel.

Material för de ekonomiska analyserna har också hämtats från grafiska kommitténs betänkande Grafisk industri i omvandling (SOU 1974:34) samt från den rapport om tidningssamverkan som utarbetats av en arbetsgrupp inom pressutredningen – Tidningar i samverkan (SOU 1975:11).

I kapitlet görs först en kort sammanfattning av de två tidigare utredningarnas beskrivningar av dagspressens ekonomi. I ett andra avsnitt redovisas det statliga presstödets ekonomiska utfall genom ett återgivande av vissa huvuddrag från Presstödet och tidningskonkurrensen.

Ett tredje avsnitt ägnas åt nuläget. Detta avsnitt bygger dels på forskningsrapporten, dels på bokslutsanalysen. Jämförelser görs bakåt i

tiden. Dessutom jämförs analysen i kapitel 8 med resultaten av bokslutsanalysen. I avsnittet dras vissa slutsatser om presstödets konsekvenser. Särskild uppmärksamhet ägnas därefter storstädernas andratidningar, tidningar med små upplagor och fådagarstidningar.

I det därpå följande avsnittet uppmärksammas vissa utvecklingstendenser och vissa faktorer som är avgörande för tidningarnas ekonomi, dels för branschen som helhet, dels för olika grupper av tidningar.

9.1 Situationen under 1960-talet

Redan 1963 års pressutredning klarlade det grundläggande tidningsekonomiska problemet (jfr SOU 1965:22). Kostnaderna för att producera en tidnings första exemplar är mycket höga i förhållande till totalkostnaden för hela upplagan. Detta innebär att det i tidningsproduktion finns påtagliga stordriftsfördelar, vilket i en marknadsekonomi tenderar att leda till koncentration. Dessa koncentrationstendenser har tidigare behandlats i kapitel 2.

1963 års pressutredning uppmärksammade också det för tidningsföretag speciella och för deras ekonomi avgörande förhållandet att tidningarna arbetar på två marknader, upplagemarknaden och annonsmarknaden. Stordriftsfördelarna i produktionen förstärks genom det försteg i fråga om annonsintäkter som den tidning har som i ett konkurrensförhållande har den största upplagan. Detta förhållande tillsammans med observationen att läsarnas tidningsval styrs av såväl redaktionellt innehåll som annonsinformation utgjorde utgångspunkten för konstaterandet att en tidnings konkurrensposition var avgörande för dess ekonomi. De företagsekonomiska analyserna i både 1963 och 1967 års utredningar koncentrerades därför till att belägga skillnader mellan förstatidningar och andratidningar. Dessa analyser ledde till följande slutsatser:

a) andratidningarna gick med förlust år 1963 och år 1967,
b) andratidningarna redovisade en minskning av annonsandelen mellan de två åren,
c) andratidningarnas soliditet var hälften av förstatidningarnas,
d) andratidningarna hade otillfredsställande likviditetsställning och
e) andratidningarna hade inte kunnat företa tillräckliga avskrivningar, hade i mycket liten utsträckning kunnat avsätta medel till pensionsstiftelser och endast i undantagsfall till investeringsfonder.

De tidigare utredningarnas analysmodell har behandlats i sammanfattningen av kapitel 8.

9.2 Det statliga presstödet

Förslagen från de tidigare pressutredningarna och det statliga presstödets tillkomst i övrigt har beskrivits i kapitel 1. Detta avsnitt behandlar utfallet och den praktiska tillämpningen av stödet. I avsnitt 9.3 förs en diskussion om stödets betydelse för den svenska pressen.

9.2.1 *Pressens lånefond*

Pressens lånefond var den direkta presstödsåtgärd som först infördes. Under budgetåren 1969/70–1973/74 tillgodofördes fonden 125 milj.kr. Vid utgången av denna femåriga försöksperiod hade lån beviljats till ett belopp av 81,3 milj.kr. Efter förslag av pressutredningen har beslut senare fattats om att, inom ramen för tillgängliga medel, fortsätta långivningen även under budgetåren 1974/75 och 1975/76.

Den totala utlåningen per budgetår varierar kraftigt. Det första verksamhetsåret (1969/70) uppgick långivningen till drygt 24 milj.kr., medan den 1972/73 stannade vid knappt 5 milj.kr. Lån har t. o. m. budgetåret 1974/75 beviljats 48 tidningsföretag. Det genomsnittliga lånebeloppet uppgår till ca 1,9 milj.kr., omfattande lån på mellan 10,7 milj.kr. (Arbetet i Malmö) och 50.000 kr. (Sjuhäradsbygdens Tidning).

I tabell 9.1 återfinns en sammanställning av utlåningen per budgetår och lånens fördelning på olika tidningskategorier med avseende på konkurrensställning.

Tabell 9.1 Lån från pressens lånefond 1969/70–1974/75.

Budgetår	Konkurrensställning och belopp (tkr)				Summa
	Första-tidningar	Andra-tidningar	Ensam-tidningar	Övriga tidningar[a]	
1969/70	1 500	15 132	2 100	5 700	24 432
1970/71	1 200	9 450	2 739	1 300	14 689
1971/72	300	13 516	1 600	–	15 416
1972/73	1 000	888	3 100	–	4 988
1973/74	2 000	10 500	3 300	6 000	21 800
1974/75	–	2 750	9300	1 000	13 050
Total utlåning	6 000	52 236	22 189	14 000	94 375
Relativ fördelning	6 %	55 %	24 %	15 %	100 %
Antal tidningar	3	20	21	4	48

[a] Norrbottens-Kuriren, Norrländska Socialdemokraten, Skövde Nyheter samt Dagbladet Nya Samhället och Nya Norrland (Mellannorrlands Tidnings AB, MTAB).

Av tabellen framgår att den största delen (55 %) av utlåningen avser andratidningar. 30 % av den totala lånesumman avser dock ensamtidningar och förstatidningar.

En sammanställning av villkor och ändamål för lånen från lånefonden har gjorts i forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen. Grundvalen för denna utgörs av uppgifterna i presstödsnämndens verksamhetsberättelser.

Av sammanställningen framgår att den vanligaste lånetiden är 15 år (45 % av lånen). I ca 40 % av fallen är lånetiden 10 år och för resterande lån 8 år. Någon beloppsmässig fördelning på olika lånetider kan inte göras.

Drygt 80 % av utlåningen avser maskininvesteringar. Omkring 15 % har betecknats som saneringslån. Något större belopp tycks inte ha utlånats för marknadsföringsåtgärder. Det helt dominerande ändamålet har alltså varit teknisk förnyelse, vilket visar att branschen genomgår en period av teknikbyte.

Enligt presstödskungörelsen skall företräde till lån ges projekt som syftar till kostnadsbesparingar genom samverkan mellan tidningsföretag. Genom att endast 65 % av låneramen utnyttjades under försöksperioden har någon prioritering dock aldrig behövt ske. Mycket få låneansökningar har också avsett samverkansprojekt. Två fall av samverkan i större omfattning har förekommit. Det ena gäller Gotlands Tidningar (Gotlands Folkblad och Gotlänningen), det andra Mellannorrlands Tidnings AB (Dagbladet Nya Samhället och Nya Norrland).

På flera orter kan långivningen ha motverkat snarare än främjat samverkan. På sex utgivningsorter har konkurrerande tidningar erhållit var sina lån för i huvudsak maskininvesteringar. Presstödsnämnden har inte haft något stöd i kungörelsen för att förhindra en sådan utveckling. Den totala utlåningen till tidningar på dessa sex orter uppgår till drygt 47 milj.kr., dvs. till omkring hälften av den totala utlåningen under de sex första åren.

Samverkansaspekten på lånefonden behandlas vidare i kapitel 10.

9.2.2 *Samdistributionsrabatten*

Samdistributionsrabatten infördes liksom pressens lånefond efter förslag av 1967 års pressutredning. Reglerna för rabatten återges i bilaga 2. En ingående beskrivning och utvärdering av systemet återfinns i Presstödet och tidningskonkurrensen (dess kap. 7).

Systemet med samdistributionsrabatt har vunnit mycket stor anslutning. Den enda större abonnerade dagstidning som i dag står utanför är Göteborgs-Posten. Samdistributionens omfattning framgår av tabell 9.2.

Tabell 9.2 Samdistributionsformens omfattning 1963 och 1973.

Distributionsform	Andel av volymen (%)	
	1963	1973
Egendistribution	55	10
Samdistribution i postverkets ordinarie brevbäringsturer	35	20
Övrig samdistribution	10	–
Samdistribution av distributionsföretag	–	70
Summa	100	100

Källa: SOU 1974:102

Egendistributionen har alltså minskat från 55 % till 10 %. Detta är en utveckling som framför allt mindre tidningar med glesare spridning dragit nytta av. Detta gäller trots att de största rabatterna tillfaller tidningar med stor upplaga, vilket sammanhänger med att beloppen utgår för en motprestation, som bedömts variera med upplagans storlek. Motprestationen är att tidningen avstår från ett konkurrensmedel.

Tabell 9.3 Samdistributionsrabattens storlek per budgetår.

Period	Storlek i milj.kr.
1/1–30/6 1970	1,4
1/7 1970–30/6 1971	5,9
1/7 1971–30/6 1972	10,2
1/7 1972–30/6 1973	21,2
1/7 1973–30/6 1974	22,8
1/7 1974–30/6 1975	23,3
Summa	84,8

De största rabatterna har gått till Dagens Nyheter (3,8 milj.kr. 1974/75), Svenska Dagbladet (1,3 milj.kr.), Sydsvenska Dagbladet (1,1 milj.kr) och Arbetet (1,0 milj.kr.). De totala rabatterna sedan införandet framgår av tabell 9.3.

9.2.3 *Produktionsbidrag*

Produktionsbidrag har hittills beviljats för fyra år, 1971–1974. Större delen av bidragen har fördelats även för år 1975 men samtliga bidragsansökningar är ännu inte avgjorda, varför redovisningen inskränks till de fyra första åren.

Tabell 9.4 Produktionsbidragens omfattning och fördelning 1971–1974.

Årtal	Antal tidningar[a] och belopp i milj.kr.					
	Flerdagarspress		Fådagarspress		Samtliga	
	Antal	Belopp	Antal	Belopp	Antal	Belopp
1971	27	30,8	26	5,2	53	36,0
1972	29[b]	60,9	23	4,6	52	65,5
1973	30[c]	61,0	30	6,0	60	67,0
1974	29[d]	87,6	30	8,6	59	96,2
Summa	31	240,3	30	24,4	61	264,7

[a] Gotlands Tidningar räknas som en tidning med stöd av kungörelsens bestämmelse att "dagstidningar med övervägande samma redaktionella innehåll" skall anses som en tidning.

[b] Ökningen från året innan avser bidrag enligt 17 § till Gefle Dagblad och Falu-Kuriren.

[c] Ökningen från året innan avser bidrag enligt 17 § till Gotlands Allehanda.

[d] Förändringen avser bidrag enligt 17 § till Eskilstuna-Kuriren samt indragna bidrag för GHT och Norrbottens-Kuriren.

Källa: SOU 1974:102

Som framgår av tabell 9.4 har väsentliga höjningar av bidragsstorleken skett åren 1972 och 1974.

Antalet bidragsmottagande flerdagarstidningar har ökat från 27 till 31. De som tillkommit är fyra förstatidningar, som vid prövning enligt kungörelsens 17 § ansetts ha ett sådant konkurrensläge att de beviljats reducerade bidrag. Möjligheten att ge reducerade bidrag fanns inte 1971.

Antalet fådagarstidningar som fått produktionsbidrag har varierat mellan åren i högre grad än vad fallet varit med flerdagarstidningarna. Endast 23 av de totalt 30 fådagarstidningarna har fått bidrag för alla fyra åren. Orsaken härtill är att flera fådagarstidningar legat nära de olika kritiska gränser som bidragskonstruktionen inrymmer.

Man har under något eller några år exempelvis haft för låg periodicitet (mindre än 1 nr/vecka), mindre än 2 000 ex. i abonnerad upplaga, för liten abonnemangsandel av totalupplagan och högre annonsandel än 50 % av totalt spaltutrymme.

Av de 61 tidningar som beviljats produktionsbidrag har sju av presstödsnämnden betecknats som "ej andratidningar". Beloppsmässigt har nästan 95 % av bidragen gått till andratidningar.

Av de sju förstatidningar som beviljats produktionsbidrag har fyra, som ovan noterats, fått reducerade bidrag. Falu-Kuriren och Gefle Dagblad fick sådana bidrag fr. o. m. år 1972, Gotlands Allehanda fr. o. m. år 1973 och Eskilstuna-Kuriren fr. o. m. år 1974. De tre övriga i gruppen är Norrbottens-Kuriren (fullt bidrag 1971 och 50 % av detta 1972 och 1973), Skövde Nyheter och Sydöstra Sveriges Dagblad (båda fullt bidrag alla år). Skövde Nyheter passerades under år 1973 upplagemässigt på utgivningsorten av konkurrenten Skaraborgs Läns Annonsblad (som 1971 och 1972 fick fullt produktionsbidrag) och är numera andratidning. Sydöstra Sveriges Dagblad är förstatidning i Karlshamn, som är utgivningsort enligt kungörelsen, men andratidning i Karlskrona, som är säte för huvudredaktionen och utgivningsort för huvudkonkurrenten.

Huvuddelen av de tidningar som erhållit produktionsbidrag är regiontidningar. Som sådana kan 26 av 31 flerdagarstidningar och 16 av 30 fådagarstidningar betecknas. De därnäst största grupperna är lokal- och förortstidningar med åtta resp. sju bidragsmottagande tidningar. Bidrag ges dessutom till fyra rikstidningar.

De största bidragen har beviljats storstadstidningarna Arbetet och Svenska Dagbladet, som under fyraårsperioden uppburit 33 milj.kr. vardera.

De 61 bidragsmottagande tidningarna omfattar bl. a. 19 centertidningar (varav 16 endagstidningar) och 16 socialdemokratiska tidningar (varav 15 är flerdagarsutgivna regiontidningar). Opolitisk eller liknande anges som redaktionell linje av tio tidningar (samtliga lokal- eller förortstidningar). Beloppsmässigt har största andelen av bidragen (ca 50 %) gått till den socialdemokratiska pressen.

9.3 Situationen i början av 1970-talet

9.3.1 *Bokslutsanalysen*

Den bokslutsanalys som redovisas i bilaga 3 bygger på tidningsföretagens offentliga bokslutshandlingar för år 1973, omfattande förvaltningsberättelser, balansräkningar och vinst- och förlusträkningar. Tidningar kan inte användas som analysenhet eftersom tidningsföretag som utger flera tidningar inte redovisar dessa var för sig. En annan svårighet vid analysen föreligger i de fall då tidningar står i koncernförhållande till varandra.

Analysen är genomförd på sådant sätt att det skall vara möjligt att göra jämförelser med åren 1963 och 1967, då liknande undersökningar utfördes. De mått som används är försäljningsintäkter, soliditet, kassalikviditet, rörelsekapital, reservtillgångar, investeringsfondsavsättningar, pensionsavsättningar och vederlagsfria tillskott. Av bilagan framgår hur dessa framräknats.

Försäljningsintäkter

Förstatidningarna i landsorten har ökat sina försäljningsintäkter (från abonnemang, lösnummer och annonser) med 147 % under perioden 1963–1973 medan ökningen för andratidningar stannat vid 102 %. En jämförelse mellan olika tidpunkter för gruppen storstadstidningar kan inte göras då stora förändringar skett i gruppens sammansättning.

Försäljningsintäkterna har ökat snabbare än vad som betingas av inflationen. Producentprisindex för grafiska produkter steg under den behandlade perioden med 68 % och konsumentprisindex med 64 %. När det gäller annonsintäkternas förändring kan denna förklaras av ökningar i annonsvolymen och höjningar av priserna betingade av inflationen och höjda upplagor. Abonnemangs- och lösnummerpriserna har ökat i snabbare takt än producent- och konsumentprisindex. Lönsamheten tycks inte ha förbättrats för tidningsföretagen. Upplagepriserna snabba ökningstakt måste därför förklaras med kostnadsökningar som inte återspeglas i något prisindex. Sannolika förklaringar är dels distributionskostnaden, som inte ingår i producentprisindex och som ökat snabbare än detta, dels förbättrad teknisk och redaktionell standard.

Andratidningarna har i allmänhet höjt sina priser i samma takt som förstatidningarna, men har trots detta inte lyckats öka intäkterna i samma utsträckning som dessa. Orsakerna härtill står att finna i en sämre volymutveckling än förstatidningarna både på upplagemarknaden och annonsmarknaden.

Försäljningsmässigt har förstatidningarna således konsoliderat sitt överläge gentemot andratidningarna. Utvecklingen är speciellt markerad under senare delen av perioden (1967–1973).

Soliditeten

Ett företags soliditet kan mätas genom att det egna kapitalet (aktiekapital, fonder och balanserade vinstmedel) ställs i relation till företagets skulder. Soliditetsvärdet utvisar den långfristiga betalningsberedskapen och förmågan att motstå förluster.

Soliditeten för första- och ensamtidningar är, för gruppen som helhet, oförändrad under tioårsperioden. En viss minskning av värdena för landsortstidningarna balanseras inom gruppen av en smärre uppgång för storstadstidningarna.

Andratidningarnas soliditet har under samma period halverats. Presstödet har här inte räckt till för att hålla soliditeten uppe ens vid den redan tidigare låga nivån.

Kassalikviditeten

Ett företags kassalikviditet (likvida omsättningstillgångar i förhållande till kortfristiga skulder) bör uppgå till lägst 100 % för att företaget skall kunna infria sina förpliktelser i den ordning de förfaller till betalning.

Första- och ensamtidningarna har som grupp mellan 1963 och 1973 ökat sin likviditet från 126 % till 152 %. Detta sammanhänger främst med en kraftig ökning för storstadstidningarna (från 129 % till 212 %). Landsortstidningarna inom gruppen har fått erfara en viss minskning (från 123 till 115 %).

Andratidningarnas likviditet har mellan samma år minskat från 105 till 94 %. Denna minskning orsakas helt av landsortstidningarna som gått ned från 99 till 90 %. För andratidningarna i storstäderna är läget oförändrat (108 resp. 107 %).

Rörelsekapitalet

En mätning av rörelsekapitalet i procent av omsättningen visar samma utveckling som likviditeten. Första- och ensamtidningarna har en ökning, från 6,4 till 13,3 %, bestående av en kraftig förbättring för tidningarna i storstäderna och en oförändrad situation i landsorten. Värdena är i stort sett tillfredsställande för samtliga undergrupper utom för dagliga tidningar i landsorten med 20 000–30 000 exemplar i upplaga. Dessa tidningar uppvisar sämre värden än övriga första- och ensamtidningar för så gott som samtliga variabler som ingår i analysen.

Andratidningarnas värden är genomgående otillfredsställande och har försämrats något under perioden (från 3,1 till 2,6 %). Här, liksom i fråga om kassalikviditeten, kan man dock notera en kraftig nedgång mellan 1963 och 1967 och en viss återhämtning därefter. Även inom andratidningsgruppen är storstadstidningarna bättre lottade än landsortstidningarna. Det bör observeras att genomgående för gruppen andratidningar i storstäderna är att värden av den här typen bör ha förbättrats eftersom tre i ekonomiskt hänseende synnerligen svaga tidningar – Ny Tid, Stockholms-Tidningen och Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning – genom nedläggningar försvunnit ur gruppen.

Företagens reservtillgångar

I begreppet reservtillgångar ingår såväl synliga som dolda reserver. Hur dessa beräknats framgår av bilagan.

Reservtillgångarna bör öka minst i samma takt som omsättningen om inte en ekonomisk utarmning skall ske. Detta har också varit fallet för första- och ensamtidningarna.

För andratidningarna i landsorten har kravet inte kunnat fyllas. Medan försäljningsintäkterna ökat med 102 % har reserverna stigit med enbart ca 27 %. Häri ligger en fördubbling av reserverna mellan 1963 och 1967 och en kraftig minskning mellan 1967 och 1973. Om de vederlagsfria tillskotten medräknas i omsättningen försämras bilden ytterligare.

Investeringsfonder

Andratidningarna har i allmänhet inte vid någon tidpunkt kunnat göra avsättningar till investeringsfonder. Första- och ensamtidningarna i landsorten ökade mellan 1967 och 1973 sina investeringsfonder med drygt 150 % medan tidningarna i storstäderna i det närmaste femdubblade sina.

Pensionsavsättningar

Pensionsavsättningar behandlas inte här då någon jämförelse mellan grupperna inte är möjlig eftersom man valt olika former för sina avsättningar. Andratidningarnas avsättningar tycks dock vara otillräckliga.

Vederlagsfria tillskott

De ekonomiska bidragen till dagstidningarna utgörs av statliga produktionsbidrag, aktieägartillskott och koncernbidrag. Av dessa domineras bilden år 1973 helt av produktionsbidragen.

År 1973 erhöll de i analysen ingående företagen vederlagsfria tillskott om tillsammans 85 milj.kr., varav 78 milj.kr. tillföll andratidningarna och knappt 7 milj.kr. första- och ensamtidningarna. Tillskotten bestod till ca 61 milj.kr. av produktionsbidrag, medan ca 24 milj.kr. utgjordes av övriga former av bidrag. Detta innebär en kraftig ökning av de övriga tillskottsformerna från 1967 men ungefär samma belopp som 1963 då Stockholms-Tidningen och Ny Tid fortfarande ingick med bidrag på tillsammans ca 17 milj.kr.

Av bidragen till första- och ensamtidningarna 1973 var ca 4,3 milj.kr. produktionsbidrag, 1,2 milj.kr. aktieägartillskott och resten, 1,4 milj.kr., koncernbidrag.

Landsortstidningarna efter spridningstäthet

I den nu gjorda genomgången av balansanalysen har redovisningen följt den traditionella tidningsgrupperingen med uppdelning på första- och

andratidningar. Skälet är dels att denna uppdelning ligger till grund för de nuvarande produktionsbidragen, dels att jämförelserna bakåt endast kan göras på detta sätt.

I balansanalysen har dock också gjorts en gruppering efter hushållstäckning (antalet sålda exemplar per 100 hushåll inom utgivningskommunen). Detta har skett för att det skall bli möjligt att stämma av den analys som gjorts i föregående kapitel mot den ekonomiska situationen, sådan den beskrivs i tidningsföretagens bokslutshandlingar för år 1973. Endast landsortstidningar som utkommer med minst två nummer/vecka finns med i denna redovisning.

70 flerdagarstidningar – konkurrenstidningar och ensamtidningar – ingår i sammanställningen (tabell 9.5). Av dessa har 53 en täckning på 50 % eller däröver. Dessa 53 tidningars upplagor uppgår till 85 % av de 70 tidningarnas samlade upplagor. De 17 tidningarna med lägre hushållstäckning än 50 % svarar alltså för 15 % av den totala upplagan.

Sammanställningen visar att det finns ett direkt samband mellan hushållstäckning och ekonomisk situation. Klarast åskådliggörs detta med hjälp av uppgifterna om vinst resp. förlust.

Tabell 9.5 Landsortstidningars rörelseresultat vid olika täckningstal år 1973.

Hushållstäckning i utgivningskommunen (%)	Antal företag	Vinst/förlust före avskrivningar, avsättningar och skatter i % av omsättningen
80 –	23	+ 7,1
70 – 79	15	+ 7,1
60 – 69	9	+ 8,5
50 – 59	6	– 0,7
40 – 49	3	– 7,0
20 – 39	5	– 12,6
10 – 19	9	– 17,3
	70	+ 2,7

Först vid täckningstal över 60 % har tidningsföretagen genomgående en tillfredsställande förräntning. Mellan 50 och 60 % är läget mera varierande. Vissa företag redovisar överskott och vissa underskott. I denna grupp finns exempelvis Gotlands Allehanda och Gotlands Tidningar som båda uppburit produktionsbidrag (Gotlands Allehanda reducerat bidrag). Det finns också företag med tillfälliga problem som drar ner gruppens genomsnitt. Det är viktigt att tillägga att läget blivit annorlunda om storstadstidningarna hade kunnat medräknas. Då hade både Dagens Nyheter och Sydsvenska Dagbladet kommit i denna grupp, tidningar som knappast torde vara förlustbringande. Bilden kompliceras också av att koncerntidningar ingår i gruppen. Vid successivt lägre täckningstal blir resultatsiffrorna i motsvarande grad sämre.

Beträffande de tre tidningarna i täckningsintervallet 40–49 % bör noteras att två av dessa är tidningar med låg upplaga – under 10 000 exemplar. Det tredje företaget står i koncernförhållande till annat, större tidningsföretag och är därför svåranalyserat.

Situationen avspeglas också i de vederlagsfria tillskottens storlek. Dessa utgör knappt 1 % av omsättningen (inkl. tillskott) för tidningar med en täckning på 50 % och däröver. För tidningar med lägre täckning än 50 % är motsvarande andel närmare 18 %.

Även för övriga variabler i analysen är bilden klar – bättre hushållstäckning ger bättre ekonomisk ställning. Drygt 97 % av beloppen inom grupperna reservtillgångar, investeringsfonder och pensionsavsättningar återfinns hos företag med tidningar som täcker lägst 50 % av hushållen.

För fådagarstidningarna är bilden likartad den för flerdagarstidningar. Dessa siffror blir dock mindre relevanta för utredningen då endagstidningarna inte kunnat medtagas. Härigenom redovisas enbart fyra fådagarstidningar med lägre täckning än 60 %. Förlusten för dessa är så stor som 18,3 % av omsättningen. Det bör dock noteras att tre av dessa står i koncernförhållande till annat, större tidningsföretag, vilket gör att boksluten är svåranalyserade.

Huvudintryck av bokslutsanalysen

Bokslutsanalysen visar att situationen är i stort sett oförändrad i förhållande till 1963 och 1967. Förstatidningarnas situation är relativt tillfredsställande medan andratidningarna fortfarande dras med stora svårigheter.

Vid jämförelse med tidningarnas hushållstäckning framgår att flerdagarstidningar med täckningstal under 50 % generellt sett går med förlust. I täckningsintervallet 40–49 % gäller detta åtminstone tidningar med liten upplaga.

9.3.2 *Presstödets betydelse*

Bokslutsanalysen visar att de olika presstödjande åtgärderna inte på något påtagligt sätt förbättrat andratidningarnas situation i förhållande till utgångsläget. En reservation behöver dock göras.

Mellan 1963 och 1967 skedde en försämring av andratidningarnas ställning. De direkta presstödjande åtgärderna började inte sättas in förrän 1969, produktionsbidragen först 1971. Mellan 1967 och 1971 kan situationen ytterligare ha förvärrats. Det är mycket tänkbart att så varit fallet, men att därefter en förbättring ägt rum mellan 1971 och 1973. En sådan tänkbar förbättring, på grund av produktionsbidragen, skulle dock inte kunna avläsas i analysen även om den ägt rum. I ett par avseenden kan en viss upphämtning mellan 1967 och 1973 spåras trots den korta tid åtminstone produktionsbidragen existerat. Det är därför inte orimligt att anta att en viss sanering av andratidningarnas ekonomi skett sedan produktionsbidragens införande även om rörelseresultaten fortfarande är mycket otillfredsställande.

Samdistributionsrabatten har under alla förhållanden haft en fördelaktig inverkan på andratidningarnas (och sannolikt hela branschens) ekonomi. Generellt för branschen fick man en lägre ökningstakt för distributionskostnaderna under de år rabatten infördes än före och efter

denna period. Störst betydelse för andratidningarna har dock likaprisprincipen haft. Deras distributionskostnader har ökat långsammare än förstatidningarnas. Skillnaden i ökningstakt är dock inte så stor som skulle kunna förväntas. (Se SOU 1974:102, kap. 7).

Pressens lånefond har gjort det möjligt för flera tidningar att genomföra en teknisk förnyelse som annars knappast kunde ha kommit till stånd. Andratidningarna dominerar klart bland låntagarna. I bokslutsanalysen har andratidningarnas soliditet uppmärksammats. Företag med en sådan soliditetssituation som andratidningarna i gemen uppvisar kan inte erhålla lån på den allmänna kreditmarknaden till normala marknadsmässiga villkor. Det finns emellertid, som tidigare påpekats, en viss risk för att lånemöjligheterna i lånefonden medverkat till att i tiden förskjuta tänkbara fall av samverkan mellan tidningar som, om den kommit till stånd, verkat i kostnadssänkande riktning.

Produktionsbidragen har varit av avgörande betydelse för andratidningarna. Tidigare har sagts att någon påtaglig förbättring av dessa tidningars ekonomi sedan 1967 inte kan utläsas ur bokslutsanalysen. Det är i det sammanhanget viktigt att konstatera att det anmärkningsvärda med den svenska pressens utveckling, sett i ett internationellt perspektiv, är att så många andratidningar ännu finns kvar på marknaden. Det finns fortfarande en viss valfrihet för läsarna även om denna är begränsad till ett mindre antal orter. Produktionsbidragen har varit en förutsättning för ett antal andratidningars fortsatta existens.

Produktionsbidragens betydelse kan illustreras genom att deras andel av tidningarnas totalintäkter anges.

Uppgifterna om intäkter avser här nettointäkter, dvs. att tidningarnas kostnader för provisioner t. ex. till pressbyrån för lösnummerförsäljning och till reklambyråer för annonsförmedling har avräknats från bruttointäkterna. Intäkter från cilviltryck o. dyl har inte medräknats då tidningsföretagens verksamhet vid sidan av den egentliga tidningsrörelsen generellt sett är av mycket liten omfattning.

Redovisningen avser 26 flerdagarstidningar som erhöll fullt produktionsbidrag år 1971.

Tabell 9.6 Rörelse- och totalintäkter för flerdagarstidningar med produktionsbidrag.

Intäktsslag	År och intäkter i mkr och %					
	Årsmedeltal för 1968–1970		1971		1972	
	Mkr	%	Mkr	%	Mkr	%
Upplageintäkter	85	35	91	34	102	33
Annonsintäkter	146	60	136	51	141	46
Tidningsrörelseintäkter	231	95	227	85	243	79
Produktionsbidrag	–	–	28	10	54	17
Övriga kontantbidrag	14	5	13	5	12	4
Totalintäkter	245	100	268	100	309	100

Källa: SOU 1974:102

Tabell 9.6 visar att produktionsbidragen inneburit en väsentlig inkomstförstärkning för tidningsgruppen. Bidragens betydelse har också ökat. En jämförelse mellan 1974 års siffror och medelvärdena för åren 1968–1970 visar att produktionsbidragen svarat för 80 % av ökningen av totalintäkterna. Bidragens andel av totalintäkterna kan för år 1974 beräknas till ca 20 %. Det är intressant att notera att övriga kontantbidrag (oftast bidrag från partier och andra organisationer) ligger kvar på samma nivå av totalintäkterna, eller 4–5 %.

En uppdelning av tidningarna efter upplaga visar att bidragens andel av totalintäkterna är mindre för tidningar med upplagor över 25 000 exemplar än för tidningar med mindre upplagor. Detta är en väntad bild med tanke på konstruktionen med maximerade bidrag.

För fådagarstidningarna spelar produktionsbidragen en ännu något större roll. Under perioden 1971–1973 kan bidragens andel av totalintäkterna uppskattas till ca 20 %. För 1974 (då bidragen höjdes) beräknas andelen ha ökat till ca 25 %. Denna andel varierar kraftigt mellan olika tidningar eftersom bidraget är fast medan totalintäkterna skiftar i hög grad. Vissa större förortstidningar drar ner medelvärdena. Undantas extremvärdena blir bilden något annorlunda. För det stora antalet fådagarstidningar torde bidragens andel av totalintäkterna numera ligga runt 30–35 %.

Sammanfattningsvis kan konstateras att de olika presstödjande åtgärderna för många andratidningar varit en nödvändig förutsättning för oförändrad utgivning. Åtgärderna har dock inte förändrat den ekonomiska bilden jämfört med åren 1963 och 1967. För vissa fådagarstidningar har produktionsbidragen möjliggjort väsentliga standardhöjningar vilket lett till påtagliga upplageframgångar.

9.3.3 *Speciella tidningsgrupper*

Andratidningar i storstäderna

Fyra storstadstidningar betraktas som andratidningar: Dagen och Svenska Dagbladet i Stockholm samt Arbetet och Skånska Dagbladet i Malmö. Denna grupp mottar en mycket stor del av de samlade produktionsbidragen. År 1971 var andelen drygt 30 % (drygt 40 %, om man lägger till bidraget till Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning som då fortfarande utkom), 1973 34,5 % (42,7 med GHT) och 1974 39 %. Trots detta har tidningarna, huvudsakligen Arbetet och Svenska Dagbladet, behov av betydande tillskott utöver produktionsbidragen. Enligt bokslutsanalysen erhöll Arbetet år 1973 8 milj.kr. i produktionsbidrag och 5,2 milj.kr. från annat håll och Svenska Dagbladet (bokslut per den 30/6 1974) 11,5 milj.kr. i produktionsbidrag[1] och 11,7 milj.kr. från intressenter.

I Presstödet och tidningskonkurrensen visas också att Arbetet och Svenska Dagbladet har låga produktionsbidrag räknat per årsexemplar om man jämför med regiontidningarna i landsorten. För 1974 var det genomsnittliga produktionsbidraget per årsexemplar för flerdagarstidningar ca 160 kr. Motsvarande belopp samma år var för Arbetet 125 kr.

[1] Det höga beloppet för Svenska Dagbladets produktionsbidrag förklaras dels av att det inbegriper stödet (0,8 milj.kr) till de förortstidningar som ägs av Huvudstadspress AB (dotterbolag till Svenska Dagbladet AB), dels (förmodligen) av att man redovisar halva bidraget för år 1973 (4 milj.kr.) och halva för år 1974 (6,75 milj.kr.) på detta verksamhetsår.

och för Svenska Dagbladet 88 kr. Förklaringen till detta är maximeringen av produktionsbidragen. Dessa s. k. tak drabbar Arbetet och Svenska Dagbladet hårdare än någon annan tidning. Om taken inte funnits skulle Arbetet för 1974 ha erhållit ett produktionsbidrag av 31,0 milj.kr. och Svenska Dagbladet av 39,7 milj.kr.

Samtidigt har storstädernas andratidningar speciella problem. De konkurrerar med tidningar med stora resurser (Dagens Nyheter och Sydsvenska Dagbladet samt tidigare Handelstidningen med Göteborgs-Posten). Det krävs av storstadstidningarna att de skall ha en mycket bred redaktionell bevakning, som inte kan begränsas till regionalt och lokalt stoff. Dessutom är storstadsregioner just genom sin storlek generellt sett mera krävande att bevaka än andra regioner.

Dagen och Svenska Dagbladet (speciellt Dagen, som är en komplementtidning och egentligen inte konkurrerar med de övriga Stockholmstidningar) har rikspridning i en utsträckning som är unikt bland abonnerade dagstidningar. Ett sådant spridningsmönster är dyrbart för tidningarna. Även Skånska Dagbladet har en spridningsstruktur som ur företagsekonomisk synvinkel är mycket ofördelaktig. Tidningen har visserligen ingen större rikspridning men har mycket låg täckning på utgivningsorten Malmö och huvuddelen av upplagan spridd över Skåneregionen.

En speciell omständighet gör att Arbetet, Svenska Dagbladet och Skånska Dagbladet får höga kostnader. De tre tidningarna är var och en det ledande pressorganet bland morgontidningarna för ett politiskt parti. Detta gör att tidningarna (och andra) ställer upp höga krav på redaktionell bevakning över vida fält. Även denna faktor (liksom konkurrensen med de resursstarka förstatidningarna) gör alltså att tidningarna inte kan uppträda som renodlade regiontidningar utan måste ha information, kommentarer och granskning på riks- och utrikesområdena. Det påverkar också (som redan konstaterats beträffande Svenska Dagbladet) spridningen. Arbetets Göteborgs-edition är exempelvis en satsning som är svår att motivera med företagsekonomiska skäl.

Storstädernas andratidningar är den tidningsgrupp som i dag har de största ekonomiska svårigheterna. Det visas framför allt av att närstående intressenter 1973 fick svara för 39 % av gruppens totala stödbehov (61 % utgörs av produktionsbidrag). Motsvarande siffra för landsortstidningarna stannade vid 17 %.

Tidningar med liten upplaga

I kapitel 8 betonas starkt att en tidnings hushållstäckning är avgörande för dess marknadsläge. Ovan har visats att den också är avgörande för ekonomin. Man kan dock inte bortse från upplagans storlek i ekonomiska sammanhang. I avsnitt 8.4 påpekas också att först när en fådagarstidning har en upplaga på minst 5 000 exemplar och en flerdagarstidning på minst 10 000 exemplar har tidningarna någorlunda tillfredsställande intäkter från upplagemarknaden. Ett annat sätt att uttrycka detta är att

låg upplaga innebär att en tidning blir mera beroende av annonsintäkterna.

Detta kan illustreras med material från de två tidigare pressutredningarna. I tabell 9.7 visas intäkterna i tidningsrörelsen i procent av totala intäkter av tidningsrörelsen. Där framgår klart att annonsintäkterna spelar större roll ju lägre upplaga en tidning har.

Tabell 9.7 Intäkter i tidningsrörelsen i procent av totala intäkter av tidningsrörelsen.

Upplaga[a]	Antal företag		Annons-intäkter		Upplage-intäkter		Övriga intäkter	
	1963	1967	1963	1967	1963	1967	1963	1967
– 4 999	12	8	71,1	67,1	28,2	25,5	0,7	7,4
5 000– 9 999	18	10	66,9	69,3	31,6	27,7	1,5	3,0
10 000–14 999	21	21	65,1	65,8	33,5	32,9	1,4	1,3
15 000–19 999	15	18	60,0	61,7	38,6	36,6	1,4	1,7
20 000–29 999	15	12	59,9	59,0	37,6	40,1	2,5	0,9
30 000–49 999	20	23	62,4	60,4	35,4	37,3	2,2	2,3
50 000–99 999	4	4	59,4	60,1	37,4	38,0	3,2	1,9
100 000–	6	7	52,5	50,7	43,4	46,0	4,1	3,3
Samtl. företag	111	103	56,6	55,2	40,1	42,1	3,3	2,7

[a] Avser sammanlagda upplagan av huvudtidning och avläggare utan hänsyn till utgivningsfrekvens.
Källa: SOU 1968:48 (dess tabell 4.2).

Nedanstående tabell är ett annat sätt att visa samma sak.

Tabell 9.8 Andratidningarnas bruttoresultat och totala intäkter av tidningsrörelsen i öre per ex. 1963 och 1967.

Totala intäkter resp. bruttoresultat	Upplaga			
	10 000–14 999 ex.		15 000–19 999 ex.	
	1963	1967	1963	1967
Totala intäkter av tidningsrörelsen i öre per ex.	76,5	104,7	64,9	98,8
Bruttoresultat från tidningsrörelsen i % av totala intäkter från tidningsrörelsen	– 7,7	– 7,3	– 5,0	– 4,7

Källa: SOU 1968:48

I det lägre upplageintervallet är intäkterna per ex. större än för tidningar i det högre intervallet. Detta är framför allt ett uttryck för större annonsintäkter per ex. Trots detta är bruttoresultaten i tidningsrörelsen sämre.

Fådagarstidningar

Fådagarstidningarna kan indelas i tre grupper: rikssprida tidningar, regiontidningar samt lokal- och förortstidningar. Gruppernas ekonomiska

förutsättningar är helt olika.

De *rikssprida* tidningarna har på kostnadssidan två väsentliga nackdelar: distribution och redaktionell bevakning blir båda dyrare om man arbetar på riksplanet än om man koncentrerar sig till ett begränsat geografiskt område. När det gäller intäkterna är det uppenbart att rikstidningarna sällan kommer ifråga för kommersiell annonsering; intäkterna från upplaga och icke-kommersiella annonser blir helt avgörande.

Regiontidningarna har inte samma problem på kostnadssidan även om den generellt glesa spridningen är en klar nackdel från distributionssynpunkt. Tidningarna inom denna grupp har oftast så dålig täckning att inte heller de får någon kommersiell annonsering. Både riks- och regiontidningarna får dock del av den statliga annonseringen och regiontidningarna dessutom i många fall av den kommunala.

För *lokal- och förortstidningarna* är läget annorlunda. De arbetar inom begränsade områden och får därför lägre kostnader för distribution och på den redaktionella sidan. Även vid relativt små upplagor har de oftast så god hushållstäckning att de drar till sig ganska omfattande kommersiell annonsering. Två förortstidningar i Stockholms-regionen lyckades 1974 så väl med detta att annonsandelen kom att överstiga den redaktionella delen av spaltutrymmet varigenom tidningarna inte längre var berättigade till produktionsbidrag. Den ena tidningen hade då detta inträffade inte högre täckning än 34 %.

Förklaringen till att man kan ha så god annonstillströmning vid förhållandevis låga täckningstal är att man arbetar enbart på den lokala marknaden. Ofta är dessa tidningar det enda realistiska reklammediet för många lokala annonsörer. En detaljhandlare i någon av Stockholms förorter annonserar normalt inte i Dagens Nyheter även om den har dubbelt så hög täckning som förortstidningen. Då får han nämligen betala för att få denna annons spridd i hela Stockholmsregionen, vilket normalt sett är helt ointressant. (Här bortses från möjligheten att annonsera i någon av DN:s förortsbilagor.) I stället väljs alltså förortstidningen.

9.4 Utvecklingstendenser och utvecklingsmöjligheter

Pressutredningen har i sitt arbete inte kunnat avvakta tidningsföretagens bokslut för år 1974. Bokslutsanalysen har i stället fått göras på 1973 års bokslut. För att kontrollera att huvudtendensen i analysen inte förändrats under 1974 har dock utredningen låtit genomföra en begränsad undersökning av kostnads- och intäktsutvecklingen under detta år. Resultaten av denna undersökning presenteras först i detta avsnitt. Därefter beskrivs kortfattat vissa huvuddrag i branschens kostnads- och intäktsutveckling. Ett delavsnitt belyser också tidningarnas möjligheter att själva påverka denna utveckling.

I avsnittets avslutande del berörs marknadsutvecklingen på litet längre sikt.

9.4.1 *Utvecklingen under 1974*

Analysen för 1974 omfattar 27 företag, varav 14 med förstatidningar och 13 med andratidningar, alla från landsorten. Storstadstidningarna är en alltför liten grupp för att medge en begränsad bearbetning i form av urvalsförfarande. Samtliga andratidningar uppbar produktionsbidrag. Av förstatidningarna hade en reducerat produktionsbidrag och en koncernbidrag.

Försäljningsvolymerna

De sammanlagda *upplagorna* för landsortspressen ökade under 1974 (första halvåret jämfört med samma period 1973) med endast något över en procent.

Annonsvolymerna ökade under året med 5 %, varav för förstatidningarna med 5,5 % och för andratidningarna med 3 %.

Prispolitiken

Abonnemangspriserna i dagspressen höjdes från januari 1973 till januari 1974 med 8 %. Av de undersökta företagen höjde förstatidningarna med 9 % och andratidningarna med 6 %.

Genomsnittligt höjde landsortstidningarna sina abonnemangspriser med 16 % och storstadstidningarna med 25 % från januari 1974 till januari 1975.

Annonspriserna höjdes från januari 1973 till januari 1974 med 10 % i landsortspressen och med 3–4 % i storstadspressen. Ytterligare höjningar företogs emellertid senare under året.

Mellan januari 1974 och januari 1975 har annonspriserna i genomsnitt höjts med 15 %.

Intäktsutvecklingen

Intäkterna *av upplaga* steg under 1974 med 12 %.

Annonsintäkterna steg under 1974 hos dagstidningarna mer än vad som förutsågs vid årets början. Volymökningarna och prishöjningarna gav en ökning av annonsintäkterna hos landsortspressen med 16 %. De i analysen ingående förstatidningarna ökade med 18 % och andratidningarna med 15 %. Skillnaden sammanhänger med förstatidningarnas större volymökning.

Totalintäkterna av tidningsrörelsen steg med 15 % under 1974. För förstatidningarna blev ökningen 16 % och för andratidningarna 13–14 %. I dessa beräkningar ingår inga vederlagsfria tillskott, utan enbart tidningarnas egna försäljningsintäkter. Dessa värden antyder svårigheter för andratidningarna att höja sina intäkter i samma takt som förstatidningarna.

Kostnadsutvecklingen

Kostnaderna för *löner inklusive sociala avgifter* steg under 1974 för berörda företag i genomsnitt med 19 % och *distributionskostnaderna* steg med nära 18 %. Hänsyn har inte kunnat tas till ökad eller minskad personal eller förändringar i distribuerade upplagor.

Kostnaderna för *tidningspapperet* steg med ett högre tal. Under 1974 kostade papperet ca 41 % mer än under 1973, men i februari 1974 minskades papperets ytvikt, så att det blev ca 6 % mera yta på samma vikt. Detta innebar att pappersprishöjningen i realiteten blev ca 36 %. De i analysen ingående företag, som redovisat papperskostnaden, har noterat en merkostnad för papper på 35,5 %. De samstämmiga procenttalen visar att den ökade annonsvolymen inte i någon större utsträckning torde ha lett till ökat sidantal hos tidningarna, utan att textutrymmet minskat ungefär lika mycket som annonsutrymmet ökat.

Medan intäkterna under 1974 steg med ca 15 % hos de analyserade företagen så steg *totalkostnaderna* för samma företag med ca 18 %. Kostnaderna steg sålunda mer än intäkterna. Dessa värden visar att det ekonomiska utfallet för tidningarna försvagats något under 1974. Bilden är dock ingalunda entydig och analysen är begränsad till en fjärdedel av samtliga företag.

Det ekonomiska utfallet

Skillnaden mellan rörelsebetingade intäkter och rörelsebetingade kostnader ger en *bruttovinst* före avskrivningar. Detta saldo visar hos de 14 förstatidningarna att sagda vinst, ställd i relation till omsättningen, minskat med ett par procentenheter.

Hos alla de 13 andratidningarna är kostnaderna större än de egna intäkterna och här blir skillnaden ett förlustsaldo, före avskrivningar, som ökat från 20 % 1973 till 23 % 1974. Detta visar att 80 respektive 77 % av direktkostnaderna kunde täckas av företagens egna försäljningsintäkter. I några fall täcker de egna intäkterna endast 60–65 % av kostnaderna.

Sammanfattningsvis kan konstateras att utvecklingen under 1974 inte förändrar den bild som bokslutsanalysen ger.

9.4.2 *Kostnads- och intäktsutveckling över en flerårsperiod*

Ett omfattande ekonomiskt analysmaterial har insamlats under 1972 års pressutrednings arbete. Detta material redovisas i första hand i Presstödet och tidningskonkurrensen och i bilaga 3 till detta betänkande. Detta material visar – liksom de analyser som genomfördes av 1963 och 1967 års utredningar – entydigt att dagspressen inte är en *bransch* som i sin helhet är krisdrabbad. Vissa *grupper* av tidningar inom branschen har stora svårigheter medan andra har ett i stort sett tillfredsställande läge. Av detta skäl är genomnittsdata beträffande branschens kostnads- och intäktsutveckling mindre relevanta för utredningens arbete. Utredningen

har därför inte genomfört en enkät till samtliga tidningsföretag av den typ de två tidigare pressutredningarna gjort.

Pressutredningen har således inte funnit behov av att presentera en så detaljerad bild av branschens ekonomiska utveckling som skett tidigare. Några omständigheter gör emellertid att utredningen inte helt kan gå förbi denna fråga.

Som visats tidigare har de ekonomiskt svaga tidningarna svårare än andra att kompensera kostnadsökningar med hjälp av ökade intäkter av tidningsrörelsen. En snabb kostnadsutveckling orsakar alltså inte bara problem allmänt inom branschen utan leder lätt till presspolitiskt oönskade konsekvenser genom att lågtäckningstidningarna drabbas särskilt hårt.

I avsnitt 8.1 berörde utredningen den presspolitiska betydelsen av olika inriktningar av tidningarnas prispolitik. Frågan behandlas även i nästa avsnitt (9.4.3). Eventuella förändringar i tidningarnas intäktsstruktur är av presspolitiskt intresse.

Kostnader

Utan att genomföra en enkät finns det begränsade möjligheter att beskriva kostnadsutvecklingen. Vissa uppgifter kan dock erhållas. Här behandlas två tunga poster på tidningarnas utgiftssida, nämligen löne- och papperskostnader.

Uppgifter om utvecklingen av *lönekostnaderna* har erhållits från Tidningarnas Arbetsgivareförening (TA). Med utvecklingen av lönekostnader avses här effekten av avtal om löner och andra ersättningar (även sociala avgifter är inkluderade). Siffrorna visar således inte tidningarnas faktiska utgifter för löner och sociala avgifter. Dessa påverkas ju också av produktivitetsförändringar, förändringar i antal anställda osv. I tabell 9.9 jämförs lönekostnadsutvecklingen inom dagspressen med arbetskostnadsindex för industriarbetare (som är framräknat på likartat sätt).

Tabell 9.9 Utvecklingen av lönekostnader inom dagspressen och för industriarbetare åren 1967–1974. (Index 1967 = 100).

Index	År							
	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Lönekostnader inom dagspressen	100	109	121	132	145	163	182	214
Arbetskostnadsindex för industriarbetare	100	108	117	135	150	167	187	223

Denna jämförelse visar att det i och för sig varit en snabb kostnadsutveckling inom branschen men att utvecklingstakten på intet sätt är unik. För dagspressen gäller dock att lönekostnaderna i stor utsträckning gäller verksamheter som är svåra att rationalisera. Exempelvis kan man knappast minska antalet anställda journalister på en tidning utan att tidningens innehåll påverkas. Samma typ av problem finns på distribu-

tionssidan. Detta innebär att om inte läsarna skall drabbas av försämrad service måste de ökade kostnaderna i hög grad komma att slå igenom i form av högre priser på upplaga och annonser.

Papperspriserna visar en mycket oregelbunden utveckling. Under 1950-talets första hälft inträffade kraftiga prishöjningar. Från årsskiftet 1950/51 till årsskiftet 1955/56 höjdes priserna med mer än 100 %. Därefter låg priserna i stort sett stilla fram till årsskiftet 1970/71. Då inleddes en ny period av prisstegringar som kulminerade under 1974/75. Mellan december 1973 och maj 1975 höjdes tonpriset från 762:50 till 1 355 kr. Dock skall påpekas att det förstnämnda priset avsåg papper med ytvikten 52 g/m^2 och det senare papper med ytvikten 48,8 g/m^2. Om det senare priset omräknas till att gälla papper med ytvikten 52 g/m^2 erhålles 1 270 kr/ton. För att motverka kostnadsökningar för energi och för att möta väntad brist på fiberråvara sänkte man ytvikten i mars 1974 från 52 g/m^2 till 48,8 g/m^2. En fortsatt sänkning till i första hand 45 g/m^2 kan antas ske.

En indexberäkning med priset per ton år 1950 som bas ger den serie som visas i tabell 9.10. Konsumentprisindex har inlagts som jämförelse.

Tabell 9.10 Papperspriset utveckling åren 1950–1975. (Index 1950 = 100)

Index	År					
	1950	1955	1960	1965	1970	1975 (maj)
Papperspris (utgången av varje år)	100	198	204	212	218	406
Konsumentprisindex (årsmedeltal)	100	132	157	188	234	339

Det är lätt att förstå att papperspriserna utveckling under 1970-talet varit en besvärande faktor för tidningsföretagen.

Intäkter

Tidigare har konstaterats att det av flera skäl är angeläget att dagspressens beroende av annonsintäkter minskar. En sådan utveckling har också kunnat avläsas i de tidigare pressutredningarnas ekonomiska analyser. Mellan 1963 och 1967 skedde en minskning av annonsintäkternas andel av totala intäkterna i tidningsrörelsen från 56,6 % till 55,2 %. Tendensen finns också klarlagd för perioden 1968–1972 i Presstödet och tidningskonkurrensen. Efter 1972 tycks emellertid annonsintäkternas betydelse ha ökat, främst beroende på att annonsvolymen ökat snabbare än upplagan under de senaste åren. Tabell 9.11, som avser landsortspressen, bygger på material från statens pris- och kartellnämnd (beträffande priserna), TU (beträffande annonsvolymerna) och TS (beträffande upplagorna). Upplagepriserna avser abonnemang. Annonspriserna avser priset per millimeter annonsutrymme.

Tabell 9.11 Pris- och volymutveckling av annonser och upplaga för landsortspressen åren 1969–1974. (Index 1969 = 100)

Index	År					
	1969	1970	1971	1972	1973	1974
Upplaga						
Pris	100	102	109	124	134	144
Volym	100	101	102	102	103	105
Värde	100	103	111	127	139	151
Annonser						
Pris	100	106	113	126	133	145
Volym	100	101	93	98	105	111
Värde	100	107	105	123	140	161

Anm.: Indexserien för värde har erhållits genom att index för pris multiplicerats med index för volym.

Tar man med storstädernas morgontidningar blir bilden något annorlunda. Indextalen för denna grupp år 1974 var i fråga om upplaga 140 (pris), 103 (volym) respektive 142 (värde) och i fråga om annonser 134 (pris), 94 (volym) och 131 (värde).

Tendensen för båda tidningsgrupperna har dock under de senaste åren varit densamma – priserna på annonser och abonnemang har höjts i ungefär samma takt men volymutvecklingen har varit bättre i fråga om annonser. Detta sammanhänger naturligtivs med att annonsvolymen är mera konjunkturkänslig än upplagevolymen. Den djupa konjunkturnedgången 1971–1972 ledde till en minskning av annonsvolymen mellan åren 1970 och 1971 på ca 8 %. Det är naturligt att man fått en positiv utveckling av annonsvolymen från dessa år till högkonjunkturåret 1974. Den utveckling mot högre annonsberoende som ägt rum under 1970-talets första hälft behöver således inte vara ett uttryck för en omsvängning i den mera långsiktiga trenden. Däremot visar dessa resultat att den tidigare spårade tendensen mot lägre annonsberoende inte är starkare än att kortsiktiga svängningar av det slag som här beskrivits tar överhand över denna tendens.

Önskar man på det sätt som här gjorts räkna fram ett "värdeindex" måste annonspriserna räknas som millimeterpriser. Ett annat vanligt sätt att ange annonspriser är att beräkna de s. k. millemillimeterpriserna, dvs. priset per millimeter annonsutrymme dividerat med upplagan i tusental exemplar.

I en studie gjord av TS för TU:s räkning jämförs millemillimeterprisernas utveckling med den för abonnemangspriserna. För perioden 1971–1975 ökade storstadspressens abonnemangspriser med i genomsnitt 49,5 % medan millemillimeterpriserna ökade med 38,6 %. Motsvarande siffror för landsortspressen var 45,4 % respektive 41,8 %. Förklaringen till att denna bild avviker från den som visas i tabell 9.11 är att upplageökningar under perioden rent matematiskt verkar dämpande på annonsprisutvecklingen eftersom annonspriset divideras med upplagan. En jämförelse för perioden 1959–1971 visade att för storstadstidningarnas del ökade i samtliga fall abonnemangspriserna mer än millemillimeter-

priserna. Inom landsortspressen ökade abonnemangspriserna mer än millemillimeterpriserna i 30 av 35 fall.

Sammanfattningsvis kan konstateras att annonsintäkternas betydelse tenderat att öka under de tre, fyra senaste åren genom att annonsvolymen ökat snabbare än upplagevolymen. Detta understryker ytterligare vikten av att branschen inriktar sig mot en prisfilosofi av det slag TU förordat.

9.4.3 *Tidningarnas möjligheter att påverka kostnads- och intäktsutvecklingen*

Kostnader

Tidningsföretagens möjligheter att påverka sina kostnader kan behandlas under tre punkter: rationalisering, samverkan och förändringar i utgivningen.

Rationalisering och samverkan är i det här sammanhanget egentligen bara två olika sätt att uppnå samma sak: ökad produktivitet. Med rationalisering avses i denna framställning enbart produktivitetshöjningar inom ramen för existerande teknik (driftrationalisering) eller genom teknikbyte. Samverkan är en fråga om produktivitetsökningar genom utnyttjande av eventuella stordriftsfördelar.

Tidningarnas möjligheter till *rationaliseringar* har behandlats i grafiska kommitténs betänkande Grafisk industri i omvandling (SOU 1974:34). Kommitténs undersökningar visar att det finns stort utrymme för driftrationaliseringar, alltså produktivitetshöjningar utan teknikbyte. Tvärsnittsdata visar nämligen att effektiviteten varierar starkt mellan olika anläggningar. För 10–20 % av anläggningarna är resursåtgången mindre än två tredjedelar av den genomsnittliga resursåtgången för alla anläggningar. Detta kan tolkas som ett tillgängligt utrymme för driftrationaliseringar på i genomsnitt ca 30 % av resursåtgången.

Tidningsbranschen är sedan slutet av 1960-talet inne i en period av teknikbyte. Den enkät som grafiska kommittén bygger sitt material på avser förhållandena år 1970. Det innebär att vid jämförelser mellan "gammal" och "ny" teknik[1] så gäller att gruppen som tillämpar ny teknik är förhållandevis liten och den nya tekniken har tillämpats under kort tid. Detta är med stor sannolikhet förklaringen till att kommittén funnit att den nyare tekniken (f. a. fotosättning jämfört med blysättning) har stora *potentiella* fördelar men att endast en ringa del av de möjliga effektivitetsvinsterna utnyttjas. Utrymmet för driftrationaliseringar ökar alltså vid övergång till ny teknik.

Betydelsefulla är här de överenskommelser som träffats mellan arbetsgivarnas och de anställdas organisationer om regler vid införandet av ny teknik. I dessa överenskommelsers allmänna riktlinjer anges bl. a.

"Det är angeläget att anställd grafisk personal – i förekommande fall efter omskolning – bereds fortsatt sysselsättning i de nya eller näraliggande arbetsuppgifterna och att anställnings- och löneförmåner ej försämras.

[1] Med ny teknik avses fotosättning och offsetteknik vid tryckningen.

Parterna är därför ense om att, då hittillsvarande arbetsuppgifter bortfaller eller förändras, erforderlig utbildning och omskolning skall ges berörd personal då individuella förutsättningar därför föreligger. Sådan utbildning och omskolning skall planeras så att den kan äga rum i takt med att ny teknik introduceras och den skall som regel förläggas till ordinarie arbetstid. Även nyrekrytering till de nya arbetsuppgifterna skall ske under hänsynstagande till möjligheten av att omplacera personal som är anställd i befattningar som bortfaller eller förändras."

Lokala överenskommelser har träffats vid vissa tidningar i samband med teknikbyte, varvid parterna enats om att ingen anställd skall avskedas p. g. a. teknikbytet.

Detta innebär annorlunda uttryckt att avtal slutits om att företagen på kort sikt inte skall ta fram de potentiella effektivitetsvinsterna. Pressutredningen är dock av den uppfattningen att möjligheterna till produktivitetsvinster genom teknikbyte på längre sikt är betydande. Framför allt gäller detta inom leden före tryckning, dvs. textsättning och bildreproduktion. Speciellt har textsättningen enligt traditionell teknik svarat för en betydande del av de totala produktionskostnaderna. Än större produktivitetsvinster kan göras om den nya textbehandlingsteknikens möjligheter till integration med tidigare liggande led (redaktion och annonsavdelning) kan utnyttjas.

En förutsättning för att *samverkan* skall vara fördelaktig är att det finns vissa stordriftsfördelar. På distributionssidan har man kunnat konstatera att så var fallet. Samverkan innebär dock ett uppgivande av konkurrensfördelar för den större av konkurrerande tidningar. Som visas i kapitel 10 hade samdistributionen inte kommit till stånd, åtminstone inte på så fördelaktiga villkor för de svagare tidningarna, utan den stimulans som den statliga distributionsrabatten utgjort.

Grafiska kommittén diskuterar existensen av stordriftsfördelar inom produktionen. Man finner där att sådana finns inom delprocesserna repro och tryckning men inte inom sättning. Kommittén har dock bara studerat olika företagsstorlekar, vilket innebär att en stor arbetsplats är en stor tidning, inte flera mindre samverkande tidningar. Stora tidningar håller normalt medvetet en högre beredskap vilket då kommer att visa sig som lägre effektivitet i den större anläggningen.

Vid samverkan tillkommer vissa komplikationer som kan minska ev. stordriftsfördelar. Det gäller framför allt problemen med tidpunkter för manusstopp för olika i samverkan deltagande tidningar. Pressutredningen har i sitt arbete utfört beräkningar av vinsterna av teknisk samverkan med en helt annan metodik än den grafiska kommittén använt. Utredningens ansats omfattar kalkyler av konkreta, tänkbara fall av samverkan. Ett sådant redovisas i rapporten Tidningar i samverkan (dess kap. 3). Materialet visar att betydande kostnadsbesparingar, främst genom minskat arbetskraftsbehov och förbättrat kapitalutnyttjande, står att vinna genom samverkan mellan tidningar i den tekniska framställningen.

Samverkansfrågorna behandlas mera ingående i kommande kapitel.

Förändringar i utgivningen är här närmast av två slag: formatförändringar och förändrad utgivningsfrekvens (periodicitet). Dessa behandlas i Presstödet och tidningskonkurrensen (avsnitt 8.1). Enligt framställningen

där ger även måttliga *formatminskningar* direkta besparingar i papper och följdbesparingar i redaktionella kostnader och distribution. Hinder för andratidningarna är dels att produktionsbidraget är kopplat till pappersförbrukningen, dels att de förlorar i konkurrensstyrka om förstatidningarna inte genomför samma förändring. De totala besparingarna från formatnedskärning beräknas ligga på 5–10 % av de totala redaktionella kostnaderna för en landsortstidning av genomsnittlig storlek.

Kostnadsminskningar genom *minskad periodicitet* är en effektiv rationaliseringsårgärd. Framför allt gäller detta steget från 6-dagarsutgivning till 5-dagarsutgivning. Enligt en preliminär bedömning i forskningsrapporten kan i bästa fall uppemot 15 % av de totala kostnaderna falla bort genom en sådan åtgärd.

Svenska Tidningsutgivareföreningen har i skrivelse till utredningen framfört att möjligheterna till kostnadsbesparingar vid övergång till färre utgivningsdagar är beroende av dels vilken veckodag som blir tidningsfri (måndagar ger största kostnadsminskningen), dels tidningens redaktionella ambitionsnivå. TU gör bedömningen att de totala kostnadsminskningarna inte kan bli så stora som 15 % utan snarare torde ligga mellan 5 och 10 %.

Mot lägre periodicitet talar, förutom allmänna informationssynpunkter, dels att även detta tycks strida mot tidningarnas ambitioner, dels att en andratidning inte kan genomföra åtgärden om inte förstatidningen gör detsamma.

Intäkter

En tidnings intäkter påverkas av tre faktorer: upplagestorlek, annonsvolym och priserna på de båda marknaderna.

I kapitel 8 och i Presstödet och tidningskonkurrensen (dess kap. 5 och 6) behandlas ingående olika tidningskategoriers handlingsalternativ på *upplage- och annonsmarknaderna.* Slutsatsen är att konkurrenstidningar med låg täckning har mycket svårt att uppnå förbättringar på någondera marknaden. Vissa större högtäckningstidningar kan utöka sitt spridningsområde genom att gå in på mindre eller medelstora ensamtidningars marknader. Den senare kategorin har, liksom konkurrenstidningarna med låg täckning, svårt att nå volymförbättringar.

När det gäller *prispolitiken* har ensamtidningar av uppenbara skäl stora möjligheter att bestämma sin egen linje. I konkurrenssituationer är det högtäckningstidningen som är prisledare. Vid kostnadsökningar som behöver kompenseras med intäktsökningar är det högtäckningstidningen som avgör i vilken utsträckning upplage- och/eller annonspriser skall höjas. Högtäckningstidningen har här ett val. Lågtäckningstidningens val består enbart i att man kan följa efter högtäckningstidningen (vilket är det normala, särskilt i fråga om upplagepriserna) eller att göra mindre höjningar än högtäckningstidningen (eller helt avstå från höjning). Det senare är, med tanken på lågtäckningstidningarnas ekonomiska situation, oftast inget realistiskt alternativ. För högtäckningstidningen är det ur konkurrenssynpunkt ofta fördelaktigt att lägga större delen av höjningar-

na på annonspriserna. Annonsörerna kan normalt inte undvika att annonsera i högtäckningstidningen. Lågtäckningstidningen är angelägen att få den större delen av höjningarna på upplagesidan. Den är nämligen inte lika oumbärlig för annonsörerna vilket innebär att dess annonsvolym tenderar att minska under perioder av kraftiga annonsprisstegringar. En högtäckningstidning kan, genom att välja en för de konkurrerande tidningarna ofördelaktig prispolitik, skapa stora svårigheter för dessa. Den av TU förordade inriktningen mot ett minskat beroende av annonsintäkter är ur presspolitisk synvinkel även i detta avseende att föredra.

9.4.4 *Långsiktiga utvecklingstendenser*

Pressutredningen skall analysera dagstidningarnas framtida situation mot bakgrund av en allmän bedömning av utvecklingen inom olika massmedier. Detta görs i kapitel 12. I detta avsnitt för utredningen en diskussion om vissa faktorer, främst på annonsmarknaden, som kan påverka utvecklingen.

Upplagemarknaden

Som framgått i kapitel 2 har de abonnerade flerdagarstidningarna i dag en samlad upplaga som innebär att de täcker samtliga hushåll (1,02 ex/hushåll). Även om dubbelläsningen inom vissa områden är relativt omfattande och hushållstäckningen inom andra områden således väsentligt lägre än 100 % så kan man knappast förvänta någon större upplageexpansion för de traditionella dagstidningarna.

Kvällspressens samlade upplaga motsvarade 1974 en täckning av 41 % av hushållen. Här tycks finnas utrymme för en fortsatt expansion utan att det behöver påverka konsumtionen av övriga dagspress.

De största utvecklingsmöjligheterna på upplagemarknaden verkar emellertid fådagarstidningarna ha. Dessa fungerar i likhet med kvällspressen, som komplement till övriga dagstidningar. Deras totala upplaga var 1974 inte större än att de fanns i blott vart sjunde hushåll. Många fådagarstidningar har också haft stora upplageframgångar sedan produktionsbidragen införts och tidningarna förbättrat den redaktionella standarden.

Annonsmarknaden

I kapitel 8 har marknadssituationen för olika tidningstyper analyserats. Analyserna visar, att en tidnings täckningstal klart uttrycker tidningens marknadsläge och utvecklingsmöjligheter. I valsituationer utnyttjar annonsörerna i första hand tidningar med de högsta täckningstalen. Lågtäckningstidningarna har därför ett besvärligt utgångsläge i konkurrensen på annonsmarknaden; dessa skall med olika argument söka övertyga annonsörerna om värdet att mera utnyttja de tidningar som de enligt traditionella kriterier lättast kan undvara, nämligen lågtäckningstidningarna.

Det ekonomiska utfallet av tidningsverksamheten har i detta kapitel bl. a. analyserats utifrån tidningarnas täckningstal. Resultaten av analysen visar, att det finns ett starkt samband mellan täckningstal och tidningsekonomi. Förlusttidningar återfinns nästan utan undantag bland lågtäckningstidningarna.

I kapitel 8 har lågtäckningstidningarnas möjligheter att stärka sin ställning på annonsmarknaden belysts. Framställningen visar, att de generellt sett har mycket begränsade möjligheter att radikalt förändra sin situation.

Analysen tidigare har utgått från nuvarande storlek på annonsmarknaden. Här skall lågtäckningstidningarnas läge vid en förändrad annonsmarknadsstorlek närmare studeras. Denna begränsning av analysen till lågtäckningstidningarna är främst motiverad av presspolitiska skäl. Den är dock även företagsekonomiskt välgrundad, eftersom lågtäckningstidningarna inte konkurrensmässigt kan agera utan att ta hänsyn till högtäckningstidningarnas bedömningar och beslut. Lågtäckningstidningarna kan ju t. ex. inte kompensera volymbortfall med prishöjningar utan att högtäckningstidningarna väljer samma linje.

De bedömningar som gjorts i pressutredningens referensgrupp Massmediernas marknad innebär att reklamvolymtillväxten under 70-talet inte kommer att vara lika snabb som den var under 60-talet. Referensgruppen har också ansett att denna tendens kommer att bli bestående.

Till de viktigaste återhållande faktorerna har i diskussionerna förts ändrade villkor för bruk av reklam som konkurrensmedel genom olika beslut från statsmakternas sida. Det torde emellertid vara förhastat att anse att samtliga dessa beslut skulle leda till dämpning av reklamvolymen. I många fall är huvudsyftet att förbättra reklamens informationshalt. I några fall är dock syftet direkt volymbegränsande, såsom i frågorna om ett reklamförbud för tobak och alkoholhaltiga drycker, förhandling om volymbegränsningar med reklamintensiva branscher eller reglering av vissa typer av annonsering, såsom veckoslutsannonsering. De nämnda områdena för volymbegränsningar har ett annonsvärde på 100–150 milj.kr. totalt, vilket torde vara ca 15 % av hela annonsmarknaden.

Även om motivet för att införa dessa reklambegränsande beslut är överordnat pressens intresse av annonsintäkter, kan något nämnas om effekterna av sådana åtgärder för lågtäckningstidningarna.

Ett reklamförbud för tobak och spritdrycker skulle i begränsad omfattning drabba lågtäckningstidningarna, eftersom reklam för sådana produkter förekommer i högtäckningstidningarna – främst storstadstidningarna inom denna grupp – vidare i kvällstidningarna samt veckopressen. Volymbegränsningar inom reklamintensiva branscher får effekter på märkesvaruannoseringens omfattning. Eftersom andelen sådan annonsering är störst i storstadspressen – ca 50 % av annonsintäkterna – kommer denna att drabbas i första hand. Märkesvaruannonsering i landsortspressen uppgår till ca 40 % av annonsintäkterna. Här är risken stor att annonseringen ytterligare koncentreras till högtäckningstidningarna. Samma generella effekt är att vänta av en reglering av veckoslutsannonseringen med den skillnaden att landsortspressen i detta fall drabbas mer än

storstadspressen. De lokala affärsannonserna – till vilka veckoslutsannonseringen hör – uppgår till ca 45 % av landsortspressens och ca 30 % av storstadspressens annonsintäkter.

Med undantag för ett reklamförbud för tobak och alkoholhaltiga drycker, vars reklamvolym i första hand återfinns i högtäckningstidningar och andra medier än dagspressen, kan således statliga beslut att söka begränsa reklamvolymen i första hand tänkas drabba lågtäckningstidningarna. Förhållandena leder därmed inte till några principiella förändringar av den marknadsbild som presenterats i kapitel 8 och detta kapitel.

Om sådana volymbegränsande beslut kommer att tas av statsmakterna, vilket är oklart för närvarande, kommer annonseringens andel av den totala reklammarknaden att minska. Annonseringen torde svara för en proportionellt sett större andel av dessa reklamsektorer än andra reklammedier. Även om andra förhållanden kan medverka till en krympande annonsmarknad, bedöms riskerna för ytterligare minskningar som små.

I kapitel 12 redovisas en analys av den framtida massmediemarknaden. Huvudresultatet av den analysen är att dagspressen på upplagemarknaden inte behöver befara någon starkare konkurrens från nya medier. Dagspressen kan med olika medel försvara sin ställning. Pressutredningen utgår från att nya kanaler på massmedieområdet inte kommer att öppnas för reklam. Så kommer t. ex. reklamsändningar i televisionen inte att bli möjliga. Eftersom konkurrensbilden för dagspressen således inte kommer att förändras genom att nya reklamkanaler tillkommer gäller det för dagspressen främst att fortsätta att hävda sig mot redan existerande medier.

Under 1960-talet har huvudsakligen två större förändringar inträffat i de olika mediegruppernas andelar av den kommersiella reklamen; dels har trycksaksreklamens andel ökat något medan pressreklamens minskat något, dels har märkesvarureklamen minskat i populärpressen och storstädernas morgontidningar medan den ökat i landsortspressen och kvällspressen. Enligt uppgifter publicerade av reklamutredningen (SOU 1972:7, s. 77 och SOU 1973:10, s. 109). återfanns 1962 ca 30 % av märkesvarureklamen i pressmedier i populärpressen. Tio år senare hade denna andel minskat till ca 20 %. För landsortspressen ökade andelen under samma period från 25 % till 35 %. Den abonnerade dagspressen som grupp synes inte ha påverkats negativt av dessa förändringar.

