

SKA MAN GRÅTA OM PAPPERSTIDNINGEN FÖRSVINNEN?

ANDERS JALAKAS OCH INGELA WADBRING

Allt färre läser dagstidningar på papper. Å andra sidan läser allt fler nyheter på Anätet, i allt fler tekniska apparater och i allt fler sammanhang. Så det kanske helt enkelt handlar om att människor vill ha sina nyheter på andra sätt – nu när möjligheten erbjuds? Och spelar det i så fall någon roll? Det ska vi diskutera i detta kapitel, först genom att studera hur utvecklingen ser ut för tidningar på olika plattformar för att sedan diskutera på vilka konsekvenser utvecklingen kan ha. Men allra först ska vi ägna några rader åt just dagstidningarnas betydelse i nyhetslandskapet.

Varför ska man bry sig om vad som händer med dagstidningarna?

Traditionellt brukar man räkna dagspress (kvälls- och morgontidningar), radio och tv som de viktiga medierna när det gäller att förse oss med vår dagliga dos nyheter. De allra flesta morgontidningar är lokala och bevakar en stad och dess närmaste omgivning. Kvällstidningar är ett storstadsfenomen och ges ut i de tre största städerna. Även om två av de fyra vi har i landet är rikstidningar som också finns i hela landet. I Sverige är radio och tv främst medier för hela landet, men de har via sina regionala stationer och kanaler även en regional betydelse för nyhetsflödet. Alla dessa tidningssidor, varje nyhetsprogram i radio och samtliga nyhetssändningar i tv behöver fyllas med nyheter, nyheter som helst ska vara färska. Det kräver stora resurser och lösningen blir därför lån, rån och återbruk. Nyheter går i ofta runt, återanvänds, återrapporteras och följs upp i olika medier. Men, från början är nästan alla händelser lokala. Därför har de flesta nyheter fortfarande sin utgångspunkt i morgontidningarna som alltså fungerar som motorer för nyhetskarusellen. (Brink Lund m.fl., 2009).

Så vad händer då om läsarna sviker morgontidningarna? Vad händer om allt färre vill betala för att dra igång det lokala nyhetsmaskineriet? En del av svaret känner vi redan till. Dagspressens upplagor sjunker vilket ger sämre ekonomi vilket i sin tur leder till att personal sägs upp. Och dagspressen är inte ensam om att tunna ut de journalistiska leden: Tidningarnas Telegrambyrå (TT) drog nyligen in sina tre redaktioner i Norrland som nu bevakas från Stockholm. TV4 beslutade våren 2014 att stänga samtliga sina lokala redaktioner i landet. Om den lokala morgontidningsbranschen fortsätter att krympa kan det medföra att hela nyhetslandskapet tunnas

ut. Utan lokala morgontidningar, eller med morgontidningar med små resurser, kan den nyhetsoppa som en framtida nyhetskarusell serverar bli ganska tunn.

Med det menar vi inte bara tunn sett till antalet artiklar och notiser. Det handlar också om vad som står i tidningarna. God, i betydelsen saklig, djup och bred, journalistik kräver god tillgång till resurser i form av personal och tid. Som exempel kan nämnas att pressen ibland kallas för den tredje statsmakten, det vill säga den makt som ska kritiskt granska samhället och dess makthavare. Men saknar den tillräckliga resurser blir den uppgiften svår att klara av.

Omsorgen om mediernas innehåll kan alltså vara ett skäl att bry sig om dagstidningarnas öde. Ett annat är att det finns en koppling mellan nyhetskonsumtion och engagemang i samhället. I högtidstalen poängteras ofta mediernas demokratiska funktion. Och det är inte oförtjänt: massmedier är viktiga i ett demokratiskt samhälle. Massmedier är bland annat bärare av kunskaper om det samhälle man lever i – och kunskap är en viktig faktor i det demokratiska systemet. Vi vet att medieformer förstärker varandra; de som tar del av nyheter i ett medium tenderar att göra det också i andra. Basen i människors nyhetskonsumtion är ofta lokala morgontidningar, och de som läser dem tar också ofta del av nyheter i andra medier (Ohlsson, 2013; Prior, 2007; Shehata & Wadbring, 2012; Strömbäck, Djerf-Pierre & Shehata 2012).

