

KVÄLLSPRESS TVÅ PUNKT NOLL?

MATHIAS A. FÄRDIGH OCH OSCAR WESTLUND

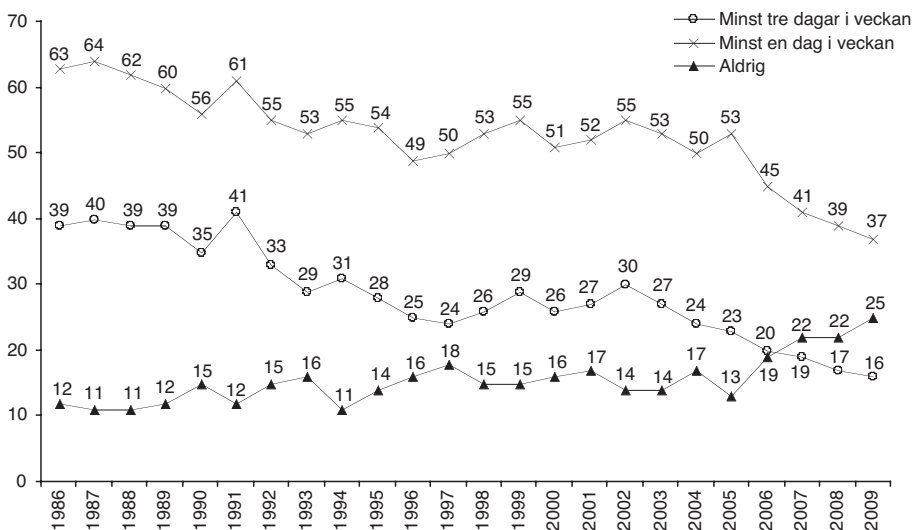
Vad gör du just nu? Det är en fråga flera miljoner människor svarar på dagligen genom sina statusuppdateringar i sociala nätverk som Facebook och Twitter. Det har i den allmänna debatten, i samhället, på arbetsplatser och i hemmen blivit allt påtagligare att svenskarna är uppkopplade i sociala nätverk. Det som brukar kallas web 2.0 och som handlar om ökad interaktivitet och individualisering har förändrat vår användning av Internet. Även om det är tydligt att sociala nätverks-sajter på ett par år nått en snabb spridning bland svenskarna ska vi påminna oss om att traditionella medier som TV, radio och dagspress fortfarande har en djupare och mer förankrad roll i svenskarnas vardag. Exempelvis har Sverige i ett internationellt perspektiv, tillsammans med Japan, Schweiz och övriga nordiska länder, en starkt etablerad dagspresskultur (Elvestad & Blekesaune, 2008).

Vad händer just nu? Det är en av de frågor journalister vid nyhetsmedier dagligen är upptagna med, i synnerhet om man arbetar med nyhetsrapportering via nätet. Internets framväxt, inklusive web 2.0 och dagens sociala nätverkssajter, har på flera sätt kommit att ha en stor inverkan på våra traditionella nyhetsmedier. Internet har förändrat såväl hur nyhetsmedier arbetar, som hur svenskarna tar del av nyheter, och har på så vis kommit att utmana den sedan flera hundra år etablerade tryckta dagstidningen. Att digitala medier betraktas som det största hotet och möjligheten bland företrädare för tidningsföretag runt om i världen har flera studier vittnat om (Salzman, 2007., Scholz & Eisenbeis 2008., Wilberg, 2009., WAN/IFRA, 2009). Man kan se det som en kamp med helt nya villkor (Westlund, 2010). Den svenska tidningsbranschen, som länge betraktats som en ekonomiskt framgångsrik och säker bransch, har under senare år skakats om rejält. I ett kortare perspektiv har den kraftiga lågkonjunkturen haft störst inverkan, men långsiktigt är det rimligt att tala om betydelsefulla strukturförändringar vad gäller teknik, processer, affärsmodeller och ägandekonstellationer. Inte minst har långtgående förändringar i hur svenskarna i minskande omfattning tar del av nyheter i tryckt form, och i ökande grad i digital form, stor betydelse för dagspressen. Dessa förändringar har i synnerhet visat sig vad gäller användning av kvällspress (Färdigh & Westlund, 2009., Westlund & Färdigh, 2010).

På en övergripande nivå ska den långsiktiga nedgången inte förstås mot bakgrund av endast förändringar i medielandskapet, utan också sociala och ekonomiska förändringar i det svenska samhället. (Wadbring 2005., Andersson, 2007., Ahrne et al, 2008). Att studera förändringar i läs- och användningsmönster för svensk kvällspress är särskilt angeläget med tanke på att liknande förändringar kan förmodas ske även

för morgonpressen på längre sikt. Det är också bakgrunden till att SOM-institutet sedan 1986 ställer frågor till ett representativt urval av svenska befolkningen. Syftet med detta kapitel är att specifikt belysa utvecklingen av svenskarnas läsning av kvällspress i pappers- och digital form över tid, och i ljuset av den svenska medie- och samhällsutvecklingen. Inom ramen för syftet kommer tre frågeställningar att särskilt belysas; 1) hur har det regelbundna användandet av kvällspressens tryckta och digitala kanaler förändrats för olika samhällsgrupper över tid?; 2) finns skillnader i utvecklingsmönster mellan Aftonbladet och Expressen?; samt 3) har den samlade kvällspressläsningen ökat eller minskat genom flerkanalspubliceringen?