De lokala annonsbladen är en av dagstidningarna omdiskuterad företeelse på annonsmarknaden. Pressutredningen har av riksskatteverket fått en redogörelse för annonsbladens antal och omsättning. Enligt redogörelsen uppgick antalet skattepliktiga lokala annonsblad till 104 år 1973 och 109 år 1974. Den gemensamma årsomsättningen ökade från 18,2 milj.kr. 1973 till 22,7 milj.kr. 1974. Detta innebär en ökning med 24,6 %, vilket kan jämföras med 22,0 % för dagspressen enligt verkets statistik. Den genomsnittliga årsomsättningen för de båda åren var således 175 000 kr. resp. 208 000 kr.

De lokala annonsbladen är koncentrerade till vissa regioner i riket. Tidningsföretagens inställning till lokala annonsblad varierar givetvis med

annonsbladens geografiska mönster. I vissa län torde annonsbladen ha en omsättning som motsvarar 10–15 % av den lokala dagspressannonseringen i regionen. I sådana fall anses utvecklingen oroande, speciellt om annonsbladens verksamhet koncentrerats till en eller ett par kommuner. Även i de fall dagstidningarna inte förlorar nämnvärd annonsvolym, så förlorar de dock enligt egen bedömning annonsinformation med högt läsvärde, eftersom annonsbladen ofta innehåller annonser med speciella erbjudanden från detaljhandeln.

Den allmänna bakgrunden till framväxten av annonsbladen är de stigande priserna på annonsutrymme. Köpmännen välkomnar lågprisalternativ. Den speciella bakgrunden är att det på ett antal orter inte finns någon tidning, som ensam täcker ortens handelsområde tillfredsställande. Det kan i stället vara tre eller fyra tidningar som har en tredjedel eller fjärdedel var av marknaden och då ställer det sig dyrt att använda alla eller två eller tre av dem för att nå ut på marknaden. I ett sådant läge startas annonsblad med total hushållstäckning till ett lågt pris.

Svenska Tidningsutgivareföreningens styrelse har uttalat att föreningens medlemsföretag inte bör ge ut annonsblad som konkurrensmedel gentemot andra reguljära tidningar. Medlemsföretag som ser sig nödsakade att ge ut annonsblad i syfte att möta konkurrens från utom branschen stående annonsblad bör, enligt uttalandet, eftersträva att utgivningen sker i samverkan med övriga medlemsföretag inom spridningsområdet. Vissa tidningsföretag trycker dock eller ger ut annonsblad och andra har planer på att ge sig in på marknaden. Det förekommer också, att tidningsföretag konkurrerar ut annonsbladen genom lågprissättning på annonser från orten i fråga, genom utgivning av edition eller genom egna totaldistributioner på orten. Branschens uppträdande på detta område förklarar troligen varför vi i Sverige, till skillnad från vad fallet är t. ex. i Danmark, inte fått någon sådan utveckling av annonsbladen att dessa hittills allvarligt kunnat skada dagspressen i dess helhet.

När det gäller dagspressens möjligheter att försvara sin ställning på reklammarknaden i fri konkurrens med andra medier, finns det ingen anledning att bedöma dessa annat än i huvudsak positivt. Av diskussionerna i referensgruppen har framgått, att dagspressen genom en effektivare marknadsföring av annonseringen som reklamkanal bättre än hittills kan hävda sig i konkurrensen. Det finns i detta avseende ingen anledning till oro för dagspressen. En outnyttjad möjlighet finns dessutom i ett ökat samarbete inom annonsförsäljningen. Sådana samarbetsmöjligheter behandlas i följande kapitel.

9.5 Sammanfattning

I detta kapitel har en bild givits av tidningarnas ekonomi. Den situation som tidigare beskrivits av två pressutredningar har på det hela taget inte förändrats. Följer man den traditionella gruppindelningen så visar utredningens undersökningar att förstatidningarna har ett tillfredsställande läge och att de oftast kan kompensera kostnadsökningar med

intäktsökningar. Andratidningarna har däremot fortfarande stora ekonomiska svårigheter. En jämförelse mellan tidningarnas hushållstäckning och eknomiska utfall bekräftar analysen i kapitel 8; tidningar med hög täckning har generellt sett god ekonomi och tidningar med låg täckning dålig ekonomi. Den kritiska gränsen synes ligga vid en täckning på ca 50 %.

Vidare har konstaterats att storstädernas andratidningar har en särskilt problematisk situation med bl. a. höga krav på redaktionell bevakning och ekonomiskt betungande spridningsförhållanden. Särskilt är rikksspridning dyrbart.

Tidningar med liten upplaga är mera beroende av annonsintäkter än tidningar med större upplagor.

För fådagarstidningarna gäller att riks- och regionspridda tidningar har svårt att arbeta vidare med enbart egna medel. I synnerhet annonsintäkterna är mycket små. Lokal- och förortstidningar har däremot, genom att de arbetar på en geografiskt begränsad marknad, goda förutsättningar att konkurrera med större flerdagarstidningar på annonsmarknaden. Många av dessa tidningar kan uppnå god ekonomi vid lägre täckningstal än vad som är fallet för flerdagarstidningar.

Presstödet har haft stor betydelse för branschens utveckling och då särskilt för andratidningarna. I själva verket har presstödet för en stor grupp tidningar varit en förutsättning för fortsatt utgivning. Stödet har också på det hela taget riktats till den grupp som varit i behov därav.

Vissa förändringar i reglerna för pressens lånefond kan vara nödvändiga för att få till stånd angelägen samverkan mellan tidningar.

När det gäller produktionsbidragen har dessa som ovan sagts i stort sett gått till de tidningar som är i behov av stöd. Hushållstäckningen i utgivningskommunen är dock en bättre mätare på en tidnings ekonomi än vad dess konkurrensposition är, varför en anknytning i reglerna för produktionsbidragen till tidningarnas täckningstal bör göras.

De varierande lönsamhetstalen för framför allt flerdagarstidningar med en täckning på 50–60 % antyder att vissa tidningar, som i och för sig har hög täckning, kan ha för liten marknad, vara trängd av större konkurrenter eller ha tillfälliga svårigheter som knappast kan fångas in inom ramen för ett system med selektiva bidrag som utgår enligt automatiskt verkande regler.

I kapitel 8 och i detta kapitel visas att f. a. lågtäckningstidningar, men i någon mån även upplagemässigt små eller medelstora högtäckningstidningar, har svårigheter att påverka intäkternas storlek. Stora högtäckningstidningar har här ett helt annat läge. De är prisledare och kan välja prispolitik. De har också vissa möjligheter att vidga sina spridningsområden.

Kostnaderna kan påverkas genom olika åtgärder. Utrymmet för driftrationalisering är stort. Pressutredningen menar också att långsiktiga effektivitetsvinster kan göras genom teknikbyte. Även samverkan på produktionsområdet kan leda till förbättrad produktivitet. Utgivningen kan förändras i olika avseenden. Formatnedskärningar och lägre periodicitet är åtgärder som ger avsevärda kostnadsminskningar. Återhållande

faktorer är här bl. a. att de tidningar som är i störst behov av kostnadsminskningar inte kan genomföra åtgärderna om inte konkurrenterna också gör det. Åtgärderna strider också ofta mot tidningarnas ambitioner.

I ett längre perspektiv ser pressutredningen utvecklingsmöjligheter på upplagemarknaden för främst fådagarstidningarna men även för kvällspressen. Utredningen bedömer dagspressens möjligheter att bibehålla sin dominerande ställning på reklammarknaden som goda. Eventuella förändringar – t. ex. statliga åtgärder för att minska den kommersiella reklamens omfattning – påverkar inte den bild av tidningarnas marknad och ekonomi som presenterats i kapitel 8 och detta kapitel.

10 Samverkan inom dagspressen

Pressutredningen skall särskilt beakta möjligheter till samverkan inom dagspressen. Samverkan skall ses som ett medel att begränsa branschens kostnader men också att vidmakthålla och förstärka en redaktionell mångfald inom pressen. Samverkan har således ett dubbelt syfte, dels uppnå kostnadsbesparingar, dels förverkliga de presspolitiska målen.

Det nuvarande statliga presstödet syftar till att främja ett *redaktionellt* sett, differentierat utbud av dagstidningar. Den traditionella produkten på tidningsmarknaden kan sägas vara en kombinerad produkt, som består av *en redaktionell del* och *en annonsdel*. Det selektiva produktionsbidraget utgår till tidningsföretag, som i konkurrens med andra tidningsföretag bjuder ut en sådan kombinerad produkt på marknaden men som har sämre konkurrensförutsättningar än andra tidningsföretag. Följden blir därför, att en total konkurrens – inte bara en redaktionell konkurrens – stimuleras.

Eftersom produktionsbidraget är inriktat på totalkonkurrens, kan det leda till att det förbrukas på att vidmakthålla konkurrens inom områden, där sådan inte behöver stimuleras av presspolitiska skäl. Det ligger därför i statsmakternas intresse att framdeles söka stimulera samverkan inom sådana områden och på sådant sätt, att den redaktionella konkurrensen ökar i betydelse.

I detta kapitel skall möjligheterna till samarbete inom dagspressen analyseras. I utredningens förslagskapitel diskuteras de principiella och praktiska förutsättningarna för statsmakterna att stimulera till ökat samarbete.

Kapitlet inleds med ett avsnitt om det nuvarande samarbetet inom branschen. Först behandlas sådant samarbete som initierats av branschen, därefter samarbete på statligt initiativ. Sedan följer ett avsnitt om möjligheterna till utökat samarbete för att uppnå företagsekonomiska och presspolitiska vinster.

Möjligheterna till utökat samarbete har tagits upp i pressutredningens tidigare rapporter. I ett avsnitt i rapporten "Presstödet och tidningskonkurrensen" (SOU 1974:102) behandlas branschsamarbete i olika former tillsammans med en rad andra möjligheter till kostnadsminskningar. Rapporten "Tidningar i samverkan" (SOU 1975:11) är en beskrivning av ett antal existerande och tänkbara samverkansformer inom dagstidningsbranschen. I detta kapitel vidareutvecklas beskrivningen och analysen.

10.1 Nuvarande samarbete inom dagspressen

Inför en diskussion av statsmakternas principiella och praktiska förutsättningar att stimulera till samverkan, är det av värde att beskriva och analysera det nuvarande samarbetet inom dagspressen med beaktande av varifrån initiativet kommit. Först om man finner, att samarbetet utvecklas för långsamt, sker på olika villkor för parterna eller har svårt att alls komma igång, är det nödvändigt att överväga statliga stimulansåtgärder.

I detta avsnitt beskrivs samarbete inom dagspressen, som initierats av branschen respektive statsmakterna. Avsnittet om branschinitierat samarbete är indelat i två underavsnitt. Det första behandlar generell branschsamverkan, det andra selektiv branschsamverkan.

10.1.1 *Samarbete med branschinitiativ*

Inom tidningsbranschen finns sedan länge en frivillig samverkan, som omfattar dels dagspressen för sig, dels dagspressen och veckopressen. Samarbetet gäller främst näringspolitiska frågor men omfattar även andra områden. Viss samverkan avser dagspressen som helhet, en *generell* branschsamverkan; viss samverkan följer geografiska eller politiska indelningsgrunder, en *selektiv* (eller partiell) samverkan.

Generell branschsamverkan

Generell branschsamverkan förekommer inom de flesta funktioner av tidningsverksamheten, såsom inköp, administration, produktion, försäljning och distribution. Inom flera områden har samarbetet pågått under många år och är väletablerat.

Tidningarna *köper tidningspapper* gemensamt sedan ett 50-tal år. Detta samarbete medför att stora som små tidningsföretag får samma priser per ton och samma service. Det enhetliga papperspriset är till stor fördel för de mindre tidningarna. Förhandlingar med postverket om *taxorna för tidningsdistribution* sker gemensamt inte bara för samtliga dagstidningar utan också för veckopress samt fack- och konsumentpress. I förhandlingarna fastställs de avgifter som gäller för utnyttjande av postverkets distributionstjänster.

Inom pressen finns också sedan 50 år ett väl utvecklat samarbete inom *distribution och försäljning av lösnummer*. Genom det pressägda företaget Svenska Pressbyrån distribueras lösnummer av dags- och veckotidningar samt tidskrifter till 16 000 pressbyråkiosker och andra säljställen över hela riket.

Tidningarnas Telegrambyrå (TT), som började sin verksamhet på 1920-talet byggde vidare på en verksamhet, som startats redan i slutet av 1800-talet av Svenska Telegrambyrån. TT, som ägs av pressen, har huvudredaktionen i Stockholm och fyra redaktioner i övriga landet. Drygt 100-talet tidningsföretag abonnerar på TT:s allmänna nyhetstjänst. TT säljer också en rad specialtjänster. TT har i sin tur ett väl utvecklat samarbete med en rad utländska nyhetsbyråer.

Under 1920-talet började dagstidningarna också att samarbeta inom *annonsförmedlingen*. Samarbetet gällde försäljningen av annonsutrymme till riksannonsörer. Säljorganisationen bestod av ett begränsat antal annonsbyråer vilka ursprungligen tog initiativet till samarbetet. Senare vidgades annonsbyråernas verksamhet till att även avse de lokala marknaderna. I början av 1970-talet utökades detta samarbete genom att annonsörerna blev avtalspart jämte pressen och annonsbyråerna.

Under senare år har branschen startat en rad företag och projekt samt bildat nämnder för samarbete inom olika funktioner, såsom administration, utbildning och forskning.

Tidningarnas Utvecklingsaktiebolag (TUA) bildades år 1970 och ägs gemensamt av Svenska Tidningsutgivareföreningen, Tidningarnas Arbetsgivareförening och A-pressens samorganisation. Företaget har bl. a. utvecklat rutiner för avlöning och redovisning samt vidareutvecklat A-pressens annonsrutiner för hela branschen. TUA utreder förutsättningarna för en integrerad abonnemangs- och distributionsrutin samt för en mera ändamålsenlig branschstatistik.

Inom det produktionstekniska området finns flera samarbetsnämnder. Inom Sverige finns *Tidningarnas Tekniska Nämnd* (TTN) med *Nordisk Avisteknisk Samarbetsnämnd* (NATS) som nordisk motsvarighet. Det finns också en gemensam nordisk utvecklingsfond, *Tidningarnas Utvecklings- och Forskningsfond* (TUFF). Den nordiska samarbetsnämnden, NATS, har nära samarbete med forskningsinstitutioner även utanför Norden.

För samarbete inom *utbildningen* har tidningarna en särskild nämnd – Tidningarnas Utbildningsnämnd (TUN) och för forskningsfrågor en speciell kommitté för *masskommunikationsforskning* (MASSK). Som en åtgärd som kan medverka till att bevara den höga dagspresskonsumtionen i Sverige driver skolöverstyrelsen i samarbete med Svenska Tidningsutgivareföreningen projektet *Tidningen i skolan*. Projektet vill för skolungdomen klargöra tidningens funktioner i samhället och för läraren peka på tidningen som pedagogiskt hjälpmedel.

Gemensamt för de beskrivna samarbetsformerna är att de i betydande grad har initierats av Svenska Tidningsutgivareföreningen. Gemensamt för åtgärderna är också att de avser samverkan på riksplanet och att de därmed är allmänt branschfrämjande. Samarbetet syftar till att stärka tidningarnas ställning gentemot leverantörer, såsom de gemensamma förhandlingarna med pappersbruken och postverket, eller gentemot andra medier, såsom det annonssäljfrämjande annonsbyråavtalet och projektet Tidningen i skolan. Samarbetet skall vidare bidra till rationell hantering av t. ex. lösnummerdistribution, nyhetsförmedling och utbildning samt effektiv bevakning av teknisk utveckling och forskning inom masskommunikationsområdet. Gemensamt för åtgärderna är vidare att de generellt sett gynnar alla tidningar lika. Det hävdas dock ibland, att samarbetet inom annonsförmedlingen och lösnummerdistributionen skulle vara fördelaktigast för de större tidningarna. Invändningarna brukar kategoriskt tillbakavisas. De är inte heller av den styrkan att det TU-initierade sam-

arbetet inte skulle kunna sammanfattningsvis betecknas som allmänt branschfrämjade och värdefullt för samtliga tidningar.

Selektiv branschsamverkan

Inom dagspressen finns samverkan inom olika grupper av tidningar. Syftet är att stärka ena eller andra gruppens ställning inom branschen. Samarbetet torde vara mest utvecklat på den redaktionella sidan. Det finns ett antal *nyhetsbyråer*, varav några har anknytning till politiska partier. Samliga nyhetsbyråer, utom TT, har ett selektivt urval av abonnenter bland tidningarna.

De största nyhetsbyråerna är FLT-press-Telefoto, ett dotterbolag till Förenade Landsortstidningar AB, och Svenska Nyhetsbyrån, en ekonomisk förening med ett 20-tal borgerliga tidningar som medlemmar. Dessa byråer, som betjänar borgerliga eller opolitiska tidningar, har 10–15 fasta medarbetare var.

Tre mindre nyhetsbyråer ägs av politiska och fackliga organisationer. Dessa byråer har 3–4 fasta medarbetare vardera. A-pressens redaktionstjänst ägs genom A-pressen AB av socialdemokratiska partiet och Landsorganisationen. Centerns presstjänst är en del av centerpartiets riksorganisation och den tredje nyhetsbyrån, Folkpress, är knuten till folkpartiet.

Selektivt samarbete inom *annonsförsäljningen* har påbörjats på senare år och ökat snabbt i omfattning. Detta samarbete innebär vanligen att två eller flera icke konkurrerande tidningar samarbetar regionalt för att öka volymen av märkesannonsering och annan riksannonsering i sina tidningar. Det finns för närvarande ett 50-tal samannonseringskombinationer.

Grupperingarna inom annonsförsäljningen har medfört att tidningar med likartad konkurrensposition samarbetar. Högtäckningstidningar samverkar med andra högtäckningstidningar. Lågtäckningstidningar är därmed tvingade till att samverka med andra lågtäckningstidningar. Samarbetet inom annonsförsäljningen leder således till att konkurrensläget för högtäckningstidningarna som grupp ytterligare förbättras i förhållande till lågtäckningstidningarna som grupp. Men medan samarbetet för högtäckningstidningar i första hand är regionalt, finns det ett rikstäckande samarbete mellan lågtäckningstidningar, såsom A-pressen samannons och CE-SAM annons, som står för centertidningarnas samannonseringskombination.

Samverkan inom *redaktion, inköp, administration och teknisk utveckling* förekommer inom olika större eller mindre dagstidningsgrupper. Den antalsmässigt största gruppen är A-pressen AB, som har många uppgifter för a-presstidningarna inom administration, teknik, inköp och försäljning.

I begränsad omfattning förekommer samverkan inom *produktionen*. Även denna samverkan är selektiv, följer ägar- eller politiska linjer och bryter inte konkurrensförhållandet till andra tidningar på orten. De exempel, som finns på produktionssamverkan på samma utgivningsort, gäller samarbete mellan de mindre tidningarna. I ett fall har dock detta samarbete fört upp de samverkande tidningarna i marknadsmässig nivå

med den tidigare dominerande tidningen på orten.

Samverkan mellan lokalt konkurrerande tidningar förekom före 1970 inom *tidningsdistributionen*. Sådant samarbete fanns i Stockholm mellan morgontidningarna och i några landsortsstäder. I de senare fallen var det Svenska Pressbyrån som organiserade samarbetet. Pressbyrån började bygga ut denna verksamhet i slutet av 1960-talet. Men 1970 tog statsmakterna över initiativet och en i det närmaste allmän, riksomfattande samdistribution infördes på några få år.

10.1.2 *Samarbete med statligt initiativ*

I det nuvarande presstödsprogrammet finns två åtgärder som helt eller delvis syftar till att främja samverkan mellan tidningar. Samdistributionsrabatten har enbart detta syfte, medan pressens lånefond endast delvis har utökad samverkan i branschen som ändamål. Här behandlas lånefonden enbart från samverkanssynpunkt.

Pressens lånefond – samverkansdelen

I reglerna för pressens lånefond finns två anvisningar för presstödsnämnden. Vid behandlingen av ansökningar om lån skall lån lämnas till

a) projekt som bedöms vara nödvändiga för att på sikt stärka tidningsföretagets konkurrensförmåga varvid
b) sådana projekt som syftar till kostnadsbesparingar genom samverkan mellan tidningsföretag skall ges företräde.

Presstödsnämnden har emellertid inte erhållit ansökningar om lån för samverkan mer än två gånger. Det ena fallet avser samverkan mellan Gotlands Folkblad och Gotlänningen, det andra Nya Norrland i Sollefteå och Dagbladet i Sundsvall. Crika 6 % av den totala utestående lånesumman på närmare 95 milj.kr. avser därmed samverkansprojekt. Detta utfall kan förklaras av att presstödsnämnden inte har några möjligheter att aktivt främja samverkan mellan tidningsföretag som sökt lån – t.ex. genom att ställa det som villkor för lån – eller att ta egna initiativ till samverkan. I gengäld kan sägas, att de beviljade samverkanslånen avsett en mycket långtgående samverkan. Denna tidningssamverkan presenteras i rapporten Tidningar i samverkan (SOU 1975:11 s. 53–69).

Samdistributionsrabatten

I lösnummerdistributionen finns som nämnts ett väl utvecklat samarbete. För den dagspress som presstödskungörelsen omfattar – f. n. den abonnerade dagspressen – är emellertid lösnummerdistributionen av mindre omfattning. Endast mellan 5 och 10 % av dagstidningarnas totala upplaga distribueras som lösnummer. Den helt övervägande delen av volymen distribueras direkt till konsumenterna.

Fram till början av 1970-talet distribuerade som regel varje tidningsföretag sina tidningar till sina abonnenter med undantag för den volym

som distribuerades av postverket. På en ort med t. ex. tre tidningar fanns således tre parallella utbärningsorganisationer.

Som nämnts förekom samarbete på eget initiativ mellan tidningar i direktdistributionen i begränsad omfattning. I början av 1960-talet omfattade detta samarbete ca 10 % av volymen. Egendistribution var den dominerande distributionsformen.

Det är den största tidningen på en ort som fastställer konkurrensvillkoren och de största tidningarna önskade som regel ha en egen distributionsorganisation. Förutom traditionens makt över beslutsfattandet fanns det två huvudskäl som talade för egen direktdistribution. För det första var kostnaderna trots hög personalintensitet jämförelsevis låga. Det är först på senare år som tidningsbudslönerna ökat mera påtagligt. Det fanns trots löneintensiteten i hanteringen inget tryck mot rationalisering genom samverkan. För det andra var egendistributionen ett effektivt etableringshinder för tidningar från angränsande områden. För att etablera sig på en marknad krävdes ju en egen distributionsorganisation, vilket var en relativt stor investering, som först på längre sikt skulle kunna komma att betala sig.

I detta läge föreslog 1967 års pressutredning, att tidningsdistributionen skulle genomföras i samverkan. Etableringsvallarna i distributionen skulle raseras. De stora tidningarna, som hade de största fördelarna av egendistributionssystemet, skulle förmås överge detta system och acceptera en likaprissättning i ett samdistributionssystem. Samdistributionen skulle organiseras av rikstäckande distributionsföretag, fristående från enskilda tidningsföretag. Distributionen skulle ske på lika villkor. Stimulansåtgärden för att åstadkomma förändringen föreslogs bli en volymrabatt.

Mot förslaget riktades viss kritik, främst av principiellt slag, från Svenska Tidningsutgivareföreningen och borgerliga riksdagsmän. TU framförde redan under utredningsarbetet, att man i stället för statliga stimulansåtgärder ville tillsätta en opartisk nämnd, som aktivt skulle verka för samdistributionsidéns spridning. En sådan nämnd tillsattes också. De kritiska riksdagsmännen ansåg, att staten inte alls borde engagera sig i tidningsbranschen, eftersom pressen då skulle förlora sin politiska frihet. Förslaget om statliga stimulansåtgärder för en riksomfattande samdistribution av abonnerade tidningar bifölls emellertid av vårriksdagen 1969.

Samdistributionssystemet består av följande delar:

a) samdistributionen organiseras av fyra distributionsföretag; två rikstäckande, det postverksägda Tidningstjänst AB och det pressbyrääägda Pressens Samdistribution AB, samt två regionala, Pressens Morgontjänst, som ägs av Stockholms morgontidningar, och Tidningsbärarna, som ägs av åtta av de nio Skånetidningarna;
b) tidningarna förbinder sig att överlåta hela distributionsarbetet till distributionsföretagen på alla de orter där rabatterad samdistribution förekommer;
c) distributionsföretagen förbinder sig att tillämpa likaprissättning i samdistributionen;

d) staten bidrar med en samdistributionsrabatt på för närvarande 3 öre per samdistribuerat tidningsexemplar;
e) rabatt beviljas av statskontoret, som svarar för tillämpningen av kungörelsen av samdistributionsrabatt (SFS 1969:581).

Det statligt stödda samdistributionsprojektet, som startade den 1/1 1970, har blivit framgångsrikt i en rad avseenden. Räknat efter totalupplaga omfattar samdistributionssystemet ca 80 % av dagspressen. Det är egentligen bara en tidning, Göteborgs-Posten, som fortfarande står utanför systemet.

Samdistributionssystemet har nästan helt ersatt tidningarnas egendistribution. Av den totala volymen abonnerade tidningar omfattas nu ca 70 % av rabatterad samdistribution. Ca 20 % distribueras av postverket i ordinarie brevbäringsturer. Återstående 10 % av volymen distribueras av tidningarna själva. För tio år sedan var den senare andelen ca 50 %.

Andra positiva effekter av samdistributionsprojektet är att kostnadsutvecklingen för branschens distribution blivit något långsammare än före 1970. Likaprisprincipen har medfört en mera likartad kostnadsbild för distributionen av konkurrerande tidningar.

Samdistributionsprojektet har emellertid inte enbart haft positiva effekter. Det har heller inte varit möjligt att helt och hållet uppnå det avsedda syftet.

En negativ effekt har varit att postverket, som i mitten av 1960-talet hade ca 1/3 av den abonnerade volymen, förlorat tidningsvolym med ett för postverket ekonomiskt ofördelaktigt resultat. För att i någon mån hejda volymförlusten gjordes därför distribution genom postverkets lantbrevbärarlinjer rabattberättigad.

Ett delsyfte med projektet har inte nåtts. Det fanns en förhoppning om att tidningarna skulle öka sina spridningsområden och gå in på varandras marknader i större utsträckning än tidigare. På så sätt skulle konsumenternas valmöjligheter öka. Kostnaderna för att systematiskt öka spridningen är dock så stora att de inte kan uppvägas av samdistributionsrabatten. Det är framför allt transportkostnaderna till nya områden och ökade redaktionella kostnader för att göra tidningen tilltalande för läsarna i nya områden som verkar hindrande. Det har alltså inte räckt med att samdistributionsprojektet öppnat distributionsapparaten. Tidningsmarknadens uppdelning i ganska väl avgränsade geografiska delmarknader och tidningarnas påtagliga förankring på delmarknader är viktiga strukturella hinder.

I pressutredningens rapport Presstödet och tidningskonkurrensen finns en detaljerad redovisning av effekterna på tidningsdistribution från samdistributionsprojektet (SOU 1974:102 s. 95–120). Redovisningen visar, att det inte är nödvändigt att göra annat än vissa smärre ändringar i den nuvarande kungörelsen om samdistributionsrabatt. Ändringarna rör sig främst om preciseringar. Resultaten från en undersökning som statskontoret låtit utföra angående tillämpningen av bestämmelserna om prissättning vid samdistribution förändrar inte dessa slutsatser. Beträffande rabattens storlek har Svenska Tidningsutgivareföreningen i skrivelse

till finansdepartementet (september 1973) hemställt att rabatten borde höjas till 4 öre per samdistribuerat exemplar.

Det har rått viss oklarhet om innebörden av att tidningarna skall förbinda sig att överlåta "hela distributionsarbetet" och om hur "distributionsområdet", dvs. det område som omfattas av likaprisprincipen, skall fastställas. Vidare har det saknats regler för kostnadsfördelningen, om tidningar med olika utgivningsfrekvens ingår i samma samdistribution. I detta betänkandes förslagsdel tas dessa frågor upp.

I rapporten redovisas vidare, att de mindre tidningarna inte känner sig tillfredsställda med de begränsade möjligheterna till insyn i de avtal som träffas t. ex. vid underleverantörsförhållande mellan distributionsföretag och tidningar.

De två statliga initiativen till utökad samverkan inom dagspressen har således varit olika framgångsrika. Pressens lånefond har i detta sammanhang haft begränsade effekter, medan samdistributionsprojektet varit mycket framgångsrikt.

Ett problem vid alla försök att få konkurrerande företag att samarbeta ligger i initieringen av samarbetet, dvs. att skapa förutsättningar för de första kontakterna och erbjuda en lämplig kontaktmiljö. Skillnaden i framgår mellan de två statliga initiativen torde alltså delvis förklaras av deras olika initieringskraft.

I samdistributionsprojektet svarade två konkurrerande, rikstäckande distributionsföretag – Tidningstjänst och Pressens samdistribution – för initieringen av samarbetet. Distributionsföretagen förde samman även från början samarbetsovilliga tidningsföretag. De tog de första kontakterna och såg till att förhandlingarna ledde fram till samdistribution. För pressens lånefond fanns inget initieringsorgan. Presstödsnämnden fick vänta på ansökningar om samverkan. En kanske viktigare orsak till detta var dock att någon särskild ekonomisk stimulans till samverkan inte förekom.

10.2 Områden för utökad samverkan

Samverkan inom dagspressen har således ökat i omfattning under den senaste tioårsperioden. Utökningen har skett på såväl branschens som statens initiativ. Både branschen och staten är intresserade av en fortsatt utbyggnad av samarbetet mellan tidningsföretagen. För statsmakterna gäller dock att samarbetet bör vara i linje med de presspolitiska målen.

I denna del av kapitlet skall möjligheterna för en utbyggnad av samarbete analyseras. Frågan om initiativtagare till samverkan inom olika områden tas däremot inte upp. Den behandlas i betänkandets förslagsdel.

Den föregående framställningen visar, att det vuxit fram en relativt omfattande samverkan inom de redaktionella och administrativa områdena genom branschorganisationernas försorg. Det finns också planer på utveckling av detta samarbete. I rapporten "Tidningar i samverkan" redovisas t. ex. att nyhetsbyråerna har utbyggnadsplaner. Vidare finns

det samarbete på branschnivå avseende teknisk utveckling, utbildning och masskommunikationsforskning. Även inom inköp av varor (papper, offsetplåtar etc.) och tjänster (postdistribution, annonsförmedling) finns en samverkan. Frågan om utökad samverkan inom dessa områden kommer därför inte att tas upp i den fortsatta framställningen. Här skall i stället intresset inriktas på områden med föga utvecklad samverkan.

Det är framför allt inom två områden som samarbetet är mycket begränsat, nämligen inom *produktion* och *annonsförsäljning*. Detta konstaterande innebär inte att samarbetsmöjligheterna skulle anses uttömda inom de andra delarna av tidningarnas verksamhet.

Inom *distributionen* har branschen själv genomfört ett totalt samarbete inom lösnummerdistributionen. Staten har genom samdistributionsprojektet åstadkommit samma resultat inom distributionen av abonnerade tidningar. Men inom båda distributionsformerna finns trots detta möjligheter till rationalisering genom samverkan.

I lösnummerdistributionen av kvällstidningar samarbetar Aftonbladet och Expressen. Däremot finns inget samarbete mellan dessa tidningar och de två andra kvällstidningarna, GT och Kvällsposten. Tidningsföretagen har rationaliseringsvinster att hämta i ett samarbete. I samdistributionen av abonnerade tidningar kan samarbetet utvecklas inom transportområdet.

Generellt kan sägas, att en branschs intresse för samverkan är beroende på det hot mot branschens ställning som dels kostnadsutvecklingen, dels konkurrensen från näraliggande branscher utgör. Tidningsbranschen påverkas av samma kostnadsutveckling som andra branscher. Några skillnader finns dock på grund av att branschen i vissa fall periodvis gynnats av dämpad kostnadsutveckling. Det gäller t.ex. tidningsdistributionen. Papperspriserna har under senare år ökat snabbare än tidigare. Det är naturligt att tidningsföretagen, i ett läge då de inte kan räkna med samma låga kostnader för vissa produktionsfaktorer, ökar sitt intresse för samverkan.

Dagspressen känner också ett starkt konkurrenshot från andra näraliggande branscher eller medier. På reklammarknaden har annonsbladen periodvis varit ett hot och trycksaksreklamen, speciellt den direktdistribuerade, har tagit en ökad andel av den totala reklamvolymen. Förändringen inom radion och televisionen liksom framväxten av andra medier – vare sig de kommer att bli reklambärare eller ej – uppfattas kunna medföra svårigheter att behålla hög dagpresskonsumtion. Dagspressen har visserligen fördelar gentemot andra medier genom en lägre reklamskatt, men det anses inte vara ett tillräckligt skydd. En odiskutabel fördel för dagspressen är dock att radion och televisionen inte är reklammedier.

Branschens intresse för samarbete kan alltså antas bli allt större, eftersom man bedömt att såväl kostnadsutvecklingen som konkurrensen från andra medier kan komma att bli besvärande.

I den fortsatta analysen av samarbetsmöjligheterna inom produktion och annonsförsäljning ligger huvudintresset vid eventuella hinder för samarbete. Anledningen till detta är att stimulansåtgärder för att åstadkomma samarbete bör ta sikte just på att undanröja hindren.

10.2.1 *Samarbete inom produktionen*

Större delen av rapporten "Tidningar i samverkan" ägnas åt produktionssamverkan. I rapporten presenteras det samarbete som förekommer i Visby mellan Gotlands Folkblad och Gotlänningen samt det samarbete som äger rum i Härnösand mellan Nya Norrland, Sollefteå, och Dagbladet, Sundsvall. Dessutom granskas två fall där samarbete förefaller möjligt men inte kommit till stånd. Ett av fallen avser Norrköping, där den större tidningen, Norrköpings Tidningar, utkommer som morgontidning och den mindre tidningen, Folkbladet Östgöten, som eftermiddagstidning. Produktionstekniskt borde samarbete vara idealiskt, men produktionssamarbete förekommer inte. I rapporten publiceras vidare ett räkneexempel på regional tidningssamverkan för tidningarna i Sörmland. Resultatet av räkneexemplet är att en "tidningsfabrik" i Sörmland är ett företagsekonomiskt lönsamt projekt.

Under 1971 gjorde TU:s kommitté för masskommunikationsforskning en framtidsbedömning med hjälp av panel av tidningsmän ("70-talets tidningsföretag", Aktuellt från TU nr 23). Framtidsstudien genomfördes så att panelen ställdes inför ett antal tänkbara händelser. Deltagarna ombads därvid att ange, när de bedömde att händelserna kunde tänkas inträffa samt om det var önskvärt att händelserna inträffade.

I framtidsstudien ingick en fråga om samproduktion. Händelsen var preciserad på följande sätt: "Produktionstekniskt samarbete genomfört på alla orter som i dag ger ut två eller flera tidningar. Ev. via samägda produktionsbolag."

Enligt resultatredovisningen ansåg samtliga personer i panelen, med ett undantag, att denna förändring var önskvärd. En tredjedel av paneldeltagarna var dock osäkra om förändringen verkligen skulle komma att genomföras. Övriga angav början av 1980-talet som en tidpunkt då samproduktion skulle vara genomförd på alla konkurrensorter.

I branschens olika nämnder har också frågan om samproduktion tagits upp. Nämnderna har t. ex. genom olika publikationer, såsom skriften "Samproduktion", och vid konferenser sökt påverka attityderna i branschen i riktning mot en ökad positiv inställning till samverkan.

Det finns således i branschens utredningar och publikationer liksom i pressutredningens egna undersökningar och rapporter ett väldokumenterat intresse för samverkan inom produktionen. Pressutredningen har dessutom i rapporten "Tidningar i samverkan" presenterat olika modeller för samverkan och räknat på de ekonomiska konsekvenserna av samarbete. Men framtidsstudien och rapporten från pressutredningen pekar på att vissa hinder föreligger.

I sammanfattningen av presentationen av det företagsekonomiskt lönsamma projektet av tidningssamverkan i Sörmland pekas på följande svårigheter:

a) tidningarna måste motiveras för en samverkan,
b) utformningen av samarbetet måste vara tilltalande för alla deltagande tidningar; här avses kostnadsfördelning, regler om manusstopp och sekretessfrågor,

c) möjligheterna till naturlig avveckling av överkapaciteten kan vara begränsade; här avses avyttring av begagnad maskinutrustning och reducering av antalet anställda.

Redovisningen pekar på att rationaliseringsvinsten endast i mycket begränsad utsträckning kan realiseras under de första åren av ett produktionssamarbete.

Likartade svårigheter men också andra problem redovisas vid presentationen av samarbetsmöjligheterna mellan tidningarna i Norrköping. Trots att förutsättningarna för samproduktion är särskilt gynnsamma, eftersom tidningarna i Norrköping har skilda pressläggningstider, kan inte samverkan komma igång.

Kontakter om samproduktion har förekommit mellan tidningarna i Norrköping, första gången under hösten 1971. Samproduktion har också prövats under en kort period vid årsskiftet 1972–73, då Folkbladet Östgöten trycktes av Norrköpings Tidningar. Anledningen till samproduktionen var att Folkbladet Östgöten fått haveri i sitt gjutverk. Det är regel att konkurrerande tidningar hjälper varandra i extraordinära situationer. Men inte ens de positiva, praktiska erfarenheterna av samproduktion förde förhandlingarna i ärendet framåt. Parterna kunde inte enas.

I rapporten "Tidningar i samverkan" redovisas en rad argument från respektive tidning mot samproduktionen. Motargumenten rörde tre huvudfrågor: a) konkurrensfrågan, b) avvecklingsproblemet och c) insynsfrågorna. Motargumenten presenteras och kommenteras i det följande.

Det refereras i rapporten "Tidningar i Samverkan", att Norrköpings Tidningar ansåg, "att en samproduktion med Folkbladet Östgöten skulle innebära att Norrköpings Tidningar avhänder sig det konkurrensmedel som en tekniskt bättre produkt innebär". Argumentet känns igen från diskussionen om samdistribution. Egendistribution ansågs vara ett viktigt konkurrensmedel. Egenproduktion skulle alltså också vara ett viktigt konkurrensmedel. Det är förmodligen helt riktigt att så är fallet, om två konkurrerande tidningar har ungefär lika stor hushållstäckning på en marknad och den ena tidningen byter till offsetteknik, medan den andra fortsätter med högtrycksförfarande.

I Norrköping når Norrköpings Tidningar 80 % av hushållen på morgonen och Folkbladet Östgöten knappt 20 % av hushållen på eftermiddagen. Om Folkbladet Östgöten gick över till samma tryckteknik som Norrköpings Tidningar skulle tidningen kanske öka sin täckning med en eller ett par procent. Den skulle få ett nytt argument att gå ut med till läsare och annonsörer. Men det är knappast troligt att ökningen skulle bli bestående. Analysen av konkurrenssituationen på tidningsmarknaden i kapitel 8 ger belägg för att konkurrensskälet mot samproduktion inte kan ha haft avgörande betydelse.

Avvecklingsproblemen kunde inte lösas. Folkbladet Östgöten hade ett 40-tal anställda för produktionen. Av dessa kunde Norrköpings Tidningar bereda plats för ett mindre antal. Ett 30-tal skulle behöva friställas. Folkbladet Östgöten ville, att tidningarna skulle svara för vardera hälften av friställningsbehovet.

Det rådde stor oenighet om insynsfrågorna. Från Folkbladet Östgöten ställdes krav på delägarskap för tidningen i produktionsanläggningen. Ägandet skulle vara ett sätt att få insyn i produktionsteknik och produktionsekonomi. Norrköpings Tidningar motsatte sig dock varje form av delägarskap för Folkbladet Östgöten. Tidningen hävdade, att det fanns ett formellt hinder på grund av att Norrköpings Tidningar gavs ut av en testamentarisk stiftelse. Tidningen uppgav dock, att hindret i stiftelseurkunden kunde hävas av regeringen efter särskild framställning från tidningen. Men tidningen ansåg, att ett delägarskap för Folkbladet Östgöten skulle vara ett svek mot den egna tidningens läsare.

I debatten om samproduktion har insynsfrågorna kommit i förgrunden. Det har framskymtat, att inte ens ett sådant förslag som Folkbladet Östgöten framfört om delägande skulle vara en tillräcklig garanti för insyn. Förslag har framförts på statligt delägarskap i samproduktionsbolag.

Redan att göra frågan om samproduktion till en fråga om ägarskap medför stora ekonomiska problem. Andratidningen, i det här fallet Folkbladet Östgöten, skulle behöva köpa in sig i den större tidningens produktionsapparat samtidigt som den skulle ha avvecklingskostnader för sina produktionsresurser. Det framförda alternativet, ett statligt delägarskap, medför ett stort statligt ekonomiskt engagemang i branschen med krav på bevakning av teknisk utveckling och nya insatser vid nyinvesteringar. Dessutom har många tidningar starka principiella invändningar mot statligt ägande inom tidningsproduktionen.

I Norrköpingsfallet fanns inte problemet med pressläggningstiderna, vilket framställs som ett stort problem när tidningar som skall samverka har samma utgivningstider. I de fall som redovisas i pressutredningens olika rapporter, kräver den största tidningen som regel att få gå i press sist. Detta kan inte den mindre tidningen acceptera utan föreslår ett gemensamt manusstopp. Detta motförslag kan inte accepteras av den största tidningen. Problemet synes dock inte vara olösligt.

Analysen av de praktiska förutsättningarna för samproduktion visar, att det finns två stora problem: det ena gäller avvecklingen av överkapaciteten och det andra utformningen av reglerna för samarbetet. Det finns också en rad smärre problem, som dock synes vara delvis av emotionellt slag. För att lösa de större problemen på ett för alla samverkansparter tillfredsställande sätt krävs det vissa stimulansåtgärder. Sådana presenteras i betänkandets förslagsdel.

10.2.2 *Samförsäljning av annonser*

Tidigare har redovisats att det finns ett begränsat samarbete inom *annonsproduktionen.* Tidningar med samma utgivningsort kan sätta predikoturer och liknande annonser åt varandra. När samproduktion genomförs eller förs på tal är det självklart att produktionen av alla annonser skall ingå i detta samarbete.

Som också nämnts bedrivs samarbete inom *annonsförmedlingen.* Detta är också en för branschen självklar form av samarbete inom annonsfunktionen.

Samarbete inom annonsförsäljningen har påbörjats på senare år och ökat snabbt i omfattning. Samarbetet avser *regional annonsförsäljning*, dvs. tidningar bildar grupper av annonsorgan. Detta samarbete är som nämnts selektivt. Högtäckningstidningar och lågtäckningstidningar samarbetar var för sig.

Lokal samverkan i annonsförsäljningen mellan samtliga på en ort utkommande tidningar förekommer inte. Det har inte tagits några initiativ i den riktningen varken från enskilda tidningar eller från branschorganisationerna. I den ovan citerade framtidsstudien, genomförd av TU:s kommitté för masskommunikationsforskning, ställdes panelen inför ett 40-tal händelser och utvecklingstendenser. Frågan om lokal samverkan i annonsförsäljningen fanns emellertid inte med bland dessa händelser. Inte ens framtidsforskarna som planlade studien kunde alltså föreställa sig att tidningar inom överskådlig framtid skulle samarbeta på den lokala annonsmarknaden.

Liksom först för egendistribution och sedan för egenproduktion framförs nu konkurrensskäl mot samförsäljning av lokalannonser. Konkurrensen på detta område anses vara lika viktig som den redaktionella konkurrensen. Man kan då fråga sig varför det ändå finns samarbete inom annonsförmedling och regional annonsförsäljning.

Samarbetet inom annonsförmedlingen har främst till syfte att stärka dagspressens ställning gentemot andra medier. Under ett uppbyggnadsskede var annonsbyråerna t. o. m. förbjudna att arbeta med andra medier än dagspress. Dagspressannonsering är fortfarande det dominerande mediet för annonsbyråerna. Samarbetet hade dock även kostnadsmotiv. Det var inte försvarbart för enskilda tidningar att ha egna säljorganisationer för att besöka riksannonsörer.

Syftet med den regionala samförsäljningen av annonser är också att stärka dagspressens ställning gentemot andra mediegrupper, såsom kvällspress och veckopress. Även här talar kostnadsskäl för en samverkan.

När det gäller annonsförsäljningen på den lokala marknaden finns inte samma skäl till samarbete genom ett tryck från kostnadssidan, inte heller i form av hot från andra reklammedier. Annonsbladens utveckling utgör ännu bara ett begränsat hot. Lokalannonsörerna ser fortfarande dagspressannonsering som sitt huvudmedium. Men den starka koncentrationen på annonsörssidan – dagligvaruhandeln kommer inom en snar framtid att bestå av tre stora, rikstäckande block – kommer att ställa ökade krav på dagspressen att erbjuda konkurrenskraftiga alternativ till andra medier på lokalmarknaden. Stora annonsörer har en annan erfarenhet och andra krav än små annonsörer. Det är således inte helt omöjligt att intresset inom branschen för samarbete lokalt inom annonsförsäljningen kan komma att vakna på sikt.

Medan det nuvarande samarbetet inom annonsfunktionen har företags- eller marknadsekonomiska grunder, är det hittills främst av presspolitiska skäl som frågan om samarbete inom annonsförsäljningen på den lokala marknaden har förts fram. En sådan samverkan kan vara ett verksamt medel att nå det presspolitiska målet om en differentierad press. I detta avsnitt skall syftet med och förutsättningar för lokal samförsäljning av

annonser analyseras. Utgångspunkten är gällande konkurrensförhållanden på reklammarknaden.

Syftet med samförsäljning av annonser

Produktionsbidragen har minskat lågtäckningstidningarnas ekonomiska svårigheter. Presstödet har i stort lyckats vidmakthålla den redaktionella konkurrensen på tidningsmarknaden. Det ekonomiska tillskottet har kompenserat för en del – i vissa fall en stor del – av skillnaderna i annonsintäkter mellan konkurrerande tidningar.

Däremot har presstödet inte lyckats kompensera den skillnad i mängd lokal annonsinformation som finns mellan konkurrerande tidningar. Denna lokala annonsinformation spelar en viktig roll för läsarnas tidningsval. Därmed är lågtäckningstidningarna fortfarande underlägsna i totalkonkurrensen, dvs. med avseende på produktkombinationen redaktionellt innehåll och annonsinnehåll.

Det är inte i överensstämmelse med en presspolitik, som syftar till att framhäva den redaktionella konkurrensen, att läsarnas tidningsval till stor del bestäms utifrån mängden lokal annonsinformation. Om konkurrerande tidningar hade i stort sett samma lokala annonsinformation, borde tidningsvalet kunna träffas enbart utifrån tidningarnas redaktionella kvantitet och kvalitet. Det presspolitiska syftet med samförsäljning av annonser är således att låta det redaktionella innehållet komma i förgrunden.

Ofta när frågan om samförsäljning debatteras, läggs tonvikten vid den ekonomiska aspekten, dvs. vid annonsintäkterna. Delvis med stöd av förslag som framförts i den västtyska och den brittiska pressdebatten hävdas, att huvudsyftet med all samförsäljning av annonser skulle vara att dela annonsintäkterna 50/50 mellan tidigare konkurrerande tidningar.

Läget är ett annat i Sverige än i Västtyskland och Storbritannien. Lågtäckningstidningarna erhåller sedan 1971 produktionsbidrag, som i de fall skillnaderna i täckningstal på utgivningsorten inte är för stora kompenserar lågtäckningstidningen för skillnaden i annonsintäkter till högtäckningstidningen. Ett samarbete inom annonsförsäljningen i Sverige har således inte till syfte att omfördela annonsintäkterna mellan de samverkande tidningarna. Syftet är att förse tidningar på samma utgivningsort med likvärdig annonsinformation.

Till skillnad från förhållandet i mycket av det nuvarande samarbetet inom andra områden är rationaliseringssyftet inte särskilt påtagligt vid annonssamarbete. De besparingar som kan uppnås genom en gemensam teknisk produktion av annonser och minskade administrativa kostnader, äts förmodligen helt upp av ökade kostnader för papper och färg vid tryckningen av det ökade gemensamma annonsutrymmet. Visserligen skulle personalreduceringar kunna genomföras i annonskonsulentkårerna, men om de bibehålls kan de samlade resurserna sättas in på hittills otillräckligt bearbetade sektorer.

Det finns en annan viktig skillnad mellan ett samarbete inom annonsförsäljningen och samarbetet inom andra funktioner. Medan samarbetet

inom andra funktioner kan ske utan inskränkningar, måste ett samarbete i annonsförsäljningen ta hänsyn till olika annonsörers önskemål att få en annons införd bara i den ena av två eller flera samverkande tidningar. Detta är ett rimligt undantag i ett annonssamarbete. Erfarenheten från det annonssamarbete, som finns dels mellan två av de tre tidningarna på Gotland, dels i Skien i Norge, pekar på, att det inte rör sig om stora volymer som inte skulle komma att införas i samtliga samverkande tidningar. Dessa två fall presenteras i rapporten Tidningar i samverkan.

Marknadsekonomiska förutsättningar för samförsäljning av annonser

En grundförutsättning för ett annonssamarbete är att två tidningar som nu konkurrerar med varandra ser fördelar i ett sådant samarbete. Det finns små förutsättningar för ett annonssamarbete mellan t. ex. Dagens Nyheter och Dagen eller mellan Göteborgs-Posten och Norra Halland. Förutsättningarna är också mycket begränsade i de fall skillnaderna i täckningstal mellan de konkurrerande tidningarna är mycket stora. Detta gäller speciellt om förstatidningen har en så stor täckning på utgivningsorten att tidningen i det närmaste är en institution. Undantag kan dock finnas, nämligen om den totala annonsmarknaden för de konkurrerande tidningarna är liten eller stagnerande.

Marknadsekonomiska förutsättningar föreligger först, när skillnaderna i täckningstal är måttliga. Ju närmare tidningarna ligger varandra i täckningstal, desto intressantare bör en samförsäljning av annonsutrymme te sig för annonsörerna. Det är då t. o. m. praktiskt för de stora annonsörerna att ha *ett* annonsorgan i handelsområdet. För mindre och medelstora annonsörer har vissa tidningars spridningsområden blivit för stora. Den typ av annonseringsalternativ som sådana annonsörer önskar är inte två relativt lika tidningar utan tidningar som täcker delar av spridningsområdet väl, såsom stadsdelar, förorter etc.

Det kan således inte finnas något principiellt motstånd från annonsörernas sida mot samarbete inom annonseringen mellan två konkurrerande tidningar, i all synnerhet om samarbetet dessutom kan leda till en utveckling av dagstidningsannonseringen som reklammedium. Annonsörerna har ju inte protesterat mot de heltäckande annonsorgan, som uppstått genom nedläggningar av andratidningar. Ur snävt annonsekonomisk synvinkel är det också ointressant om "heltäckningen" uppnås genom nedläggning eller samarbete. Däremot blir det för läsarna en förlust vid nedläggning, men en vinst vid samarbete. För läsarna finns det inga nackdelar med samförsäljning av annonser. För andratidningens läsare finns det enbart fördelar. För förstatidningens läsare kommer det inte att märkas någon större skillnad.

Ett argument från annonsörshåll mot annonssamarbete skulle finnas, om risken för monopolpriser vid annonssamarbete var stor. Men det är den uppenbarligen inte. De tidningar som blivit ensamma på sina marknader synes inte utnyttja sin monopolställning. Dessutom är de stora lokalannonsörerna starka nog att förhindra en sådan utveckling. Det är inte ovanligt, att Konsum/Domus kanske svarar för 10 % eller mer av

tidningens totala annonsvolym. Konsum/Domus liksom de andra detaljhandelsblocken – ICA och Dagab – kan i större omfattning än nu komma att välja andra kanaler för sin varu- och prisinformation än dagspressannonsering, om tidningarna försöker ta ut monopolpriser.

Även om konkurrensen mellan två tidningar är så intensiv att den kan leda till priskrig och därför talar för samarbete och även om läsare och annonsörer inte har några principiella eller praktiska invändningar, kan tidningarna ändå tveka inför ett samarbete. Denna tveksamhet kan bero på en osäkerhet om samarbetet verkligen kan ge lika stora annonsintäkter som tidningarna uppnått dittills. Frågan är mycket central, eftersom tidningarnas intäkter till största delen härrör från annonseringen och en förlust av annonsvolym direkt hotar tidningarnas ekonomi. Tidningarna är också osäkra om upplagemarknaden tål kraftiga prishöjningar.

Ett sätt att bedöma intäktsutsikterna är att jämföra annonsintäkterna för två konkurrerande tidningar med annonsintäkterna för en ensamtidning med samma upplaga som de två tidningarna tillsammans. Sådana jämförelser pekar i ett antal fall på att ensamtidningar har 5–10 % lägre annonsintäkter än två konkurrerande tidningar. Pressutredningens undersökningar i anslutning till rapporten "Presstödet och tidningskonkurrensen" tyder på att förklaringen till denna skillnad är att ensamtidningar inte anser, att de behöver ta ut högre annonspriser samt att de inte är lika aktiva i sin annonsförsäljning som två konkurrerande tidningar.

Vid en bedömning av intäkterna i ett annonssamarbete bör särskilt två förhållanden observeras. För det första: samarbete inom annonsförsäljningen kan i första hand tänkas starta på sådana orter, där annonsörerna redan nu i viss utsträckning använder sig av båda tidningarna som annonsorgan. För det andra: tidningarna kan genom att inte göra några personalreduceringar använda de tidigare konkurrensinriktade säljinsatserna för att utvidga marknaden. Konkurrerande tidningar är vana vid en aktiv, uppsökande annonsförsäljning. De kan vid samarbete bearbeta sådana annonsörer på lokalmarknaden, som tidigare inte besökts på grund av att resurserna inte räckt till. De kan också bearbeta märkesvaruannonsörer och erövra marknad från konkurrerande medier. Den sammanlagda upplagan gör att de inte lika lätt som tidigare kan förbigås vid riksannonsering. Det synes således inte vara något större problem att bibehålla annonsintäkterna på uppnådd gemensam nivå. En statlig stimulansåtgård för att initiera ett annonssamarbete skulle kunna ta sikte på att stödja ett utredningsarbete för tidningar som är intresserade, underlätta en omorganisation av säljarbetet och utgöra en viss garanti mot eventuellt annonsintäktsbortfall. Ett förslag lämnas i kapitel 13.

10.3 Sammanfattning

Samverkan inom dagspressen är angelägen av såväl företagsekonomiska som presspolitiska skäl. Företagsekonomiskt sett är syftet främst att dämpa inverkan av en snabb kostnadsutveckling med hjälp av rationalise-

ring och att stärka dagspressens ställning gentemot andra medier. Presspolitiskt är det främsta syftet att vidmakthålla och förstärka den redaktionella mångfalden inom pressen.

Det finns en relativt lång samverkanstradition inom dagspressen. Inom vissa områden har initiativ till samverkan tagits av företag utanför dagspressen; så startade t. ex. nyhetsförmedlingen och annonsförmedlingen. Många initiativ har dock tagits av branschen själv. I slutet av 1960-talet tog också statsmakterna initiativ till samarbete.

Samverkan finns mer eller mindre väl utvecklad inom alla delar av tidningsverksamheten. Mest utvecklat är samarbetet inom distributionen och det redaktionella området. Inom distributionen har branschen tagit initiativet till samdistribution av lösnummer och staten till samdistribution av abonnerade tidningar. Minst utvecklat är samarbetet inom den lokala annonsförsäljningen.

Inom flera av de områden, där samarbete nu finns, kan detta utvecklas. Det finns också sådana planer avseende nyhetsförmedlingen via byråer, administrativa rutiner, inköp, utbildning och forskning. Tidningarna utbyter erfarenheter inom större eller mindre grupper utan tanke på att de skulle kunna ha fördelar konkurrensmässigt av egenverksamhet. Med undantag för genomförandet av vissa större projekt, torde branschen utan stöd utifrån kunna vidareutveckla det påbörjade samarbetet.

Inom två områden finns påtagliga hinder för samarbete och där kan mera generella stimulansåtgärder behöva sättas in för att ett företagsekonomiskt och presspolitiskt angeläget samarbete skall komma till stånd. Det ena området är teknisk samproduktion och det andra samförsäljning av lokalannonser.

Ett företagsekonomiskt problem med arbetsmarknadspolitiska inslag är problemet att vid samproduktion avveckla en del av den överkapacitet som finns i tillverkningen. Avvecklingen omfattar såväl maskiner som personal. Ett presspolitiskt problem är att finna en för alla parter tillfredsställande utformning av samarbetsavtalet vid en samproduktion.

I samarbetet inom många områden svetsas tidningarna samman genom det yttre trycket från kostnadsutvecklingen samt från konkurrerande medier. I den lokala annonsförsäljningen anser tidningsföretagen ännu inte att ett sådant tryck existerar. För närvarande är det därför oftast presspolitiska motiv som förs fram för ett sådant samarbete. Men det finns redan nu företagsekonomiska skäl för annonssamarbete och dessa kan väntas bli starkare i framtiden.

11 Tidskrifter

Pressutredningens uppdrag omfattar inte endast dagspressen. Det heter i direktiven att utredningen i anslutning till sin bedömning av utvecklingen på massmedieområdet också bör "ta upp förhållandena för pressorgan, som ges ut av ideella och fackliga organisationer, samt fackpress och populärpress". Om utredningen vid behandlingen av tidskrifterna skulle komma in på områden som tillgodoses genom det nuvarande tidskriftsstödet skall "frågan om formerna för tidskriftsstödet vid behov tas upp till bedömning i särskild ordning mot bakgrund av de analyser och förslag som pressutredningen kan komma med".

De undersökningar som pressutredningen låtit utföra om pressens funktioner har givit belägg för den betydelse som framför allt de fackliga och ideella tidskrifterna har för kommunikationen i dagens samhälle (jfr 7.4.4). Det kan antas att deras roll har ökat i och med tidningsnedläggningarna och koncentrationen på dagspressmarknaden. På tidskriftsmarknaden finns den mångfald som i dag saknas inom dagspressen.

Inom tidskriftsgruppen finns en lång rad olika typer av tidningar. De har skilda syften, upplagor och periodicitet. De har olika målgrupper, annonsmängd, distributionssätt och tekniskt utförande. Vissa tidskrifter gränsar närmast till bokutgivningar medan andra ligger närmare dagspressen.

Pressutredningen har inte ansett det som sin uppgift att göra en fullständig kartläggning av tidskrifternas funktioner och ekonomiska läge. Utredningen har dock på olika sätt och med hjälp av olika undersökningar velat belysa vissa problem som sammanhänger med tidskriftsutgivningen.

Tidskriftssektorn i dess helhet har inte tidigare varit föremål för undersökningar eller utredningar. Inom forskningen är detta ett försummat fält. Pressutredningen har gjort pilotstudier för att få en viss uppfattning om den ekonomiska utvecklingen för olika slag av tidskrifter och deras förhållande till respektive organisationer. Inom projektet Pressens funktioner har också ingått frågor som berört tidskrifterna och deras roll i samhället.

I detta kapital redovisas resultaten av de gjorda undersökningarna. I ett första avsnitt diskuteras definitioner och utvecklingen inom hela gruppen. I ett andra ges exempel på den ekonomiska utvecklingen för ett antal olika tidskriftsgrupper. Organisationernas förhållande till sina respektive tidskrifter belyses i ett avsnitt och de funktioner tidskrifterna

har i ett annat. Tidskrifternas distributionsproblem och utvecklingen av portokostnaderna tas upp i ett sista avsnitt.

11.1 Utvecklingen på tidskriftsmarknaden

Det kan diskuteras om det över huvud taget är lämpligt att behandla tidskrifterna som en grupp. Här ryms så många olika kategorier att man kan ifrågasätta om det finns någon minsta gemensam nämnare. I olika sammanhang betraktas dock tidskrifterna som en grupp även om olikheterna är stora. Nödvändigt är emellertid att vid analysen göra någon form av kategoriindelning.

11.1.1 *Kategoriindelning*

Den mest omfattande kategoriseringen av tidskriftsgruppen finns i *Svensk tidskriftsförteckning*. Indelningen är avsedd att användas vid biblioteken och ansluter till Sveriges allmänna biblioteksförenings klassifikationssystem. På samma sätt som med böcker indelar man tidskrifterna huvudsakligen efter deras *innehåll*. Man har 27 huvudgrupper och ett antal underavdelningar till dessa.

Det finns en rad olika sammanhang då tidskriftsförteckningens indelning kan vara användbar. För pressutredningens analys är den dock allt för detaljerad. Den tar dessutom inte hänsyn till vem som ger ut tidskriften, syftet med utgivningen eller vilka läsargrupper tidskriften har.

Vid utformningen av vissa statliga åtgärder gentemot tidskrifterna har det varit nödvändigt att göra avgränsningar. Det gäller frågor i samband med mervärdeskatten, tidskriftsstödet och postbefordran.

Två grupper av tidskrifter är befriade från *mervärdeskatt*: (1) periodiska medlemsblad eller personaltidningar och (2) tidskrifter med visst ideellt syfte. I det första fallet skall publikationens huvudsakliga syfte vara att sprida information eller meddelanden om sammanslutningen eller det syfte den avser främja. I det andra fallet har man sökt räkna upp sådana områden som man anser vara "ideella". Tidskrifter blir momsbefriade om de verkar för religiöst, nykterhetsfrämjande, politiskt, miljövårdande, idrottsligt eller försvarsfrämjande ändamål eller om de företräder handikappade eller arbetshindrade medlemmar. Tidskrifterna skall enligt utgivningsplan utkomma med minst fyra nummer om året.

Vid utformningen av det *statliga stödet till svenska tidskrifter* (SFS 1974:645) har det gällt att avgränsa kulturella och ideella tidskrifter från övriga. Man har därvid gjort följande definitioner:

1) Med *kulturtidskrift* avses tidskrift som med sitt huvudsakliga innehåll vänder sig till en allmän publik med samhällsinformation eller med ekonomisk, social eller kulturell debatt eller som huvudsakligen ger utrymme för analys och presentation inom de skilda konstarternas område.

2) Med *ideell* tidskrift avses tidskrift som väsentligen framstår som organ för organisation, stiftelse eller sammanslutning med ideellt, icke-kommersiellt syfte.

Postverket har vid olika tillfällen haft anledning att göra kategoriseringar bl. a. i samband med utredningar om tidningstaxan. Den mest fullständiga avgränsningen av olika grupper gjordes i samband med 1966 års tidningstaxeutredning (SOU 1969:39). Här fördelades de ca 2 000 postbefordrade tidskrifterna på tio grupper. Syftet var att visa hur underskottet i postens tidningsrörelse fördelade sig på olika typer av såväl tidningar som tidskrifter.

1) Dagstidningar 2–7 nr/vecka
2) Tidningar av dagspresskaraktär med 1 nr/vecka
3) Serietidningar
4) Underhållningstidningar med i regel 1 nr/vecka (s. k. kommersiell veckopress)
5) Organ för yrkessammanslutningar (t. ex. fackföreningstidningar)
6) Organ för ideella föreningar m. m. (t. ex. olika medlemsblad och församlingsblad)
7) Personaltidningar (utgivna av företag för personalens information)
8) Facktidningar (med inriktning på visst ämnesområde)
9) Tidningar delvis med syfte att göra reklam för affärsföretag
10) Övriga tidningar (bl. a. tidningar med övervägande politiskt innehåll)

Indelningen används fortfarande för frågor som rör den bristande särkostnadstäckningen. Den huvudsakliga indelningsgrunden är *utgivare*. Indelningen kan ur vissa synpunkter vara användbar för pressutredningens analys men den visar också på svårigheter som är förknippade med att dela upp tidskrifterna i grupper. Enligt postens bedömning förs t. ex. tidskriften Vi till populärpressen och politiska tidskrifter till en restpost.

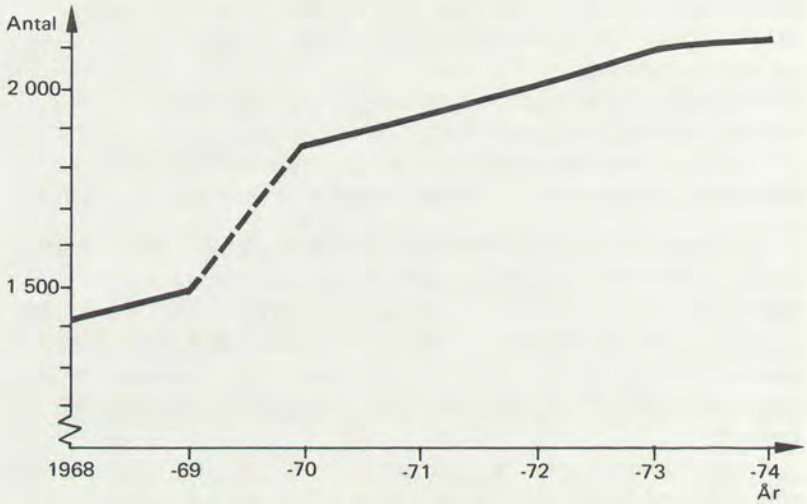
Pressutredningen anser sig inte ha underlag för eller anledning att göra någon ny fullständig kategoriindelning. För den analys som görs har det ansetts tillräckligt att behandla fyra grupper av tidskrifter. Avgränsningen ansluter i stor utsträckning till den som presenteras ovan. I princip avgör *utgivaren* grupptillhörigheten.

1) *Ideella* tidskrifter, dvs. sådana som utges av religiösa, nykterhets-, försvarsfrämjande m. fl. organisationer.
2) *Fackliga* tidskrifter, dvs. organ för fackföreningar, fackförbund och centrala fackliga organisationer.
3) *Fack- och populärpress* som i allmänhet är förlagsutgiven och därmed skiljer sig från de övriga genom att den är lönsamhetsbetingad.
4) De *kooperativa* organisationernas tidskrifter intar en mellanställning. I analysen ses de som en särskild grupp: det är tidskrifter som utges av producent- och konsumentkooperativa ekonomiska föreningar och deras huvudorganisationer.

11.1.2 *Antal tidskrifter och upplagor*

Det finns en avgörande skillnad mellan dagspress- och tidskriftsmarknaderna. Den förra kännetecknas av en mycket stor stabilitet och brist på rörlighet. Förändringar i periodicitet och upplagor är sällsynta eller sker långsamt. Nyetableringar förekommer knappast och det finns en klar utvecklingslinje: koncentrationen mot färre och större enheter. På tidskriftsmarknaden ligger det annorlunda till. Tidskrifter läggs ner och det kommer årligen ett stort antal nya organ med varierande periodicitet och utformning.

Ser man till hela tidskriftsgruppen har antalet tidskrifter ökat något de senaste åren. I figur 11.1 har gjorts en sammanställning av utvecklingen av de tidskrifter som ingår i Svensk tidskriftsförteckning. Urvalet innefattar "för allmän spridning utgivna tidskrifter samt specialtidskrifter inom vetenskap, näringsliv, politik, folkrörelser etc. som ej har lokal eller regional begränsning". Dagstidningar ingår inte.



Figur 11.1 Antalet tidskrifter 1968–1974. Källa: Svensk Tidskriftsförteckning

År 1974 fanns det således drygt 2 000 tidskrifter registrerade som uppfyller de krav som bibliografiska institutet uppställt. Man kan notera en jämn ökning under 1970-talet. Förändringen mellan 1969–70 förklaras framför allt med att fr. o. m. 1970 ingår olika typer av företagstidskrifter i gruppen.

Den helt övervägande delen av tidskrifterna tillhör de grupper som ovan betecknats som ideella, fackliga eller konsumentkooperativa. Det är således sådana tidningar vars huvudsakliga syfte inte är kommersiellt. De har till uppgift att informera om och kommentera händelser för en viss grupp. Tidskriftens ekonomiska ställning bestäms framför allt av organisationen och dennas medlemsutveckling.

Gruppen fack- och populärpress omfattar ca 10 % av antalet tidskrifter. Ser man däremot till *upplagorna* blir förhållandet ett annat. Den större delen av den samlade tidskriftsupplagan faller på den grupp tidskrifter som har en kommersiellt betingad utgivning. De flesta populärtidskrifterna utges av förlag anslutna till Svenska Tidningsutgivareföreningens veckopressektion (Vectu). År 1974 utgav de olika Vectu-förlagen 21 tidningstitlar med en sammanlagd årsupplaga på 224 milj. exemplar. Detta motsvarar ca 49 % av den totala årsupplagan för de tidskrifter som redovisar sina upplagor genom Tidningsstatistik AB (TS). Denna totala årsupplaga utgjorde 1974 454 milj. exemplar.

Hälften av de 15 största tidningarna kan räknas till gruppen populärpress. Fyra hör till den kooperativa gruppen: Vi Bilägare, Vår Bostad, Land och Vi. Två fackliga tidskrifter har mycket höga upplagor: Metallarbetaren och Kommunalarbetaren. Den förra med en periodicitet på 41 nr/år och den senare 22 nr/år. Vårt röda kors med endast 4 nr/år är den upplagemässigt största ideella tidskriften.

Tabell 11.1 De 15 till upplagan största TS-redovisade tidskrifterna 1974.

Tidskrift	Medelnetto-upplaga	Antal nr/år	Årsupplaga
1. Vi bilägare	733 200	22	16 130 400
2. ICA-kuriren	723 500	52	37 622 000
3. Vår bostad	640 300	11	7 043 300
4. Vårt röda kors	454 700	4	1 818 000
5. Året Runt	420 000	52	21 860 800
6. Metallarbetaren	405 000	41	16 605 000
7. Hemmets Veckotidning	374 700	52	19 484 400
8. Vi	358 500	51	18 283 500
9. Land	349 900	52	18 194 800
10. Kommunalarbetaren	319 000	22	7 018 000
11. Hemmets Journal	317 300	52	16 499 600
12. Allers	278 300	52	14 471 600
13. Det Bästa	272 300	12	3 267 600
14. Lektyr	251 300	52	13 067 600
15. Kalle Anka & Co.	248 500	52	12 922 000

Källa: TS-boken, TS Fackpressbok.
Anm.: Årsupplagan erhålles genom att medelnettoupplagan för respektive tidning multipliceras med antalet utgåvor under redovisningsåret.

11.2 Tidskrifternas ekonomiska situation

Den ekonomiska situationen varierar givetvis högst avsevärt för olika grupper av tidskrifter. Det finns också stora olikheter inom grupperna. I detta avsnitt redovisas kortfattat den aktuella situationen för ett antal olika tidskrifter. Inledningsvis behandlas dock utvecklingen vad gäller pappers- och distributionskostnaderna, vilka berör samtliga tidskrifter. De data som pressutredningen bygger på är hämtade dels från tidskrifterna själva, dels från sammanställningar som gjorts inom bl. a Vectu och den fackliga pressens organisationer.

11.2.1 *Pappers- och distributionskostnaderna*

De flesta tidskrifter trycks på s. k. *journalpapper* av olika kvalitet. Papperspriserna hade fram till 1973 en lugn utveckling (jfr ovan 9.4.2). Papperets andel av de totala kostnaderna sjönk i allmänhet. Från januari 1973 har det dock förekommit mycket omfattande höjningar. De stora förändringarna skedde under 1974: i januari höjdes priserna med 20,7 %, i mars med 6,6 % och i juli med 14,6 %. I februari 1975 var höjningen 3,8 %. På drygt ett år hade priserna härigenom höjts med 53 %.

Effekten av dessa omfattande prishöjningar har varierat, framför allt beroende på tidningarnas upplagor. De som drabbats hårdast är generellt sett tidskrifter med hög periodicitet och stora upplagor. Till denna grupp hör både ett antal fackförbundstidningar och veckotidningarna.

En annan betydande utgiftspost är distributionskostnaden. Den övervägande delen av tidskrifterna distribueras genom posten och det har förekommit betydande taxehöjningar under de senaste tio åren. För vissa tidningar har distributionen blivit den största posten.

Under tioårsperioden 1962–1972 tredubblades portoavgifterna för 100 grams tidningar.[1] Ser man till utvecklingen de senaste sex åren och jämför denna med konsumentprisindex får man den bild som visas i figur 11.2. Konsumentprisindex ökade under de sex åren med 43 % medan portot för en 100 grams veckotidning under samma tid ökade med 90 %.