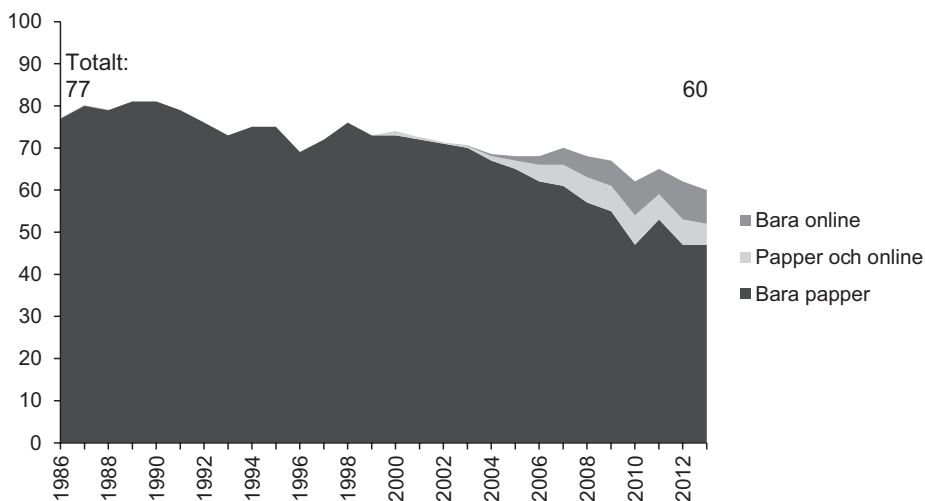
Ett tredje skäl att bry sig om dagspress är att lokala medier kan ses som en slags infrastruktur för lokal kommunikation. Det vill säga, medier kan fungera som en plats där företrädare för olika åsikter och intressen kan mötas. Medborgarna kan som mediekonsumenter ta del av dessa möten och får en möjlighet att orientera sig i de frågor som diskuteras och kan utveckla en egen medvetenhet om gemensamma problem, intressen och möjligheter. Lokala medier har också traditionellt spelat en roll när det gäller att skapa en samhällsidentitet – ett ”vi” och en koppling till hemorten. Även dessa faktorer kan ses som delar av mediernas demokratiska funktion (Kim & Ball-Rokeach, 2006). Man kan naturligtvis tänka sig att dessa lokala funktioner kan skötas av andra medier än dagstidningar. Men håller vi oss till de som står till buds idag, det vill säga radio och tv, så är utgör deras regionala prägel ett hinder för att bli tillräckligt lokala. Ett regionalt medium måste ta hänsyn till hela sin publik vilket gör det svårt att motivera produktion av många lokala nyheter – de är helt enkelt inte intressanta för en stor andel av publiken.

Läsning minskar – trots nya plattformar

Den lokala morgontidningens betydelse når alltså långt bortom frukostbordets kant. Så hur går det då för dem och övriga dagstidningar? Även om läsningen av morgontidningar fortfarande har en stark position i Sverige så är det, föga förvånande i det digitala landskapet, allt färre som regelbundet tar del av en morgontidnings innehåll på just papper. Från rekordnoteringarna runt 1980-talets slut, då den tryckta prenumererade morgontidningen regelbundet nådde närmare 80 procent

av befolkningen, har andelen stadigt krympt. Nu når den lite drygt hälften av befolkningen. Det betyder att på knappt 25 år har ungefär var tredje läsare av den tryckta morgontidningen försvunnit (figur 1).

Figur 1 Regelbunden läsning av morgontidningar på papper och online, 1986-2013 (procent)



Kommentar: Med regelbunden läsning avses läsning minst fem dagar/vecka. Redovisningen bygger på två frågor: "Läser eller tittar du i någon eller några morgontidningar regelbundet? Om du läser mer än en morgontidning, ange först den du betraktar som din huvudtidning. Frågan gäller inte läsning på internet." respektive "Läser eller tittar du regelbundet i någon eller några morgontidningar på internet?" Svarsalternativen i båda fallen är "7 dagar/vecka", "6 dagar/vecka" och så vidare till "mer sällan" och "aldrig". Antalet svarande var 2013 ungefär 5 000 personer.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1986-2013.

Om vi adderar dem som läser en tidning online, stiger naturligtvis mängden läsare. Samtidigt är andelen som bara läser en morgontidning online liten jämfört med andelen läsare av de tryckta upplagorna. Tillväxten online har inte på långa vägar klarat av att kompensera för nedgången i pappersläsandet. Det betyder att även när man räknar in onlineläsningen så har morgontidningarna tappat en fjärdedel av sin läsekrets, och når sammantaget ungefär 60 procent av befolkningen.

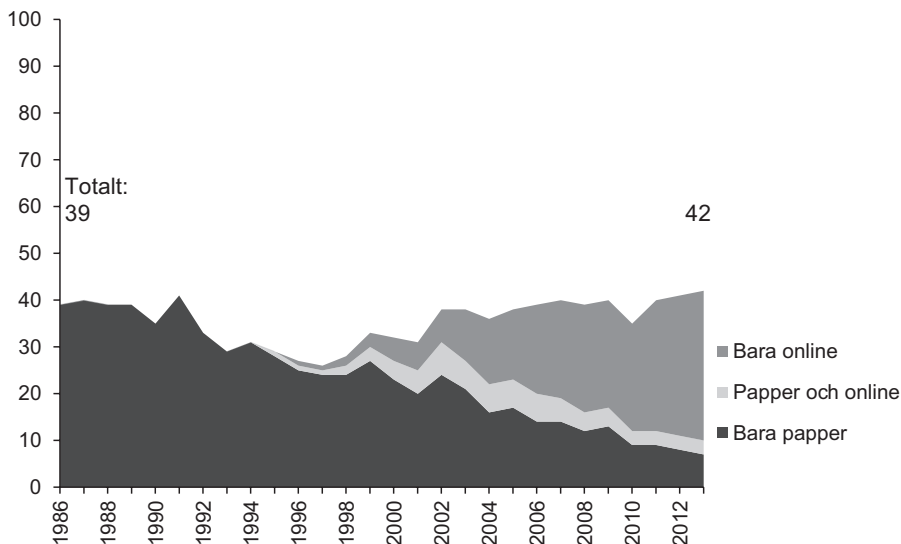
Intressant i sammanhanget är att 2014, av allt att döma, kommer att gå till historien som året då merparten av morgontidningarna i Sverige satte upp betalväggar eller premiumtjänster för sina onlineupplagor. Det innebär att det fria gratisläsandet på nätet upphör eller kraftigt begränsas. Vilka långsiktiga konsekvenser det får för hur många som ta del av morgontidningens nyheter får framtiden utvisa.