Figur 1 Regelbundenhet i kvällstidningsläsning på papper 1986-2009 (procent)



Kommentar: Urvalet år 1986-1991 utgjordes av svenska medborgare i åldrarna 15-75 år. År 1992-1999 av åldrarna 15-80 år, för perioden 2000-2008 av åldrarna 15-85 år och för 2009 av åldrarna 16-85 år. Med regelbundenhet avses läsning minst 3 dagar per vecka. **Källa:** Den nationella SOM-undersökningen för respektive år.

Långsiktig nedgång i läsning av kvällstidningar på papper...

Under tidsperioden 1945 till 1970 präglades kvällspressens upplageutveckling av kontinuerliga ökningarna (Hadenius, Weibull & Wadbring, 2008). Sedan dess har kvällspressen sakta sjunkit. Under den tidsperiod SOM-institutet studerat kvällspressläsning ser vi att andelen läsare var högst under 1991, då läste fyra av tio svenskar regelbundet en tryckt kvällstidning. Sedan denna toppnotering har andelen

Tabell 1 Regelbunden kvällstidningsläsning på papper i olika grupper 1986-2009 (procent)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2000 DI*
Totalt	39	40	39	39	35	41	33	29	31	28	25	24	26	29	26	27	30	27	24	23	20	19	17	16	9
Kön																									
Man	45	44	42	42	37	45	36	31	34	31	28	27	30	31	29	29	35	29	26	25	22	21	20	17	12
Kvinna	33	37	36	35	33	36	30	26	28	26	22	21	22	27	23	24	26	25	23	20	19	17	13	16	7
Ålder																									
16-29 år	44	47	46	42	38	48	38	29	34	31	25	24	25	32	30	31	36	29	26	21	18	14	12	10	20
30-49 år	40	39	43	41	35	41	34	32	34	30	28	27	25	30	27	28	30	25	23	20	20	17	14	13	14
50-64 år	38	44	33	37	36	39	33	29	28	32	25	24	27	31	27	31	31	27	27	23	20	19	19	19	8
65-85 år	27	28	23	28	29	30	23	20	25	18	18	17	23	21	19	20	23	22	22	22	23	20	20	22	+3
Utbildning																									
Låg	41	-	41	43	40	43	39	30	36	32	27	29	31	34	29	30	32	26	29	29	27	28	25	25	4
Medel	42	-	38	39	36	46	33	32	31	31	29	23	27	30	29	30	36	31	26	24	22	20	17	17	12
Hög	23	-	32	25	21	29	22	19	22	19	19	14	15	19	19	19	22	18	12	11	10	9	7	8	11
Subjektiv klass																									
Arbetare	45	46	46	45	41	44	38	35	38	34	29	31	33	37	32	34	36	32	30	28	27	25	20	20	12
Jordbrukare	16	21	16	9	16	29	19	11	7	11	9	12	8	15	16	17	14	15	13	19	14	14	19	17	+1
Tjänsteman	39	41	38	38	34	42	29	27	30	28	23	18	22	27	24	22	28	24	19	19	17	17	17	13	9
Högre tjänstem.	19	25	27	25	17	29	18	11	18	12	14	16	16	16	16	16	18	19	15	12	10	10	5	9	7
Egen företagare	43	43	39	44	38	40	36	33	32	28	29	28	28	29	31	30	32	33	29	24	24	17	22	16	15
Civilstånd																									
Ensamstående	-	-	-	-	-	-	-	27	32	29	24	24	25	30	27	26	29	27	22	22	19	16	13	13	14
Gift/sambo	-	-	-	-	-	-	-	30	31	28	25	24	26	29	26	27	31	27	25	23	21	20	18	18	8

Kommentar: Urvalet år 1986-1991 utgjordes av svenska medborgare i åldrarna 15-75 år. År 1992-1999 av åldrarna 15-80 år, för perioden 2000-2008 av åldrarna 15-85 år och för 2009 av åldrarna 16-85 år. Med regelbundenhet avses läsning minst 3 dagar per vecka. * Differensen anger största skillnaden genom åren, d.v.s. skillnaden mellan det högsta och lägsta uppmätta värdet under perioden 2000-2009. **Källa:** Den nationella SOM-undersökningen för respektive år.

regelbundna kvällstidningsläsare minskat avsevärt, med en accentuerad nedgång under senare år. I figur 1 kan vi studera svenskarnas vanor när det gäller att läsa kvällstidningar, utifrån hur ofta det sker. Sedan 2004 har resultaten från de årliga SOM-undersökningar visat upprepade bottenrekord, och så sker även för 2009.¹ Vi kan för 2009 notera mindre förändringar i andelen regelbundna läsare och sällan-användare samtidigt som andelen icke-användare ökat med tre procentenheter.