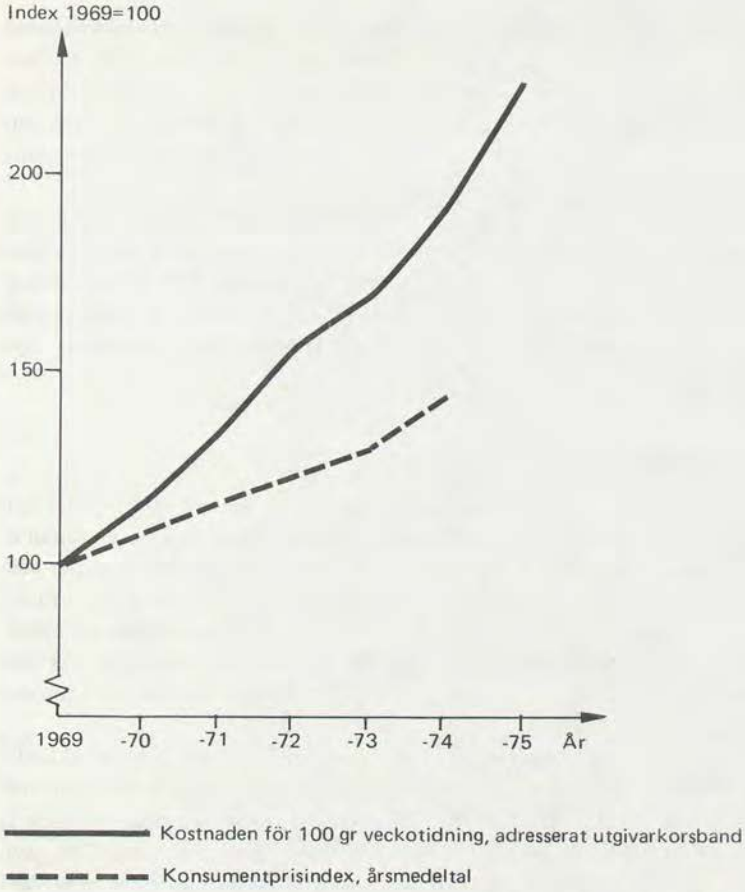
Självklart har de stora höjningarna vad gäller papper och distribution varit mycket kännbara för hela tidskriftsgruppen. För veckopressen har det lett till prishöjningar vad gäller abonnemang, lösnummer och annonser. För organisationstidningarna har det ställt stora krav på ökade bidrag från organisationernas sida. I den mån man ej ansett sig kunna öka bidragen i tillräcklig omfattning har det betytt inskränkningar i periodicitet, redaktion eller i den tekniska utformningen. Man har också på ett antal tidskrifter förändrat pappersviken och -kvaliteten.

11.2.2 *Fack- och populärpress*

Gruppen fack- och populärpress består av förlagsutgivna tidningar, där syftet med utgivningen är helt affärsmässigt. Gruppen utgörs av ett relativt litet antal tidskrifter med stora upplagor. Den största andelen kommer på den s. k. allmänorienterande populärpressen, vilken ges ut av de sex förlag som är anslutna till Vectu. Till gruppen hör dock också s. k. specialtidningar (t. ex. Aktuell fotografi, Allt om Mat, Allt i hemmet), facktidskrifter (t. ex. Pack, Elektroniknyheterna) och serietidningar.

Den sammanlagda upplagan för populärpressgruppen har i stort sett varit oförändrad sedan början av 1960-talet – dvs. omkring 4,5 milj. exemplar (medelnettoupplaga). Inom gruppen har dock skett betydande förändringar. Så har t. ex. damtidningarna haft svårigheter att hålla sina upplagor medan de s. k. herrtidningarna gått starkt framåt. Ser man till specialtidningarna har dessa haft en gynnsam utveckling medan bilden för fackpressen är mera blandad.

[1] B-distribuerade, adresserade utgivarkorsband



Figur 11.2 Utvecklingen av portot för en 100 grams veckotidning jämfört med konsumentprisindex 1969–75.

Intäkterna för de traditionella veckotidningarna kommer – liksom för dagstidningarna – från försäljningen av lösnummer, abonnemang och annonser. Veckotidningarna är dock i allmänhet betydligt mindre annonsintäktsberoende än dagspressen. I Vectu-tidningarna bestod 1973 82 % av det producerade antalet spalter av redaktionellt innehåll medan 18 % upptogs av annonser. Av intäkterna kom 80 % från tidningsförsäljning och 20 % från annonser.

För facktidningarna och specialtidningarna är annonsintäktsberoendet betydligt större än för den traditionella veckopressen. Många facktidningar får 90 % av sina intäkter från annonser och de ger också – liksom specialtidningarna – betydligt större utrymme åt annonserna.

Utvecklingen på annonsmarknaden var för veckopressens del gynnsam fram till 1967. Därefter har trenden i allmänhet varit vikande vad gäller volymen. Intäkterna från annonserna har dock ej sjunkit i samma utsträckning; den minskande volymen har delvis kunnat kompenseras med prishöjningar.

Hittills har de ökade kostnaderna för tidningsframställningen – papper, distribution och löner – i allmänhet kunnat täckas med högre intäkter. Situationen för flertalet veckotidningar och facktidningar har dock blivit betydligt mindre gynnsam under 1970-talet än den var tidigare. Framför allt har den tidigare mycket lönsamma traditionella veckotidningsutgivningen drabbats.

Det råder i Sverige en hård konkurrens på veckotidningsmarknaden. För flera av veckotidningarna synes framtiden inte särskilt ljus och man får räkna med nedläggningar och sammanslagningar. För specialtidningarna tycks framtiden bättre. Det har skett en betydande nyetablering på området de senaste tio åren och man räknar med ytterligare nya tidningar.

11.2.3 *Facklig press*

Utredningen har inte haft ambitionen att ge en samlad bild av hela den fackliga pressens ekonomiska situation. Svårigheterna att göra en sådan är också mycket stora bl. a. på grund av att tidskrifternas räkenskaper ofta är integrerade i organisationernas. Det skulle krävas mycket stora resurser för att skildra utvecklingen och det aktuella läget för samtliga tidningar. Det är dock angeläget att problematiken belyses med utgångspunkt från olika exempel och vissa data som gäller de större organisationernas tidskrifter.

Våren 1975 gjorde pressutredningen en enkät för att få vissa aktuella ekonomiska data från de fackliga tidskrifterna. Svarsfrekvensen var någorlunda tillfredsställande för TCO- och LO-grupperna men ej tillräcklig för SACO/SR-tidskrifterna. I det följande skall de uppgifter som inkommit från enkäten presenteras och de kompletteras med vissa data som kommer från respektive organisationer.

Den fackliga pressen kan synas som en relativt enhetlig grupp. Det finns dock även här betydande skillnader mellan olika tidskrifter och mellan den politik som olika förbund fört. Det finns tidskrifter med låg periodicitet, begränsat innehåll och mycket enkelt tekniskt utförande. Andra tidskrifter har en omfattande och regelbunden redaktionell bevakning som sträcker sig långt över det rent fackliga fältet. Även ekonomiskt finns det stora skillnader; en del tidskrifter är beroende av annonsintäkter medan andra helt finansieras med bidrag från organisationen.

TCO-pressen

De organisationer som ingår i TCO-pressens samarbetsorgan utgav 27 tidskrifter år 1974. Upplagan varierade mellan 247 000 ex. för Industritjänstemannen och 2 200 ex. för SLF-tidningen. Sammanlagt utgavs 14 851 000 ex. år 1972. Utgivningsfrekvensen varierade mellan 4 nr/år och 42 nr/år. Vanligast var månadsutgivning.

En undersökning som gjordes inom TCO 1972 ger en uppfattning om hur stora kostnaderna då var för samtliga tidskrifter och hur dessa

fördelade sig. Av studien framgår också att det fanns betydande skillnader mellan olika tidskrifter beroende på storleken.

Tidskrifterna delades i tre grupper efter sin storlek. Grupp A innefattande de 8 största tidskrifterna med upplagor över 40 000 ex. Grupp B innefattande 7 tidningar med upplagor mellan 40 000 ex. och 11 000 ex. i grupp C ingick de 10 minsta tidningarna med upplagor på 11 000 ex. eller mindre.

Den totala framställningskostnaden för de 25 TCO-tidskrifterna uppskattades till 17,5 milj.kr. Pappers- och tryckkostnaderna svarade för nära hälften av denna summa. Postdistributionen utgjorde en femtedel och löner, arvoden och honorar en fjärdedel av de totala framställningskostnaderna.

Tabell 11.2 Genomsnittlig framställningskostnad per tidningsexemplar (öre/ex).

Kostnadsslag	Grupp A	Grupp B	Grupp C
Löner och fasta arvoden	22,4	35,9	59,4
Honorar till tillfälliga medarbetare, fotografer och tecknare	3,9	6,8	21,6
Pappers- och tryckkostnad	44,8	79,4	137,5
Postdistribution	24,2	25,0	27,0
Summa	95,3	147,1	245,5

Källa: TCO:s tidningsundersökning

Anm.: Grupp A omfattar tidskrifter med en upplaga över 40 000 ex., grupp B tidskrifter mellan 11 000 och 40 000 ex. och grupp C under 11 000 ex. i upplaga. Expeditionskostnader och övriga omkostnader har p. g. a. en alltför stor osäkerhet i uppgifterna icke medtagits. Till summan för respektive grupp skall alltså dessa läggas, för att den totala kostnaden per exemplar skall erhållas. Dessa kostnader uppskattas till i genomsnitt 7 %.

Tabell 11.2 ger en uppfattning om de stora skillnaderna mellan de tre tidningsgrupperna. Pappers- och tryckkostnaden ligger för de största tidningarna på 44,8 öre/ex. medan genomsnittet för gruppen med de minsta tidningarna är 137,5 öre/ex. Också lönekostnaderna är betydligt högre per exemplar för de mindre tidningarna än för de större.

Ser man till *intäkterna* kommer 70 % av TCO-tidningarnas totala inkomster från organisationerna. Resterande kommer från annonsförsäljning och – i undantagsfall – försäljning av lösnummer och abonnemang. De stora tidningarna har i allmänhet större annonsandel än de mindre men det finns här stora variationer.

Pressutredningens enkät gick ut till 27 TCO-tidskrifter och av dessa svarade 16. Genom enkäten ville utredningen dels få en uppfattning om de senaste tio årens utveckling, dels en aktualisering av den ovan redovisade undersökningen.

Det är svårt att ge en entydig bild av utvecklingen inom TCO-gruppen eftersom variationerna även mellan tidningar med likartad upplaga är stora. Det kan dock konstateras att kostnaderna per exemplar i fasta priser i allmänhet ökat för tidskrifterna. Portohöjningarna har slagit

igenom för samtliga tidskrifter och portokostnadernas *andel* av totalkostnaderna har stigit. Tryckerikostnaderna varierar mera. Här har vissa tidningar gjort nedskärningar som lett till minskade kostnader. För andra tidningar har dock också tryckerikostnaderna ökat.

Vad gäller tidningarnas intäkter har annonsandelen minskat under de senaste tio åren. Bidraget från organisationerna uppgår till mellan 2 och 14 % av organisationernas samtliga kostnader. Det är omöjligt att säga om bidraget från de enskilda medlemmarna generellt ökat eller minskat under den gångna tioårsperioden. Olika förbund har fört olikartad tidskriftspolitik. Detta har betytt att tidskriftskostnaderna ökat inom vissa förbund och minskat inom andra.

Resultaten från undersökningen av TCO-tidningarna illustrerar svårigheterna att skildra den fackliga pressen. Inom TCO har man följt olika linjer och man har haft högst varierande traditioner vad gäller tidskriftsutgivningen. I många fall har man uppenbarligen mött de stegrade kostnaderna med nedskärningar. Tidskrifterna har fått gå ned i periodicitet och omfång. Detta har gjort att kostnaderna har kunnat hållas på en för organisationerna rimlig nivå.

LO-pressen

LO-tidningarna är sammanslutna i en organisation kallad Fackförbundspressens samorganisation. Till denna är 24 tidningar anslutna och de hade 1974 en postdistribuerad årsupplaga på 49,0 milj. ex. Upplagan har ökat under senare år som en följd av medlemsutvecklingen inom LO (jfr tabell 11.3). Den största tidningen inom LO-gruppen är Metallarbetaren med 405 000 ex. och minst är Skorstensfejaren med 1 700 ex. På samma sätt som inom TCO-gruppen varierar periodiciteten. Vanligast är månadsutgivning men flera av de större fackförbundens tidningar utkommer med omkring 40 nr/år.

I pressutredningens enkät om fackförbundspressens ekonomiska utveckling svarade 2/3 av de tillskrivna tidningarna eller 16 stycken. Dessa representerar 70 % av LO-tidningarnas sammanlagda upplaga och bör således kunna ge en relativt god bild av utvecklingen inom gruppen. Från Samorganisationen har också erhållits vissa uppgifter som gäller samtliga LO-tidningar.

Totalkostnaderna för samtliga LO-tidningar belöpte sig 1974 till 45,8 milj.kr. Av dessa täckte annons- och prenumerationsintäkterna 11 % varför organisationernas bidrag till tidningsutgivningen var 40,3 milj.kr.

Ser man till hur de olika kostnaderna fördelade sig på olika poster kan konstateras

att för de 16 tidningar som besvarat enkäten varierade *tryckerikostnadens* andel av totalkostnaderna mellan 39 % och 62 %.

att *postkostnaderna* varierade mellan 9 och 35 % av totalkostnaden. Tidskrifter med hög periodicitet har en betydligt högre andel för postkostnader än de med låg.

att kostnaderna för de *fast anställda* varierade mellan 6 och 30 % av totalkostnaderna. De största tidningarna hade den högsta andelen för fast anställda medan de mindre hade högre andel för frilansmedarbetare.

Vad gäller *intäkterna* finns det en skillnad mellan LO:s och TCO:s tidningar. LO-gruppen har en mindre andel från annonser och en större från organisationsbidragen än TCO-gruppen. Annonsintäkternas andel av de totala intäkterna är för LO-tidningarna 11 %, vilket skall jämföras med 30 % för TCO-tidningarna.

Den andel som tidskriftsbidraget utgör av respektive förbunds budgetomslutning varierar för LO-gruppen på samma sätt som för TCO-gruppen. Den lägsta andelen var år 1973 2 % och den högsta 10 %.

Tabell 11.3 LO-förbundens samlade kostnader för fackförbundstidningarna samt LO:s medlemsutveckling 1964–1974.

År	Kostnader för tidningarna (t.kr.)	Medlemsantal inom LO (1 000 st.)
1964	13 417	1 563
1965	14 350	1 565
1966	15 565	1 588
1967	18 132	1 607
1968	20 527	1 625
1969	21 627	1 660
1970	23 202	1 680
1971	27 122	1 733
1972	31 608	1 771
1973	33 809	1 808
1974	40 330	1 863

För flera av de stora förbunden har bidragen till tidskrifterna blivit en allt tyngre post i budgeten. Det är uppenbart att de exceptionella kostnadsökningarna vad gäller distribution och papper kräver allt större insatser från organisationernas sida.

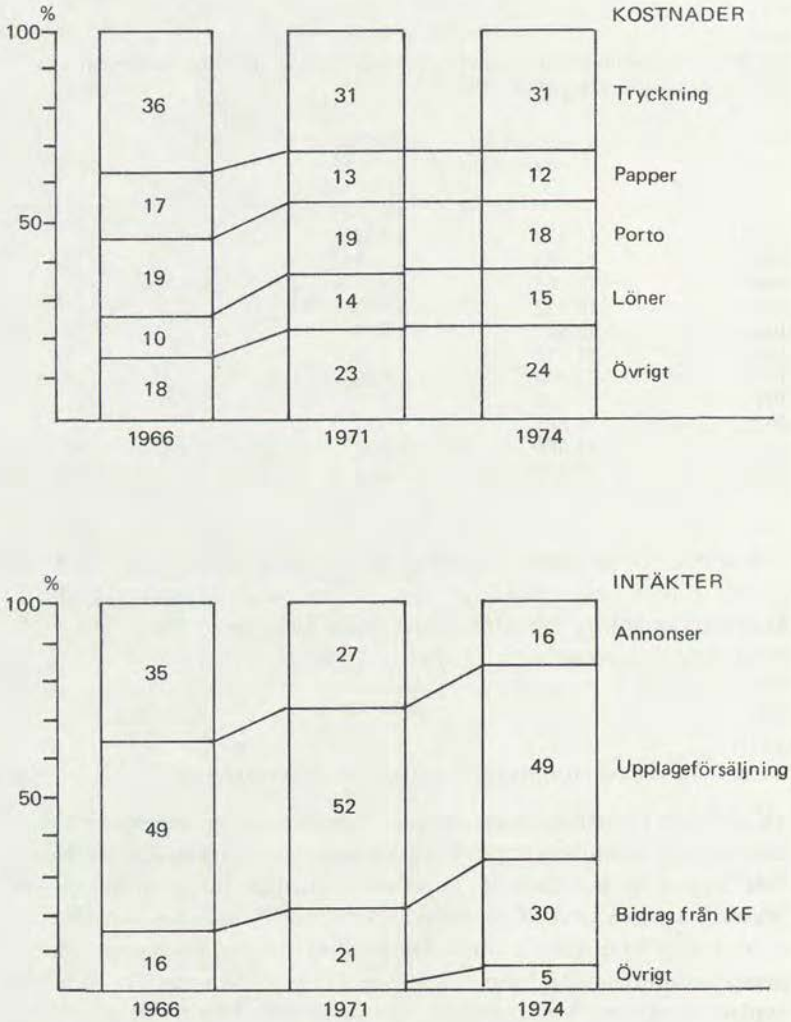
11.2.4 *Konsumentkooperativa och ideella tidskrifter*

Då det gällt LO och TCO har det varit möjligt att ge en översiktlig bild av den ekonomiska utvecklingen för dessa organisationers tidskrifter. Denna bild kompletteras i avsnitt 11.3 med uppgifter från den enkät som pressutredningen gjort till ett antal organisationer om deras tidskrifter.

Vad gäller utvecklingen för de kooperativa och ideella tidskrifterna har pressutredningen ansett det tillräckligt att i detta avsnitt ta upp fyra typfall: Vi, Svensk Veckotidning, Vår Kyrka och Accent. De är avsedda att illustrera problemen för de tidningar som är knutna till organisationer men som också är beroende av intäkter från annonser och prenumeration.

Tidningen Vi är organ för den konsumentkooperativa rörelsen i Sverige. Länge följde tidningens upplaga medlemsutvecklingen i Kooperativa Förbundet men sedan slutet av 1930-talet har skillnaden mellan medlemsutvecklingen och Vi:s upplaga blivit allt större. År 1974 var Vi:s upplaga drygt 350 000 ex. medan KF hade 1,75 milj. medlemmar. Till skillnad från de fackliga tidskrifterna är Vi prenumererad.

År 1966 skedde en omläggning av Vi vilken innebar en omfattande satsning på redaktion och innehåll, teknisk standard, marknadsföring och distribution. Omläggningen medförde ett ökat antal prenumeranter men också kraftigt stegrade kostnader. De förändringar i kostnads- och intäktsstrukturerna som omläggningen ledde till framgår av figur 11.3.



Figur 11.3 Tidningen Vi:s kostnader och intäkter i procent av totalkostnad 1966, 1971 och 1974.

Omläggningen av Vi var ett försök från KF:s sida att skapa ett alternativ till den vanliga veckopressen. Tidningen skulle ha en självständig ställning till organisationen men naturligtvis speciellt uppmärksamma ämnen och problem som låg denna nära. Som framgår av figuren innebar projektet omfattande kostnader för organisationen. De ökade annonsintäkterna och prenumerationsprishöjningen kunde inte täcka utgiftsökningarna. 1972 var stödet från KF till Vi mellan 6 och 7 milj.kr. 1974 uppgick det till 7,3 milj.kr.

Svensk Veckotidning är organ för Svenska Missionsförbundet och dess ungdomsförbund. Den finansieras genom prenumerationer och försäljning av annonser. Tidningens upplaga har varit vikande. År 1970 hade den 34 000 ex. och 1974 30 000 ex.

Till mer än 90 % är tidningen direkt abonnerad och 1/5 av abonnenterna är ej samfundsanslutna. Lösnummerförsäljning förekommer ej i nämnvärd utsträckning. Intäkterna kommer till ca 3/4 från tidningsförsäljning och 1/4 från annonsörer. Den största utgiftsposten är tryck- och papperskostnader (42,5 %) och därefter redaktionella framställningskostnader (29,8 %) och distributionskostnader (27,7 %). Kostnadsfördelningen var mycket stabil perioden 1960–1972.

Svensk Veckotidning har haft ett överskott på sin verksamhet. Detta har dock minskats betydligt till följd av minskad upplaga, färre annonser och kraftigt höjda kostnader. Tidningen har dock ännu ej något bidrag från samfundet utan är fortfarande sjävbärande.

Vår Kyrka är organ för Svenska Kyrkans Centralråd. Upplageutvecklingen har varit negativ under 1970-talet. År 1970 var upplagan 43 200 ex. och 1974 41 800 ex.

Intäktsstrukturen för Vår Kyrka skiljer sig till en del från Svensk Veckotidnings. 1972 hade den knappt 10 % av inkomsterna från annonser, 81 % från prenumeration och 7 % från lösnummer. Vad gäller kostnaderna kan dessa inte jämföras med de övriga redovisade tidskrifternas eftersom Vår Kyrka i sina uppgifter till utredningen grupperat kostnaderna annorlunda. Man kan dock notera att framför allt distributionskostnaderna ökat starkt.

Accent är organ för IOGT och NTO och startades 1965 genom en sammanslagning av tidningarna Ariel och Reformatorn. Upplagestorleken har varierat med organisationernas medlemsstorlek. Den var 1974 61 800 ex.

Tidningen är inte huvudsakligen beroende av varken prenumerationer, lösnummerförsäljning eller annonser. Huvuddelen av intäkterna utgörs i stället av organisationsbidrag. Annonsandelen har under de senaste tio åren varierat kraftigt – mellan 12 och 35 % av de totala intäkterna. Man har gjort stora ansträngningar att öka annonsvolymen och har också lyckats med detta. Vad gäller framställningskostnaderna gick 1972 24 % till tryck och papper, 34 % till distribution och 41,5 % till redaktionella framställningskostnader.

Distributionskostnaderna steg kraftigt fram till 1970 då de hejdades genom att tidningen förändrade periodicitet från 32 nr/år till 24 nr/år.

11.2.5 *Sammanfattning*

Trots de mycket stora olikheterna mellan de här behandlade tidskriftsgrupperna finns vissa gemensamma drag vad gäller deras ekonomiska ställning.

Samtliga tidskrifter har fått vidkännas betydande kostnadsökningar på alla tyngre poster: teknisk framställning, papper, distribution och löner. För populärpressen har detta lett till höjningar av prenumerations- och annonspriserna. För organisationstidningarna har kraven på ökade bidrag blivit starkare. För ett antal tidningar har det betytt nedläggning eller minskning i redaktionell och teknisk standard och/eller periodicitet.

Avgörande för det stora flertalet tidskrifter utgivna av fackliga och ideella organisationer är respektive organisationers inställning till tidskrifterna.

11.3 Tidskrifterna och organisationerna

Pressutredningen har ansett det angeläget att få en närmare bild av organisationernas åtaganden mot tidskrifterna i dag och vilka förändringar som är att vänta. I detta syfte gjordes den tidigare nämnda enkäten till organisationerna våren 1973. I samråd med en grupp representanter för olika typer av tidskrifter tillskrevs 50 fackliga och ideella organisationer. Av de tillskrivna svarade 41.

Syftet med enkäten var:

1) Att få en uppfattning om organisationernas kostnader för tidskriftsutgivningen och utvecklingen de senaste tio åren.
2) Att få kunskap om i vilken utsträckning besparingsåtgärder förekommit och vilka områden av tidskriftsutgivningen dessa drabbat.
3) Att belysa hur organisationerna bedömer tidningarnas framtid.

Nedan sammanfattas huvuddragen av resultaten.

11.3.1 *Kostnader och kostnadsutveckling*

I föregående avsnitt berördes kostnadsutvecklingen för ett antal olika grupper av tidskrifter. Det framkom dels att tidskrifterna generellt drabbats av stora kostnadsökningar, dels att variationerna mellan olika typer av tidskrifter var stora.

Den övervägande majoriteten av organisationstidskrifter har fått kraftigt ökade bidrag under den senaste tioårsperioden. Bland de undersökta LO-förbunden har bidraget i ett fall fyrdubblats på tio år. År 1973 var Metallindustriarbetareförbundets kostnader för Metallarbetaren nära 10 milj.kr. och Statsanställdas förbunds för Statsanställd 4,5 milj.kr.

För vissa fackliga tidskrifter har bidragen kunnat hållas nere med hjälp av en förbättrad annonstillförsel. Exempel på sådana är SACO-tidskrifterna Socionomen och Farmacevtisk Revy. Svensk Läkartidning

arbetar helt utan organisationsbidrag och klarar sig således på inkomster från prenumeration och annonser.

De ideella tidningarna har också krävt högre bidrag. Den ovan behandlade Accent fick 1973 656 000 kr. från IOGT-NTO och Svenska Scoutförbundet betalade 417 000 kr. till Scout/Samspel. Svenska Röda Korsets bidrag till Vårt Röda Kors uppgick till 900 000 kr.

Utvecklingen av bidragen är ofta svår att följa. Under den period som undersökningen omfattar har tidningarna i vissa fall ändrat form och omfång. Ibland har inte heller utgifterna för tidskrifterna redovisats skilda från organisationens övriga kostnader. I de fall där uppgifter föreligger kan man dock konstatera att utvecklingen för den ideella pressen överensstämmer med den för den fackliga pressen.

Ett avvikande mönster uppvisar idrottsorganisationernas press. Kostnaderna för tidskrifterna är en mindre del av dessa organisationers budget än för övriga ideella organisationers. Det rör sig i allmänhet om 1 eller 2 %. Ser man på idrottstidskrifternas utveckling kan Svenska Riksidrottsförbundets Svensk Idrott tas som exempel. Förbundets bidrag har ökat från 150 000 kr. 1965 till 189 000 ex. 1974. I procent av organisationens budget utgör detta en sänkning från 4 % år 1965 till 2 % år 1973. Det skall tilläggas att idrottsorganisationernas tidskrifter ofta har låg periodicitet och mindre omfång än övriga organisationers.

11.3.2 *Kostnadsbesparingar*

Det är av intresse att studera i vilken utsträckning organisationerna gjort olika former av besparingar som gått ut över periodiciteten eller tidningens tekniska eller redaktionella resurser.

Inom LO-förbunden har man hittills kunnat undvika nedskärningar i tidningarnas sidantal och periodicitet. I vissa fall har man dock åstadkommit kostnadsreduceringar genom att minska de redaktionella resurserna. Värt att notera är att organisationernas insatser tvärtom ökat för en del LO-tidningar. Som exempel kan tas Fackföreningsrörelsen där en omfattande upprustning pågår.

Generellt kan sägas att LO-förbunden tycks ha mött de höjda kostnaderna med ökade bidrag. Förhållandet är något annorlunda på TCO-sidan. Man har där gjort besparingar genom att minska periodiciteten och sänka papperskvaliteten. Det gäller Lärartidningen/Svensk Skoltidning, Kommunaltjänstemannen, Arbetsledaren och TCO-Tidningen. I vissa fall har det dock även på TCO-sidan förekommit en upprustning av tidskrifterna. Detta gäller t. ex. Industritjänstemannen.

SACO-tidningarnas situation liknar TCO-gruppens. Tre av fem tidningar har tvingats till lägre periodicitet. Det har dock ej förekommit personalinskränkningar.

Ser man till de undersökta ideella tidningarna visar det sig att nästan samtliga tvingats tillgripa olika medel för att nedbringa kostnaderna. Den vanligaste metoden har varit en sänkning av periodiciteten i kombination med färre sidor/mindre format och/eller redaktionella besparingar.

Tabell 11.4 Vidtagna åtgärder inom den fackliga pressen i kostnadsnedbringande syfte.

Tidskrift	Minskat sidantal/ format	Minskad utgivning	Förändrat tryckförfarande	Sänkt pappers-kvalitet	Minskad redaktion
LO:					
Fackföreningsrörelsen					
Byggnadsarbetaren				x	x
Metallarbetaren					
Fabriksarbetaren			x	x	x
Lantarbetaren					x
SIA Skogsindustriarbetaren					
Statsanställd					
TCO:					
TCO-Tidningen			x	x	
Industritjänstemannen					
Arbetsledaren	x	x			
HTF-Tidningen		x			
Kommunaltjänstemannen			x	x	
Statstjänstemannen				x	
Lärartidningen/ Svensk Skoltidning	x	x	x	x	x
SACO:					
SACO-Tidningen			x		
JUS, tidskrift för Jurist- och Samhällsvetareförbundet	x	x			
Socionomen					
Skolvärlden		x	x	x	
Farmacevtisk Revy		x			

Tabell 11.5 Vidtagna åtgärder inom den ideella pressen i kostnadsnedbringande syfte.

Tidskrift	Minskat sidantal/ format	Minskad utgivning	Förändrat tryckförfarande	Sänkt pappers-kvalitet	Minskad redaktion
Vår Kyrka		x	x		
Missionsbaneret					x
Veckoposten	x	x			
Accent		x			x
Motorföraren	x	x			
Blå Bandet	x	x			x
Frisksport					x
Ung Värld					
Scout/Samspel	x		x	x	
Unga Örnar		x	x		
Ung Center					x
Moderat Debatt	x	x			
Vårt röda kors		x			x

Av de två politiska ungdomstidskrifterna som finns med i undersökningen har Moderata Ungdomsförbundet tvingats till omfattande nedskärningar för sin tidning Moderat Debatt. Periodiciteten har minskats från 15 till 8 nr/år (varav två dubbelnummer). Formatet har också skurits ner och sidantalet minskats. Tidningen Ung Center, som 1963 inte krävde några bidrag från Centerns Ungdomsförbund, fick 1973 292 000 kr. Ändå hade inskränkningar gjorts på personalsidan och i distributionen (samprenumeration). Ansträngningar har också gjorts för att få fler annonser.

Sammanfattningsvis kan sägas att många av de åtgärder som vidtagits från de fackliga och ideella tidskrifternas sida torde ha verkat i hög grad negativt på tidningarnas möjligheter att fungera som organ för sina respektive organisationer. Sämre kvalitet och minskad periodicitet torde ha medfört att tidningen fått försvagade möjligheter att få kommunikationen inom organisationen att fungera.

11.3.3 *Bedömningar av framtiden*

I enkäten till organisationerna frågades också hur dessa såg på tidskrifterna i framtiden. Den bild som gavs i de olika svaren var inte helt entydig.

Från LO-förbunden förklarades att stora bidragshöjningar fordrades om den nuvarande standarden skulle kunna bibehållas. Från flera förbunds sida såg man pessimistiskt på utvecklingen och fruktade att man skulle tvingas till inskränkningar i utgivningen om inte kostnadsutvecklingen för tidskrifterna blev lugnare.

Inom de tillfrågade TCO-förbunden hoppades man i allmänhet kunna fortsätta utgivningen som hittills utan några inskränkningar. Det gällde Arbetsledaren, HTF-Tidningen och Kommunaltjänstemannen. För Lärartidningen/Svensk Skoltidning var dock situationen mörkare och där fruktade man att inskränkningar skulle behöva göras.

Vad gäller SACO-tidskrifterna var situationen för SACO-Tidningen speciellt svår. Om inte organisationsbidraget höjdes betydligt skulle drastiska nedskärningar krävas. I övrigt tycktes inte några mera dramatiska förändringar vara att vänta.

Läget för de olika ideella tidskrifterna var i många fall mycket dystert och man stod enligt enkätsvaren inför olika nedskärningar. Det skulle annars krävas betydande ökningar i insatserna till t. ex. Vår Kyrka, Veckoposten, Accent, Blå Bandet, Ung Värld, Ung Center och Moderat Debatt. De tidningar som räknade med att klara utgivningen på nuvarande nivå hörde till undantagen.

Vad gäller de kooperativa tidskrifterna skulle ökade insatser krävas för Vi och Vår Bostad. Diskussioner om olika former av besparingar har förts. För Vi Bilägare hade dock förändringar i positiv riktning diskuterats.

Det är tydligt att organisationernas bedömning av tidskriftssituationen i många fall är pessimistisk. I samtliga fall krävs stora ökningar av bidragen från organisationernas sida – ökningar som flera organisationer anser sig

sakna möjlighet att klara av. För de mera resursstarka organisationerna måste tidskrifterna hävda sig i konkurrensen med andra utgiftskrav vilket kan vara svårt då tidskriftens värde många gånger inte *direkt* kan beläggas.

11.4 Distributionen av tidskrifter

En av de faktorer som bidragit till de omfattande kostnadshöjningarna för tidskriftsgruppen har varit de ökade distributionskostnaderna. Dessa har framför allt drabbat tidningar med hög upplaga. För en tidning som Metallarbetaren utgör i dag distributionskostnaderna den största kostnadsposten.

Pressutredningen har ansett det av speciell vikt att ägna utvecklingen på distributionsområdet uppmärksamhet. Parallellt med pressutredningens arbete har 1974 års tidningstaxeutredning utrett frågan om tidningstaxans nivå och struktur (SOU 1975:80). De båda utredningarna har stått i kontakt med varandra under arbetet.

I detta avsnitt skall tidskrifternas distributionsförhållanden diskuteras. Huvuddelen av avsnittet utgörs av en redogörelse för tidningstaxeutredningens analyser och förslag.

11.4.1 *Distributionsalternativ*

Distributionen av dagstidningar har tidigare behandlats i kapitel 10 i samband med redogörelsen för samdistributionsprojektet. Det framgick där att dagstidningar kan distribueras på tre olika sätt. Distributionen kan ombesörjas av (1) tidningarna själva, (2) samdistributionsföretag eller (3) postverket. De tre sätten skiljer sig i ett avseende vad beträffar servicegrad. Postdistributionen startar betydligt senare på dagen än sameller egendistribution. För dagspressen är i dag samdistributionen det klart dominerande distributionssättet eftersom den på grund av den statliga rabatten blivit attraktivare än egendistribution.

Tidskrifternas situation vad gäller distributionen har analyserats av tidningstaxeutredningen. Situationen för tidskrifterna är en annan än för dagspressen. För de flesta tidskrifter sker distributionen av abonnerade exemplar genom postverket. Till skillnad från dagspressen har tidskrifterna inte något annat val. De är nästan helt beroende av postdistributionen.

Vissa tidskrifter har visserligen i princip andra distributionsmöjligheter men dessa utnyttjas mera sällan. Ett alternativ är att tidskrifter som redan nu försäljs genom pressbyrån försöker öka sin lösnummerförsäljning. Ett annat alternativ är att tidskrifter som Vi Bilägare och Vi distribueras genom respektive organisations detaljistled. För olika typer av organisationer finns ytterligare ett alternativ i möjligheten att distribuera tidskrifterna i samband med möten eller på arbetsplatser. Samtliga dessa möjligheter torde ha diskuterats ingående och ibland också prövats av utgivare men betraktats som mindre effektiva. Det har varit nödlösningar där distributionen blivit av sämre kvalitet.

Tidskrifterna står således i ett klart beroendeförhållande till postverket. De försök som gjorts att bryta detta har varit mindre framgångsrika. Majoriteten av alla tidskrifter har små möjligheter att skapa en effektiv och kvalitetsmässigt tillfredsställande egen distribution. Ett försök är dock värt att uppmärksamma.

En grupp tidskrifter – populärpresstidningar samt några tidningar inom gruppen fack- och konsumentpress – har låtit Pressens Samdistribution, Svenska Pressbyråns dotterföretag, undersöka möjligheterna till en samdistribution av tidskrifter. Under vissa förutsättningar skulle en sådan distributionsform kunna bli ekonomiskt fördelaktig i jämförelse med postdistributionen utan att kvaliteten blev sämre.

I ett fall då samtliga distributionsföretag, dvs. även postverkets dotterbolag Tidningstjänst AB, går med på att bygga ut sina organisationer till att också omfatta tidskriftsdistribution och dessutom de stora rikstäckande tidskrifterna – Ica-Kuriren, Land, Vi Bilägare, Vi och Metallarbetaren – beslutar sig för att lämna postverket skulle ett realistiskt alternativ till postdistributionen föreligga. En sådan tänkt distribution skulle endast omfatta ett fåtal, större tidskrifter. Den skulle ev. kunna minska problemen för dessa.

11.4.2 *Postdistributionens kostnader*

Postens tidningsrörelse domineras volymmässigt av tidningar som utkommer med högst ett nummer per vecka. Dessa svarar för nästan 2/3 av den totala volymen på ca 600 milj. ex. per år. Av denna volym faller ca 100 milj. ex. på de ovan nämnda fem stora tidskrifterna.

Enligt postverkets kostnadsberäkningar, där samtliga särkostnader (drygt 80 % av de totala kostnaderna) fördelas på rörelsegrenar, ger tidningsrörelsen en bristande särkostnadstäckning. För år 1975 beräknas differensen mellan rörelsegrenens kostnader och intäkter komma att överstiga 90 milj.kr. Intäkterna beräknas till drygt 200 milj.kr. För att täcka särkostnaderna skulle det således behövas en taxehöjning på ca 45 %. För närvarande täcks bristen av intäkter från andra rörelsegrenar, främst brevrörelsen. Totalt sett ger postverket beräknad förräntning på det i verket nedlagda statskapitalet.

1974 års tidningstaxeutredning har utrett frågan om tidningstaxans nivå och struktur. Huvuduppgiften har varit att konstruera ett sådant taxesystem, att postverket får sina kostnader för tidningsdistributionen täckta utan att postverket förlorar i volym. Anledningen till att volymförluster bör undvikas är att tidningsdistributionen utgör stommen i postverkets hela distributionsstruktur. Tidningarna garanterar genom sin regelbundna distribution till nästan samtliga hushåll ett effektivt utnyttjande av postverkets rikstäckande utbärningsorganisation. Därvid spelar de fem stora tidskrifterna en speciellt viktig roll.

Tidningstaxeutredningen har analyserat vilka effekter en snabb, kraftig höjning av taxenivån skulle få för tidningsdistributionen. Analysen har visat, att volymförlusterna skulle bli mycket betydande. Utredningens

beräkningar pekar på att en tredjedel av volymen skulle gå förlorad för postverket.

Följden av en drastisk höjning skulle enligt tidningstaxeutredningen bli att de tidningar som har distributionsalternativ skulle utnyttja dessa, eftersom de skulle bli företagsekonomiskt mera fördelaktiga. Dagstidningarna skulle kunna lägga över ytterligare en del av sin postvolym på samdistributionsföretag. Tidskrifterna skulle söka få till stånd en distributionsorganisation med anknytning till de nu existerande samdistributionsföretagen. Detta skulle innebära att en stor volym skulle gå andra vägar till mottagarna än via postverket. För de tidskrifter som ej skulle kunna delta i denna samdistribution skulle läget bli ytterst bekymmersamt eftersom det skulle innebära behov av ytterligare taxehöjningar för dessa. De skulle förmodligen tvingas att minska periodicitet eller format eller sänka den redaktionella standarden. I många fall skulle kanske utgivningen bli ekonomiskt omöjlig.

Tidningstaxeutredningen har inte ansett sig kunna föreslå en taxekonstruktion som skulle få sådana negativa ekonomiska och mediepolitiska återverkningar. Postverket skulle förlora i konkurrenskraft som tidningsdistributör och postdistributionen skulle säkerligen med en betydligt lägre tidningsvolym bli mindre effektiv. De presspolitiska konsekvenserna av en radikal höjning skulle bli ytterst allvarliga för de stora tidskriftsgrupper som saknar alternativ till postdistributionen.

Det förslag som tidningstaxeutredningen stannat för syftar till att minimera riskerna för ett volymbortfall. Taxesystemet får olika inslag som skall motverka att de stora tidskrifterna upphör med postdistribution även om den genomsnittliga taxenivån höjs. Förslaget går ut på att taxenivån successivt skall höjas så att intäkterna först efter 15 år når särkostnadstäckning. Denna period skall jämföras med en tidigare utrednings förslag om 5 år (SOU 1966:39). Baskravet på särkostnadstäckning kommer således att stå kvar men det blir en lång anpassningsperiod. Tidningarnas motprestation skall bestå i att de lämnar en garanti för att de i princip skall fortsätta att utnyttja postverket.

Med det förslag som framläggs av 1974 års tidningstaxeutredning löses på sikt postverkets företagsekonomiska problem och postdistributionen lider inte några effektivitetsförluster. Genom att principen om enhetstaxa behålls, dvs. taxan skall vara densamma för alla tidningsföretag oavsett volym eller spridningsstruktur, försvåras inte läget för de tidskrifter som saknar distributionsalternativ.

Postverket och tidningsföretagens representanter som medverkat vid förslagets utformning har bifogat vissa synpunkter på förslaget. Postverket önskar att underskottet skall finansieras med statsbidrag till dess intäkterna täcker kostnaderna. Detta skulle betyda att statsbidrag skulle utgå med 90 milj.kr. vid början av perioden för att sedan successivt minska. Tidningsföretagens representanter har framfört att tidningstaxan inte bör täcka samtliga särskostnader som enligt postverkets kostnadsfördelningssystem belastar tidningsrörelsen. Ett lägre täckningskrav bör ställas på tidningsrörelsen eftersom den spelar en så viktig roll för den totala postdistributionens effektivitet. Bristen i kostnadstäckning bör i

stället föras till de gemensamma kostnaderna för postdistributionen. Utredningsmannen inom tidningstaxeutredningen har dock i sitt förslag inte ansett sig kunna beakta dessa synpunkter från partsrepresentanterna. Förslaget innehåller således varken inslag av statsbidrag eller förslag om lägre särskostnadstäckning.

11.4.3 *Kommentar*

Tidningstaxeutredningens förslag innebär för tidskrifternas del att de får en möjlighet att överblicka kostnadsutvecklingen på distributionsområdet och att anpassa planeringen inför det nya läget. Hotet om en drastisk höjning av distributionskostnaderna synes avvärjt om utredningens förslag accepteras. Detta innebär dock inte att ökningstakten i distributionskostnaderna för tidskrifter skulle minska. Man måste räkna med att kostnaderna för distributionen också i fortsättningen kommer att öka även om ökningstakten blir lägre än om man skulle ha valt en kortare period för full kostnadstäckning.

11.5 Pressutredningen och tidskrifterna

Tidskrifterna har i dagens samhälle en mycket stor betydelse. Det gäller samtliga de funktioner som pressutredningen anser det väsentligt att massmedierna uppfyller.

Tidskrifterna har en viktig roll att spela när det gäller *informationen* inom olika områden. Det kan gälla frågor med anknytning till de fackliga, politiska och ideella rörelserna. Det finns en rad problemområden där just tidskrifter ger den utförligaste informationen. Av speciell betydelse torde tidskrifterna vara då det gäller att *kommentera* olika händelser och företeelser i samhället. Många tidskrifter har en förankring i en bestämd åsiktsriktning. Händelser och utvecklingslinjer kommenteras och diskuteras med utgångspunkt från denna.

I en tid då dagstidningarna får allt svårare att tillfredsställa krav från olika grupper i samhället blir det ofta tidskrifterna som får stå för *gruppkommunikationen*. De ger plats för intern debatt och står för en kommunikation mellan förtroendevalda och medlemmar i olika slag av organisationer. Även då det gäller den seriösa *granskningen* av beslutande instanser har tidskrifterna en viktig roll att spela. Även de tidskrifter som har en relativt blygsam spridning kan med hjälp av andra medier nå ut till stora grupper av befolkningen med väsentliga budskap.

Det är en förutsättning för ett väl fungerande massmediesystem att det finns en varierande, mångsidig och väl spridd tidskriftspress. Tidskrifterna kan inte ersätta dagspress och etermedier lika litet som dessa kan ersätta tidskrifterna. De olika medierna kompletterar varandra. Av speciell betydelse är tidskrifterna för organisationerna – för många torde de utgöra det främsta kommunikationsmedlet.

Från statsmakternas sida har vidtagits olika åtgärder för att underlätta tidskriftsutgivningen. Merparten av ideella och fackliga tidskrifter är

befriade från mervärdeskatt. Det speciella stödet till kulturtidskrifter har spelat en stor roll för en viktig grupp tidskrifter.

De ekonomiska analyser som redovisats ovan har visat att de senaste tio åren inneburit ökade svårigheter för tidskriftsgruppen. Kostnaderna för tidningsframställning och distribution har ökat avsevärt. Fack- och populärpressen har tvingats till betydande höjningar av priserna på annonser och tidningar. För de tidskrifter som utges av de fackliga och ideella organisationerna har stödet från dessa organisationer höjts. I många fall har man dock tvingats till nedskärningar i periodicitet och redaktionell service – nedskärningar som med all säkerhet gått ut över tidningarnas möjligheter att fullgöra sina uppgifter.

Ett viktigt led i den presspolitik som pressutredningen vill förorda är att organisationer, grupper och enskilda skall kunna komma till tals genom tidskrifter i samma utsträckning som hittills. Den statliga presspolitiken måste utformas på ett sådant sätt att tidskriftsutgivningen inte försvåras.

Distributionskostnaderna har varit en snabbt ökande utgiftspost för de flesta tidskrifter. Deras andel av de sammanlagda kostnaderna har stigit. Detta är främst en följd av de portohöjningar som posten tvingats vidtaga. Trots detta har postverkets s. k. särskostnadsunderskott ej kunnat fyllas utan beräknas i dag för hela tidningsrörelsen uppgå till ca 90 milj.kr. Det ingår inte i pressutredningens åligganden att komma med förslag i samband med posttaxorna. Pressutredningen kan dock konstatera att tidningstaxeutredningens förslag innebär att hotet om en drastisk höjning av distributionskostnaderna synes avvärjt.

Även om höjningarna av distributionskostnaderna kan hållas vid en rimlig nivå måste ändå tidskrifterna räkna med betydande ökningar av utgifterna, i takt med den allmänna kostnadsutvecklingen. Detta gäller inte bara distributionen utan också teknisk framställning och det redaktionella materialet.

Pressutredningens undersökningar av tidskrifternas roll och ekonomiska situation har varit av begränsad karaktär. De har framför allt varit avsedda att översiktligt belysa de problem som hänger samman med tidskriftsutgivningen. Vissa av dessa problem – t. ex. de som hänger samman med att många tidskrifter är en integrerad del av organisationernas verksamhet – har endast delvis kunnat beröras.

De gjorda analyserna och undersökningarna på tidskriftsområdet har visat på behovet av ytterligare studier bl. a. kring tidskrifternas ekonomiska situation och presspolitiska betydelse. Det finns oroande tecken på en ekonomisk kris för stora grupper av tidskrifter med bred folkrörelseanknytning. Statsmakterna har ett ansvar då det gäller att se till att den viktiga kommunikationsväg som tidskrifterna utgör inte stängs eller allvarligt försvagas.

Pressutredningen anser att de problem som hänger samman med tidskriftsutgivningen är av sådan art att de skyndsamt måste tas upp till behandling. En särskild utredning för dessa frågor bör tillsättas så snart som möjligt. Den bör ges i uppgift att faställa dagsläget för tidskrifterna och framlägga förslag om hur tidskrifternas problem lämpligen bör lösas.

12 Morgondagens massmediemarknad

Utvecklingen på massmediemarknaden de senaste årtiondena har ovan beskrivits framför allt vad gäller tidningarna (kap. 2). Pressutredningen har dock även haft till uppgift att göra en allmän bedömning av utvecklingen inom olika massmedier. Utredningen skall söka placera in dagspressen i en kommande mediestruktur. Vilken ställning kommer tidningarna att få och vilken roll kommer de att spela på morgondagens massmediemarknad?

Två frågeställningar har satts i centrum för diskussionen i kapitlet. *Dels* ställs frågan hur utvecklingen inom de olika medierna kan påverka dagspressmarknaden ekonomiskt. Kommer det att utvecklas nya medier och medieformer som gör att efterfrågan på tidningar kommer att minska mer eller mindre radikalt? *Dels* diskuteras i vilken utsträckning nya medier kan tänkas överta någon eller några av de uppgifter som pressen svarar för idag. Blir andra medier allt väsentligare för opinionsbildning och nyhetsförmedling?

För pressutredningen – som skall pröva utformningen av stödsystemet för pressen – har det varit naturligt att först anlägga ett *kortare* tidsperspektiv. Kommer något att hända inom den närmaste 5–10-årsperioden som så väsentligt påverkar pressens ekonomiska ställning eller dess roll i samhället att detta bör påverka stödprogrammet? I kapitlet berörs också något om utvecklingen i ett längre perspektiv. Behövs en handlingsberedskap inför mer eller mindre revolutionerande förändringar som är att vänta?

Det material som legat till grund för utredningens bedömningar har varit egna undersökningar, olika experiment samt internationella erfarenheter. Televerket har på initiativ av pressutredningen gjort en speciell studie av kostnaderna för en utbyggnad av bredbandsnät för kabel-tv m. m. Pressutredningen har deltagit i den utvärdering som Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning (PUB) gjorde av försöket med lokalradio på tre platser i landet våren 1973. Utredningen har också nära följt experimentet med lokal tv i Kiruna som utfördes av TRU-kommittén och Sveriges Radio tillsammans med Kiruna kommun.

Kapitlet bygger även på uppgifter och synpunkter från den speciella referensgrupp som varit knuten till utredningen och vars uppgift varit att analysera olika marknadsfrågor. Erfarenheter har också vunnits från en studieresa som utredningens sekreterare gjorde till Kanada sommaren 1973.

Kapitlet är uppdelat i fyra avdelningar. I den första behandlas *televisionens* framtid både vad gäller den eterburna televisionen och den som överförs via kabel. I ett andra avsnitt berörs *videogrammen* och den utveckling dessa kan väntas få. I ett tredje behandlas *ljudradion* och då framför allt lokalradion. I ett avslutande avsnitt behandlas vissa utvecklingslinjer för *pressen.*

12.1 Televisionen

12.1.1 *Inledning*

Det massmedium som expanderat snabbast under de senaste två årtiondena har varit den eterburna televisionen. Den har på ett genomgripande sätt förändrat medievanorna för medborgarna. Den stora expansionen ägde rum under slutet av 1950- och början av 1960-talet. Men även under senare år har stora förändringar skett. År 1969 infördes ett system med konkurrerande kanaler vilket betydde ett kraftigt ökat utbud och en valmöjlighet för mottagarna. Från 1970 har prov pågått med regionala nyhetssändningar.

Självklart har utvecklingen av tv inverkat på andra massmedier. Radion och filmen har drabbats hårt av konkurrensen. Radiolyssnande och radiovanor har förändrats. Tv har påverkat strukturen på biografmarknaden. Över huvud taget har en lång rad fritidsaktiviteter fått konkurrens genom tv. Den tid som dagligen ägnas åt tv-konsumtion måste tas någonstans ifrån och tv får därigenom återverkningar på en rad olika områden.

Tidigare har diskuterats i vilken utsträckning konsumtion av dagspress och tidskrifter minskat de senaste tio åren (kap. 7). Det kunde konstateras att dagstidningsläsningen uppenbarligen inte förändrats nämnvärt. Kvällstidningarna har kunnat expandera trots utvecklingen på tv-området. Vad gäller tidskrifterna är det svårare att göra tillförlitliga mätningar. Den kris som många veckotidningar upplever idag sätts ofta i samband med utvecklingen på tv-området. Tv anses ha tagit över de underhållningsuppgifter som veckotidningarna tidigare svarat för.

Tidningsläsningen har således inte förändrats radikalt på grund av inflytande från tv. Däremot kan man sätta vissa strukturförändringar i samband med tv:s framväxt. De stora framgångar som storstädernas kvällstidningar haft hänger säkerligen samman med tv:s utbyggnad. Ämnesvalet i kvällstidningarna har ofta bestämts av tv. Det är tv som genom sin bevakning av olika riks- och utrikeshändelser skapat den gemensamma referensram som utgör en av förutsättningarna för dessa tidningars spridning.

Tidningarna har uppenbarligen så stora fördelar och så stora förutsättningar till anpassning att tv ej kunnat bli ett alternativ till dem. En avgörande orsak till morgonpressens starka ställning idag vad gäller information, kommentarer och granskning är säkerligen att tv trots allt har ett begränsat utrymme då det gäller nyheter och opinionsförmedlande stoff. Tv kan sägas förhålla sig till tidningarna som förstasidan till det övriga tidningsinnehållet. Tv kan endast täcka ett fåtal nyheter eller händelser

av lokalt eller regionalt slag medan tidningarna utanför storstäderna ger allt större plats åt denna typ av nyheter. Tidningarna har dessutom en kommenterande avdelning med egen politisk profil.

Viktigt för pressen är självklart också frånvaron av *reklam* mot vederlag i telvision. De verkningar som reklamfinansierad tv skulle få på tidningarnas ekonomiska situation har utförligt behandlats i reklamutredningens betänkande Reklam III. Tv-reklamfrågan (SOU 1973:10). Det är uppenbart att alla pressgrupper skulle drabbas hårt av den konkurrens som den reklamfinansierade tv:n skulle innebära vad gäller riksannonser. Den skulle vålla svårigheter för såväl kvällspress som högtäckningstidningar. Men den skulle också göra läget besvärligare för de tidningar som i dag brottas med stora problem. Det är viktigt att understryka att reklamfinansierad tv direkt skulle strida mot den presspolitik som staten idag bedriver.

Av olika skäl har tidningarna således klarat konkurrensen från tv. Med detta är dock ej sagt att tidningarna en gång för alla kan vara säkra på att behålla den position de har idag. Det finns en rad tänkbara utvecklingslinjer som skulle kunna göra tv till ett mera attraktivt alternativ. En utbyggnad av ett allmänt *bredbandsnät*, dvs. ett telekommunikationsnät med stor överföringskapacitet, skulle innebära att tv kunde erbjuda tjänster, som idag är mer eller mindre unika för dagspressen. Utbudet skulle öka och antalet regionala och lokala program skulle kunna bli betydligt större.

För pressutredningen har det varit angeläget att närmare undersöka förutsättningarna för en mera omfattande utbyggnad på tv-området eftersom en sådan skulle kunna få återverkningar på hela massmediemarknaden. En central fråga har varit om satsningen på kabel-tv skall anses som ekonomiskt realistisk för Sveriges vidkommande. En sådan utbyggnad skulle ge möjligheter till lokal och regional tv som aldrig kan erbjudas med motsvarande överföringsteknik. Ökade valmöjligheter och en annorlunda sändningspolitik skulle kunna förändra massmediesituationen på ett sådant sätt att det fick genomgripande konsekvenser för pressen.

12.1.2 *Bredbandsnät för kabel-tv m. m.*

Den drivkraft som i andra länder ursprungligen låg bakom utbyggnaden av bredbandsnät för tv-distribution var behovet av bättre mottagningsförhållanden av reguljär tv. Man började i USA inom sådana områden där mottagningsförhållandena var svåra. Genom en centralantenn till vilken ett antal mottagare anslöts kunde man med bättre resultat ta emot flera tv-stationer.

Idag finns mer än 3 000 kabelsystem i bruk i USA och dessa betjänar mer än 8 miljoner abonnenter. Det betyder att mer än 12 % av de amerikanska hushållen tar emot tv genom kabel. I Kanada har utbyggnaden gått ännu hastigare: det finns mer än 2 miljoner abonnenter vilket innebär en hushållstäckning av 30 %. I Kanada arbetar för närvarande ca 400 kabel-tv-företag.

Orsaken till den snabba utbyggnaden av bredbandsnät för kabel-tv som ägt rum i Kanada är uppenbar: det ges på detta sätt möjligheter att ta emot de stora amerikanska stationernas utbud. Men de statliga myndigheterna har sökt inspirera till att kabelnätet skall utnyttjas till olika typer av lokala sändningar. Man har försökt få en utbyggnad av lokala stationer vilka över s. k. community channels skulle ge lokal information och underhållning. Tidningar och myndigheter har inte något inflytande över dessa kanaler. Annonsering är ej tillåten utan programverksamheten finansieras genom abonnentmedel.

För Sveriges del skiljer sig läget avsevärt från det i USA, Kanada och övriga Europa. Behovet att förbättra sändningskvaliteten har ej funnits. Det har ej varit möjligt att med hjälp av centrala antenner fånga in andra länders program. Diskussionen kring kabel-tv har därför koncentrerats till behovet av *lokal television* och möjligheten till *återföring* från mottagarna till sändarna.

Det har i debatten i Sverige hävdats att kommunikationssituationen skulle kunna förbättras avsevärt om tv-utbudet breddades till att omfatta flera program med lokal och regional anknytning. Man har också pekat på att möjligheterna till återföring skulle kunna aktivera mottagarna.

Denna optimistiska tro på att ett ökat utbud och en teknik med återföringsmöjligheter skulle förbättra kommunikationen i samhället är långtifrån oomstridd. Många hävdar att valfriheten blir illusorisk och att återkopplingen i politiska sammanhang skulle användas till att utveckla en icke önskvärd "gallupdemokrati".

En utbyggnad av tv:s kapacitet är således icke självklart önskvärd även om de ekonomiska förutsättningarna skulle finnas. Ändå måste det vara av väsentligt intresse att få en möjlighet att göra en bedömning av kostnaderna för en utbyggnad av bredbandsnät för kabel-tv. En första beräkning gjordes i samband med Harry Scheins bok Inför en ny mediepolitik (Publica 1972) men pressutredningen har önskat en aktualisering och precisering av kostnaderna. Televerket har därför efter önskemål från utredningen gjort en undersökning av kostnader, tidsplaner och resursbehov vid en utbyggnad av bredbandsnät på två platser i landet: Västerås och Leksand. (Kabel-tv; utredning om kostnader, tidsplaner och resursbehov vid utbyggnad i Sverige. Farsta 1975-02-11.) Avsikten med studien har varit att ge pressutredningen en uppfattning om det realistiska i att räkna med lokala tv-program dels i en tätort, dels i en kommun med glesbygd.

12.1.3 *Kostnader för utbyggnad av bredbandsnät i Sverige*

Vid en bedömning av kostnaderna för en utbyggnad av bredbandsnät måste hänsyn tas dels till att ett sådant nät kan ha olika kapacitetsgrader, dels att det kan användas till betydligt flera tjänster än till överförandet av tv-program. Man kan genom bredbandsnät få ett mycket stort antal tv-kanaler och radiokanaler – hur många beror på nätets kapacitet. Ett nät som ger möjlighet till återkoppling från mottagare till sändare kan också användas vid t. ex. olika affärstransaktioner, sjukvårdsservice, larmtjänst, mätaravläsning osv. Tv-sändningen blir endast en del i ett stort paket av tjänster.

Televerkets undersökning har sökt fastställa vilka kostnader som föreligger vid en utbyggnad av bredbandsnät i Västerås respektive Leksand. Man har därvid arbetat med tre huvudalternativ:

1. *Enkelriktat distributionssystem.* Det kan användas i huvudsak för tv-överföring. I det här aktuella räkneexemplet kommer det att finnas en kapacitet på mellan 17 och 25 kanaler.
2. *Enkelriktat system som förberetts för tvåvägskommunikation.* Detta innebär att kabelnätet förses med en andra koaxialtub utan förstärkare.
3. *Dubbelriktat system.* I systemet används skilda koaxialtuber för framrespektive returriktningen. Kostnaderna för *terminaler* för tvåvägskommunikation varierar väsentligt. Här har därför laborerats *dels* med ett system utan terminaler, *dels* med ett alternativ där huvudcentralerna får minidatorer och abonnenterna förses med en terminalutrustning. Denna senare ger möjlighet till t. ex. besvarande av frågor i anslutning till utbildningsprogram, beställningar av varor, biljetter till olika evenemang, mottagning av s. k. pay-tv-program (dvs. mottagaren betalar per program) etc.

Rapporten har också arbetat med olika *utbyggnadstakter* där man börjar med de mest tätbefolkade områdena och slutar med de mer glest befolkade. Etapp 1 omfattar tätorter med mera än 50 000 invånare, etapp 2 tätorter med mellan 20 000 och 50 000 invånare, etapp 3 övriga tätorter samt etapp 4 glesbygd.

Tabell 12.1 Beräknad investeringskostnad vid 100 % anslutning i 1974 års kostnadsnivå.

Område	Antal hushåll 1974	Alternativ 1		Alternativ 2		Alternativ 3		Alternativ 3 A	
		Totalt milj kr	Per hushåll, kr	Totalt milj kr	Per hushåll, kr	Totalt milj kr	Per hushåll, kr	Totalt milj kr	Per hushåll, kr
Leksand etapp 3	4 200	14	3 400	16	3 900	19	4 600	24	5 700
varav tätorten Leksand	2 000	6	2 850	7	3 300	8	3 850	10	5 100
Leksand etapp 4	700	5	7 300	6	9 100	8	11 600	9	12 600
Leksands kommun	4 900	19	3 900	23	4 700	28	5 600	33	6 700
Falu teleområde	95 000	300	3 200	360	3 800	440	4 600	520	5 700
Västerås etapp 1	39 500	30	800	52	1 300	56	1 400	96	2 400
Västerås etapp 3	3 650	9	2 600	11	3 000	12	3 300	16	4 400
Västerås etapp 4	2 550	13	5 100	16	6 400	20	7 600	22	8 700
Västerås kommun	45 700	52	1 100	80	1 700	88	1 900	134	2 900
Västerås teleområde	165 000	380	2 300	480	2 900	570	3 500	740	4 500

Anm.: Alternativ 1 = Enkelriktat nät.
Alternativ 2 = Enkelriktat nät som förberetts för tvåvägskommunikation.
Alternativ 3 = Dubbelriktat nät exklusive tvåvägsterminaler.
Alternativ 3A = Dubbelriktat nät inklusive tvåvägsterminaler.

I tabell 12.1 finns angivna de beräknade investeringskostnaderna vid 100 % anslutning i 1974 års kostnadsnivå. Det finns mycket stora skillnader *dels* mellan de olika alternativen, *dels* mellan olika områden,

dels mellan de olika etapperna. Kostnaderna blir beroende av vilken typ, vilken utbyggnadsgrad och vilken utbyggnadshastighet man väljer.

De beräknade investeringskostnaderna för ett enkelriktat nät i Västerås etapp 1 skulle kunna begränsas till 800 kronor per hushåll. Motsvarande kostnad för etapp 4 i Leksand är 7 300 kronor. Den genomsnittliga kostnaden för Västerås teleområde med enkelriktat system är 2 300 kronor och för Falu teleområde 3 200 kronor.

Den utbyggnad av bredbandsnäten som ägt rum på kontinenten och i USA och Kanada har fram till början av 1970-talet gällt enkelriktade system i tätbebyggda områden. De har därför blivit relativt billiga och är att jämföra med etapp 1 i Västerås.

Ojämförligt intressantast är dock det alternativ som innefattar dubbelriktning och terminaler hos abonnenterna. Det är först härigenom som de stora förändringarna inträder. Genom koppling till det allmänna datanätet kommer det att finnas möjligheter med kommunikation mellan hemmet och t. ex affärer, utbildningscentraler, biljettkontor osv. Kostnaderna är dock omfattande. Det gäller framför allt de glesbefolkade områdena men också i den billigaste etappen i Västerås innebär det dubbelriktade systemet tre gånger så stora investeringskostnader som ett enkelriktat nät.

Övergår man till beräkningarna av abonnentavgifterna vid full kostnadstäckning av distributionsnätet återkommer samma bild som givits ovan. Kostnaderna blir relativt rimliga i Västerås för enkelriktade nät om man räknar med tämligen snabb anslutning. De blir dock mycket höga vad gäller det dyraste alternativet.

Tabell 12.2 Erforderliga abonnentavgifter för full kostnadstäckning av distributionsnätet (1974 års penningvärde, kronor).

Område	Alternativ 1		Alternativ 2		Alternativ 3		Alternativ 3A	
	Inträdesavgift	Årsavgifter	Inträdesavgift	Årsavgifter	Inträdesavgift	Årsavgifter	Inträdesavgift	Årsavgifter
Västerås kommun	400	120–270	500	200–350	600	210– 390	800	360– 560
Västerås teleområde	500	170–350	700	240–430	800	270– 520	1 100	420– 670
Falu teleområde	800	270–520	900	320–630	1 100	320– 780	1 400	520– 920
Leksands kommun	1 200	480–760	1 400	560–900	1 700	650–1 080	2 100	810–1 260

Anm.: Förklaring av alternativen, se tab. 12.1.

Det kan bedömas som fullt realistiskt att en abonnent i Västerås kommun skall vara villig att betala 400 kronor i inträdesavgift och omkring 200 kronor i årsavgift för att få ett betydligt ökat utbud genom kabelnätet. Viktigare kanske dock är att konstatera att det dyraste alternativet för Västerås kommun – dubbelriktat nät med tvåvägsterminaler – också kan sägas ligga inom en rimlig kostnadsgräns: 800

kronor i inträdesavgift och 360 till 560 kronor i abonnentavgift. För Leksands del får man dock räkna med betydligt högre belopp.

Frågan är hur realistiska de här angivna kostnaderna är. Det kan bli betydligt *billigare* än vad som här beräknats. Teknologin på detta område är i snabb utveckling och det är troligt att man snart kan komma fram med nyare och billigare metoder än de idag aktuella. Investeringskostnaderna har också beräknats utan hänsyn till de vinster som televerket kan göra om en utbyggnad samordnas med nyanläggning eller renovering av telenätet.

Det kan också bli åtskilligt *dyrare*. I de angivna talen är enbart kostnaderna för nätet och driften av detta medtagna medan däremot programkostnaderna ligger utanför. Det är helt omöjligt att idag ange några summor för programproduktionen. Det beror på vilken kvalitet man önskar och vilken form programmen skall ges. Även under relativt blygsamma förhållanden är emellertid programproduktion dyr. Det visar erfarenheter både från Sverige och från utlandet.

Sammanfattningsvis skall sägas att det finns en lång rad osäkra faktorer vid bedömningen av det troliga i en utbyggnad av bredbandsnätet. Det finns mycket som kan göra en utbyggnad attraktiv. Det är breddningen av programutbudet och möjligheten att sända lokala och regionala program. Det är framför allt alla de kommunikationsmöjligheter som ett system med hemterminaler skulle innebära.

Det finns också åtskilligt som gör att man kan uttala stark skepsis mot en satsning på bredbandsnät. Investeringarna och de framtida kostnaderna skulle bli mycket stora. Man skulle tvingas att prioritera tätorterna framför glesbygden. De vinster som står att göra och de risker som finns med utbyggda bredbandsnät kombinerade med datasystem är svåra att idag precisera.

Det finns således åtskilliga osäkra faktorer som kräver ingående analys innan man kan ta ställning till frågan hur sannolik en utbyggnad av bredbandsnät skall anses vara. På en punkt är det dock möjligt att föra diskussionen vidare. Det gäller de försök som gjorts med lokal tv och som bör ge indikationer på i vilken utsträckning lokal tv kan vara attraktiv eller önskvärd.

12.1.4 *Experiment med lokal tv*

Erfarenheterna från lokal tv är inte särskilt omfattande. Man har vid utbyggnaden av tv överallt i världen inriktat verksamheten på att nå de stora publikerna och därmed har de lokala programmen kommit i andra hand. I USA och Kanada har man dock från myndigheternas sida i samband med utbyggnaden av bredbandsnät sökt uppmuntra till nya former av tv-sändningar. I Sverige gjorde man under våren och hösten 1974 ett försök med lokal tv i Kiruna. Detta finns redovisat i andra TRU-kommitténs betänkande Program för ljud och bild i utbildningen (SOU 1975:28) samt i en särskild rapport (DsU 1975:8). I intet fall har man prövat hur en lokal eller regional tv med återföring skulle fungera.

Grunden för kabel-tv-bolagens sändningar i USA och Kanada har varit

att man med kabelns hjälp kunde erbjuda bättre sändningskvalitet och ett rikare utbud av konventionella program. De rent lokala programmen som uppmuntras av myndigheterna har i allmänhet sänts mera pliktskyldigt och givits mycket små resurser. I Kanada finns idag ca 100 stationer med någon form av lokal tv-verksamhet. Några av dem arbetar med färg medan man i övrigt sänder i svart-vitt och under primitiva förhållanden.

Någon tillförlitlig undersökning av den lokala tv-verksamheten i Kanada har veterligen inte gjorts. Den statliga kontrollmyndigheten följer verksamheten men har inte systematiskt försökt utvärdera resultaten. De tittarsiffror de lokala stationerna når under kvällstid är så små att de knappast är mätbara med konventionella metoder. Vid andra tider på dygnet har man dock nått bättre resultat. Man anser också att man kunnat engagera tittarna på ett helt annat sätt än vad som är möjligt genom vanliga tv-sändningar riktade till en miljonpublik.

En målsättning för lokal tv har varit att söka "avdramatisera" tv-mediet. Man har önskat få vanligt folk att medverka på ett naturligt och meningsfullt sätt. Man har velat aktivera i stället för att passivisera. För den lokala tv:n har inte antalet tittare varit så väsentligt. Däremot har man lagt stor vikt vid aktiviteten hos dem som sett programmen och det gensvar man nått.

De försök som hittills gjorts med lokal tv i Kanada kan knappast ligga till grund för några beslut eller ens ståndpunktstaganden till frågan om kabel-tv i Sverige. Därtill är verksamheten alltför ringa och förhållandena alltför olikartade.

I Sverige har TRU tillsammans med Sveriges Radio och Kiruna kommun gjort ett experiment med enkelriktad lokal tv i Kiruna. Även om det är av begränsad omfattning kan det dock tjäna som grund för vissa diskussioner.

Utgångspunkten för den s. k. kabelvisionen i Kiruna var att man skulle söka pröva en ny form av tv. Man skulle arbeta med ett minimum av professionellt tv-folk och i stället söka få medverkan från olika organisationer och enskilda tittare. Kiruna valdes som experimentområde på grund av att det där dels fanns ett bredbandsnät till vilket ca 1 800 hushåll var anslutna (efter viss utbyggnad nådde man 2 300 hushåll), dels fanns ett intresse från Kiruna kommun för lokal tv-verksamhet. Bredbandsnätet ägs av LKAB och har anlagts för distribution av program från finsk tv. Experimentet pågick i två perioder – den ena fyra månader våren 1974 och den andra fyra månader vintern 1974.

Kiruna kan knappast anses representativt för det stora flertalet orter i landet. Strukturen på det område där experimentet pågick var också speciell; det beboddes huvudsakligen av anställda vid LKAB. Massmediesituationen i Kiruna är avvikande eftersom det inte finns någon daglig tidning som ges ut på orten och regiontidningarna inte kommer fram förrän efter 10.00. Försöksperioden var kort och detta utgör ytterligare ett skäl till varför man skall vara försiktig med generaliseringar från erfarenheterna av kabelvisionen i Kiruna.

12.1.5 *Resultat från kabelvisionen i Kiruna*

Målsättningen för kabelvisionen i Kiruna överensstämmer i väsentliga stycken med den för "community channels" i Kanada. I det program som antogs inför experimentet hette det att man ville skapa ett alternativ till det rikstäckande programmet. Man ville undersöka förutsättningarna för en aktiv, samhällsbevakande journalistik i lokal tv. Väsentligt var att invånarna inte bara skulle bli passiva mottagare utan också aktivt kunna påverka och delta i programmen.

Flera av de krav som uppställdes på kabelvisionen överensstämmer med de uppgifter som pressutredningen diskuterat för massmedierna i kapitel 6. Man betonar vikten av att informationen inte bara går från sändare till mottagare utan att också mottagaren ges möjlighet att komma till tals. Man lägger stor vikt vid granskarfunktionen.

Den fasta personalstyrkan i Kiruna bestod under första perioden av tio personer bl. a. två tv-producenter, två programtekniska medarbetare, två kameramän, en redaktör/programledare och en stationschef, tillika programutgivare. Under andra perioden minskades personalstyrkan och rekryterades huvudsakligen från orten.

Det är självklart att den lilla gruppen medarbetare inte kunde åstadkomma ett tv-utbud som på något sätt var jämförbart med Sveriges Radios. Man hade i princip två sändningar per vecka under kvällstid. Under första försöksperioden gjorde man 42 originalsändningar med en sammanlagd programlängd av knappt 35 timmar. De programkategorier som dominerade var "lokal samhällsinformation" och ämnen som behandlade "hem och skola". Renodlade nyhetsprogram förekom inte.

Vilket mottagande gav då publiken de olika programmen? I tabell 12.3 anges resultaten av en tittarmätning utförd av Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning (PUB).

Tabell 12.3 Andel av de intervjuade som uppgav sig titta på den lokala televisionens kvällssändingar (%).