Trots att nedgången av den tryckta morgontidningens räckvidd är dramatisk så bleknar scenariot vid en jämförelse med den utveckling kvällspressens tryckta upplagor genomgått under samma tid.

Kvällstidningarna hade sitt all-time-high omkring 1990, det vill säga ungefär samtidigt som morgontidningarna. De nådde då regelbundet omkring 40 procent av befolkningen. Sedan dess har det gått utför. Ungefär en av tio uppgav 2013 att de regelbundet läste en kvällstidning på papper. Det betyder att sedan rekordåren har tre av fyra läsare övergett den tryckta kvällstidningen för andra alternativ (se figur 2).

Men de som vände ryggen åt kvällstidningen på papper gick inte särskilt långt. De bytte plattform. Det viktigaste alternativet till kvällstidning på papper visade sig vara kvällstidning online. Tack vare en kraftig ökning av onlineläsare så når kvällspressen nu lika många som under rekordåren. Ett bra exempel på den utvecklingen är Aftonbladet, som för övrigt var den första svenska tidningen på internet. Trafikmätningar av sajter visar att användningen av Aftonbladets sajt ligger skyhögt över alla andra sajter (www.kia-index.net). I princip är nu alla Aftonbladets nya satsningar digitala (Barland, 2012).

Figur 2 Regelbunden läsning av kvällstidningar på papper och online, 1986-2013 (procent)



Kommentar: Med regelbunden läsning avses läsning minst tre dagar/vecka. Redovisningen bygger på frågan: "Brukar du läsa eller titta i följande tidningar?" "Aftonbladet på papper", "Aftonbladet på datorn", "Aftonbladet på surfplatta" samt "Aftonbladet på mobilen". Motsvarande frågor ställdes om Expressen. Svarsalternativen var "6-7 dagar/vecka", "3-5 dagar/vecka", "1-2 dagar/vecka", "mer sällan" samt "aldrig". Antalet svarande var 2013 ungefär 5 000 personer.

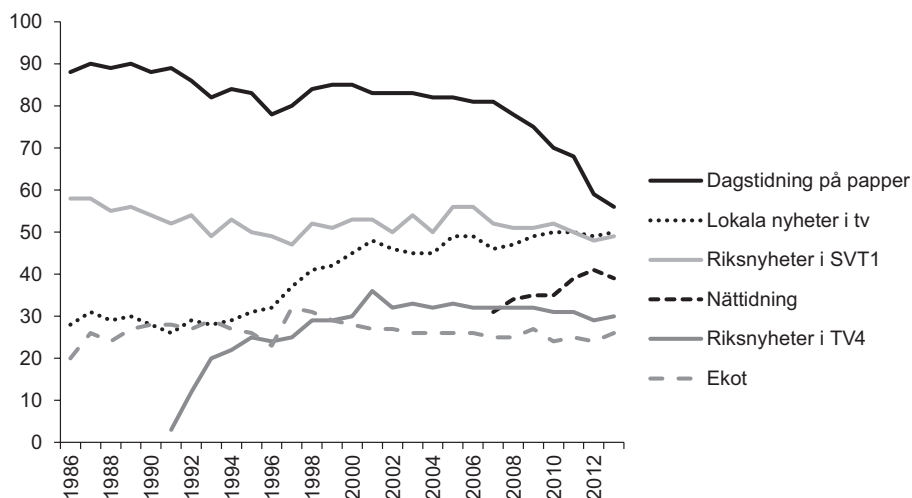
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1986-2013.

De svenska kvällstidningarna lever nu huvudsakligen i den digitala världen. Och de digitala plattformar de rör sig på är många. Läsningen av kvällstidningarna sker i huvudsak via datorn (29 procent) men mobilen är en starkt växande utmanare (24 procent). Att läsa på surfplatta och papper är ungefär lika vanligt (drygt 10 procent). De allra flesta läser kvällstidningar på åtminstone två plattformar – och det är bara drygt 5 procent som bara läser på papper. Faktum är att numera är frågan ”Finns kvällstidningar på papper också?” inte helt obefogad.

Är det pappret eller nyheterna som är problemet?

