

Arbetsrapport nr. 39

Partiernas press

En studie av politisk opinionsbildning, svenska ledarskribenter
och den "egentliga" partipressen

Jonas Ohlsson

Sammanfattning

Syftet med den här studien är att belysa vilken roll de tre dagstidningarna *Aktuellt i Politiken*, *Kristdemokraten* och *NU Det liberala nyhetsmagasinet* har i den del av den politiska opinionsbildningen som förs på dagspressens ledarsidor. Gemensamt för tidningarna är att de är de enda tidningar inom den svenska dagspressen som uppfyller de krav som traditionellt har ställts på en utpräglad partipress: de ägs, helt eller delvis, av ett parti (s, kd respektive fp), de har ett innehåll som är präglad av partiets politik och de läses huvudsakligen av partiets anhängare.

Det kan inledningsvis konstateras att tidningarna inte har samma målsättningar med det kommenterande materialet på deras respektive ledarsidor: AiP:s huvudsakliga målsättning är att förmedla partinära argument och opinioner till de egna partileden; *Kristdemokraten* vill utgöra en kristdemokratisk röst i den politiska opinionsbildningen, varför ambitionen är att tidningens ledarsidor ska nå reportrar på andra medier; *NU*:s primära mål är att påverka folkpartiets politik och tidningen vill således utgöra en fristående röst i debatten som den förs inom partiet. *Kristdemokraten* är alltså den tidning som tydligast uttrycker en vilja att vara en del av den politiska opinionsbildning som tilldrar sig på dagspressens ledarsidor.

Studiens syfte är formulerat utifrån teorin att opinioner sprids i flera steg – en process i vilken medierna spelar en central roll. En premis för att partitidningarna ska kunna vara en del av opinionsbildningen på dagspressens ledarsidor är emellertid att de inte bara läses av andra ledarskribenter utan att dessa även tillskriver tidningarna tillräcklig betydelse för att låta sig influeras av, och kommentera, deras innehåll på ledarplats. Just denna del av studien har haft som utgångspunkt de svenska ledarskribenternas informations- och inspirationskällor. Utifrån skribenternas redogörelse för sin mediekonsumtion spelar andra dagstidningar en mycket stor roll i båda fallen. Det framgår även att majoriteten av ledarskribenterna i sin dagstidningskonsumtion i alla fall i någon omfattning inkluderar en eller fler av de tre partitidningarna.

Resultaten visar att partifärgen på respondenternas tidningar är den enskilda faktor som har klart störst betydelse för hur de förhåller sig till tidningarna; partitidningarnas målsättningar förefaller i detta avseende spela en underordnad roll. De socialdemokratiska skribenterna är de flitigaste AiP-läsarna och är samtidigt den grupp som i de flesta aspekter ger tidningen bäst omdömen. Samma sak kan i hög grad sägas om de liberala skribenternas förhållande till *NU*. Såväl AiP som *NU* (som båda är del av större politiskt definierade pressfärer) attribueras samtidigt störst betydelse av de skribenter som tydligast ger uttryck för ett nära förhållande till socialdemokraterna respektive folkpartiet. Bland de skribenter där närheten till de två partierna är att uppfatta som lägst är också inställningen till partitidningarna som mest kritisk. Vad *Kristdemokraten* beträffar så är resultaten mer jämnt fördelade – dock ges tidningen i allmänhet bäst omdömen av den moderata ledarskribentkåren.

Det kan konstateras att trots att ledarskribenterna i hög grad tonar ner partitidningarnas betydelse, väljer de i relativt stor utsträckning att referera till dem på sina egna ledarsidor. Även om skillnaderna i tidningarna emellan är relativt små, är det emellertid AiP som tillskrivs störst opinionsbildande betydelse av den samlade ledarskribentkåren; ett resultat som stärks av att tidningen är den som i klart högst grad förekommit på andra tidningars ledarsidor. Att partitidningarna, trots dessa skillnader, har betydelse för den politiska opinionsbildning som förs på andra tidningars ledarsidor kan därmed fastslås.

Studiens empiriska resultat bygger på intervjuer med de tre tidningarnas chefredaktörer, samt en webbaserad enkätundersökning bland ledarskribenterna på landets morgontidningar med utgivning sex eller sju dagar i veckan.

Innehåll

Inledning - 1 -

Uppsatsens disposition - 2 -

Partierna och pressen - 4 -

Den svenska partipresstraditionen - 4 -

En partipolitisk press tar form - 4 -

Pressdöd och presstöd - 6 -

En förändrad journalistkår - 7 -

Partipressen idag - 9 -

Partipressbegreppet - 9 -

Lägesbeskrivning anno 2006: partipressen avyttrad - 10 -

Tre »begreppstroga» partitidningar - 12 -

Dagspress och opinioner - 16 -

Dagspressens funktioner i den svenska demokratin - 16 -

Dagspressens roll i den politiska opinionsbildningen - 18 -

Nya förutsättningar för partierna - 20 -

Ledares opinionsbildande funktion - 22 -

Ledares innehåll och ledarskribenters produktionsvillkor - 23 -

Partitidningarna i den politiska opinionsbildningen - 26 -

Syfte och frågeställningar - 28 -

Om studien - 30 -

Metodval - 30 -

Intervjuerna - 31 -

Enkätundersökningen - 32 -

Studiens giltighet och tillförlitlighet - 35 -

Partitidningarna om opinioner - 37 -

Aktuellt i Politiken - 37 -

Om ledarsidan - 38 -

Tidningens opinionsbildande roll: målsättningar och målgruppstänkande - 38 -

Angående uppmärksamhet i andra medier - 38 -

Angående relationen till partiet - 39 -

Kristdemokraten - 39 -

Om ledarsidan - 40 -

Tidningens opinionsbildande roll: målsättningar och målgruppstänkande - 41 -

Angående uppmärksamhet i andra medier - 41 -

Angående relationen till partiet - 43 -

NU Det liberala nyhetsmagasinet - 43 -

Om ledarsidan - 43 -

Tidningens opinionsbildande roll: målsättningar och målgruppstänkande - 44 -

Angående uppmärksamhet i andra medier - 44 -

Angående relationen till partiet - 45 -

En enhetlig partipress? - 46 -

Opinioner om partitidningarna - 50 -

Ledarskribenters informations- och inspirationskällor - 50 -

Informationskällor - 51 -

Ledarskribenters ämnesval - 52 -

Ledarskribenterna och partitidningarna - 54 -

Tillgång - 54 -

Läsning - 55 -

Ledarskribenterna om ... - 58 -

... partitidningarnas allmänna kvalitet - 58 -

... partitidningarnas självständighet - 59 -

... partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen - 60 -

Partitidningarna på dagspressens ledarsidor - 62 -

En opinionsbildande partipress? - 64 -

Partipressen är död – Länge leve partipressen? - 67 -

Bilagor

Referenser - 69 -

Tabeller - 71 -

Intervjumall chefredaktörer - 77 -

Missivbrev enkätundersökning - 78 -

Enkätundersökning ledarskribenter - 79 -

Förteckning över undersökta tidningar - 83 -

Kapitel I

INLEDNING

Partipressen är död, det säger alla. Men frågan är hur många som verkligen beskådat liket.¹

Att ta sig före att beskriva hur den svenska dagspressen vuxit fram låter sig inte göras utan att också beskriva det partipolitiska systemets framväxt. När de politiska partierna tagit fast form kring förra sekelskiftet hade samtliga – antingen genom uppköp, samarbetsorganisationer eller egna grundanden – en utbyggd press knuten till sig. Det ansågs naturligt att tidningarna i sin nyhetsrapportering framhävde det egna partiet; vad som försiggick inom andra partier överlät man åt andra tidningar, och de gånger man bemödade sig med att kommentera motståndarnas förehavanden användes ofta kritiska och förklenande ordalag.²

Denna beskrivning av dagspressens förhållande till det politiska systemet kan tyckas högst främmande för en dagstidningsläsare i dagens Sverige; idag när det snarast kan uppfattas som att medierna tar ställning *mot* partierna än för dem. Att indela tidningar efter politisk tendens har inte längre samma betydelse som tidigare, och de dagstidningar som idag har kvar sin partipolitiska signatur har också sedan länge markerat sitt oberoende.

Ska man utifrån denna scenförändring försöka sig på att förklara vad som hänt i relationen mellan pressen och partierna, kan man sluta sig till att de senare, när det gäller inflytande på dagstidningarnas innehåll, vackert fått stryka på foten för den oberoende och granskande journalistiken. Till detta kommer det krassa faktum att det oberoende journalistiska idealet låtit sig väl förenas med dagspressens allt tydligare kommersiella ambitioner.³ Det politiska oberoendet har varit en viktig faktor då det gäller att attrahera annonsörer och nya läsare. De partipolitiska incitamenten för att ge ut tidningar har alltså även fått stiga tillbaka till förmån för tidningsutgivning som en affärsverksamhet – att idag starta en dagstidning med partiloyalitet som främsta konkurrensmedel skulle knappast få riskkapitalisterna att hänga på låset.

Det finns emellertid fortfarande tre dagstidningar som samtliga uppfyller de krav som traditionellt har ställts på en utpräglad partipress: de ägs, helt eller delvis, av ett parti, de har ett innehåll som är präglat av partiets politik och de läses huvudsakligen av partiets anhängare. De tre tidningarna är socialdemokratiska *Aktuellt i Politiken*, kristdemokratiska *Kristdemokraten* och folkpartistiska *NU Det liberala nyhetsmagasinet*, och det är denna trio som står i fokus för den här uppsatsen. Vid sidan av den tydliga partikopplingen har tidningarna även flera andra saker gemensamt: de är Stockholmsbaserade men riksspridda, de ges ut en dag i veckan, och de klassificeras av Presstödsnämnden som allmänna nyhetstidningar vilket berättigar dem till presstöd. Bortsett från deras politiska tendens rör det sig alltså om en till strukturen tämligen homogen grupp tidningar.

Syftet med den här studien är att belysa vilken roll de tre dagstidningarna *Aktuellt i Politiken*, *Kristdemokraten* och *NU Det liberala nyhetsmagasinet* har i den del av den politiska opinions-

¹ Nord 1998:1.