I ett längre perspektiv pekar kurvorna i figur 1 neråt samtidigt som kurvorna för ickeanvändare pekar uppåt. Andelen icke-användare låg länge på en relativt jämn nivå, men år 2006 och 2007 steg andelen med totalt nio procentenheter. Sedan dess har andelen icke-användare ökat ännu mer och befinner sig kring 25 procent. När det gäller regelbunden läsning kan vi under de senare åren se tendenser till en stagnation i den neråtgående trend som pågått sedan 2002. Det är istället bland sällan-läsarna den största minskningen tar sig uttryck, där vi sett ett tapp från 53 procent år 2005 till 37 procent år 2009. Även om kvällstidningsläsningen i allmänhet har minskat så skiljer sig utvecklingen mellan olika sociala grupper. Tabell 1 utgör en fördjupande analys av förändringsmönster i svenskarnas regelbundna läsning av kvällspress på papper i olika samhällsgrupper.

Vi kan se att den totala nedgången från 1986 till 2009 är 23 procentenheter. Män är i större utsträckning än kvinnor regelbundna läsare, och över tid har det skett en relativt jämn nedgång bland dessa. Om vi ser till ålderskillnader framgår det tydligt att läsning av kvällstidning i pappersform år 1986 var vanligast bland yngre åldersgrupper, men mer begränsad hos de äldre. Detta mönster bestod under en längre tid, men under senare år utvecklats till det motsatta. När vi ser till årets resultat framgår att andelen regelbundna kvällstidningsläsare bland 16-29-åringar är 10 procent, jämfört med 22 procent bland 65-85-åringar. Det har skett en liten minskning i regelbunden användning bland de yngre, och en liten ökning bland de äldre.

Vad gäller förändringar hos grupper med olika utbildningsnivå framträder ett stabilt mönster; kvällstidningsläsning är mest utbredd bland de lågutbildade och minskar sedan hos de mer välutbildade grupperna. År 1986 var skillnaderna i kvällspressläsning markanta mellan olika samhällsklasser, men för 2009 så har merparten av dessa skillnader jämnats ut. Särskilt har läsningen minskat bland egenföretagare och tjänstemän. När vi slutligen ser till användning beroende på civilstånd kan vi vittna om en tendens till ökade skillnader under senare år, eftersom andelen regelbundna läsare bland ensamstående har minskat snabbare, låt vara att denna minskning stannat upp 2009.

...men långsiktig ökning i användning av kvällspress i digital form

Mitten av nittioalet var en tid då hemdatorn ännu inte hade fått ett genomslag och de som använde Internet fick rulla tummarna åtskilliga varv eftersom modemen levererade sidor med hastigheter omkring 16-32 kb/s. Det var vidare en tid

då aktörer inom tidningsbranschen trodde att nästa stora digitala satsning skulle bli att leverera innehåll via CD-rom. Så blev det inte. Istället började den svenska tidningsbranschen etablera sig med "tidningar" på nätet. Först ut var Aftonbladet, som hösten 1994 började publicera sina kulturnyheter online. Redan året därpå publicerade såväl Aftonbladet som Expressen dagliga nätnyheter, och Expressen anställde Sveriges första nättidningsjournalist. Även flera lokaltidningar följde med i dessa spår, varav den första lokaltidningen online var Helsingborgs Dagblad.

SOM-institutet började mäta svenskarnas nätnyhetsvanor genom den årliga nationella SOM-undersökningen år 1998. Från detta år finns frågor om användning av såväl Aftonbladet som Expressen både i tryckt och i digital form (vilka tillsammans med GT/Kvällsposten utgör svensk kvällspress). I figur 2 jämförs svenskarnas vanor av att läsa Aftonbladet respektive Expressen på Internet med vanorna av att läsa papperstidningen.