Ser på lokal tv	Totalt	Ålder					Utbildning		
		9–14	15–24	25–44	45–64	65–79	Låg	Mellan	Hög
"Varje kväll + nästan varje kväll de sänds"	21	17	15	23	24	20	27	19	9
"Då och då"	38	64	32	35	36	32	35	33	38
"Mer sällan + aldrig"	41	19	53	41	41	48	38	48	54
Summa procent	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Källa: Madeleine Kleberg, Kabel-tv-försök i Kiruna (SR/PUB 123/73).

Erfarenheterna från olika publik- och läsundersökningar säger att sådana program eller artiklar som har lokal anknytning i allmänhet når höga värden. Det kan då anses anmärkningsvärt att en stor del av de tillfrågade "aldrig" eller "mera sällan" tog del av kabelvisionens program. Ser man till den konkurrens som attraktiva och professionellt gjorda riksprogram trots allt måste utgöra får dock resultaten anses tillfreds-

ställande. Intressant är att man i hög grad nådde lågutbildade men här avviker man inte från riks-tv.

Ser man till de enskilda programmen är det klart att de verkligen nådde fram till en relativt stor publik.

Tabell 12.4 Lokal-tv-programmens publikandel.

Dag	Program	Tidpunkt		
		19.30	21.00	11.00
Tisdagen den 5 mars	Debattprogram inför det fackliga valet i Gruv 12:an, längd 1 tim 40 min	18 %	ej sändning	1 %
Torsdagen den 7 mars	Presentation av Jakt- och fiskevårdsförening m m, längd 42 min	11 %	3 %	2 %
Tisdagen den 7 maj	Program om skolan av idag, längd 1 tim 35 min	19 %	ej sändning	3 %
Torsdagen den 9 maj	Program om mobbning i skolorna, längd 1 tim 20 min	17 %	2 %	3 %

Källa: Madeleine Kleberg, Kabel-tv-försök i Kiruna. (SR/PUB 123/73).

De program det här är fråga om sändes samtidigt som mycket populära riksprogram av typ Onedinlinjen och Fleksnes fataliteter. Trots detta valde en stor grupp tittare den lokala informationen och debatten.

Under den andra försöksperioden gjorde man från kabelvisionens sida systematiska försök att engagera olika typer av organisationer i tv-verksamheten. Ett antal program gjordes också direkt av organisationerna. Från detta experiment finns inte någon utvärdering tillgänglig men resultatet var gott så tillvida att man kunde åstadkomma ett utbud med lokal anknytning som i hög grad avvek från de vanliga tv-sändningarna i rikskanalerna. Samarbetet med organisationerna gav positiva erfarenheter.

Sammanfattningsvis kan sägas att den lokala tv:n såsom den utvecklats vid de många små stationerna i Kanada och experimentet i Kiruna syftar till att utveckla tv-formen. Man har med mycket blygsamma resurser och en begränsad professionell personal sökt få till stånd en aktivering och en kommunikation mellan sändare och mottagare.

Det är för tidigt att säga i vilken mån den lokala tv:n kan fånga uppmärksamheten efter det att den förlorat nyhetens behag. Ansatserna är dock tillräckligt intressanta för att man skall kunna notera dem som viktiga experiment. Samtidigt måste emellertid betonas att den lokala tv:n inte är alternativ till dagspress eller riks-tv utan måste ses som komplement till dessa medieformer. Den väsentliga frågan kring lokal tv är om den kan skapa möjligheter till egen aktivitet från tittarna och till medverkan från organisationer och andra grupper som ej är möjlig varken inom den vanliga tv:ns eller pressens ram. Denna fråga är ännu ej besvarad.

12.1.6 *Utveckling av eterburen tv*

Ovan har diskuterats frågan om en eventuell utbyggnad av tv genom anläggningen av bredbandsnät. Självklart finns det också utvecklingsmöjligheter inom eterburen tv även om antalet kanaler där är starkt begränsat och inga möjligheter finns till återföring.

Regionala nyhetssändningar i tv har förekommit på prov under ett par år. Från tre distrikt sänds regionala nyhetssändningar fem dagar i veckan. Trots att de endast är på tio minuter visar olika undersökningar att de nått relativt höga tittarsiffror. Våren 1975 sågs syd-nytt i genomsnitt av 15 % och västnytt av 9 %. Pressutredningens undersökningar visar också på en hög uppskattning av dessa program.

Det är idag svårt att ha en uppfattning om i vilken utsträckning de regionala programmen kommer att öka. Några direkta planer på en utbyggnad tycks inte finnas idag. I valet mellan lokal-radio och regional-tv har statsmakterna tills vidare stannat inför den förra. Detta torde innebära att regional tv knappast kan få väsentligt ökat utrymme under den närmaste femårsperioden.

En annan utvecklingsmöjlighet inom det eterburna systemet är att öka det *nordiska tv-utbytet* genom en tredje kanal. Saken har diskuterats inom en kommitté i Nordiska Rådet och har uppenbarligen förespråkare i samtliga nordiska länder. För en sådan anordning talar förutom allmänna nordiska skäl också att flera skulle få dela på de betungande programkostnaderna. Man skulle genom ett systematiskt utbyte inom en särskild kanal ha möjlighet att öka utbudet till rimliga kostnader.

Ytterligare en utvecklingsmöjlighet är *satellitsystem*. Satelliterna kan i tv-sammanhang utnyttjas på tre sätt:

1. Satelliten används för att förmedla tv-signaler mellan två markstationer. Denna metod används i det dagliga tv-arbetet då det gäller t. ex. nyhetsförmedling.
2. Satelliten används för att förmedla signaler mellan å ena sidan en markstation och å andra sidan ett antal bredbandsnät.
3. Satelliten används för att förmedla signaler från en markstation till enskilda tv-apparater.

Det är de två senare fallen som skulle kunna innebära stora förändringar i mediesituationen. Det andra förutsätter bredbandsnät och torde därför inte bli aktuellt för landsomfattande sändningar under den närmaste tioårsperioden. Från teknisk och ekonomisk synvinkel är det möjligt att ta i bruk system av typ 3 under början av 1980-talet. Med hänsyn bl. a. till att omfattande politiska och juridiska problem är förknippade med denna sändningsmetod torde dock inte heller det tredje fallet bli en realitet inom den närmaste tioårsperioden.

I debatten brukar ofta vidgat utbyte per satelit, där det t. ex. blir möjligt för amerikanska sändare att täcka länder på andra kontinenter, betecknas som en synnerligen genomgripande förändring på tv-området. Man kan dock diskutera om satellitsändningar ens i denna form kommer att betyda så mycket för ett land som Sverige. Det är endast vissa

program av framför allt underhållningskaraktär som kan locka större tittargrupper. De stora amerikanska bolagen har inte möjlighet att producera program med den viktiga lokalanknytningen.

Ceefax – text-tv

En av tv:s svagheter är den brist på valmöjligheter som ges. Tittaren måste passa tv:s tider och kan inte själv avgöra när han skall se på programmen. En möjlighet att öka valmöjligheten inom det konventionella systemets ram och till begränsade kostnader innebär s. k. ceefax – här benämnd *text-tv*. Idén bygger på "stående tv-sidor" i en vanlig tv-apparat. Man kan bläddra sig igenom "sidorna" med hjälp av en speciell manöveranordning. För mottagning av informationen krävs en tillsats till den vanliga tv-apparaten. Tillsatsen består huvudsakligen av en minnesenhet och en textgenerator och beräknas kosta ca 600 kronor. (Tekniskt fungerar systemet så att informationen kodas digitalt och överförs på lediga linjer under det vertikala släckintervallet i tv-signalen.)

Systemet kan användas för överföring av all möjlig information i form av textsidor som återges på tv-skärmen. Det kan vara nyheter, väderleksutsikter, trafikinformation, nöjesprogram m. m. Vidare kan det användas för överföring av texter till det vanliga tv-programmet. Varje tittare kan således själv bestämma om man vill ha ett program textat eller ej.

För den abonnent som köpt den speciella tillsatsen blir det möjligt att på ett enkelt sätt ta in den "sida" som önskas. Man kan få de senaste nyhetstelegrammen eller väderleksutsikterna för ett visst område. Man kan få börsnoteringar eller sportresultat. Sändningen omfattar i princip enbart text men det är också möjligt att överföra enklare diagram.

Systemet med text-tv är billigt och enkelt. Sändningen kan ske från en redaktion med uppgift att ständigt hålla informationen aktuell. Tittaren kan vid vilken tidpunkt som helst välja önskad information och har också möjlighet att bestämma hur lång tid den skall exponeras.

Text-tv kan sägas gripa in just på det område där tidningarna hittills varit unika. Den ger läsaren valfrihet vad gäller innehåll, exponeringstid och tidpunkt för konsumtionen. Men det är framför allt korta telegrammeddelanden och notiser som kan förmedlas på detta sätt. Det är svårare att tänka sig analyser och opinionsbildande stoff i text-tv.

Text-tv befinner sig fortfarande på experimentstadiet. Det har dock provats bl. a. av BBC med stor framgång de senaste två åren. Det är mycket troligt att Sverige snart får liknande försök och det är tänkbart att text-tv blir en realitet inom den närmaste femårsperioden.

12.1.7 *Tv och dagspressen på morgondagens massmediemarknad*

En bedömning av tv:s roll på morgondagens massmediemarknad och tv:s effekter på dagspressen bör utgå från den inverkan som tv hittills haft på pressen. Trots de stora förändringar av medievanor som tv medfört har dagspresskonsumtionen inte minskat. Däremot kan kvällstabloidens framgångar sättas i samband med tv:s expansion. Det har också skett stora förändringar i tidningarnas redigering och innehåll. I ett läge då tv och

radio ofta är snabbare med nyheter än andra medier blir det viktigt för tidningarna att framhäva kommentarerna och bakgrundsartiklarna.

I jämförelse med den utveckling som tv genomgått de senaste decennierna ter sig de förändringar som är att vänta inom den närmaste tioårsperioden relativt måttfulla. Man kan inte vänta en hastig utbyggnad av bredbandsnäten. Kostnaderna är så stora och fördelarna så osäkra att i den mån kabel-tv över huvud taget blir en realitet i Sverige kan man räkna med en långsam utveckling.

Det är inte heller troligt att en lokal tv snabbt skulle kunna ta över tidningarnas funktioner. Sannolikare är att de lokala programmen kommer att konkurrera med riksprogrammen i tv. Rätt använd skulle säkerligen en lokal tv med återföringsmöjligheter kunna förbättra kommunikationen i samhället. Den skulle kunna bli ett viktigt komplement både till nuvarande tv-program och till tidningar och tidskrifter. Men det är svårt att se att den lokala tv:n skulle kunna ersätta dessa medier.

Det finns dock andra utvecklingsmöjligheter för tv än genom bredbandsnät och lokal tv. Den regionala eterburna televisionen kan byggas ut. Satellitsändningar kan göra det möjligt att på ett annat sätt än hittills ta emot andra länders program. Det nordiska utbytet kan komma att öka. Man kan också tänka sig längre tv-sändningar i redan existerande kanaler. Det torde finnas önskemål om nyhetssändingar med kommentarer både på morgonen och vid lunchtid.

De effekter som en breddning av utbudet i tv kommer att få torde närmast vara att jämföra med den effekt som införandet av en andra kanal fick. Tittarna valde mera selektivt och den samlade tittartiden påverkades inte nämnvärt. Några effekter på tidningsmarknaden har inte kunnat spåras.

Text-tv är en ny tv-form. Den kan ge tittaren snabb information inom ett antal intressanta sektorer. Den kan därigenom bli ett alternativ till tv:s och radions vanliga nyhetssändningar. Däremot kan de korta meddelanden som ryms inom text-tv:s ram knappast innebära en konkurrens på tidningsmarknaden så länge reklammeddelanden och därmed likställd information ej tillåts.

Det finns förvisso en lång rad osäkra faktorer när man skall bedöma tv:s framtid. Det är en svår uppgift att fastställa vilka möjligheter dagspressen har att i ett *längre* perspektiv hävda sig gentemot olika nya former av selektiva massmedier. I ett *kortare* perspektiv – dvs. inom den närmaste tioårsperioden – synes det dock klart att tv knappast kan hota vare sig annons- eller läsarmarknaderna för tidningarna.

12.2 Videogram

12.2.1 *Inledning*

Videogram är den gemensamma beteckningen för olika typer av inspelningar av rörlig bild och ljud på videoband, på öppna spolar eller i kassetter, eller på bildskivor. Videogram är således en motsvarighet till fonogram som är samlingsnamnet för olika typer av inspelningar av ljud.

De senaste tio åren har ett stort antal videokassettsystem konstruerats och på senare tid också marknadsförts. Olika företag har lancerat olika system med vilka man sökt erövra marknaden. Försök till standardisering har ej kommit särskilt långt; det är i många fall omöjligt att använda samma videogram till apparater med olika märken. En rad ansatser har dock gjorts för att få apparater "konvertibla". Kassettsystemet VCR (Video Cassette Recording) har utvecklats av Philips. Apparatur för detta system tillverkas emellertid på licens också av ett dussintal andra elektronikföretag bl. a. AEG-Telefunken och Grundig. VCR-systemet har f. n. sin största marknad i Europa. Kassettsystemet U-matic har utvecklats och marknadsförs av det japanska elektronikföretaget Sony. Systemet har sina största marknader i Japan och USA.

Under 1970-talet har *bildskivan* tilldragit sig stor uppmärksamhet och höga förväntningar. Enligt många bedömare blir videogrammet ett massmedium först när man fått fram en billig och praktisk bildskiva till vilken man kan erbjuda attraktiva program.

I det följande skall dagsläget på videogramsektorn kortfattat beskrivas. En diskussion skall också föras om videogrammens eventuella inverkan på tidningsmarknaden.

12.2.2 *Videogrammarknaden*

I TRU:s betänkande (SOU 1975:28, s. 394) sammanfattas de fördelar som *videokassetterna* kan sägas ha i jämförelse med andra tekniker.

- ☐ Videokassettspelaren är lätthanterlig. Kassetten kan stoppas, spelas tillbaka, repeteras, plockas ut när som helst vid uppspelningen.
- ☐ Programmen kan spelas upp när som helst (inget beroende av etersändningstider, AV-centralens öppettider eller särskild maskinist).
- ☐ Ingen speciell anpassad visningscentral behövs; lokalen behöver inte mörkläggas.

Det finns således många praktiska fördelar med videokassetter. Trots detta och trots stora förhoppningar i motsatt riktning har kassetterna inte fått någon stor marknad i Sverige ännu. Det sammanlagda antalet apparater i hushåll, i företag och på institutioner torde våren 1975 uppgå till drygt 7 000. Bedömare anser att det krävs ungefär det dubbla innan marknaden kan motivera större ansträngningar på programsidan.

De institutioner som hittills satsat mest på videokassetter är sjukhus, skolor och bibliotek. Kommunförbundet och Landstingsförbundet har visat ett stort intresse för tekniken och anser att den har stora utvecklingsmöjligheter inom undervisning, sjukvård och fortbildning.

Under senaste året har ett stort antal fartyg utrustats med videokassettspelare. Målsättningen är att samtliga fartyg anslutna till Svenska Redareföreningen skall förses med sådana. Fartygen skall få program av aktualitetskaraktär från Sveriges Radio och dessutom skall ett stort antal långfilmer distribueras.

Programproduktionen har hittills dominerats av ämnen med anslutning

till undervisning och underhållning. Det har producerats utbildningspaket för läkare, tekniker, lärare och fritidsstuderande. Från TRU:s sida har gjorts olika experiment för att fastställa de möjligheter som finns att utnyttja kassetterna i undervisning och grupparbete. Inom olika delar av näringslivet har man också gjort program för utbildning, information och reklam.

På underhållningssidan finns de stora resurserna hos film- och tv-bolagen. Man reproducerar gamla långfilmer och nya underhållningsprogram. Man specialtillverkar också program för videokassetter.

Vad gäller *bildskivan* råder det en kapplöpning mellan olika företag att så snabbt som möjligt få fram en billig och praktisk lösning. Våren 1975 har den s. k. Ted-skivan, vilken är resultatet av ett samarbete mellan Telefunken och Decca, introducerats på marknaden. Philips och MCA uppger att man 1976 börjar marknadsföra ett annat bildskivesystem.

Det är svårt att ange vid vilken tidpunkt bildskivan verkligen blir en faktor att räkna med. En större marknad kan den knappast nå förrän om ca fem år. Ett av huvudskälen är att det ännu inte finns ett programutbud som är lämpat för bildskiva. Men då bildskivan en gång kan lanceras på allvar – med en billig och enkel uppspelningsutrustning och ett tilltalande programutbud – kommer den säkerligen att bli överlägsen kassetten.

12.2.3 *Videogrammen och pressen*

Det är tämligen säkert att videogrammen kommer att spela en stor roll på morgondagens massmediemarknad. Frågan är *när* de kommer att slå igenom på allvar och *vilken* roll de kommer att spela.

Underhållnings- och utbildningssektorerna brukar nämnas som självklara. Man kan anta att här kommer att finnas ett stort utbud från våld och pornografi till högklassiga undervisningsprogram. Ett speciellt problem har olika former av reklam att erbjuda. En särskild utredning studerar f. n. denna fråga (Utredningen om reklam i videogram Ju 1974:14).

För pressutredningen är det väsentligt att bedöma om videogrammen kommer att få någon betydelse på de områden som hittills varit dagstidningarnas. Det är svårt att föreställa sig att videogrammen ens inom en tioårsperiod skulle kunna överta någon del av tidningarnas nyhetsförmedlande och granskande funktioner. De kommer framför allt att spela en stor roll som komplement och kommer då i första hand att utgöra en konkurrens till televisionen. På sikt kan möjligen också veckopressen komma att känna av en konkurrens från videogrammen.

Frågan om vilken omfattning reklam i videogram kan få är än svårare att ta ställning till. Firmor kan uppträda som sponsors till underhållningsprogram och liknande men omfattningen av verksamheten är givetvis beroende av utvecklingen på videogrammarknaden i dess helhet.

Den utredning som arbetar med reklamen i videogrammen har till uppgift att kartlägga denna och föreslå eventuella former av begränsningar av reklaminsatserna. Risken för att tidningarna genom videogram-

men skulle få en ny och svår konkurrent om riksannonserna tycks vara mycket liten.

12.3 Ljudradion

12.3.1 *Inledning*

Perioden närmast efter andra världskriget brukar betecknas som ljudradions "guldålder". Det var då man nådde de största lyssnarskarorna med de flesta programmen. Radion intog en central plats i familjelivet och den började spela en alltmer framträdande roll för nyhetsförmedlingen.

Efter kriget byggde radion upp en egen nyhetsorganisation och under 1950-talet skedde en stark utveckling med ökat antal nyhetssändningar och flera kommenterande program. Därmed hade radion kommit in på områden som tidigare varit mer eller mindre exklusiva för pressen. Radion är idag det snabbaste nyhetsmediet. Den har ett mycket omfattande utbud av nyhets- och aktualitetsprogram.

Det är uppenbart att utvecklingen av radion liksom av tv har påverkat tidningarna. Men det är också tydligt att radion inte har kunnat ersätta tidningarna men väl komplettera dem. Tidningarna har fått anpassa sig efter den nya situationen och uppenbarligen lyckats med detta. En utvecklingslinje som med all säkerhet hänger samman med den nya mediesituationen har noterats tidigare (kapitel 7). Det gäller tidningarnas minskade utrymme åt riks- och utrikesmaterial vilket torde vara en följd av den omfattande rapportering som sker i radio och tv. De regionala och lokala tidningarna ägnar i stället allt större utrymme åt lokalt och regionalt material.

Den utveckling som här framför allt skall uppmärksammas gäller den ökade satsningen på program med geografiskt begränsade målgrupper. Under 1960-talet har det skett en utveckling av regionalradion. Under 1975 har beslutats om en väsentlig utbyggnad av lokalradion. Denna kan ses som ett led i den utveckling som ägt rum de senaste årtiondena. Lokalradion kommer dock att innebära en betydligt större satsning än hittills från etermediets sida på ett område där tidningarna hittills har varit ensamma.

I detta avsnitt skall framför allt det experiment som Sveriges Radio gjorde med lokalradio våren 1973 behandlas. Försöket blev föremål för en omfattande utvärdering och här skall kortfattat redovisas vissa av resultaten. De kan ge en uppfattning om den betydelse lokalradion kan komma att spela på massmediemarknaden[1].

[1] Försöket är hittills redovisat i följande rapporter:

Madeleine Kleberg, Lokalradioförsöket 1973. Delrapport 1: Undersökningens uppläggning; försöksområdenas struktur; allmänhetens inställning till lokalradio. SR/PUB 157/72:1.

Arenbro, Ewa. Lokalradioförsöket 1973. Delrapport 2: Lokalradions publik, mars 1973. SR/PUB 157/72:2.

12.3.2 *Lokalradioförsöket 1973*

Sveriges Radio startade våren 1973 ett försök med lokala radiosändningar på tre orter i landet: Kiruna, Jönköping och Halmstad. Försöket började 1 februari och avslutades 15 juni. Ett huvudsyfte var att Sveriges Radio skulle ges erfarenheter av lokalradioverksamhet, bl. a. med tanke på det förslag som 1969 års radioutredning väntades avge.

Sändningstiden från lokalradiostationerna skulle omfatta ca 4–5 timmar vardagar och något kortare tid lördagar och söndagar. Den största delen av sändningstiden skulle förläggas till ett sändningsblock mellan 06.00 och 09.30. Hållpunkter i programblocken skulle utgöras av nyhetssändningar vilka skulle sändas varje "kvart över". Vissa av riksradions ekosändningar skulle ingå i lokalradioutbudet.

Programmen i lokalradion skulle utöver nyhetssändningar innehålla såväl informativt som underhållande stoff av lokalt intresse. Lätt musik skulle utgöra 40–50 % av sändningstiden. Lokalradiocheferna skulle ha rätt att gå in med lokala sändningar även vid andra tider än de som fastställts i sändningsschemat.

Lokalradion hänvisades till program 3. Detta innebar att man i vissa delar av försöksområdena inte skulle kunna lyssna till det riksproducerade P3-programmet medan man i andra hade möjlighet att välja.

Den lokalradio som prövades våren 1973 skiljer sig på vissa punkter från den beslutade lokalradion. Sändningstiden 1973 var längre än den kommer bli inom lokalradion där man från varje station skall sända mellan 10 och 15 timmar i veckan. Den beslutade lokalradion kommer också att stå i ett annat förhållande till Sveriges Radio. Den kommer att drivas av ett dotterföretag till Sveriges Radio: Sveriges Lokalradio. Personalstyrkan på respektive stationer blir däremot ungefär densamma som under försökstiden eller i genomsnitt 14 personer. Målsättningen kommer också att vara likartad. Sändningarna skall omfatta framför allt lokala nyheter, opinionsspeglande program och annan information. Man hoppas att man på detta sätt avsevärt skall kunna öka samhällsinformationen (prop 1975:13).

Redovisningen av lokalradioförsöket kommer i det följande att delas på tre avdelningar. Först diskuteras innehållet i lokalradion utifrån en innehållsanalys av såväl radioprogram som tidningsinnehåll. Därefter redogörs för journalisternas syn på lokalradioverksamheten och slutligen redovisas publikens reaktioner.

Westrell, Claes. Lokalradioförsöket 1973. Delrapport 3: Lokalradiomedarbetarnas syn på lokalradion. SR/PUB 157/72:3.

Weibull, Lennart. Lokalradioförsöket 1973. Delrapport 4: Innehållsanalys. En preliminär redovisning. SR/PUB 157/72:4.

Kleberg, M & Holmlöf, P G. Några tidningsjournalisters syn på lokalradio. SR/PUB 157/72:5.

12.3.3 *Lokalradions innehåll*

En av de viktigaste uppgifterna vid analysen av lokalradioinnehållet var att fastställa i vilken utsträckning detta överensstämde med de regionala och lokala tidningarnas. Innehållet i lokalradiosändningarna jämfördes således med innehållet i de tidningar som utkom i de aktuella regionerna.

Den relativt långa programtid som stod lokalradion till buds innehöll såväl regionalt stoff som riks- och utrikesmaterial. Det är självklart att det senare inte dominerade och man kan konstatera att volymmässigt innebar lokalradion ett högst väsentligt tillskott vad gäller lokal och regional information. Den hade dock betydligt mindre lokal bevakning än tidningarna.

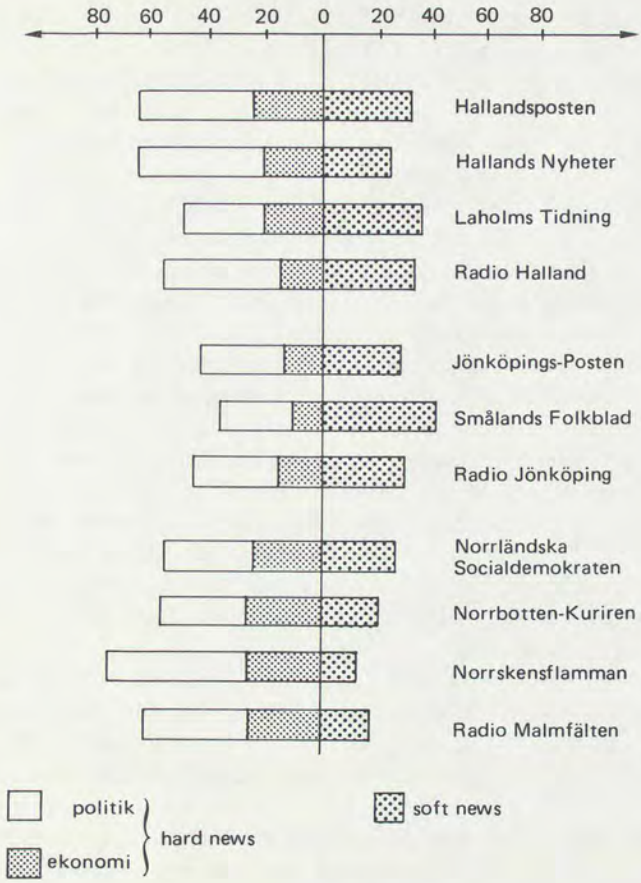
Det fanns vissa olikheter mellan de tre sändarna och det skedde förändringar under försöksperioden. Ett exempel på detta är att Radio Halland bevakade hela sitt län medan Radio Jönköping mera var en kanal enbart för Jönköpingsområdet. I Radio Malmfälten intog Kiruna en central plats men en omfattande bevakning ägde också rum av Jokkmokk och Gällivare.

Den typ av material som samtliga lokalradiostationer främst satsade på var det lokala *reportagematerialet*. Man försökte utnyttja mediet där man var unik. Man kunde fånga röster och miljöer på ett sätt som inte varit möjligt för tidningarna. Ser man till det rent opinionsbildande materialet i form av kommentarer, debatter och insändare fanns det skillnader mellan de tre sändarna men alla tre hade ett begränsat utbud på dessa områden.

En viktig fråga var om lokalradion skulle kunna ta upp *nya* ämnesområden till behandling. Skulle tidigare vita fält bli kartlagda genom nyheter, reportage och debatter i lokalradion? Det är svårt att genom innehållsanalyser fastställa i vilken utsträckning lokalradion kunde fylla de förväntningar som funnits från många håll. Det tycks dock som om lokalradion väsentligen haft samma bevakningsområden som tidningarna. De ca 15 lokalradiomedarbetare som fanns på respektive station hade små möjligheter att inom den korta tid som stod försöket till buds komma med några större nyheter på informationsområdet. Samma ämnen och händelser återkommer både i radion och i tidningarna.

I diskussionen kring lokalradion har funnits en oro för att den i alltför hög grad skulle prioritera lättare material. Den skulle blanda skvalmusik med firarprogram och frågeprogram. Det är inte någon tvekan om att lokalradiosändningarna i hög utsträckning – bl. a. på grund av de begränsade resurser som stod stationerna till buds – var hänvisade till lätt musik och studioprat. Men till bilden hör också att det förekom betydande andelar reportage, nyheter och kommentarer.

I innehållsanalysen har gjorts en jämförelse av hur man fördelade nyhets- och kommentarmaterial i tidningar respektive lokalradio på "soft" och "hard news". Med "soft news" förstås material behandlande idrott, fritid, olyckor, brott osv., medan "hard news" är politik, ekonomi och kultur. Resultatet av analysen en vecka i mars 1973 redovisas i figur 12.1.



Figur 12.1 Innehållet i de lokala medierna uppdelat efter "hard news" och "soft news".

Källa: Lennart Weibull. Lokalradioförsöket: Innehållsanalysen (PUB 157/72).

Man kan först konstatera att diagrammet med ett par undantag visar en jämn fördelning mellan "soft" och "hard news" vad gäller tidningarna. De variationer som förekommer kan bero på tillfälligheter. Skillnaden mellan Smålands Folkblad och Norrlandsflamman synes dock så stor att den återspeglar olikartad redaktionell policy. Ser man på de tre lokalradiosändarna är också dessa sinsemellan lika och fördelningen överensstämmer även med tidningarna. Dessa resultat styrks av en senare mätning som gjordes i maj 1973.

I behandlingen av nyhets- och kommentarmaterialet är lokalradiosändarna lika seriösa som tidningarna. De ägnade inte något större utrymme åt lättare nyheter. Farhågorna om att lokalradiosändningarna skulle innehålla alltför lätt stoff tycks på denna punkt ha varit överdriven.

En av huvuduppgifterna för lokalradioförsöket var att undersöka i vilken utsträckning det gick att förbättra samhällsinformationen inom ett bestämt område genom att kraftigt öka radiosändningarna. Det är ur alla synpunkter svårt att genom mätningar ge svar på en sådan fråga. Ett indicium på hur man lyckats ger dock de innehållsmätningar som visar hur olika "aktörer" och grupper kommer fram i de olika medierna.

Myndigheter av olika slag tycks ha haft lättare att komma fram i lokalradion än i tidningarna. Alla tre lokalradiostationerna får högre värden för myndigheterna än de jämförbara tidningarna. Mest myndighetsstoff fanns i Radio Halland medan Radio Malmfälten hade minst. Vad gäller *organisationerna* råder motsatt förhållande. Här ligger lokalradion klart under dagspressen. En av förklaringarna till detta är att lokalradion ej har de mötesreferat som är vanliga i dagspressen.

En speciell undersökning gjordes av hur olika partier hade möjlighet att komma fram i tidningar och lokalradio. Det skall först sägas att *direkta* omnämnanden eller framträdanden av politiska partier är sällsynta i både tidningar och lokalradio, dock mera sällsynta i lokalradion. Ser man till de omnämnanden som gjorts finns en klar tendens att tidningarna gynnar det parti som står dem närmast. Under de båda perioderna som undersökningarna gjorts finns det endast två undantag från denna regel.

Resultaten av undersökningen tyder på att lokalradiostationerna löst problemet med opartisk behandling – vilken man enligt radioavtalet är skyldig att iaktta – genom att undvika att behandla partier. Man har ytterst få direkta omnämnanden av partier och av aktionsgrupper av olika slag.

Sammanfattningsvis kan konstateras att innehållet i lokalradion i väsentliga delar överensstämmer med det i regiontidningarna. Många av medarbetarna i radion hade tidigare erfarenheter från dagspressen och det är ganska naturligt att man övertog värderingarna från pressen. Den planeringstid som stod lokalradiosändarna till buds var också mycket begränsad.

De skillnader som finns är framför allt att radion har mera reportage och mindre kommentar och debatt. Radion har också mindre av traditionella mötesreferat. Anmärkningsvärt är lokalradions låga andel av material från partier och höga andel från myndigheter av olika slag.

Det är omöjligt att utifrån den korta försöksperioden och med utgångspunkt från utbudet med bestämdhet konstatera i vilken utsträckning lokalradion förbättrat kommunikationssituationen i de samhällen den verkade. Det är dock tydligt att man haft en betydande andel seriöst material och att man sökt utnyttja mediets specifika möjligheter att spegla olika händelser i samhället.

12.3.4 *Journalisternas syn på lokalradion*

Vid undersökningarna av lokalradioförsöket ingick även studier av olika journalistgruppers syn på och erfarenheter av den lokala massmediesituationen och lokalradions möjligheter att förbättra denna. Man gjorde

enkäter med tidningsjournalister och lokalradiojournalister som var verksamma på de tre orterna.

På frågan vilka *funktioner* som journalisterna ansåg vara viktiga för lokalradion var enstämmigheten stor. Den främsta uppgiften var helt enkelt att ge nyheter om lokala händelser. I övrigt var det de sociala funktionerna som man gärna framhöll: lokalradion kunde fungera bra som sällskap och ge möjlighet till avkoppling. Från journalisthåll var man mera skeptisk till lokalradions möjligheter att aktivera, engagera och skapa opinion.

Jämför man vad olika journalistgrupper efter experimentet ansåg om tidningar respektive lokalradio fanns det – som man kunnat vänta – klara skillnader. Tidningsjournalisterna betonade framför allt radions förströelse- och avkopplingsfunktioner medan de menade att tidningarna hade mera seriösa och informativa uppgifter. De journalister som arbetade på lokalradion hade en annan uppfattning om det egna mediet. De såg inte så stora skillnader mellan radio och tidningar och ansåg att båda hade viktiga informativa funktioner.

Det är intressant att ställa samman de svar som journalisterna ger på frågan hur lokalradion egentligen fungerade med resultatet från den tidigare redovisade innehållsanalysen. Båda grupperna är tillfredsställda med lokalradions sätt att *informera om lokala händelser*. Däremot ansåg de inte att lokalradion lyckades så bra med att kritiskt bevaka den lokala politiken. Man aktiverade inte medborgarna till debatt.

Undersökningarna visar att man från journalisternas sida ansåg att lokalradion framför allt fungerade som en "utgående" kanal för beslutande myndigheter. Från tidningsjournalisterna betonade man att nyheterna visserligen var snabbare i radio men att de fick en ytlig behandling. Lokalradiomedarbetarna var mera positiva: de ansåg att lokalradion bör ha givit ökade kunskaper om den lokala miljön. Ingendera gruppen ansåg dock att lokalradion kunnat ersätta pressen – möjligen komplettera den.

12.3.5 *Publiken och lokalradion*

Hur reagerade då publiken inför den nya formen av radio? I vilken utsträckning lyssnade man och vad tyckte man om sändningarna?

Olika undersökningar gjordes av publikreaktionerna. Vid tre olika tidpunkter fick representativa urval på de tre orterna i dagböcker redovisa sin mediekonsumtion. Dagböckerna kompletterades med telefonintervjuer.

Förhandsinställningen till lokalradion var genomgående positiv. De tillfrågade var i januari väl informerade om vad som komma skulle. Man trodde också att man skulle föredra lokalradion framför P1 och P2. I förhållande till melodiradion var man dock mera tveksam: ungefär lika många trodde att de skulle lyssna på lokalradion som på P3.

I tabell 12.5 anges svaren på frågan hur ofta respondenten "brukar lyssna" på lokalradiosändningar (majundersökningen). Mer än hälften svarade att de dagligen tog del av lokalradion och omkring 20 % "flera gånger i veckan". Det är endast 10 % som aldrig lyssnat på lokalradion.

Tabell 12.5 Andel av de intervjuade som uppgav sig lyssna till lokalradiosändningarna (%).

Lyssnar	Jönköping	Halland	Malmfälten
Dagligen	53	58	53
Flera gånger i veckan	21	18	22
En gång i veckan	7	4	7
Mer sällan	6	8	10
Har aldrig lyssnat	13	12	8
Summa procent	100	100	100

Källa: Madeleine Kleberg; Lokalradioförsöket 1973. Delrapport 1. (SR/PUB 157/72:1).

Man kan konstatera att lokalradion nådde en stor publik. Samma tendenser återkommer i en rad olika undersökningar. I de fall där lyssnarna hade möjlighet att välja mellan P3 och lokalradion föredrog en majoritet den senare.

Jämför man det sammanlagda lyssnandet på lokalradion och P3 tycks detta inte ha avvikit i någon större utsträckning från det normala P3-lyssnandet på morgnarna. De som brukar lyssna på P3 lyssnade således också på lokalradion. Det visar sig också att lokalradiopubliken vad avser sammansättningen till kön, ålder och utbildning i stort sett är densamma som melodiradions.

Vad ansåg då lyssnarna om nyhetsförmedlingen i lokalradion om man jämförde den med lokaltidningarnas? Det framgick av innehållsanalysen att man knappast kan spåra några markanta skillnader i nyhetsvärderingen mellan radio och tidningar. Det är också klart att tidningarna får plats med betydligt mera stoff än lokalradion. Mot denna bakgrund är det knappast överraskande att en stor majoritet av lyssnare ansåg att tidningarna var överlägsna lokalradion vad gäller nyhetsförmedling.

Det finns dock intressanta skillnader mellan de olika försöksområdena. I Kiruna utkommer inte någon lokal tidning utan orten täcks av regiontidningarna Norrländska Socialdemokraten, Norrskensflamman och Norrbottens-Kuriren. Inom malmfältsområdet kom uppenbarligen lokalradion att spela en större roll än i övriga områden. 28 % av de tillfrågade malmfältsborna ansåg att de fick mer nyheter om den egna orten från Radio Malmfälten än från länstidningen. I Hallands och Jönköpings län var motsvarande siffror 18 respektive 12 %.

Skillnaderna mellan malmfälten och de två andra områdena tyder på att lokalradion i en region med svagare tidningspress kan spela en betydande roll för den lokala nyhetsförmedlingen.

Vid utvärderingen av lokalradion har också gjorts jämförelser mellan tidningskonsumtion, radiolyssnande och tv-tittande. Det visar sig att de som tar del av nyheter och det mer informativa utbudet i radio tenderar att göra så även i tv och tidningar. De som söker utbud av mera avkopplande och underhållande karaktär i radio gör så i samtliga massmedier. De redan väl informerade söker således mer information medan de mindre väl informerade snarast undviker denna.[1]

[1] Madeleine Kleberg: Hur människorna använder press och etermedier. (Föredrag vid TU:s forskningskonferens 22–23 oktober 1974 i Malmö).

Om man inte ser till nyhets- och informationsutbudet i stort utan till det material som har lokal anknytning blir bilden delvis en annan. Tidningarnas ortsnyheter samlar läsare också bland de grupper som i övrigt undviker det tyngre materialet. Det var också bland dessa som lokalradion rekryterade sin publik under försöket. En bidragande orsak till att man nådde dessa torde ha varit att man sände i P3 under morgontid.

Det man söker i ett medium söker man också i ett annat. Det är möjligt att det lokala materialets attraktivitet, sändningstiden och kanalen kan göra att man kommer att nå en stor publik med ett lokalt material. Det finns förutsättningar för att lokalradioutbudet och tidningarnas ortsnyheter skall kunna komplettera varande och därmed förbättra den lokala informationen.

12.3.6 *Lokalradion i framtiden*

Den lokalradio som skall börja fungera våren 1977 kommer att delvis avvika från den som prövades våren 1973. Sändningstiden blir mera begränsad och lokalradion kommer att få en mera självständig ställning till Sveriges Radio. Bemanningen på stationerna kommer att bli ungefär lika stor som under försöket men journalisterna kommer få mera tid till genomarbetning av materialet eftersom sändningstiden är kortare.

Experimentet med lokalradio visade att man kunde nå stora lyssnargrupper med ett omfattande lokalt material. Erfarenheterna kan därigenom sägas vara relativt positiva. Tidningar och lokalradio kan på ett intressant sätt komplettera varandra och därmed kan den lokala informationen förbättras.

En huvudfråga för pressutredningen är vilken inverkan lokalradion kommer att få på tidningarnas upplagemarknad. I den mån utbudet och lyssnarnas reaktioner kommer att överensstämma med vad som kunnat konstateras av lokalradioförsöket finns det knappast anledning att tro att läget för tidningarna skulle förändras på något genomgripande sätt. Lokalradion kommer visserligen att till stor del uppmärksamma liknande händelser och områden som tidningarna. Den kommer att nå samma publik. Men detta betyder säkerligen inte att man gör tidningarna överflödiga. Tvärtom kan man öka intresset för det lokala och regionala materialet.

Lokalradion kommer således inte att inom den närmaste tioårsperioden kunna ersätta tidningarna eller överta några av deras viktiga funktioner. Därtill är dess utbud alltför begränsat och alltför svårfångat för stora lyssnargrupper. Lokalradioredaktionerna kan däremot erbjuda tidningsredaktionerna en stimulerande tävlan. Speciellt viktig kommer denna nya konkurrens att bli i orter med lokala tidningsmonopol. En förutsättning är dock att lokalradion kommer att lägga tonvikten på ett seriöst och informativt material.

12.4 Tidningen på morgondagens massmediemarknad

Två frågeställningar har stått i centrum i detta kapitel. Det har gällt om utvecklingen på massmedieområdet skulle kunna medföra sådana förändringar att efterfrågan på tidningar kan förväntas minska. Dessutom har diskuterats om andra medier helt eller delvis skulle kunna ta över någon eller några av de funktioner som för närvarande fullgörs av dagspressen.

I detta avsnitt skall föras en sammanfattande diskussion om vilken ställning tidningarna kommer att inta på massmediemarknaden under den kommande tioårsperioden. Det sker mot bakgrund av de olika analyser som gjorts tidigare i betänkandet – framför allt i kapitlen 2, 8 och 9.

Tidningarna har att arbeta på två marknader och deras ställning är självklart beroende på hur de kan hävda sig på dessa båda. Här behandlas först upplagemarknaden och därefter annonsmarknaden.

12.4.1 *Upplagemarknaden*

Hittills har dagspressen klarat konkurrensen från andra medier mycket bra trots att dessa andra medier haft mycket stora framgångar. Etermedierna har förändrat massmedievanorna radikalt men detta har inte gjort tidningarna överflödiga. Den totala dagspressupplagan har tvärtom ökat och det finns inte några tecken som tyder på att tidningarnas betydelse minskat.

Inom tidningsgruppen har dock skett betydande förändringar. Ett stort antal tidningar har lagts ner. Morgontidningsgruppen har i stort sett en konstant upplaga.[1] Storstädernas kvällstidningar har haft stora framgångar fram till 1970, men de har därefter stagnerat i upplaga. Storstädernas morgontidningar har som grupp minskat sin upplaga utanför storstadsregionerna. De stora förändringarna inom storstadspressen synes dock främst bero på nedläggningarna av de delvis rikssprida tidningarna Stockholms-Tidningen, Ny Tid, Svenska Morgonbladet och Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning.

Totalt sett har dagspressen inte kunnat hålla jämna steg med hushållsutvecklingen. Inom branschen hävdas, att tidningsköp i unga hushåll minskat. Pressutredningen vill framhålla att om detta är riktigt så är självfallet en verksamhet som syftar till att redan i skolåldern göra eleverna förtrogna med tidningarnas innehåll och deras funktioner i samhället av presspolitiskt värde. Utredningen kan dock inte uttala sig om de pedagogiska aspekterna på skolöverstyrelsens och Svenska Tidningsutgivareföreningens projekt Tidningen i skolan.

Tidningskonsumtionen i Sverige är internationellt sett mycket hög. Morgontidningarna når i stort sett samtliga hushåll i landet. Det finns dock en variation mellan olika regioner. Så summerar t. ex. Dagens Nyheters och Svenska Dagbladets täckningstal i Stockholm inte till mer än ca 75 % av hushållen. På andra håll förekommer en omfattande dubbelläsning. För morgontidningarna måste frågan vara om dessa också under den

[1] Observeras bör att landsortspressen som totalgrupp under de senaste fyra åren visat en klart positiv upplageutveckling.

kommande tioårsperioden skall kunna hålla sin ställning eller om upplagorna kommer att minska. De förändringar som skulle kunna påverka tidningsköpandet och tidningsläsningen kan vara både ändrade levnadsvanor och nya konkurrerande medier.

Det är svårt att precisera vad den allmänna utvecklingen i samhället kommer att innebära för tidningsläsningen. Det väsentliga i detta sammanhang torde dock vara att det inte finns något som entydigt pekar mot att tidningarna skulle få svårare att hävda sig i konkurrensen med människors andra intressen. De effekter som ökad fritid och större rörlighet på arbetsmarknaden kommer att få för tidningarnas del torde vara begränsade.

Ser man till utvecklingen inom övriga delar av massmediesektorn har denna behandlats tidigare i kapitlet. Det har kunnat konstateras att de förändringar som är att vänta torde vara relativt små i jämförelse med dem som ägt rum under de gångna decennierna.

Den *lokala tv:n* som blir möjlig genom anläggandet av bredbandsnät torde inte på mycket lång tid bli en realitet för det stora flertalet i Sverige. Man kan förutskicka en vidgad experimentverksamhet och möjligen en utbyggnad på vissa områden men detta kommer knappast att få återverkningar på pressen.

1975 års riksdag har beslutat om en utbyggnad av *lokalradion*. Detta innebär att inom en femårsperiod kommer utbudet av regionalt och lokalt stoff att öka avsevärt. Radion kommer att kunna erbjuda konkurrens med tidningarna där dessa tidigare varit mer eller mindre exklusiva.

Säkerligen kommer lokalradion att nå mycket stora grupper lyssnare och den kommer att få en stor betydelse för kommunikationen i samhället. Detta behöver dock inte betyda att tidningarna görs mer eller mindre överflödiga. De båda medieformerna har förutsättningar att kunna komplettera varandra. Det är möjligt att lokalradion kommer att öka intresset för tidningarnas lokala och regionala nyhetsförmedling och kommentarer.

Ser man till *videogrammen* är det svårare att förutskicka vad dessa kommer att innebära för pressen. Det är troligt att videogrammarknaden kommer att expandera kraftigt under den närmaste tioårsperioden. Mindre troligt är dock att detta kommer att få några konsekvenser för dagspressen. I stället får en sådan expansion troligen följdverkningar för det reguljära tv-tittandet. Kanske kan den också medföra konkurrens för veckopressen och kvällstidningarna.

När det gäller bedömningen av upplagemarknaden för den här aktuella tidsperioden tycks således knappast utvecklingen av nya medier komma att få några allvarligare konsekvenser för dagspressen. Frågan är om det *inom* tidningsbranschen finns tendenser som kan få negativa återverkningar på upplagemarknaden.

Ett av skälen till att dagspressen i Sverige kunnat vara så framgångsrik på upplagesidan torde vara att tidningarna varit förhållandevis billiga. Annonsörerna har belastats med större delen av tidningens kostnader.

Frågan om hur priskänsliga tidningarna är har varit livligt diskuterad.

Det är i dag inte möjligt att ge ett entydigt svar på hur stora prishöjningar som tidningarna kan göra utan att det återverkar på upplagan. Den stagnation som kvällstidningarna fått uppleva de senaste åren sätts ibland i samband med de höjda priserna. Det är möjligt att de lösnummerförsålda tidningarna är mera priskänsliga än de abonnerade.

Grafiska kommitten har genomfört vissa analyser av tidningarnas priskänslighet. Dessa är dock inte användbara i pressutredningens analys då de enbart avser dagspressen i dess helhet utan nedbrytning på olika tidningsgrupper. Frågan om tidningskonsumtionens priskänslighet bör utgöra ett angeläget fält för framtida forskning. Speciellt gäller detta med tanke på branschens ur presspolitisk synvinkel angelägna strävan att öka upplageintäkternas andel av totalintäkterna.

Pressen är en relativt löneintensiv bransch. Den kommer utan tvivel att vara utsatt för betydande kostnadsökningar också i framtiden. Hittills har det för flertalet tidningar varit möjligt att täcka dessa med intäkter från upplage- och annonsmarknaderna. Något allmänt köpmotstånd från morgontidningarnas köpare har inte kunnat registreras.

Högtäckningstidningarna är prisledande. Det finns inte några tecken på att dessa inte också i framtiden skulle kunna få in de intäkter som krävs för driften. De ekonomiska analyser som pressutredningen låtit utföra visar inte att läget för denna typ av tidningar skulle ha försämrats.

För lågtäckningstidningarna är läget annorlunda. De möjligheter dessa har att i fortsättningen klara sin utgivning är beroende av de statliga produktionsbidragen. I den mån dessa skulle reduceras (i absoluta tal eller relativt sett) finns inte några möjligheter att kompensera detta genom att ta ut motsvarande intäkter från marknaden. Lågtäckningstidningarna kan inte heller på samma sätt som högtäckningstidningarna kompensera de ökade kostnaderna genom prishöjningar. Det är därför naturligt att räkna med fortsatta höjningar av produktionsbidragen.

För både hög- och lågtäckningstidningar gäller att mycket tyder på att de har rationaliseringsvinster att göra på den tekniska sidan. Situationen skiljer sig naturligtvis åt mellan enskilda tidningar. Grafiska kommittens studier pekar dock mot att rationaliseringsutrymmet är större på stora tidningar än på små. Detta bör tolkas som att välbärgade tidningsföretag har större potentiella rationaliseringsvinster att göra än tidningsföretag med ekonomiska problem. De senare har under lång tid fått bedriva en intensiv kostnadsjakt.

Det är mindre troligt att den traditionella morgontidningsmarknaden i Sverige skall kunna expandera i någon större utsträckning. Konsumtionen (=läsningen) av morgontidningar är redan så hög att den knappast kan öka. Eventuellt skulle *tidningsköpen* i vissa yngre hushåll kunna bli större.

För kvällstidningarna är det heller inte uteslutet att de skall kunna erövra nya marknader. Det finns fortfarande regioner i Sverige där kvällstidningsläsningen relativt sett är låg och där den således skulle kunna höjas. Den större gruppen kvällstidningsläsare köper inte tidningen *varje* dag och det finns också här ett expansionsutrymme. Det tycks i flera avseenden finnas ett potentionellt utrymme för expansion av kvälls-

tidningarnas marknad på ett annat sätt än vad som är fallet för morgontidningarna.

En typ av tidningar som kunnat notera vissa upplageframgångar under senare år är fådagarstidningarna. De utgör komplement till flerdagarstidningarna och vissa av dem fyller som sådana en viktig funktion för opinionsbildningen. Det är uppenbart att det vid sidan om den traditionella dagstidningsmarknaden finns behov av komplement. De kan inom en begränsad kostnadsram betyda mycket för opinionsbildningen.

12.4.2 *Annonsmarknaden*

Den större delen av dagspressens intäkter kommer från annonsmarknaden. Det är möjligt att upplageintäkternas relativa betydelse kommer att öka ännu påtagligare på sikt men även om så sker kommer annonsintäkter att spela en avgörande roll för dagspressens ekonomi. Dagspressen kommer således även i framtiden att vara beroende av hur väl den lyckas hävda sin ställning på reklammarknaden.

Dagspressens annonser brukar traditionellt delas in i fyra huvudkategorier: märkesvaruannonser, lokal annonsering, platsannonser samt meddelanden och familjeannonser. Inom storstadspressen utgör märkesvaruannonseringen inemot 50 % av det totala annonsvärdet, lokalannonserna 30 %, platsannonserna ca 15 % och meddelande- och familjeannonserna drygt 5 %. Inom landsortspressen faller största andelen av annonsintäkterna på lokalannonseringen (ca 45 %). Märkesvaruannonseringens andel är ca 40 %, meddelanden om familjeannonser ca 10 % och platsannonser ca 5 %. Fördelningen är således inte helt lika för de två pressgrupperna. (Reklam III. SOU 1973:10).

Pressutredningens undersökningar av pressens funktioner visar att annonser med lokal anknytning har mycket högt läsvärde. Eftertextannonserna och de lokala affärsannonserna hör till de mest lästa innehållskategorierna i en tidning. Det betyder att denna typ av annonser är mycket värdefullt stoff för tidningen.

Dagspressen har fått ökad konkurrens från andra medier både vad gäller märkesvaruannonseringen och lokalannonseringen. Däremot är konkurrensen inte så stor för platsannonser samt meddelande- och familjeannonser. Inom *märkesvaruannonseringen* har vissa omfördelningar som berör dagspressen inträffat sedan början av 1960-talet. Enligt Reklamstatistik AB har märkesvaruannonseringen förskjutits från främst populärpressen men även från storstädernas morgontidningar till i första hand landsortspressen och i andra hand kvällstidningarna. För populärpressen är denna utveckling mycket allvarlig eftersom annonseringen i denna typ av tidningar nästan helt utgörs av märkesvaruannonser. För storstädernas morgontidningar är den mindre kännbar eftersom märkesvaruannonseringens andel endast uppgår till 50 % av de totala annonsintäkterna.

Inom *lokalannonseringen* har dagspressen mött konkurrens från lokala annonsblad. Gratisdistriburerade tidningar har inom begränsade geografiska områden uppträtt som lågprisalternativ eller högtäckningsalterna-

tiv till den etablerade dagspressen. Konkurrensen kan vara besvärande men generellt sett måste dagspressen bedömas ha möjligheter att framgångsrikt kunna konkurrera med annonsbladen.

Totalt sett synes alltså utvecklingen på märkesvaruannonseringens område vara till de abonnerade tidningarnas fördel. Vad gäller lokalannonserna kan annonsbladen utgöra ett hot. Dagstidningarna torde dock alltmänt sett kunna hävda på den lokala marknaden.

Det statistiska underlaget för att bedöma dagspressens ställning på *den totala reklammarknaden* är inte tillräckligt detaljerat. De beräkningar som gjorts dels av Tidningsstatistik AB, dels av reklamutredningen pekar på att pressreklamens andel av de totala reklamkostnaderna uppgår till omkring 50 % men att andelen tenderar att sjunka något. I dessa totala reklamkostnader ingår såväl kommersiell som icke kommersiell reklam. Frågan är om några ytterligare förändringar är att vänta.

Ser man till trycksaksreklamen, det näst största reklammediet, har denna en andel på 20–25 % och uppvisar en positiv trend i utvecklingen. Denna kan delvis förklaras med att direktdistribuerade trycksaker börjar användas i stället för eller som komplement till dagspressannonseringen. Men ökningen av trycksaksreklamen kan också bero på att den totala reklammarknaden ökar. Trycksaksreklamen kan väntas öka något men det behöver inte påverka dagspressen i någon större utsträckning.

För dagspressens del är det främst ett ökat bruk av trycksaksreklam direkt till hushållen som kan få återverkningar för tidningarna. Utvecklingen på detta område återspeglas i den statistik som postverket publicerar angående mass- och gruppkorsbandsförsändelserna. Sedan slutet av 1960-talet har masskorsbandsvolymen ökat med ca 5 % per år och gruppkorsbanden med ca 10 % per år.

Vid bedömningen av den framtida konkurrensen från direktreklamen mot dagspressen måste givetvis hänsyn tas till allmänhetens inställning. I dag är detta ett tämligen outforskat fält. Man kan dock utgå från att attityden till direktreklam påverkas av mängden reklamförsändelser. Det är rimligt att anta att direktreklamen är mera känslig för volymökningar än dagspressreklamen. En alltför snabb utveckling av direktreklamen kommer förmodligen att påverka allmänhetens inställning till denna typ av reklam i negativ riktning.

Av stor betydelse är självklart också om dagspressen har att vänta konkurrens från nya reklammedier som tv, radio, videogram osv. Radion och televisionen skulle genom den stora potentiella hushållstäckningen kunna bli mycket attraktiva reklamkanaler för främst märkesvaruannonser. Detta skulle radikalt förändra situationen för pressen men i dag synes inte detta hot vara aktuellt.

Det är i dag omöjligt att med säkerhet bedöma i vilken utsträckning informationen i den beslutade lokalradion kommer att påverka den lokala annonseringen. För den händelse den offentliga annonseringen inte utvecklas på det sätt man kunnat förvänta genom att lokalradion sänder meddelanden som i och för sig har kungörelsekaraktär kan detta dock självfallet påverka den totala lokala annonseringen i negativ riktning. Pressutredningen förutsätter, i likhet med vad som anfördes i proposi-

tionen om lokalradion (prop. 1975:13 s. 82–83), att man även i fråga om lokalradion kommer att tillämpa den praxis som innebär att samhällsinformation av detta slag genom etermedierna utgör ett komplement till och inte en ersättning för dagspressannonsering.

I någon mån kan dagspressens annonsintäkter också påverkas negativt av myndigheternas planer på att begränsa reklam för vissa varor. Reklamförbud för sprit och tobak kan vålla vissa intäktsminskningar. Detsamma kan bli effekten av åtgärder i syfte att begränsa reklamvolymen i vissa reklamintensiva branscher eller motverka lockprissystemet.

12.4.3 *Sammanfattning*

Dagspressens möjligheter att hävda sig på upplage- och annonsmarknaderna under den närmaste tioårsperioden synes generellt sett goda. De förändringar på massmediemarknaden som är att vänta är säkerligen mindre omfattande än de som ägt rum under de senaste tioårsperioderna. Konkurrensen från andra medier kommer dock möjligen att bli något starkare än för närvarande.

Tidningarna kommer sannolikt att få vidkännas betydande kostnadshöjningar också i framtiden. Större delen av dagspressföretagen har dock en sådan ekonomisk ställning att utvecklingen inte kan antas medföra några större problem. Dessa företag har hittills kunnat anpassa sig efter nya konkurrenslägen och det finns ingen anledning att tro att de inte skall kunna göra det också i fortsättningen.

Lågtäckningstidningarna är beroende av bidrag från framför allt staten. Detta behov kommer inte att minska i framtiden. Produktionsbidragen är det pris som statsmakterna måste betala för att kunna vidmakthålla en viss valfrihet för medborgarna på tidningsmarknaden.

Tidningsmarknaden har de senaste åren kännetecknats av brist på nyetableringar. Som tidigare visats (kapitel 7) finns det angelägna funktioner som inte fylls tillfredsställande. Det finns således ett behov av olika typer av komplement till de stora heltäckande tidningarna. Det är dock svårt att i dag bedöma i vilken mån man kan hoppas på etableringar av nya typer av tidningar.

13 Pressutredningens förslag

Pressutredningen har haft till uppgift att dels pröva redan existerande presstödjande åtgärder, dels undersöka möjligheterna att stimulera till ökad samverkan inom branschen. Utredningen skall göra detta mot bakgrunden av en precisering av målen för den statliga presspolitiken.

I detta kapitel framläggs en rad olika förslag till presstödjande åtgärder. Dessa bygger på den grund som redan existerande presstöd utgör. Pressutredningen föreslår dock ett antal förändringar i detta för att nå de uppställda målen.

Pressutredningen har givit ut tre rapportdelar, vilka tillsammans med detta betänkande utgör den analys som utredningen ansett vara nödvändig som en grund för förslagen. Rapporterna behandlar presstödet, tidningssamverkan och pressens funktioner i samhället. I detta betänkande har utredningen också givit sin syn på tidningarna, presstödet och marknadsutvecklingen. Här ges vissa sammanfattande synpunkter men då det gäller analyser och bakgrundsmaterial hänvisas i huvudsak till rapportdelarna och den tidigare betänkandetexten.

Kapitlet är uppdelat så att först ges förutsättningarna för de olika presstödjande åtgärderna; principerna för den statliga presstödspolitiken preciseras. Därefter presenteras i skilda avsnitt de olika förslagen: produktionsbidrag, etableringsstöd, utvecklingsbidrag, samdistributionsrabatt, samverkansbidrag, lånefond och presstödsnämnden. Slutligen görs en beräkning av kostnaderna för de olika förslagen.

13.1 Presspolitisk målsättning

Trots att det skett mycket stora förändringar på massmediemarknaden synes pressen ej ha förlorat i betydelse. Radio, tv och tidskrifter har inte kunnat överta de viktiga funktioner som upprätthålls av dagspressen. Denna har kunnat behålla sin attraktionsförmåga och har således ej blivit mindre angelägen för medborgarna. Tidningar är lättillgängliga: man läser vad man vill, när man vill och på vilken plats man vill.

Ett av resultaten från undersökningarna av pressens funktioner är de många beläggen för tidningarnas politiska roll. Tidningarna fungerar politiskt för stora grupper av medborgare. Det opinionsbildande och seriösa stoffet – i form av t. ex. ledare, nyhets- och reportagematerial –

upptar en stor del av tidningarnas innehåll. Det visar sig också att det har många läsare.

För organisationer, politiker och samhällsintresserade medborgare är pressen speciellt viktig. Dessa grupper prioriterar pressen i förhållande till andra medier.

Undersökningarna ger således belägg för pressens stora vikt. Men det framgår också att det finns ett missnöje med den typ av mediesituation som i dag råder på många platser i landet.

Den omfattande koncentrationen på tidningsmarknaden har inte i första hand orsakats av prioriteringar från läsarnas sida. Det är främst annonsörernas val av tidning som varit avgörande för om en tidning skall kunna överleva. Tidningar med i absoluta tal många läsare och obestridd betydelse har fått läggas ner utan att nya organ kommit i deras ställe. Stora organisationer och folkrörelser har förlorat sina främsta kommunikationsmedel på grund av att deras tidningar inte varit annonsattraktiva nog.

En av anledningarna till det missnöje med rådande mediesituation som kommer till uttryck i undersökningsresultaten torde vara att söka i följderna av tidningsnedläggningarna. För närvarande förekommer konkurrens mellan flerdagarstidningar inom samma tidningsområde endast på 20 platser i landet. Inom övriga tidningsområden behärskar en enda tidning marknaden. Tidningskonkurrensen och därmed alternativen för läsarna har upphört.

Från flera kvarvarande tidningars sida har vidtagits åtgärder som varit avsedda att motverka de negativa effekterna av tidningsnedläggningarna. Man har på flera sätt, bl. a. genom debattsidor, försökt ge olika parter utrymme i tidningen.

Det har också ägt rum förändringar i mediestrukturen som bidragit till att mildra effekten av den tilltagande monopoliseringen. Kompletterande fådagarstidningar har haft vissa framgångar och tidskrifterna synes ha fått en större betydelse. Utbyggnaden av radions lokala och regionala bevakning har också haft positiva effekter.

Trots dessa åtgärder från tidningarnas sida och trots vissa nya medieformer är det uppenbart att tidningskoncentrationen är till men för en vital opinionsbildning och nyhetsförmedling. Den ensamma tidningen har större svårigheter att, på det begränsade utrymme som står till förfogande, tillfredsställa olika gruppers varierande intressen. Läsarna har inte någon möjlighet att ge uttryck för ett missnöje genom ett alternativt tidningsval.

Samtidigt som tidningarnas antal minskat har de kvarvarande tidningarna koncentrerats till allt färre ägare. Det finns – som framgår av kapitel 3 – starka tendenser till kedjebildning inom tidningsbranschen. Enskilda personer har makten över tidningar som dominerar stora regioner. Dagstidningsutgivning kan i dag inte främst betraktas som en privat angelägenhet för den som har ekonomiska resurser. Tidningarnas roll i samhället är så stor att tidningsutgivning måste ses som en viktig samhällsfunktion.

Tidningsnedläggningarna har fått negativa effekter på kommunika-

tionen i samhället. Tidningskonkurrens är att föredra framför monopol då konkurrensen ger läsarna alternativ på marknaden. I de fall där tidningsnedläggningarna redan lett till monopolartade situationer måste ansträngningar göras för att underlätta verksamheten för sådana medier som kompletterar de stora, dominerande tidningarna.

13.1.1 *Presstödet*

De ekonomiska och marknadsmässiga analyserna – sammanfattade i kapitlen 8 och 9 – visar att det inte finns ekonomiska förutsättningar för att upprätthålla tidningskonkurrens enbart med intäkter från marknaden. Annonsörerna utnyttjar i första hand de tidningar som har den bästa täckningen inom ett område. Även kostnadsutveckling och stordriftsfördelar leder till en fortgående koncentrationsprocess. Det skapas monopolliknande situationer och tidningskedjor.

Den metod som staten hittills använt för att hejda den ur presspolitisk synvinkel negativa utvecklingen har varit en rad indirekta och direkta stödåtgärder. Här behandlas det direkta presstödet, som pressutredningen haft till uppgift att utvärdera. Det omfattar tre stödformer och har haft följande effekter.

- *Produktionsbidragen* har på ett effektivt sätt kompenserat tidningar i svagare konkurrensställning för bristande intäkter.
- *Samdistributionsrabatten* har gjort att tidningar oberoende av ekonomisk styrka kunnat distribueras på lika villkor. Den har för branschen som helhet inneburit en rationalisering av distributionen men främst gagnat tidningar i underläge.
- *Pressens lånefond* har möjliggjort en teknisk upprustning av ett stort antal tidningsföretag. Den har främst bidragit till att även ekonomiskt svagare tidningar kunnat få en teknisk kvalitet i klass med de starkares.

Den samlade effekten av de direkta stödåtgärderna har varit att tidningsnedläggningarna kunnat hejdas och att därmed konkurrensen kunnat bibehållas på ett antal orter.

De olika stödformerna tas upp till ytterligare behandling senare i detta kapitel. Här skall endast konstateras att trots de omfattande insatserna från statens sida har situationen för de svagare tidningarna inte förbättras på ett sådant sätt att de i dag skulle kunna klara sig utan stöd. De är beroende av de intäktsförstärkningar som de olika bidragsformerna utgör. Även med de mest intensiva och yrkesskickliga insatser av ledning och personal inom tidningar i underläge är det uppenbart, att omfattande bidrag kommer att vara nödvändiga också i fortsättningen om en ytterligare monopolisering skall kunna undvikas. Marknadskrafterna verkar selektivt; de gynnar vissa grupper av tidningar och missgynnar andra. Detta gör att också presstödet i väsentlig mån måste vara selektivt.

13.1.2 *Pressens uppgifter*

Den utgångspunkt som pressutredningen ansett böra gälla vid formuleringen av den statliga presspolitiken har angivits i kapitel 6. Grunden måste utgöras av den roll pressen spelar i det demokratiska systemet. Massmedierna skall medverka till att förstärka och fördjupa den svenska demokratin. Det är naturligt att speciell hänsyn tas till de särdrag den svenska demokratin har: den representativa karaktären och organisationernas stora roll.

Fyra uppgifter anser utredningen särskilt åvila massmedierna:

1. Massmedierna bör ge den *information* som är nödvändig för att medborgarna skall kunna ta ställning i samhällsfrågor. Även de förtroendevalda bör genom massmedierna få löpande information om enskildas och organisationers uppfattningar i politiska frågor.
2. Massmedierna bör fristående eller som språkrör för organiserade samhällsintressen *kommentera* skeendet i samhället.
3. Massmedierna bör som allmänhetens företrädare *granska* den verksamhet som utövas av de inflytelserika i samhället.
4. Massmedierna bör främja en *kommunikation* inom och mellan politiska, fackliga och andra ideella grupper i samhället.

De här angivna fyra uppgifterna gäller massmedierna över huvud. Genom undersökningarna om pressens funktioner har den betydelse som tidningarna har för information, granskning, kommentar och gruppkommunikation grundligt kunnat dokumenteras. Tidningarna har inte kunnat ersättas av andra medier. Pressen fyller en rad angelägna uppgifter även utanför den politiska sektorn. Men det är de ovan anförda uppgifterna som i första hand motiverar en aktiv statlig presspolitik.

På orter som saknar tidning eller som har en enda dominerande tidning finns det risk för att *informationen* i samhällsfrågor skall fungera otillfredsställande. Etermedierna har inte kunnat ge någon fullgod ersättning. Det är tveksamt om de någonsin kommer att kunna göra det på det opinionsbildande området.

Rösterna i diskussionen mellan tidningarna har blivit allt färre. Detta har gjort att *kommentarerna* till olika samhällsföreteelser blivit torftigare. Speciellt hårt har den lokala debatten drabbats. De kvarvarande tidningarna har inte på ett avgörande sätt kunnat överta uppgiften från de nedlagda. Det finns en risk att monopoliseringen av tidningsmarknaden kan leda till monopolisering av opinionsbildningen.

Det är troligt att tidningarnas fortlöpande *granskning* av olika beslutande instanser blir lidande då en ort blir utan egen tidning. I de fall där den dominerande tidningen i en kommun är knuten till ett parti kan detta påverka granskningsfunktionen i begränsande riktning.

Politiska partier är nödvändiga för en fungerande demokrati. Partierna i Sverige är till väsentlig del beroende av tidningarna då det gäller att föra ut budskap och inhämta kunskap om opinioner och stämningar bland medlemmar och sympatisörer. Tidningsnedläggningarna utgör ett hot mot den form av *gruppkommunikation* som tidningarna erbjuder.

13.1.3 *Handlingsbegränsningar*

Ett presspolitiskt program bör utgå från de här sammanfattade bristerna i presstrukturen och från risken av en vidare utveckling i negativ riktning. Vid formuleringen av programmet måste dock också en rad olika hänsynstaganden tas. Pressutredningen vill peka på två slag av begränsningar: de presspolitiskt motiverade och de resursmässiga.

Ser man först till de presspolitiska begränsningarna finns det i det svenska samhället en lång tradition, redovisad i kapitel 4. Statens uppgift i ett frihetligt system har varit att garantera utgivarna rätt att utan inblandning utge tryckta skrifter. Det har ansetts som en självklar princip att staten i övrigt ej skulle ha något att göra med tidningar eller andra skrifter. Det skulle inte råda någon tvekan om pressens självständighet och tidningarnas rätt att utan inblandning granska myndigheter och politiska instanser.

Utvecklingen på tidningsmarknaden kan i viss mån sägas ha förändrat läget. Staten har tvingats tillgripa selektivt stödjande åtgärder för att förhindra en omfattande tidningsdöd. Dessa åtgärder har inte ansetts strida mot tryckfrihetsprincipen utan tvärtom befordra en allmän yttrandefrihet. Men det är självklart att det fordras stor försiktighet och synnerlig omsorg vid utformningen av presspolitiken. Presstödsprogrammet får inte skapa möjligheter till eller oro för ingrepp mot enskilda tidningar p. g. a. deras innehåll.

Presstödet och tryckfriheten

Det framgick av den diskussion som refererats i kapitel 5 att en debatt förts om presstödets förenlighet med bestämmelserna i tryckfrihetsförordningen. Denna debatt var särkilt intensiv vid införandet av produktionsbidragen 1971.

1967 års pressutredning lät i samband med förslaget om införande av samdistributionsrabatt och en statlig lånefond pröva dessa direkta stödformers förenlighet med gällande tryckfrihetslag. Betänkandet (SOU 1968:48) innehåller ett särskilt utlåtande av nuvarande hovrättslagmannen Erik Holmberg. Denne fann att de föreslagna direkta stödformerna ej kunde sägas vara i strid med tryckfrihetsbestämmelserna. Till samma slutsats kom de remissinstanser som yttrade sig över utredningsförslaget. Till dessa hörde bl. a. hovrätten över Skåne och Blekinge.

År 1971 föreslogs i propositioner dels skatt på annonser i dagstidningar och andra periodiska publikationer, dels ett statligt stöd till pressen i form av produktionsbidrag. Dessa förslag föranledde ett uttalande från konstitutionsutskottets (KU) sida beträffande de tryckfrihetsrättsliga aspekterna. Vad gäller presstödet konstaterades:

> Utskottet har vid sin bedömning av presstödet fäst avgörande vikt vid dess positiva syfte att vidmakthålla och vidga möjligheterna till en fri debatt och kan med denna utgångspunkt ej finna det föreslagna stödet oförenligt med TF:s bestämmelser. (KU i yttrande till skatteutskottet. SkU 1971:30)

I fråga om differentierade skatter kom utskottet till samma slutsats, dvs. att dessa ej kan betraktas som hinder i tryckfrihetsförordningens mening. Fyra reservanter i utskottet ifrågasatte dock om annonsskatten och presstödet stod i överensstämmelse med TF. Riksdagen biföll med stor majoritet utskottets förslag.

Massmedieutredningen (MMU) har i sitt betänkande (SOU 1975:49) uttalat sig i tryckfrihetsfrågan mot den här angivna bakgrunden. En enig utredning konstaterar:

Vad angår stödåtgärder från samhällets sida syftar dessa till att möjliggöra en bred yttrandefrihet och att motverka koncentrationstendenser till skada för yttrandefriheten. De ekonomiska svårigheter som massmedierna och kulturlivet överhuvud arbetar under har lett till att på senare tid åtskilliga stödåtgärder vidtagits och ytterligare är under förberedande. Sådana åtgärder är alltså i yttrandefrihetens intresse, och enligt MMU bör man därför se positivt på dem. Enligt MMU:s mening kan något hinder mot stödåtgärder av nu ifrågavarande slag inte anses följa av ett grundlagsstadgande om förbud mot hindrande åtgärder, även om för skilda delar av kulturlivet stödåtgärderna skulle bygga på ett visst kvalitetskrav. Det bör emellertid framhållas att dylika stödåtgärder inte får utformas eller tillämpas så, att de utgör ett ingrepp i den i en demokrati självklara rätten att framföra skilda åsikter.