² Se t.ex. Hadenius - Weibull 1991.

³ Ibid.

bildningen som förs på dagspressens ledarsidor. Även om dessa tre tidningar utgör de enda kvarvarande exemplen på partipress i sin mest utpräglade form, betyder det inte att banden mellan partierna och dagspressen är helt avklippta. Den stora massan storstads- och landsortstidningar har fortfarande en uttalad partipolitisk eller ideologisk tendens, vilket kommer till uttryck på tidningarnas ledarsidor. Det är på ledarsidorna som dagstidningar deltar som aktörer i den politiska opinionsbildningen; det är här de tar ställning i det politiska skeendet och det är här de polemiserar med andra tidningar. Trots att dagens dagstidningar är opartiska och självständiga i sin nyhetsförmedling finns det alltså fortfarande en del inom dagspressen som är undantaget det nya oberoende och avpolitiserade idealet.

Den svenska dagspressen står således med ena benet i det nya oberoende idealet och det andra kvar i partipresssystemet. Ambitionen med denna uppsats är att undersöka hur de tre partierna genom sina tidningar samverkar med den del av tidningarnas innehåll där partipresstraditionen fortfarande gör sig påmind. Är de tre partitidningarna att betrakta som en marginaliserad kvarleva från forna tiders partipresssystem eller fyller de i själva verket en viktig funktion som aktörer i den politiska debatten? Samtidigt kan det vara betydelsefullt för tidningarna att få en bild av i vilken utsträckning de når andra tidningars ledarredaktioner. Läser dagstidningarnas ledarskribenter överhuvudtaget de tre partitidningarna och hur förhåller de sig i sådana fall till deras innehåll? Det är dessa frågor, och förhoppningsvis några till, som denna uppsats är ämnad att besvara.

Initiativtagare till uppsatsen är Jan Fröman, chefredaktör på tidningen NU; som framgår av syftet har studien emellertid utformats så att den omfattar samtliga tre partitidningar. Valet av infallsvinkel har dessutom stått mig relativt fritt, och beslutet att rikta fokus mot tidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen, liksom att i detta avseende utgå från dagspressens ledarskribenter, bottnar därför i mitt eget intresse för ämnet. För att uppfylla studiens syfte har två empiriska undersökningar genomförts. Inledningsvis har tidningarnas chefredaktörer intervjuats angående deras syn på tidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen. Därefter har en webbenkät gått ut till samtliga ledarskribenter vid landets morgontidningar med sex- eller sjudagars utgivningsfrekvens. Det är dessa båda undersökningar som ligger till grund för mina slutsatser.

Uppsatsens disposition

Efter detta inledande kapitel följer kapitel två, *Partierna och pressen*. Kapitlet består av två delar: den första innehåller en kortare historik över det svenska partipresssystemet, medan den andra inleds med en diskussion kring partipressbegreppet, vilken i sin tur ligger till grund för en genomgång av partiernas press idag. Det är också här som tidningarna AiP, Kristdemokraten och NU presenteras närmre.

Kapitel tre, *Dagspress och opinioner*, är uppsatsens teorikapitel. Kapitlet fokuserar de politiska partierna och dagspressen som aktörer i den politiska opinionsbildningen. Särskilt utrymme ges åt den svenska forskningen kring dagspressens ledarsidor och ledarskribenter.

Kapitel fyra, *Partitidningarna i den politiska opinionsbildningen*, inleds med min problemdiskussion, vilken följs av studiens syfte och frågeställningar.

Femte kapitlet, *Om studien*, innehåller en presentation av de metoder och det material som ligger till grund för studiens empiriska resultat.

Kapitel sex, *Partipressen om opinioner*, är det första av studiens två empiriska kapitel. Här redogörs för de tre tidningarnas syn på sin roll i den politiska opinionsbildningen.

I studiens sjunde kapitel, *Opinioner om partipressen*, diskuteras först varifrån svenska ledarskribenter hämtar information och inspiration till sitt ledarskrivande, och därefter vilken betydelse de i dessa båda avseenden tillskriver de tre partitidningarna.

Det åttonde och avslutande kapitlet, *Partipressen är död – Länge leve partipressen?*, inleds med vilka slutsatser som kan dras utifrån analyserna i de två empiriska kapitlen. Därefter förs en vidare diskussion kring vad som med utgångspunkt i studiens resultat kan sägas om banden mellan det partipolitiska systemet och dagspressens ledarsidor.

Som bilagor till uppsatsen finns referenser, statistiska tabeller med anknytning till studien, samt uppgifter om de delstudier som genomförts.

Kapitel II

PARTIERNA OCH PRESSEN

I det här kapitlet är avsikten att i huvudsakligen kronologisk följd ge en övergripande framställning av banden mellan de politiska partierna och den svenska dagspressen. Kapitlet är indelat i två delar. I del ett redogörs för partipressens utveckling i Sverige; tonvikten ligger i detta avseende på dagspressens opinionsbildande ambitioner. Delkapitlet ska inte ses som en heltäckande historik, utan snarare som en koncentrerad förhistoria till dels varför relationen mellan pressen och det politiska systemet idag ser ut som den gör, dels var i denna ordning de tre partitidningarna kommer in. Det är nämligen mot bakgrund av just dagspressens allmänna utveckling som AiP, Kristdemokraten och NU är forskningsmässigt intressanta; som vi ska se har de tre tidningarna startats och kommit att verka under en period då banden mellan partier och dagspress blivit allt lösare. I del två ges så en kortare översikt av vad som finns kvar av den svenska partipresstraditionen idag. Banden mellan parti och press kan emellertid ta sig uttryck på olika sätt, därför förs först en diskussion kring själva partipressbegreppet. Delkapitlet avslutas med en presentation av de tre tidningarna som är föremål för den här studien.

Den svenska partipresstraditionen

Relationen mellan partier och press sträcker sig långt tillbaka i Sverige. I detta delkapitel ges en historisk översikt över dels hur dessa band kommit till, dels vilka faktorer inom politiken, pressen och samhället i övrigt, som inverkat på att relationen varit ömsom stark, ömsom svag. Det kan inledningsvis vara på sin plats att påpeka att den svenska partipressen inte varit något statskontrollerat system, utan ett resultat av initiativ från såväl privatpersoner som organisationer och folkrörelser.

En partipolitisk press tar form

År 1830 startades tidningen Aftonbladet av industrimannen och politikern Lars Johan Hierta. Det hade ända sedan 1600-talets mitt getts ut tidningar i Sverige, men det är först i och med Aftonbladet som man kan börja tala om en modern press. Tidigare tidningar hade i huvudsak varit antingen nyhets- och annonsblad eller tidskriftsliknande politiska organ, men Hierta, inspirerad av engelsk och fransk press, kombinerade dessa båda tidningstyper och resultatet blev en bred tidning med olika typer av innehåll. Hierta propagerade genom sin tidning för näringsfrihet, tryckfrihet, frihandel och allmänna val, och Aftonbladet kom även att bli ett organ för den politiska oppositionen mot kung Karl XIV Johan. Trots att tidningen drevs med kommersiella ändamål fanns där alltså även en tydlig politisk och opinionsbildande ambition.⁴

Mer eller mindre i Aftonbladets efterföljd startades fram till mitten av 1800-talet en rad liberala tidningar såsom Göteborgs Handels- och Sjöfarts-Tidning, Hallandsposten, Nerikes Allehanda, Vestmanlands Läns Tidning och Östgöta Correspondenten. Under 1860-talet följde exempelvis Dagens Nyheter, som grundades av Hiertas adept Rudolf Wall, och under 1870-talet tillkom bland andra Sydsvenska Dagbladet i Malmö. Parallellt med den liberala pressen växte det även

⁴ Gustafsson 1996:11-12; Vallinder 1970:28-29; Hadenius - Weibull 2005:49; 1991:7.

fram en konservativ press ute i landet, med Nya Wermlands-Tidningen och Borås Tidning som noterbara exempel. Bortsett från storstadstidningarna och ett fåtal landsortsorgan förblev dock de flesta tidningarna länge opolitiska nyhets- och annonsblad.⁵

Decennierna kring förra sekelskiftet kom att präglas av ett livligt tidningsgrundande i Sverige. Utvecklingen på tidningsmarknaden var i hög grad en följd av det politiska läget i landet. Under 1880-talets andra hälft rasade en häftig strid om tullarna på spannmål, medan åren kring sekelskiftet dominerades av rösträttsfrågan och olika sociala frågor. Den intensiva politiska debatten bidrog till att det politiska intresset breddades och fördjupades, bl.a. med ett ökat valdeltagande som följd. Partipolitiken var dock ännu i sin linda; det fanns många olika politiska grupperingar, och då dessa i allmänhet saknade en effektiv central organisation var spelrummet stort för lokala krafter. De olika politiska riktningarna och lokala grupperna behövde emellertid språkrör för att föra ut sina idéer. Här kom pressen att spela en viktig roll.⁶

Aktiveringen av politiken fick alltså konsekvenser även inom pressen. En del tidningar skärpte sin tidigare politiska inställning, medan andra helt enkelt bytte sida. Mer eller mindre som följd av tullstriden startade dessutom en rad nya tidningar med tydliga politiska syften. Hit hör de första socialdemokratiska tidningarna – Social-Demokraten i Stockholm, Arbetet i Malmö och Ny Tid i Göteborg.⁷ Liksom i flera andra europeiska länder kring slutet på 1800-talet hade det i Sverige bildats ett arbetareparti. Dessa partier fick snart en press knuten till organisationen, något som också kom att bli fallet i Sverige.⁸ När det socialdemokratiska partiet startades 1889 kunde man emellertid inte vänta sig stöd från någon av de befintliga tidningarna. Följden blev man redan från början fick inrikta sig på att bygga upp en egen press.⁹

I och med uppkomsten av den socialdemokratiska pressen under slutet av 1800-talet fick Sverige sin första utpräglade partipress. Dessa tidningar uppfyllde samtliga tre kriterier på en partitidning: de ägdes av partiorganisationen, de hade ett innehåll som var präglad av partiets politik och de lästes huvudsakligen av partiets sympatisörer. Inom arbetarrörelsen låg det på det socialdemokratiska partiets lott att propagera för de socialistiska idéerna och i denna agitation intog pressen en viktig plats. Det fackliga och politiska materialet kom därför att dominera i de flesta av tidningarna. Den journalistiska stilen var ofta tydligt agitatorisk och många av tidningarna kom också att kritiseras för att ha ett tungt och svårtillgängligt material. En förklaring till detta var att redaktörerna i allmänhet saknade journalistisk erfarenhet. Redaktörsrollen sågs i första hand som en funktionärssyssla inom partiet.¹⁰

Arbetarrörelsens press innebar således något nytt inom den svenska dagspressen. Tidigare hade det visserligen funnits tidningar som uttryckt sitt stöd åt olika politiska riktningar. Men detta stöd gjorde inte tidningarna bundna till varandra eller beroende av ett parti.¹¹ De flesta konservativa och liberala tidningarna var i stället privatägda, vilket medförde att de även drevs utifrån

⁵ Vallinder 1970:30; Hadenius - Weibull 1991:8.