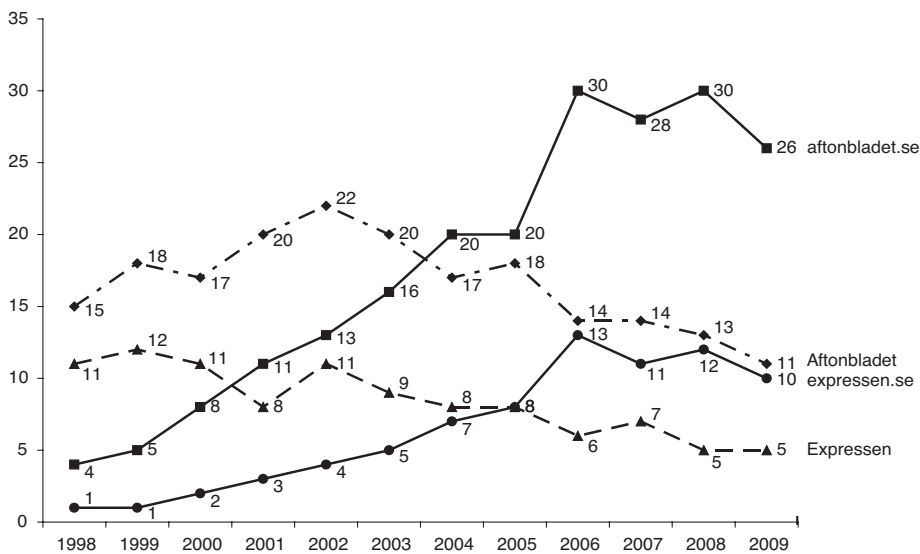
År 1998 läste 15 procent av svenskarna regelbundet Aftonbladet i pappersform, och 4 procent läste dess nyheter på Internet. Motsvarande siffror 1998 för Expressen var 11 respektive 1 procent. Den utveckling som skett sedan dess har omkullkastat situationen helt. Under denna tidsperiod urskiljer vi två olika faser för Aftonbladet. Den första ägde rum mellan 1998 och 2002, då andelen användare av Aftonbladet i såväl papper som nät kontinuerligt ökade. Det var en period då man kunde tala om att de olika kanalerna stärkte varandra: nättidningen tycktes bidra till ökad användning även av papperstidningsläsning. Man tog en del marknadsandelar från Expressen, som under denna tid fick se sin andel regelbundna papperstidningsläsare sjunka.

År 2003 gick Aftonbladet in i fas 2, som kännetecknas av att användningen av nättidningen fortsatte att öka samtidigt som papperstidningen började minska. År 2004 skedde ett historiskt genombrott genom att andelen regelbundna användare av Aftonbladet.se för första gången översteg den för Aftonbladet på papper. Redan år 2007 var andelen nätanvändare dubbelt så stor, och detta utvecklingsmönster har sedan fortsatt att förstärkas. Även för Expressens del har nättidningen passerat papperstidningen i andel regelbundna läsare, vilket skedde år 2006. Liknande mönster framträder här, genom att gapet i användning av papper respektive nät har accentuerats över tid.

Resultaten från figur 2 illustrerar nedgången i tryckta kanaler och uppgången i digitala kanaler under tidsperioden. Det kan inte med säkerhet fastställas att de som slutar läsa tidningen på papper i praktiken gått över till att läsa den digitalt, även om det troligtvis förhåller sig på det sättet. För 2009 ser vi en nedgång i den regelbundna användningen av såväl Aftonbladets som Expressens nyhetssajter. Vad gäller aftonbladet.se handlar det om en minskning från 30 till 26 procent, och för expressen.se är minskningen från 12 till 10 procent. Liknande resultat framkommer i andra enkätbaserade mätningar (Mediebarometern, 2010), medan de mätningar av antal unika webbläsare KiaIndex gör däremot pekar mot en viss ökad användning.² Skillnaderna i resultat torde delvis kunna förklaras olika metodansatser, bland annat vaneanvändning i förhållande till registrerad räckvidd, och typ av urvalsram. En

möjlig förklaring till nedgången i SOM-undersökningen är att svenskarna upplever man att man minskat sin användning av nätnyheter något eftersom man i större utsträckning nyttjar sociala medier.

Figur 2 Regelbunden läsning av Aftonbladet respektive Expressen i tryckt och digital form 1998-2009 (procent)



Kommentar: Med regelbunden läsning avses minst 3 dagar i veckan. **Källa:** Den nationella SOM-undersökningen för respektive år.

Frågan om hur olika nyhetsmediekanaler används, som bas och komplement, är en intressant teoretisk fråga för forskare. Med anledning av detta är det av intresse att empiriskt belysa huruvida läsarna endast tar del av papperstidningen respektive nättidningen, eller både och. Vid vårt första jämförelsepunkt (2006) var det 5 procent av allmänheten som regelbundet tog del av Aftonbladet både på papper och i digital form, medan 25 procent läste nätversionen regelbundet men papperstidningen mer sällan. År 2009 hade andelarna minskat till 3 respektive 24 procent. För Expressens del ligger nivån mer stabilt kring 1 respektive 10 procent för de fyra åren. Andelen som läser papperstidningen mera regelbundet än nättidningen ligger stabilt på kring 8 procent för Aftonbladet. För Expressens del hamnar nivån kring 5 procent. På det hela taget framgår att det är ytterst få som regelbundet tar del av både nät och papper, men att andelen regelbundna nättidningsläsare som tar del av kvällstidningen i pappersform någon gång då och då är tämligen stor.

En annan aspekt på utvecklingen av kvällstidningarna är i vilken utsträckning man kombinerar ett varumärke med ett annat, för såväl papper som nät. Tabell 2 visar därför andelen av nättidningsanvändarna som också tar del av papperstidningarna, dels av det egna varumärket, dels av det konkurrerande varumärket. En slutsats är att regelbunden läsning av Aftonbladet i tryckt form är i princip lika stor/liten oavsett om man använder Aftonbladet.se regelbundet, sällan eller inte alls. Samma mönster framträder vad gäller Expressen.