Vad gäller skatter vill MMU påpeka, att det förhållandet att exempelvis olika slag av tidskrifter beläggs med olika skatt i och för sig inte är tillräckligt för att hinder skall anses föreligga för utgivning av de mera drabbade skrifterna. Ett hinder i grundlagens mening torde däremot kunna föreligga, om skatten når sådan höjd att den blir ett hot mot skriftens spridning.

Pressutredningen har med anledning av de tidigare prövningar som skett och med hänsyn till att inte några väsentligen nya former för presstöd föreslås inte funnit anledning att på nytt pröva frågan om presstödets förenlighet med TF. Den har ansett de uttalanden som tidigare gjorts av tryckfrihetsrättsliga experter, konstitutionsutskottet samt massmedieutredningen tillräckliga. Utredningen har – i likhet med massmedieutredningen – funnit att stödåtgärderna är i "yttrandefrihetens intresse".

Farhågor för ingrepp mot enskilda tidningar

Vid redogörelsen för debatten kring presspolitiken kunde konstateras att det finns vissa ideologiskt betingade skiljaktigheter i uppfattningarna. Hur djupgående dessa är kan diskuteras. Till viss del synes de ha jämnats ut med åren och kritiken mot det direkta presstödet är mindre häftig nu än tidigare.

I princip är det knappast någon som *önskar* ett statligt inflytande på pressens ekonomi. Det råder också enighet om att man på alla sätt bör begränsa de potentiella möjligheter till statliga ingrepp som varje presspolitisk åtgärd medför.

Kritikerna av presstödet har ofta utgått från situationer som skulle kunna tänkas inträffa i en framtid. Man fruktar att staten på ett diskriminerande sätt skulle utnyttja sina resurser i en krissituation. Ofta dras paralleller med förhållandena under andra världskriget och frågan ställs

vad som skulle ha hänt om staten då hade kunnat laborera med ett direkt presstöd.

Pressutredningen anser det självfallet av vikt att det statliga presstödet utformas på ett sådant sätt att det inte ens under krisförhållanden skall kunna utnyttjas av statsmakterna mot enskilda tidningar. Å andra sidan är det utredningens åsikt att oro för vad som kan inträffa vid hypotetiska krissituationer inte får vara ett avgörande hinder för statligt presstöd. Garantier mot begränsning av yttrandefriheten skapas enbart genom grundlagsbestämmelser. Förslag till förstärkningar av dessa har föreslagits av massmedieutredningen (SOU 1975:49) och är aktualiserade i 1973 års fri- och rättighetsutredning (Ju 1973:19).

Målet för den statliga presspolitiken skall således vara att statens påverkansmöjligheter begränsas så långt som möjligt. Stora krav måste därför ställas på reglernas utformning och på det organ som skall reglera presstödet. De presspolitiska åtgärderna får varken direkt eller indirekt syfta till att påverka tidningarnas redaktionella innehåll.

Resursmässig ram

Vid fastställandet av den statliga presspolitiken finns också en *resursmässig* ram. I direktiven för pressutredningen heter det att kostnaderna för de förslag som läggs fram i huvudsak bör täckas av de anslag som f. n. anvisas över budgeten till presstödjande åtgärder.

Detta innebär att utredningens möjligheter att föreslå nya kostnadskrävande åtgärder är begränsade. Det är en av orsakerna till att utredningen lagt särskild vikt vid att stimulera till samverkan mellan tidningsföretag. Samverkan i rationaliseringssyfte har enligt utredningens uppfattning både pressideologiska och resursmässiga fördelar. Under pressutredningens arbete har också från branschens sida visats ett betydande intresse för samverkansfrågor.

Vid konstruktionen av stödsystemet har pressutredningen även strävat efter att bidragen i så hög utsträckning som möjligt skall befordra god hushållning på tidningsföretagen. Det skall heller inte vara möjligt att manipulera reglerna. Vissa garantier mot sådan manipulation måste skapas men dessa bör utformas på ett sådant sätt att det inte finns någon risk för statlig inblandning i det redaktionella arbetet.

13.1.4 *Grunder för presspolitiken*

Då pressutredningen lägger fram ett förslag till handlingsprogram görs detta med det övergripande målet att vidmakthålla och om möjligt förbättra den kommunikation som sker genom tidningar. Ett representativt demokratiskt system kräver ett intensivt utbyte av idéer samt kunskap om olika opinioner. En förutsättning härför är en mångfald inom pressen. Tidningskoncentrationen får inte gå så långt att makten över tidningarna begränsas till några få – det må vara privatpersoner eller organisationer. Alla betydande meningsriktningar måste ha tillgång till organ där de kan framföra de egna budskapen och där det finns plats för

en intern debatt.

Målet för presspolitiken är således att det skall finnas en mångfald på tidningsmarknaden som ger läsarna valfrihet och skapar möjlighet för en allsidig debatt och opinionsbildning. I det följande skall ett antal konkreta åtgärder föreslås som är ägnade att förhindra tidningsnedläggningar och skapa möjligheter för en större rörlighet på marknaden.

Vid formulerandet av stödprogrammet har följande punkter varit vägledande för pressutredningen:

1. Konkurrens mellan tidningar på regionala marknader bör stimuleras. Två eller flera tidningar på en utgivningsort skapar förutsättningar för valfrihet åt läsarna.
2. I de fall då tidningskoncentrationen lett till monopol på den lokala marknaden måste presspolitiken stimulera till alternativ i form av kompletterande, monopolbrytande organ.
3. Kedjebildning och ägarkoncentration måste uppmärksammas. Ägarförhållandena inom tidningsmarknaden bör vara allmänt kända och det bör ske en fortlöpande registrering av förändringar inom ägarstrukturen.
4. Presspolitiken måste utformas så att det inte skapas möjligheter till eller oro för ingrepp gentemot enskilda tidningars innehåll.
5. Reglerna för de statliga åtgärderna skall vara lätt tillämpbara och så långt möjligt av automatiskt verkande karaktär.
6. Samverkan mellan tidningsföretag bör stimuleras. En sådan har uppenbara resursmässiga fördelar.
7. Det regelsystem som styr fördelningen av de statliga bidragen till pressen skall grundas på en analys av marknadsförhållandena och befordra god hushållning bland de tidningar som erhåller stöd.
8. Det statliga presstödet skall administreras av en nämnd med resurser att göra fortsatta analyser av branschen och enskilda marknadssituationer.

13.2 Produktionsbidrag

Produktionsbidragen till dagstidningar utgör det mest omfattande direkta stödet till dagspressen. År 1974 fördelade presstödsnämnden bidrag om sammanlagt 96,5 milj. kr. till 60 tidningar. En väsentlig del av pressutredningens arbete har använts till att analysera effekterna av detta stöd. Resultaten av undersökningarna är presenterade i rapportdelen Presstödet och tidningskonkurrensen (SOU 1974:102). Som grund för pressutredningens bedömningar ligger denna och de bokslutsanalyser som redovisas i bilaga 3. Utredningens bedömningar av tidningsmarknaden och tidningsekonomin finns preciserade i kapitlen 8 och 9.

Utredningens grundinställning är, att tidningar skall ges produktionsbidrag då det finns presspolitiska motiv för utgivningen men då de

marknadsmässiga förutsättningarna är otillräckliga.

Det har framgått av undersökningarna om pressens funktioner att den svenska dagspressen i sin helhet fyller en viktig roll i samhället. Tidningsnedläggningar och tidningskoncentration utgör ett hot mot en vital demokrati. Presspolitiskt finns det i princip motiv för stöd till samtliga dagstidningar. När det endast är en mindre del som får produktionsbidrag beror detta på att det stora flertalet tidningar har en sådan ställning att de genom intäkter från marknaden kan klara utgivningen. Det har hittills varit möjligt för dessa tidningar att kompensera kostnadsökningar med högre priser på abonnemang och annonser.

Vid konstruktionen av ett regelsystem för produktionsbidrag gäller det att fånga in den *grupp* tidningar som verkligen är i behov av hjälp. De företagna analyserna har visat att de tidningar som hittills fått bidrag också i allmänhet varit i behov av sådant. Utan de statliga produktionsbidragen hade en lång rad tidningar inte kunnat klara sin utgivning. Presstrukturen skulle idag sannolikt ha varit radikalt annorlunda om bidragen inte funnits.

Det finns för pressutredningen inte anledning att frångå principen med en selektiv stödform. Det är endast vissa tidningar som är i behov av hjälp. Utredningen vill också bibehålla ett regelsystem, där diskretionär prövning och bedömning i möjligaste mån undviks. *Inom det selektiva systemets ram skall automatiskt verkande regler gälla.*

Pressutredningen vill således inte föreslå några mera genomgripande förändringar i produktionsbidragssystemet. I det förslag som här presenteras är mål och grundprinciper desamma som tidigare. De erfarenheter som vunnits under de år som produktionsbidragen existerat gör dock att det finns anledning att göra vissa förändringar och justeringar i bidragsreglerna. Oklara definitioner och bestämmelser bör så långt som möjligt rensas bort. Bidragsreglerna skall ha en sådan utformning att de träffar den grupp av tidningar som är i behov av ekonomisk hjälp.

I det följande skall en rad punkter i regelsystemet för produktionsbidrag tas upp till behandling. I princip rör de första avsnitten *flerdagarstidningar*, d. v. s. tidningar med en periodicitet på mer än 3 nummer per vecka, och de senare *fådagarstidningar*, d. v. s. tidningar med en periodicitet på 1 till 3 nummer per vecka.

13.2.1 *Definition av tidning*

Enligt gällande regler avses med dagstidning "allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär, som normalt utkommer med minst ett nummer varje vecka och vars totalupplaga i huvudsak är abonnerad".

Pressutredningen anser att denna definition i huvudsak kan bibehållas. Det finns klara skillnader mellan fådagarstidningar – vilka i många fall tidigare varit flerdagarstidningar – och olika typer av tidskrifter. För presstödsnämnden synes inte heller gränsdragningen mellan dagstidningar och tidskrifter ha vållat några större svårigheter.

Gällande definition utesluter storstädernas kvällstidningar från produk-

tionsbidrag eftersom dessa inte är "i huvudsak abonnerade".

Pressutredningen föreslår ingen ändring i sak på denna punkt. Detta innebär dock inte att utredningen skulle anse kvällstidningar mindre betydelsefulla för opinionsbildningen och nyhetsförmedlingen än annan dagspress. De undersökningar som gjorts av pressens funktioner visar tvärtom på kvällspressens stora roll.

Kvällspressen har under de senaste decennierna fram till år 1970 varit den upplagemässigt mest framgångsrika pressgruppen. Kvällstidningarna har kommit att inta en allt mera framträdande plats på tidningsmarknaden och även blivit attraktiva som annonsorgan. Gruppen kvällstidningar har i allmänhet inte haft några ekonomiska problem utan kvällstidningsutgivningen har som regel varit lönsam. Det är av denna anledning som pressutredningen inte ansett det aktuellt att skapa ett stödsystem som också skulle kunna vara tillämpligt för kvällspressen.

Mot bakgrund av den roll som kvällspressen spelar kan det emellertid verka stötande att kvällstidningarna genom den nuvarande definitionen utesluts ur gruppen "dagstidningar." Definitionen bör därför fortsättningsvis få följande förkortade lydelse: "Med dagstidning avses allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär, som normalt utkommer med minst ett nummer varje vecka." I stället bör införas en bestämmelse av innebörd att endast dagstidning vars totalupplaga i huvudsak är abonnerad kan erhålla produktionsbidrag.

I ett läge då kvällstidningar skulle drabbas av sådana ekonomiska svårigheter att deras utgivning skulle hotas måste statsmakterna överväga vilka åtgärder som kan krävas. Utredningen har dock kommit fram till att gruppen kvällstidningar inte kommer att få några mera allvarliga ekonomiska problem inom en överblickbar framtid.

13.2.2 *Bidragskriterium*

Produktionsbidrag utgår idag till de dagstidningar som ej är störst på utgivningsorten, de s. k. andratidningarna. Tidigare pressutredningar har visat att en tidnings konkurrenssituation är av avgörande betydelse för dess möjligheter att hävda sig på annonsmarknaden. Den större tidningen inom ett spridningsområde har betydligt bättre möjligheter än den mindre att dra till sig olika slag av annonser.

Andratidningsbegreppet har inneburit stora fördelar vid utformningen av produktionsbidragen. Man träffar med hjälp av detta den stora gruppen av tidningar som är i behov av stöd. Det har också allmänt accepterats i debatten. Ändå vill pressutredningen ifrågasätta om det inte bör finnas ett ännu bättre kriterium på stödbehov än andratidningspositionen. Det finns flera skäl till varför man kan överväga att lämna andratidningsbegreppet som den grundläggande kvalifikationen för produktionsbidrag.

- ☐ Första- och andratidningsbegreppen har i debatten nära associerats till tidningarnas upplagor. Detta är mindre tillfredsställande eftersom det inte är totalupplagan utan *hushållstäckningen* – d. v. s. hur stor andel av hushållen tidningen når inom spridningsområdet – som är

grundläggande för en tidnings ekonomi. Det är tidningar med låg täckning inom sitt spridningsområde och därmed följande svag annonstillförsel som bör ges ekonomisk kompensation.

- Andratidningsbegreppet har använts oberoende av tidningarnas *periodicitet* och *spridningsområdets* storlek. Tidningar med endagsutgivning har betraktats som "andratidningar" till stora flerdagarstidningar (exempelvis har endagstidningen Västmanlands Folkblad ansetts vara "andratidning" till sexdagarstidningen Vestmanlands Läns Tidning). Detta är inte särskilt relevant eftersom tidningarna uppenbart opererar på skilda läsarmarknader.
  Det har också fått till följd att tidningar med begränsade spridningsområden blivit andratidningar till sådan med betydligt större spridning (exempelvis har lokaltidningen Norra Halland betraktats som andratidning till Göteborgs-Posten). Även i detta fall är det tydligt att tidningarna inte står i direkt konkurrensförhållande och att således andratidningsbegreppet är mindre lämpligt.
- De mest omdiskuterade fallen inom nuvarande bidragssystem har varit tidningar som fått bidrag enligt presstödskungörelsens § 17. Det har gällt förstatidningar med obetydliga skillnader i total upplaga i förhållande till respektive andratidning. I dessa fall har andratidningen givits fullt bidrag medan förstatidningen fått reducerade bidrag under hänvisning till att den haft samma svårigheter som en andratidning. Detta problem skall diskuteras närmare nedan (13.2.5) men det kan redan här konstateras att den använda begreppsapparaten inte alltid lett till odiskutabla beslut.

Begreppet andratidning är oklart och leder till svårigheter då det skall användas i stödsammanhang. Det skapar gränsfall och saknar den precision som är önskvärd. Det har därför funnits anledning att undersöka om det är möjligt att ersätta det med något annat. Målet har varit att få ett så exakt och enkelt kriterium som möjligt på en tidnings ekonomiska bärkraft.

I kapitlen om tidningarnas marknad och ekonomi (8 och 9) liksom i rapportdelen Presstödet och tidningskonkurrensen har hushållstäckningen som mätare på en tidnings ekonomiska styrka utförligt diskuterats och analyserats. Resultat visar att hushållstäckningen inom utgivningskommunen utgör ett enkelt och användbart instrument då det gäller att fastställa en tidnings möjligheter att hävda sig på annonsmarknaden. Därmed ges också ett mått på tidningens ekonomiska bärkraft.

Resultaten av de olika analyserna samt utvärderingen av hur stödsystemet hittills fungerat har övertygat pressutredningen om att starka skäl föreligger att låta hushållstäckningen på utgivningsorten spela den avgörande rollen för om en tidning skall erhålla produktionsbidrag eller ej. Ser man till tidningar med hög hushållstäckning och till sådana med låg täckning kan man lätt konstatera att det är till den senare gruppen som de mera varaktiga ekonomiska problemen är koncentrerade.

I kapitlet om tidningarnas marknad har diskuterats var gränsen för hög och låg täckning går. Som regel har en flerdagarstidning med minst 50 %

hushållstäckning på utgivningsorten inte några större svårigheter att hävda sig på annonsmarknaden. Tidningar under 50 % hushållstäckning har dock problem och dessa ökar ju lägre täckningen är.

Branschekonomiska analyser visar att tidningar med minst 50 % täckning normalt inte har problem med annonstillströmningen och därmed ekonomin. De tidningar som ligger mellan 50 och 60 % täckning synes således inte vara i behov av stöd. Här återfinns (1974) Bergslagsposten, Dagens Nyheter, Eskilstuna-Kuriren, Gotlands Allehanda, Laholms Tidning, Länstidningen (Södertälje), Skaraborgs Läns Annonsblad och Sydsvenska Dagbladet. Detta är inte en tidningsgrupp som kan anses vara i behov av kontinuerliga bidrag. Ett regelsystem som automatiskt gav samtliga dessa tidningar produktionsbidrag är från företagsekonomisk synpunkt orimligt. I de enstaka fall där stödbehov kan finnas hänvisas till den nya bidragsform, s. k. utvecklingsbidrag, som utredningen föreslår (se nedan 13.4).

Marknadsanalyserna visar således att täckningstalet 50 % kan tjänstgöra som en övre gräns för produktionsbidrag. Tidningar med 50 % eller mera i täckning bör inte erhålla kontinuerliga produktionsbidrag. Tidningar under 50 % bör erhålla sådana bidrag.

De marknadsekonomiska bedömningarna visar också att en tidnings situation förbättras successivt med ökande täckningstal. Det är därför motiverat att tidningar med täckningstal i närheten av 50 % inte erhåller helt produktionsbidrag utan att detta reduceras på något sätt. Pressutredningen har funnit det vara lämpligt med ett reduceringsintervall på 10 procentenheter.

Utredningen vill därför föreslå att fullt bidrag utgår till tidningar med en täckning av högst 40 %. Därefter reduceras bidragsbeloppet med en tiondel per procentenhet till 49 %. Härigenom anpassas produktionsbidragens storlek till den successivt förbättrade marknadssituationen som en förbättring av täckningstalen mellan 40 och 50 % kan antas medföra.

Tidningarnas täckningstal brukar ej vara utsatta för häftiga fluktuationer. Förändringarna är i allmänhet mycket små – det gäller både tidningar som har bättre täckning som sådana som har sämre. Det kan dock tänkas att en tidning av ett eller annat skäl får en mera tillfällig förbättring eller försämring som knappast påverkar tidningens ekonomiska situation på sikt. För att undvika de olägenheter som tillfälliga förändringar skulle kunna medföra vill pressutredningen förslå att de täckningstal som ligger till grund för bidragsgivning beräknas på ett genomsnitt av de tre senaste årens tal.

Pressutredningens förslag innebär således att en hushållstäckning om 40 % och lägre på utgivningsorten berättigar till fullt produktionsbidrag och att mellan 40 och 50 % en successiv avtrappning sker. Vid 41 % utgår således 90 %, vid 42 % 80 % o. s. v. av det bidrag som tidningen skulle ha fått om den haft 40 % täckning eller lägre.

Den diskussion som förts i detta avsnitt gäller flerdagarstidningar. Fådagarstidningar diskuteras i avsnitt 13.2.8.

13.2.3 *Utgivningsort*

I den nuvarande stödkungörelsen avses med utgivningsort "den *kommun* i vilken en tidning har största delen av sin upplaga". Pressutredningen har ej funnit anledning att arbeta med annat områdesbegrepp än *kommun*. Den har prövat i vilken mån *A-region* eller *utgivningsområde*, vilket används i den av FLT utgivna Dagspressboken, skulle ge en bättre bild av tidningens bärkraft. Resultatet har entydigt visat att kommun är det område som ger den lämpligaste beräkningsgrunden. Det är också denna som används i TS-boken varför uppgift om täckningen är lika lättillgänglig som upplagesiffrorna.

Frågan om det är den kommun "i vilken en tidning har största delen av sin upplaga" som skall betraktas som utgivningsort synes mera tveksam. Denna konstruktion leder bl. a. till att Dala-Demokraten får Borlänge och Sydöstra Sveriges Dagblad Karlshamn som utgivningsorter i stället för Falun respektive Karlskrona. I båda dessa fall är det naturligast att betrakta Falun och Karlskrona som utgivningsorter. Detta särskilt mot bakgrund av att det är täckningsgraden i dessa som spelar den avgörande rollen för konkurrensläget. I stället för den tidigare definitionen vill pressutredningen föreslå att den kommun där *huvudredaktionen* är belägen skall betraktas som utgivningsort.

Huvudredaktionens placering återspeglar normalt en innehållsmässig inriktning mot ett visst geografiskt område. Gränsfallen torde vara få. Ett sådant utgörs emellertid av Nya Norrland. De flesta redaktionella medarbetarna finns i Härnösand där tidningen numera trycks medan chefredaktören finns i Sollefteå. Nya Norrlands huvudsakliga marknad är fortfarande Sollefteå och Kramfors kommuner. Inom detta område faller 11 400 ex. av den sammanlagda upplagan på 18 000 ex. och man har en täckning på 54 % (1974). Det rimliga torde vara att – även om chefredaktören skulle flytta till Härnösand – betrakta Sollefteå som tidningens utgivningsort så länge tidningen vad gäller innehåll och täckning har sin tyngdpunkt inom denna kommun.

I de få fall där tvekan om utgivningsort kan uppkomma bör presstödsnämnden utan större svårighet kunna fastställa denna med stöd av tidningens innehåll och spridning.

13.2.4 *Beräkningsenhet*

Produktionsbidragen för flerdagarstidningar är för närvarande knutna till pappersförbrukningen. Bidragen beräknas "på grundval av pappersförbrukningen under föregående kalenderår minskad med annonsandelen".

Det har förekommit kritik mot detta sätt att beräkna produktionsbidragens storlek. Man har ansett att systemet ej gagnat god hushållning hos tidningarna eftersom dessa genom att öka pappersförbrukningen också kunnat höja stödet. Kritiken torde vara överdriven. Pappersförbrukningen hos de stödberättigade tidningarna har endast i något enda fall ökat anmärkningsvärt.

Pressutredningen anser att det inte finns någon bättre beräkningsnorm

än den nuvarande. Pappersförbrukningen minskad med annonsdelen är att se som ett mått på omfånget av de redaktionella materialet, vilket är vad man vill stödja. Däremot har pressutredningen ansett skäl tala för att minska incitamentet till tillfälligt ökad pappersförbrukning i syfte att öka bidragets storlek. Den vill därför föreslå att pappersförbrukningen räknas som *ett genomsnitt för de tre närmast föregående kalenderåren.* En ökning av pappersförbrukningen hos en tidning kommer på detta sätt att först efter en längre tid få utslag i form av högre stöd.

13.2.5 *§ 17-fallen*

Enligt § 17 i presstödskungörelsen kan bidrag utå till förstatidning om det "med hänsyn till förhållandena inom tidningens hela spridningsområde är uppenbart att den har samma svårigheter som en andratidning." Dessutom kan presstödsnämnden besluta att *inte* ge bidrag till en andratidning om denna ej skulle ha samma svårigheter som en sådan.

Presstödsnämnden har i ett antal fall beviljat förstatidningar bidrag med stöd av § 17. I den analys som pressutredningen låtit genomföra har dessa speciellt studerats. I forskningsrapporten konstateras att nämndens beslut uppenbarligen fattats med utgångspunkt från att de konkurrerande tidningarnas totalupplagor visar små skillnader. Förstatidningen har dock haft ett väsentligt högre täckningstal i utgivningskommunen och därför varit klart starkare på annonsmarknaden. De totala upplagorna har varit en otillräcklig grund för en bedömning av tidningarnas inbördes ställning.

Enligt den ordning som pressutredningen föreslår kommer de högtäckningstidningar som fått bidrag enligt § 17 inte i fortsättningen att bli berättigade till sådana. Det finns nämligen inte något som tyder på att dessa tidningar som *grupp* skulle vara i behov av produktionsbidrag. Högtäckningstidningarna har helt andra möjligheter att klara sig med inkomster från marknaden än de konkurrerande lågtäckningstidningarna. De är marknadsledare och avgör därmed konkurrensvillkoren.

Pressutredningen kan således *inte* finna det nödvändigt att även i fortsättningen lämna vägen öppen för presstödsnämnden att ge kontinuerliga bidrag till några förstatidningar/högtäckningstidningar. Denna form av diskretionär prövning bör försvinna då det gäller fördelningen av de kontinuerliga bidragen.

Därmed skulle de krav tillgodoses som bl. a. ställdes av Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU) i skrivelse till konstitutionsutskottet i samband med utskottets behandling av frågan om produktionsbidrag 1971.

Som ovan antytts medför varje presstöd, som inte har renodlat generell karaktär, inte bara principiella utan också konkreta, konkurrensekonomiskt besvärande problem. Några av dessa förutsättes kunna bli föremål för diskretionär prövning enligt § 7 i författningsförslaget. Även ett provisoriskt presstöd, som bygger på propositionens riktlinjer, måste dock med nödvändighet utformas så att utrymme för diskretionär prövning blir så begränsat som möjligt. När man i förslaget i övrigt tillämpar så att säga automatiskt verkande regler vore det rimligt att också göra detta även i sådana gränsfall som § 7 åsyftar. Annars kan

godtycke uppstå. Redan misstanken om godtycke är skadlig för alla berörda tidningar.[1]

Erfarenheten har emellertid visat att vissa av de här aktuella förstatidningarna har haft tillfälliga ekonomiska problem. Det är bl. a. mot denna bakgrund som utredningen anser att det bör finnas en möjlighet för dessa att erhålla bidrag efter individuell prövning s. k. utvecklingsbidrag (jfr 13.4).

Frågan om ett borttagande av denna del av § 17 har ingående diskuterats inom utredningen. Det har hävdats att det i en framtid skulle kunna uppkomma en situation inom den svenska pressen då de utvecklingsbidrag utredningen föreslår blir otillräckliga.

Som tidigare framhållits visar utredningens analyser att högtäckningstidningarna generellt sett kunnat lösa sina problem med intäkter från marknaden. Bedömningar av framtiden ger ingen anledning att tro att denna bild kommer att förändras. Skulle en situation uppkomma där hela branschen drabbades av en långvarig kris som ställde såväl hög- som lågtäckningstidningarna inför nedläggningshot är det här föreslagna presstödsprogrammet i sin helhet otillräckligt. Pressutredningen ser det som självklart att statsmakterna i ett sådant läge företar en genomgripande översyn av inriktningen och omfattningen av de presstödjande åtgärderna.

Om det i stället skulle bli fråga om en mera kortvarig kris bör i första hand en utvidgad användning av utvecklingsbidragen tillgripas. Det är inom denna bidragsform som en behovsprövning från fall till fall bör ske. Pressutredningen har utgått från att presstödsnämnden kontinuerligt kommer att följa utvecklingen för olika tidningsgrupper. Det får förutsättas att nämnden i ett sådant, nu inte förutsebart läge fäster statsmakternas uppmärksamhet på problemen så att åtgärder kan vidtagas.

Utredningen finner således att inte i någon av de här skisserade situationerna skulle en prövningsmöjlighet motsvarande den enligt § 17 utgöra en lösning på problemen.

Det andra momentet av § 17 har kommit till tillämpning i fråga om Norrländska Socialdemokraten (NSD). Enligt den nuvarande kungörelsen är denna andratidning men har trots detta vägrats bidrag eftersom den med hänsyn till tidningens hela spridningsområde ej ansetts ha samma svårigheter som en andratidning.

Med de föreslagna förändringarna till regler blir NSD inte stödberättigad så länge dess huvudredaktion finns kvar i Boden. Då tidningen flyttar till Luleå kommer dock dess täckningstal att ligga under 50 % i utgivningskommunen. Tidningen skulle således bli lågtäckningstidning och därmed stödberättigad.

NSD har en för svensk press avvikande spridningsprofil. Av den *totala* upplagan faller en betydande del på områden där tidningen har en hög täckning och, vilket är betydelsefullt, områden som innehåller kommersiella centra av en viss storlek. Detta gör att NSD i stort sett är det enda fall där man bestämt kan säga att täckningstalet i (den framtida) utgivningskommunen *inte* ger en någorlunda rättvisande bild av tid-

[1] Den § 7 som TU talar om motsvaras i nuvarande kungörelse av § 17.

ningens möjligheter att hävda sig på annonsmarknaden. Presstödsnämnden måste även i fortsättningen ha en möjlighet att besluta att bidrag *inte* skall utgå om täckningstalet ligger under 50 %. Detta om täckningstalet ger en uppenbart missvisande bild av den totala marknadssituationen.

De bedömningar som presstödsnämnden här har att göra blir av betydligt mindre komplicerad natur och har inte samma karaktär av diskretionär prövning som det nuvarande kravet på nämnden att också fastställa om en förstatidning har eller inte har en andratidnings svårigheter. Strävan att skapa ett regelsystem som tar bort all rimlighetsprövning har således ej helt kunnat uppfyllas. Pressutredningen bedömer dock detta enda undantag från principen om automatiskt verkande regler för produktionsbidragen som mindre allvarligt.

13.2.6 *Tidningar med liten upplaga*

I kapitlen 8 och 9 har visats att tidningar med små upplagor besväras av vad som kan kallas dålig upplageekonomi. Vid liten upplaga skall tidningarnas fasta kostnader slås ut på ett mindre antal exemplar än vid stor upplaga. Marknadens storlek har en betydelse för tidningarnas möjligheter att klara en utgivning med egna resurser.

Tidigare har konstaterats att täckningstalsgränsen 50 % med avtrappning mellan 40 % och 50 % synes fylla rimliga krav på en regel för stöd till tidningar i behov av sådant. Det fanns inte skäl att sätta gränsen högre eftersom i sådant fall ett antal tidningar utan uppenbara stödbehov skulle bli bidragsberättigade. När det gäller de allra minsta tidningarna finns dock anledning till en komplettering av denna regel.

Pressutredningen anser det rimligt att reglerna för stöd till tidningar med mindre upplaga än 10 000 ex., utformas så att hänsyn tas till de svårigheter som den lilla upplagan medför (jfr kap 8 och 9). Utredningen förslår att för gruppen flerdagarstidningar med en upplaga under 10 000 ex. utgår fullt produktionsbidrag upp till 50 % hushållstäckning och en avtrappning mellan 50 och 60 % efter samma princip som mellan 40 och 50 % enligt huvudregeln.

13.2.7 *Gränser för bidragsstorlek*

I nuvarande regelsystem för produktionsbidrag finns det två gränser för högsta bidrag, s. k. tak. Den ena gränsen är vid 13,5 milj. kr. och gäller storstadstidningar och den andra 3,75 milj. kr. och avser landsortstidningar. Detta innebär att en rad tidningar skulle ha fått betydligt högre bidrag om "taken" ej funnits. Detta gäller speciellt storstadstidningarna, vilka har lägre bidrag per exemplar än övriga bidragsberättigade tidningar (jfr avsnitt 9.3.3).

De ekonomiska svårigheterna för storstadstidningar av lågtäckningskaraktär är betydande. De drabbas hårdare än andra av kostnadsökningarna och har mycket svårt att kompensera dessa med högre intäkter. Storstadstidningarnas spridning i hela riket eller stora delar av detta

medför avsevärda kostnader för distributionen. De redaktionella kraven på storstadstidningarna är också mycket kostnadskrävande. De måste bl. a. ha en omfattande utlands-, riks- och kulturbevakning för att hävda sig i konkurrensen med högtäckningstidningarna, på respektive utgivningsort.

Pressutredningen vill fästa uppmärksamheten på det problem som storstadstidningarnas mycket bekymmersamma ekonomiska situation innebär. Ur presspolitisk synvinkel spelar storstadstidningarna en mycket viktig roll. De är på många sätt modellgivande och har stor betydelse för samhällsdebatten. Det är ett mål för presspolitiken att det skapas ekonomiska förutsättningar för utgivningen av storstadstidningar representerande olika meningsriktningar.

För tidningar som utkommer med 2–5 nummer i veckan gäller f. n. att produktionsbidrag utgår med lägst 300 000 kr. för kalenderår. Lägsta bidrag för sex- och sjudagarstidningar är 600 000 kr. I och med att utredningen föreslår att indelning görs i fler- respektive fådagarstidningar finns inte längre samma behov av att använda sig av två olika gränser för lägsta bidrag med hänvisning till utgivningsfrekvensen. Utredningen föreslår därför att produktionsbidrag till flerdagarstidningar utgår med lägst 600 000 kr. I konsekvens med reglerna för högsta bidrag vill dock utredningen föreslå att produktionsbidrag till storstadstidningar utgår med lägst 2 milj. kr.

I dagsläget finns inget exempel på tidningar som direkt skulle dra fördel av en sådan förändring. Samtliga lågtäckningstidningar med någon av storstäderna som utgivningsort har högre bidrag än 2 milj. kr. Man kan emellertid inte utesluta möjligheten att vi får nya flerdagarstidningar i storstäderna genom nyetablering eller periodicitetshöjningar. Det ovan förda resonemanget om storstadstidningarnas viktiga roll och deras besvärliga ekonomiska läge motiverar då en sådan högre nivå på lägsta utgående bidrag.

13.2.8 *Produktionsbidrag till fådagarstidningar*

Hittills har reglerna för produktionsbidrag till flerdagarstidningar satts i centrum. Det statliga stödet omfattar dock även tidningar med lägre periodicitet.

F. n. skiljs i presstödskungörelsen endast mellan endagstidningar, som tilldelas ett fast bidragsbelopp, och övriga tidningar. Pressutredningen anser det rimligare att dra gränsen mellan 1–3 dagarstidningar (fådagarstidningar) å ena sidan och 4–7 dagarstidningar (flerdagarstidningar) å den andra. Skälen för en sådan uppdelning har närmare diskuterats i forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen.

Gruppen fådagarstidningar innehåller tidningar med varierande funktioner, spridning och ekonomisk bärkraft. Pressutredningen har därför ansett det lämpligt att indela gruppen i fyra kategorier:

- Rikstidningar med spridning över hela landet eller stora delar av landet (ex. Ny Dag, Arbetaren).

- ☐ Regiontidningar med geografisk spridning inom ett län (ex. Dalabygden, Västmanlands Folkblad).
- ☐ Lokaltidningar med geografisk spridning inom en eller flera kommuner (ex. Norra Halland, Sandvikens Tidning).
- ☐ Förortstidningar med geografisk spridning inom en del av ett storstadsområde (ex. Mölndals-Posten, Norrort).

Det går en klar gräns mellan riks- och regiontidningarna å ena sidan och lokal- och förortstidningar å den andra.

Lokal- och förortstidningarna har som regel en hög annonsandel och arbetar med målet att nå en så hög täckning som möjligt inom ett begränsat spridningsområde. De har en politiskt mycket heterogen läsekrets och redovisar oftast ingen egen politisk profil. Den ekonomiska situationen för dessa tidningar torde i allmänhet vara tillfredsställande. Det tycks på lokal- och förortsmarknaden finnas ett fungerande växelspel mellan utbud och efterfrågan.

De regionala och riksspridda fådagarstidningarna har en annan ställning på marknaden än de lokala tidningarna. De har i allmänhet en mycket låg täckning och därmed en begränsad annonstillströmning. Utgivningen är ofta politiskt motiverad – bakom står i de flesta fall en organisation som önskar ett organ för den egna åsiktsriktningen. Man riktar sig till speciella grupper utan att därför vara medlemsblad.

Ser man till utvecklingen på abonnemangs- och annonsmarknaderna tycks alla grupper av fådagarstidningar ha haft framgångar. Det har tillkommit nya fådagarstidningar och dessa har lockat till sig läsare och annonsörer. Det är dock uppenbart att medan lokal- och förortstidningarna har goda möjligheter att klara utgivningen utan statligt stöd fordras sådant då det gäller de regionala och riksspridda fådagarstidningarna.

Samtliga grupper av fådagarstidningar fyller viktiga funktioner som står i överensstämmelse med de krav som pressutredningen vill ställa på mediesystemet. Förorts- och lokaltidningarna ger den viktiga lokalinformation som de större tidningarna inte har utrymme för. De riks- och regionspridda tidningarna utgör värdefulla komplement till de stora tidningarna då det gäller den politiska opinionsbildningen: de står för en väsentlig gruppkommunikation.

Det är av företagsekonomiska skäl som pressutredningen vill skilja de olika kategorierna av fådagarstidningar åt. Förorts- och lokaltidningarna kan i allmänhet klara sig utan ekonomiskt stöd och bör därför ej vara berättigade till kontinuerliga bidrag. De regionala och riksspridda fådagarstidningarna skulle ha mycket små möjligheter att fortsätta utgivningen utan stöd. Ekonomiska och presspolitiska skäl talar för fortsatta produktionsbidrag till denna grupp.

Då det gäller att skilja de olika grupperna av fådagarstidningar åt visar det sig att täckningsgraden också här är ett lämpligt medel. Det är de fådagarstidningar som har högre täckning som klarar sig på inkomster från marknaden. De fådagarstidningar som är i behov av stöd har däremot en täckning som i allmänhet ligger under 10 % av hushållen i spridningsområdet.

Ett problem utgör det förhållandet att spridningen för många förorts- och lokaltidningar är begränsad till endast en del av utgivningskommunen. De förortstidningar som sprids i Stockholmsområdet har visserligen Stockholms kommun som utgivningsort och får därigenom låg täckning i kommunen men har trots detta hög täckning inom sitt spridningsområde. Orsaken är att upplagan är koncentrerad till en mindre del av kommunen eller till en eller flera förortskommuner. På samma sätt är förhållandet med vissa lokaltidningar.

Östgöta-Bladet som utkommer i Vadstena, kan användas för att illustrera problemet. Vadstena är numera inte någon egen kommun utan en församling inom Motala kommun. Östgöta-Bladets spridning koncentreras dock till Vadstena (54 % täckning) och till Ödeshög (60 % täckning). Spridningen i Motala församling är försumbar.

Skall man använda täckningstalet för att spegla Östgöta-Bladets konkurrensmöjligheter bör man inte se till tidningens spridning i Motala kommun utan till Vadstena församling *och* Ödeshögs kommun.

Problemet är i princip detsamma för förortstidningarna där det väsentliga måste vara att ringa in tidningarnas verkliga spridningsområde och där fastställa deras täckning. Siffrorna för täckningen i hela Stockholms kommun säger mycket lite om t. ex. Norrorts förmåga att hävda sig på annonsmarknaden.

Pressutredningen förutsätter att fådagarstidningarnas täckningsgrad kommer att beräknas på det område där den övervägande spridningen verkligen äger rum. Utredningen har dock ej funnit anledning att göra någon detaljreglering av detta. Det måste i dessa fall ankomma på presstödsnämnden att fastställa för vilket annat område än utgivningskommunen som täckningstalen skall beräknas.

Övergår man därefter till att diskutera de täckningstalsgränser som bör gälla för fådagarstidningarna tycks det finnas skäl att lägga dessa annorlunda än för flerdagarstidningar. Anledningen är att de kritiska gränserna för lokal- och förortstidningar av analyserna att döma ligger lägre än för andra tidningar.

Det finns en rad förklaringar till detta: den lokala spridningen, karaktären av komplementtidning, andra annonspriser, avsaknaden av reella alternativ för lokala annonsörer. En lokaltidning med 30 % täckning kan vara och är ofta ett attraktivt annonsorgan. Som exempel kan nämnas att Huddinge-Posten 1974 med ett täckningstal av 34 % hade så god annonstillströmning att annonsandelen i tidningen översteg 50 %.

Den täckningstalsgräns som föreslås för fådagarstidningar är 30 % inom det egentliga spridningsområdet. Vid 20 % och därunder skall de vara berättigade till fullt produktionsbidrag. På samma sätt som för flerdagarstidningarna skall det finnas en avtrappning av bidragen vid täckningstal mellan 20 % och 30 %.

Med de här föreslagna förändringarna uppnås syftet att produktionsbidrag i huvudsak går till den grupp fådagarstidningar som har regional och rikksspridning. Förorts- och lokaltidningar kommer inte att i fortsättningen få produktionsbidrag om de har en täckning på 30 % eller högre inom sitt egentliga spridningsområde.

Till skillnad från flerdagarstidningarna har endagstidningarna hittills fått ett *fast produktionsbidrag* varje år. Det var 1971 200 000 kr. och höjdes 1974 till 300 000 kr. Tidningarna har fått detta belopp oberoende av täckning och pappersåtgång.

Mot systemet med ett fast belopp talar att detta ges utan hänsyn till tidningens behov. *För* ett fast belopp talar framför allt enkelheten och vissa basbehov. Företagets planering underlättas också då de kan räkna med en viss summa oberoende av vilka förändringar som vidtas. Pressutredningen anser att övervägande argument finns för att de fasta beloppen skall bibehållas.

De rikksspridda tidningarna får idag lika stora belopp som de regionalt spridda trots att de förra ställs inför betydligt större krav vad gäller bl. a. redaktionellt material och distribution. Pressutredningen anser att det finns både presspolitiska och ekonomiska skäl för att de rikksspridda tidningarna skall tilldelas ett högre belopp.

Här föreslås att fådagarstidningar med rikksspridning eller med spridning inom storstadsregionerna skall erhålla bidrag med fast belopp som är 50 % högre än de gängse fasta beloppen. Detta innebär att fådagarstidningar med regional spridning får produktionsbidrag på 300 000 kr. medan de med rikksspridning och spridning inom storstadsregionerna erhåller 450 000 kr.

13.2.9 *Produktionsbidrag vid minskning av periodiciteten*

En huvuduppgift för produktionsbidragen är att de skall göra det möjligt för de nu existerande tidningarna att utkomma med samma periodicitet och minst samma redaktionella standard som hittills. Bidragen syftar till att hejda den utslagning som marknadsmekanismen medför. Tack vare produktionsbidragen har också tidningsnedläggningar kunnat unvikas under de fem senaste åren på ett undantag när.

Trots de omfattande produktionsbidragen kan det inträffa att enstaka tidningar får sådana ekonomiska problem att de ej kan fortsätta utgivningen i full skala. En flerdagarstidning kan i ett sådant läge ställas inför alternativen total nedläggning eller övergång till fådagarsutgivning. Ur presspolitisk synvinkel borde det vara ett klart bättre alternativ att utgivningen kan fortsätta än att tidningen läggs ned.

Pressutredningen vill av ovan anförda skäl föreslå en komplettering av reglerna för produktionsbidrag. Denna innebär att om en flerdagarstidning övergår till fådagarsutgivning kan bidrag utgå under två år med högst hälften av vad den tidigare erhållit. Beloppets rimliga storlek bör bedömas av presstödsnämnden mot bakgrund av tidningens budget och andra planer. Denna bestämmelse kan göra det möjligt för tidningen att fortsätta utgivningen men med lägre periodicitet och att under relativt goda ekonomiska förhållanden avveckla en del av den tidigare organisationen och planera för den nya situationen.

13.2.10 *Övergångsbestämmelser*

I den mån de förslag till regelförändringar som här framförts kommer att genomföras innebär detta bl. a. att ett antal tidningar som idag uppbär produktionsbidrag i framtiden ej blir berättigade till sådana. Det gäller framför allt fådagarstidningar med lokal utgivning samt flerdagarstidningar som fått bidrag med stöd av § 17.

Pressutredningen anser att övergången från det ena regelsystemet till det andra bör göras så mjuk som möjligt. Tidningsföretagen måste ges möjlighet till att planera för den nya situationen. Samtidigt måste framhållas att de tidningar som i det nya systemet mister produktionsbidrag gör detta på grund av att ekonomiska analyser visat att de ej är i behov av sådana. Här föreslås dock att tidningar som erhållit produktionsbidrag enligt det gamla regelsystemet men som ej blir berättigade till sådana enligt det nya under två år får halvt bidrag mot vad de tidigare uppburit.

13.2.11 *Övriga regler*

I presstödskungörelsen finns ett antal ytterligare definitioner och allmänna avgränsningar. Dessa gäller bl. a. vissa minimikrav för att en tidning skall komma i åtnjutande av produktionsbidrag.

- tidningar med till övervägande del samma redaktionella innehåll räknas som en tidning
- produktionsbidrag kan enbart komma i fråga för tidningar vars abonnerade upplaga uppgår till minst 2 000 exemplar och vars annonsandel understiger 50 procent
- med upplaga avses medelnettoupplagan för vardagar första halvåret av varje kalenderår
- med storstadstidning avses dagstidning som har Stockholm, Göteborg eller Malmö som utgivningsort
- med annonsandel avses andelen betalt annonsutrymme av hela tidningsutrymmet under ett kalenderår.

Pressutredningen har inte funnit skäl till förändringar av dessa regler.

13.3 Etableringsstöd

Pressutredningen har i uppdrag att lämna förslag till utformning av stödet till pressen så "att reella möjligheter till nyetableringar skapas". Bristen på tidningsgrundanden är ett av de största problemen i de senaste årtiondenas tidningsutveckling. Det har inte varit möjligt att skapa sådana förutsättningar för tidningsdriften att organisationer eller enskilda kunnat starta nya tidningar.

I kapitlet om tidningarnas marknad har visats vilka små möjligheter att expandera en flerdagarstidning med låg täckning har. Det ställs stora krav på statliga stödåtgärder för att bevara redan de nuvarande konkurrensorterna.

En nystartad flerdagarstidning av traditionell karaktär skulle möta samma problem som de lågtäckningstidningar som idag erhåller presstöd. Den skulle ha lika svårt som dessa att med egna medel klara sig på marknaden. Den skulle ha mycket små möjligheter att vinna de nödvändiga annonsörerna. Den tid då det var möjligt att starta traditionella flerdagarstidningar och nå framgångar bland både läsare och annonsörer tycks sedan länge vara passerad.

Det skulle ställa oerhörda krav på omfattningen av stödåtgärderna om man med framgång skulle stimulera till nyetablering av traditionella flerdagarstidningar. Visserligen är behovet av flera opinionsbildande och nyhetsförmedlande organ synnerligen stort. Det har dock inte varit möjligt att skapa utrymme för sådana åtgärder som här skulle fordras inom de ekonomiska ramar pressutredningen haft att arbeta med. De krav på ökad rörlighet på tidningsmarknaden som finns måste huvudsakligen tillfredsställas på annat sätt.

Det har tidigare kunnat konstateras att *fådagarstidningarna* arbetar på en delvis ny marknad där man fortfarande har möjlighet att verka och t. o. m. expandera till rimliga kostnader. De studier som gjorts av pressens roll i samhället visar också att fådagarstidningarna kan ha väsentlig betydelse som monopolbrytande organ. Det förslag till stöd för nyetablering som pressutredningen vill göra tar därför närmast sikte på fådagarsmarknaden. Med tanke på det stora behovet av tidningar med tätare periodicitet vill dock pressutredningen självklart inte motverka nyetableringar på flerdagarsmarknaden eller periodicitetsökningar. Pressutredningen återkommer till denna fråga i samband med förslaget om utvecklingsbidrag (avsnitt 13.4.3).

13.3.1 *Etableringsstöd till fådagarstidningar*

De nuvarande produktionsbidragen innehåller inte någon uppmuntran till nyetablering. Tvärtom finns det ett "kvalificeringsår" innan en ny tidning kan bli stödberättigad. Bakom denna bestämmelse ligger framför allt de olika problem som är förknippade med stöd till nya tidningar. Man vill hindra att tidningar i ett begynnelseskede skall få statligt stöd på felaktiga grunder. Man vill inte uppmuntra "spekulationsstarter".

Pressutredningen föreslår ett stöd till nyetablering men vill ge detta en sådan utformning att tidningsstarter i spekulationssyfte ej kan ske med statens hjälp. Utredningen har diskuterat olika former av kvalificeringskrav för etableringsstöd. Det har ifrågasatts om ett krav skulle vara att tidningen startades inom en region eller ett område där behovet av en kompletterande tidning var påtagligt. Den har också diskuterat om det skulle krävas garantier för att de presspolitiska målen uppfylldes.

En slutsats från dessa diskussioner har dock blivit att det måste anses principiellt betänkligt att precisera sådana olika regler. Garantier mot "spekulationsstarter" måste skapas på annat sätt.

Ett rimligt krav på en enskild eller organisation som vill starta en tidning är att en *ekonomisk utvecklingsplan* för den planerade tidningen kan uppvisas.

Denna plan bör innehålla uppgifter om budget och finansieringskällor och planerad redaktionell kapacitet. Med utgångspunkt från denna skall presstödsnämnden ha en möjlighet att bedöma *dels* realismen i projektet, *dels* om tidningen efter ett år kan tänkas uppfylla minimikraven för produktionsbidrag (t. ex. en abonnerad upplaga på minst 2 000 ex. och en annonsandel på mindre än 50 %).

Stöd skall också kunna utgå till en sådan tidning som startas som en edition till en flerdagarstidning. Kravet i sådant fall är att den "nya" tidningen skall arbeta på en annan geografisk marknad och att det redaktionella innehållet huvudsakligen skall vara ett annat än modertidningens.

13.3.2 *Etableringsstödets storlek*

Vid fastställandet av nivån på stödet måste hänsyn tas till en rad olika faktorer. Å ena sidan måste stödbeloppet vara så stort att det innebär en reell hjälp vid tidningsstarten. Å andra sidan måste krävas att den som står bakom tidningsstarten är villig att ta en egen risk. Vidare bör inte stödet vara så generöst att organisationer eller enskilda lockas att starta tidningar, som inte har förutsättningar att fortsätta på normala stödvillkor.

Pressutredningen anser att en lämplig nivå nås om etableringsstöd utgår med ett belopp motsvarande 1 1/3 produktionsbidrag för fådagarstidningar. Detta innebär att med nuvarande stödstorlek skulle etableringsstödet uppgå till 400 000 kr. För rikstidningar och regiontidningar som utges inom storstadsområden blir det sammanlagda stödet för denna typ av tidningar 600 000 kr. under första året som en följd av tidigare förslag om differentierade belopp (avsnitt 13.2.8).

Som en garanti mot spekulationsstarter föreslås att etableringsstöd skall utgå i form av ränte- och amorteringsfritt lån. Detta skall efterges efter ett år om villkoren då är uppfyllda. Om särskilda omständigheter föreligger kan prövningen uppskjutas till efter två år. För lånet skall krävas fullgod säkerhet. Dessutom föreslås att lånet skall delas upp på kvartalsvisa utbetalningar. Presstödsnämnden har att göra avstämning mot utvecklingsplanen inför varje utbetalning. Förslaget kan förtydligas med ett exempel:

En organisation eller enskild planerar att ge ut en tidning med utgivningsstart den 1 januari 1977. Ansökan om etableringsstöd inlämnas till presstödsnämnden senast 1 augusti 1976. Nämnden behandlar ansökan så att besked kan lämnas senast 1 oktober 1976. Vid positivt besked betalar nämnden ut 1/4 av stödbeloppet 1 januari 1977. Därefter görs utbetalningar med 1/4 1 april och lika stor del 1 juli och 1 oktober. För varje utbetalning gör nämnden en prövning om stödet skall fortsätta att utgå.

13.3.3 *Sammanfattning*

Pressutredningen anser att det är ekonomiskt orealistiskt att tro att en omfattande nyetablering på den traditionella dagstidningsmarknaden är möjlig. På denna marknad gynnas högtäckningstidningarna och det är svårt för tidningar i annan position att expandera. Det förslag som pressutredningen lägger fram tar i stället främst sikte på ett stöd till nyetablering av tidningar med en periodicitet på 1–3 nr/vecka.

Utredningen föreslår ett etableringsstöd av en storlek motsvarande 1 1/3 produktionsbidrag för fådagarstidningar. Med detta stöd bör det vara möjligt för betydligt fler organisationer och enskilda än vad hittills varit fallet att starta tidningar. Dessa tidningar kan bli viktiga komplement till dominerande flerdagarstidningar vad gäller såväl nyheter som opinionsbildning.

13.4 Utvecklingsbidrag

Pressutredningen har haft att överväga i vilken mån det finns behov av stöd till andra tidningar än de som f. n. kan få produktionsbidrag. Finns det grupper eller enskilda tidningar som saknar möjligheter att få produktionsbidrag men där detta är företagsekonomiskt motiverat och av vital betydelse från presspolitiska utgångspunkter?

I kapitel 8 samt i forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen har speciellt behandlats de tidningar som är i ensamposition samt högtäckningstidningar på konkurrensorter. Frågan har gällt i vilken utsträckning dessa tidningar kan klara sig på intäkterna från marknaden.

Här skall situationen för de olika tidningsgrupper som ej får produktionsbidrag beröras. En ny bidragsform – utvecklingsbidrag – avsedd för denna typ av tidningar föreslås.

13.4.1 *Ensamtidningarnas situation*

Frågan om bidrag till ensamtidningarna har diskuterats alltsedan debatten om presstöd påbörjades under början av 1960-talet. 1963 års pressutredning avvisade tanken på att ge någon form av bidrag till denna typ av tidningar. Utredningen ansåg att en lokal ensamtidning inom regiontidningarnas naturliga expansionsutrymme var ett hinder för en rationell tidningsutgivning. Den bromsade regiontidningarnas upplageutveckling.

Den första pressutredningens uppfattning om ensamtidningarna torde förklaras med att man antog att nedläggningar av lokala ensamtidningar skulle kunna vara en lösning på andratidningsproblemet. Utvecklingen har dock visat att detta ej var fallet. En nedläggning av en lokal ensamtidning har möjligen kunnat öka andratidningens upplaga men har inte påverkat dess ekonomiska situation. Det avgörande – hushållstäckningen på utgivningsorten – har inte förändrats.

Hänsyn till andratidningarna utgör således inte i och för sig något skäl mot stöd åt ensamtidningar i svårigheter annat än som en ren

prioriteringsfråga inom givna resursramar. Även om ensamtidningarna inte bidrar till den "mångstämmighet" på den lokala marknaden, som är ett väsentligt presspolitiskt mål, står det ändå klart för pressutredningen att dessa tidningar spelar en inte oväsentlig roll för information och opinionsbildning.

För närvarande finns totalt ett 70-tal ensamtidningar. Av dessa är ca 40 flerdagarstidningar och ca 30 fådagarstidningar. Det stora flertalet av dessa är högtäckningstidningar och skulle således bli utan stöd enligt de nya regler som pressutredningen föreslår. Några få är lågtäckningstidningar och får således stöd.

I analyserna av ensamtidningarnas problem anges tre kriterier av betydelse då deras ekonomi skall bedömas:

1. *Annonsekonomin* bestäms av täckningsgraden på utgivningsorten. Denna är för de flesta här aktuella tidningar god. 85 % av ensamtidningarna har i utgivningskommunen högre hushållstäckning än 60 % och mer än en tredjedel högre än 80 %.
2. *Upplageekonomin* bestäms av tidningarnas totalupplaga. Det är här givetvis svårt att exakt fastställa gränserna för "god" och "dålig" upplageekonomi eftersom dessa är flytande och i många fall beroende av lokala förhållanden. En undre gräns för god upplageekonomi bedöms dock gå vid 5 000 ex. för fådagarstidningarna och 10 000 ex. för flerdagarstidningarna. 40 % av ensamtidningarna ligger på en upplaga under 10 000 ex. och endast 20 % har en upplaga på 20 000 ex. eller mer. Ungefär en tredjedel av ensamtidningarna kan sägas ha dålig upplageekonomi.
3. Stor betydelse för ensamtidningarna har marknadens karaktär. Ju större *omland* kring utgivningsorten en ensamtidning upplagemässigt behärskar desto bättre existensmöjligheter har den. Detta i all synnerhet om utgivningsorten är en centralort i ett expanderande område. En viss uppfattning om storleken på en högtäckande ensamtidnings omland får man om man sätter tidningens totalupplaga i relation till antalet hushåll på utgivningsorten. Det visar sig att tidningar som Ljusdals-Posten, Trelleborgs Allehanda, Vimmerby Tidning, Nya Norrland, Norrtelje Tidning och Söderhamns-Hälsinge Kuriren får en låg "omlandskvot", vilket indikerar vissa svårigheter.

De allra flesta ensamtidningar har en förhållandevis god ekonomisk situation. Några åtgärder till gruppen som helhet är därför ej motiverade. Bilden för ensamtidningarna är dock inte genomgående ljus. Flera av dem brottas med mer eller mindre tillfälliga problem framför allt orsakade av för låg upplaga och för liten marknad. I bedömningen av situationen för dessa tidningar måste man dock också inbegripa, att de har andra möjligheter än lågtäckningstidningar på konkurrensorter att göra kostnadsbesparande förändringar i utgivningen. Ensamtidningen kan minska periodiciteten eller skära ner den redaktionella bevakningen utan sidoblickar på en direkt konkurrent.

Det är ett presspolitiskt mål att också lokala ensamtidningar i möjligaste utsträckning kan bevaras och att de ej tvingas göra sådana

nedskärningar, att det allvarligt minskar deras nyhetsförmedlande och opinionsbildande funktioner. Som grupp kan inte ensamtidningarna anses ha problem. De ekonomiska bekymren hör snarare till undantagen än de är regel. I de flesta fall torde problemen också kunna avhjälpas om tillfälliga medel ställs till förfogande.

Det finns inte någon enkel regel för att idenifiera de ensamtidningar inom högtäckningsgruppen som har ekonomiska svårigheter. Det krävs ekonomiska analyser och prövningar från fall till fall.

13.4.2 *Högtäckningstidningar på flertidningsorter*

Ett antal högtäckningstidningar på flertidningsorter har med nuvarande system fått produktionsbidrag enligt § 17. Med de föreslagna reglerna kommer de efter en övergångsperiod på två år inte att få kontinuerliga bidrag. Frågan är om de är i behov av tillfälliga bidrag.

Denna tidningsgrupps situation har analyserats i forskningsrapporten och tidigare i betänkandet. Som grupp kan den ej anses i behov av stöd. Ingenting tyder på att högtäckningstidningarnas situation inom en nära framtid skulle försämras. De är prisledande och har andra möjligheter än lågtäckningstidningarna att kompensera höjda kostnader.

Det är dock uppenbart att vissa av dessa tidningar kan befinna sig i ett känsligt läge. Enskilda tidningar kan komma i tillfälliga ekonomiska svårigheter genom förändringar på marknaden eller i produktionssituationen. De marginaler som finns är ibland mycket små varför även en kortvarig kris kan vara ödesdiger.

Ett speciellt problem utgör tidningssituationen på Gotland. Gotland är det enda område som inom sig rymmer två högtäckningstidningar – Gotlands Tidningar och Gotlands Allehanda. I nuvarande system har båda produktionsbidrag medan inte någon av tidningarna blir berättigade till sådant i det föreslagna systemet.

Det är i överensstämmelse med de presspolitiska målen om mångfald att utgivningen på Gotland upprätthålls på nuvarande nivå. Det är visserligen troligt att en långtgående samverkan mellan de båda tidningarna skulle kunna medföra betydande kostnadsbesparingar. Lokalmarknaden på Gotland är emellertid så liten att mycket talar för att den ena eller båda tidningarna ändå kan komma i behov av tillfälliga bidrag.

13.4.3 *Övergång från fådagars- till flerdagarsutgivning*

Som anförts i avsnitt 13.3 om etableringsstöd anser pressutredningen det knappast realistiskt att förvänta någon mera omfattande nyetablering av flerdagarstidningar. Utredningen kan under alla förhållanden inte inom givna ramar skapa utrymme för åtgärder som kan stimulera fram sådana.

Utredningen är således av den uppfattningen att de ekonomiska förutsättningarna för nyetablering av flerdagarstidningar är så ogynnsamma att det vore fel att försöka stimulera fram en sådan nyetablering. Det kan å andra sidan inte uteslutas att det finns vissa organisationer och liknande som är beredda att själva ta ett betydande ekonomiskt ansvar för att

kunna få till stånd nya flerdagarstidningar. Med tanke på att presspolitiska skäl allmänt talar för sådana nyetableringar har pressutredningen funnit det rimligt att skapa en möjligt att inom presstödets ram bidraga till de kostnader som en sådan satsning oundvikligen medför Detta bör ske i form av att utvecklingsbidrag kan utgå under det år en tidning övergår från få- till flerdagarsutgivning. Härav framgår att utredningen anser att det rimliga tillvägagångssättet vid nyetablering av flerdagarstidningar är att gå vägen över fådagarsutgivning för att senare trappa upp periodiciteten.

13.4.4 *Förslag om utvecklingsbidrag*

Generellt kan sägas att de här behandlade grupperna – ensamtidningar och högtäckningstidningar i konkurrensposition – inte är i behov av kontinuerliga bidrag. Däremot synes starka skäl tala för att en möjlighet öppnas för dessa tidningar till tillfälliga bidrag. Dessa kallas här *utvecklingsbidrag*.

Utvecklingsbidrag skall kunna sökas av tidningar med speciellt behov av stöd och utgå först efter bedömning av presstödsnämnden. Bedömningarna bör ta fasta på respektive tidningars marknadsmässiga och företagsekonomiska förutsättningar. Presstödsnämnden bör således få god insyn i tidningarnas ekonomiska situation. Sökande tidning skall också bifoga en *utvecklingsplan*, bl. a. innehållande åtgärder som syftar till att lösa tidningens problem. Denna plan skall kunna tjäna som underlag för presstödsnämndens ställningstagande.

Utvecklingsbidrag skall kunna utbetalas till tidningar som inte har produktionsbidrag men som är i behov av hjälp. Avsikten är att tillfälliga ekonomiska kriser som kan försvåra eller hota en tidnings utgivning skall kunna avhjälpas med denna bidragsform. Det är en självklarhet att endast sådana tidningar som inte kan lösa sina problem med egna medel eller genom lån på normala marknadsmässiga villkor skall komma ifråga för utvecklingsbidrag.

När det gäller utvecklingsbidrag i samband med övergång från få- till flerdagarsutgivning finns inte anledning till samma ingående behovsprövning. Det finns heller inga skäl att utesluta tidningar som erhåller produktionsbidrag från denna typ av utvecklingsbidrag. Även om presstödsnämndens prövning inte i första hand inriktas på att bedöma behovet av utvecklingsbidrag i dessa fall bör en utvecklingsplan likväl krävas. En sådan plan bör bl. a. innehålla budget (inkl. uppgifter om vilka ekonomiska garantier som finns för att kunna fortsätta flerdagarsutgivning under längre tid) och uppgifter om förändring i redaktionell kapacitet.

13.4.5 *Regler och bidragsstorlek*

Då det gäller konstruktionen av produktionsbidrag har strävan varit att så långt som möjligt undvika prövning av enskilda fall. I det fallet var det möjligt men ifråga om utvecklingsbidrag är det svårare. Det rör sig inte här om en tidningsgrupp med ensartade svårigheter. De aktuella tid-

ningarna kan inte identifieras med hjälp av en enda faktor såsom lågtäckningen för de tidningar som får produktionsbidrag.

Presstödsnämnden måste pröva varje fall och anpassa storleken på beloppen efter de aktuella behoven. I reglerna anges dock gränsvärden för dels fådagarstidningar, dels flerdagarstidningar.

Pressutredningen föreslår att utvecklingsbidrag skall kunna utgå för högst två år under en fyraårsperiod. En tidning skall kunna söka bidrag för två år och vid ett och samma tillfälle få besked om (1) huruvida ansökan bifallits (2) för vilken period och (3) med vilket belopp. Storleken på bidragen fastställes av presstödsnämnden och föreslås för fådagarstidningar vara högst 600 000 kr för ett år. För flerdagarstidningar föreslås utvecklingsbidraget till högst 1 200 000 kr för ett år. Utvecklingsbidragen vid periodicitetshöjningar bör enbart utgå för ett år och då med högst 600 000 kr.

De grunder som presstödsnämnden bör utgå från när den tar ställning till ansökningar om utvecklingsbidrag är tidningarnas upplaga, täckningstal, marknadsställning och expansionsmöjligheter. Den samlade bedömningen av tidningens totala situation, dess budget och utvecklingsplan bör kunna ge garantier mot skönsmässiga beslut.

Närmast till hands för utvecklingsbidrag torde några av de tidningar befinna sig som ligger på gränsen till kvalificering för produktionsbidrag. Det samlade behovet av utvecklingsbidrag bedöms av utredningen kunna rymmas inom en ram av 6 milj. kr. per år.

13.4.6 *Sammanfattning*

Det har enligt pressutredningens uppfattning funnits ett behov av en bidragsform som är avpassad för de tidningar som inte är berättigade till produktionsbidrag men som ändå har ekonomiska svårigheter. De gjorda analyserna har visat att det inte finns någon enhetlig grupp bland ensamtidningarna eller högtäckningstidningarna på flertidningsorter i konkurrenssituation som är i behov av kontinuerliga bidrag. Däremot är det tänkbart att enskilda tidningar på grund av t. ex. marknadsmässiga svårigheter kan komma i behov av tillfälligt stöd.

I förslaget finns också en möjlighet att erhålla utvecklingsbidrag vid övergång från fådagarsutgivning till flerdagarsutgivning. Presspolitiska skäl talar för att en sådan möjlighet bör finnas. Utvecklingsbidrag av detta slag skall – till skillnad från övriga utvecklingsbidrag – kunna kombineras med produktionsbidrag.

Pressutredningen föreslår ett utvecklingsbidrag som skall utgå efter ansökan från tidningen och prövning av presstödsnämnden. Bidraget skall vara tillfälligt och kunna utdelas till en och samma tidning under högst två år av en fyraårsperiod. Som högsta bidragsgräns för fådagarstidningar föreslås 600 000 kr och för flerdagarstidningar 1 200 000 kr.

13.5 Samdistributionsrabatt

På förslag av 1967 års pressutredning inrättades en särskild rabatt vid samdistribution av abonnerade tidningar. Denna samdistributionsrabatt har blivit en betydande framgång. Idag är det i princip endast en abonnerad tidning i Sverige som står helt utanför systemet. Målet var att undandra en del av tidningsdriften från konkurrens och i stället få till stånd samverkan. Presspolitiska, tidningsekonomiska och samhällsekonomiska skäl talade för denna form av stöd.

Principen att stimulera tidningsföretag till samverkan omfattas även av 1972 års pressutredning. Utredningen finner alla skäl tala för ett bibehållande av den existerande rabatten. Skulle den tas bort finns risk för att samarbete upphör eller att likabehandlingen försvinner. Pressutredningen vill föreslå att samdistributionsrabatten bibehålles vid nuvarande storlek och att den i allt väsentligt skall ha kvar sin nuvarande form. Utredningen vill dock föreslå vissa justeringar i bestämmelserna för att bättre uppnå de ursprungligen åsyftade effekterna.

I en skrivelse till regeringen har TU begärt att samdistributionsrabatten skall höjas till 4 öre per exemplar. Skälet härför skulle framför allt vara att rabattstorleken varit oförändrad under en period då distributionskostnaderna ökat väsentligt Pressutredningen har funnit att den nuvarande rabatten ger tillräcklig stimulans för att uppfylla de syften som statsmakterna vill uppnå. Några skäl för en höjning av rabatten föreligger därför inte.

Nedan skall först diskuteras frågan om en utvidgning av samdistributionsrabatten så att den också skulle gälla lösnummerförsålda tidningar. Därefter skall utredningen framlägga vissa ändringsförslag vad gäller administrationen av och reglerna för samdistributionen.

13.5.1 *Bidrag vid samdistribution av lösnummerförsålda tidningar*

Det nuvarande distributionsstödet utgår endast för abonnerade exemplar. Vid riksdagsbehandlingen av förslaget om samdistributionsrabatt fanns de som ansåg att även kvällstidningarnas distribution, som ju helt bygger på lösnummerförsäljning, borde stimuleras med en statlig rabatt.

Pressutredningen har tagit upp frågan om också lösnummerdistribution (dvs. transporter) som sker i samverkan borde ges stöd. Det har sagts att betydande vinster skulle finnas i en sådan och att en stimulans skulle behövas för att få den till stånd.

Den abonnerade dagspressen har ca 10 % av sina upplagor i lösnummerdistribution eller ca 250 000 ex. Kvällstidningarna har en sammanlagd upplaga på ca 1 250 000 ex. Den totala lösnummerdistributionen uppgår således till ca 1,5 milj. ex. (vardagar). Om man antar att samtliga dessa exemplar gjordes stödberättigade med 3 öre per ex. skulle kostnaden bli nära 16 milj. kr. Av dessa skulle Aftonbladet få ca 5, Expressen ca 6, GT ca 1 och Kvällsposten ca 1,5 milj. kr. och den abonnerade dagspressen drygt 2 milj. kr.

Mellan Aftonbladet och Expressen bedrivs redan ett långtgående

samarbete på distributionsområdet. Detta har kommit till stånd utan någon statlig stimulans. De områden som återstår för samarbete är Göteborg och Malmö där de lokala kvällstidningarna för närvarande inte samarbetar med Aftonbladet och Expressen.

Syftet med samdistributionsrabatten var inte att skapa ett generellt distributionsstöd utan att ge de svagare tidningarna samma villkor för distribution som de starkare. Sådana presspolitiska motiv finns inte vad gäller samdistributionen av icke abonnerade tidningar. Där förekommer redan samdistribution och i den mån ytterligare sådan innebär rationaliseringsvinster torde den kunna komma till stånd utan statligt stöd.

Några direkta presspolitiska motiv för att avdela en stor del av det samlade presstödet för att nå samdistribution mellan de fyra kvällstidningarna föreligger således inte enligt pressutredningens uppfattning.

13.5.2 *Insynsfrågor och konkurrens mellan distributionsföretag*

Organisationen av den lokala samdistributionen varierar starkt mellan olika orter. I vissa fall arbetar distributionsföretagen via egna lokala organisationer och i andra fall via entreprenadföretag som ofta är kopplade till den större tidningen.

Det är viktigt att det finns en smidighet och en anpassning till lokala önskemål då det gäller den lokala organisationen. Men det är av största vikt att denna smidighet kombineras med reella möjligheter och rätt till *insyn* för samtliga tidningsföretag som deltar i samdistributionen. Det skall finnas möjlighet till kontroll och påverkan.

Det är pressutredningens uppfattning att samarbetet hittills i stort sett fungerat tillfredsställande såväl mellan tidningarna som mellan tidningarna och distributionsföretagen. Det kan dock finnas skäl att i bestämmelserna reglera insynsmöjligheterna och utredningen vill därför föreslå

dels att distributionsföretagen skall delge anbud på samdistribution inom ett distributionsområde till samtliga berörda tidningar vid en och samma tidpunkt.

dels att tidningar inom ett distributionsområde skall ha rätt att från den administrerande myndigheten erhålla sådana uppgifter som är nödvändiga för att bedöma kostnader och kostnadsfördelning för en planerad eller pågående samdistribution.

Dessa båda åtgärder bör skapa tillräckliga garantier för att alla parter i ett samarbete skall få likartad behandling och samma möjligheter att påverka beslut. Förhandlingar skall inte kunna föras mellan ett distributionsföretag och endast en av de berörda tidningarna. Samtliga tidningsföretag skall också ha full insyn vad gäller såväl kostnaderna som fördelningen av dessa.

För närvarande förekommer i något undantagsfall att två distributionsföretag arbetar inom samma område. Detta var knappast avsikten vid organiserandet av samdistributionen. Två distributionsföretag bör inte tillåtas att samtidigt svara för rabattberättigad distribution inom ett distributionsområde.

13.5.3 *Rabattgivning till postdistribuerade exemplar*

Merparten av den samdistribuerade volymen abonnerade tidningar utgörs av tidigare egendistribuerade tidningar (jfr. tabell 9.2). Men en viss del av volymen har tidigare varit postdistribuerad. Postverket har förlorat ungefär en tredjedel av den distributionsvolym man hade vid rabattens införande. I syfte att begränsa avtrappningen av postvolymen har senare samdistributionsrabatt medgivits för lantbrevbärarlinjernas samdistribuerade tidningsexemplar.

Det kommer inte att vara möjligt att låta all tidningsvolym gå genom samdistributionssystemet. Postdistribution kommer att behövas för i första hand tidningarnas fjärr- och glesbygdsdistribution. Det är ett samhällsintresse att denna distribution är effektiv. Eftersom tidningsdistributionen genom sin regelbundenhet och stora hushållstäckning utgör grunden för postverkets distributionsapparat, inte minst i glesbygdsområden, är det angeläget att överflyttning av exemplar från postverket inte sker enbart på grund av samdistributionsrabatten. Om tidningsföretagen inte förbättrar sin distributionsservice genom att lämna postverket har det inte uppstått några samhällsekonomiska fördelar av överflyttningen. Här uppstår ett avvägningsproblem mellan rationell tidningsdistribution och rationell postdistribution.