⁶ Hadenius - Weibull - Seveborg 1968:24-25, 34-36; Vallinder 1970:30

⁷ Vallinder 1970:31.

⁸ Hadenius - Seveborg - Weibull 1968:14.

⁹ Hadenius - Weibull 2005:56.

¹⁰ Hadenius - Seveborg - Weibull 1968:84-85, 96.

¹¹ Ibid. s. 97.

ekonomiska mål. Aftonbladets ägare och redaktör Lars Johan Hierta avsåg exempelvis, liksom flertalet andra samtida och senare privata tidningsutgivare, att både tjäna pengar och driva politik.

Under 1900-talets två första decennier växte det även fram tidningar startade av Jordbrukarnas riksförbunds lokalorganisationer. Denna press, som senare skulle bli stommen i den centerpartistiska pressen, fick en struktur som liknade den socialdemokratiska, bl.a. genom att tidningarna betraktades som ett led i rörelsen. Detsamma gällde i än högre utsträckning det kommunistiska partiets tidningar.¹²

Under decennierna kring förra sekelskiftet kom alltså det politiska materialet i form av nyheter och kommentarer att få större utrymme i den svenska pressen än tidigare. Ungefär samtidigt upprättades mellan tidningar och partier de förbindelser som kom att bli utmärkande för den svenska pressen. Samtliga partier hade vid tiden omkring första världskriget en utbyggd press och tidningarna företrädde sina partier inte bara i ledare utan också på nyhetsplats.¹³ Särskilt starka var banden mellan parti och press inom arbetarrörelsen, men även inom det andra folkrörelsepartiet, bondeförbundet, satte man ett stort opinionsvärde i en egen press. Såväl den socialdemokratiska pressen som bondeförbundspressen var i högre grad än den liberala – och i viss mån den konservativa – pressen propagandistiska och inriktade på partiorienterad agitation. De borgerliga tidningarna ansågs stödja partiernas linje främst genom att de förespråkade näringsfrihet och marknadsekonomi.¹⁴

Pressdöd och presstöd

Hårdare tider väntade dock för många svenska dagstidningar. Samtidigt som den redaktionella volymen under 1950-talet ökade kraftigt hos de stora, i regel liberala, tidningarna, tappade många mindre tidningar terräng. I synnerhet var det de s.k. andratidningarna som fick det svårare, dvs. de tidningar som hade en upplagemässigt större konkurrent på sin utgivningsort. Denna utveckling skapade oro bland de politiska partier som såg att deras lokala språkrör hotades. Konsekvensen blev att partierna, eller dem närstående organisationer, började ge ekonomiska bidrag till de tidningar som hade svårt att klara sig på en alltmer kommersiell marknad. Under 1950- och 1960-talen kanaliserades därför betydande subventioner till den svenska partipressen i syfte att upprätthålla ett opinionsstöd för den egna politiska riktningen.¹⁵

Högern valde dock under mitten av 1950-talet att successivt avveckla sitt partistöd. Partiet ansåg att pressen trots allt hade en begränsad opinionsroll i förhållande till de ekonomiska insatser som skulle krävas för att hålla de högerorienterade tidningarna vid liv. Den tidningsdöd som tog sin början drabbade därför i första hand moderata tidningar, men slog även hårt mot den liberala pressens mindre tidningar. Under perioden 1951–1964 försvann totalt 35 procent av dagstidningarna i landet.¹⁶

Trots betydande subventioner kom även den socialdemokratiska pressen att tvingas till nedläggningar. År 1963 avvecklades Göteborgstidningen Ny Tid, vilket föranledde den debatt som i sin

¹² Vallinder 1970; Hadenius - Seveborg - Weibull 1968; Hadenius - Weibull 1991, 2005.

¹³ Vallinder 1970:31; Hadenius - Weibull 1991:9.

¹⁴ Nord 1997:51.

¹⁵ Hadenius - Weibull 1991:20; 2005:106-107.

¹⁶ SOU 1965:22. Dagstidningarnas ekonomiska villkor, s. 30-31; Hadenius - Weibull 1991:20.

tur ledde fram till tillsättandet av den första statliga pressutredningen. Efter att ha slagit fast att det fanns ett behov av stödåtgärder föreslog utredningen att ett statligt stöd skulle utgå, men inte till tidningarna utan till de politiska partierna. Stödet skulle fördelas mellan partierna i proportion till resultaten från föregående riksdagsval; därefter kom det på partiernas lott att fördela stödet till behövande tidningar. Även om betänkandet kan sägas vara karakteristiskt för tidens syn på parti-pressen som en central del för den politiska opinionsbildningen kom det aldrig att förverkligas.¹⁷ Kritikerna pekade bl.a. på riskerna med att binda upp pressen till de politiska partierna. Genom att ge partierna kontroll över det statliga stödet riskerade man att drastiskt kringskära pressens granskande funktion.¹⁸

Det som numera brukar betecknas som det egentliga presstödet, det s.k. produktionsbidraget (numera kallat driftsstöd), inrättades 1971 efter en uppgörelse mellan socialdemokraterna och centern – utan föregående utredning. Denna stödform innebar att andratidningarna fick ett direkt stöd baserat på deras position på marknaden. Flera pressutredningar – den senaste så sent som i år – har sedan dess utvärderat presstödet och föreslagit olika förbättringar. Några större ändringar, förutom en del nya stödformer, har dock inte gjorts.¹⁹

En förändrad journalistkår

Kännetecknande för den svenska dagspressen från förra sekelskiftet och flera decennier framåt var alltså att tidningarnas politiska hemvist kom till uttryck inte bara på kommentarplats utan också i övrigt. De lokala tidningarna runt om i landet hade inte ambitionen att spegla hela det politiska fältet; det »egna» partiet prioriterades och man överlät till andra att berätta om motståndarnas förhållanden. Journalistiken dominerades helt av utgivarna och/eller publicisterna. Det var deras eller dem närstående grupper värderingar som präglade tidningarnas innehåll. Journalisterna uppfattades därför under lång tid främst som referenter och rapportörer. De skrev anonymt eller under signatur, medan publicisterna framträdde med egna namn eller egna spalter.²⁰

Den partipolitiskt präglade journalistiken var fortsatt framträdande in på 1950- och -60-talen, i synnerhet inom landsortspressen. En förklarande faktor var att en klar majoritet av enskilda tidningars journalister ofta hade samma partitillhörighet som tidningen. Efter andra världskriget hade emellertid en motkraft mot partipresssystemet börjat ta form, och inom dagspressen inleddes en utveckling mot ökad journalistisk självständighet. I bräschen för denna utveckling gick tidningen Expressen, grundad 1944. Den var visserligen folkpartistisk på ledarplats men på nyhetssidorna intog tidningen en oberoende ställning. I stället ville man stå på »den lille mannens» sida mot överheten. Expressen gav på amerikanskt manér den granskande journalistiken en framträdande roll, något som vid den tiden var helt nytt för den svenska dagspressen.²¹

Statsvetaren Torbjörn Vallinder noterar redan vid 1970-talets början att det går att se en generell minskning av partibundenheten i tidningarnas innehåll. Bidragande orsaker var dels att motsättningarna hade minskat, dels att konkurrensen inom dagspressen hade ökat – att då framträda som

¹⁷ Hadenius - Weibull 1991:21; SOU 1965:22. Dagstidningarnas ekonomiska villkor, s. 7, 123-124.

¹⁸ Se t.ex. utredningsledamöterna Ander och Lundströms reservation till förslaget (SOU 1965:22, s 126-129).

¹⁹ Hadenius - Weibull 1991:22, 2005:107.

²⁰ Hadenius - Weibull 1991:27-29.

²¹ Hadenius - Weibull 2005:294-295, 1991:29-30.

ett utpräglat partiorgan kunde vara en hämmande faktor. Talande för denna utveckling var att det hade blivit allt vanligare att ledande tidningar, bl.a. i samband med valrörelser, tog avstånd från partilinjens i viktiga frågor.²² Men även förändringar inom journalistkåren under efterkrigstiden kom att inverka på tidningarnas förhållande till de politiska partierna. Dessa förändringar kan sammanfattas i följande två punkter:²³

- Journalistiken har professionaliserats i så måtto att andelen journalister med formell högskoleutbildning har ökat. En ny rad bevakningsområden såsom arbetsmarknad, näringsliv, miljö och ekonomi har tillkommit, vilket medfört ett behov av journalister med specialkunskaper.
- Självständigheten har ökat. Gränserna mellan ledarsidan och nyhetssidorna har blivit klarare; journalister som verkar utanför ledarsidan eller den opinionsbildande delen ska stå fria från såväl politiska som andra organiserade intressen. Som redan noterats var Expressens »nya» journalistik något av en banbrytare, men även utvecklingen inom etermedierna kom att få stor betydelse. 1960-talets nya och objektiva radio- och TV-journalistik lade grunden för ett nytt journalistideal med granskning och opartisk information som ledstjärnor. Dagspressens journalister kom därför på nyhetsplats att alltmer följa samma normer i sin bevakning.