Nedgången i läsning av kvällstidningar på papper och morgontidningar skulle kunna tolkas som att det är intresset för nyheter i sig som falnat. En jämförelse med utvecklingen för andra traditionella nyhetsmedier tyder emellertid inte på att det är nyheterna det är fel på: Den regelbundna konsumtionen av nyheter i radio och tv är ungefär lika stor nu som på 1980-talet (figur 3).

Figur 3 Regelbunden nyhetskonsumtion av press, radio och tv, 1986-2013 (procent)



Kommentar: Med regelbundet avses minst fem dagar i veckan utom för dagstidning på papper som avser minst fem dagar i veckan för morgontidning och/eller minst tre dagar i veckan för kvällstidning och för nättidningar minst tre dagar i veckan. Redovisningen bygger på en blockfråga för olika nyhetskanaler: "Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram?" med svarsalternativen "dagligen", "5-6 dagar/vecka", "3-4 dagar/vecka", "1-2 dagar/vecka", "mer sällan" och "aldrig".

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1986-2013.

Nyhetsintresset är således relativt konstant i radio och tv, och figur 3 visar mycket tydligt att det är just papperstidningarna som har fått kännas vid en långvarig och kraftig nedgång.

Det tycks heller inte vara lokala nyheter som är det stora problemet. Tittande på lokalnyheter i tv ökar under perioden. Störst ökning skedde när TV4 startade sina lokala sändningar. Med tanke på att deras lokala nyhetsredaktioner nu är på väg att läggas ned, kan vi rimligen förvänta oss en nedgång av konsumtionen av lokala tv-nyheter.

Val av plattformar för nyhetskonsumtionen skiljer sig mellan olika åldersgrupper. Det är emellertid framför allt dagstidningens ursprungsplattform, den tryckta tidningen, som har förlorat i betydelse. Ungas konsumtion av radio- och tv-nyheter sker i huvudsak fortfarande via ursprungsplattformarna radio- och tv-apparat – men de mobila alternativen som mobil och surfplatta växer snabbt.

Generationer av läsare

Sedan tidigare vet vi att ålder spelar stor roll för hur mediekonsumtionen ser ut (t.ex. Bakker & Sábada, 2010; Wadbring & Bergström, 2014). Istället för att tala om åldersgrupper kan man tala om generationer. Tanken är att man som person till stor del präglas under uppväxtåren. De vanor man skaffar sig då har man i stor utsträckning kvar när man blir äldre. Med hjälp av tidsserier är det också möjligt att se om olika generationer agerat olika vid samma ålder. Det vill säga, man kan få en bild av om dagens 30-åringar agerar annorlunda än vad äldre generationer gjorde då de var 30.

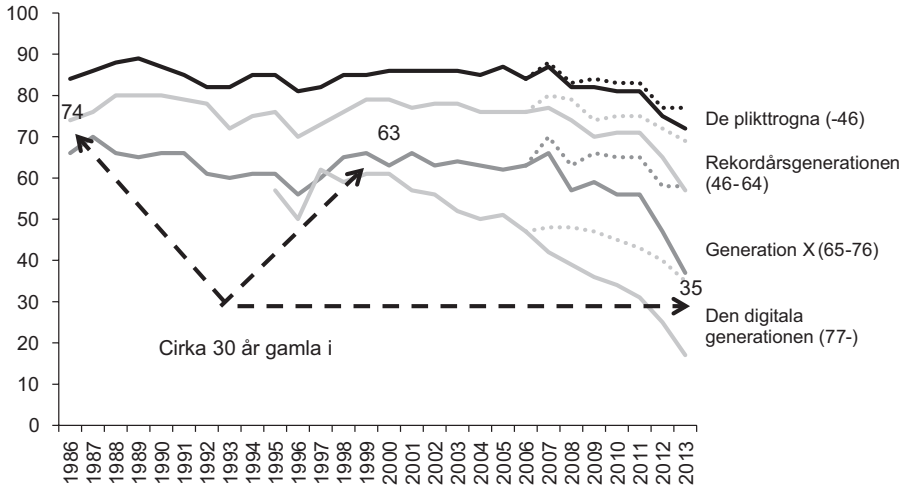
Ett sätt är att göra en uppdelning mellan den plikttrogna generationen (födda före 1946), rekordårsgenerationen (1946-1964), generation X (1965-1976) och den digitala generationen (födda efter 1977). Det är generationer som vuxit upp under olika ekonomiska villkor, under olika politiska villkor och under olika mediala villkor. De plikttrogna har genomlevt krig och depression, medan uppväxten för rekordårsgenerationen karaktäriserades av ett ökat ekonomiskt välstånd. Generation X växte upp under finansiell osäkerhet, medan den digitala generationen bland annat vuxit upp under en ekonomisk globalisering (Zukin m.fl., 2006).

Mediemässigt skiljer sig de olika generationerna åt genom att olika slags medier varit dominerande under såväl deras uppväxttid som tidiga vuxenhet. Mediemiljön för de plikttrogna karaktäriserades av radio, tidningar, grammofon och svart-vit tv som kom i mitten av 1950-talet, medan rekordårsgenerationen såg färg-tv, tvåkanalssystem och kvällstidningar utvecklas. Generation X var de som började kunna välja både rum och plats för sin mediekonsumtion på ett annat sätt genom bland annat Walkman och video. Den digitala generationen karaktäriseras snarast av just datorers och internets utveckling och utbredning.