Tabell 2 Användning av olika kanaler år 2009 som indikator för varumärkeslojalitet (procent)

	Aftonbladet.se			Expressen.se		
	Regelbundet	Mer sällan	Aldrig	Regelbundet	Mer sällan	Aldrig
Aftonbladet						
Regelbundet	10	10	12	10	9	12
Mer sällan	62	63	43	57	69	47
Aldrig	28	27	45	34	23	41
Expressen						
Regelbundet	5	4	7	8	6	5
Mer sällan	49	51	40	56	66	36
Aldrig	46	45	54	36	28	60
Antal svar	853	918	1498	333	834	2102

Kommentar: Med regelbundet avses minst 3 dagar i veckan. **Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2009.

När det gäller kombinerad användning av konkurrentens nyhetsplattform framträder några intressanta mönster. Bland användare av Aftonbladet.se är den regelbundna läsningen av Expressen i pappersform inte oväntat vanligast hos dem som aldrig använder Aftonbladet.se. Vad gäller Expressen.se däremot är andelen regelbundna läsare av Expressen i pappersform högst bland dem som även använder Expressen.se. Tittar vi närmare på hur nättidningsanvändare av en den ena tidningen använder konkurrentens papperstidning kan vi se att andelen regelbundna läsare av Aftonbladet i pappersform är dubbel så stor bland läsarna av Expressen.se som bland dem som läser Expressen i pappersform. Vår slutsats är att kopplingen mellan Expressen i pappersform och Expressen.se är betydligt starkare än kopplingen mellan Aftonbladet och Aftonbladet.se. Den slutsats man kan dra utifrån detta är att Expressens nättidningsanvändare har en högre varumärkeslojalitet än läsarna av Aftonbladet.se. En annan tolkning av resultaten är att Aftonbladet.se helt enkelt har lyckats bättre med att skapa sitt eget varumärke som den stora digitala nyhetstidningen

och därmed inte längre uppfattas som kopplad till papperstidningen, något som Expressen.se ännu så länge inte lyckats uppnå.

Ökad samlad räckvidd för mediehusen?

Räckvidd handlar om hur många unika individer man når, och kan ses som en valuta för nyhetsmedier i sitt erbjudande gentemot annonsörer. Stor räckvidd inom en geografiskt avgränsad marknad eller attraktiv målgrupp stärker mediet sin position på annonsmarknaden. Kvällspressens räckvidd genom papperstidningen har kontinuerligt minskat, samtidigt som den ökat via nättidningen. Dessa förändringar är särskilt påtagliga i vissa grupper, och det har betonats att det blir allt viktigare att befästa tidningens varumärke bland de yngre genom att finnas med på Internet (Hadenius, Weibull och Wadbring 2008).

Något som utifrån detta perspektiv blir intressant är i vilken grad kvällstidningarnas satsningar på Internet leder till att nya grupper av läsare kommer till - eller om det är dessa satsningar som bidrar till nedgången i läsning av kvällstidningarnas pappersversioner. I ett försök att besvara dessa frågor görs en systematisk jämförelse mellan dels läsning av pappers- och nättidningar för Aftonbladet respektive Expressen. I tabell 4 sammanfattas den regelbundna kvällstidningsläsningen på papper och internet i olika samhällsgrupper.

När det gäller användning bland män och kvinnor ser vi att läsning av papperstidningen under 2009 är lika omfattande bland män och kvinnor för de respektive tidningarna, men att det för Aftonbladet tidigare år skiljt sig åt väsentligt. En sådan skillnad har också funnits, och finns kvar, när det gäller användning av nättidningarna. Män har under hela tidsperioden tagit del av nyheter online i större omfattning än kvinnor. En annan trend är att 16-49 åringar i störst utsträckning upphört med regelbunden läsning av kvällstidningen i pappersform, men samtidigt är de som klart mest ökat sin användning online.

Vad gäller användning efter utbildningsnivå kan vi se två tämligen tydliga mönster. Över tid minskar läsningen av papperstidningen allra mest bland de med högre utbildningsnivå, samtidigt som användningen av nättidningen ökar mest i denna grupp. Dessa resultat pekar mot att klyftan mellan hög- och lågutbildades fokus på papper och digital kvällspressanvändning växer över tid. När det kommer till subjektiv klass finner vi tämligen tydliga resultat för både Aftonbladet och Expressen. Över tid sker relativt jämna minskningarna i läsning av papperstidningen, och relativt jämna ökningarna i användningen av nättidningen. För båda tidningshusen är nättidningsanvändningen störst hos tjänstemän och högre tjänstemän. Vad gäller papperstidningsläsning har dock Aftonbladet, till skillnad från Expressen, sin största andel av läsare bland arbetarklassen.

För att svara på frågan huruvida nätversionerna faktiskt är ett tillskott till den totala tidningsmarknaden är det nödvändigt att se på den samlade användningen. Här kan vi notera att de båda kvällstidningarna skiljer sig åt i flera avseenden (se tabell 4).