Partipressen präglades länge av att tidningarnas medarbetare stödde tidningarnas partipolitiska linje. Denna samstämmighet hade sin naturliga bakgrund i den politiska mångfald som karakteriserade många lokala tidningsmarknader. Tidningarna hade möjlighet att vara selektiva i sin rekrytering, samtidigt som journalisterna självklart sökte sig till den tidning med vars åsikter man sympatiserade. Tidningsdöden på 1950- och -60-talen ändrade dessa förutsättningar radikalt. Möjligheterna för journalisterna att söka sig till tidningar med »rätt» politisk tendens minskade, åtminstone för de som ville vara kvar i sin hemregion.²⁴

Ytterligare en viktig anledning till den professionella journalistideologins stora genomslag är att den oberoende journalistiken kommit att passa väl in i dagspressens ökande marknadsorientering.²⁵ I och med att allt fler lokala tidningsmarknader har blivit entidningsmarknader, har möjligheterna att nå nya läsargrupper ökat för de tidningar som har överlevt. I ett sådant läge har en politiskt oberoende nyhetsrapportering varit av stor betydelse. Det har alltså utvecklats både ett kommersiellt och journalistiskt intresse att skapa klara skiljelinjer mellan partipolitisk opinionsbildning och nyhetsjournalistik. Denna utveckling har kommit att få vittgående konsekvenser för den traditionella partipressen. Stig Hadenius och Lennart Weibull lyfter fram tre huvudtendenser beträffande dagspressens innehåll sedan 1970-talet:²⁶

1. Nyhetsjournalistiken har blivit allt mindre bunden till tidningens politiska färg. Från att på nyhetsplats ha premierat det egna partiet har normen blivit att alla partier ska ges lika behandling.

²² Vallinder 1970:32.

²³ Hadenius - Weibull 1991:31.

²⁴ Hadenius - Weibull 1991:42; jfr Nord 2001:9.

²⁵ Hadenius - Weibull 1991:45.

²⁶ Ibid. s. 39.

2. Den politiska linjen på ledarplats har blivit allt mer allmänideologisk och mindre knuten till enskilda politiska partier. Bakgrunden till denna utveckling är att tidningar även på ledarplats har sökt markera en ökad självständighet. Tendensen är särskilt tydlig inom den folkpartistiska och moderata pressen. Det hör inte längre till ovanligheterna att ledarskribenter kritiserar den egna partilinjen.²⁷
3. Debattsidor och kolumnister har ökat i betydelse. I synnerhet har fristående kolumnister fått en alltmer framträdande roll i opinionsbildningen.

Partipressen idag

Så vad finns egentligen kvar av den svenska partipresstraditionen? För att besvara denna fråga krävs ett klagörande kring hur begreppet partitidning egentligen bör definieras. Första delen av detta delkapitel ägnas också åt just detta ämne. I det därpå följande avsnittet redogörs så för vilka direkta band som idag finns kvar mellan de politiska partierna och den svenska dagspressen. Kapitlet avslutas med en presentation av AiP, Kristdemokraten och NU.

Partipressbegreppet

Tidigare partipressforskning har visat att det kan finnas en rad olika band mellan partier och tidningar. Även på det begreppsmässiga planet har det förekommit en hel del variation, vilket bl.a. tydliggörs i Stig Hadenius, Jan-Olof Seveborg och Lennart Weibulls genomgång av de olika definitionsförsök som gjorts inom forskningen på ämnet.²⁸ Av denna framgår att en bland pressforskare ofta använd distinktion är den mellan *partipress* och *partiriktningspress*. Skiljelinjen mellan den »egentliga» partipressen (även benämnd partiofficiell, partiofficiös och partibunden press) och den övriga partipressen dras här vid ägande och/eller ekonomiskt beroende, vilket av många forskare har betraktats som det främsta kriteriet på partipress. Den partiriktede pressen kännetecknas i första hand av ett ägarmässigt och ekonomiskt oberoende från partiet, där det ändå finns en ideologisk koppling, sympatisering med partiets politik osv.

Skillnaden mellan partipress och partiriktningspress är emellertid mycket allmän och täcker in långt ifrån alla de tänkbara relationer som en tidning kan ha till ett politiskt parti.²⁹ Statsvetaren Kai Kronvall menar snarare att en definition av en partitidning i första hand bör utgå från *tidningens politiska innehåll*, i andra hand från de formella banden till partiet.³⁰ I ett försök till en mer precis bestämning föreslår därför Kronvall att en partitidning bör definieras som »en tidning, som kontinuerligt, både på ledande och nyhetsplats åt ett bestämt politiskt parti levererar explicit, omfattande och ur partiets synpunkt adekvat stöd».³¹

Det kan konstateras att begreppen partipress och partitidning inte har någon entydig definition. Bristen på »terminologisk samstämmighet» bottnar naturligtvis i att banden mellan press och parti kan ligga på flera olika plan. Samtidigt kan dessa band vara av olika styrka och variera både

²⁷ Hadenius - Weibull 1991:36; Vallinder 1970:32.

²⁸ Hadenius - Seveborg - Weibull 1970:19-21.

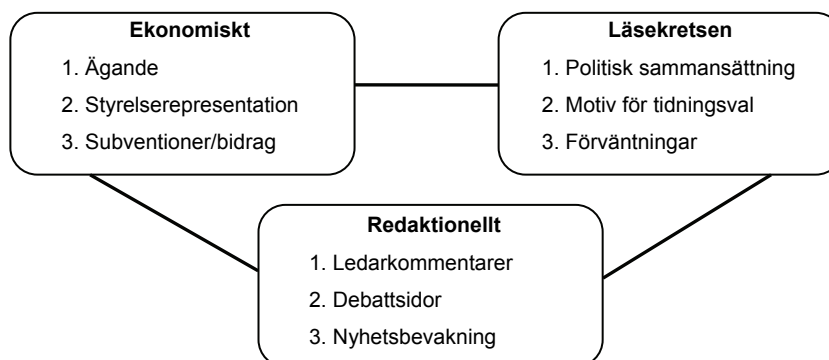
²⁹ Se Kronvall 1971:8; Hadenius - Seveborg - Weibull 1970:23; Hadenius - Weibull 1991:25.

³⁰ Kronvall 1971:142-144.

³¹ Ibid. s. 144.

över tid och mellan partier. Att utifrån sådana förutsättningar hitta en precis definition av vad en partitidning egentligen är blir självklart mycket svårt. Detta betyder emellertid inte att det inte är möjligt att analysera hur relationen press–parti kan se ut. Stig Hadenius och Lennart Weibull har i sina studier av svensk press visat att banden mellan ett parti och en tidning kan ta sig uttryck på tre huvudsakliga sätt, vilket illustreras i figur 2.1.³²

Figur 2.1: Tänkbara relationer mellan dagstidningar och politiska partier³³



Den första relationen består i att det finns en *ekonomisk koppling* mellan parti och press. Det tydligaste exemplet är här när ett parti helt eller delvis äger ett tidningsföretag. Ett parti kan även på andra sätt bidra ekonomiskt till verksamheten, exempelvis genom direkta bidrag eller via stödannonsering. Vidare kan partiet vara representerat i tidningsföretagets styrelse. En andra möjlig relation är kopplad till det *redaktionella området*. Till skillnad från de ekonomiska banden är det här svårare att fastställa exakt vari partiinflytandet består, bl.a. eftersom en tidning har flera klart separerade avdelningar (ledarredaktioner, allmänna nyhetsredaktioner osv.). Även här kan partianknytningen variera; exempelvis kan ett parti ha direkt eller indirekt inflytande över tillsättningen av chefredaktörer och andra strategiska poster. Slutligen kan graden av partianknytning bedömas utifrån relationen mellan tidningen och dess *läsare*. Hit räknas bl.a. läsarnas förväntningar på tidningen: uppfattas tidningen som en partitidning och utgör partianknytningen ett motiv för tidningsval? En närliggande aspekt rör hur tidningen är spridd bland läsare med olika politisk förankring.

Lägesbeskrivning anno 2006: partipressen avyttrad

Den ovan beskrivna utvecklingen till trots, har Sverige och Norden – till skillnad från övriga Europa – kvar den presstruktur som växte fram under decennierna kring förra sekelskiftet.³⁴ År 2003 uppgav fortfarande 122 dagstidningar i Sverige att de företrädde en politisk linje. Dessa utgjorde ca 73 procent av det totala antalet tidningar och hade tillsammans drygt 86 procent av den samlade upplagan.³⁵ Utvecklingen mot ett ökat oberoende inom dagspressen har dock kommit att återspeglas även i tidningarnas politiska signaturer; en rad tidningar har skaffat sig signaturen »oberoende» – inte sällan som prefix före den gamla partibeteckningen.³⁶ Denna förskjutning symboliseras kanske bäst av gratistidningarna.³⁷ Metro, liksom dess konkurrent i

³² Se t.ex. Hadenius - Seveborg - Weibull 1968, 1970; Hadenius - Weibull 1991:25-26.

³³ Hadenius - Weibull 1991:25.

³⁴ Hadenius - Weibull 2005:88.

³⁵ TS-boken 2004.

³⁶ Nord 2001:6-7.

³⁷ Hadenius - Weibull 2005:89.

huvudstaden Stockholm City, saknar ledarsida och tidningarnas kommentarer anförtros helt åt fristående kolumnister.

Sedan 1990-talets slut har den svenska dagstidningsmarknaden präglats av samgåenden och uppköp. Vad som är intressant utifrån ett partipressperspektiv är att många av dessa sammanslagningar har skett över partigränserna. 1999 gick Härnösandstidningen Västernorrlands Allehanda (m) och Nya Norrland (s) i Sollefteå samman i Tidningen Ångermanland. Samma år samgick de tre Hälsingetidningarna Hudiksvalls Tidning (c), Hälsinge-Kuriren (s) och Ljusdals-Posten (opolitisk), och på Gotland slogs Gotlands Allehanda (m) och Gotlands Tidningar (s, c, fp) ihop. Året efter tog Norrköpings Tidningar (m) över lokalkonkurrenten Folkbladet (s).³⁸ Listan kan göras längre.