När läsningen av morgontidningar – på papper och online – analyseras generation för generation så blir det tydligt att de yngre alltid har tagit del av tidningar

i mindre utsträckning än de äldre, och att den skillnaden ökar över tid (figur 4). Läsningen online (streckade linjer visar total läsning, både papper och online, inom respektive generation) är mest omfattande i de båda yngsta generationerna, men motsvarar inte nedgången på papper över tid. För de båda äldre generationerna så kompenserar onlineläsningen nästan helt för nedgången av läsningen på papper.

Figur 4 Regelbunden läsning av morgontidningar exklusive och inklusive onlineläsning i olika generationer, 1986-2013 (procent)



Kommentar: Med regelbunden läsning avses minst fem dagar/vecka. De heldragna linjerna avser läsning på papper för varje generation och de streckade avser läsning av papper plus online.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1986-2013.

Sett till hur stor andel som var regelbundna tidningsläsare då medelåldern i respektive generation var ungefär 30 år, så märker man att tidningsläsningen avtar ju yngre generationen är. När rekordårsgenerationen var ungefär 30 år läste 74 procent av dem en dagstidning regelbundet. Vid samma tidpunkt i livet hade 63 procent av personerna i generation X regelbundna läsvanor. I den digitala generationen, som bara nästan uppnått medelåldern 30 år, är det ungefär en tredjedel som regelbundet läser morgontidningar på papper eller online. Den åldersskiktning som alltid funnits ifråga om läsning av morgontidningar har alltså förstärkts. Ingenting tyder heller på att kurvorna kommer att vända, vare sig för pappret eller online, utan det man snarast som bäst kan hoppas på är att onlineläsning bromsar nedgången. Å andra sidan talar införandet av betalväggar/premiumtjänster för att så knappast blir fallet, och särskilt inte för den yngsta generationen som är van att hämta information delvis på helt andra sajter än tidningssajter. Det finns ju

också alltid gratisalternativ kvar online, även om dagspressen börjar ta betalt för sitt innehåll online.

Svårt att få betalt för nyheter online

Kan räddningen för dagstidningarna vara att bli helt digitala och möta läsarna i webbupplagor i datorer eller via appar för mobiltelefoner och surfplattor? Utvecklingen för kvällstidningarna verkar ju tyda på det. Men läsning på papper och läsning på skärm är inte samma sak (vi återkommer till vad det betyder för läsningen) och att läsa en text online och att betala för den är definitivt inte samma sak.

För att del av nyheter, och annat material, online måste man först betala infrastrukturen. Det krävs apparater att läsa på och överföringen av materialet måste betalas via någon form av abonnemang på uppkoppling till internet eller mobiltelefonnät. Så långt in i processen verkar flertalet vara villiga att öppna plånboken (Wadbring, 2012). När det kommer till att betala för det som visas på skärmarna krymper emellertid betalningsviljan.

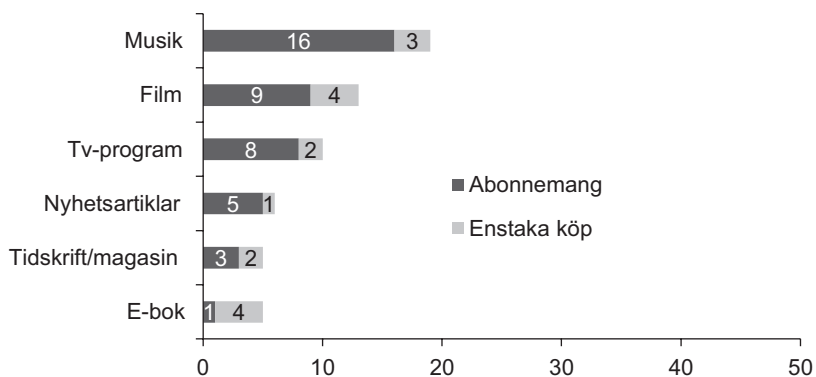
Som nämnts tidigare har eller kommer under 2014, de allra flesta tidningsföretag att börja ta betalt online. Det finns tre huvudsakliga modeller i Sverige (jfr Myllalahti, 2013:4):

- Hård betalvägg – ingen tillgång utan prenumeration
- Mjuk betalvägg – visst fritt innehåll (inklusive sajter med så kallade Plus-tjänster)
- Frekvensmodellen – ett antal artiklar är fria innan betalning krävs

Än så länge är det relativt få som har betalat för innehåll online. Det som flest har betalat för är material av underhållningskaraktär som musik, film och TV. Mindre lättsamt material som tidningsartiklar och e-böcker får färre att öppna den virtuella plånboken (figur 5). Det stämmer väl med undersökningar som gjorts av analysinstitutet IRM (Wadbring, 2012).