För att tidningsföretagen inte skall överge postdistributionen enbart på grund av den ekonomiska stimulans, som ligger i samdistributionsrabatten – d. v. s. utan att läsarna får några servicefördelar – föreslår utredningen att all dagstidningsdistribution i postverkets lantbrevbäring görs rabattberättigad. Idag utgår rabatt enbart för den volym som är samdistribuerad i kungörelsens mening, d. v. s. med två tidningar i starten. Skälet för en sådan förändring är att tidningskonsumenterna har intresse av att tidningarnas fjärr- och glesbygdsdistribution skall fungera effektivt.

För närvarande är ca 90 milj. exemplar i postdistribution rabattberättigade till en totalkostnad av 2,7 milj. kr. Det förslag som nu lämnas innebär att ytterligare 10 milj. exemplar blir rabattberättigade även när de distribueras via postverket.

För rabattberättigade postexemplar förmedlas rabatten idag av samdistributionsföretagen. Eftersom postverket har ett dotterbolag engagerat i samdistributionen är detta en otillfredställande situation med tanke på de andra företagen. Pressutredningen föreslår därför att postverket för lantbrevbärarlinjerna medges rätt att direkt förmedla rabatten på samma sätt som distributionsföretagen.

13.5.4 *Lika-pris-principen och administrationen av rabatten*

En av de grundläggande principerna för samdistributionsrabatten är att lika pris skall gälla för tidningar som distribueras inom samma område. I praktiken har det dock varit möjligt att delvis kringgå denna bestämmelse genom att dela upp distributionsområden i skilda s. k. prisområden. Man har visserligen haft samma behandling av tidningarna inom samma

prisområde men det samlade resultatet för utfallet inom distributionsområdet har blivit olika för de deltagande tidningarna.

Skilda priser inom ett distributionsområde skall endast kunna motiveras av olika *periodicitet* eller olika *vikt* hos de deltagande tidningarna. Prissättningen skall anpassas på så sätt att tidningar med högre periodicitet och större vikt bär de merkostnader som olikheterna medför.

Hittills har *administrationen* av samdistributionsrabatten skötts av statskontoret. En rådgivande branschnämnd har biträtt i handläggningen. Från statskontorets sida har framförts att uppgiften som administratör av samdistributionsrabatten inte på ett naturligt sätt hänger samman med verkets övriga uppgifter.

Det är naturligt att samdistributionsrabatten i en framtid administreras av den nämnd som kommer att handlägga övriga presstödsfrågor. Inom denna och dess kansli kommer att finnas den nödvändiga expertisen vad gäller de här aktuella frågorna. Utredningen har vidare utgått från att presstödsnämnden till sig knyter ett rådgivande organ av den typ som f. n. är knutet till statskontoret.

13.5.5 *Sammanfattning*

Effekterna av samdistributionsrabatten har varit synnerligen tillfredsställande och pressutredningen föreslår att hittillsvarande konstruktion i huvudsak bibehålls. Skulle stimulansen tas bort finns risk för att samarbetet upplöses och att principen med lika pris upphör att gälla. Utredningen avvisar dock tanken på att även göra samdistribution av lösnummerförsålda tidningsexemplar rabattberättigade. Det finns inte tillräckligt starka presspolitiska skäl för en sådan ordning. Utredningen finner ej heller skäl att nu höja rabattens storlek.

Pressutredningen vill skapa garantier för att samtliga i distributionen deltagande tidningar ges tillräckliga möjligheter till insyn. Det skall inte vara tillåtet för distributionsföretagen att föra förhandlingar med endast en tidning inom ett distributionsområde. Möjligheterna för flera distributionsföretag att samtidigt bedriva samdistribution inom ett distributionsområde bör tas bort. I syfte att förhindra att volymen försvinner från postverket till distributionsföretagen utan att servicen gentemot läsarna förbättras föreslås att postverket får förmedla samdistributionsrabatt för tidningsdistribution på lantbrevbärarlinjer.

Slutligen föreslås åtgärder som garanterar att bestämmelserna om lika pris ej kringgås genom t. ex. uppdelning av distributionsområden i s. k. prisområden. Administrationen av samdistributionsrabatten föreslås i framtiden handhas av presstödsnämnden.

13.6 Samverkan inom produktion och annonsförsäljning

Pressutredningen har undersökt möjligheterna till ökad samverkan inom tidningsbranschen. Samverkan skall ses som en möjlighet att begränsa kostnaderna inom branschen i syfte att göra det möjligt att vidmakthålla

och utbygga den redaktionella mångfalden. När pressutredningen behandlar samverkansfrågorna är det framför allt som ett medel att förverkliga de presspolitiska målen.

I detta avsnitt skall olika möjligheter till stimulans till samverkan inom tidningsbranschen förutom inom distributionen beröras. Det gäller (1) samverkan inom produktionen, (2) samverkan inom annonsförsäljningen och (3) projekt som avser samverkan inom branschen.

Pressutredningen har gjort omfattande beskrivningar och analyser av samverkansfrågorna. Det har skett dels i rapportdelen Tidningar i samverkan (SOU 1975:11), dels i kapitel 10. Det är detta material som ligger till grund för utredningens ställningstagande i samverkansfrågor.

13.6.1 *Lånefonden och samverkan*

I reglerna för nuvarande pressens lånefond finns anvisningar som beaktar samverkansfrågorna. Det heter att presstödsnämnden skall "främja sådana projekt som syftar till kostnadsbesparingar genom samverkan mellan tidningsföretag". Problemet har dock varit att presstödsnämnden inte mer än två gånger fått ansökningar om lån till samverkansprojekt. Detta har betytt att endast en mindre del av den hittills utlånade summan använts till att stödja samverkansföretag.

Då pressutredningen vill främja samverkan på olika områden skall detta närmast ses som en vidareutveckling av den verksamhet som bedrivits inom lånefonden. Det är utredningens mening att reglerna för lånefonden kompletteras på ett sådant sätt att den också kan fungera som en samverkansfond. Staten bör i första hand stödja sådana projekt inom tidningsbranschen som syftar till samverkan och först när samverkan visat sig omöjlig eller olönsam skall lån till enskilda tidningar komma ifråga.

13.6.2 *Riktlinjer för samverkan*

Av tradition är tidningsföretagen inriktade på konkurrens inom samtliga områden av tidningsdriften. Det var först efter motstånd och med hjälp av väsentlig stimulans som den nu uppnådda samverkan inom distributionen kom till stånd. Den skepsis som tidningsföretagen känner mot olika former av samverkan och stimulans till sådan har sin förklaring i en gammal konkurrenstradition. *Den grundläggande regeln för all samverkan skall dock vara att den inte skall inverka på den redaktionella integriteten.* Det är mångfalden av de redaktionella produkterna som är det presspolitiskt väsentliga.

Övriga riktlinjer som har gällt när pressutredningen nalkats samverkansfrågorna och principerna för samverkansbidragen kan sammanfattas i följande punkter:

1. Samverkansbidragen skall vara en bland flera åtgärder för att förverkliga det presspolitiska målet om åsiktsmångfald inom dagspressen.

2. Lån till enskilda företag skall fortfarande vara möjliga i den mån ekonomiskt motiverad samverkan ej kan komma till stånd.
3. Samverkan skall i första hand gynna de ekonomiskt sett svaga tidningarna. Detta skall dock ej ske på övriga tidningars bekostnad.
4. All samverkan skall vara frivillig. Detta innebär att *initiativet* skall komma från tidningarna själva genom en gemensam ansökan till presstödsnämnden.
5. Samverkan skall vara så konstruerad att den skall kunna upphöra vid en förändrad situation.
6. Alla ansökningar bedöms av presstödsnämnden och stimulansåtgärderna anpassas till det enskilda fallet.

Det framgår av punkterna ovan att pressutredningen inte vill förorda en samverkan som av tidningsföretagen uppfattas som tvingande. I stället förutsätts att en framgångsrik samverkan mellan tidningar måste vara frivillig och detta innebär att initiativet skall komma från tidningarna själva. Det är dessa som skall bestämma formerna för samverkan. Statens roll i sammanhanget blir att stimulera.

Man kan ifrågasätta i vilken utsträckning stimulans över huvud taget skall anses nödvändig. Man skulle kunna hävda att samverkan som är ekonomiskt lönsam och presspolitiskt motiverad skulle kunna komma till stånd utan inblandning från statens sida. Erfarenheterna från samdistributionsrabatten talar dock sitt tydliga språk. Det var först när stimulansen sattes in som samverkan kom till stånd. Det är utredningens uppfattning att även relativt blygsamma stimulansåtgärder kan förändra läget till förmån för en utveckling av samverkan mellan tidningar.

13.6.3 *Samverkan inom tidningsproduktion*

I rapporten Tidningar i samverkan visas bl. a. på de fördelar och nackdelar som kan finnas med samverkan på produktionsområdet.

Det finns många argument som talar *för* samverkan inom tidningsproduktion. På sikt måste det anses mindre rationellt och ekonomiskt att tidningar i konkurrenssyfte bygger var sina produktionsanläggningar. De beräkningar som gjorts visar att det finns betydande vinster att göra genom samverkan på detta område mellan två eller flera tidningar.

Men det finns också argument *mot* samverkan på produktionssidan. Framför allt finns de som hävdar att riskerna för den svagare parten i ett produktionssamarbete är stora. I en framtid kan denna få svårt att hävda sina intressen. Det finns också en rad praktiska svårigheter vid samproduktion. Det gäller bl. a. problem med eventuella friställningar av teknisk personal och frågan om gemensamma manusstopptider.

Det är uppenbart att många av argumenten mot samverkan väger tungt. Men det är också klart att det finns betydande vinster med samverkan och dessa väger enligt pressutredningens uppfattning tyngre.

Regler för stöd till produktionssamverkan

En grundprincip för den produktionssamverkan som pressutredningen föreslår skall vara att den skall vara frivillig och att tidningarna själva skall komma med förslag till formerna för samverkan. Presstödsnämnden har att ta största möjliga hänsyn till lokala förhållanden och lokala önskemål när den skall bestämma på vilka villkor bidrag skall utgå. Pressutredningen finner det ej nödvändigt att fastställa *detaljerade* regler för produktionssamverkan. Dessa skulle kunna bli ett hinder gentemot praktiska och presspolitiskt önskvärda lösningar.

Pressutredningen anser dock att ett krav för bidrag till samproduktion bör vara att produktionssamverkan är av någorlunda omfattning. De projekt som erhåller bidrag skall avse *total* samverkan inom tryckning och/eller sättning. Det skall inte vara möjligt att få samproduktionsbidrag till olika delprojekt.

Det har inte ansetts möjligt att formulera en motsvarighet till samdistributionsprojektets likaprisregel ifråga om samproduktion. I de föreslagna reglerna finns dock ett krav på "likabehandling". En sådan skall eftersträvas av de berörda parterna och det skall vara möjligt för presstödsnämnden, då den fattar beslut om samproduktionsbidrag, att ta ställning till i vilken utsträckning skälig likabehandling kommer att ske. Kravet på likabehandling syftar naturligtvis till att undvika att den mindre parten i ett samarbete får betala en alltför stor del av det gemensamma projektets kostnader.

Samproduktion mellan tidningar bör stödjas framför allt av presspolitiska skäl. Pressutredningen föreslår därför att minst en av de tidningar som ansöker om bidrag till samproduktion samtidigt uppbär antingen produktionsbidrag eller utvecklingsbidrag. Två starka tidningar skall inte kunna slå sig samman och lämna en tredje svagare utanför och få bidrag för detta.

Bidraget till samproduktion föreslås utgå under en period av högst fem år. Det har ej ansetts föreligga skäl att permanenta bidraget eftersom detta i första hand avser att täcka initialkostnaden och då rationaliseringsvinsterna efter en femårsperiod bör vara så stora att en fortsatt stimulans ej skall vara nödvändig.

Bidragets utformning och storlek

Pressutredningen har diskuterat om det skulle vara möjligt att göra en konstruktion med samproduktionsrabatt liknande den som utgår vid samdistribution. Detta har dock ej visat sig praktiskt lämpligt. Arten av produktionssamverkan kommer att variera alltefter lokala förhållanden. Pressutredningen har därför inte velat t. ex. fixera ett belopp per samproducerat exemplar eller per samproduktionsprojekt.

Vid fastställandet av ramarna för stimulansbeloppet har utredningen arbetat i två steg. Först har en överslagsberäkning gjorts på vad det skulle kosta statsmakterna att låna lågtäckningstidningen pengar till en ny produktionsapparat. Detta belopp har utgjort utgångspunkten för bedömningen i det andra steget som skett i utredningens branschmässigt

väl sammansatta referensgrupper. Beloppet har sedan justerats med hänsyn till diskussionen i referensgrupperna och de ekonomiska ramar som utredningen har att arbeta inom. Vid den slutliga avvägningen har bidragets storlek fastställts till ett belopp som även enligt branschbedömningar innehåller en tillräcklig stimulans.

Som stimulans till samverkan på produktionsområdet föreslås ett lägsta bidrag på 250 000 kr. och ett högsta på 500 000 kr. per år till var och en av de tidningar som ingår i en total produktionssamverkan. Det skall ankomma på presstödsnämnden att anpassa beloppet så att det står i lämplig proportion till projektets storlek. Vid samverkan enbart inom sättning eller tryckning skall reducerat bidrag utgå.

13.6.4 *Samverkan inom annonsförsäljning*

Idag förekommer samarbete inom annonsförsäljningen i ökande omfattning. Samarbetet innebär i allmänhet att två eller flera icke konkurrerande tidningar gör gemensamma annonserbjudanden för att åstadkomma ökad regional spridning. För närvarande finns ca 50 samannonseringskombinationer.

Det samarbete som idag existerar är i allmänhet ägnat att stärka högtäckningstidningarnas ställning. Det är dessa som har de attraktiva kombinationerna. De samannonserbjudanden som lågtäckningstidningarna kan prestera torde endast undantagsvis och vid för annonsörerna mycket förmånliga rabatteringar leda till påtagligt ökad annonsvolym.

Lokal samverkan i annonsförsäljningen mellan samtliga på en ort utkommande tidningar existerar inte idag. Det finns inte heller några initiativ i den riktningen varken från enskilda tidningars eller från branschorganisationernas sida. I rapporten Tidningar i samverkan redogörs dock för ett framgångsrikt försök med lokal annonssamverkan i Skien i Norge.

Utifrån det presspolitiska målet om en differentierad press är det framför allt *lokal* samverkan inom annonsförsäljningen som är av intresse. Samverkan mellan högtäckningstidningar ökar avståndet mellan de konkurrerande tidningarna och gör det svårare för lågtäckningstidningarna att hävda sig på marknaden.

Lokal annonssamverkan är omdiskuterad och tanken på en sådan har utsatts för kritik. Då pressutredningen trots detta vill föreslå att staten med samverkansbidrag uppmuntrar till frivillig annonssamverkan görs detta på grund av den stora presspolitiska betydelse en sådan samverkan enligt utredningens mening skulle få. Den grundläggande motiveringen för annonssamverkan är att läsarna skall kunna ställa krav på likvärdig annonsinformation antingen de väljer den ena eller den andra tidningen på en utgivningsort. Varken för läsare eller annonsörer tycks det finnas några nackdelar med en möjlighet till samförsäljning av annonser och därmed likvärdig annonsmängd i konkurrerande tidningar. Konkurrensen kommer att bli koncentrerad till den redaktionella produkten.

När frågan om samförsäljning av annonser diskuteras läggs ofta tonvikten vid den ekonomiska aspekten, d. v. s. vid annonsinkomsterna. I

Sverige är dock läget på grund av produktionsbidragen ett annat än t. ex. i Tyskland och England, där denna diskussion också förts. Produktionsbidragen kompenserar till stor del lågtäckningstidningarna för de lägre annonsintäkterna varför en omfördelning av intäkterna inte är aktuell. Syftet med annonssamverkan är således inte att omfördela intäkterna utan att konkurrerande tidningar skall ha samma information på annonssidorna.

Regler för bidrag till annonssamverkan

En allmän förutsättning för att bidrag skall utgå föreslås vara att projektet är avsett att nå fram till annonssamverkan mellan två eller tre tidningar inom samma område/region. Avsikten är således att genom den statliga stimulansen få till stånd en samverkan som är presspolitiskt motiverad. En sådan samverkan bör också ligga i både läsarnas och annonsörernas intresse.

Pressutredningen vill inte stipulera krav på att samverkan skall gälla både riks- och lokalannonser. Den anser det tillräckligt om samförsäljningen omfattar de lokala annonserna eftersom det är dessa som måste anses ha det största informationsvärdet. Det är också en förhoppning att samverkan på lokalannonsområdet också skall leda till sådan vad gäller riksannonser.

En annonsör skall inte tvingas att placera en annons i en viss tidning. Varje annonsör skall således ha rätt att begära placering i endast en av de i samprojektet deltagande tidningarna.

På samma sätt som vad gäller bidragen till produktionssamverkan skall fordras att en av de i projektet deltagande tidningarna skall uppbära produktions- eller utvecklingsbidrag. Samverkansbidragen skall också vara tidsbegränsade. Bidragen bör utgå under högst fem år. En period av denna längd bör ge sådana erfarenheter att nödvändiga utvärderingar kan göras.

Storleken på bidragen för annonssamverkan har ej ansetts böra beslutas av presstödsnämnden utan ställas i direkt relation till omfattningen av samarbetet. En viktig utgångspunkt bör därvid vara att bidraget inte sätts så högt att någon tidning på grund av detta känner sig tvungen att gå med i samarbetet. Å andra sidan bör det vara tillräckligt stort för att innebära en verklig stimulans.

Pressutredningen har ansett att en viss andel av de samlade annonsintäkterna från de annonser som samverkan gäller är den lämpligaste bidragsformen. Vid fastställandet av procentsatsen har utredningen arbetat på ett likartat sätt som då det gällde storleken på stimulansbidraget vid samproduktion. Referensgrupperna har fått reagera på det framräknade beloppets stimulanskraft. Därefter har utredningen gjort sina bedömningar och bl. a. tagit hänsyn till de ekonomiska risker som kan ligga i ett samannonsprojekt.

Pressutredningen anser att ett stimulansbidrag på 6 % av de samlade annonsintäkterna från de annonser man samverkar om skulle vara av lämplig storlek. Bidraget fördelas lika mellan de i projektet deltagande tidningarna.

Det har konstaterats ovan att avsikten med lokala annonsprojekt inte är att omfördela intäkterna. Pressutredningen föreslår därför att intäkterna från den gemensamma annonsförsäljningen skall fördelas efter principen att startårets fördelning skall gälla. Den tidning som vid samarbetets start har t. ex. 70 % av de samlade intäkterna skall också ha detta under hela den samarbetsperiod för vilken bidrag utgår.

13.6.5 *Samverkan på branschnivå*

I kapitlet om samverkan inom tidningsbranschen förekommer en redogörelse för olika former av samverkan inom hela tidningsbranschen eller delar av densamma. Denna form av samverkan har spelat en väsentlig roll för den svenska dagspressen. Detta gäller inte minst projekt på det tekniska och administrativa fältet. Starka skäl talar för att även projekt som initieras från branschorganisationer skall ha möjlighet att få samverkansbidrag.

Pressutredningen vill således föreslå att samverkansbidrag också skall kunna utgå för projekt som avser branschsamverkan. En förutsättning är dock att projekten skall främja mångfalden inom dagspressen och således vara till direkt hjälp för tidningar med problem. Projekten kan avse administrativt, redaktionellt eller tekniskt utvecklingsarbete som ligger utanför den normala verksamheten och som kan klart urskiljas i tid och rum. Endast externa kostnader skall vara bidragsgrundande. Minst 1/3 av tidningarna i projektet skall också vara bidragsberättigade.

Det finns risk att presstödsnämnden överhopas med olika ansökningar som rör mindre projekt. Detta är inte avsikten eftersom utredningen förutsätter att branschen själv skall kunna finansiera sådana mindre satsningar. Pressutredningen föreslår därför att bidrag endast skall utgå till sådana projekt vars totala kostnader uppgår till minst 300 000 kr.

Projektbidragen är således avsedda att främja sådan samverkan inom branschen som kan stärka svagare tidningars ställning eller speciellt underlätta deras problem. Ett villkor skall vara att branschen själv är villig att svara för huvudparten av projektets kostnader. Bidrag skall således utgå med högst en tredjedel av de totala externa kostnaderna.

13.6.6 *Sammanfattning*

Pressutredningen föreslår att statliga stimulansåtgärder sätts in för att främja lokal samverkan på produktionssidan och inom annonsförsäljningen. Utredningen föreslår vidare att bidrag skall kunna utgå till sådana branschprojekt som främjar mångfalden inom pressen.

Beträffande samverkan på produktionssidan föreslås att tidningar som samverkar inom sättning och/eller tryckning under fem år skall kunna få bidrag om högst 500 000 kr. per år och tidning. Presstödsnämnden får till uppgift att fixera beloppen i de enskilda fallen så att de står i lämplig proportion till projektens storlek.

Vad gäller den lokala annonssamverkan vill utredningen främja projekt som avser gemensam försäljning av lokala annonser. Syftet med detta är

att läsaren skall ha tillgång till samma annonsinformation oavsett vilken tidning han väljer och inte att nå fram till en ny fördelning av annonsintäkterna mellan tidningarna. Vid samannonsprojekt skall de deltagande tidningarna kunna få ett stimulansbidrag omfattande 6 % av de samverkande tidningarnas totala annonsförsäljning. Bidraget, som utgår under högst fem år, delas lika mellan tidningarna.

För konkreta större branschprojekt som syftar till att stärka mångfalden inom pressen skall samverkansbidrag kunna utgå. Det kan gälla samverkan vad gäller tekniskt, administrativt och redaktionellt utvecklingsarbete. Bidrag skall kunna utgå med 1/3 av kostnaderna för projekt med en total kostnad av lägst 300 000 kr.

13.7 Pressens lånefond

Som redovisats tidigare i betänkandet har pressens lånefond haft stor betydelse då det gällt finansieringen av förnyelsen av den tekniska utrustningen inom många tidningsföretag. Syftet att stimulera till samverkan mellan tidningar har dock inte kunnat uppnås. Snarare kan finansieringsmöjligheterna genom lånefonden på flera orter ha lett till att en tänkbar samverkan uppskjutits i tiden.

Utredningen vill först slå fast att behovet av en särskild kreditmöjlighet för vissa tidningar kvarstår. Den tekniska förnyelsen inom branschen kan inte betraktas som avslutad. Flera tidningar arbetar fortfarande med föråldrad utrustning. Den snabba utvecklingen av den grafiska tekniken gör vidare att avskrivningstiderna blir allt kortare.

Det måste emellertid vara så att den helt dominerande delen av branschens finansieringsbehov tillgodoses på den allmänna kreditmarknaden. Utredningens förslag om åtgärder för att stimulera samverkan inom tidningsproduktionen bör också leda till att så kan ske i högre grad än för närvarande.

I sådana fall där samverkan rimligen kan komma till stånd bör fortsättningsvis en enskild tidning inte kunna erhålla lån ur pressens lånefond för investeringar som enbart avser de egna behoven. Man måste dock räkna med dels att vissa tidningar inte har någon tänkbar samverkanspartner, dels att tidningar, för vilka samverkan borde vara möjlig, inte alltid kan komma fram till en uppgörelse som är acceptabel för båda parter.

I de fall där det är känt att samverkan diskuterats men inte kommit till stånd har orsaken till detta ofta varit att den större tidningen ställt krav som den mindre tidningen uppfattat som helt oantagbara. Lånefonden måste finnas kvar som en garanti för att svagare tidningar inte heller i framtiden skall tvingas gå in i samverkan med en starkare part på orimliga villkor. Å andra sidan måste det stå helt klart att en verkligt seriös prövning av förutsättningarna för samverkan skall ha skett innan lån ur lånefonden kan bli aktuellt.

Kravet att lån inte skall beviljas för projekt som rimligen kan finansieras på den allmänna kreditmarknaden bör kvarstå och få en strikt

tillämpning. I sådana fall där två eller flera tidningar kan sluta avtal om samverkan bör projekten enligt utredningens bedömning normalt tillhöra den kategori som kan finansieras på detta sätt. Skulle så inte vara fallet bör dock även samverkansprojekt kunna finansieras via lån ur lånefonden.

De nuvarande lånevillkoren bör förändras i det avseendet att presstödsnämnden ges möjlighet att medge viss ränte- och amorteringsfrihet. För närvarande ges sådan automatiskt.

Sammanfattningsvis anser utredningen att lån ur pressens lånefond i framtiden i huvudsak endast bör beviljas dels projekt där ett kredittillskott är en förutsättning för att samverkan mellan tidningar skall komma till stånd, dels tidningar som inte lyckas uppnå ett acceptabelt samverkansavtal med annan tidning och som inte har andra finansieringsmöjligheter för en nödvändig investering. Detta innebär att, utöver samverkande tidningar, i första hand lågtäckningstidningar och mindre ensamtidningar bör komma i fråga för lån. Härigenom minskar lånebehovet i förhållande till nuläget. Under perioden 1969/70 – 1974/75 beviljade presstödsnämnden lån om totalt 94,4 milj. kr. eller i genomsnitt 15,7 milj. kr. per år varierande mellan 24,4 och 5,0 milj. kr. Med minskande realt behov men höjda priser på utrustning bör ett årligt anslag av 15 milj. kr. vara lämpligt.

13.8 Presstödsnämnden

Presstödsnämnden inrättades på förslag av 1967 års pressutredning i samband med införandet av pressens lånefond. Nämndens verksamhetsområde utvidgades 1971 då produktionsbidragen introducerades.

Pressutredningen har ovan presenterat en rad olika förslag vilka kommer att ställa presstödsnämnden inför delvis helt nya uppgifter. Här skall diskuteras vilka konsekvenser detta kan få för presstödsnämndens sammansättning och verksamhet i framtiden.

13.8.1 *Den nuvarande nämnden*

Den nu fungerande presstödsnämnden består av ordförande och två ledamöter, alla utsedda av regeringen. När nämnden behandlar ärenden som rör produktionsbidragen tillkommer fem ledamöter. Det finns således dels en mindre nämnd för lånefrågor, dels en större för produktionsbidrag. Ordförande har varit en hög ämbetsman och även övriga ledamöter i den lilla nämnden är för närvarande högre ämbetsmän. De fem ledamöter som ingår i nämnden då denna behandlar produktionsbidragsfrågorna representerar de fem riksdagspartierna.

Nämnden har inte haft något eget kansli med heltidsanställd personal. Den har biträtts dels av en sekreterare, dels av ekonomisk expertis från PK-banken (tidigare Sveriges Kreditbank).

Kännetecknande för presstödsnämnden har varit att den endast haft beviljande funktioner. Produktionsbidragens regler var tänkta att vara av

den karaktären att gränsfallen eller ärenden som fordrade bedömningar skulle vara mycket få. Vad gäller låneärendena ansågs att speciell tidningsekonomisk expertis inte skulle vara nödvändig utan att allmän ekonomisk sakkunskap borde räcka.

Samdistributionsrabatten har inte administrerats av presstödsnämnden utan av statskontoret. En orsak till detta torde ha varit att man ansåg att samdistributionsrabatten krävde en kontinuerlig övervakning och övervägande från fall till fall. Förvaltningen krävde således ett ämbetsverks resurser. Statskontoret har, vad gäller frågor om samdistributionsrabatten, biträtts av en nämnd med branschexpertis.

Pressutredningen har inte gjort några speciella studier av hur presstödsnämnden eller statskontoret fungerat under den period de haft att förvalta de direkt presstödjande åtgärderna. Kännedom om detta har dock vunnits genom forskningsrapporten Presstödet och tidningskonkurrensen. Flera av ledamöterna i utredningen har också personligen erfarenheter från presstödsnämndens arbete.

Det kan konstateras att reglerna för produktionsbidragen blivit mycket omdiskuterade. Ledamöterna har i betydligt större utsträckning än vad som kunde förutses haft olika uppfattningar bl. a. när det gäller tolkningen av § 17 i presstödkungörelsen. Nämnden har ställts inför en rad problem som knappast var förutsedda.

13.8.2 *Presstödsnämnden och det kommande stödprogrammet*

En ambition vid konstruktionen av det nya stödprogrammet har varit att gränsfall och oklarheter skall undanröjas så långt som möjligt. Indelningen i hög- och lågtäckningstidningar föreslås bl. a. för att den skall vara lättare att tillämpa än den med första- och andratidningar. Trots detta kan man inte helt utesluta att reglerna för *produktionsbidrag* får sådana inslag att det kommer att krävas vissa bedömningar gjorda utifrån ekonomiska analyser.

Utredningen föreslår *ett etableringsstöd* för att möjliggöra start av nya tidningar. I princip skall detta utgå till sådana tidningar som kan antas komma att uppfylla minimikraven för produktionsbidrag. Presstödsnämnden kommer här att ställas inför en ny och viktig uppgift. Det gäller att bedöma om de ekonomiska förutsättningarna för den planerade tidningen är sådana att projektet skall kunna genomföras. Olika former av spekulationsstarter måste undvikas.

En nyhet i det föreslagna stödprogrammet är också *utvecklingsbidragen*. Pressutredningen har inte – som ifråga om produktionsbidragen – kunnat finna en automatiskt verkande regel som skiljer ut de stödberättigade tidningarna från övriga. Utvecklingsbidragen kommer att kräva bedömningar från fall till fall. Dessa inbegriper bl. a. relativt ingående marknadsbedömningar grundade på de utvecklingsplaner som bidragssökande tidningar skall inlämna. Det ankommer på presstödsnämnden att med hjälp av ekonomisk expertis göra dessa bedömningar.

Pressutredningen föreslår också nya stimulansåtgärder för *samverkan* inom dels tidningsproduktionen, dels annonsförsäljningen. Även här

kommer presstödsnämnden att spela en viktig roll då det gäller att avgöra om fordringarna för stöd uppfylls samt vid fastställandet av bidragsbeloppens storlek.

Den fortsatta handläggningen av frågor som rör *pressens lånefond* kommer också att innebära krävande och viktiga uppgifter för nämnden. Enligt pressutredningens förslag skall den i framtiden även ha hand om administrationen av *samdistributionsrabatten,* vilken kräver en löpande bevakning.

13.8.3 *Andra uppgifter för presstödsnämnden*

I förslaget till presspolitiskt program förklarar pressutredningen att ägarförhållandena inom tidningsbranschen bör vara allmänt kända och att det bör ske en fortlöpande registrering av förändringar inom ägarstrukturen. I kapitel 3 redovisas översiktligt den nuvarande ägarstrukturen. Det framgår av denna att det sker en pågående koncentration till allt färre ägare och allt starkare tidningskedjor.

Det är pressutredningens mening att presstödsnämnden skall få till uppgift att årligen rapportera om förändringar inom tidningsägandet. Utredningen har erfarenhet av att detta kan vara ett tidsödande arbete och att det många gånger kan vara synnerligen svårt att tränga fram till vem som är den verklige ägaren. Från tidningarnas sida bör här föreligga uppgiftsskyldighet till nämnden. Pressutredningen förutsätter att denna fråga kommer att behandlas av massmediekoncentrationsutredningen (Ju 1974:13).

Pressutredningen har gjort olika former av ekonomiska analyser för att dels kunna utvärdera presstödet, dels fastställa stödbehovet hos olika tidningsgrupper. Det är uppenbart att dessa undersökningar kommer att vara i ständigt behov av att aktualiseras. Branschen är utsatt för mycket stora kostnadsökningar och det måste vara väsentligt för statsmakterna att vid fastställandet av bidragsbeloppens storlek ha tillgång till aktuella, objektiva undersökningar. Det är pressutredningens åsikt att ansvaret för sådana ekonomiska studier måste åvila presstödsnämnden.

Presstödsnämnden måste samla in och utvärdera ett omfattande ekonomiskt basmaterial. Ett samarbete med branschorgan av olika slag torde här vara lämpligt. Speciellt betydelsefull torde den branschstatistik bli som Svenska Tidningsutgivareföreningen upprättar. Utredningen förutsätter också att nämnden kommer att ha kontakter med Tidningsstatistik AB bl. a. med tanke på den ökade vikt som TS-statistien kommer att få vid fördelningen av produktionsbidragen.

Med hjälp av detta ekonomiska basmaterial skall presstödsnämnden regelbundet kunna rapportera om utfallet av de presstödjande åtgärderna.

13.8.4 *Den framtida presstödsnämnden*

De olika nya kraven på presstödsnämnden innebär att betydligt större resurser än de nuvarande måste ställas till dess förfogande. Detta innebär att ett permanent kansli bör inrättas för det löpande arbetet.

Pressutredningen anser att man ej bör förändra den nuvarande sammansättningen av nämnden men att uppdelningen i en liten och en stor nämnd skall upphöra. Ordförande i nämnden bör således även i fortsättningen vara en opartisk ämbetsman och i övrigt bör den bestå av två ämbetsmän och fem representanter för riksdagspartierna.

På kansliet bör åvila att bereda de olika ärendena samt ombesörja den löpande administrationen av de olika presstödjande åtgärderna. Presstödsnämnden bör också ges resurser att med hjälp av kansliet eller expertis utifrån utföra eller initiera olika former av undersökningar samt rapportera om utvecklingen inom branschen. Nämnden bör också följa pressforskningen inom och i någon mån utom landet.

13.9 Kostnader för utredningens förslag

I direktiven sägs att "utredningen bör utgå från att kostnaderna för de förslag som läggs fram i huvudsak bör inrymmas inom ramen för de anslag som f. n. anvisas över budgeten till presstödjande ändamål".

De anslag som avses är produktionsbidrag för dagstidningar, samdistributionsrabatt för dagstidningar och pressens lånefond. Anslagen för budgetåret 1975/76 är för samdistributionsrabatten 25 milj. kr. och för produktionsbidragen 97 milj. kr. Den femåriga försöksperioden för pressens lånefond som riksdagen 1969 beslöt om utgick i och med budgetåret 1973/74. Numera anvisas enbart ett formellt anslag om 1 000 kronor. Under försöksperioden uppgick anslaget till 25 milj. kr. per år. Utredningen har tolkat direktiven så att kostnaderna för dess förslag bör rymmas inom en ram av ca 147 milj. kr.

Genom att den totala kostnadsramen inte får utvidgas måste utredningen skapa utrymme för de nya stödformer den vill föreslå genom omprioriteringar.

Tidigare i detta kapitel har inte någon egentlig diskussion förts om produktionsbidragens storlek. Orsaken till detta är just att något utrymme för en sådan diskussion inte funnits med den utformning direktiven har. En kraftig höjning av bidragen skedde också 1974. Utredningen vill dock framhålla följande.

Under en period då tidningarnas kostnader stiger söker man kompensera detta genom att höja priserna på annonser, abonnemang och lösnummer. Högtäckningstidningarna har också i stor utsträckning lyckats höja intäkterna i erforderlig grad. Tidningar för vilka produktionsbidragen utgör en väsentlig del av intäkterna kommer vid en sådan utveckling i ett försämrat läge om dessa bidrag inte höjs. Utan att ta ställning till *när* en ytterligare höjning av produktionsbidragen behöver ske vill utredningen med det nu sagda understryka *att* framtida höjningar av bidragsstorleken knappast kan undvikas. Som utredningen tidigare antytt bör storstadstidningarnas problem särskilt uppmärksammas i ett sådant läge. Det bör vara en uppgift för presstödsnämnden att i framtiden ta fram material som kan ligga till grund för bedömningar av behovet av höjningar av bidragsstorleken.

De förändringar som föreslås i bestämmelserna om vilka tidningar som skall erhålla *produktionsbidrag* påverkar inte huvuddelen av de nu utgående bidragen. Beräknat på 1974 års förhållanden skulle anslagsbehovet enligt utredningens förslag minska med ca 7 milj. kr. De *övergångsbestämmelser* som föreslås innebär dock att för bidragsåren 1976 och 1977 (budgetåren 1976/77 och 1977/78) stannar minskningen vid ca 3,5 milj. kr.

Utredningen har funnit att *samdistributionsrabatten* bör behållas i stort sett oförändrad. Förslagen innebär här en kostnadsökning på ca 300 000 kronor.

Medelsbehovet för *pressens lånefond* kan beräknas minska. En nedskärning är också nödvändig för att skapa utrymme för de nya åtgärder utredningen föreslår. 15 milj. kr. per år bör anslås.

Utnyttjandet av det föreslagna *etableringsstödet* är svårt att i förväg beräkna. Ett årligt belopp av 3 milj. kr. bör dock vara tillräckligt.

Utvecklingsbidragen bör rymmas inom en årlig ram av 6 milj. kr.

Medelsbehovet för de bidrag utredningen föreslår för att stimulera till *samverkan* på olika områden är svårt att förutse. Utredningen föreslår att för det första året en medelsram av 5 milj. kr. anvisas.

Utredningen har inte preciserat sitt förslag om ökade resurser och inrättande av ett kansli åt *presstödsnämnden*. Nämndens administrativa kostnader under budgetåren 1969/70 – 1973/74 uppgick till ca 0,7 milj. kr. eller i genomsnitt ca 140 000 kronor per år (främst ersättning till Sveriges Kreditbank). Samdistributionsrabattens administration kräver i dag ca en och en halv årsarbetskraft. Vid en ordentlig förstärkning av nämndens resurser kan kostnaderna knappast komma att understiga 1 milj. kr.

Sammantaget innebär detta att kostnaderna för utredningens förslag uppgår till knappt 149 milj. kr.

13.10 Utredningens övriga bedömningar

13.10.1 *Tidskrifter*

Pressutredningen har gjort vissa preliminära analyser vad gäller läget på tidskriftsmarknaden. Det har kunnat konstateras att det skett betydande kostnadsökningar för tidskrifter av olika slag. Särskilt för ägarna av ideella och fackliga tidskrifter har detta medfört kraftigt ökade svårigheter.

Det har framgått av de undersökningar som pressutredningen genomfört att tidskrifterna synes ha en mycket stor betydelse för kommunikationen i dagens samhälle. Det kan antas att deras roll ökat i och med tidningsnedläggningarna. På tidskriftssidan finns fortfarande den mångfald som i dag saknas inom dagspressen.

För pressutredningen står det klart att det krävs ytterligare analyser av tidskrifterna vad gäller deras ekonomiska läge, förhållandet till organisationerna och deras roll för kommunikationen i samhällsfrågor. Utredning-

en föreslår därför att en ny utredning tillsätts med huvudsaklig uppgift att fastställa dagsläget för tidskrifterna och den roll som statsmakterna bör spela i samband med dessa samt att framlägga förslag om hur tidskrifternas problem lämpligen bör lösas.

13.10.2 *Annonsblad*

Genom marknadsanalyserna i forskningsrapporten "Presstödet och tidningskonkurrensen" och i skrivelser från Svenska Tidningsutgivareföreningen, A-pressen och Svenska Journalistförbundet har pressutredningen blivit uppmärksammad på den konkurrens som gratisdistribuerade annonsblad utgör för de traditionella dagstidningarna. Problemet har också berörts i motioner till riksdagen åren 1974 och 1975 (1974:921, 1975:309). Konstitutionsutskottet har menat att det material som pressutredningen presenterar borde kunna utgöra ett tillfredsställande underlag för vidare överväganden angående vilka åtgärder som kan vara nödvändiga på detta område.

Pressutredningen har låtit riksskatteverket bearbeta reklamskattematerialet för att få en bild av gratistidningarns omfattning. Verkets beräkningar för 1974 visar, att antalet annonsblad är drygt 100 och den totala omsättningen 20–25 milj. kr. per år. Riksskatteverktes undersökning visar vidare att det finns en koncentration av annonsblad till vissa län. Så faller en knapp tredjedel av omsättningen inom Stockholms län.

Totalt sett utgör annonsbladens omsättning en liten del i förhållande till dagspressens totala annonsering. Jämförelsen bör dock göras med lokalannonseringens omfattning, eftersom annonsbladen innehåller lokala affärsannonser. En sådan jämförelse visar att annonsbladens omsättning torde uppgå till 5–10 % av dagspressens lokalannonsering. Räknat på lokalannonseringen inom ett län kan andelen bli 10–15 %.

Denna typ av annonsorgan kan skapa svårigheter för enskilda tidningar. Tidningarna är tvingade att ta ut högre annonspriser bl. a. för att de också skall fylla en kvalificerad informationsfunktion. Ett lokalt annonsblad kan t. ex. ta bort det ekonomiska underlaget för en lokalredaktion. Det finns all anledning att med oro se på en fortsatt utveckling av annonsbladsmarknaden.

Från tidningsbranschens sida har problemen med annonsblad ägnats stor uppmärksamhet. I ett uttalande från Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU) 25 oktober 1974 heter det bl. a.:

att medlemsföretag bör undvika att vidta åtgärder som minskar marknaden för sålda reguljära tidningar och att medlemsföretag således inte bör ge ut annonsblad som konkurrensmedel gentemot andra reguljära tidningar;

att medlemsföretag, som ser sig nödsakade att ge ut annonsblad i syfte att möta konkurrens från utom branschen stående annonsblad, bör eftersträva att utgivningen sker i samverkan med övriga medlemsföretag inom spridningsområdet.

Pressutredningen delar TU:s uppfattning att samverkan mellan tidningar bör vara ett lämpligt medel för att möta konkurrensen från

annonsbladen. Det finns också exempel på att reguljära tidningar med framgång tagit upp konkurrensen med annonsbladen eller förhindrat att sådana etablerats. Dagstidningarna torde på detta sätt ha stora möjligheter att begränsa annonsbladens verksamhet.

Utöver detta är det emellertid nödvändigt att statsmakterna noga följer utvecklingen inom denna sektor. I framtiden bör det vara en lämplig uppgift för presstödsnämnden att göra vidare undersökningar av annonsbladens inverkan på den reguljära pressen. Pressutredningen har f. n. inga möjligheter att bedöma vilka åtgärder som kan aktualiseras i detta sammanhang. TU har i en skrivelse till skatteutskottet (2 maj 1974) pekat på möjligheten att tillämpa differentierade reklamskattesatser. Pressutredningen vill dock framhålla att frågan har tryckfrihetsrättsliga aspekter som ännu ej är tillräckligt belysta.

Sammanfattningsvis kan konstateras att pressutredningen med oro ser på en fortsatt utveckling av annonsbladsmarknaden. Utredningen förutsätter att statsmakterna följer denna utveckling. Om åtgärder skulle visa sig nödvändiga för att den reguljära dagspressen inte skall fråntas väsentliga delar av det ekonomiska underlaget för den redaktionella verksamheten utgår utredningen från att sådana vidtas.

13.10.3 *Tidningar på främmande språk*

I samband med remissbehandlingen av invandrarutredningens betänkande Invandrarna och minoriteterna (SOU 1974:69) har pressutredningen haft att ta ställning till frågan om stöd till sådana tidskrifter som utkommer i Sverige på främmande språk.

Pressutredningen ansåg att det skulle vara mycket svårt att lösa de aktuella tidningarnas problem inom ramen för stödet till svensk press. Utredningen förklarade att de principer som fanns för det allmänna presstödet svårligen skulle kunna överföras på tidningar på främmande språk. Stödet till tidningar avsedda för invandrargrupper måste antagligen utformas efter andra kriterier och fördelas av annan myndighet än presstödsnämnden.

Slutsatsen blev att invandrartidningarnas problem snabbt borde lösas i annan ordning. Detta borde – enligt pressutredningens uppfattning – ske i samband med en samlad bedömning av invandrarnas situation och de krav som bör ställas på information till och kommunikation inom invandrargrupper.

Mot utredningens majoritet reserverade sig ledamöterna Håkan Winberg och Jan-Erik Wikström. Dessa förklarade att utredningen i dåvarande läge saknade möjlighet att ta ställning till invandrarutredningens förslag om stöd. De ansåg dock i princip att stöd borde kunna utgå till de aktuella tidningarna.

Frågan om stöd till utgivningen av tidningar på främmande språk aktualiserades vid 1975 års riksdag i flera motioner. Konstitutionsutskottet anförde i sitt betänkande (KU 1975:14) med anledning av motionerna att syftet med presstödet var att främja en fri debatt och opinionsbildning genom att i första hand motverka de ekonomiska mark-

nadskrafter som tvingar ett stort antal dagstidningar att upphöra med utgivningen. Utskottet förordade i stället att de ekonomiska problemen för tidningar som ges ut av olika invandrar- och minoritetsgrupper skulle övervägas inom ramen för samhällets stöd på invandrarpolitikens område.

Vid behandlingen av propositionen 1975:26 om riktlinjer för invandrar- och minoritetspolitiken m. m. anslöt sig inrikesutskottet till denna uppfattning. Enligt utskottets av riksdagen godkända förslag har tidningar och tidskrifter som ges ut här i landet och som riktar sig till invandrar- och minoritetsgrupper i Sverige möjlighet till visst ekonomiskt stöd. Det ankommer på invandrarverket att ta ställning till efter vilka principer stödet skall utgå. Verket är därvid obundet av de förutsättningar som gäller för det allmänna presstödet.

Såväl i konstitutionsutskottet som inrikesutskottet reserverade sig ledamöter från folkpartiet och moderata samlingspartiet och anförde att dessa tidningar även bör erhålla stöd inom ramen för det allmänna presstödet.

Reservationer

1. av ledamoten Hallvig

Som framgår av massmedieutredningens betänkande (s. 341) har en av experterna i utredningen, vice verkställande direktören i Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU), Karl-Henrik Ekberg, avgivit ett särskilt yttrande om utredningens uttalande angående presstöd och skatter. (SOU 1975:49). Det heter däri bl a:

"Vad beträffar presstöd är det nödvändigt att presstödjande åtgärder vidtas för att bevara och vidga en fri och allsidig debatt och för att därmed trygga en differentierad opinionsbildning. Den ur tryckfrihetsrättslig synpunkt väsentliga frågan gäller om de olika former av presstöd som utgår till tidningsföretagen indirekt kan komma att utgöra ett hinder för utgivning beträffande sådant tidningsföretag som ej åtnjuter det ifrågavarande stödet. Om åtgärder som vidtages av myndighet är så gynnsamma för tidningar av visst innehåll att de tidningsorgan, som blir lottlösa, därigenom allvarligt hindras i sin spridning, utgör åtgärderna ett hinder i grundlagens mening.

1967 års pressutredning framlade sitt förslag om lånefond och samdistributionsrabatt sedan en grundlig tryckfrihetsrättslig analys visat att åtgärderna icke kunde sägas kollidera med gällande rättsregler och praxis. Någon motsvarande analys företogs inte innan det s k produktionsbidraget, finansierat med annonsskatt, genomfördes. Med utgångspunkt från presstödets positiva syfte att vidmakthålla och vidga möjligheterna till en fri debatt har konstitutionsutskottets majoritet ej kunnat finna det föreslagna stödet oförenligt med regeringsformens och tryckfrihetsförordningens bestämmelser.

Genom förslag från KU har en ny pressutredning tillsatts. Det får förutsättas att denna utredning närmare analyserar huruvida det selektiva presstödet – särskilt i kombination med reklamskatten – i något avseende utgör hinder i grundlagens mening. Det får vidare förutsättas att för den händelse förslag skulle uppkomma om att inom området för tidningar och tidskrifter bygga någon stödåtgärd på ett visst kvalitetskrav eller på innehållet i övrigt i periodiska skrifter pressutredningen med anlitande av tryckfrihetsrättslig expertis noggrant bedömer sådana stödåtgärder med hänsyn till grundlagens förbud mot hindrande åtgärder."

Ekberg har därmed erinrat om TU:s till statsmakterna i skilda sammanhang framförda begäran om en särskild tryckfrihetsrättslig analys/värdering av det selektiva presstödet. En sådan granskning har framstått som klart motiverad, särskilt med hänsyn till *dels* presstödets

nära sammankoppling med reklamskatten och *dels* diskrimineringen av andra presskategorier än sådana tidningar, som enligt gällande bidragsregler definieras som dagspress.

Inom pressutredningen har jag – utan att vinna gehör härför – framfört liknande önskemål. Samtidigt som jag med beklagande konstaterar att en sådan tryckfrihetsrättslig granskning av utredningens förslag icke skett, vill jag framhålla att förslaget på en väsentlig punkt kan medföra effekter som ur tryckfrihetspolitiska aspekter ter sig synnerligen besvärande: *majoritetsförslaget innehåller icke någon heltäckande motsvarighet till § 17 i nu gällande regler för s k produktionsbidrag.* Om förslaget även i denna del skulle godtas av statsmakterna är det icke uteslutet att olika s k högtäckningstidningar, särskilt sådana som redan uppbär produktionsbidrag, på grund av *dels* det totala stödet till resp. lågtäckningstidning, *dels* spridningsförhållandena inom utgivningsområdet samt *dels* övriga på konkurrensen inverkande omständigheter kan komma att drabbas på ett orimligt sätt.

Enligt min mening täcker nämligen utredningsmajoriteten med sitt resonemang på s. 303 inte den situation i det särskilda fallet som jag åsyftar; och förslaget till övergångsregler – resp. de särskilda bestämmelserna om s k utvecklingsbidrag – ger ej den nya presstödsnämnden tillräckliga möjligheter att i sådana fall lämna stöd.

Utredningen har sökt forma det selektiva bidragssystemet så, att det i möjligaste mån utesluter diskretionära inslag. Till denna helt rimliga målsättning har jag anslutit mig. Av anförda skäl reserverar jag mig emellertid mot majoritetens förslag i den del detta gäller slopandet av den särskilda möjlighet att besluta om bidrag, som inrymmes i nuvarande § 17. Det är enligt min mening nödvändigt att vederbörande stödorgan ges fortsatt möjlighet att – *efter noggrann analys av den ekonomiska situationen i varje sådant fall* – besluta om ev. bidrag.

Stödsystemet syftar ju till att hjälpa och icke till att stjälpa.

2. av ledamoten Nilsson

Produktionsbidragen

Gällande regler utesluter kvällstidningarna från produktionsbidrag, eftersom de inte är "i huvudsak abonnerade".

Pressutredningens majoritet har inte funnit något motiv för att nu föreslå regler, som skulle möjliggöra för kvällstidningarna att få produktionsbidrag, för den händelse de drabbas av ekonomiska svårigheter.

"Gruppen kvällstidningar har i allmänhet inte haft några ekonomiska problem utan kvällstidningsutgivningen har som regel varit lönsam." Formuleringen visar att utredningen är medveten om, att det funnits åtminstone en kvällstidning, som uppenbart haft ekonomiska svårigheter.

Utredningens majoritet menar, att om kvällstidningarna fick sådana ekonomiska svårigheter att deras utgivning hotades, då skulle statsmakterna överväga vilka åtgärder som kunde krävas.

Om man är ense om att även kvällstidningar kan drabbas av ekonomiska svårigheter måste frågan bli, varför vi inte *nu* kan skapa

regler, som ger *alla* tidningar lika möjligheter, att i händelse av behov kunna ansöka om ekonomiskt stöd. Utredningens uppgift har ju varit att granska *alla* dagstidningars ekonomiska villkor.

De nya presstödsreglerna bör därför utformas på ett sådant sätt att de även ger en kvällstidning möjlighet att, i händelse av ekonomiska svårigheter, kunna ansöka om bidrag.

Samdistributionsrabatten

Samdistributionsrabatten har blivit en betydande framgång. Avsikten med rabatten var att undandra en del av tidningsdriften från konkurrens och i stället få till stånd samverkan. Utredningen finner alla skäl tala för ett bibehållande av den existerande rabatten. "Skulle den tas bort finns risk för att samarbete upphör eller att 'likaprissättningen', likabehandlingen försvinner."

Det nuvarande distributionsstödet utgår endast för abonnerade exemplar. Vid riksdagsbehandlingen av förslaget om samdistributionsrabatt fanns de som ansåg att även kvällstidningarnas distribution, som helt bygger på lösnummerförsäljning, borde stimuleras med statlig rabatt.

Mellan Aftonbladet och Expressen råder ett långtgående samarbete på distributionsområdet. De övriga två kvällstidningarna ingår ännu inte i samarbetet.

En ekonomisk stimulans behövs för att åstadkomma en utbyggd samdistribution mellan kvällstidningarna. Situationen bland kvällstidningarna påminner i hög grad om hur morgontidningarna behandlade samdistributionsfrågor innan rabatten infördes.

När nu rabatten bland morgontidningarna lett till en utbyggd samdistribution, finns det anledning tro att samma rabatt skulle åstadkomma samma effekt bland kvällstidningarna.

Även när det gäller samdistributionsrabatten ska alla tidningar behandlas lika. Samdistributionsrabatt i form av ett transportstöd bör utgå till kvällstidningar som distribuerar i samverkan.

3. av ledamoten Wikström

1. I pressutredningens slutbetänkande behandlas pressens roll alltför snävt. Den ses väsentligen ur politisk och partipolitisk synvinkel. Dagstidningarnas uppgift som nyhets- och annonsorgan, som förmedlare av familjenytt och sportmaterial finns knappast med i bedömningen, inte heller dagstidningarnas roll som uttryck för lokala och regionala opinioner. Utredningen visar en benägenhet att liksom de flesta politiker bedöma tidningarna enbart efter ledarsidans innehåll och det politiska nyhetsmaterialet och kommentarerna. Om man inte beaktar tidningarnas funktioner på övriga områden, snöper man dem och gör knappast rättvisa åt deras breda bevaknings- och informationsuppgifter i övrigt.

2. I pressutredningens analys av hur dagsläget beträffande upplagestorlek och täckningsgrad har uppstått ges inte någon bild av i vad mån en skicklig tidningsledning genom ekonomisk planering, försäljningsåtgärder och tillämpning av redaktionella principer kan påverka upplagans storlek och därmed tidningens framgång. Med tanke på att det också i framtiden med säkerhet kommer att bli förändringar i de inbördes förhållandena mellan konkurrerande tidningar, hade en sådan analys varit av värde. Det är uppenbart att prenumerations- och annonsintäkter liksom presstödspengar kan användas på olika sätt och mer eller mindre klokt.

3. I de undersökningar som pressutredningen initierat blir indelningen av dagspressen ofta alltför schabloniserad. Att enbart använda sig av ett blockpolitiskt mönster kan knappast vara ägnat att göra rättvisa åt den mångfald och rikedom som karakteriserar den svenska dagspressen. Att under en kategori sammanföra socialdemokratiska och kommunistiska tidningar är för den socialdemokratiska pressen föga smickrande. Att bunta samman alla övriga tidningar – så när som på några – till "borgerliga" leder till en onyanserad bild där tidningarnas självständighet och inbördes olikhet inte framgår.

4. Utredningen har enligt sina direktiv inte möjlighet att syssla med skattefrågor, men alla tidningsmän torde vara överens om att den bästa generella stödåtgärden skulle vara att avskaffa annonsskatten, som bygger på en negativ syn på annonserna i dagspressen, är diskriminatorisk och sakligt omotiverad.

5. Definitionen av dagstidning som i stort sett skulle kvarstå oförändrad bygger på en praktisk politisk värdering, där syftet är att vissa tidningar skall få stöd, andra falla utanför de nu aktuella stödformerna. Denna definitionen lider av flera svagheter. Kvällstidningar är uteslutna, vilket jag på principiella grunder inte kan acceptera. (Jag ansluter mig alltså till de synpunkter som Bertil Nilsson anfört i sin reservation.) Skillnaderna mellan olika typer av veckotidningar framstår som sakligt omotiverade. Vissa veckotidningar kan få produktionsbidrag, andra kan definitionsmässigt inte få det. Somliga belastas med annonsskatt, andra är befriade. Somliga veckotidningar rubriceras som dagstidningar, andra som veckotidningar.

6. Utredningens förslag till omkonstruktion av produktionsbidragen har jag med tvekan kunnat acceptera. Systemet lider visserligen av i stort sett samma svagheter som den tidigare modellen, men genom införande av avtrappningsregler blir spärrarna mindre kännbara än tidigare. En svaghet är att produktionsbidragen inte tillräckligt stimulerar till återhållsamhet med pappersförbrukning.

7. Enligt nuvarande ordning har presstödsnämnden haft möjlighet att enligt § 17 i presstödsförordningen i någon mån tillgodose de förstatidningar som har obetydligt större upplaga än stödberättigade andratidningar (typfallen i Eskilstuna, Falun och Gävle). Jag kan inte dela

majoritetens uppfattning att för bedömningen av tidningssituationen på orter som Eskilstuna, Falun, Gävle, Boden och Luleå det skulle vara tillfyllest med att granska täckningstalen i utgivningskommunen. Till detta måste läggas ett fortlöpande hänsynstagande också till relationen mellan totalupplagorna. Utgivningskommunen som grundval för bedömning är i dessa fall inte tillräcklig. Majoriteten hävdar detta beträffande Luleå, men samma resonemang bör tillämpas också i de övriga fallen. En förutsättning för att jag skall kunna acceptera en ny ordning för produktionsbidragen är att en sådan möjlighet till kontinuerligt hänsynstagande också till totalupplagorna bibehålles.

8. Utredningen har enligt min mening inte tillräckligt understrukit att selektiva produktionsbidrag kan accepteras endast under förutsättning att deras volym inte blir orimligt stor. Skulle volymen tillåtas växa alltför kraftigt, kommer avståndet mellan de stödberättigade tidningarna och förstatidningarna lätt att bli så stort, att förstatidningarnas ställning undergrävs och skadas. Ungefär nuvarande proportioner synes vara vad konkurrerande förstatidningar maximalt kan tåla utan att deras ställning hotas. Avsikten med produktionsbidragen kan inte rimligen vara att skada de tidningar som nu klarar sig själva.

9. Statligt stöd till annonssamverkan kan icke accepteras vare sig på principiella grunder eller av praktiska skäl. Principiellt är annonserna en del av tidningens innehåll, och det strider därför mot tryckfrihetsförordningens anda, om staten genom stödåtgärder av selektivt slag söker påverka tidningarnas innehåll, vare sig detta gäller textdel eller annonsdel. Från praktiska utgångspunkter synes förslagen om annonssamverkan grumliga och föga grundade i verkligheten. Det kan därtill inte vara rimligt att kompensera andratidningarna både med produktionsbidrag och med ett stöd som stimulerar en annonssamverkan där förstatidningarna skall avstå från en del av det försteg som skulle balanseras av det utgående produktionsbidraget.

10. I det betänkande som massmedieutredningen nyligen avgivit har experten Ekberg avgivit ett särskilt yttrande om presstöd och skatter. I Ekbergs yttrande heter det bl a:

"Vad beträffar presstöd är det nödvändigt att presstödjande åtgärder vidtas för att bevara och vidga en fri och allsidig debatt och för att därmed trygga en differentierad opinionsbildning. Den ur tryckfrihetsrättslig synpunkt väsentliga frågan gäller om de olika former av presstöd som utgår till tidningsföretagen indirekt kan komma att utgöra ett hinder för utgivning beträffande sådant tidningsföretag som ej åtnjuter det ifrågavarande stödet. Om åtgärder som vidtages av myndighet är så gynnsamma för tidningar av visst innehåll att de tidningsorgan, som blir lottlösa, därigenom allvarligt hindras i sin spridning, utgör åtgärderna ett hinder i grundlagens mening.

1967 års pressutredning framlade sitt förslag om lånefond och samdistributionsrabatt sedan en grundlig tryckfrihetsrättslig analys visat att åtgärderna icke kunde sägas kollidera med gällande rättsregler och praxis. Någon motsvarande analys företogs inte innan det s k produktionsbidraget, finansierat med annonsskatt, genomfördes. Med utgångs-

punkt från presstödets positiva syfte att vidmakthålla och vidga möjligheterna till en fri debatt har konstitutionsutskottets majoritet ej kunnat finna det föreslagna stödet oförenligt med regeringsformens och tryckfrihetsförordningens bestämmelser.

Genom förslag från KU har en ny pressutredning tillsatts. Det får förutsättas att denna utredning närmare analyserar huruvida det selektiva presstödet – särskilt i kombination med reklamskatten – i något avseende utgör hinder i grundlagens mening. Det får vidare förutsättas att för den händelse förslag skulle uppkomma om att inom området för tidningar och tidskrifter bygga någon stödåtgärd på ett visst kvalitetskrav eller på innehållet i övrigt i periodiska skrifter pressutredningen med anlitande av tryckfrihetsrättslig expertis noggrant bedömer sådana stödåtgärder med hänsyn till grundlagens förbud mot hindrande åtgärder."

En tryckfrihetsrättslig analys och värdering av det selektiva presstödet har föreslagits av Tidningsutgivareföreningen. En sådan granskning hade varit motiverad, och jag beklagar att den icke skett. Därvid hade man även kunnat överväga om principerna för presstödet kan och bör grundlagsfästas.

11. Givetvis finns det i betänkandet formuleringar som jag inte kan ställa mig bakom. I huvudsak gäller detta de områden som berörs i denna reservation.

4. av ledamoten Winberg

Det råder enighet inom pressutredningen om att behov av ekonomiskt stöd från staten till pressen föreligger. Man kan i och för sig beklaga att situationen på tidningsmarknaden har blivit sådan att detta behov har uppstått. Tidningsutgivning bör visserligen enligt min mening åtminstone till viss del ses som en del av ordinär företagsamhet inom ramen för ett fritt näringsliv. En vital och rikhaltig press är dock av utomordentligt viktig betydelse för ett modernt folkstyre. Pressen får därmed åtskilliga uppgifter som kan sägas ha "offentligrättsliga" inslag. Det är därför nödvändigt för staten att på lämpligt sätt lämna stöd till pressen i syfte att bevara tidningsföretagens mångfald.

Pressens speciella uppgifter som en del i folkstyret bl a genom dess bevakning och kontroll av samhällets offentligrättsliga organ gör att särskild varsamhet måste iakttas vid utformningen av det statliga stödet för att garantera pressens självständighet.

I samband med införandet av nuvarande produktionsbidragssystem 1971 riktades vid riksdagsbehandlingen kritik mot de föreslagna reglerna. Kritiken har upprepats även under senare år. Kritikerna hävdade att de föreslagna reglerna inte uppfyllde åtminstone tre krav som måste ställas på utformandet av ett samhällsstöd till dagspressen. Dessa tre krav var att stödet måste vara av generell natur, att det inte fick vara diskriminerande i det avseendet att det i främsta rummet var förmånligt för tidningar företrädande vissa politiska åsiktsriktningar och att det inte fick vara konkurrenssnedvridande. Det fanns enligt min mening fog för denna kritik liksom för Svenska Tidningsutgivarföreningens åsikt i yttrande till

konstitutionsutskottet att varje presstöd som inte har renodlat generell karaktär medför inte bara principiella utan också konkreta, konkurrensekonomiskt besvärande problem.

Under de år som produktionsbidrag har utgått har de anslagna beloppen ökat i väsentlig omfattning. Från att ha varit 33 milj. kr. budgetåret 1971/72 har beloppet stigit till 97 milj. kr. budgetåret 1975/76. De ökade anslagen har inte berott på att reglerna ändrats så att fler tidningar kunnat få bidrag utan på att bidragssumman höjts för de bidragsberättigade tidningarna.

Med hänsyn till den snabba ökning som skett av anslagen sedan 1971 synes det inte vara alldeles orealistiskt att räkna med att, oavsett vilka belopp pressutredningen nu föreslår, dessa kommer att räknas upp då och då även i framtiden.

Produktionsbidragen kan i större eller mindre grad förändra konkurrenssituationen mellan tidningar och därigenom medföra vad man måhända kan kalla en konkurrenssnedvridning. Ju större belopp som anslås över budgeten och ju större belopp som vissa tidningar kontinuerligt får i förhållande till de som inte får, desto starkare framstår risken att konkurrensmomentet mellan olika tidningar förändras, snedvrids eller t o m upphör. Alltmer närmar man sig då gränsen när tidningar som hittills kunnat arbeta utan produktionsbidrag inte längre förmår göra det därför att produktionsbidragen driver upp kostnaderna. Kraven på att bidragen skall vara av generell natur och så utformade att de så långt möjligt undviker en konkurrenssnedvridande effekt får då allt större tyngd.

En del av pressens betydelse för folkstyret är att hänföra till dess opinionsbildande effekt. Det är vanskligt att söka ange hur stor roll pressen spelar för den politiska opinionsbildningen. Klart är att man inte kan se pressen till sin väsentliga del ingå som ett led i politiska partiers eller åsiktsriktningars verksamhet. Om så hade varit fallet skulle samhällets stöd till pressen ganska lätt kunna utformas t ex så, att varje riksdagsparti fick ett i förhållande till storleken på den press som företräder dess åsikter avpassat belopp, som sedan denna press kunde disponera utan inblandning av utomstående. Ett sådant system, som praktiskt vore lätt att tillämpa, måste dock avvisas eftersom pressen i sig rymmer så mycket mera och har väsentligt mer vidsträckta uppgifter än att vara mer eller mindre i "ledband" hos ett politiskt parti, vars allmänna politik en enskild tidning likväl sympatiserar med och gärna vill väcka opinion för.

Trots vad jag här anfört om den principiella grunden för tidningars frihet och självständighet i förhållande till de politiska partierna kan man inte komma ifrån att en övervägande del av dagspressen framstår i större eller mindre grad som bärare av vissa politiska idéer. Den aktuella samhällsdebatten sker i icke ringa grad i denna press och mellan dess enskilda organ. Medborgarna väljer dock inte tidning efter sin politiska uppfattning. I den mån man kan se pressen som partipolitisk företrädare – vilket som ovan hävdats endast kan ske till viss del – är dess partipolitiska struktur en annan än den partipolitiska fördelningen i

riksdagen. Detta läsarnas egna val kan det inte vara en uppgift för statsmakterna att ge sig på och försöka förändra.

Reglerna för presstödet bör därför också ur denna synpunkt utformas med yttersta försiktighet. Stödet kan uppfattas som orättvist om det utformas så att det till övervägande del gynnar den press som kan sägas företräda visst eller vissa partiers åsikter. Inte heller ur denna aspekt går nu gällande regler för produktionsbidrag fria från kritik.

Utredningens majoritet vill nu behålla principen med en selektiv stödform och föreslår inte några mer genomgripande ändringar i produktionsbidragssystemet. Tvärtom hävdas uttryckligen att grundprinciperna för produktionsbidragssystemet är desamma som tidigare. Svagheterna i det nu gällande systemet återfinns enligt min mening i allt väsentligt i det föreslagna. Lågtäckningsprincipen som grund för bidrag medför inte några principiella förbättringar i förhållande till andratidningsprincipen. Den som av principiella skäl avvisar andratidningsprincipen måste rimligen göra detsamma med lågtäckningsprincipen. Ett mindre bra system ersätts endast med ett annat mindre bra system.

Ytterligare några aspekter kan tilläggas. Det har i presstödsdebatten hävdats att en bidragsgivning till vissa tidningar och tidskrifter men inte till andra skulle vara ett tryckfrihetsrättsligt s k positivt hinder och därmed strida mot tryckfrihetsförordningen. I riksdagen har alltsedan produktionsbidragen infördes 1971 framställts yrkanden att bedömning i denna fråga skulle inhämtas från tryckfrihetsrättslig expertis, vilka yrkanden ej vunnit bifall. Det är att beklaga att någon tryckfrihetsrättslig analys och värdering av produktionsbidragen inte företagits. Olika meningar har dock hävdats om produktionsbidragen är förenliga med tryckfrihetsförordningen eller ej. Även om fog skulle finnas för en tolkning såväl för som emot – ytterst torde väl frågan endast kunna lösas i samband med ett domstolsavgörande – synes mig bara det förhållandet, att tveksamhet råder beträffande den tryckfrihetsrättsliga aspekten, böra innebära att synnerlig försiktighet iakttas inför accepterandet av ett system med kontinuerliga och selektiva produktionsbidrag.

Jag vill vidare erinra om den resolution som Europarådets ministerkommitté antog i januari 1975, i vilken framhålls att selektiva stödåtgärder skall begränsas i tiden och endast gälla sådana tidningar vars svårigheter kan elimineras. Utredningens förslag överensstämmer inte med denna resolution.

Vid en samlad bedömning av skälen för och emot det föreslagna produktionsbidragssystemet har jag kommit till att så många – främst principiella – invändningar finns mot det att det bör avvisas. Jag kan alltså inte biträda majoritetsförslaget om produktionsbidrag grundat på lågtäckningsprincipen.

Hur bör då reglerna för stödsystemet utformas? Pressutredningens mycket ingående analyser visar enligt min bedömning att det är utomordentligt svårt för att inte säga nästan helt omöjligt att skapa sådana regler som inte ger några otillfredsställande effekter.

De vägar efter vilka man skulle kunna söka en lösning kan vara två. Jag anser att det kan finnas skäl för staten att ge pressen ersättning för dess

kostnader för inköp av papper och för distributionen av den färdiga produkten.

Ersättning för eller subvention av papper bör i princip tillkomma alla dagstidningar. I syfte att underlätta för mindre tidningar att konkurrera med större bör stödet kunna ges en regressiv utformning som innebär att tidningar med mindre upplaga per årsexemplar får större stöd än tidningar med större upplaga.

Det finns vidare anledning att överväga huruvida inte nuvarande samdistributionsrabatt bör utbyggas så att det mer får formen av ett transportstöd. Det kan vara principiellt riktigt att i ett land, där avstånden är stora, befolkningstätheten låg och därför transportkostnaderna förhållandevis höga, staten bidrar till att väsentligt sänka dessa kostnader. Det är en princip som har använts i andra sammanhang (jfr t ex reglerna om särskilt transportstöd för Norrland och Gotland). Det kan därför vara skäl att staten också på tidningsdistributionens område underlättar för tidningarna att nå ut genom att bidrag till transportkostnaderna ges i avsevärt större omfattning än som sker genom den nuvarande samdistributionsrabatten. Skulle däremot den nu gällande tekniska utformningen av samdistributionsrabatten behållas kan ett ökat stöd lätt nås genom att rabattbeloppet per exemplar (f n 3 öre) höjs till ett högre belopp (varje öre torde f n dra en total kostnad av ca 8 milj. kr.).

Då utredningens samtliga övriga ledamöter står bakom förslaget om produktionsbidrag anser jag det vara mindre meningsfullt att mer i detalj utforma det av mig antydda alternativet. Jag vill emellertid stryka under att även med det som grund bör vad utredningen anfört om storstadstidningarnas såväl betydelse som svårigheter beaktas. Storstadstidningarna bör därför i mitt alternativ placeras i en särskild grupp till vilken bör fördelas ungefär samma belopp som totalt kommer att utgå till dem enligt den av utredningen föreslagna produktionsbidragsprincipen.

Det finns andra åtgärder som skulle vara av positivt värde för tidningsbranschen som helhet och alltså vara generellt verkande. En är borttagande av den reklamskatt (annonsskatt) som drabbar dagspressen, en annan är att staten i väsentligt större utsträckning än för närvarande utnyttjar dagspressen för information om olika samhällsfrågor och lämnar ersättning för detta.

Vad gäller pressutredningens övriga förslag biträder jag med ett undantag dessa med den – i första hand tekniska – justering som kan bli erforderlig för var och en av dem på grund av att jag avvisar förslaget om produktionsbidrag. Ett av förslagen – samverkan inom annonsförsäljning – kan jag dock inte biträda. Det saknas enligt min mening all anledning för statsmakterna att söka påverka enskilda tidningars innehåll vilket blir fallet med det föreslagna bidraget för annonssamverkan. Med hänsyn till att bidragen i övrigt avses komma att bli av förhållandevis ringa storlek kan jag – om än med viss tvekan – acceptera dessa oaktat de innebär former av selektiv bidragsgivning.

Jag vill slutligen notera att det i betänkandet finns enskildheter i formuleringar som jag inte ställer mig bakom.

Särskilda yttranden

1. av ledamoten Hallvig

Förslaget om annonssamverkan

Denna utredning och tidigare pressutredningar – samt andra undersökningar – har enligt min mening på ett övertygande sätt redovisat lågtäckningstidningarnas i grunden mycket svåra konkurrenssituation på annonsområdet.

Kommittén har emellertid funnit att detta fundamentala underläge ekonomiskt kunnat i väsentlig mån motvägas genom produktionsbidragen. Att jag trots detta anslutit mig till förslaget om ett speciellt stimulansbidrag vid s k annonssamverkan motiverar jag med följande omständigheter:

1. Lågtäckningstidningar, som ej i högre grad än som nu genomsnittligt är fallet kan erbjuda allmänheten fyllig information från i första hand lokala annonsörer, saknar enligt min mening på sikt reella möjligheter att hävda sig på tidningsmarknaden.
2. Enligt förslaget avgör vederbörande tidningsutgivare själv – och således utan någon form av statligt tvång – om de skall inleda en sådan samverkan eller avstå därifrån.
3. Enligt förslaget skall en annonsör inte tvingas att placera en annons i en viss tidning. Varje annonsör skall således ha rätt att begära placering i endast en av de i samprojektet deltagande tidningarna.