De politiska partiernas ägarintressen i dagspressen har samtidigt minskat kontinuerligt. Som vi har sett var det socialdemokratiska partiet redan från början centralt engagerat i tidningsdriften. När partiets förlagsaktiebolag A-pressen gjorde konkurs 1992 decentraliserades emellertid ägandet inom tidningsgruppen. Lösningen för de flesta av A-presstidningarna utöver nedläggning har blivit samarbete eller samgående med den lokala borgerliga konkurrenten. Den moderata pressen har i allmänhet karakteriserats av privat ägande. Partiets andelar i enskilda tidningsföretag har i de flesta fall kanaliserats genom Högers Förlagsstiftelse. Denna avyttrade emellertid år 1997 Västernorrlands Allehanda till Gefle Dagblad. Två år senare sålde förlaget även sina andra tidningar (Gotlands Allehanda och Norrbottens-Kuriren) och lämnade därmed dagspressen. Centerpartiets riksorganisation saknade länge egna ägarintressen i dagspressen, men började under 1970-talet verka mer aktivt genom övertaganden av flera lokala tidningsföretag. Tidningarna hade som regel god lokal förankring och Centertidningar AB var sammantaget en mycket lönsam tidningskoncern. Likväl lämnade så även centerpartiet dagspressen när man i oktober 2005 sålde Centertidningar AB till det liberala konsortiet ”mkt media AB”. Affären genomfördes med förutsättningen att partiet fick behålla sitt inflytande på tidningarnas ledarsidor.^{39 40}

Dagspressforskaren Karl Erik Gustafsson sammanfattar utvecklingen under de senaste åren som en början på en »andra våg av strukturförändringar», om man räknar 1950-talets tidningsdöd som den första.⁴¹ Det är i sammanhanget lätt att konstatera att tidningars politiska färg inte längre behöver utgöra något hinder för samarbete. Vi har härmed ytterligare ett tecken på hur långt avpolitiseringsen av dagspressen har gått; en liknande utveckling hade varit omöjlig för femtio år sedan.

Ifall man ska utvärdera dagens dagstidningsmarknad utifrån den begreppsmässiga ram som presenteras i föregående avsnitt, är det helt uppenbart så att de band som tidigare var så typiska för den svenska dagspressen i hög grad har försvunnit. Därmed utkristalliseras två huvudsakliga grupper inom den svenska dagspressen. Den första gruppen består av de tidningar som fortfarande har kvar de partipolitiska banden på ledarplats, medan den andra utgörs av de tidningar där de partipolitiska banden är helt avklippta. Men till dessa båda grupperingar kommer emeller-

³⁸ Gustafsson 2006:495.

³⁹ Hadenius - Weibull 2005:89-90, 1991:49; Gustafsson 2006.

⁴⁰ Vad beträffar den folkpartistiska pressen så har den under de senaste decennierna på ägarsidan dominerats av olika liberala konsortier. Särskilt framträdande är här Liberala Tidningar KB och Liberal Dagspress Invest KB; båda var exempelvis under 1970- och -80-talen involverade i flera tidningsaffärer. Folkpartiet har i allmänhet funnits med som initiativtagare till dessa köp men aldrig som ägare (Hadenius - Weibull 2005:90).

⁴¹ Gustafsson 2006:495.

tid en grupp av tre tidningar där de partipolitiska kopplingarna fortfarande är högst tydliga, och det är dessa tre som resten av den här uppsatsen kommer att handla om.

Tre »begreppstrogna» partitidningar

I och med centerpartiets försäljning av Centertidningar försvann det sista stora partipolitiska ägarintresset i svensk dagspress. Kvar idag finns därför bara tre dagstidningar där politiska partiets riksorganisationer fortfarande, helt eller delvis, finns med som ägare.⁴² På samma sätt utgör dessa tre de kanske tydligaste – om inte de enda – kvarvarande exemplen på dagstidningar vars innehåll både på ledar- och nyhetsplats är präglad av ett partis politik, och vars läsare huvudsakligen är anhängare till partiet. För att återanknyta till figur 2.1 ovan rör det sig således om de enda kvarvarande tidningarna som uppfyller samtliga tre kriterier för en partitidning. De tre tidningarna är socialdemokratiska *Aktuellt i Politiken*, kristdemokratiska *Kristdemokraten* och folkpartistiska *NU Det liberala nyhetsmagasinet*.

*Aktuellt i Politiken*⁴³

Aktuellt i Politiken utkommer en dag i veckan och är Sveriges socialdemokratiska arbetarepartis riksspridda nyhetstidning. Syftet med tidningen är att informera socialdemokrater om socialdemokratin och socialdemokratisk politik; det partinära innehållet ges därmed ett mycket stort utrymme. Särskild tonvikt ligger här på kommande händelser, sådant som är på gång inom partiet och politiken i övrigt. Tidningen ges ut i s.k. skuret tabloidformat och innehåller vanligtvis 16 sidor. Fokus ligger på nyhetsförmedlingen, men tidningen innehåller även analyser, krönikor, insändare, kultur och en ledarsida.

Aktuellt i Politiken startades 1954 som en avdelning inom partistyrelsen och gavs under flera decennier ut som en tidskrift med 21 nummer per år. 1992 ökades frekvensen till 40 nummer per år och året därpå till 50; tidningen kunde därmed klassas som nyhetstidning och erhålla driftsstöd. Samma år startades *Stockholms-Tidningen*⁴⁴ som är en regional avläggare till AiP. Tidningarna har till 45 procent samma innehåll (detta av presstödstekniska skäl eftersom det krävs 55 procent unikt material för att en tidning ska vara berättigad till driftsstöd). *Stockholms-Tidningens* unika innehåll är i hög utsträckning inriktat på Stockholmsregionen.

AiP publiceras av företaget AiP Media, vilket ägs till sin helhet av partiet. AiP Media ger även ut fem andra publikationer: endagstidningen *Stockholms-Tidningen*, idétidskriften *Tiden* (sex nummer per år), medlemstidningen *Aktuellt i Partiet* (fyra nummer per år), samt tidningen *Scen & Salong* på uppdrag av Folkets Hus och Parker och socialdemokratiska kvinnoförbundets medlemstidning *Morgonbris*. AiP Media har sina lokaler i socialdemokraternas högkvarter på Sveavägen i Stockholm.

⁴² Jfr Gustafsson 2006. Med politiska partier avses här riksdagspartier.

⁴³ Om inget annat anges kommer informationen inklusive citat i de följande tre avsnitten från intervjuer, samt e-postkorrespondens med de respektive tidningarnas chefredaktörer: Ove Andersson (AiP), Henrik G. Ehrenberg (Kristdemokraten) samt Jan Fröman (NU). Uppgifterna om tidningarnas upplagor kommer emellertid från Tidningsutgivarna [www], medan uppgifterna om tidningarnas resultat, omsättning och presstöd är hämtade från Presstödsnämnden [www].

⁴⁴ Därmed kom det för tredje gången ut en tidning under namnet *Stockholms-Tidningen*. Den första var en liberal och senare socialdemokratisk dagstidning som drevs 1889–1966. Tidningen återuppstod 1981, återigen som socialdemokratisk dagstidning, men tvingades till nedläggning bara tre år senare (källa Nationalencyklopedin [www]).

AiP Media bildades som fristående bolag 1999 och nuvarande styrelsen består av ordföranden Marita Ulvskog (partisekreterare), samt de två ledamöterna Tommy Ohlström (partikassör) och Ove Andersson (vd i AiP Media samt chefredaktör och ansvarig utgivare för AiP och Stockholms-Tidningen). Redaktionen består av chefredaktören och ett tiotal journalister, där flera arbetar med samtliga publikationer som ges ut av företaget.

Företaget AiP Media redovisade ett resultat på 1 283 tkr för 2004; omsättningen var på 23 825 tkr. Viktigt att notera är att dessa siffror gäller för samtliga tidningar och publikationer inom företaget; AiP tillsammans med Stockholms-Tidningen stod i detta avseende för lite drygt hälften av företagets samlade omsättning. Av de två tidningarnas intäkter kommer grovt räknat 3 mkr från prenumerationer och 2–3 mkr från annonsförsäljning. Tidningen AiP tilldelades 2004 3 171 mkr i driftstöd, en summa som under 2005 och 2006 minskat till 2 762 tkr. (*»Så det är klart att utan driftstöd så skulle inte en sådan här tidning komma ut, på det här sättet.»*) Stockholms-Tidningens driftstöd har under perioden 2004–2006 legat på 2 035 tkr. AiP redovisade 2005 en upplaga på 8 400 exemplar, vilket innebar en ökning med 1 000 exemplar från 2004 (Stockholms-Tidningens upplaga var 2005 och 2004 på 2 400 exemplar).

Kristdemokraten

Tidningen Kristdemokraten är kristdemokraternas riksspridda nyhetsorgan. Tidningen grundades 1965 under namnet Samhällsgemenskap; nuvarande namnet infördes först 1988. Tidningen gavs till en början ut direkt av partiet som en medlemstidning, men 1979 bildades aktiebolaget Samhällsgemenskaps förlag, vilket sedan dess ansvarat för publiceringen. Det var också i samband med denna omstrukturering som tidningen blev prenumererad veckotidning. Samhällsgemenskaps förlag publicerar och distribuerar även litteratur av särskilt intresse för den kristdemokratiska rörelsen⁴⁵. Förlaget ägs till 60 procent av Kristdemokraternas riksorganisation och till 40 procent av enskilda personer. Förlagets lokaler, inklusive tidningsredaktion, ligger på Saltmätargatan i Stockholm.

Syftet med Kristdemokraten är att i sin nyhetsförmedling spegla händelser, företeelser och personer i den kristdemokratiska rörelsen. Vidare ska tidningen bidra till att öka läsarens kunskaper om politik i allmänhet och kristdemokratin i synnerhet.⁴⁶ Huvudmålgruppen är aktiva inom kristdemokraterna. Kristdemokraten ges ut i skuret tabloidformat och har vanligtvis 20 sidor. Liksom andra dagstidningar har tidningen nyhetssidor, reportage, personporträtt, insändare, ledare, kultur och kåserier. Målsättningen är dock att allting som skrivs ska ha någon politisk koppling eller vinkel.

»Vi slåss på en tidningsmarknad där vi aldrig är försttidning. Ingen väljer tidningen Kristdemokraten i stället för lokaltidningen Barometern. Så är det bara. Och ingen väljer Kristdemokraten i stället för Dagens Nyheter. Utan i den mån man har både Barometern och Dagens Nyheter så är vi tredjehandstidningen. Då är ju vår nisch att skriva om politik i allmänhet och kristdemokratisk i synnerhet.»