Den relativt låga betalningsvilligheten för nyheter, det vill säga tidningsbranschens stapelvara, är inte unik för Sverige. Undersökningar i USA visar också på en låg betalningsvilja, mindre än en fjärdedel säger sig där vara villiga att betala för att läsa nyheter online (Collins m.fl., 2013; Purcell m.fl., 2011).

Om publicering på internet ska bli morgonpressens räddande ängel så måste betalningsviljan för det redaktionella materialet öka. Om inte, så måste ökade intäkter från annonsering på nätet klara av fylla hålen i balansräkningarna. Men just nu finns det inte mycket som tyder på det. Medan onlineannonseringens andel av annonsintäkterna för kvällstidningarna visat en stadig utveckling från ungefär 30 till 50 procent mellan 2008 och 2013 så är utvecklingen för de lokala morgontidningarna under samma tid blygsamma från tre till sju procent. Storstadsmorgontidningarna har en något bättre utveckling, från nio till 15 procent (Weibull & Wadbring, 2014).

Figur 5 Andel som betalat för medieinnehåll online, 2013 (procent)

Kommentar: Frågan lyder *Har du under den senaste månaden betalat för att få tillgång till något av följande på internet? Svartalternativen var: Nej, Har abonnemang, Har gjort enstaka köp.*¹

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2013.

Men siffrorna för utvecklingen av morgontidningarnas intäkter från annonsering på internet är en aning missvisande. Samtidigt som *andelen* annonsintäkter från internetannonseringen ökat så har de *totala* annonsintäkterna minskat. Det betyder att i absoluta tal så har intäkterna från internetannonsering snarast legat still, men i takt med att den totala annonsvolymen har krympt så har deras andel av kakan blivit större och viktigare. Den svaga utvecklingen för morgontidningarnas internetannonsering bör också ses mot bakgrund av att annonsering på internet är en växande andel av den totala annonsmarknaden. Trots det så har morgontidningarna inte lyckats attrahera annonsörerna. Det som ökar mest är istället sökordsannonsering, och det är tydligt att annonsörerna inte längre behöver gå omvägen via de traditionella medierna för att nå dem de önskar (Weibull & Wadbring, 2014).

Tänkbara konsekvenser av när analogt blir digitalt

Vad betyder då den nedgång vi kan se för dagspressen och som tycks vara genomgripande för de som tillhör en yngre generation? Det lätt att föreställa sig ytterligare neddragningar inom dagspressen på grund av sviktande kundunderlag. Det är en viktig fråga i sig, men i detta kapitel är fokus istället riktat mot vad nedgången i läsning av morgontidningar kan betyda för samhället i stort. Vi börjar med att måla upp negativa bilder för att kunna avsluta med några mer hoppfulla ljusa penseldrag.

Om utvecklingen stannar vid att färre tar del av dagstidningar – vilket kan vara en rimlig tolkning, framför allt ifråga om morgontidningarna – så blir effekterna sannolikt mindre än om det leder till att morgontidningar läggs ner helt och hållet eller helt flyttar över till internet. Flera amerikanska studier har visat att medbor-

gerligt engagemang minskar när antalet tidningar blir färre (Shaker, 2014), uteblir på grund av exempelvis en långvarig strejk (Mondak, 1995) eller då en lokal tidning helt läggs ned (Schulhofer-Wohl och Garrido, 2013). Än har ingen tidning lagt ned i Sverige eller helt flyttat online, men ingen vet vad som händer i en framtid.

Å andra sidan är det ju så att samtidigt som läsningen på papper minskar, så ökar läsningen på dator, surfplatta och mobiltelefon år för år. Läsning online bidrar naturligtvis också till kunskaper om samhället (Shaker, 2014).

Men onlineläsning är inte samma sak som pappersläsning. Det beror främst på hur innehållet presenteras och hur presentationen påverkar vilket innehåll de enskilda nyhetskonsumenterna tar till sig. Mätningar av ögonrörelser vid tidningsläsning har visat att när man läser en dagstidnings webbupplaga så läser man på ett annorlunda sätt än när man läser samma tidnings pappersupplaga. En betydelsefull skillnad ligger i hur man närmar sig innehållet. En papperstidning bläddras vanligen från sida till sida och hittar man något intressant stannar man kvar på sidan och läser, annars bläddrar man vidare. Vid läsning av en webbtidning blir startsidan viktigare. En vanlig metod att närma sig innehållet är att scanna av startsidan efter något intressant, och sedan följa länken till den texten. När man läst klart återvänder man till startsidan och letar efter nästa intressanta text, följer länken till den och så vidare (Holsanova, 2010).

Den annorlunda läsmetoden för webbtidningar får konsekvenser. När man bläddrar genom papperstidningen så fastnar blicken då och då på innehåll som man inte vet att man hade ett intresse av förrän man börjar läsa. Men den som läser online, och som väljer text efter text från startsidan, går mer sällan utanför sina intresserammar. Det innebär att den som läser en papperstidning i allmänhet tar del av ett ämnesmässigt bredare innehåll än den som läser på nätet (Althus & Tewksbury, 2002, Schoenbach m.fl., 2005).