Om förslaget hade innefattat någon form av myndighetstvång till samverkan hade jag på tryckfrihetsrättsliga grunder ansett mig böra avvisa detsamma.

Kvällspressen

Gällande regler för produktionsbidrag utesluter – utan närmare motivering – *generellt* kvällspressen från bidrag.

Pressutredningen – som fäster uppmärksamheten på "kvällspressens stora roll" inom nyhetsförmedling och opinionsbildning – har "inte ansett det aktuellt att skapa ett stödsystem som också skulle kunna vara tillämpligt för kvällspressen".

Som skäl härför anföres att kvällstidningsutgivningen "*som regel varit*

lönsam". (Kurs. här.) Utredningen tillägger emellertid: "I ett läge då kvällstidningarna skulle drabbas av sådana ekonomiska svårigheter att deras utgivning skulle hotas måste statsmakterna överväga vilka åtgärder som kan krävas".

För min del har jag endast med tvekan kunnat acceptera en så begränsad lösning. En närmare analys av kvällspressens utvecklingsvillkor hade bort ske inom utredningens ram. Av principiella skäl hade jag helst sett att regelsystemet – när det nu framlägges i reviderat skick – hade innefattat en möjlighet att stödja även en i huvudsak lösnummerförsåld dagstidning, om denna skulle kunna sägas ha samma ekonomiska svårigheter som lågtäckningstidningar inom abonnerad press i allmänhet kan redovisa.

2. av ledamoten Karlsson

1. En viktig utgångspunkt för varje diskussion om press- och yttrandefrihet är hur denna skall kunna förverkligas så att olika åsikter får en riktig återspegling i massmedia.

Fri och öppen diskussion är en nödvändig förutsättning för all samhällelig utveckling och massmedia måste stå till förfogande för denna.

I kapitlen 4 och 5 beskrives olika massmedieideologier men en genomförd analys saknas. Svårigheten ligger i, som utredningen själv framhåller, att det här inte handlar om ett väl avgränsat och strukturerat värdesystem. Ofta kan det uttryckas endast genom olika *handlingar* från statsmakternas sida.

Detta betraktelsesätt appliceras sedan på den massmediesyn som betecknas som auktoritär och där konstateras kategoriskt att principiella deklarationer eller i lag fastlagda bestämmelser om yttrandefriheten är till intet förpliktande. Därefter följer en uppräkning av olika handlingar som kan brukas och brukas för att inskränka pressfriheten.

När det gäller den massmedieideologi som betecknas som frihetlig frångås denna metod. Här följer i stället en allmän beskrivning av i och för sig önskvärda och positiva mål. Mål som alla vill understryka och eftersträva. Här saknas emellertid av någon anledning det handlings kriterium som skulle vara utgångspunkten för hela behandlingen och beskrivningen av massmedieideologierna. Därmed undermineras hela grundvalen för behandlingen av problemet.

Ett viktigt och många gånger helt avgörande villkor är de ekonomiska faktorerna. Penningmaktens och monopolens roll behandlas i detta avsnitt helt otillräckligt med därav följande undervärdering av de materiella förutsättningarna för att uppnå de önskade målsättningarna.

Visserligen säges i inledning till kapitlet om pressideologier: "Det är därför självklart att varje massmedieideologisk analys måste beakta gällande ekonomiska, tekniska och politiska omständigheter. I det följande finns dessa kopplingar inte alltid klart uttalade. De finns där emellertid som en allmän förutsättning för diskussionen."

Därefter följer emellertid en uppläggning av diskussionen kring pressideologierna som går stick i stäv mot denna uttalade förutsättning.

Som en röd tråd i hela pressutredningens arbete har gått hur man skall undvika de utslagningsmekanismer som hotar att genom omfattande tidningsdöd i realiteten likvidera pressfriheten. Får dessa ekonomiska lagar och tendenser fritt råda kan endast de som har starka finansiella resurser som behärskar annonsmarknaden och som redan har monopolställning göra sig gällande. Utslagningsmekanismens främsta kraft är och har hela tiden varit penningmakt och dominerande ställning på annonsmarknaden.

I kapitlena om pressideologier finns detta med, men som en sido- och underordnad fråga. Ideologierna presenteras i ett lufttomt rum. En rad önskvärda och riktiga kriterier uppställes och presenteras som den frihetliga pressideologin. Mot denna ställes den auktoritära. Mest kännetecknande för denna säges vara förhandsgranskningen dvs. censuren. Sedan konstateras att denna form för pressgranskning inte är särskilt typisk utan att de stater som hänföres till anhängare av denna ideologi använder andra påtryckningsmedel.

Ingen av här nämnda pressideologier existerar i ren form. Vårt lands pressförhållanden säges närmast uttrycka en frihetlig pressideologi i form av s k samhällsansvarsideologi. Var och en som vill lära känna den svenska pressens verklighet – inte minst genom att ta del av pressutredningens egna undersökningar – kan emellertid undgå att märka hur helt beroende av de ekonomiska faktorerna svensk press är idag.

Det är ju just detta som pressutredningen skall söka att något korrigera.

På grund av att dessa ekonomiska faktorer ligger som avgörande i bakgrunden kan pressen inte fullgöra de funktioner som anges som karaktäristiska för den frihetliga ideologin. Funktioner som också enligt vår mening skall fullgöras nämligen a) åsiktskonkurrens, b) demokratisering, c) kontroll av myndigheter och d) fri etableringsrätt. Den teoretiska modellen blir därför en abstraktion som i stället för att skapa klarhet i grundläggande förhållanden lägger ut en dimridå.

Det hjälper därför föga upp saken att denna ideologi väl och omfattande har utvecklats av filosofer, debattörer och i lagtexter, om detta inte har medfört att de för ideologin ställda målsättningarna uppfyllts.

Det sagda vill illustrera att den uppläggning som presenterats är ganska ofruktbar. Den blir inte bättre av att försök sedan göres att beskriva den marxistiska uppfattningen som en variant av den auktoritära massmedieideologin.

Som representativ för denna uppfattning anföres Lenin. Här göres först och främst misstaget att Lenins uppfattning om pressens roll i allmänhet sammanblandas med hans åsikt om pressens partipolitiska uppgift. De citat av Lenin som hänvisas till gäller hans uppfattning om den kommunistiska pressens särskilda roll – dvs. vilken roll pressen skall spela för en revolutionär politisk organisation med frivilligt medlemskap. För Lenin var partipressens uppgifter huvudfrågan och den som han ägnat den mesta uppmärksamheten.

Hans mening om pressfriheten i allmänhet kan utläsas ur hans

upprepade uttalanden kring de grundläggande frågorna: vem äger tryckpressarna, vem kan skaffa fram kapital för stora redaktioner, vem får annonserna från de stora kapitalistiska företagen?

Dessa frågeställningar är aktuella också idag och pressutredningen har för övrigt gjort omfattande undersökningar kring dessa problem.

Lenin och marxister diskuterar aldrig pressfriheten som ett abstrakt problem utan som en konkret fråga. Frågan om pressfriheten står ur marxistisk synvinkel alltid förbunden med frågan om pressfrihet för vilka? Gäller det pressfrihet endast för dem som har pengar att köpa tryckerier, redaktioner och andra medel för att avleda folkets uppmärksamhet eller ge dem en felaktig inställning till de stora och avgörande samhällsfrågorna? Eller handlar pressfriheten om hur de arbetande människorna skall få möjlighet att få sina grundläggande och livsviktiga frågor diskuterade?

En sådan diskussion skall leda till ökad aktivitet för samhälleligt uppbyggande och till ökad medvetenhet om rätten och skyldigheten att medverka. I vårt land betyder detta bland annat ökade möjligheter för folkrörelserna att göra sin stämma hörd.

Pressen spelar därvid inte någon självständig roll. Den är ett instrument – och mycket viktigt instrument – för de samhälleliga krafterna. Dess roll och betydelse växer när den bidrager till att öka och fördjupa medborgarnas samhälleliga aktivitet.

2. Vid samverkan inom annonsförsäljning ger förslaget inte skydd åt svagare icke-deltagande part. Sådana bestämmelser och anvisningar måste utarbetas att presstödsnämnden vid sin behandling uppmärksammar detta problem.

3. av experten Johansson

Utredningen föreslår att samarbete mellan tidningarna av presspolitiska och rationella skäl stimuleras på olika sätt. Denna grundsyn torde delas av alla.

När det gäller samverkan inom annonsförsäljningen talar dock många skäl för att utredningens förslag inte på ett tillräckligt effektivt sätt leder till önskat resultat.

De grundläggande utgångspunkterna för sådan samverkan är läsarnas rätt till samma annonsinformation oavsett vilken regional eller lokal tidning man väljer i konkurrensområden. Till detta kommer ekonomiska och rationella skäl.

För läsaren innebär en samverkan mellan tidningarna på detta område att han fritt kan välja tidning efter det redaktionella innehållet.

Annonsören kan på ett betydligt effektivare sätt än f n täcka så många hushåll som möjligt inom spridningsområden där tidningar samverkar.

Högtäckningstidningar kan genom samverkan mista ett traditionellt konkurrensmedel på samma sätt som när samverkan inom distributionen genomfördes. För lågtäckningstidningen innebär det naturligtvis att man

kan erbjuda läsaren en produkt där det redovisade innehållet äntligen kan konkurrera på lika villkor.

De risker tidningarna löper med att inte samverka kan bli stora. Handeln koncentreras allt mer och därigenom skapas resursstarka kedjor som både själva och tillsammans med andra har resurser att genom direktreklam i olika former nå konsumenten. Vid en sådan utveckling löper alla tidningar risk att förlora betydande annonsinkomster. Effektiv samverkan motverkar en sådan utveckling.

Avsikten med samförsäljning av annonser är alltså att ge läsarna en reell valfrihet mellan olika redaktionella produkter, att försöka hindra uppkomsten av nya tidningsmonopol, att stärka dagspressens ställning gentemot andra medier och att stärka lågtäckningstidningarnas konkurrenskraft.

Utredningens förslag innebär i första hand att tidningar med inte alltför stora skillnader i täckning kan samverka. Den målsättningen är inte tillräcklig då presspolitiken bör utformas på ett sätt som gör det möjligt även för läsare av mindre tidningar att erhålla samma annonsinformation. Tidningar med liten spridning i konkurrensområdet eller med små upplagor torde inte kunna delta i samverkan av ekonomiska och rationella skäl.

För att nå dessa syften är det tveksamt om utredningens förslag är tillräckligt.

Reglerna för samverkan bör utformas så att de syftar till samverkan mellan 2–3 tidningar inom samma område/region. Samverkan ska omfatta de lokala annonserna för att kunna berättiga till stöd. Omfattar samverkan riksannonser ska även stöd utgå för denna del.

För samtliga annonser, som säljs i samverkan, ska priset fastställas gemensamt. Annonspriset för dem som av något skäl bara vill använda en tidning ska uppgå till minst 75 procent av det fastställda priset för samverkanannonser.

Bidrag ska bara kunna utgå till projekt där minst en av tidningarna erhåller produktions- eller utvecklingsbidrag.

Bidraget för denna samverkan bör utgå med 10 procent på de annonser som är föremål för samverkan. Detta bidrag bör fördelas lika mellan tidningarna. Om någon tidning med 15–30 procents täckning på utgivningsorten ingår i samverkan bör bidraget utgå med 12 procent på intäkterna.

Bidraget ska utgå under fem år. Annonsintäkterna i övrigt ska fördelas på samma sätt under hela stödperioden.

Detta förslag innebär, liksom utredningens, att samverkan ska vara frivillig.

Bilaga 1 Utredningens direktiv

Chefen för finansdepartementet meddelade direktiv för utredningen i anförande till statsrådsprotokollet den 30 juni 1972.

"Dagspressens situation har sedan början av 1960-talet ingående följts av statsmakterna. Detta har lett till successiva beslut om vidgade statliga insatser i presstödjande syfte.

År 1963 tillkallades pressutredningen, som i betänkandet (SOU 1965:22) Dagstidningarnas ekonomiska villkor föreslog ett direkt statligt tidningsstöd. Utredningsförslaget förverkligades emellertid inte. I stället fattades vid 1965 års riksdag beslut om statsbidrag till partiernas opinionsbildande verksamhet. Bidragen är inte ändamålsbestämda. I viss utsträckning har partierna använt partistödet till att stödja dem närstående tidningar.

Sedan riksdagen (KU 1966:26, rskr 1966:128) anhållit om en ny utredning av möjligheterna att förbättra dagstidningarnas ekonomiska villkor, tillsattes 1967 års pressutredning. Utredningens förslag, som presenterades i betänkande (SOU 1968:48) Dagspressens situation, lades till grund för statsmakternas beslut vid 1969 års riksdag om inrättandet av pressens lånefond och införandet av samdistributionsrabatt för dagstidningar (prop. 1969:48, SU 1969:107, rskr 1969:251). Genom inrättandet av pressens lånefond tillskapades en särskild lånemöjlighet på förmånliga villkor för dagstidningsföretag. Lån kan beviljas såväl för investering som för annan åtgärd som bedöms vara nödvändig för att stärka ett tidningsföretags konkurrensförmåga på längre sikt. Projekt som syftar till kostnadsbesparingar genom samverkan mellan tidningsföretag ges företräde. Långivningen får ske under en femårig försöksperiod, dvs. budgetåren 1969/70–1973/74, inom en sammanlagd låneram av 125 milj. kr. Bestämmelser för långivningen finns i kungörelsen (1971:492) om statligt stöd till dagstidningar. Systemet med samdistributionsrabatt för dagstidningar infördes den 1 januari 1970. Syftet med detta stöd vara att stimulera tidningarna till ökad samdistribution för att uppnå lägre distributionskostnader och samtidigt rätta till den betydande ojämnhet i konkurrensförutsättningarna som de existerande samdistributionsarrangemangen innebar. Systemet har nyligen setts över och mot bakgrund härav har vid årets riksdag beslut fattats om dels vissa ändringar i reglerna, dels en kraftig höjning av rabatten (prop. 1972:59, KU 1972:29, rskr 1972:203). Bestämmelserna för denna stödform finns i kungörelsen

(1969:581) om samdistributionsrabatt för dagstidningar (ändrad 1972:418).

Takten i den sedan början av 1950-talet pågående successiva nedläggningen av dagstidningar hade stoppats upp under andra hälften av 1960-talet. Under hösten 1970 stod det klart att betydande risker förelåg att nedläggningarna på nytt skulle skjuta fart. Med hänsyn till att koncentrationsprocessen inom dagspressen redan gått långt, fann regeringen det nödvändigt med ett ingripande för att om möjligt förhindra ytterligare nedläggningar. Förslag förelades riksdagen (prop. 1971:27) om införande av ett direkt produktionsstöd till de tidningar som typiskt sett behövde det för att fortleva, nämligen de s.k. andratidningarna. Förslaget godkändes av riksdagen (KU 1971:32, rskr 1971:180). Redan efter ett år blev det nödvändigt med en kraftig förstärkning av produktionsbidragen, framför allt för storstädernas andratidningar (prop. 1972:59, KU 1972:29, rskr 1972:203). Bestämmelserna om produktionsbidrag finns i den nyssnämnda kungörelsen om statligt stöd till dagstidningar.

Produktionsbidrag utgår i princip endast för andratidningar. Med andratidning avses sådan dagstidning som på sin utgivningsort har mindre upplaga än annan tidning. Bestämmelserna möjliggör emellertid även för annan tidning än andratidning att få bidrag om det med hänsyn till förhållandena inom tidningens hela spridningsområde är uppenbart att den har samma svårigheter som en andratidning (17 §). Som förutsättningar för att produktionsbidrag skall utgå gäller vidare att tidningens totalupplaga i huvudsak är abonnerad, att den abonnerade upplagan uppgår till minst 2 000 exemplar och att annonsandelen är mindre än 50 %. För dagstidning som kommer ut 2–7 dagar i veckan beräknas bidraget på grundval av pappersförbrukningen minskad med den del som går åt för annonsutrymme. Bidraget utgör 5 000 kr. per ton, dock högst 8 milj. kr. för storstadstidning och 2,5 milj. kr. för annan tidning. För dagstidning som utkommer en gång i veckan utgår bidraget med ett fast belopp, nämligen 200 000 kr. Detta belopp utgör också minimibidrag för övriga bidragsberättigade tidningar. Vid tillämpning av 17 § kan dock produktionsbidraget efter skälighetsprövning bestämmas till lägre belopp än som följer av dessa regler.

Vid min anmälan av prop. 1972:59 uttalade jag att jag nu fann tiden vara mogen för att tillkalla en ny pressutredning. Riksdagsbehandlingen av de i propositionen framlagda förslagen borde dock avvaktas. Riksdagen har instämt i behovet av en pressutredning och redovisat sin syn på utredningens uppdrag (KU 1972:29, rskr 1972:203). Sakkunniga bör sålunda tillkallas för att utreda pressens förhållanden. Utredningen bör ges en bred parlamentarisk förankring och innehålla företrädare för tidningsbranschen.

Utredningen bör göra en allmän bedömning av utvecklingen inom olika massmedier, varvid tekniska, ekonomiska, marknadsmässiga och organisatoriska faktorer bör vägas in i bilden. Även framväxten av nya mediatekniker, såsom kabel-TV, bör beaktas. Huvuduppgiften bör vara samarbets- och rationaliseringsfrågor inom tidningsbranschen samt formerna för statens stöd till pressen. Utredningens förslag bör i första hand

avse dagspressen. I anslutning till sin bedömning av utvecklingen på massmediaområdet bör utredningen även ta upp förhållandena för pressorgan, som ges ut av ideella och fackliga organisationer, samt fackpress och populärpress. Beskattningsfrågor bör dock inte ingå i utredningsuppdraget. En allmän förutsättning för utredningens arbete bör vara att nuvarande tryckfrihetspolitik i huvudsak består. Utredningen bör hålla sig underrättad om arbetet inom utredningen (Ju 1970:59) om enhetlig reglering i grundlag av yttrandefriheten i massmedier m.m.

Formerna för statens stöd till pressen måste relateras till en målsättning för presspolitiken. De av statsmakterna hittills använda målformuleringarna har varit allmänt hållna, exempelvis "att skapa existensbetingelser för en allsidig press och vidmakthålla en fri opinionsbildning", "att bevara och vidga en fri och allsidig debatt", "att värna om opinionsbildningens och nyhetsförmedlingens allsidighet och vitalitet". I varje fall för dagspressens del bör utredningen ange en mera preciserad målsättning för statsmakternas handlande, varvid dagspressens roll i förhållande till övriga massmedier måste klarläggas.

Vidare måste stödformerna avvägas så, att de inte motverkar utan helst stimulerar en önskad utveckling i fråga om samarbete och rationalisering inom tidningsområdet. Det är också angeläget att stödet till pressen utformas så, att reella möjligheter till nyetableringar skapas.

Även om utredningen enligt vad jag nu har sagt bör se tidningsfrågorna i ett långsiktigt perspektiv, är det ofrånkomligt att produktionsbidragen och de övriga stödformer som nu finns bildar utgångspunkt för utredningens konkreta förslag. När det gäller de nuvarande stödformerna vill jag framhålla följande.

Produktionsbidragen, dvs. det direkta produktionsstödet, kom till förra året i en för dagspressen akut situation för att om möjligt – i varje fall på kort sikt – förhindra ytterligare nedläggningar av dagstidningar. Som nämnts blev det nödvändigt att redan efter ett år väsentligt förstärka detta stöd. Utformningen av produktionsstödet skedde mot bakgrund av det förhållandet att koncentrationsprocessen inom dagspressen är en följd av marknadskrafternas spel, där förstatidningarnas övertag på annonsmarknaden är helt utslagsgivande. Stödet gavs därför formen av ett selektivt stöd till de tidningar som behöver det för att fortleva, dvs. andratidningarna. Denna princip bör gälla även i fortsättningen för det direkta produktionsstöd som jag utgår från kommer att behövas, i varje fall under den tid som nu kan överblickas. I övrigt bör utredningen mot bakgrund av sina allmänna bedömningar och ett studium av effekterna av det nuvarande stödet förutsättningslöst pröva utformningen av det direkta produktionsstödet.

Riksdagen (KU 1972:29 s. 10) har uttalat sig för att utredningen ges möjlighet att, om uppläggningen av arbetet medger detta, med förtur behandla frågor som rör tillämpningen av 17 § stödkungörelsen. Det framgår av sammanhanget att framför allt åsyftas de fall då två tidningar på samma utgivningsort har ett likartat konkurrensläge. Utredningen bör ges denna möjlighet. Jag vill dock understryka angelägenheten av att denna fråga inte tas upp helt isolerat utan att eventuella förslag kan ske

mot bakgrund av en samlad bedömning av effekterna av systemet med produktionsbidrag.

Som nämnts är statsmakternas beslut om inrättande av *pressens lånefond* begränsat till en femårig försöksperiod som går ut med budgetåret 1973/74. Utredningen bör överväga om behovet av en särskild lånemöjlighet för dagspressen kommer att kvarstå även i fortsättningen och om så skulle vara fallet lägga fram förslag om ändamål och villkor för lånegivningen. Som framgår av det sagda måste statsmakterna ta ställning härtill senast våren 1974. Om utredningen inte är beredd att lägga fram förslag i sådan tid att detta blir möjligt, bör utredningen pröva om försöksperioden bör förlängas.

Även om systemet med *samdistributionsrabatt* för dagstidningar nyligen har setts över bör utredningen vara oförhindrad att ta upp frågor om inriktning och utformning av denna stödform, framför allt mot bakgrund av utredningens bedömning av det möjliga samarbetet på distributionsområdet.

Eftersom *postverkets tidningsrörelse* går med underskott, innebär detta ett indirekt stöd till dagstidningar och andra tidningar. Statsmakterna har beslutat att en successiv avtrappning av underskottet skall ske (prop. 1970:112, SU 1970:130, rskr 1970:294). Frågor som rör postverkets taxor för tidningsdistribution bör således inte tas upp av utredningen.

I prop. 1972:59 framhöll jag att utredningen borde undersöka rationaliseringsmöjligheterna inom pressen, bl. a. i fråga om samarbete på produktionssidan. Riksdagen har instämt häri och i anslutning till ett remissyttrande av Svenska Tidningsutgivareföreningen över vissa motioner understrukit att frågan om rationaliseringsmöjligheterna ges en vid syftning. Bl.a. har pekats på frågor om branschstatistik samt utbildnings- och forskningsfrågor. Vidare har särskilt nämnts att utredningen bör överväga i vad mån statliga stödåtgärder till inom branschen skapade samarbetsorgan är behövliga och möjliga att genomföra. Hörutöver vill jag tillägga att det är angeläget att rationaliserings- och samarbetsmöjligheter inom pressen bedöms inte bara med hänsyn till den traditionella tidningsteknikens utveckling utan också med beaktande av framväxten av annan mediateknik.

Utredningen bör utgå från att kostnaderna för de förslag som läggs fram i huvudsak bör inrymmas inom ramen för de anslag som f.n. anvisas över budgeten till presstödjande ändamål.

Utredningsuppdraget är som framgått inte begränsat till dagspressen utan omfattar även pressorgan som ges ut av ideella och fackliga organisationer. Utredningen torde därför komma att beröra behov på opinionsbildningsområdet, som i viss mån avses att tillgodoses genom det nuvarande tidskriftsstödet. Jag vill emellertid erinra om att tidskriftsstödet, som i sin nuvarande utformning kom till efter beslut vid 1971 års riksdag (prop. 1971:47, KrU 1971:14, rskr 1971:206,) främst getts en kulturpolitisk inriktning, varför detta i första hand tillgodoser de s.k. kulturtidskrifternas behov av samhällsstöd. Jag förordar därför – efter samråd med chefen för utbildningsdepartementet – att frågan om

formerna för tidskriftsstödet vid behov tas upp till bedömning i särskild ordning mot bakgrund av de analyser och förslag som den nu ifrågavarande utredningen kan komma att framlägga.

Den statliga informationsverksamheten behandlades ingående vid 1971 års riksdag (prop. 1971:56, FiU 1971:23, rskr 1971:182). Bl.a. tillskapades ett särskilt organ, nämnden för samhällsinformation, med omfattande uppgifter på samhällsinformationens område. Med hänsyn härtill bör utredningen inte ta upp frågor rörande den statliga informationsverksamheten utan att nämnden för samhällsinformation är förstådd härmed.

En annan fråga som aktualiserats i sammanhanget gäller invandrarnas behov av information. Denna fråga bevakas emellertid fortlöpande av statens invandrarverk och omfattas av det utredningsuppdrag som invandrarutredningen har fått."

Tilläggsdirektiv

Chefen för finansdepartementet meddelade tilläggsdirektiv för 1972 års pressutredning i ett anförande till statsrådsprotokollet den 1 februari 1974.

"Produktionsbidrag för dagstidningar infördes år 1971 (prop. 1971:27, KU 1971:32, rskr 1971:180) i en för dagspressen akut situation för att om möjligt – i varje fall på kort sikt – förhindra ytterligare nedläggningar av dagstidningar. Redan efter ett år blev det nödvändigt med en kraftig förstärkning av produktionsbidragen, framför allt för storstädernas andratidningar (prop. 1972:59, KU 1972:29, rskr 1972:203). För innevarande budgetår har riksdagen anslagit 67 milj.kr. för ändamålet.

Med hänsyn till det prekära ekonomiska läget för stora delar av dagspressen till följd av bl. a. den kraftiga prisstegringen på tidningspapper föreslår jag att Kungl. Maj:t uppdrar åt 1972 års pressutredning att, i avvaktan på utredningens slutliga förslag, till Kungl. Maj:t inkomma med förslag till lämplig fördelning av ökade produktionsbidrag inom en kostnadsram av 30 milj.kr. Förslaget skall redovisas senast den 15 mars 1974."

Bilaga 2 Kungörelser om samdistributionsrabatt, pressens lånefond samt produktionsbidrag

SFS 1969:581
Kungl. Maj:ts kungörelse
om samdistributionsrabatt för dagstidningar;

given Stockholms slott den 14 november 1969.

Kungl. Maj:t har, med stöd av riksdagens beslut,[1] funnit gott förordna som följer.

1 § Tidningsföretag här i landet kan enligt denna kungörelse erhålla samdistributionsrabatt för abonnerad dagstidning.

2 §[2] Samdistributionsrabatt utgår för varje abonnerat exemplar som distribueras av postverket i särskild tidningsutdelningstur eller av distributionsföretag under förutsättning att minst två tidningsföretag deltager i samdistributionen.

3 § Fråga om samdistributionsrabatt prövas av statskontoret. Statskontoret utbetalar belopp motsvarande rabatten till postverket eller distributionsföretaget, som tillgodoför tidningsföretaget rabatten.

4 § Tidningsföretag skall för att erhålla samdistributionsrabatt skriftligen förbinda sig att avstå från egen distribution av abonnerad dagstidning på alla de orter där rabatterad samdistribution förekommer och påbörjas vid en tidpunkt då den egna tidningen kan medfölja.

Företaget skall vidare skriftligen förbinda sig att för varje distributionsområde där det deltar i rabatterad samdistribution överlämna hela distributionsarbetet till postverket respektive distributionsföretaget.

5 § Distributionsföretag får förmedla samdistributionsrabatt endast om det skriftligen förbinder sig att

1. anordna samdistribution på varje ort inom sitt verksamhetsområde där minst två rabattberättigade tidningsföretag begär det,

2. tillämpa en sådan prissättning för samdistributionen att den en-

[1] Prop. 1969:48, SU 107, rskr 251.
[2] Ändrad 1972:418.

skilda tidningens abonnerade upplaga inom distributionsområdet icke inverkar på distributionsavgiften för distribuerat exemplar, dock att om väsentliga kostnadsskillnader föreligger på grund av tidningarnas olika exemplarvikt prissättningen så långt möjligt skall anpassas härtill på så sätt att den tyngre tidningen bär den merkostnad som den högre exemplarvikten medför,

3. hålla samdistributionen öppen för samtliga de dagstidningar som vid tiden för samdistributionens början finns tillgängliga på orten.

Förbindelse som avses i första stycket skall av distributionsföretaget inges till statskontoret.

6 § Skall samdistributionsrabatt förmedlas av postverket, har verket att iakttaga de i 5 § 2 och 3 angivna villkoren, om Kungl. Maj:t ej föreskriver annat.

7 §[1] Samdistributionsrabatt utgår med tre öre för varje rabattberättigat exemplar av tidning som samdistributeras.

8 § Ansökan om samdistributionsrabatt göres skriftligen hos statskontoret av tidningsföretaget. Till ansökningshandlingen skall fogas förbindelse som avses i 4 §.

9 § Tidningsföretag, distributionsföretag och postverket är skyldiga att lämna statskontoret de upplysningar som erfordras för tillämpningen av denna kungörelse.

10 § Har tidningsföretag icke iakttagit förbindelse som avses i 4 §, skall företaget till statskontoret betala belopp motsvarande rabatt som företaget oriktigt åtnjutit på grund av denna kungörelse. Föreligger synnerliga skäl, kan Kungl. Maj:t befria tidningsföretaget från sådan betalningsskyldighet.

11 § Statskontoret övervakar att tidningsföretag iakttager förbindelse som avses i 4 §. Statskontoret övervakar vidare att distributionsföretag iakttager förbindelse som avses i 5 § vid äventyr att samdistributionsrabatt icke får förmedlas av företaget.

12 § Mot statskontorets beslut i fråga som avses i denna kungörelse får talan ej föras.

13 § Närmare föreskrifter för tillämpningen av denna kungörelse meddelas av statskontoret.

[1] Ändrad 1972:418.

SFS 1971:492
Kungl. Maj:ts kungörelse
om statligt stöd till dagstidningar;

given Sofiero den 4 juni 1971.

Kungl. Maj:t har, med stöd av riksdagens beslut, funnit gott förordna som följer.

Inledande bestämmelser

1 § Statligt stöd till dagstidningsföretag här i landet lämnas enligt denna kungörelse i form av lån ur pressens lånefond och i form av produktionsbidrag.

2 §[1] Fråga om lån eller produktionsbidrag prövas av presstödsnämnden. Pressens lånefond förvaltas av kammarkollegiet.

3 § Vid prövning av fråga om lån eller produktionsbidrag får hänsyn ej tagas till sökande tidningsföretags politiska inställning eller ställningstagande i särskilda frågor.

Lån ur pressens lånefond

4 § Lån får beviljas tidningsföretag såväl för investering som för annan åtgärd som bedömes vara nödvändig för att stärka företagets konkurrensförmåga på längre sikt. Lån får dock ej beviljas till sådant projekt som kan finansieras på den allmänna kreditmarknaden till normala marknadsmässiga villkor och på ett från företagets synpunkt betryggande sätt.

Företräde till lån skall ges projekt som syftar till kostnadsbesparingar genom samverkan mellan tidningsföretag.

5 § Ansökan om lån göres skriftligen hos presstödsnämnden. Till ansökningshandlingen skall fogas uppgifter om företaget, dess verksamhet och ekonomiska ställning, ändamålet med lånet och de skäl i övrigt som åberopas för ansökningen. Sökanden skall dessutom förebringa den ytterligare utredning som nämnden finner nödvändig för prövning av förutsättningarna för beviljande av lån ur fonden.

6 § Lån lämnas för bestämd tid och skall återbetalas enligt plan som presstödsnämnden fastställer.

Lånetiden får ej utan särskilda skäl överstiga tjugo år.

Lån är amorteringsfritt under fem år räknat från första lyftningsdagen.

7 § För lån ur fonden skall ställas den säkerhet som presstödsnämnden bestämmer. Överstiger lånetiden tio år, skall om möjligt säkerhet ställas för lånet i form av inteckning i fast egendom eller tomträtt.

[1] Ändrad 1974:505.

8 § Ränta på lån utgår ej under de tre första åren räknat från första lyftningsdagen. För tiden därefter till dess betalning sker utgår årlig ränta enligt normalräntan för lån från statens utlåningsfonder.

Presstödsnämnden kan medge ytterligare räntefrihet för en tid av högst två år, om särskilda skäl föreligger.

9 § Utgöres säkerhet för lån av inteckning, skall låntagaren under lånetiden hålla den intecknade egendomen nöjaktigt brandförsäkrad.

10 § Låntagare skall i den ordning presstödsnämnden bestämmer avge redogörelse för hur lånet använts.

11 § Presstödsnämnden får säga upp lån till omedelbar betalning, om

1. låntagaren genom oriktiga uppgifter föranlett att lånet beviljats,
2. låntagaren ej fullgör sina förpliktelser i fråga om räntelikvid, amortering eller brandförsäkring,
3. sådant förhållande föreligger att låntagaren med hänsyn till det med lånet avsedda ändamålet uppenbarligen ej längre bör få inneha lånet,
4. säkerheten för lånet väsentligt försämrats eller
5. låntagaren bryter mot annat villkor som föreskrivits vid lånets beviljande.

12 §[1] Lån betalas ut av Post- och Kreditbanken mot skuldförbindelse och de handlingar i övrigt som presstödsnämnden föreskriver. Medel till lån tillställes banken av kammarkollegiet efter utbetalningsbesked av presstödsnämnden.

Återbetalning av lån och räntebetalning skall göras till Post- och Kreditbanken, som utan dröjsmål skall redovisa de influtna medlen till kammarkollegiet.

Produktionsbidrag

13 §[2] I fråga om produktionsbidrag förstås i denna kungörelse med

dagstidning allmän nyhetstidning av dagspresskaraktär, som normalt utkommer med minst ett nummer varje vecka och vars totalupplaga i huvudsak är abonnerad,

upplaga dagstidnings medelnettoupplaga för vardagar första halvåret av varje kalenderår,

utgivningsort den kommun i vilken en tidning har största delen av sin upplaga,

andratidning dagstidning som på sin utgivningsort har mindre upplaga än annan tidning,

storstadstidning dagstidning som har Stockholm, Göteborg eller Malmö som utgivningsort,

pappersförbrukning dagstidnings upplaga multiplicerad med årsvikten per exemplar,

annonsandel andelen betalt annonsutrymme av hela tidningsutrymmet under ett kalenderår.

Om kommun ingår i kommunblock gäller vad som sägs om kommun i stället kommunblocket.

[1] Ändrad 1974:505.
[2] Ändrad 1972:427.

Vid tillämpningen av denna kungörelse i vad avser produktionsbidrag anses dagstidningar med övervägande samma redaktionella innehåll som en tidning.

14 § Produktionsbidrag utgår efter ansökan till tidningsföretag som ger ut andratidning under förutsättning att tidningens abonnerade upplaga uppgår till minst 2 000 exemplar och att annonsandelen är mindre än 50 procent.

15 §[1] För dagstidning som utkommer minst två gånger i veckan beräknas produktionsbidraget på grundval av pappersförbrukningen under föregående kalenderår minskad med annonsandelen. Bidraget utgör för kalenderår 7 900 kronor per ton, dock högst 13 500 000 kronor för storstadstidning och 3 750 000 kronor för annan tidning samt lägst 300 000 kronor. För dagstidning som utkommer minst sex gånger i veckan utgör produktionsbidraget dock lägst 600 000 kronor för kalenderår.

För dagstidning som utkommer en gång i veckan utgör produktionsbidraget 300 000 kronor för kalenderår.

Vid tillämpning av 17 § kan produktionsbidraget bestämmas till lägre belopp än som följer av första och andra styckena.

16 § För dagstidning, som ej berättigar till produktionsbidrag enligt 14 § men för vilken fullt produktionsbidrag uppburits under något av de två senaste kalenderåren, utgår bidrag efter ansökan med hälften av vad som sålunda uppburits.

17 § Presstödsnämnden får besluta

dels att bidrag skall utgå för dagstidning, som ej är andratidning, om det med hänsyn till förhållandena inom tidningens hela spridningsområde är uppenbart att den har samma svårigheter som en andratidning,

dels att bidrag ej skall utgå för andratidning, om det med hänsyn till förhållandena inom tidningens hela spridningsområde är uppenbart att den ej har samma svårigheter som en andratidning.

18 § Ansökan om produktionsbidrag göres skriftligen hos presstödsnämnden senast vid utgången av det kalenderår för vilket bidrag sökes. Till ansökningshandlingen skall fogas styrkta uppgifter om upplaga, årsvikten per tidningsexemplar och annonsandelen under det kalenderår som föregår bidragsåret.

19 § Produktionsbidrag får ej utbetalas före den 1 juli det år som bidraget avser.

20 § Tidningsföretag är skyldigt att lämna presstödsnämnden sådana upplysningar som behövs för tillämpningen av denna kungörelse i vad den avser produktionsbidrag.

[1] Ändrad senast 1975:497.

Presstödsnämndens verksamhet m. m.

21 §[2] Nämnden består av ordförande och två andra ledamöter. Vid handläggning av ärende om produktionsbidrag består nämnden av ytterligare fem ledamöter. För ordförande och för varje annan ledamot finns en personlig suppleant.

Ordförande, andra ledamöter och suppleanter utses av regeringen för högst tre år.

22 § Nämnden sammanträder på kallelse av ordförande så ofta omständigheterna föranleder det.

Suppleant har rätt att deltaga i nämndens överläggningar även om han ej ersätter ordinarie ledamot. Sådan suppleant skall underrättas om sammanträde med nämnden.

23 § Vid handläggning av låneärende eller annat ärende, som ej avser produktionsbidrag, är nämnden beslutför endast om den är fulltalig. Som nämndens beslut i sådant ärende gäller den mening om vilken minst två ledamöter förenar sig. Vid handläggning av ärende om produktionsbidrag är nämnden beslutför när, förutom ordföranden, fyra av nämndens ledamöter är närvarande. Som nämndens beslut i sådant ärende gäller den mening varom de flesta förenar sig eller, vid lika röstetal, den mening som ordföranden biträder.

24 § Vid nämndens sammanträde föres protokoll.

Skiljaktig mening inom nämnden antecknas i protokollet.

Nämndens protokoll justeras av ordföranden.

25 §[1] Presstödsnämndens beslut skall utan dröjsmål tillställas det tidningsföretag beslutet avser. I låneärende skall dessutom beslutet tillställas kammarkollegiet samt Post- och Kreditbanken.

26 § Mot presstödsnämndens beslut i låneärende eller ärende om produktionsbidrag får talan ej föras.

27 § Presstödsnämnden har rätt att anlita experter för beredning av ärenden och att anlita eller anställa biträden i mån av behov.

28 § Ledamot, suppleant, expert eller biträde får ej obehörigen yppa vad han under uppdraget eller i tjänsten erfarit om företags eller enskilds affärs- eller driftförhållanden. Den som uppsåtligen bryter häremot dömes till böter eller fängelse i högst ett år, om ej gärningen är belagd med straff i brottsbalken.

29 §[2] Presstödsnämnden skall varje år före den 1 september till regeringen avge berättelse om verksamheten under det senaste budgetåret och anslagsframställning för nästa budgetår.

[1] Ändrad 1974:505.
[2] Ändrad 1975:497.

Bilaga 3 Dagspressens ekonomiska läge i en extern balansanalys

Av Sven Tollin

Den svenska dagspressen 1973

Denna externa bokslutsanalys av den svenska dagspressen bygger på tidningsföretagens offentliga bokslutshandlingar, omfattande förvaltningsberättelser, balansräkningar samt vinst- och förlusträkningar. Då inte alla bokslut innehållit fullständig redovisning av för analysen behövliga data har kompletterande uppgifter i viss omfattning måst infordras. Ett fåtal av företagen har inte haft kalenderåret som bokslutsår, varvid i analysen i stället ingår de bokslut, som till större delen legat inom 1973.

Bokslutsanalysens mätvärden har inte alltid kunnat knytas till de specifika tidningsvinjetterna, utan har relaterats till den juridiska personen, dvs. företaget, vanligen ett aktiebolag. Sålunda har inte Expressen kunnat mätas för sig, då den ingår i samma bokslut som Dagens Nyheter. Samma gäller Kvällsposten, som ingår i Sydsvenska Dagbladets bokslut, och Svenska Dagbladets förortstidningar, som ej heller redovisas separat. Flera sådana fall finns även i landsorten, där t. ex. Nordvästra Skånes Tidningar är ett bolag som utger tidningar med sex olika vinjetter.

De dagstidningar som utkommer i Stockholm, Göteborg och Malmö går här under den i branschen hävdvunna beteckningen storstadspress.

Med förstatidning menas tidning, som är större än övriga tidningar på ett gemensamt spridningsområde och som förstatidningar räknas även ensamtidningar. Andratidning är då tidning som har konkurrens med annan eller andra större tidningar, vilket innebär att andratidningsbegreppet i förekommande fall även inrymmer tredjetidningar.

I analysen har inte kunnat beaktas om företag förutom tidningsutgivning även haft andra rörelsegrenar, såsom civiltryckeri, eller haft intäkter av fastigheter eftersom boksluten ofta inte ger sådana uppgifter, att en detaljbearbetning är möjlig. Men då tidningsutgivningen nästan undantagslöst är den dominerande verksamheten kan antagas att birörelsernas värden inte haft något större inflytande på de framtagna summorna och relationstalen.

Analysen för 1973 följer till stora delar motsvarande undersökningar i de tidigare pressutredningarna, som tillsattes 1963 och 1967. De statliga produktionsbidragen, som tillkom från 1971, har emellertid medfört, att några av de i analysen framtagna relationstalen inte längre har samma relevans som tidigare, då de vederlagsfria tillskotten var förhållandevis

obetydliga. Analysen har för den skull utvidgats och tidningarna har inte bara behandlats efter grupperingen första- eller andratidning, utan därtill i grupper efter spridningsförhållandena (tabell B.3.15).

I flertalet tabeller i analysen har värdena för 1973 ställts i direkt jämförelse med motsvarande värden för 1963 och 1967. Populationsavvikelser, som kunnat inverka på jämförbarheten mellan åren, har noterats i anslutning till respektive avsnitt.

Tidningsföretagens gruppering

Antalet i bokslutsanalysen ingående tidningsföretag utgör

för 1963: 108, varav 98 i landsorten och 10 i storstäderna,
för 1967: 98, varav 89 i landsorten och 9 i storstäderna, samt
för 1973: 104, varav 96 i landsorten och 8 i storstäderna.

För alla tre analysåren gäller, att ca 5 % av företagen av olika anledningar ej kunnat medtagas i bearbetningen. Mellan 1963 och 1967 skedde ett visst bortfall genom att tidningar upphörde, medan några nya tidningar inte startades.

I analysen för de två första åren ingår inga tidningar med lägre periodicitet än tre nummer i veckan. Efter tillkomsten av det statliga produktionsbidraget har det dock bedömts lämpligt att för 1973 även analysera de företag som utger tidningar med en periodicitet av två nummer i veckan. Detta förklarar uppgången i antalet analyserade företag för 1973. De 104 företag, som ingår för 1973, omfattar tillsammans 143 tidningsvinjetter.

Eftersom det statliga produktionsbidraget även utgått till endagstidningar av dagspresskaraktär har även dessa företag analyserats, fastän i ett särskilt avsnitt.

I de tre årskolumnerna ingår i övrigt i stort sett samma företag i de olika grupperna alla åren, men givetvis har förändringar skett genom att tidningar ökat upplaga eller förändrat periodicitet. De grupper, som enligt tabell B.3.1 omfattar endast ett eller två företag har i de senare tabellerna sammanlagts med respektive närmast liggande grupp. Då förändringarna i populationen huvudsakligen gäller relativt små företag kan det redovisade materialet betraktas som representativt.

Tidningsupplagorna

Upplageuppgifterna för tidningarna avser första halvåret respektive år och utgör de nettoupplagor, dvs. medelnettoupplagor på vardagar, som kontrollerats och vidimerats av Tidningsstatistik AB. Nettoupplagorna omfattar de som abonnemang eller lösnummer sålda exemplaren jämte vissa fri- och rabattexemplar, medan returerna, dvs. osålda exemplar från lösnummerförsäljningsställena, ej ingår.

De mest markanta förändringarna i upplaga noteras, som framgår av tabell B.3.2, för tidningsförlagen i storstäderna. Den stora ökningen från

Tabell B.3.1 Företagens gruppering.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar, 6–7 nr/vecka						
över 30 000 ex i upplaga	19	22	23	1	2	1
20 000–30 000 ex i upplaga	11	6	6	6	4	5
under 20 000 ex i upplaga	18	17	18	12	10	12
Summa dagliga i landsorten	48	45	47	19	16	18
Förlag med icke dagliga tidningar, 2–5 nr/vecka						
över 10 000 ex i upplaga	14	14	13	1	1	1
under 10 000 ex i upplaga	12	10	15	4	3	2
Summa icke dagliga i landsorten	26	24	28	5	4	3
Summa landsortstidningar	74	69	75	24	20	21
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	3	4	4	7	5	4
Summa analyserade tidningsföretag	77	73	79	31	25	25

Anm.: Arbetarbladet i Gävle och Folket i Eskilstuna, som i 1967 års analys klassificerades som förstatidningar, med hänvisning till att de upplagemässigt låg mycket nära respektive förstapositionskonkurrenter, Gefle Dagblad och Eskilstuna-Kuriren, har i denna analys förts till gruppen andratidningar, såväl för 1967 som 1973, för att bli jämförbara i enlighet med den nomenklatur, som följer av reglerna för det statliga produktionsstödet.

Tabell B.3.2 Upplagorna i tusental exemplar.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar			Samtliga		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:									
Förlag med dagliga tidningar:									
över 30 000 ex i upplaga	770	915	1.054	165	170	158	1.220	1.240	1.366
20 000–30 000 ex i upplaga	285	155	154						
under 20 000 ex i upplaga	240	225	271	130	130	143	370	355	414
Summa för de dagliga i landsorten	1 295	1 295	1 479	295	300	301	1 590	1 595	1 780
Förlag med icke dagliga tidningar:									
över 10 000 ex i upplaga	200	230	195	30	25	17	305	320	296
under 10 000 ex i upplaga	75	65	84						
Summa för de icke dagliga	275	295	279	30	25	17	305	320	296
Summa för landsortstidningarna	1 570	1 590	1 758	325	325	318	1 895	1 915	2 076
Storstäderna:									
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	1 190	1 780	2 043	785	465	310	1 975	2 245	2 353
Summa hela dagspressen	2 760	3 370	3 801	1 110	790	628	3 870	4 160	4 429

1,2 till över 2,0 milj. exemplar för förstatidningarna sammanhänger till största delen med framgångarna för tabloiderna Aftonbladet, Expressen och Kvällsposten. Minskningen för andratidningarna i storstäderna beror på att Stockholms-Tidningen, Ny Tid samt Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning upphört.

Genom att Stockholms-Tidningen, vars bokslut inkluderade Aftonbladets, som ej kunde redovisas separat, upphörde 1966, medan Aftonbladet levde vidare, flyttades Aftonbladet statistiskt från gruppen andratidningar till gruppen förstatidningar. Göteborgs-Tidningen eller GT ingick i Handelstidningens bokslut. GHT upphörde 1973, men GT, nu i koncernförhållande till Göteborgs-Posten, har inte avgivit ett bokslut för 1973, som är bearbetningsbart i denna analys.

Landsortens förstatidningar ökade sina upplagor under tioårsperioden 1963–73 med 188 000 exemplar, medan andratidningarna minskade med 7 000. Nyssnämnda ökning inträffade under senare delen av den analyserade perioden, medan perioden 1963–67 uppvisar en stagnation. I ökningen med 188 000 exemplar ingår 23 000 exemplar från fyra tvådagarstidningar, som ej fanns med i analyserna för 1963 och 1967.

Upplageminskningen för de dagliga landsortstidningarna i förstaposition med upplagor mellan 20 000 och 30 000 ex. sammanhänger med att genom upplageökningar några företag flyttats upp till gruppen med tidningar med över 30 000 ex. i upplaga.

Av indextalen i tabell B.3.3 framgår, att förstatidningarna i storstäderna ökat sina upplagor med 72 % på tio år, medan andratidningarna minskat sina upplagor med 61 %, två värden som emellertid påverkas av ovan relaterade populationsförändringar.

Tabell B.3.3 Tidningsupplagorna med 1963 års upplaga = 100.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar			Samtliga		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:									
Förlag med dagliga tidningar:									
över 30 000 ex i upplaga	100	119	137	100	103	96	100	102	112
20 000–30 000 ex i upplaga	100	54	54						
under 20 000 ex i upplaga	100	94	113	100	100	110	100	96	112
De dagliga i landsorten	100	100	114	100	102	102	100	100	112
Förlag med icke dagliga tidningar:									
över 10 000 ex i upplaga	100	115	98	100	83	57	100	105	97
under 10 000 ex i upplaga	100	87	112						
De icke dagliga tidningarna	100	107	101	100	83	57	100	105	97
Landsortspressen	100	101	112	100	100	98	100	101	110
Storstäderna:									
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	100	150	172	100	59	39	100	114	119
Hela dagspressen	100	122	138	100	71	57	100	107	115

För landsortspressen har inte inträffat lika dramatiska förändringar som för storstadspressen. Förstatidningarna ökade på sex år, 1967–73, med ca 12 %, medan andratidningarnas upplagor minskade med 2 %. När man tar hänsyn till att fyra tvådagarstidningar ingår 1973, men inte 1967 blir ökningen för förstatidningarna ca 9 %. Man kan då konstatera, att förstatidningarna i landsorten ökade sina upplagor utan att andratidningarnas upplagor minskade i nämnvärd grad.

Upplageförändringarna var för landsortspressens del oväsentliga under perioden 1963–1967, men var desto mer markerade efter 1967.

Av kolumnen "Samtliga" framgår också att de i analysen ingående landsortstidningarnas upplagor inte ökade med mer än någon procent mellan 1963 och 1967 utan att upplageökningarna har kommit efter sistnämnda år.

Indexminskningen för de icke dagliga andratidningarna ser stor ut, men det beror av det låga ingångsvärdet, endast 30 000 exemplar.

Försäljningsintäkterna

Ett företags omsättning utgörs i regel av bruttointäkten av rörelsen eller verksamheten, dvs. såväl försäljningsintäkter som finansiella och eventuella extraordinära intäkter. I bokslut med vinst- och förlusträkning av traditionell typ är det emellertid svårt att med säkerhet utläsa ett omsättningsbelopp om redovisning inte skett med annat än ett saldo mellan intäkter och kostnader. Efterhand som vinst- och förlusträkningen i boksluten ersätts med en resultaträkning i staffelform blir dock rapporteringen klarare och den externa balansanalysen mer belysande.

Försäljningsbeloppen består huvudsakligen av intäkter av annonser och av upplaga, dvs. lösnummer och abonnemang. Därtill ingår intäkter av biprodukter såsom klichéer, pappersavfall och liknande till vanligen oväsentliga belopp. Ytterligare intäkter kan vara av civiltrycksrörelse och legotryck för andra tidningar. Det har visat sig ogörligt att kostnads- och intäktsmässigt skilja sådan verksamhet från den egentliga tidningsrörelsen. Uppskattningsvis uppgår dock inte den icke direkt rörelsebetingade verksamheten till så stora belopp att de nämnvärt inverkar på de jämförelsetal och tendenser som generellt kan utläsas av siffermaterialet i övrigt för hela branschen.

Då graden av öppenhet i redovisning varierar starkt hos de i denna analys ingående företagen har kompletterande uppgifter inhämtats från flertalet företag för att få data som är jämförbara och användbara i en branschanalys. I tabell 4 redovisas sålunda inte mer eller mindre diffusa omsättningsbelopp utan så långt det varit möjligt renodlade försäljningsintäkter av tidningsrörelsen, varvid i värdena inte ingår några öppna bidrag eller tillskott.

Tabell B.3.4 Försäljningsintäkterna i miljoner kronor (mkr.).

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	177	296	506	41	61	75
20 000–30 000 ex i upplaga	63	47	81			
under 20 000 ex i upplaga	52	76	135	34	56	83
Summa för de dagliga i landsorten	292	419	722	75	117	158
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	28	48	74	5	5	4
under 10 000 ex i upplaga	11	15	23			
Summa för de icke dagliga	39	63	97	5	5	4
Summa för landsortstidningarna	331	482	818	80	122	162
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	296	544	919	195	176	151
Summa för hela dagspressen	627	1 026	1 737	275	298	313

Av ökningen från 15 milj.kr. 1967 till 23 milj.kr. 1973 för de icke dagliga tidningarna i förstaposition med upplaga under 10 000 ex. svarar de i analysen för 1973 tillkomna tvådagarstidningarna för 4 milj.kr. Beloppet påverkar dock knappt märkbart totalsummorna vid övriga jämförelser.

Av tabell B.3.5 framgår vad beträffar landsortstidningarna att medan förstatidningarna ökat sin försäljning i kronor med 147 % stannar ökningen för andratidningarna vid 102 %. Av tabellen kan även utläsas att medan ökningen i försäljningen blev ungefär densamma för båda positionsgrupperna för perioden 1963–1967 har ökningen den senare perioden, 1967–1973, gått mycket snabbare för förstatidningarna än för andratidningarna, 70 % respektive 32 %.

Vad gäller storstadstidningarna bör noteras, att, som tidigare redovisats, tre företag försvunnit ur andratidningsgruppen (StT, Ny Tid och GHT), medan Aftonbladet, efter Stockholms-Tidningens nedläggande, tillförts förstatidningsgruppen. Om då Aftonbladet exkluderas ur sistnämnda grupp för att få bättre jämförelsemöjligheter i tabell B.3.5, så ändras indexvärdet från 310 till 260, dvs. det blir ungefär detsamma som för landsortens förstatidningar. Indexvärdet 277 för hela förstatidningsgruppen reduceras samtidigt från 277 till 253. Även värdena för 1967 förändras från 184 och 164 till ca 150 för båda.

Tabell B.3.5 Försäljningsintäkterna med 1963 års värden = 100.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	100	167	286	100	149	183
20 000–30 000 ex i upplaga	100	75	129			
under 20 000 ex i upplaga	100	146	260	100	165	244
De dagliga i landsorten	100	143	247	100	156	210
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	100	171	264	100	100	80
under 10 000 ex i upplaga	100	136	209			
De icke dagliga	100	162	249	100	100	80
Landsortspressen	100	146	247	100	153	202
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	100	184	310	100	90	77
Hela dagspressen	100	164	277	100	108	114

Till jämförelse med värdena i tabell B.3.5 kan ställas SCB:s producentprisindex för grafiska produkter, där tidningarna ingår, som med samma utgångsår visar serien 100-123-168 medan konsumentprisindex, likaledes med 1963 som utgångsår, ger serien 100-120-164, dvs. de båda indexserierna är ganska identiska.

Skillnaden mellan allmänna prisindex, som kan antagas spegla inflationstrycket, och förstatidningarnas indexvärden för försäljning sammanhänger med att, när det gäller förstatidningarna i landsorten, dessa ökat sina upplagor med 12 % och att annonsvolymerna likaledes ökat, uppskattningsvis med ca 20 %, under tiden 1963–1973. Om man tar hänsyn till upplageökningarna har annonspriset inte ökat mer än vad som betingas av just dessa ökningar plus inflationskoefficienten. Abonnemangspriserna liksom lösnummerpriserna däremot har ökat i snabbare takt än vad nyssnämnda prispåverkande faktorer indikerar.

Den nyssnämnda snabbare höjningen av abonnemangspriserna kan bero på att de vederlagsfria tillskotten under senare år utövat ett konkurrenstryck, som gett tidningsläsarna redaktionellt fylligare produkter. Därvid har produktionskostnaderna drivits i höjden och därmed har motiv förelegat för ett högre prisuttag.

Andratidningarna har i allmänhet höjt sina priser i samma takt som förstatidningarna, men som framgår av tabell B.3.5, ändock inte förmått fånga upp samma rörliga försäljningsvind som förstatidningarna.

Tabell B.3.5 visar, att förstatidningarna som grupp har konsoliderat sina marknadspositioner utan att några negativa effekter, utom möjligen i enstaka fall, uppstått genom de tillskott som utgått till andratidningarna, i varje fall under 1973.

Soliditeten

Ett företags soliditet kan mätas genom att det egna kapitalet, dvs. aktiekapitalet jämte fonder och balanserade vinstmedel, ställs i relation till summa tillgångar. Soliditetsvärdet utvisar den långfristiga betalningsberedskapen och förmågan att motstå förluster.

Det är knappast möjligt att mer exakt ange hur förhållandet mellan egenkapital och tillgångar generellt bör utfalla, eftersom relationstalet varierar starkt från bransch till bransch. En jämförelse med andra branscher blir då föga meningsfull, men ett studium av värdena för de skilda tidningsgrupperna i tabell B.3.6 kan dock leda till några iakttagelser.

Grupperna storstadspress och de icke dagliga tidningarna, båda i förstaposition, visar de högsta soliditetsvärdena.

När relationstalet för förstatidningarna i landsorten med upplaga över 30 000 ex. minskat med 25 % under de senaste sex åren indikerar detta att företagen inte höjt sina egenkapital i takt med inflationen och omsättningsökningarna. Detta innebär i realiteten en minskad förmåga att uthärda längre perioder av ekonomiska påfrestningar.

Det förhållandet, att andratidningarnas värden halverats under tiden 1963–1973 visar, att stödet inte räckt till att hålla soliditeten uppe vid de redan tidigare svaga relationsvärdena. Och när företag åtnjuter tillskott eller bidrag i den omfattning som det här gäller är den reella soliditeten lika med noll, även om sifferekvationen ovan ger ett positivt utslag.

Tabell B.3.6 Egenkapitalförhållandet eller soliditeten.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	23	24	18	11	8	5
20 000–30 000 ex i upplaga	15	14	15			
under 20 000 ex i upplaga	16	14	16	11	12	11
De dagliga i landsorten	20	20	17	11	10	7
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	27	26	20	28	28	12
under 10 000 ex i upplaga	27	34	30			
De icke dagliga	27	28	22	28	28	12
Landsortstidningarna	21	20	18	12	11	8
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	27	27	30	17	16	10
Hela dagspressen	24	23	24	16	13	8

Tabell B.3.7 Kassalikviditeten.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	125	114	118			
20 000–30 000 ex i upplaga	108	104	99	99	70	103
under 20 000 ex i upplaga	109	115	111	92	109	78
De dagliga i landsorten	118	113	115	96	88	88
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	151	114	107			
under 10 000 ex i upplaga	166	150	161	133	164	140
De icke dagliga	154	122	118	133	164	140
Landsortstidningarna	123	113	115	99	91	90
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	129	167	212	108	95	107
Hela dagspressen	126	134	152	105	93	94

Kassalikviditeten

Kassalikviditeten utvisar ett företags kortfristiga betalningsberedskap och den framräknas genom att de mest likvida omsättningstillgångarna jämförs med summan av de kortfristiga skulderna i balansräkningen. Det anses önskvärt att dessa tillgångar är minst lika stora som de kortfristiga skulderna, dvs. uppgår till lägst 100 % för att ett företag skall kunna infria sina förpliktelser i den ordning de förfaller till betalning.

Ovanstående likviditetstal är visserligen inte några riktigt exakta mätare, eftersom utfallet påverkas av hur och i vilken omfattning långfristiga lån disponerats och av hur snabbt skulderna likviderats. Ändock tycks sammanställningen av materialet i analysen ge ett klart utslag.

Förstatidningarna har överlag en kassalikviditet på över 100 % med undantag för en grupp, den med upplaga mellan 20 000 och 30 000 ex. Andratidningarna däremot har haft betydligt svårare att hålla en acceptabel kassalikviditet och inte ens de ekonomiska tillskotten har kunnat förhindra att jämförelsevärdena blivit lägre för 1973 än tio år tidigare.

Då analysvärdet endast speglar situationen vid ett givet tillfälle, nämligen bokslutsdagen, måste en viss värdeslatitud accepteras och angivna värden kan reellt vara såväl lägre som högre, vilket kan förklara en del av "ojämnheterna" i tabellen ovan.

En låg likviditet hämmar ett företags ekonomiska handlingsfrihet och en överdriven likviditet kan ur andra synvinklar vara orationell. Viktigast med likviditetstalet är att observera trenden och i det enskilda fallet analysera orsakerna till eventuella förändringar.

Rörelsekapitalet

Rörelsekapitalet omfattar den relativt likvida delen av företagens egenkapital plus eventuell del av det långfristiga främmande kapitalet och framtages genom att omsättningstillgångarna minskas med de kortfristiga skulderna. Uttryckt i krontal blir dessa värden ej meningsfullt jämförbara, men i procent av omsättningen ger de en klarare bild av den aktuella situationen.

Det framgår av tabell B.3.8, att landsortens förstatidningar i snitt håller ett rörelsekapital, som svarar mot 5–7 %, vilket stämmer med den branschtumregel, som säger, att rörelsekapitalet inte bör understiga 6–7 % av omsättningen. Utfallet för storstädernas förstatidningar visar att deras rörelsekapital fördubblas mellan 1967 och 1973. Andratidningarnas rörelsekapital tycks däremot nästan över lag vara otillfredsställande.

Den i tabell B.3.7 redovisade kassalikviditeten kan i icke obetydlig utsträckning "friseras" genom att en del skuldbetalningar inför ett bokslutstillfälle tidigareläggs. En sådan möjlighet att ge ett bokslut en "make up" avslöjas dock genom att i en analys även räkna fram rörelsekapitalet och dess andel av omsättningen.

Tabell B.3.8 Rörelsekapitalet i procent av omsättningen.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	8,2	4,3	7,4	2,3	0,0	2,0
20 000–30 000 ex i upplaga	4,3	3,5	2,7			
under 20 000 ex i upplaga	4,8	7,1	4,1	2,6	4,1	0,9
De dagliga i landsorten	6,8	4,7	5,4	2,5	0,5	1,8
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	11,0	7,5	4,6	8,8	13,5	8,5
under 10 000 ex i upplaga	19,3	14,3	18,4			
De icke dagliga tidningarna	13,5	9,1	10,0	8,8	13,5	8,5
Landsortstidningarna	7,6	5,3	6,4	2,9	1,0	2,0
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	5,0	9,6	18,3	3,2	1,9	3,1
Hela dagspressen	6,4	7,6	13,3	3,1	1,6	2,6

Företagens reservtillgångar

I begreppet företagens reserver ingår såväl de synliga som de dolda. De *synliga* reserverna utgörs i denna analys av egenkapitalet i bokslutet minskat med aktiekapitalet.

De *dolda* reserverna har framtagits enligt följande regler; För fastigheter har gällt, att om taxeringsvärdena varit högre än det bokförda värdet för samma fastighetstillgångar, har skillnaden betraktats som en dold reserv. Detta torde i allmänhet vara en försiktig värdering. Beträffande maskiner och inventarier har gällt antagandet, att brandförsäkringsvärdet på dessa tillgångar motsvarar återanskaffningsvärdet. Som analysvärde har då, liksom i de tidigare pressutredningarna, tagits 40 % av brandförsäkringsvärdena. Om analysvärdet då blivit större än det bokförda värdet på dessa tillgångar har skillnaden räknats som en dold reserv.

Det anses önskvärt att reservtillgångarna ökar i minst samma takt som omsättningen, i annat fall sker en ekonomisk utarmning. Generellt sett har förstatidningarna klarat detta krav med några få undantag.

Andratidningarnas reserver har, om hänsyn tas till inflationen och därmed omsättningsförändringarna, minskat mer än vad de nakna siffrorna i tabellen utvisar.

Siffrorna för storstädernas andratidningar bör inte tillmätas något bevisvärde, då antalet företag i gruppen minskat kraftigt, i varje fall procentuellt sett.

Tabell B.3.9 De synliga och de dolda reserverna i mkr.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	32,6	58,3	124,8			
20 000–30 000 ex i upplaga	10,8	10,2	12,9	2,1	3,0	1,7
under 20 000 ex i upplaga	11,2	14,1	22,4	1,5	4,3	3,1
Summa för de dagliga i landsorten	54,6	82,6	160,1	3,6	7,3	4,8
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	9,6	15,9	14,4			
under 10 000 ex i upplaga	4,2	4,6	7,5	0,5	0,8	0,4
Summa för de icke dagliga	13,8	20,5	21,9	0,5	0,8	0,4
Summa för landsortstidningarna	68,4	103,1	181,9	4,1	8,1	5,2
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	74,4	89,4	181,4	16,9	15,7	4,2
Summa för hela dagspressen	142,8	192,5	363,3	21,0	23,8	9,4

Investeringsfonderna

Investeringsfonderna skapas genom skattefria avsättningar av vinstmedel för framtida nyttjande enligt särskilda regler. Avsättning får enligt under senare år gällande regler göras med högst 40 % av årsvinsten. Men årsvinst menas i detta sammanhang vinst efter avskrivningar och bokslutsdispositioner men före skatter och avsättning till investeringsfond. Av det avsatta beloppet skall 46 % sättas in på räntelöst konto hos riksbanken.

Tabell B.3.10 Investeringsfonderna i mkr.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	4,0	9,5	18,7	0	0	0
20 000–30 000 ex i upplaga	0,5	0,2	2,5			
under 20 000 ex i upplaga	1,2	1,1	6,0			
Summa för de dagliga i landsorten	5,7	10,8	27,2	0	0	0
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	0,5	1,2	3,3	0	0,1	0,1
under 10 000 ex i upplaga	0,4	0,5	1,5			
Summa för de icke dagliga	0,9	1,7	4,8	0	0,1	0,1
Summa för landsortstidningarna	6,6	12,5	32,0	0	0,1	0,1
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	14,5	12,5	60,8	0	0	0
Summa för hela dagspressen	21,1	25,0	92,8	0	0,1	0,1

Förstatidningarna i landsorten har mellan 1967 och 1973 mer än fördubblat sina investeringsfonder, medan tidningarna i storstäderna i förstaposition femdubblat sina avsättningar. Därvid måste man dock ta i beaktande att ökningen i kronor genom penningvärdesförsämringen inte innebär lika stor ökning av köpkraften hos fondmedlen. Andratidningarnas vinster har inte räckt till för några avsättningar till investeringsfond.

Förstatidningarna har under analysperioden även utnyttjat en hel del investeringsfondsmedel, vilket dock inte kunnat noteras i analysen.

Pensionsavsättningarna

För att trygga pensionerna till anställda och pensionärer har företagen tecknat försäkringsskydd hos en pensionskassa, såsom Pressens Pensionskassa eller Svenska Personal-Pensionskassan (SPP) och till den inbetalt premier, eller avsatt medel i en PRI-stiftelse och därvid låtit medel stanna

kvar i rörelsen. Valfriheten mellan alternativa former för tryggande av pensionsskulden gör att de i boksluten upptagna avsättningarna för pensionsändamål inte är helt jämförbara.

Tabell B.3.11 Pensionsavsättningarna i milj.kr.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorter:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	17,4	26,9	45,1			
20 000–30 000 ex i upplaga	3,9	4,2	6,3	0,4	1,0	2,2
under 20 000 ex i upplaga	3,7	4,3	8,7	0,6	0,3	0,5
Summa för landsortstidningarna	25,0	35,4	60,1	1,0	1,3	2,7
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	3,4	3,6	4,1			
under 10 000 ex i upplaga	0,8	0,9	1,4	0	0	0,2
Summa för de icke dagliga	4,2	4,5	5,5	0	0	0
Summa för landsortstidingarna	29,2	39,9	65,6	1,0	1,3	2,9
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	54,4	103,4	168,3	19,6	14,3	20,6
Summa för hela dagspressen	83,6	143,3	233,9	20,6	15,6	23,5

Det kan antagas, att andratidningarna i allmänhet tecknat försäkringar hos pensionskassa och dit inbetalt premierna, medan förstatidningarna i större utsträckning anslutits till pensionsregistreringsinstitutet (PRI) och kunnat förränta de avsatta medlen i den egna rörelsen, dvs. nyttjat medlen som rörelsekapital. Detta kan vara förklaringen till att det i boksluten ser ut som om förstatidningarna byggt upp ett tio gånger så stort pensionsskydd som andratidningarna, fastän antalet anställda inte står i motsvarande proportion. Pensionsskulderna har givetvis också ökat genom penningvärdesförsämringen.

De vederlagsfria tillskotten

De ekonomiska bidragen till dagstidningarna utgörs av statliga produktionsbidrag, aktieägaretillskott och koncernbidrag. Samdistributionsrabatten ingår däremot inte under begreppet vederlagsfria tillskott.

Av tabell B.3.12 framgår att de i denna analys ingående företagen under 1973 sammanlagt erhöll 85 milj.kr. i tillskott, varav 7 milj.kr. tillföll förstatidningar och 78 milj.kr. andratidningar. Av det sistnämnda beloppet gick 34 milj.kr. till landsortstidningar och 44 milj.kr. till de fyra andratidningarna i storstäderna, dvs. Arbetet, Dagen, Skånska Dagbladet och Svenska Dagbladet.

Tabell B.3.12 De ekonomiska bidragen i tkr.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	1 649	0	2 090[a]	1 875	3 256	13 690
20 000–30 000 ex i upplaga	0	0	0			
under 20 000 ex i upplaga	90	0	3 605	2 039	2 328	19 307
Summa för de dagliga i landsorten	1 739	0	5 695	3 914	5 584	32 997
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	0	0	650	44	0	1 063
under 10 000 ex i upplaga	0	0	600			
Summa för de icke dagliga	0	0	1 250	44	0	1 063
Summa för landsortstidningarna	1 739	0	6 945	3 958	5 584	34 060
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	0	0	0	18 492[b]	2 193	43 986
Summa för hela dagspressen (utom endagstidningarna)	1 739	0	6 945	22 450[b]	7 777	78 046

[a] Här ingår bidrag med 590 tkr. till andratidningen Växjöbladet som ägs av AB Blekinge Läns Tidning.
[b] Här ingår Stockholms-Tidningen med 14,2 milj. kr. och Ny Tid med 2,8 milj. kr.

De vederlagsfria tillskotten har ökat i snabb takt. Sålunda har bidragen till landsortens andratidningar sexdubblats och till storstädernas andratidningar tjugodubblats under perioden 1967–1973, vartill kommer att det statliga produktionsbidraget höjdes med 50 % 1974. I tabell B.3.12 finns givetvis endast sådana stöd, som finns öppet redovisade i bokslutshandlingarna.

Den snabba ökningen av de vederlagsfria tillskotten kan inte förklaras enbart med hänvisning till de inflationsbetingade kostnadsökningarna. Hos andratidningarna fanns, när det statliga produktionsbidraget tillskapades, ett uppdämt stödbehov genom att olika konkurrensåtgärder måst skjutas på framtiden. Därtill kommer att avskrivningarna på anläggningstillgångar, liksom även nedskrivningar på vissa omsättningstillgångar, var starkt eftersatta.

Av bidragen till förstatidningarna utgjordes en del av smärre koncernbidrag, antagligen kostnadsfördelning mellan tidningar inom en koncern och dessa har här lämnats därhän. De 2 090 tkr. till förstatidningar med upplaga över 30 000 ex. utgjordes av 1 milj.kr. till Gefle Dagblad (häri ingår såväl 1972 som 1973 års bidrag om vardera 500 tkr.) och 500 tkr. till Falu-Kuriren, båda s. k., kompensationsbidrag, och 590 tkr. till AB Blekinge Läns Tidning för Växjöbladet.

Bland bidragen till förstatidningar med mindre än 20 000 ex i upplaga märks ett aktieägaretillskott till Söderhamns-Kuriren på 516 tkr.,

koncernbidrag till Bergslagsposten, Lindesberg, på 302 tkr. och till Ljusnan, Bollnäs, på 1 097 tkr. Statliga produktionsbidrag gick till Skaraborgs Läns Annonsblad, Skövde, med 565 tkr., till Gotlands Tidningar med 875 tkr. och Gotlands Allehanda med 200 tkr. Då de två tidningsföretagen i Visby båda enligt upplageredovisningarna under 1973 hade en hushållstäckning på Gotland om 55 % har de här betraktats som förstatidningar.

Av de icke dagliga tidningarna i första- eller ensamposition fick Norrtelje Tidning ett aktieägaretillskott på 650 tkr. samt Norra Halland, Fryksdals-Bygden och Östgöta-Bladet vardera statliga produktionsbidrag om 200 tkr. De tre sistnämnda har här behandlats som förstatidningar, då de har mer än 50 % täckning på sina respektive utgivningsorter.

Tabell B.3.13 Antal företag, som erhållit ekonomiska bidrag.