Företagets styrelse består av såväl politiker som personer från arbetslivet; samtliga är dock medlemmar i partiet. Nuvarande ordföranden, Acko Ankarberg Johansson, är kristdemokratiskt

⁴⁵ Kristdemokraten [www].

⁴⁶ Måldokument Samhällsgemenskaps förlag AB.

kommunalråd i Jönköping. Chefredaktör och ansvarig utgivare är Henrik Ehrenberg och vd heter Janne Stefanson. Redaktionen består för närvarande av fyra personer.

Tidningen har under flera år uppvisat negativa resultat, vilket emellertid har varit budgeterat. (»Ägaren vill att vi ska hålla tidningen på en viss nivå och det kostar en slant. Målet är självklart att bli ekonomiskt bärande.») Följden blir att ägarna i varierande utsträckning har fått skjuta till pengar till driften. För 2004 redovisades en förlust på 1 177 tkr. Tidningens intäkter uppgick samma år till 5 081 tkr. Av dessa kom lite drygt 2 mkr från prenumerationsintäkter, 2 mkr från annonser och 1 mkr från ägarna. Det mottagna driftsstödet var samma år på 2 762 tkr; detta stöd minskade dock till 2 035 tkr för år 2005 och 2006. Tidningen hade år 2005 en TS-registrerad upplaga på 5 500 exemplar, vilket var en minskning med 600 exemplar från året innan.

NU Det liberala nyhetsmagasinet

Tidningen NU:s första nummer utkom i september 1983. Enligt Lars Leijonborg, tidningens initiativtagare, fanns det två huvudsakliga anledningar till tidningens uppkomst. För det första fanns det i och med presstödet gynnsamma ekonomiska möjligheter att starta en nyhetstidning. (»Det fanns miljoner kronor årligen att hämta hos Presstödsnämnden /.../ om de formella villkoren uppfylldes.»⁴⁷) För det andra hade folkpartiet 1982 gjort sitt dittills sämsta riksdagsval. Partiet hade förlorat regeringsmakten och inom organisationen pågick en intensiv debatt om inte bara Ola Ullstens ställning som partiledare utan om hela partiets existensberättigande. En valanalysgrupp, ledd av Leijonborg, tillsattes för att analysera valutgången samt att formulera en strategi för framtiden. I denna process beslutades att man skulle starta en prenumererad liberal nyhetstidning för att »stimulera debatten och förbättra informationen till liberalt sinnade människor i Sverige».⁴⁸

Ett aktiebolag, Liberal Information AB (Liab), registrerades i november 1982 och Lars Leijonborg utsågs till såväl vd för bolaget som chefredaktör för tidningen. Folkpartiet kom att äga 67 procent av rösterna i bolaget, övriga andelar köptes främst av medlemmar i partiet och lokala folkpartiavdelningar. 1999 genomfördes en nyemission; folkpartiet valde då att inte köpa några aktier nya aktier, vilket innebar att riksorganisationens ägarandel idag är på 39 procent. Näst största ägaren är idag den liberala Stiftelsen Pressorganisation⁴⁹ med en andel på elva procent. Ekonomiskt har det gått i vågor för tidningen sedan starten 1983. En bidragande orsak till nyemissionen var att företaget under ett antal år i slutet av 1990-talet gått med förlust. Det ansågs även att företagets aktiekapital var för litet i förhållande till omsättningen. De senaste åren har företaget klarat sig utan förluster och ägarna har inte behövt skjuta till några pengar.

För 2004 redovisade företaget ett nollresultat (+ 13 tkr). Intäkterna uppgick samma år till 3 967 tkr, medan det mottagna driftsstödet var på 2 762 tkr. Tidningens intäkter fördelas i allmänhet relativt jämnt mellan prenumerations- och annonsintäkter. NU hade år 2005 en TS-registrerad upplaga på 7 500 exemplar, en ökning med 100 exemplar från föregående år. Företagets styrelse

⁴⁷ NU 030923, s. 14.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Stiftelsen Pressorganisation bildades 1949 för att »lämna stöd åt sådana tidningar som förde folkpartiets talan men på grund av ekonomiska svårigheter för sin fortsatta existens vore i oundgängligt behov därav», samt för att förvalta de medel som folkpartiet och andra givare ställde till förfogande för ändamålet. Dess övriga engagemang i dagspressen består i ägarandelar i Mitt Media Förvaltnings AB, där bl.a. Gefle Dagblad och Tidningen Ångermanland ingår, samt i Nya Stiftelsen Gefle Dagblad (källa: Stiftelsen Pressorganisation [www]).

består av en blandning av personer från partiet, personer med publicistisk bakgrund, samt personer från arbetslivet; ordförande är Anders Frostell (konsult och företagare i det civila). Tidningens chefredaktör och ansvarig utgivare heter Jan Fröman och vd för företaget är Tommy Svensson. Redaktionen består av chefredaktören och två skribenter och tidningen hyr in sig i folkpartiets riksorganisations lokaler på Drottninggatan i Stockholm.

NU utkommer med ett nummer per vecka och ges ut i skuren tabloid, vanligtvis med 24 sidor (variationer uppåt förekommer dock). Syftet med tidningen är att skriva om politik och i synnerhet då folkpartipolitik. Fokus ligger på nyhetsförmedlingen, men då redaktionen upplever ett stort tryck när det gäller debattinlägg försöker man även tillgodose detta i möjlig mån. (*»Vi har hela tiden behov av att utöka den delen, så nu har vi fyra sidor, men de flesta veckor är det fem eller sex debattsidor, vilket ju är väldigt mycket.»*) Tidningen innehåller vid sidan av nyheter och debattsidor, två ledarsidor samt olika typer av featurematerial i form av reportage, kultur, krönikor och personporträtt.

Kapitel III

DAGSPRESS OCH OPINIONER

De aktörer som ägnar sig åt att kommentera det politiska skeendet har vanligtvis en eller flera av följande tre adressater i åtanke: medborgare, politiker och journalister.⁵⁰ AiP, Kristdemokraten och NU torde i detta avseende inte vara något undantag, även om det kan tänkas finnas variationer både vad gäller vilka man vill nå, och vilka man faktiskt når. Den här uppsatsen är avgränsad till en av dessa grupper, nämligen journalister – eller närmare bestämt dagspressens ledarskribenter. Det huvudsakliga intresset riktas emellertid inte till de tre tidningarnas innehåll i sin helhet, utan till deras kommenterande material i form av ledarartiklar. Till följd därav kommer tidningarna att studeras utifrån ett opinionsbildarperspektiv, vad de betyder för andra dagstidningars ledarskribenter i deras roll som politiska opinionsbildare.

Detta teorikapitel har som utgångspunkt en diskussion kring dagspressens funktion i det svenska demokratiska systemet. Därefter följer ett avsnitt om dagspressens roll i den politiska opinionsbildningen, samt ett avsnitt om de politiska partiernas förutsättningar i samma process. Dessa två avsnitt kan med fördel ses mot bakgrund av den utveckling inom dagspressen som beskrivits i det föregående kapitlet. I de därpå kommande avsnitten riktas fokus mot dagspressens ledarskribenter. Här diskuteras dels ledarskribenternas roll som opinionsbildare, dels ledarnas innehåll och ledarskribenternas produktionsvillkor. Särskilt utrymme ges i detta avseende till de studier som Lars Nord ägnat den svenska dagspressens ledarsidor.

Dagspressens funktioner i den svenska demokratin

Dagstidningar, liksom övriga medier, har i ett modernt samhälle en mängd olika funktioner och uppgifter. De varierar både för olika människor och för olika medier; inom t.ex. dagspressen kan en tidning spela en viss roll medan en annan har helt andra uppgifter. Även innehållet i tidningar varierar mellan olika avdelningar: det är uppenbart att ekonomisidorna har vissa funktioner, medan sportsidorna har andra.

Lyfter man däremot blicken från den enskilda tidningen till dagspressen som grupp aktiveras istället en större demokratisk funktion. Det är också utifrån mediernas roll i det demokratiska samhället som den svenska mediepolitiken har kommit att formas. »Massmedierna skall medverka till att förstärka och fördjupa den svenska demokratin», som det står i målformuleringarna till de olika pressutredningarna. Att medierna har en viktig roll i den svenska demokratin var följaktligen anledningen till att staten på 1960-talet antog en allt mer aktiv presspolitik. Tidningsnedläggningar och koncentrationstendenser ansågs vara till allvarlig skada för debatt, opinionsbildning och nyhetsförmedling.

Att »medverka till att förstärka och fördjupa» demokratin är emellertid en ganska vag målformulering. Ett av delmålen för den pressutredning som tillsattes 1972 blev därför att ange ett mer precist mål för den statliga presspolitiken. För att utföra detta uppdrag ansåg utredningen det angeläget att först definiera de uppgifter som måste vara väsentliga för medierna i ett samhälle

⁵⁰ Jfr Nord 2001:190.