Tabell 3 Regelbunden läsning av Aftonbladet respektive Expressen på papper och på Internet bland olika grupper 2005-2009 (procent)

	Aftonbladet					Expressen									
	papper		Internet			papper		Internet							
	'05	'06	'07	'08	'09	'05	'06	'07	'08	'09	'05	'06	'07	'08	'09
Totalt	16	14	11	12	11	20	30	26	26	26	7	6	6	5	5
Kön															
Man	14	15	13	18	11	23	35	29	30	30	9	6	6	5	5
Kvinna	18	13	10	8	11	18	26	23	23	23	6	6	6	4	5
Ålder															
16-29 år	17	15	14	10	8	28	44	44	39	38	6	7	6	4	2
30-49 år	16	15	11	14	10	28	43	33	36	36	6	6	5	5	4
50-64 år	18	15	13	15	13	18	25	22	21	24	9	7	9	5	6
65-85 år	14	13	8	10	11	5	9	6	6	8	8	5	4	5	8
Utbildning															
Låg	19	19	16	17	16	12	16	12	13	11	9	7	6	5	8
Medellåg	20	17	14	12	12	22	36	29	33	30	9	7	7	5	7
Medelhög	12	13	11	11	10	30	33	32	33	32	6	7	5	4	4
Hög	9	6	5	5	5	20	37	29	25	30	4	4	5	2	3
Subjektiv klass															
Arbetare	21	20	18	16	14	18	29	25	26	25	8	7	8	4	5
Tjänsteman	12	12	7	12	9	25	35	29	33	32	7	6	4	5	6
Högre tjänsteman	8	6	5	6	6	25	36	32	28	29	6	4	4	3	3
Egen företagare	14	13	10	11	8	13	24	19	19	21	11	9	6	6	7

Kommentar: Urvalet innefattar såväl svenska som icke-svenska medborgare i åldrarna 15-85 år. Med regelbunden läsning avses läsning minst 3 dagar per vecka. I 2006 års undersökningsformulär ändrades skalan och 2007 års undersökningsformulär gjordes frågan om helt, vilket troligtvis kan förklara de kraftiga svängningarna dessa år. För 2009 avser kategorin 15-29 år åldersspannet 16-29 år. **Källa:** Respektive års nationella SOM-undersökning.

Tabell 4 Regelbunden läsning av Aftonbladet respektive Expressen på papper och/eller på Internet 2000-2009 (procent läsare minst tre gånger i veckan)

	'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	Diff
endast på papper											
Aftonbladet	15	14	17	15	13	11	8	8	12	11	-4
Expressen	11	6	9	8	7	7	5	5	5	5	-6
endast på Internet											
Aftonbladet	5	6	7	12	15	16	25	22	26	26	21
Expressen	2	2	2	4	6	7	11	9	11	10	8
antingen på papper och/eller Internet											
Aftonbladet	22	25	30	32	33	31	39	33	35	34	12
Expressen	13	9	13	13	14	15	17	14	15	15	2
både på papper och Internet											
Aftonbladet	3	5	6	5	5	5	6	4	3	10	7
Expressen	1	1	2	1	1	2	2	1	1	8	0
varken på papper eller Internet											
Aftonbladet	78	75	70	68	67	69	61	67	65	66	-12
Expressen	87	91	87	87	86	85	83	86	86	85	-2

Kommentar: Resultaten avser läsning av Aftonbladet och Expressen på papper respektive på Internet minst 3 dagar per vecka. Raden 'antingen på papper och/eller på Internet' visar andelen regelbundna tidningsläsare för respektive kvällstidning totalt för både papper och Internet, dvs. samtliga kombinationer av läsande för papper och Internet. Differensen anger högst uppmätta skillnad. **Källa:** Respektive års nationella SOM-undersökning.

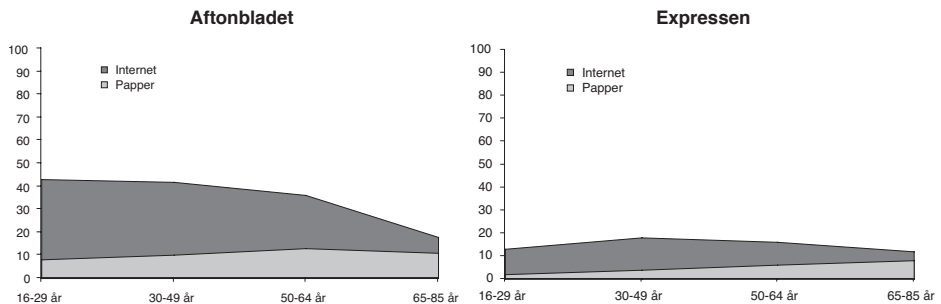
De senaste fyra åren har det varit omkring dubbelt så många svenskar som uppger att de endast läser Aftonbladet eller Expressen på internet jämfört med dem som uppger att de läser tidningarna i pappersform. Intressant att notera är läsandet av Aftonbladet i pappersform avtog under 2006 och 2007, men sedan dess återvänt till 2005 års nivåer. Kategorin som inte läser de båda kvällstidningarna vare sig på papper eller på nätet har under de tre senaste åren legat stabilt kring 66 procent för Aftonbladet och 85 procent för Expressen.