Det smalare innehåll som den som läser på webben tar del av medför därmed en risk för en ökad åsiktspolarisering och att det blir lättare att utveckla och bevara mer extrema åsikter eftersom de egna åsikterna inte behöver brytas mot eller jämföras med andras (Gentzkow & Shapiro, 2011; 2013; Knobloch-Westerwick & Johnsson 2014; jfr Strömbäck, Djerf-Pierre & Shehata, 2012).

Det har också visat sig att det finns skillnader i hur man tillgodogör sig sakinnehållet i tryckta tidningar respektive online. Mycket tyder på att en övergång till webbpublicerade nyheter kommer att fördjupa skillnader i kunskaper om samhällsfrågor. Ju högre utbildning man har desto lättare verkar det vara att tillgodogöra sig kunskaper genom onlineläsning. Eftersom kunskaper är en grund för engagemang i samhällsfrågor så är webbpublicerade medier sannolikt inte lika bra på att stimulera till samhällsengagemang i alla delar av samhället som deras tryckta motsvarigheter (Ohlsson, 2013; Yang & Gabe 2011; Althus & Tewksbury 2002).

Är då allting nattsvart? Nej, alls inte. För det första: Det är gott om nyheter på oväntade platser på internet. Den som loggar in på Yahoo för att kolla sin e-post eller vill läsa annonser på Blocket möts av länkar till aktuella nyheter. Dessutom så

delar människor nyheter med varandra i sociala medier (se Wadbring och Ödmarks kapitel i denna bok). Det gör att människor så att säga snubblar på nyheter de annars kanske inte skulle tagit del av, och studier visar att detta snubblande över nyheter är så utbrett i sociala medier att det har mätbar betydelse för bland annat kunskaper om aktuella frågor (Kim m.fl., 2013; Lee & Ma 2012; Trilling & Schoenbach, 2012). Till exempel så tar 30 procent av USA:s vuxna befolkning del av nyheter via Facebook och av dem är det bara en minoritet som väljer bort texter som inte passar deras åsikter (Mitchell m.fl. 2013). Så till en del verkar alltså snubblandet över nyheter på internet kunna ersätta den bredd i nyhetskonsumtionen som bläddrandet i en papperstidning ger.

För det andra så utvecklas webbpubliceringen hela tiden. Ett exempel är de appar som ger möjlighet att följa till exempel en lokal tidnings innehåll direkt i sin surfplatta eller mobiltelefon. Kanske kan webbnyheter i denna förädlade form i framtiden visa sig ha samma betydelse för samhällsengagemanget som tryckta nyheter har idag. För webben kommer inte bara med utmaningar. Den ger möjligheter också. Jämfört med en papperstidning så är utrymmet i en webbtidning i praktiken obegränsat. Det gör att journalisterna som tidigare varit tvungna att få in sin berättelse på någon kvadratdecimeter tidningspapper nu har gott om plats för bakgrunder, faktaredovisningar, interaktiv grafik med mera. De kan dessutom länka sin nya text till äldre texter i samma ämne eller direkt till databaser med mer information. Journalisternas möjligheter att publicera förklarande texter om komplicerade och svåra ämnen har aldrig varit bättre än nu.

Det är alltid farligt att måla upp nattsvarta bilder. Det är mycket sällan som någonting var bättre förr, även om vissa hävdar att det spelades bättre boll på Gunnar Nordahls tid och byggdes bättre bilar på 50-talet... Däremot var det ofta annorlunda. Men även när ”alla” läste morgontidningar vid frukostbordet så valde man, och valde bort, innehåll. Möjligheten att snubbla över sådant man inte visste att man var intresserad av fanns där förvisso, men tiden har alltid varit begränsad. Ingen har hunnit läsa allt. Så när tidningarna blivit tunnare har de också blivit mer vällästa; helt enkelt för att tiden räcker till en större del av innehållet.

Så till slut, när onlinenyheterna väl utvecklats och funnit sina former kanske allt blir så mycket mycket, mycket bättre än det var förr... och då kanske man inte behöver gråta om papperstidningarna försvinner. Det är i så fall andra värden än papperet som står på spel och behöver begrätas.

Not

- ¹ Frågan har en smula märklig formulering, eftersom en del av det efterfrågade innehållet knappast köps via enstaka köp och andra knappast genom abonnemang. Resultaten får ses som en fingervisning som rangordning, men knappast som några absoluta nivåer.