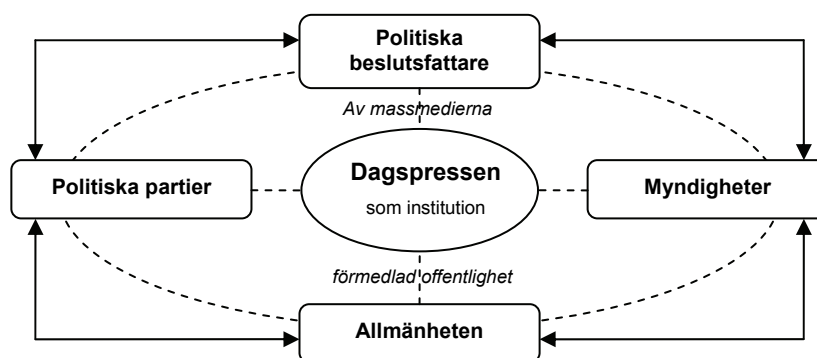
som det svenska. I utredningens betänkande, *Svensk press – statlig presspolitik*, fastslogs fyra sådana uppgifter: ge *information* så att medborgare kan ta ställning i samhällsfrågor, *kommentarer* och analyser av samhälleliga skeenden, *granskning* och kontroll av olika makt-havare samt *gruppkommunikation* för att främja dialogen inom organisationer och grupper.⁵¹

Vad som är särskilt intressant med de ovan framlagda funktionerna är att de kombinerar två olika syner på dagspressens roll i samhället. De inkluderar nämligen både de drag som utmärkte 1960-talets syn på partipressen, och en mer frihetlig syn som framhåller mediernas självständiga roll. I 1963 års pressutredning framhölls de starka banden mellan dagspressen och opinionsbildningen, den senare representerad av de politiska partierna och dem närstående grupper. I utredningsbetänkandet 1975 finns fortfarande drag av denna partipresstraditionen kvar; kommentaren, gruppkommunikationen och pressens roll som språkrör är fortfarande framträdande. Men till detta har lagts element från den frihetliga synen som betonar vikten av fristående medier som har sina läsares uppdrag att informera och granska.⁵²

Två decennier senare hade situationen förändrats ytterligare, och i 1994 års pressutredning valde man att endast lyfta fram tre huvuduppgifter för pressen: *information* till medborgare så att de fritt och självständigt kan ta ställning i samhällsfrågor, *granskning* av de inflytelserika i samhället samt *forumuppgiften* att låta olika uppgifter komma till tals.⁵³ I 1994 års pressutredning saknas den punkt som betonar mediernas ansvar för att kommentera och analysera vad som händer i samhället. Skälet till detta var att utredningen valde att lyfta fram ett medborgarperspektiv där kommentarer betraktades som en del av dels den information och dels den granskning som ligger till grund för medborgarnas ställningstagande i samhälleliga frågor.⁵⁴

Förskjutningen inom den svenska dagspressen bort från det partipolitiska systemet kan alltså skönjas i den syn på dagspressen som framkommer i de statliga pressutredningarna. Det traditionella synsättet på partipressen har även i detta sammanhang kommit att ersättas av den frihetliga syn som framhåller dagspressens obundenhet. Förhållandet mellan dessa båda synsätt kan illustreras enligt följande (figur 3.1):

Figur 3.1: Schematisering av dagspressens roll i det politiska systemet⁵⁵



⁵¹ SOU 1975:79. Svensk press: statlig presspolitik.

⁵² Hadenius - Weibull 1991:22-23; 2005:36-37.

⁵³ SOU 1995:37. Vårt dagliga blad: stöd till svenska dagspress.

⁵⁴ Ibid. s. 158.

⁵⁵ Hadenius - Weibull 1991:23 (modifierad).

Figurens lodräta dimension går mellan politiska beslutsfattare och medborgare, eller de folkvalda och folket om man så vill. Den vågräta dimensionen går mellan på den ena sidan aktörer som uttrycker och skapar opinioner och på den andra sidan aktörer som förmedlar information om beslut. I det svenska systemet har den första aktörgruppen av hävd kommit att bestå av politiska partier, och den senare av myndigheter. I skärningspunkten mellan de två dimensionerna finns dagspressen. Denna, liksom andra medier, förmedlar såväl opinioner som information. Men som framgår av figuren är medierna inte bara passiva förmedlare, utan också fristående institutioner. När det gäller dagspressen är de dels företag på en kommersiell marknad som drivs av ekonomiska intressen, dels företrädare för bestämda åsiktsprofiler som kommer till uttryck på tidningarnas ledarsidor.⁵⁶

Om vi utifrån ovanstående schematisering ska visualisera förändringarna inom den svenska dagspressen är det uppenbart att partipresstraditionen grundades på de starka banden mellan dagspressen och opinionsbildningen, representerad av de politiska partierna och dem närliggande grupper. Den nya syn som i hög grad skjutit undan de gamla partipressidealen baseras istället på fristående dagstidningar som har sina läsares uppdrag att informera och granska.⁵⁷

Dagspressens roll i den politiska opinionsbildningen

Givet mediernas stora betydelse i den politiska kommunikationen har det inom medieforskningen blivit allt mer intressant att närmare studera hur mediers politiska inflytande tar sig uttryck. Att undersöka detta fenomen är dock besvärligt av flera orsaker. Till att börja med är begreppet inflytande inte entydigt. Det är inte utan vidare klart hur begreppet ska operationaliseras, dvs. hur man på ett exakt sätt ska definiera det för att objektivt kunna mäta det. Torbjörn Vallinder påpekar att inflytande ofta blir ungefär liktydigt med påverkan. Denna påverkan kan, när det gäller pressen, avse olika sidor hos den enskilde läsaren: beteende, kunskaper, åsikter, attityder och känslor osv. Vid studier av just vilket politiskt inflytande olika tidningar har gäller dock intresset i första hand individens åsikter samt det agerande genom vilka dessa åsikter tar sig uttryck, t.ex. framför valurnan vid ett riksdagsval.⁵⁸

Människors grundläggande åsikter i politiska frågor är i hög utsträckning miljöbestämda, eller gruppbestämda om man så vill. Logiken är att vi lättare tar intryck av meddelanden från grupper som vi känner oss socialt sammanhörande med. Av stor betydelse är här s.k. primärgrupper, såsom familjen, studiekamrater och arbetskollegor, dvs. sådana personer som en individ har nära personlig kontakt med. Även sekundärgrupper, där sådan kontakt saknas, kan dock spela en viktig roll. Till sekundärgrupperna räknas till exempel politiska partier och fackliga organisationer. Man talar även om referensgrupper av olika slag. Här skiljer man i allmänhet mellan positiva referensgrupper – med vilka individen identifierar sig –, och negativa referensgrupper – som individen tar avstånd från. Även här bjuder politiska partier exempel.⁵⁹

Mot denna bakgrund utvecklade Lazarsfeld, Berelson och Gaudet idén om *tvåstegshypotesen*. I korthet går denna ut på att spridningen av åsikter, exempelvis i politiska frågor, sker i två steg.

⁵⁶ Hadenius - Weibull 1991:22-23.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Vallinder 1970:119.

⁵⁹ DeFleur - Ball-Rokeach 1988:190-192; Vallinder 1970:121.

Medierad information når med andra ord inte alltid människor direkt, utan via andra människor. I det första steget av denna tvåstegsprocess påverkar massmedierna de personer som de tre forskarna gav benämningen *opinionsledare*, vilka i steg två i sin tur påverkar personer i sin omgivning. Tvåstegshypotesen utgår från upptäckten att vissa människor är mer exponerade för medierade budskap än andra. När det gäller politiska opinionsledare så kännetecknas dessa exempelvis av att de i större utsträckning än andra följer med i massmedierna – inte minst pressen. Den »ledande» rollen får de genom att de självmant försöker påverka andra med sina tolkningar av medierade budskap, samtidigt som andra mindre exponerade, mindre insatta och mindre intresserade frågar dem om råd.⁶⁰

Tvåstegshypotesen har emellertid kommit att utsättas för stark kritik. Det har exempelvis påpekats att opinionsledarna inte nödvändigtvis behöver ta sina uppgifter från medierna. T.ex. kan lokalpolitiker tänkas få dem från möten med sina respektive partiledningar eller på partistämmor. Omvänt kan en opinionsledare först påverka exempelvis en tidning, varefter denna påverkar andra opinionsledare osv. Uppenbarligen finns det olika slags opinionsledare, med olika »arbetsfält». Kritiken har lett till att hypotesen i viss mån har omformulerats, gjorts något mera komplicerad. Därför pratar man ibland istället om en *flerstegshypotes* snarare än en tvåstegshypotes.⁶¹

Lazarsfeld med flera visade redan i sin studie av den amerikanska väljarkåren på 1940-talet att pressens politiska inflytande i grundläggande politiska frågor – såsom ställningstagande vid valen – vanligtvis inte är särskilt stort. Snarare, visade det sig, verkar det i riktning mot att förstärka redan existerande åsikter.⁶² Oavsett hur det förhåller sig med pressens direkta politiska inflytande, så har pressen ytterligare en väg att påverka människor. Tidningar har nämligen även en möjlighet att styra debatten, att vara med och bestämma vad som ska tas upp. Vad som är en nyhet är i vissa fall obestridligt, men i viss utsträckning är det tidningarna som – tillsammans med andra medier – bestämmer vad som ska anses vara en nyhet, hur viktig den är, och hur den ska vinklas.⁶³

Följaktligen kan kommenterande journalister, och i synnerhet ledarskribenter, i viss utsträckning bestämma inte bara vilka frågor som ska diskuteras, utan hur de ska diskuteras. Metoderna är i detta fall flera. Genom att ofta lyfta fram ett visst ämne kan man bidra till att ämnet väcker större uppmärksamhet. Vidare kan ett samspel mellan nyhetsartiklar och ledarkommentarer bidra till ett ökat fokus på ett ämne. En tredje möjlighet är ett mer eller mindre informellt samspel med andra tidningar, företrädesvis av samma partifärg, där man flitigt citerar och kommenterar varandras ledare.⁶⁴ Torbjörn Vallinder beskriver denna roll på följande sätt:

Tidningar kan sålunda – inte bara genom ledare utan också genom reportage – påverka den politiska debattens inriktning och innehåll. De är med och bestämmer vad som skall anses politiskt omöjligt, tänkbart, aktuellt eller rent av önskvärt. De skapar delvis den andliga miljö, där politiker och andra politiskt intresserade rör sig. För politiker är dagspressens ledare ofta den första – ibland den enda – mera reflekterade reaktionen på deras förslag och uttalanden. För alla politiskt

⁶⁰ Lazarsfeld - Berelson - Gaudet 1968:150-159; Vallinder 1970:122; DeFleur - Ball-Rokeach 1988:192-193.

⁶¹ Vallinder 1970:123.

⁶² Lazarsfeld - Berelson - Gaudet 1968.

⁶³ Vallinder 1970:131-132.