Det mest anmärkningsvärda och möjligen något oväntade resultatet är att tidningarnas nätversioner i och för sig kompenserar papperstidningarna vad gäller regelbundet läsande, men att den samlade läsningen på papper och nät faktiskt nådde sin kulmen 2006, och sedan dess stabiliserats på en nivå strax under. I figur 2 kunde vi se att det totala regelbundna läsandet av Aftonbladet i pappersformat

hamnade på 11 procent och för Expressen på 5 procent. När vi istället slår ihop samtliga kombinationer av regelbundet läsande ser vi att tidningarnas nätversioner bidrar med ett ansevärt tillskott om ungefär två tredjedelar till den totala kvällstidningsmarknaden – från 5 till 15 procent regelbundna läsare för Expressen och från 13 till 34 procent för Aftonbladet. Tittar vi sedan på det samlade läsandet för både papper och nät över tid så går det emellertid att konstatera att ökningen är förhållandevis liten.

När samtliga kombinationer av regelbundet läsande av både pappers- och nät-tidningar förs in i analysen av regelbundet läsande av Aftonbladet och Expressen i olika åldersgrupper märks skillnaderna mellan de båda kvällstidningarna tydligast (se figur 4).

Figur 4 Tillskott av regelbunden tidningsläsning på Internet för Aftonbladet och Expressen i olika åldersgrupper (procent)



Kommentar: Figuren visar andel regelbundna tidningsläsare på papper och hur andelen totala regelbundna läsare ökar vid komplettering med regelbundna tidningsläsare på papper och/eller på Internet. **Antal svar:** totalt antal svar för Aftonbladet respektive Expressen i de olika åldersgrupperna är 16-29 år (542) 30-49 år (1002) 50-64 år (918) 65-85 år (807) **Källa:** 2009 års nationella SOM-undersökning

Både för Aftonbladet och Expressen är det tydligt att nätversionerna bidrar med ett tillskott till den totala räckvidden. läsandet av papperstidningarna. Samtidigt visar figuren på relativt stora skillnader mellan Aftonbladet och Expressen i hur omfattande detta tillskott i realiteten är. För Aftonbladet innebär läsandet av nätversionen en fyrdubbling av det totala regelbundna läsandet i åldersgrupperna 16-29 år och 30-49 år (+35 respektive +32 procentenheter). För Expressen ser kompensationen lite annorlunda ut och befinner sig på helt andra nivåer. Här sker en flerdubbling av det regelbundna läsandet i ålderskategorierna 16-29 år (+9 procentenheter) och 30-49 år (+14 procentenheter), men nivåerna är väsentligt lägre än för Aftonbladet. Dessa mönster känns igen från föregående års analys (Färdigh & Westlund, 2009). Resultaten pekar återigen på att det framförallt är Aftonbladet som ligger bakom

kompensationen/ tillskottet till den totala regelbundna kvällstidningsläsningen. Aftonbladet.se har en bred spridning i olika regioner, vilket kan förklaras av att den är mycket mer än en nättidning, den är att betrakta vid en interaktiv, bred och uppdaterad informationssajt.

Framväxten av en ny ”kvällspress”

Vi har i kapitlet behandlat tre huvudfrågor. Den första frågan handlade om hur det regelbundna användandet av kvällspressens tryckta och digitala kanaler har förändrats för olika samhällsgrupper över tid. På en övergripande nivå är svaret enkelt, användningen av kvällspressens nätversioner ökar bland i stort sett samtliga samhällsgrupper. De inbördes skillnaderna mellan grupperna kvarstår. Den andra frågan avsåg belysa eventuella skillnader i utvecklingsmönster mellan Aftonbladet och Expressen, och här kan vi konstatera att dessa har liknande karaktär, om än att de ligger på olika nivåer. Den tredje frågan var huruvida den samlade kvällspressläsningen har ökat eller minskat genom flerkanalpubliceringen. Det har definitivt skett en ökning, och denna är särskilt påtaglig bland åldrarna 16-49 år.

På det hela taget har nätversionerna kommit att utgöra mer än ett komplement till kvällstidningarnas pappersversioner totalt och i olika samhällsgrupper. Denna analys av användningsmönster pekar mot, liksom föregående års analys, att nättidningen faktiskt blivit den egentliga huvudprodukten för såväl Aftonbladet som Expressen. Kvällspressen har därmed en skiftande karaktär, för i sin digitala form är dessa nättidningar mycket mer än bara nyhetsmedier. Detta beror mycket på deras nyttjande av web 2.0 funktioner.