Referenser

- Althaus, Scott L. & Tewksbury, David (2002) "Agenda Setting and the "New" News. Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times", *Communication Research*. 29 (2), pp.180-207
- Bakker, Piet & Sádaba, Charo (2010) The impact of the internet on users. In Küng, Lucy; Picard, Robert G. & Towse, Ruth (Eds.), *The Internet and the Mass Media* (pp. 86-101). Los Angeles, CA: Sage
- Barland, Jens (2012) *Journalistikk for markedet. Redaksjonell produktutvikling i VG og Aftenbladet på papir og nett 1995-2010*. Oslo: Oslo universitet
- Brink Lund, Anker; Willing, Ida & Blach-Ørsten, Mark (2009) *Hvor kommer nyhederna fra?* Århus: Ajour
- Collins, Steve; Rabby, Michael & Brown, Tim (2013) "Few Students Willing to Pay For Tablet News Content", *Newspaper Research Journal*. Vol. 34 (1) pp. 62-73
- Gentzkow, Matthew & Shapiro, Jesse M. (2011) "Ideological Segregation Online and Offline", *Quarterly Journal Of Economics*, 126 (4) pp. 1799-1839
- Gentzkow, Matthew & Shapiro, Jesse M. (2013) "Ideology and Online News", NBER Chapters in: *Economics of Digitization*
- Holsanova, Jana (2010) *Myter och sanningar om läsning*. Stockholm: Språkrådet och Nordstedts
- Kim, Yonghwan; Chen, Hsuan-Ting & Gil de Zuniga, Homero (2013) "Stumbling Upon News on The Internet: Effects on incidental news exposure and relative entertainment use on political engagement", *Computers in Human Behavior*. 29, pp.2607-2614
- Kim, Yong-Chi & Ball-Rokeach, Sandra (2006) "Civic Engagement From a Communication Infrastructure Perspective", *Communication Theory*. 16, pp.173-197
- Knobloch-Westerwick, Silvia & Johnson, Benjamin K. (2014) "Selective Exposure for Better or Worse: Its Mediating Role for Online News' Impact on Political Participation", *Journal of Computer-Mediated Communication*. 19, pp.184-196
- Lee, Chei Sian & Ma, Long (2012) News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience", *Computers in Human Behavior*. 28, pp.331-339
- Mitchell, Amy; Guskin, Emily & Holcomb, Jesse (2013) *The Role of News on Facebook. Common yet Incidental*, Pew Reseach Center. Tillgänglig på http://www.journalism.org/files/2013/10/facebook_news_10-24-2013.pdf
- Mondak, Jeffery J (1995). "Nothing To Read: Newspapers and Elections in a Social Experiment", Ann Arbour: University of Michigan Press. refererad i *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1996 vol 73 (2) pp 497-498
- Myllalahti, Merja (2013) "Newspaper paywalls—the hype and the reality: a study of how paid news content impacts on media corporation revenues". *Digital Journalism*. 1 (3)

- Ohlsson, Jonas (2013) "Tidningen och demokratin" i Bergström, Annika & Ohlsson, Jonas (red) *En region för alla? Medborgare, människor och medier I Västsverige*. Göteborg: SOM-institutet
- Prior, Markus (2007) *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Purcell, Kristen; Lee, Rainie; Rosenstiel, Tom & Mitchell Amy (2011) *How mobile devices are changing community information environments*. Pew Research Centre. Tillgänglig på: www.stateofthemediamedia.org/2011/Mobile-survey
- Schoenbach, Klaus; de Wahl, Ester & Lauf, Edmund, (2005) "Research Note: Online and Print Newspapers. Their Impact on the Extent of the Perceived Public Agenda", *European Journal of Communication*. 2014 (2), pp. 245-258
- Schulhofer-Wohl, Sam & Garrido, Miguel (2013) "Do Newspaper Matter? Short-Run and Long-Run Evidence From the Closure of the Cincinnati Post.", *Journal of Media Economics*. 26 (2), pp.60-81
- Shaker, Lee (2014) "Dead Newspapers and Citizens' Civic Engagement", *Political Communication*. 31 pp.131-148
- Shehata, Adam & Wadbring, Ingela (2012) "Allt fler står utanför nyhetsvärlden", i Oscarsson, Henrik; Weibull, Lennart & Bergström, Annika (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet
- Strömbäck, Jesper; Djerf-Pierre, Monika & Shehata, Adam (2012) "The dynamics of political interest and news media consumption: A longitudinal perspective". *International Journal of Public Opinion Research*. 25 (4), pp. 414-435
- Trilling, Damian & Schoenbach, Klaus (2012). "Skipping current affairs: The non-users of online and offline news". *European Journal of Communication*. 28 (1), pp. 35-51
- Wadbring, Ingela (2012) "Inflation eller deflation i mediekonsumtionen? En analys av människors medieutgifter och syn på mediers prisvärdhet". *Nordicom-Information*. 34 vol 1. Göteborg: Nordicom, Göteborgs Universitet
- Wadbring, Ingela & Bergström, Annika (2014) *A print crisis or a local crisis? Local news use over 27 years*. Paper presented at the conference Local journalism around the world: professional practices, economic foundations, and political implications in Oxford, UK, February 2014.
- Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2014) *Massmedier. Nya villkor för press, radio och tv i det digitala medielandskapet*. Stockholm: Ekerlids www.kia-index.net (löpande)
- Yang, JungAe & Grabe, Maria Elisabeth (2011) "Knowledge acquisition gaps: A comparison of print versus online news sources", *New Media and Society*. 13 (8), pp.1211-1227
- Zukin, Cliff; Keeter, Scott; Andolina, Molly; Jenkins, Krista & Delli Carpini, Michael X. (2006) *A new engagement? Political participation, civic life, and the changing American citizen*. New York, NY: Oxford University Press