Företagsgrupper	Första- och ensamtidningar			Andratidningar		
	1963	1967	1973	1963	1967	1973
Landsorten:						
Förlag med dagliga tidningar:						
över 30 000 ex i upplaga	1	0	3	5	4	6
20 000–30 000 ex i upplaga	0	0	0			
under 20 000 ex i upplaga	2	0	6	10	8	12
Summa för de dagliga i landsorten	3	0	9	15	12	18
Förlag med icke dagliga tidningar:						
över 10 000 ex i upplaga	0	0	1	1	0	3
under 10 000 ex i upplaga	0	0	3			
Summa för de icke dagliga	0	0	4	1	0	3
Summa för landsortstidningarna	3	0	13	16	12	21
Storstäderna:						
Tidningsförlagen i Stockholm, Göteborg och Malmö	0	0	0	3	3	4
Summa för hela dagspressen (utom endagstidningarna)	3	0	13	19	15	25

Tillskottens källor

Av tabell B.3.14 framgår att de statliga produktionsbidragen utgjorde 71 % av det totala stödet 1973 till de i analysen ingående företagen, medan 29 % emanerade från andra källor, dvs. från aktieägare eller koncernföretag.

Landsortstidningarna erhöll 7 milj.kr. eller 17 % av stödbehovet från andra källor än staten, medan storstadstidningarna mottog 17 milj.kr. eller 39 % av de sammanlagda stöden från närstående intressenter.

Bland de stödmottagande tidningarna märks följande som krävde tillskott förutom det statliga produktionsbidraget: Arbetet i Malmö fick 8 milj.kr. i statsstöd och 5,2 milj.kr. från annat håll, Svenska Dagbladet (bokslut per 30/6 1974) 11,5 milj.kr. i statsstöd och 11,7 milj.kr. från

Tabell B.3.14 De vederlagsfria tillskottens källor år 1973 (beloppen i tkr.).

Tidningsgrupper	Statliga produktionsbidrag		Andra vederlagsfria tillskott		Summa bidrag och tillskott	
Förstatidningar, 3–7 nr/vecka i landsorten	4 330	62 %	2 615	38 %	6 945	100 %
Andratidningar, 2–6 nr/vecka i landsorten	29 571	87 %	4 489	13 %	34 060	100 %
Summa till landsortstidningarna, 2–7 nr/vecka	33 901	83 %	7 104	17 %	41 005	100 %
Storstadspress, endast andratidningar	26 656	61 %	17 330	39 %	43 986	100 %
Summa (utom till endagstidningar)	60 557	71 %	24 434	29 %	84 991	100 %

intressenter, Mellannorrlands Tidnings AB 1,1 milj.kr. i statsstöd och därtill 1,8 milj.kr. från annat håll samt Västgöta-Demokraten 1,5 milj.kr. i statsstöd och därtill 1,1 milj.kr. i koncernbidrag.

Några företag, som fick statliga produktionsbidrag, torde av boksluten att döma inte haft direkta behov av stöd under 1973, såsom t. ex. Blekinge Läns Tidning (för Växjöbladet), Gefle Dagblad, Norra Halland och Lysekils-Posten.

Huruvida de företag, som fick statliga bidrag utan att därtill få även andra tillskott, under 1973 tilldelades stöd på mest välavvägda nivå kan inte med säkerhet utläsas av boksluten. Resultaträkningarna ger dock vid handen, att några företag skulle ha behövt större stöd för att stärka sin konkurrenskraft och befästa sina positioner, medan andra kunde arbeta med mindre ekonomiska svårigheter än under många år.

Landsortstidningarna efter spridningstäthet

I de föregående tabellsammanställningarna jämte kommentarer har tidningsföretagen grupperats efter tidningarnas position på marknaden, dvs. i första- och andratidningar. I tabell B.3.15 har tidningarna däremot grupperats efter spridningstäthet i utgivningskommun, dvs. efter antalet sålda exemplar per 100 hushåll. Av de 92 företag, som ingår i tabellen är 70 flerdagarstidningar och övriga fådagars.

Flertalet sifferserier i tabell B.3.15 ger otvetydiga indikationer, sålunda har företagen, som utger tidningar med tät spridning en god soliditet och acceptabel kassalikviditet. Och likaså har de tätspridda de största reserverna, investeringsfonderna och pensionsavsättningarna.

Och de vederlagsfria tillskotten blir generellt sett större ju mindre spridningstäthet en tidning har på sin utgivningskommun.

Den sista kolumnen i tabell B.3.15 visar att det ekonomiska utfallet för ett genomsnitt av tidningar i gruppen 50–59 % redovisar förlust. I gruppen ingår sålunda även tidningar som redovisar vinst. Det bör också påpekas att tabellen enbart omfattar landsortspressen varför tidningar som Dagens Nyheter (59 % täckning) och Sydsvenska Dagbladet (53 % täckning) ej ingår.

Tabell B.3.15 Landsortspressen, grupperad efter spridningstäthet i respektive utgivningskommun, 1973.

Hushålls-täckning i utgivnings-kommunen	Antal företag	Upplaga vard. i tusental enl. TS	Egenkapital-förhållandet = soliditeten	Kassa-likvida-teten	Synliga o. dolda reserver i tkr	Investe-rings-fonder i tkr	Pensions-avsättn. i tkr	Vederlagsfria tillskott i tkr			Dito i % av om-sättn. inkl. tillskott	Vinst/förlust i % av omsättningen inkl. stöd före avskriv-ningar, avsättningar och skatter
								Statl. prod. bidrag i tkr	Andra tillskott i tkr	Summa tillskott i tkr		
Flerdagarstidningsföretag:												
80 %	23	749,0	22	126	97 409	21 560	33 470	0	586	586	0,2 %	+ 7,1 %
70–79 %	15	469,1	14	98	43 737	3 342	13 882	1 089	1 747	2 836	1,3 %	+ 7,1 %
60–69 %	9	193,2	15	135	18 565	3 813	10 667	1 000	0	1 000	0,9 %	+ 8,5 %
50–59 %	6	114,5	9	98	5 818	728	3 409	1 775	302	2 077	3,2 %	– 0,7 %
40–49 %	3	29,2	14	86	1 046	258	503	1 470	50	1 520	12,7 %	– 7,0 %
20–39 %	5	95,2	9	95	1 724	0	1 175	9 114	0	9 114	16,2 %	– 12,6 %
10–19 %	9	142,3	8	77	1 897	0	598	17 283	2 539	19 822	19,3 %	– 17,3 %
	70	1 792,5	16	110	170 196	29 701	63 704	31 731	5 224	36 955	4,0 %	+ 2,7 %
Fådagarstidningsföretag:												
80 %	4	47,1	16	117	2 096	552	336	0	0	0	0 %	+ 7,9 %
70–79 %	8	64,6	31	137	4 859	1 274	892	0	32	32	0,2 %	+ 9,8 %
60–69 %	6	41,7	25	189	3 034	550	990	200	0	200	1,6 %	+ 5,4 %
30–59 %	4	14,0	14	110	170	1	180	800	0	800	25,8 %	– 18,3 %
	22	167,4	24	140	10 158	2 377	2 398	1 000	32	1 032	2,2 %	+ 6,1 %
Totalt	92	1 959,9	16	112	180 355	32 078	66 102	32 731	5 256	37 987	3,9 %	+ 2,8 %

Endags regiontidningar

I analysen för 1973 har 16 tidningar med endagsutgivning och med en sammanlagd upplaga på 90 000 exemplar kunnat bearbetas. Av dessa företag erhöll alla utom ett statliga produktionsbidrag och fyra av företagen fick dessutom aktieägaretillskott. Tillsammans utgjorde tillskotten 3,4 milj.kr., vilket svarar mot 31 % av den egna försäljningen. Stöden förefaller i några av fallen att ha varit ekonomiskt omotiverade.

De procentuellt sett kraftiga bidragen har gjort att flera av analysvärdena är goda. Sålunda var soliditetsvärdet 30, likviditeten 120 % och rörelsekapitalet i procent av omsättningen 7,2.

Lokaltidningar med produktionsbidrag

De i rapporten Presstödet och tidningskonkurrensen (s. 40) förtecknade åtta lokaltidningarna med produktionsbidrag är Norra Halland, Fryksdals-Bygden, Östgöta-Bladet, Karlshamns Allehanda, Sandvikens Tidning, Lysekilsposten, Skaraborgs-Tidningen och Laholms Tidning.

Då tre av dessa tidningar står i koncernförhållande till annan, större tidning är boksluten svåranalyserade, eftersom materialet inte klargör om och i vilken utsträckning dessa tidningar burit sina egna kostnader.

Analysen visar dock, att 1973 hade dessa åtta tidningar tillsammans en upplaga på 42 000 exemplar och stödet uppgick till 2,3 milj.kr., vilket motsvarar 21 % av den egna försäljningen. Även för denna grupp gäller, att produktionsbidragen hållit uppe analysvärdena, soliditeten blev sålunda 16 och kassalikviditeten 120 %. I några fall synes stöden ha varit ekonomiskt omotiverade.

Landsortspressens bokslut för 1974

Dagspressens bokslut för 1974 föreligger inte färdiga för en total bearbetning i tid till 1972 års pressutrednings betänkande. Det har emellertid ansetts önskvärt med en begränsad studie av prisutvecklingen samt intäkts- och kostnadsutvecklingen för 1974 som komplement till balansanalysen för 1973.

Analysen för 1974 omfattar 27 företag, varav 14 med förstatidningar och 13 med andratidningar, alla från landsorten. Andratidningarna uppbar samtliga statligt produktionsstöd och en av förstatidningarna erhöll s. k. kompensationsbidrag och en fick koncernbidrag.

Storstadstidningarna utgör en alltför liten grupp för att medge en begränsad bearbetning.

Försäljningsvolymerna

De sammanlagda *upplagorna* för landsortspressen ökade under 1974 (första halvåret i jämförelse med samma period 1973) med endast något över en procent.

Beträffande *annonsvolymerna* blev det, trots alla farhågor i början av 1974 i samband med oljekrisen, inget annonsstopp, utan volymerna ökade under året med 5 % i dagspressen. Till jämförelse kan nämnas att annonseringen i veckopressen minskade med 12 %.

Prispolitiken

Abonnemangspriserna i dagspressen höjdes från januari 1973 till januari 1974 med 8 %. Av de i denna undersökning ingående 27 företagen höjde förstatidningarna med 9 % och andratidningarna med 6 %.

Trots väntade kostnadsökningar höjde inte alla tidningar abonnemangspriserna inför årsskiftet 1973/74. Tretton tidningar i landsorten lät priserna ligga still och av dem åtnjöt nio statligt produktionsbidrag. Dessa nio var Folkbladet Östgöten, Gotlands Allehanda, Gotlands Tidningar, Länstidningen (Östersund), Sydöstran, Växjöbladet, Karlshamns Allehanda, Lysekilsposten och Norra Halland. De tre sistnämnda höjde inte heller priserna inför 1975.

Genomsnittligt har landsortstidningarna höjt sina abonnemangspriser med 16 % och storstadstidningarna med 25 % från januari 1974 till januari 1975.

Annonspriserna höjdes från januari 1973 till januari 1974 med 10 % i landsortspressen och med 3–4 % i storstadspressen. Ytterligare höjningar företogs emellertid senare under året. För de i denna analys ingående företagen gäller, att förstatidningarnas priser höjdes från januari till januari med 10 % och andratidningarna med 9 %. Skillnaden kan vara statistiskt betingad. De största höjningarna blev på 14–17 % och de lägsta blev 3–4 %, de sistnämnda bland stödmottagande företag.

Mellan januari 1974 och januari 1975 har annonspriserna i snitt höjts med 15 %. Medan tidningarna i Visby och Kungsbacka inte företog någon höjning har andra tidningar höjt sina priser på ett år med 20–25 %.

Intäktsutvecklingen

Intäkterna *av upplaga* steg under 1974 med 12 %. Ökningen avspeglar i de enskilda fallen upplageökningarna och de fall som visar låga värden, såsom 3–5 %, torde avslöja att priserna inte höjts i inflationstakt eller att upplagan i något enstaka fall varit vikande. Anledningen till att inte alla priser höjts tillräckligt förefaller vara antingen missbedömning av kostnadsutvecklingen eller att behovet av höjningar inte känts tillräckligt stort hos företag med produktionsbidrag. I andra fall har tidningar måst avstå från prishöjningar genom att den tidning som är prisledare inom ett område inte velat höja sina priser "tillräckligt".

Annonsintäkterna steg under 1974 hos dagstidningarna mer än vad som förutsågs vid årets början. Volymökningarna och prishöjningarna gav en ökning av annonsintäkterna hos landsortspressen med 16 %. De i denna analys ingående förstatidningarna ökade med 18 % och andratidningarna med 15 %. Detta sammanhänger med att förstatidningarnas volymökning var 5 1/2 %, medan andratidningarnas var 3 %.

Totalintäkterna av tidningsrörelsen steg med 15 % under 1974. För förstatidningarna blev ökningen 16 % och för andratidningarna 13–14 %. I dessa beräkningar ingår inga stödmedel, utan enbart tidningarnas egna försäljningsintäkter. Dessa värden kan antyda svårigheter för andratidningarna att höja sina intäkter i samma takt som förstatidningarna.

Kostnadsutvecklingen

Kostnaderna för *löner inklusive sociala kostnader* steg under 1974 för berörda företag i genomsnitt med 19 % och *distributionskostnaderna* steg med nära 18 %. Hänsyn har här inte kunnat tas till ökad eller minskad personal eller förändringar i distribuerade upplagor.

Kostnaderna för *tidningspapperet* steg med ett högre tal. Under 1974 kostade pappret ca 41 % mer än under 1973, men i februari 1974 minskades papprets gramvikt, så att det blev ca 6 % mer yta på samma vikt. Detta innebar att pappersprishöjningen realiter blev ca 36 %. De i analysen ingående företag, som redovisat papperskostnaden, har noterat en merkostnad för papper på 35 1/2 %. De samstämmiga procenttalen visar att den ökade annonsvolymen inte torde ha lett till ökat sidantal hos tidningarna, utan att textutrymmet minskat ungefär lika mycket som annonsutrymmet ökat.

Medan intäkterna under 1974 steg med ca 15 % hos de analyserade företagen så steg *totalkostnaderna* för samma företag med ca 18 %. Kostnaderna steg sålunda mer än intäkterna. Dessa värden visar att det *ekonomiska utfallet* för tidningarna försvagats under 1974. Bilden är dock ingalunda entydig och analysen är begränsad till en fjärdedel av samtliga företag. Några företag har fått bättre bokslut än under 1973, men för många gäller att 1974 innebar en resultatförsämring. Och den skulle ha blivit än större om inte annonskonjunkturen blev oväntat god.

Även om analysen inte omfattar hela branschen förefaller det som om utvärderingen av materialet ger en ganska klar antydan om utvecklingen.

Det ekonomiska utfallet

Skillnaden mellan rörelsebetingade intäkter och rörelsebetingade kostnader ger en *bruttovinst* före avskrivningar. Detta saldo visar hos de 14 förstatidningarna att sagda vinst, ställd i relation till omsättningen, minskat med ett par procentenheter.

Hos alla de 13 andratidningarna är kostnaderna större än de egna intäkterna och här blir skillnaden ett förlustsaldo, före avskrivningar, som ökat från 20 % 1973 till 23 % 1974. Detta visar att 80 respektive 77 % av direktkostnaderna kunde täckas av företagens egna försäljningsintäkter. I några fall täcker de egna intäkterna endast 60–65 % av kostnaderna.

En inflationsperiod som den nuvarande kan vara påfrestande för dagstidningarnas ekonomi, eftersom en stor del av abonnenterna betalar sina prenumerationsavgifter i förskott för helår. Priset är då anpassat efter det kostnadsläge som är känt eller förutsett inför ett årsskifte och

oväntade kostnadsökningar under året kan en tidning inte kompensera sig för fullt genom abonnemangsprishöjningar senare under året.

Även om här återgivna analysvärden kan förefalla ganska säkra bör för säkerhets skull tilläggas att de kan ha förändrats något om urvalet varit större.

Bilaga 4 Presstöd i några europeiska länder

Generellt brukar man skilja mellan direkta och indirekta stödformer när det gäller presstöd. Med direkt presstöd avses vanligtvis produktionsbidrag, samdistributionsrabatt och lånefonder. Till indirekt presstöd räknas moms- och skattebefrielse samt reducerade tele- och posttaxor och rabatterade taxor vid järnvägstransporter. Som speciella former av stöd räknas bl. a. bidrag till undervisning och pressforskning samt stöd till nyhetsbyråernas verksamhet.

I denna bilaga redogörs för olika stödformer i några västeuropeiska länder. Av tabell B.4.1 framgår vilka åtgärder som redan är beslutade och genomförda resp. föreslagna eller planerade.

Norge

I Norge har, liksom i Sverige, ett direkt statligt produktionsstöd införts. Det är konstruerat som en papperssubvention och utformat med hänsyn till tidningarnas pappersförbrukning. För 1975 uppgick det direkta produktionsstödet till ca 26 milj. kr.

Statligt produktionsstöd utgår till alla tidningar med en upplaga som understiger 10 000 ex. per år. Andratidningar i upplageintervallet 10 000–40 000 ex. per år erhåller automatiskt stöd och andratidningar med en upplaga som överstiger 40 000 ex. kan erhålla produktionsbidrag efter särskild ansökan. Även förstatidningar kan efter särskilda regler erhålla produktionsbidrag.

År 1972 upprättades Statens lånekasse för att ge ekonomiskt svaga tidningar möjligheter till lån med låg ränta och lång amorteringstid. Verksamheten har uppenbara likheter med den som bedrivs av pressens lånefond i Sverige. Vid utgången av år 1974 hade lånekassan beviljat 51 lån på sammanlagt 23,5 milj.kr. och 10 ansökningar om s. k. garantier på sammanlagt ca 6,8 milj.kr.

År 1974 publicerade den norska pressutredningen rapporten "Samarbeid i dagspressen" (NOU 1974:57). I denna föreslogs bl. a. införandet av en samdistributionsrabatt för dagstidningar. Enligt det föreslagna systemet skulle tidningar med en upplaga på mellan 40 000 och 100 000 ex. erhålla 3 öre per samdistribuerat exemplar. Tidningar i upplageintervallet 20 000–40 000 ex. skulle erhålla 4 öre per samdistribuerat exemplar och

tidningar med en upplaga som understeg 20 000 ex. 5 öre per exemplar.

Som en direkt presstödjande åtgärd i Norge betraktas även de medel staten årligen satsar på information/annonsering i dagspressen. Ett indirekt presstöd är däremot momsbefrielse och reducerade post- och teletaxor. Härtill kommer stöd till bl.a. de politiska partiernas presskontor och vissa statliga anslag till vidareutbildning och forskning på journalistområdet.

Norsk Telegrambyrå erhåller ett begränsat statligt stöd som utgår i form av nedsatta teletaxor till den press NTB betjänar, s.k. fraktutjämningsbidrag. De har i första hand betydelse för landsortspressen. Samma förmåner utgår även till Associated Press och de norska partiernas centrala presskontor.

Danmark

Den enda form av direkt statligt presstöd i Danmark är en finansieringsfond för dagspressen. Fonden är upprättad i förening med Financieringsinstituttet for Industri og Håndverk och finansieras dels genom avgifter från dagstidningarna med hänsyn till pappersförbrukningen, dels genom statliga medel. Fonden kan lämna säkerheter för tidningar med problem som önskar uppta lån hos banker och kreditinstitut. Den kan också lämna direkta ekonomiska bidrag. Dessa är begränsade till 15 % av den medeltilldelade tidningens totala investeringskostnad.

I diskussionen om presstöd i Danmark är i stort sett flertalet av medlemmarna i Danske Dagbladers Udgivareforening emot ett statligt stöd med den motiveringen att det skulle beröva pressen dess ställning som statsmakternas kontrollinstans. Ett mindre antal dagstidningar är principiellt för statsstöd.

Dagstidningarna är befriade från mervärdesskatt när det gäller tidningsförsäljningen, men inte på annonsomsättningen. Dessutom åtnjuter tidningarna reducerade posttaxor. Efter att posttaxornas storlek hade varit oförändrade sedan 1964 fattades lagstiftningsvägen beslut om en höjning med totalt 70 % under en fyraårsperiod, med början år 1974. Ytterligare en form av indirekt statligt stöd är att de danska tidningarna är befriade från att betala importavgift på tidningspapper.

Finland

I Finland är de indirekta stödformerna vanligast. Man beräknar att staten i form av subventionerade posttaxor år 1974 erlade ca 164 milj. kr. i stöd till tidningspressen. Post- och telegrafverket fick för detta en kompensation på 45 milj. kr. via statsbudgeten, resten av underskottet täcktes med överskottet från post- och telegrafverkets övriga rörelsegrenar. Till detta kommer också befrielsen från omsättningsskatt på tidningsprenumerationer.

I form av direkt stöd fick tidningspressen sammanlagt ca 20 milj. kr.

Denna summa utdelades dels i form av transportstöd (i huvudsak till partitidningar i enlighet med partiernas parlamentariska underlag), dels i form av direkta bidrag till partitidningar i enlighet med de olika partiernas parlamentariska representation. Dessutom tilldelades de olika nyhetsbyråerna ett stöd i förhållande till antalet abonnenter.

År 1973 framlade en kommunikationspolitisk kommitté två betänkanden om tidningspressen och notisbyråerna i Finland. Kommittén skisserade en rad förslag om utbyggnad av presstödet. Bl. a. föreslogs inrättande av ett särskilt produktionsbidrag. Syftet med detta bidrag, för vilket föreslogs ca 17 milj. kr., skulle vara att utjämna effekterna av konkurrensförhållandena mellan första- och andratidningar. Vidare föreslog kommittén att ca 15 milj. kr. skulle utdelas till partitidningarna i förhållande till partiernas parlamentariska styrkeförhållande. Stödet skulle administreras av en särskild nämnd, som regeringen skulle tillsätta efter förslag från pressens organisationer.

Ett bidrag på ca 1 milj. kr. skulle enligt förslaget utgå till den nationella nyhetsbyrån. Tillsammans med övriga föreslagna stödformer skulle stödet till notisbyrån ersätta den nu gällande subventioneringen av telekostnaderna. Subventioneringen via posttaxorna föreslogs fortsätta för dagstidningar, lokaltidningar och den idéella tidskriftspressen. Däremot önskade majoriteten av kommittén avskaffa detta stöd för den kommersiella tidskriftspressen. Befrielsen av omsättningsskatt på prenumerationer föreslogs fortsätta.

Kommitténs förslag väntas bli behandlat i den finska riksdagen under hösten 1975.

Förbundsrepubliken Tyskland

I syfte att motverka koncentrationstendenserna inom västtysk press framlade den s. k. Günther-kommissionen år 1968 en rad förslag om stöd vid samverkan mellan tidningsföretag och stöd vid etablering av nya tidningar. Samma år skapades i Förbundsrepubliken ett särskilt kreditprogram för att hjälpa de små och medelstora tidningarna vid investeringar i modern teknik, utrustning osv.

Frågan om presstöd har fått ökad aktualitet genom den under de första åren av 1970-talet accelerande koncentrationsprocessen bland dagstidningarna i Västtyskland. Det 1968 skapade kreditprogrammet har visat sig vara helt otillräckligt. Dessutom har nya faktorer tillkommit, som kräver nya överväganden. Så har t. ex. de många fusionerna inom tidningsvärlden aktualiserat frågan om man skall hindra icke önskvärda fusioner genom att samtidigt ge åtminstone den svagare tidningen ett stöd som möjliggör fortsatt självständig utgivning.

En form av direkt presstöd i Förbundsrepubliken existerar genom de s. k. ERP-krediterna (European Recovery Programme). Det är ett system för fördelaktiga lån till förbättringar av tidningsföretagens konkurrensförmåga, t. ex. genom modernisering av teknisk utrustning. Lånen beviljas mindre eller medelstora tidningar med en upplaga som inte överstiger 160 000 ex.

Sedan 1968 har 167 ERP-krediter beviljats på tillsammans ca 68 milj. kr. De har huvudsakligen gått till tidningar med högst hälften av den maximalt angivna upplagan, vilka enligt direktiven skall ha företräde. Det årliga anslaget för ERP-krediter är ca 22 milj. kr., men skall enligt beslut från 1974 vid behov kunna ökas.

År 1974 beslöt den västtyska regeringen att via Kreditanstalt für Wiederaufbau ställa 167 milj. kr. (100 milj. DM) till förfogande för presstödjande åtgärder. Exempel på sådana insatser är omplacering av korta krediter till långfristiga lån och subventionering av de ökade papperskostnader.

Till detta kommer att de västtyska tidningarna erlägger endast en reducerad mervärdesskatt. De betalar 5,5 % i stället för 11 %.

Frankrike

I Frankrike är de presstödjande åtgärderna i huvudsak av indirekt karaktär. Det gäller reducerade post- och teletaxor, momsbefrielse och reducerade frakttaxor vid järnvägs- och flygtransporter (med det statliga bolaget Air France). Tidningarna är undantagna från en särskild skatt som gäller inom näringsliv och industri. En speciell form av subventionering är tidningarnas möjligheter att erhålla skattebefrielse vid uppbyggnad av investeringsfonder. Dessutom förekommer statlig annonsering i dagspressen och statliga prenumerationer på dagstidningar.

Under vissa förutsättningar kan även statligt stöd erhållas vid köp av tryckeriutrustning. Det kan delvis betraktas som en direkt stödform eftersom staten betalar 14 % av utrustningens inköpsvärde.

En arbetsgrupp med representanter från pressen och den franska staten har nyligen avslutat en undersökning om pressens situation i Frankrike. Arbetsgruppen studerade de olika formerna av direkt och indirekt presstöd. Pressens representanter yrkade på utvidgad skatte- och avgiftsbefrielse samt ytterligare reducering av post- och teletaxorna. Arbetsgruppen som helhet föreslog en subventionering av papperskostnaderna. Denna skall enligt förslaget gälla dags- och veckotidningar som dels innehåller politisk information och nyheter av allmän karaktär, dels har en upplaga på minst 200 000 ex.

Belgien

För att förhindra en pågående tidningskoncentration i Belgien aktualiserades i början av 1970-talet frågan om ett direkt presstöd. År 1973 stiftade parlamentet en provisorisk lag som innebar att 11 milj.kr. (100 milj. belg fr.) avsattes för direkt stöd till de belgiska dagstidningarna. För såväl år 1974 som år 1975 har det direkta bidraget satts till ca 22 milj.kr.

En ägare till ett tidningsföretag kan ansöka om stöd för en av sina tidningar eller för hela officinen, men inte för flera tidningar ingående i

denna. De största bidragen ges till dagstidningar med morgonutgivning under minst 300 dagar om året. Minimikravet för att ifrågakomma är att tidningen utges minst 250 dagar med en medelupplaga på lägst 1 500 försålda exemplar.

En rad indirekta stödformer förekommer, som sänkta posttaxor för dags- och veckopress, speciella telegraf- och teletaxor, 25-procentig reduktion av kostnaderna för redaktionella telefonsamtal, reducerade fraktkostnader för tidningar på järnväg liksom 75 procents rabatt på biljettkostnader för redaktionell personal. Dessutom förekommer befrielse från mervärdesskatt på prenumerationer och lösnummerförsäljning och befrielse från importtull på tidningspapper.

Nederländerna

Den holländska regeringen föreslog i mars 1975 att en fyraprocentig omsättningsskatt på tidningsprenumerationer införes. Intäkterna från denna skatt föreslås ingå i en presstödsfond vars kapital under den kommande treårsperioden beräknas uppgå till ca 140 milj. kr. Enligt förslaget skall medlen främst användas till stöd åt de svagare tidningarna. Hittills har denna fond finansierats med en femprocentig avgift från den gemensamma tv-reklamen, men detta bidrag upphör i och med 1975 års utgång.

Dagstidningarna erhåller flera olika former av indirekt stöd Subventionering ges bl. a. genom reducerade avgifter vid postdistribution och järnvägstransporter, momsbefrielse och reducerade teletaxor. Dessutom är tidningarna i viss utsträckning undantagna från importavgift på papper. De inhemska pappersproducenterna kompenseras för denna tullfria import av tidningspapper.

Ett förslag om direkt statligt stöd till dagspressen förbereds för närvarande. Det väntas bli framlagt i parlamentet under 1975.

Österrike

Det österrikiska presstödet har hittills i första hand varit ett indirekt stöd. Tidningarna har en reducerad mervärdesskatt (8 % mot normalt 16 %) på försäljningsintäkterna, betalar lägre avgifter för distribution via post och järnväg och har reducerade teletaxor.

Tidningsutgivarnas organisationer har lagt fram förslag om ett hjälpprogram för pressen. Man har vänt sig till staten och begärt en rad åtgärder bl. a. mot bakgrund av den starka kostnadsökningen som drabbat tidningsbranschen.

Tidningsutgivarna förslår betydande skatte- och avgiftsbefrielser för dagspress, upprättandet av en särskild lånefond för investeringskrediter, översyn av tarifferna för tidningsdistribution och stöd åt tidningarna när det gäller inköp av papper. Man har föreslagit ett statligt stöd för vidareutbildning av journalister samt teknisk och merkantil personal

inom pressen. Förslaget omfattar även ökat stöd till pressforskning.

Efter förebild av det svenska presstödet har den österrikiska regeringen godkänt ett lagförslag som kommer att lämna finansiellt stöd till alla dagliga tidningar och veckotidningar som befinner sig i ekonomiska svårigheter. Stödet skall utgå i relation till den omsättningsskatt som tidningarna i fråga betalade under föregående år.

Aktuella för presstöd blir dagstidningar som har en upplaga på minst 10 000 ex. (för veckotidningar gäller 5 000 ex.) och som har minst tre heltidsanställda journalister. Kostnaderna för programmet beräknas uppgå till ca 15 milj.kr. per år.

Schweiz

En arbetsgrupp som studerat den schweiziska pressens situation har nyligen avlämnat en rapport med flera förslag till ökat presstöd. Bl. a. föreslår man ett utvidgat system av rabatter när det gäller distribution genom posten och transporter på järnväg. I rapporten betonas särskilt de fördelar tidningsdistributionen innebär för postverket. Tidningsdistributionen svarar för en väsentlig del av postens verksamhet i glesbygdsområden. Arbetsgruppen föreslog vidare subventioner för tidningarnas telekostnader, momsbefrielse, skapandet av en särskild lånefond, subventionering av tidningarnas papperskostnader och restriktiva bestämmelser mot annonsblad.

Tabell B.4.1 Olika former av presstöd i några europeiska länder.

	Sverige	Norge	Danmark	Finland	Väst-tysk-land	Frank-rike	Belgien	Neder-länderna	Österrike	Schweiz
Direkta stödformer										
Produktionsbidrag, bidrag för papperskop	x	x		o		o	x	o	o	o
Samdistributionsrabatt	x	o								
Lånefond eller speciella kreditmöjligheter	x	x	x		x			x	o	o
Stöd för samarbetsprojekt					o					
Stöd för nyetablering					o					
Transportstöd				x						
Indirekta stödformer										
Momsbefrielse	x	x	x	x	x	x	x	x	x	o
Reducerade posttaxor	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Reducerade teletaxor		x		x		x	x	x	x	o
Reducerade taxor vid järnvägstransport						x	x	x	x	o
Annan skatte- och avgiftsbefrielse			x		o	x	x	x	o	
Speciella former av stöd										
Stöd till forskning och utbildning		x							o	o
Stöd till pressbyråer		x	o							x
Skattebefrielse vid uppbyggnad av investeringsfonder						x				

x genomförda åtgärder o föreslagna åtgärder

Bilaga 5 Förteckning över dagstidningar som 1975 utkommer med minst 1 nr/vecka

Huvudtidning/avläggare	*Utgivare*	*Utgivningsort*	*Upplaga (1:a halvåret 1974)*	*Periodicitet*	*Politisk signatur*
Aftonbladet	Aftonbladets AB	Stockholm	476 300	7/em	socialdemokratisk
Arbetarbladet	AB Arbetarbladet	Gävle	31 500	6/morg	socialdemokratisk
Arbetaren	Sveriges Arbetares Centralorganisation	Stockholm	5 900	1/fm	syndikalistisk
Arbetet	Tryckeri AB Framtiden, Malmö	Malmö	106 400	7/morg	socialdemokratisk
Arvika Nyheter	AB Arvika Nyheter	Arvika	12 900	3/morg	borgerlig
Avesta Tidning/Avesta-Posten	Ågrens & Holmbergs Boktryckeri AB	Avesta	9 100	3/morg	politiskt obunden
Barometern med OT	Tidningen Barometerns AB	Kalmar	51 600	6/morg	moderat
Barometern	–"–	Kalmar	37 700	6/morg	moderat
Oskarshamns-Tidningen	–"–	Oskarshamn	13 900	6/morg	moderat
Bengtsfors-Tidningen Dalslänningen	Dalslänningens AB	Bengtsfors	6 800	2/morg	politiskt obunden
Bergslagsposten	Bergslagernas Tidnings AB	Lindesberg	18 000	6/morg	liberal
Blekinge-Posten	Tidnings- och Tryckeriföreningen Blekinge upa	Ronneby	3 400	1/morg	centerpartistisk
Bohusläningen	Bohusläningen AB	Uddevalla	38 500	6/morg	liberal
Borlänge Tidning	Dalarnes Tidnings- & Boktryckeri AB	Borlänge	8 700	6/morg	opolitisk
Borås Tidning	AB Borås Tidning	Borås	52 800	7/morg	moderat
Bärgslagsbladet med Arboga Tidning	Bärgslagsbladets Tryckeri AB	Köping	14 600	5/morg	liberal
Bärgslagsbladet	–"–	Köping	10 100	5/morg	liberal
Arboga Tidning	–"–	Arboga	4 500	5/morg	liberal
Dagbladet Nya Samhället	Mellannorrlands Tidnings AB	Sundsvall	10 700	6/morg	socialdemokratisk
Dagen	Tidnings AB Dagen	Stockholm	27 400	5/morg	opolitisk
Dagens Nyheter	Dagens Nyheters AB	Stockholm	451 900	7/morg	partipolitiskt oberoende
Dalabygden	Dalabygdens Tidningsförening upa	Borlänge	10 900	1/morg	centerpartistisk
Dalabygden	–"–	Borlänge	8 000	1/morg	centerpartistisk
Gävle-Dalabygden	–"–	Borlänge	2 400	1/morg	centerpartistisk
DB Aktuella Journalen	–"–	Borlänge	500	1/morg	centerpartistisk

Dala-Demokraten	AB Dala-Demokraten	Falun	28 100	6/morg	socialdemokratisk
Elfsborgs Läns Annonsblad	Pettersonska Boktryckeriet	Vänersborg	18 000	3/morg	opolitisk
Elfsborgs Läns Tidning m.fl.	AB William Michelsens Boktryckeri	Alingsås	13 300	3/morg/em	liberal
Elfsborgs Läns Tidning	–"–	Alingsås	6 800	3/morg	liberal
Alingsås Tidning	–"–	Alingsås	5 500	3/em	liberal
Lerums Tidning	–"–	Alingsås	1 000	3/morg	liberal
Enköpings-Posten	Enköpings-Postens AB	Enköping	12 000	5/morg	moderat
Eskiltuna-Kuriren med ST	Eskilstuna-Kurirens Tryckeri AB	Eskilstuna	28 200	6/morg	liberal
Eskilstuna-Kuriren	–"–	Eskilstuna	23 000	6/morg	liberal
Strengnäs Tidning	–"–	Strängnäs	5 200	6/morg	liberal
Expressen	AB Kvällstidningen Expressen	Stockholm	582 100	7/em	liberal
Fagersta-Posten	Ågren & Holmbergs Boktryckeri AB	Fagersta	7 500	3/morg	politiskt obunden
Falköpings Tidning	AB Falköpings Tidning	Falköping	13 100	3/morg	moderat
Falu-Kuriren	Falu-Kuriren AB	Falun	32 600	6/morg	liberal
Filipstads Tidning	Filipstads Tryckeri AB	Filipstad	6 500	3/morg	moderat
Folkbladet Östgöten	AB Östgötatryck	Norrköping	19 300	6/em	socialdemokratisk
Folket	Tidningen Folket AB	Eskilstuna	22 500	6/morg	socialdemokratisk
Fryksdals-Bygden	Tidningen Fryksdals-Bygden AB	Sunne	3 700	3/morg	politisk neutral
Gefle Dagblad	Gefle Dagblads AB	Gävle	33 400	6/morg	liberal
Gotlands Allehanda	Gotlands Allehandas Tryckeri AB	Visby	12 000	6/morg	moderat
Gotlands Tidningar	Gotlands Tidningar AB	Visby	12 200	6/morg	–
Gotlands Folkblad	Visby Tryckeri AB	Visby	6 100	6/morg	socialdemokratisk
Gotlänningen	Gotlänningens Tryckeri AB	Visby	6 100	6/morg	c–fp
GT	Nordstans Tryckeri AB	Göteborg	80 300	7/em	liberal
Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning	Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning AB	Göteborg	–1)	1/morg	fri liberal
Göteborgs-Posten	Göteborgs-Postens Nya AB	Göteborg	308 500	7/morg	liberal
Hallands Nyheter	Hallands Nyheter AB	Falkenberg	26 800	6/morg	centerpartistisk
Hallandsposten	Hallandspostens Tidnings-tryckeri AB	Halmstad	32 700	6/morg	oberoende liberal

Huvudtidning/avläggare	*Utgivare*	*Utgivningsort*	*Upplaga (1:a halvåret 1974)*	*Periodicitet*	*Politisk signatur*
Haningebladet	Nynäshamns Tryckeri AB	Södertälje	–1)	2/morg	centerpartistisk
Haparandabladet	Haparanda- Tornedalens Tryckeri AB	Haparanda	4 200	3/morg	moderat
Helsingborgs Dagblad	Helsingborgs Dagblads AB	Helsingborg	40 700	7/morg	oavhängig
Hjo Tidning	Hjo Tryckeri AB	Hjo	2 200	2/morg	moderat
Huddinge-Posten	Huvudstadspress AB	Stockholm	7 100	1/morg	opolitisk
Hudiksvalls-Tidningen	Hudiksvalls-Tidningens Tryckeri AB	Hudiksvall	17 400	6/morg	centerpartistisk
Hudiksvalls-Tidningen	–"–	Hudiksvall	14 300	6/morg	centerpartistisk
Hälsinglands Tidning	–"–	Hudiksvall	3 100	6/morg	centerpartistisk
Härjedalen	AB Härjedalens Tryckeri	Sveg	8 400	1/em	opolitisk
Jönköpings-Posten	Hallspressen AB	Jönköping	37 200	6/morg	oberoende
Jönköpings-Posten	–"–	Jönköping	34 100	6/morg	oberoende
Värmano Tidningen/Västbo Tidning	–"–	Värnamo	3 100	6/morg	oberoende
Kalmar Läns Tidning	KLT-press, ek. för.	Kalmar	4 200	1/morg	centerpartistisk
Karlshamns Allehanda	Samhällsgemenskaps Förlags AB	Karlshamn	4 400	6/morg	kds
Karlskoga Tidning	Karlskoga Tidnings Tryckeri AB	Karlskoga	11 900	6/morg	opolitisk
Karlstads-Tidningen	Karlstads-Tidningens AB	Karlstad	2 700	1/morg	liberal
Katrineholms-Kuriren	Katrineholms-Kurirens Tryckeri AB	Katrineholm	11 800	6/em	liberal
Kronobergaren	Tryckeri AB Kronoberg	Växjö	11 200	6/morg	socialdemokratisk
Kungälvs-Posten	Göteborgs-Trakten Nya Tidnings AB	Kungälv	6 700	1/fm	opolitisk
Kvällsposten	Kvällspostens Aktiebolag	Malmö	119 400	7/em	oberoende liberal
Laholms Tidning	Föreningen Laholms Tidning upa	Laholm	4 000	6/morg	centerpartistisk
Lidingö Tidning med Lidingö Nyheter	Huvudstadspress AB	Stockholm	8 400	1/morg	opolitisk
Ljungbytidningen–Älmhults Tidning-Smålänningen	AB Smålänningen	Ljungby	10 600	5/morg	borgerlig

Ljusdals-Posten	Ljusdals Tryckeri AB	Ljusdal	7 400	4/em	opolitisk
Ljusnan	Tryckeri AB Ljusnan	Bollnäs	14 200	6/morg	frisinnad
Ludvika Tidning	Dalarnes Tidnings- & Boktryckeri AB	Ludvika	6 700	4/morg	opolitisk
Lysekilsposten med Orust-Tjörn	Lysekils Nya Tryckeri AB	Lysekil	3 300	3/em	opolitisk
Läns-Posten	Läns-Postens Tidningsförening, ek. för.	Örebro	6 700	1/em	centerpartistisk
Länstidningen	AB Länstidningen	Östersund	11 400	6/fm	socialdemokratisk
Länstidningen, Södertälje	Södertörns Tryckeri AB	Södertälje	19 400	5/morg	centerpartistisk
Länstidningen Östergötland	Länstidningen Östergötland AB	Linköping	4 500 +4 3002)	1/morg	centerpartistisk
Mariestads-Tidningen	AB Tidning för Skaraborgs län	Mariestad	14 600	5/morg	moderat
Mora Tidning	Dalarnes Tidnings- & Boktryckeri AB	Mora	12 700	3/morg	opolitisk
Motala Tidning	Motala Tidning AB	Motala	11 700	6/em	liberal
Motala Tidning	–"–	Motala	10 400	6/em	liberal
Vadstena–Skänninge Tidning	–"–	Vadstena	1 300	6/em	liberal
Mölndals-Posten	Göteborgs-Trakten Nya Tidnings AB	Mölndal	6 000	1/fm	opolitisk
Nacka-Saltsjöbadens Tidning	Södertörns Tryckeri AB	Stockholm	5 800	1/morg	centerpartistisk
Nerikes Allehanda	Länstidningens Tryckeri AB i Örebro	Örebro	63 100	6/morg	liberal
Nord-Sverige	Tidningsaktiebolaget Nord-Sverige	Sollefteå	3 500	1/morg	centerpartistisk
Nordvästra Skånes Tidningar	Nordvästra Skånes Tidningar	Helsingborg	46 400	6/morg	borgerlig
Engelholms Tidning	AB Nordvästra Skånes Tidningar	Ängelholm	16 400	6/morg	borgerlig
Eslövs Tidning	Nordvästra Skånes Tidningar, Ture Janssons dödsbo	Eslöv	900	6/morg	borgerlig
Klippans Tidning	AB Nordvästra Skånes Tidningar	Klippan	6 400	6/morg	borgerlig
Höganäs Tidning	–"–	Höganäs	3 200	6/morg	borgerlig
Landskrona-Posten	Nordvästra Skånes Tidningar, Ture Janssons dödsbo	Landskrona	13 200	6/morg	borgerlig
Öresunds-Posten	–"–	Helsingborg	6 300	6/morg	borgerlig

Huvudtidning/avläggare	*Utgivare*	*Utgivningsort*	*Upplaga (1:a halvåret 1974)*	*Periodicitet*	*Politisk signatur*
Norra Halland	Norra Hallands Veckoblad förening upa	Kungsbacka	10 100	2/morg	centerpartistisk
Norra Halland	–"–	Kungsbacka	9 800	2/morg	centerpartistisk
Nordhalland	–"–	Kungsbacka	300	2/morg	moderat
Norra Skåne	Tidnings AB Norra Skåne	Hässleholm	24 000	6/morg	centerpartistisk
Norra Västerbotten	Norra Västerbotten Tidnings AB	Skellefteå	28 100	6/morg	frisinnad
Norrbottens-Kuriren	Luleå Boktryckeri AB	Luleå	28 100	6/morg	borgerlig
Norrköpings Tidningar	Norrköpings Tidningars AB	Norrköping	52 600	6/morg	moderat
Norrländska Socialdemokraten	Tryckeri AB Norrländska Socialdemokraten	Boden	40 200	6/morg	socialdemokratisk
Norrort	Huvudstadspress AB	Stockholm	30 800	2/morg	politiskt oberoende
A-ed	–"–	Stockholm	12 700	2/morg	politiskt oberoende
B-ed Danderyds Tidning	–"–	Stockholm	4 900	2/morg	politiskt oberoende
C-ed Vaxholms Tidning	–"–	Stockholm	5 100	2/morg	politiskt oberoende
D-ed Väsby-Nytt	–"–	Stockholm	5 400	2/morg	politiskt oberoende
E-ed Sigtuna-Märsta-Posten	–"–	Stockholm	2 700	2/morg	politiskt oberoende
Norrskensflamman	Tidningsföreningen Norrskensflamman upa	Luleå	4 600	6/morg	kommunistisk
Norrtelje Tidning	Norrtelje Tidnings Boktryckeri AB	Norrtälje	17 500	5/morg	centerpartistisk
Nya Kristinehamns-Posten	Nya Kristinehamns-Posten Sten Grundel (enskild firma)	Kristinehamn	8 900	3/em	moderat
Nya Läns-Tidningen	Nya Lidköpings-Tidningen AB	Lidköping	18 200	3/morg	liberal
Nya Norrland	Mellannorrlands Tidnings AB	Sollefteå	18 000	6/morg	socialdemokratisk
Nya Wermlands-Tidningen	Nya Wermlands-Tidningen AB	Karlstad	76 300	6/morg	moderat
Nybro Tidning	AB Sture Ljungdahl	Nybro	2 800	1/morg	oberoende
Ny Dag	Tryckeriföreningen Ny Dag upa	Stockholm	10 500 +2 700[3)]	2/morg	vpk
Nynäshamns-Posten	Nynäshamns Tryckeri AB	Nynäshamn	5 300	2/morg	centerpartistisk
Piteå-Tidningen	Piteå-Tidningens AB	Piteå	13 500	6/morg	socialdemokratisk
Provinstidningen Dalsland	Tryckeri AB Dalsland	Åmål	5 200	3/em	folkpartistisk

Sala Allehanda	Ågren & Holmbergs Boktryckeri AB	Sala	9 900	6/morg	politiskt obunden
Sandvikens Tidning	AB Sandvikens Tidning	Sandviken	5 900	2/em	opolitisk
Sjuhäradsbygdens Tidning	Bygdemännens Tidnings AB	Borås	5 300	1/morg	centerpartistisk
Skaraborgs-Bygden	Skaraborgs-Bygdens Tidningsförening	Skara	7 900	1/morg	centerpartistisk
Skaraborgs Läns Annonsblad	Isakssonska Boktryckeri-aktiebolaget	Skövde	19 200	6/morg	borgerlig
Skaraborgs Läns Tidning	Skaraborgs Läns Tryckeri AB	Skara	19 800	6/morg	borgerlig
Skaraborgs-Tidningen Skövde Nyheter	Skaraborgs-Tidningens Tryckeri AB	Skövde	8 500	5/em	folkpartistisk
Skånska Dagbladet	AB Skånska Dagbladet	Malmö	29 000	7/morg	centerpartistisk
Smålands Folkblad	Tryckeri AB Småland	Jönköping	13 000	6/morg	socialdemokratisk
Smålandsbygdens Tidning	Smålandsbygdens Tidning AB	Jönköping	4 100	1/morg	centerpartistisk
Smålandsposten	Smålandspostens Tryckeri AB	Växjö	39 400	6/morg	moderat
Smålands-Tidningen	Smålands-Tidningens Tryckeri AB	Eksjö	37 500	6/morg	folkpartistisk
Smålands-Tidningen	–"–	Eksjö	9 500	6/morg	folkpartistisk
Smålands Dagblad	–"–	Nässjö	12 700	6/morg	folkpartistisk
Vetlanda-Posten	–"–	Vetlanda	9 800	6/morg	folkpartistisk
Tranås Tidning	–"–	Tranås	5 500	6/morg	folkpartistisk
Strömstads Tidning Norra Bohuslän	Norra Bohusläns Tryckeriaktiebolag	Strömstad	4 400	3/morg	opolitisk
Sundbybergs o Solna Tidning	Huvudstadspress AB	Stockholm	14 800	1/morg	opolitisk
Sundsvalls Tidning	Sundsvalls Tidnings AB	Sundsvall	34 600	7/morg	liberal
Svenska Dagbladet	Handelsbolaget Svenska Dagbladets AB & Co	Stockholm	154 700	7/morg	moderat
Sydsvenska Dagbladet	Sydsvenska Dagbladets AB	Malmö	117 500	7/morg	oberoende liberal
Sydöstra Götalands Tidningar	AB Blekinge Läns Tidning	Karlskrona	36 400	6/morg	
Blekinge Läns Tidning	–"–	Karlskrona	27 800	6/morg	folkpartistisk
Sölvesborgs-Tidningen	–"–	Sölvesborg	4 400	6/morg	folkpartistisk
Växjöbladet	–"–	Växjö	4 200	6/morg	centerpartistisk
Sydöstra Sveriges Dagblad	Sydöstra Sveriges Dagblad AB	Karlskrona	17 000	6/morg	socialdemokratisk
Säffle-Tidningen Västra Värmland	AB Säffle-Tidningen	Säffle	6 400	3/morg	opolitisk

Huvudtidning/avläggare	*Utgivare*	*Utgivningsort*	*Upplaga (1:a halvåret 1974)*	*Periodicitet*	*Politisk signatur*
Söderhamns-Hälsinge/Kuriren	AB Söderhamns-Kurirens Tryckeri	Söderhamn	17 300	6/morg	socialdemokratisk
Södermanlands Nyheter	Gust. Österbergs Tryckeri AB	Nyköping	20 000	6/morg	centerpartistisk
Södra Dalarnes Tidning	Dalarnes Tidnings- & Boktryckeri AB	Hedemora	6 800	3/morg	opolitisk
Södra Dalarnes Tidning	–"–	Hedemora	5 600	3/morg	opolitisk
Säters Tidning	–"–	Säter	1 300	3/morg	opolitisk
Södra Sveriges Tidningar	Södra Sveriges Tidningar Larsson & Olofson, Kommanditbolag	Kristianstad	37 100	6/morg	folkpartistisk
Kristianstadsbladet	–"–	Kristianstad	31 000	6/morg	folkpartistisk
Mellersta Skåne	–"–	Hörby	6 100	6/morg	folkpartistisk
Sörmanlandsbygden	Sörmanländska Tidnings- och Tryckeriföreningen, ek. för.	Flen	5 500	1/em	centerpartistisk
Tranås-Posten	Tranås-Posten AB	Tranås	5 700	3/em	moderat
Trelleborgs Allehanda	Tryckeri AB Allehanda	Trelleborg	11 400	6/morg	liberal
Trollhättans Tidning	Trollhättans Boktryckeri AB	Trollhättan	16 500	4/morg	politiskt obunden
Trosa Tidning	Trosa Tidning, enskild firma	Trosa	1 200	1/morg	opolitisk
Ulricehamns Tidning	Ulricehamns Tidnings AB	Ulricehamn	8 000	3/morg	moderat
Upsala Nya Tidning	AB Upsala Nya Tidning	Uppsala	54 200	6/morg	liberal
Vestmanlands Läns Tidning	Vestmanlands Läns Tidnings AB	Västerås	56 800	6/morg	liberal
Vimmerby Tidning	Vimmerby Tidnings- & Tryckeriförening upa	Vimmerby	10 200	6/em	centerpartistisk
Vimmerby Tidning	–"–	Vimmerby	8 600	6/em	centerpartistisk
Kinda-Posten	–"–	Kisa	1 600	6/em	centerpartistisk
Värmlands-Bygden	Värmlandsbygdens Tidningsförening	Karlstad	6 900	1/morg	centerpartistisk
Värmlands Folkblad	Tryckeri AB Värmlands Folkblad	Karlstad	23 400	6/morg	socialdemokratisk
Värnamo Nyheter	AB Värnamo Nyheter	Värnamo	24 100	4/morg	politiskt fri
Västerbottens Folkblad	Tryckeri AB Västerbottens Folkblad	Umeå	15 900	6/morg	socialdemokratisk

Västerbottens-Kuriren	Västerbottens-Kuriren AB	Umeå	42 100	6/morg	folkpartistisk
Västerbygden	Västerbygdens Tidnings-förening	Uddevalla	7 600	1/morg	centerpartistisk
Västernorrlands Allehanda	Härnösands Boktryckeri AB	Härnösand	19 600	6/morg	borgerlig
Västerort	Huvudstadspress AB	Stockholm	26 000	1/morg	opolitisk
A-ed	–"–	Stockholm	17 000	1/morg	opolitisk
B-ed Järfälla Nyheter	–"–	Stockholm	5 700	1/morg	opolitisk
C-ed Mälaröarnas Nyheter	–"–	Stockholm	3 300	1/morg	opolitisk
Västerviks-Tidningen	AB C.O. Ekblad & Co	Västervik	12 400	6/morg	moderat
Västgöta-Bladet	Tidaholms Tryckeri AB	Tidaholm	5 000	3/morg	borgerlig
Västgöta-Demokraten	Sjuhäradsbygdens Tryckeri AB	Borås	12 400	6/morg	socialdemokratisk
Västmanlands Folkblad	Västmanlands Folkblad AB	Västerås	5 800	1/morg	socialdemokratisk
Västmanlands Nyheter	Lantmännens Tryckeri-förening upa	Västerås	7 500	1/em	centerpartistisk
Ystads Allehanda	Bjurström & Co Boktryckeri	Ystad	25 100	6/morg	liberal
Ölandsbladet	Tryckeri AB Öland	Borgholm	6 200	3/morg	borgerlig
Örebro-Kuriren	Tryckeri AB Örebro-Kuriren	Örebro	16 400	6/morg	socialdemokratisk
Örebro-Kuriren	–"–	Örebro	11 700	6/morg	socialdemokratisk
Karlskoga-Kuriren	–"–	Karlskoga	4 700	6/morg	socialdemokratisk
Örnsköldsviks Allehanda	AB Allehanda	Örnsköldsvik	19 600	6/morg	folkpartistisk
Östersunds-Posten	Östersunds-Postens Tryckeri AB	Östersund	34 100	6/fm	oberoende liberal
Östgöta-Bladet	Tidnings AB Östgöta-Bladet	Vadstena	3 200	3/em	moderat
Östgöta Correspondenten	AB Östgöta Correspondenten	Linköping	66 000	6/morg	konservativ
Östra Småland	Tidningen Östra Småland AB	Kalmar	16 600	6/morg	socialdemokratisk
Östra Småland	–"–	Kalmar	8 700	6/morg	socialdemokratisk
Oskarshamns Nyheterna	–"–	Oskarshamn	5 100	6/morg	socialdemokratisk
Västerviks-Demokraten	–"–	Västervik	2 800	6/morg	socialdemokratisk

1) Ej TS-kontrollerad upplaga för första halvåret 1974
2) Inkl. Östgöta-Bygden Jordbrukaren
3) Inkl. Arbetar-Tidningen

Bilaga 6 Dagstidningarnas upplaga och hushållstäckning 1974

Flerdagarstidningar (1 000 ex./%).

Täckning/ Upplaga	–39 %	40–49 %	50–59 %
–9,9	Karlshamns Alleh. (4,4/31) Växjöbladet (4,2/ 6) Norrskensflamman (4,6/ 4)	Borlänge Tidn. (8,7/45) Ludvika Tidn. (6,7/40) Skövde Nyheter (8,5/46)	Laholms Tidning (4,0/50)
10,0–14,9	Dagbl. Nya Samh. (10,7/20) Kronobergaren (11,2/15) Länstidn. Ö-sund (11,4/20) Smålands Folkblad (13,0/20) Västgöta-Demokr. (12,4/16)		Gotlands Alleh. (12,0/56)
15,0–19,9	Folkbladet Östg. (19,3/17) Sydöstran (17,0/18) Västerb. Folkblad (15,9/19) Örebro-Kuriren (16,4/12) Östra Småland (16,6/18)		Bergslagsposten (18,0/58) Länstidn. S-tälje (19,4/59) Skaraborgs Läns Annonsblad (19,2/51)
20,0–29,9	Dagen (27,4/ 1) Dala-Demokraten (28,1/24) Folket (22,5/32) Skånska Dagbladet (29,0/ 5) Värmlands Folkbl. (23,4/18)		Eskilstuna-K. (28,2/54)
30,0–39,9	Arbetarbladet (31,5/30)		
40,0–49,9	Norrl. Soc. Dem. Luleå (40,2/38)		
50,0–99,9			
100,0–	Arbetet (106,4/34) Svenska Dagbl. (154,7/15)		Dagens Nyheter (451,9/59) Sydsv. Dagbl. (117,5/53)

60–69 %		70–79 %		80 %–	
		Ljusdals-Posten	(7,4/76)		
		Sala Allehanda	(9,9/76)		
Gotlands Tidn.	(12,2/61)	Bärgslagsbladet	(14,6/76)	Enköpings-Posten	(12,0/80)
Karlskoga Tidn.	(11,9/65)	Ljungbytidningen	(10,6/72)	Mariestads-Tidn.	(14,6/83)
Katrineholms-K.	(11,8/68)	Ljusnan	(14,2/78)	Piteå-Tidningen	(13,5/81)
Motala Tidning	(11,7/63)	Västerviks-Tidn.	(12,4/74)	Vimmerby Tidning	(10,2/84)
Trelleb. Alleh.	(11,4/68)				
Nya Norrland	(18,0/64)	Hudiksvalls-Tidn.	(17,4/75)	Skarab. Läns T.	(19,8/86)
		Norrtelje Tidning	(17,5/78)	Söderhamns-K.	(17,3/82)
		Trollhättans Tidn.	(16,5/70)	Ö-viks Allehanda	(19,6/86)
		Västernorrl. Alleh.	(19,6/79)		
Landskrona-P.	(22,7/67)			Engelholms Tidn.	(23,7/81)
Norrbottens-K.	(28,1/61)			Hallands Nyheter	(26,8/89)
Södermanl. Nyh.	(20,0/65)			Norra Skåne	(24,0/80)
				Norra Västerb.	(28,1/84)
				Värnamo Nyheter	(24,1/86)
				Ystads Allehanda	(25,1/82)
Gefle Dagblad	(33,4/69)	Blekinge Läns Tidn.	(32,2/70)	Bohusläningen	(38,5/86)
		Falu-Kuriren	(32,6/73)	Hallandsposten	(32,7/82)
		Jönköpings-Posten	(37,2/70)	Smålandsposten	(39,4/83)
		Sundsvalls Tidning	(34,6/73)	Smålands-T. m.fl.	(37,5/85)
		Östersunds-Posten	(34,1/78)	Södra Sv. Tidn.	(37,1/86)
		Helsingb. Dagblad	(40,7/71)	Västerbottens-K.	(42,1/83)
		Norrl. Soc. Dem. Boden	(40,2/71)		
		Nerikes Allehanda	(63,1/79)	Barometern	(51,6/88)
		Upsala Nya Tidning	(54,2/77)	Borås Tidning	(52,8/83)
				Norrköpings Tidn.	(52,6/81)
				Nya Wermlands-T.	(76,3/80)
				Vestmanl. Läns T.	(56,8/85)
				Östgöta Corr.	(66,0/89)
				Göteborgs-Posten	(308,5/85)

Fådagarstidningar (1000 ex/%)

Täckning/ Upplaga	–19 %		20–29 %		30–39 %	
–4,9	Arbetartidningen	(2,7/1)	Nybro Tidning	(2,8/29)		
	Blekinge-Posten	(3,4/8)				
	Gävle-Dalabygden	(2,4/0)				
	Kalmar Läns Tidn.	(4,2/5)				
	Karlstads-Tidn.	(3,2/4)				
	Länstidn. Österg.	(4,5/2)				
	Nord-Sverige	(3,5/8)				
	Smålandsbygd. T.	(4,1/2)				
5,0–9,9	Arbetaren	(5,9/0)	Nacka-Saltsjöb.T	(5,8/29)	Huddinge-P.	(7,1/34)
	Dalabygden	(8,0/6)			Mölndals-P.	(6,0/30)
	Läns-Posten	(6,7/7)			Sandvikens T.	(5,9/33)
	Sjuhäradsbygd. T.	(5,3/4)				
	Skaraborgs-Bygden	(7,9/9)				
	Sörmanlandsbygden	(5,5/9)				
	Värmlands-Bygden	(6,9/5)				
	Västerbygden	(7,6/6)				
	Västm. Folkblad	(5,8/5)				
	Västm. Nyheter	(7,5/5)				
10,0–14,9	Ny Dag	(10,5/1)				
15,0–19,9						
20,0–					Västerort	(26,0/32)

40–49 %		50–69 %		70 % –	
Lysekilsposten	(3,3/46)	Fryksdalsbygden	(3,7/54)	Strömstads Tidn.	(4,4/78)
		Haparandabladet	(4,2/63)		
		Hjo Tidning	(2,2/65)		
		Östgöta-Bladet	(3,2/54)		
		Kungälvs-Posten	(6,7/62)	Avesta Tidning	(9,1/79)
		Lidingö Tidning	(8,4/64)	Bengtsfors-Tidn.	(6,8/75)
		Tranås-Posten	(5,7/68)	Fagersta-Posten	(7,5/71)
				Filipstads Tidn.	(6,5/76)
				Härjedalen	(8,4/87)
				Nya Kristineh.-P	(8,9/78)
				Nynäshamnsposten	(5,3/70)
				Provinst. Dalsland	(5,2/78)
				Säffle-Tidningen	(6,4/71)
				Södra Dalarnes T.	(6,8/71)
				Ulricehamns Tidn.	(8,0/79)
				Västgöta-Bladet	(5,0/82)
				Ölandsbladet	(6,2/86)
Sundbyberg o. Solna Tidn.	(14,8/41)	Alingsås Tidn.	(13,3/67)	Arvika Nyheter	(12,9/81)
		Mora Tidning	(12,7/62)	Falköpings Tidn.	(13,1/78)
		Norra Halland	(10,1/67)		
				Elfsborgs Läns Annonsblad	(18,0/85)
				Nya Länst. – Nya Lidk.-Tidn.	(18,3/86)
Norrort	(30,8/47)				

Statens offentliga utredningar 1975

Kronologisk förteckning

1. Demokrati på arbetsplatsen. A.
2. Psalmer och visor. Del 1:1. U.
3. Psalmer och visor. Del 1:2. U.
4. Psalmer och visor. Del 1:3. U.
5. Bättre bosättning för flera. S.
6. Huvudmannaskapet för specialskolan och särskolan. U.
7. Framtida studerandehälsovård. U.
8. Utlandssvenskarnas rösträtt. Ju.
9. Individen och skolan. U.
10. Rörlig pensionsålder. S.
11. Svensk press. Tidningar i samverkan. Fi.
12. Totalfinansiering.B.
13. Vägtrafikolyckor och sjukvårdskostnader. S.
14. Konstnärerna i samhället. U.
15. Kommunal rösträtt för invandrare. Kn.
16. Kriminalvårdens nämnder. Ju.
17. Markanvändning och byggande. Remissammanställning utgiven av bostadsdepartementet. B.
18. Förtroendevalda och partier i kommuner och landsting. Kn.
19. Konsumentskydd på låsområdet. H. (Utkommer hösten 1975)
20. Särskilda regler för handläggning av anmälan mot polisman. Ju.
21. Pensionsförsäkring. Fi.
22. Lag om allmänna handlingar. Ju.
23. JO-ämbetet. Uppgifter och organisation. R.
24. Tre sociologiska rapporter. Ju.
25. Å jour. Om journalistutbildning. U.
26. Forskningsråd. U.
27. Politisk propaganda på arbetsplatser. A.
28. Program för ljud och bild i utbildningen. U.
29. Medborgerliga fri- och rättigheter i vissa länder. Ju.
30. Barnens livsmiljö. S. (Utkommer hösten 1975)
31. Samhället och barns utveckling. Barnmiljöutredningens rapport 1. S. (Utkommer hösten 1975)
32. Barns hälsa. Barnmiljöutredningens rapport 2. S. (Utkommer hösten 1975)
33. Barns uppfostran och utveckling. Barnmiljöutredningens rapport 3. S. (Utkommer hösten 1975)
34. Förskolan, skolan och fritiden. Barnmiljöutredningens rapport 4. S. (Utkommer hösten 1975)
35. Barnfamiljernas ekonomi. Barnmiljöutredningens rapport 5. S. (Utkommer hösten 1975)
36. Barnen och den fysiska miljön. Barnmiljöutredningens rapport 6. S. (Utkommer hösten 1975)
37. Barn och föräldrars arbete. Barnmiljöutredningens rapport 7. S. (Utkommer hösten 1975)
38. Barnkultur. Barnmiljöutredningens rapport 8. S. (Utkommer hösten 1975)
39. Statsbidrag till kommunerna. Fi.
40. Trafikolyckor och statistik. K.
41. Kommunal demokrati. Kn.
42. Kommunal demokrati. Sammanfattning. Kn.
43. Kvinnor i statlig tjänst. Fi.
44. Etablering av miljöstörande industri. B.
45. Vidareutbildning i internationell marknadsföring. H.
46. Kommunal organisation och information. Kn.
47. Kollektivtrafik i tätort. K.
48. Kollektivtrafik i tätort. Bilagor. K.
49. Massmediegrundlag. Ju.
50. Internationella koncerner i industriländer. I.
51. Bostadsförsörjning och bostadsbidrag. B.
52. Bostadsförsörjning och bostadsbidrag. Bilagor. B.
53. Beskattning av realisationsvinster. Fi.
54. Fåmansbolag. Fi.
55. Bötesverkställighet. Ju.
56. Trafikbuller. Del II. Flygbuller. K.
57. Varuförsörjning i kristid. H.
58. zålet är jämställdhet. Ju.
z9. Utbildning för vuxna. U.
60. Energiberedskap för kristid. H.
61. Energiberedskap för kristid. Bilagor. H.
62. Förkortad arbetstid för småbarnsföräldrar. S.
63. Konsumentkreditlag m. m. Ju.
64. Språkresor. U.
65. Förfogandelagstiftningen. Fö.
66. Trafikpolitik – behov och möjligheter. K.
67. Utbildning i samspel. S.
68. Handikappanpassad kollektivtrafik. K.
69. Samhället och distributionen. H.
70. Samhället och distributionen. Bilagor om företag, anställda och hushåll. H.
71. Landstingens arkiv. Kn.
72. Distansundervisning. U.
73. Frivilligförsvarets förmåner. Fö.
74. Socialförsäkringsavgifter på uppdragsinkomster m. m. S.
75. Medborgerliga fri- och rättigheter. Regeringsformen. Ju.
76. Handikappanpassad kollektivtrafik. Sammandrag ur SOU 1975:68 (svensk, engelsk och tysk version). K.
77. Allmän skatteflyktsklausul. Fi.
78. Svensk press. Pressens funktioner i samhället. Fi.
79. Svensk press. Statlig presspolitik. Fi.

Statens offentliga utredningar 1975

Systematisk förteckning

Riksdagen

JO-ämbetet. Uppgifter och organisation. [23]

Justitiedepartementet

Utlandssvenskarnas rösträtt. [8]
Kriminalvårdens nämnder. [16]
Särskilda regler för handläggning av anmälan mot polisman. [20]
Lag om allmänna handlingar. [22]
Tre sociologiska rapporter. [24]
Medborgerliga fri- och rättigheter i vissa länder. [29]
Massmediegrundlag. [49]
Bötesverkställighet. [55]
Målet är jämställdhet. [58]
Konsumentkreditlag m. m. [63]
Medborgerliga fri- och rättigheter. Regeringsformen. [75]

Försvarsdepartementet

Förfogandelagstiftningen. [65] Frivilligförsvarets förmåner. [73]

Socialdepartementet

Bättre bosättning för flera. [5]
Pensionskommittéen. 1. Rörlig pensionsålder. [10] 2. Socialförsäkringsavgifter på uppdragsinkomster m. m. [74]
Vägtrafikolyckor och sjukvårdskostnader. [13]
Barnmiljöutredningen. 1. Barnens livsmiljö. [30] (Utkommer hösten 1975) 2. Samhället och barns utveckling. Barnmiljöutredningens rapport 1. [31] (Utkommer hösten 1975) 3. Barns hälsa. Barnmiljöutredningens rapport 2. [32] (Utkommer hösten 1975) 4. Barns uppfostran och utveckling. Barnmiljöutredningens rapport 3. [33] (Utkommer hösten 1975) 5. Förskolan, skolan och fritiden. Barnmiljöutredningens rapport 4. [34] (Utkommer hösten 1975) 6. Barnfamiljernas ekonomi. Barnmiljöutredningens rapport 5. [35] (Utkommer hösten 1975) 7. Barnen och den fysiska miljön. Barnmiljöutredningens rapport 6. [36] (Utkommer hösten 1975) 8. Barn och föräldrars arbete. Barnmiljöutredningens rapport 7. [37] (Utkommer hösten 1975) 9. Barnkultur. Barnmiljöutredningens rapport 8. [38] (Utkommer hösten 1975)
Förkortad arbetstid för småbarnsföräldrar. [62]
Utbildning i samspel. [67]

Kommunikationsdepartementet

Trafikolyckor och statistik. [40]
Utredningen om kollektivtrafik i tätorter. 1. Kollektivtrafik i tätort. [47] 2. Kollektivtrafik i tätort. Bilagor. [48]
Trafikbuller. Del II. Flygbuller. [56]
Trafikpolitik – behov och möjligheter. [66]
HAKO-utredningen. 1. Handikappanpassad kollektivtrafik. [68] 2. Handikappanpassad kollektivtrafik. Sammandrag ur SOU 1975:68 (svensk, engelsk och tysk version). [76]

Finansdepartementet

1972 års pressutredning. 1. Svensk press. Tidningar i samverkan. [11] 2. Svensk press. Pressens funktioner i samhället. [78] 3. Svensk press. Statlig presspolitik. [79]
Pensionsförsäkring. [21]
Statsbidrag till kommunerna. [39]
Kvinnor i statlig tjänst. [43]
Beskattning av realisationsvinster. [53]
Fåmansbolag. [54]
Allmän skatteflyktsklausul. [77]

Utbildningsdepartementet

1969 års psalmkommitté., 1. Psalmer och visor. Del 1:1. [2] 2. Psalmer och visor. Del 1:2. [3] 3. Psalmer och visor. Del 1:3. [4]
Utredningen om skolan, staten och kommunerna.
1. Huvudmannaskapet för specialskolan och särskolan. [6] 2. Individen och skolan. [9]
Framtida studerandehälsovård. [7]
Konstnärerna i samhället. [14]
Å jour. Om journalistutbildning. [25]
Forskningsråd. [26]
Program för ljud och bild i utbildningen. [28]
Utbildning för vuxna. [59]
Språkresor. [64]
Distansundervisning. [72]

Handelsdepartementet

Konsumentskydd på låsområdet. [19] (Utkommer hösten 1975)
Vidareutbildning i internationell marknadsföring. [45]
Varuförsörjning i kristid. [57]
Energiberedskapsutredningen. 1. Energiberedskap för kristid. [60] 2. Energiberedskap för kristid. Bilagor. [61]
Distributionsutredningen. 1. Samhället och distributionen. [69] 2. Samhället och distributionen. Bilagor om företag, anställda och hushåll. [70]

Arbetsmarknadsdepartementet

Demokrati på arbetsplatsen. [1]
Politisk propaganda på arbetsplatser. [27]

Bostadsdepartementet

Totalfinansiering. [12]
Markanvändning och byggande. Remissammanställning utgiven av bostadsdepartementet. [17]
Etablering av miljöstörande industri. [44]
Boende- och bostadsfinansieringsutredningarna. 1. Bostadsförsörjning och bostadsbidrag. [51] 2. Bostadsförsörjning och bostadsbidrag. Bilagor. [52]

Industridepartementet

Internationella koncerner i industriländer. [50]

Kommundepartementet

Kommunal rösträtt för invandrare. [15]
Förtroendevalda och partier i kommuner och landsting. [18]
Utredningen om den kommunala demokratin. 1. Kommunal demokrati. [41] 2. Kommunal demokrati. Sammanfattning. [42] 3. Kommunal organisation och information. [46]
Landstingens arkiv. [71]

Anm. Siffrorna inom klammer betecknar utredningarnas nummer i den kronologiska förteckningen

Nordisk utredningsserie (Nu) 1975

Kronologisk förteckning

1. Nordisk överenskommelse om förmåner vid sjukdom, havandeskap och barnsbörd
2. Peruskoulu pohjoismaissa
3. Litteratur om nordiskt samarbete
4. Nordisk kommunal rösträtt och valbarhet
5. Bötesstraffet
6. Nordic Cooperation for Tourism. Proposals for Action
7. Voksenopplæring i de nordiske land. En konferanserapport
8. Oversikt over forsknings-og utviklingsarbeid som gjelder engelskundervisningen i de nordiske land – 1974
9. Fort- och vidareutbildning för teaterarbetare
10. Nordisk samarbeid om billedkunst

LiberFörlag
Allmänna Förlaget

ISBN 91-38-02519-1