Kring frågan om vad svenskar gör med kvällspressen just nu, och bakåt i tiden, kan vi vittna om långtgående neråtgående trend för papper, och uppgång för digitalt. Under de senaste åren har dessa utvecklingstrender stabiliserats något. Resultaten i denna artikel vittnar om den starka position kvällspressens nättidningar intagit, sett ur ett användarperspektiv. Det är vanligt att man i den gängse debatten säger att nättidningen är ett komplement till papperstidningen. För svensk kvällspress del ser vi emellertid numera snarast ett motsatt mönster där nättidningen används i klart högre utsträckning än dess motsats i tryckt form. Ur ett sådant perspektiv anser vi att resultaten kan tolkas som att nätnyhetssajterna har ersatt den tryckta tidningen. Man kan tala i termer av att det skett en kannibalisering som en följd av flerkanalpubliceringen av nyheter i både papper och digitalt.

Å andra sidan började papperstidningarnas minskning före det att digitala motsvarigheter introducerades på Internet, vilket talar för att ett minskande regelbundet läsande kvällspressen hade skett oavsett publicering på Internet. Samtidigt hade kanske nedgången i papperstidningsläsning varit ännu högre om det inte hade varit för just nätnyhetssajternas spridning. På det hela taget bevittnar vi en framväxt av en ny typ av ”kvällspress”, vars medielogik är knuten till såväl tryckta som digitala distributionsformer, där det är den senare som ökar sin andel i alla grupper av läsare och är

på väg att bli de viktigaste nationella digitalmedierna. Hur denna nya digitalpress fortsättningsvis kommer att användas får utläsas i framtida SOM-undersökningar.

Oavsett hur man väljer att tolka resultaten i det här kapitlet så kvarstår det faktum att den kanal som genererar de största intäkterna och därför också kan anses vara kvällstidningarnas huvudprodukt är papperstidningen. Enligt respektive företags senaste årsredovisningar från 2008 gjorde båda kvällstidningarna bra resultat. Expressen gjorde rentav sitt näst bästa resultat genom tiderna. Kring intäkter från Internet står det emellertid klart att svensk press ligger efter, de största ökningarna kommer istället från sökordsmarknaden (Melesko, 2010). Att frågan om affärsmodeller för ökad lönsamhet genom digitala medier har seglat upp i prioritet på agendan är därför knappast förvånande. Utveckling av sådana lösningar är sannolikt det svar vi skulle få om vi skulle fråga kvällspressens ledningsgrupper vad de gör just nu.

Noter

- ¹ Notera att kriteriet för att räknas som regelbunden tidningsläsare är något lägre för kvällstidningsläsning än för morgontidningsläsning (3 respektive 5 dagar i veckan) och har använts i samtliga SOM-undersökningar.
- ² De mätningar av unika webbläsare per vecka som KiaIndex gör kan vi notera en ökning om drygt 14 procent för Aftonbladet och drygt 10 procent för Expressen mellan höstveckan 45 för år 2009 jämfört med samma vecka 2008.

Referenser

- Ahrne, Göran, Christine Roman och Mats Fransén (2008) *Det sociala landskapet – en sociologisk beskrivning av Sverige från 50-tal till 90-tal*. Göteborg: Korpen.
- Andersson, Ulrika (2007) *Fokus på unga vuxna – Sociala förändringar och växande medieutbud skapar nya medievanor bland unga*. Arbetsrapport nr. 46. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- Elvestad, Eiri. och Arild, Blekesaune (2008). 'Newspaper readers in Europe: a multilevel study of individual and national differences', *European Journal of Communication*, Vol. 23(4), pp. 425-447
- Färdigh, Mathias A. och Oscar Westlund (2008) "Kvällstidningsläsning på papper och digitalt". I Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red.) *Svensk höst Skilda världar – Trettiofyra kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Melesko, Stefan (2010) "Press under press", Inger Jalakas (red) *Press under press*, Publicistklubbens årsbok, Stockholm
- Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2009 (2010) Ulla Carlsson (red) Nordicom Sverige

- Hadenius, Stig., Lennart Weibull och Ingela Wadbring (2008) *Massmedier – press, radio och tv I den digitala tidsåldern*, Ekerlids förlag, Falun
- Salzman, Catherine (2007) "Editorial Board Forum: Management Challenges and Research Issues", *International Journal on Media Management*, 9:3, 87-93.
- Scholz, Christian och Uwe Eisenbeis (2008) *Looking to the future of modern media management – changes, challenges, opportunities*, Formalpress, Lisboa
- Wadbring, Ingela (2005) "Strukturer och kulturer". I Bergström, Annika, Ingela Wadbring och Lennart Weibull (red.) *Nypressat – Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- World Association of Newspapers and IFRA (2009) *Charting the course for newspapers*, Strategy report, Volume 9, number 3, December 2009
- Wilberg, Erik (2009) *Media future and change study 2009 – a study of Nordic media houses*, World Association of Newspapers and IFRA
- Westlund, Oscar (2010) "Kamp med nya villkor", Inger Jalakas (red), *Press under press*, Publicistisk årsbok 2009, Stockholm
- Westlund, Oscar och Mathias A Färdigh (2010) *Press under pressure*, paper presented at the IX World Media Economics and Management Conference, June 2010, Bogotá, Colombia