⁶⁴ Ibid. s. 132.

intresserade är tidningarna en ofrånkomlig kunskapskälla, för många dessutom en plattform för egna inlägg i form av intervjuuttalanden, insändare eller artiklar. Pressen spelar sålunda, allmänt och banalt uttryckt, en inte betydelselös roll i det politiska spelet.⁶⁵

Även om citatet ovan daterar sig från 1970-talets början torde situationen som beskrivs inte ha förändrats alltför mycket. Dagspressen spelar, trots tillkomsten av nya konkurrerande medier, fortfarande en central roll i det politiska spelet. Det inflytande som pressen har i detta avseende förstärks inte sällan genom andra mediers rapportering. Det är inte ovanligt att i alla fall de större tidningarna får draghjälp genom att deras viktigare nyhetsmässiga och kommenterande inlägg lyfts fram och diskuteras i radio och TV.⁶⁶ Men även mindre tidningar kan dra nytta av detta system; genom att citeras i exempelvis radio når tidningarna en större och sannolikt mer politiskt kvalificerad publik. Det tycks med andra ord finnas en etablerad struktur i samhällsdebatten för hur i synnerhet nationella frågor blir aktuella. Tidningarnas ledarsidor är en väsentlig del av denna struktur.⁶⁷

Enligt Torbjörn Vallinder förefaller det uppenbart att tidningarnas debattstyrande och, som han uttrycker det, »miljöpåverkande» insatser måste få följderna inom politiken. Som exempel, menar han, kan det inte helt sakna betydelse ifall oppositionspressen under en valkampanj lyckas styra in den offentliga debatten på frågor som missgynnar partiet eller partierna i regeringsställning. När det gäller mediernas nyhetsjournalistik har journalistikprofessor Kent Asp i ett antal studier kunnat påvisa att den bild nyhetsmedierna ger av partierna och valrörelsen spelar en viktig roll för partiernas valresultat.⁶⁸ Emellertid är det inte så att nyhetsmediernas bild av partier och valrörelser bestäms enbart av medierna. Istället handlar det om ett samspel mellan publik, journalister och politiker och den politiska verklighet de omges av och verkar i. Att närmare precisera det politiska inflytande som pressen i sådana sammanhang utövar är därför nästintill omöjligt.⁶⁹

Nya förutsättningar för partierna

I en studie från 1968 lade statsvetaren Gunnar Sjöblom fram tesen att de politiska partierna verkar på tre olika arenor: väljararenan, den parlamentariska arenan, samt den interna arenan. På väljararenan försöker partierna maximera antalet röster i de politiska valen, på den parlamentariska arenan vill man maximera sitt politiska inflytande, medan det på den interna arenan gäller att maximera sammanhållningen mellan medlemmarna inom partiet. Partiernas strategier och allmänna ståndpunkter kan enligt Sjöblom förklaras genom deras strävan nå målen på dessa tre arenor.⁷⁰

Utvecklingen i det svenska samhället under de senaste decennierna talar emellertid för att Sjöbloms modell måste kompletteras med en fjärde arena, mediearenan.⁷¹ Målet på denna arena skulle vara att maximera uppmärksamheten för partiet i en viss fråga. Det går idag inte att bortse från mediernas betydelse i demokratin; TV, radio och tidningar är svenskarnas utan konkurrens

⁶⁵ Vallinder 1970:132.

⁶⁶ McCombs 2006:148.

⁶⁷ Nord 2001:117.

⁶⁸ Asp 2003:41.

⁶⁹ Vallinder 1970:133; Asp 2003:41.

⁷⁰ Sjöblom 1968; Nord 1997:18.

⁷¹ Jfr Nord 1997:18.

viktigaste informationskällor när det gäller kännedom om samhälle och politik.⁷² Hur ett visst parti beskrivs och framträder i medierna kan därför vara av avgörande betydelse för dess framgång på de tre traditionella arenorna.

Den politiska opinionsbildningen – liksom den politiska kommunikationen i övrigt – blir kanske som mest framträdande i samband med val och valrörelser. Sverige präglas i ett internationellt perspektiv av att den politiska kommunikationen av hävd har haft sin grund i starka politiska organisationer med nära koppling till medierna (jfr kapitel två). Denna anknytning har efter hand försvagats i och med att medierna har stärkt sitt oberoende i förhållande till de politiska partierna; en utveckling som även haft stor inverkan på valrörelsernas utveckling.⁷³

Innan massmediernas genomslag kom de svenska valrörelserna att byggas kring personlig kommunikation; man bedrev arbetsplatsagitation och anordnade torgmöten, resetalare engagerades och man knackade dörr. Den personliga kontakten kompletterades emellertid tidigt av indirekt kommunikation i form av massspridda valbroschyrer och annat agitationsmaterial.⁷⁴ Den politiska kommunikationen var alltså i hög grad en angelägenhet mellan partier och medborgare.

Dagstidningarna hade inledningsvis en självständig position i valrörelserna. Mot slutet av seklet förändrades dock denna situation. Socialdemokraterna grundade egna tidningar och såväl liberalerna som högern knöt genom uppköp och samarbetsorganisationer tidningar till sig. Genom tidningarnas nära partianknytning fick partierna en viktig plattform för att nå ut med sin politik. Radions etablering efter andra världskriget som det viktigaste kampanjmediet ändrade i detta avseende inte förhållandena nämnvärt; politikerna hade stort inflytande över Sveriges Radios valprogram. Nästa stora förändring kom därför först på 1960-talet. Etermedierna, och i synnerhet då televisionen, banade väg för en självständig politisk journalistik, och den av tradition så partitrogna dagspressen följde successivt efter. Partierna kom därmed att förlora sin nästan sekellånga kontroll över massmediernas bevakning⁷⁵, och har som följd tvingats söka nya kommunikationskanaler till väljarna. Direkta kommunikationsformer som hemsidor, annonser och direktreklam har därför – vid sidan av mediearenan – kommit att spela en inte oansenlig roll i valrörelsesammanhang.⁷⁶

Det går med andra ord att urskilja tre olika epoker i partiernas kommunikation med medborgarna. Utvecklingen har gått från personlig kommunikation, via en period med en av partierna styrd dagspress, till dagens situation där huvuddelen av den politiska kommunikationen går genom självständiga medier.⁷⁷ Den väsentliga slutsatsen som kan dras utifrån utvecklingen i relationerna mellan de politiska partierna och dagspressen är alltså att det har skett en maktförskjutning, bort från partierna. Partiernas beroende av medierna för att nå sina väljare har ökat, parallellt med att deras inflytande över vad som förmedlas och hur detta förmedlas har minskat. Den bild medierna ger av partier och politiker är i stor utsträckning den enda bild medborgarna får av det politiska livet. Denna omständighet har ökat betydelsen av mediestrategier inom partierna, politiker

⁷² Petersson - Carlberg 1990:33-34.

⁷³ Petersson m.fl. 2006.

⁷⁴ Esaiasson 1990.

⁷⁵ Esaiasson 1990:427-431; Petersson m.fl. 2006.

⁷⁶ Nord - Strömbäck 2003.

⁷⁷ Jfr Petersson m.fl. 2006.

medietränas och PR-konsulter och medieexperter anlitas. Att i detta sammanhang prata om en *medialisering* av politiken är i hög grad befogat.⁷⁸

Om vi återigen ser tillbaka till figur 3.1 kan det fastslås att dagstidningar blivit självständiga institutioner, där den dominerande normen är att journalisterna ska stå fria från både politiska och andra organiserade intressen. Men vi har också kunnat se att dagspressens avpartipolitisering och ökade oberoende inte inneburit att banden mellan de politiska partierna och pressen är helt avklippta. Majoriteten av de svenska dagstidningarna har fortfarande en uttalad politisk tendens, vilket kommer till uttryck på ledarplats. På dagspressens ledarsidor förmedlas därmed en journalistik som inte omfattas av de oberoende och opartiska idealen. Dagspressens ledarsidor utgör således den mest påtagliga – om inte den enda – resten från det traditionella partipresssystemet.

Ledares opinionsbildande funktion

En ledare kan enkelt beskrivas som en i allmänhet osignerad artikel som uttrycker en tidnings åsikt i en aktuell politiska fråga.⁷⁹ Gränsen till den politiska nyhetsartikeln blir därmed tydlig, i och med att den senare på ett objektivt sätt ska redovisa vad som har hänt.⁸⁰ Antalet ledare varierar mellan olika tidningar – man pratar i detta sammanhang om huvudledare och underledare. Ledartexterna är vanligtvis samlade på en särskilt sida: i Sverige av hävd på sidan 2 (allt fler tidningar har dock kommit att gå ifrån denna tradition). På ledarsidan publiceras vid sidan av ledarna ofta debattartiklar, insändare, kulturmaterial och teckningar. Många ledarsidor innehåller dessutom citat ur andra tidningar och tidskrifter. Sådana s.k. pressklippavdelningar kan utformas på olika sätt, från utförliga utdrag ur en enda tidning till mindre citat ur flera olika organ. Tidningen behöver inte alltid dela åsikt med de citerade tidningarna; ibland följs därför citaten av en antingen instämmande eller kritiserande kommentar.⁸¹

Ledare skiljer sig från andra typer av opinionsbildande material i så måtto att de uttrycker åsikter baserade på en tidnings mer eller mindre klart uttalade politiska linje, som den är formulerad i tidningens stadgar eller i chefredaktörens kontrakt. Detta behöver dock inte betyda att man som läsare per automatik kan förvänta sig en förutsägbar åsikt i varje politisk fråga. Däremot kan man i de flesta fall förvänta sig en kontinuitet och idémässig grundsyn i opinionsbildningen – något som i allmänhet saknas i annat material i tidningen, där det snarare premieras att olika åsikter och ståndpunkter ges utrymme. Ledarnas särdrag ligger alltså inte i stabiliteten i själva åsikten, utan i stabiliteten i de förutsättningarna utifrån vilka åsikten formas.⁸²

Ledarsidorna lyfts i många sammanhang fram som en naturlig och sedan länge etablerad del av det offentliga rum där opinioner uttrycks och den samhälleliga debatten äger rum. Även om ledarnas betydelse, bl.a. i och med de senaste årens snabba medieutveckling, sannolikt har minskat något, är det få produkter inom den kommenterande journalistiken som kan göra samma anspråk på en opinionsbildande roll.⁸³ Studier kring läsning av dagstidningars ledarsidor visar emellertid på stora skillnader mellan den politiska opinionsbildningens tre huvudgrupper –

⁷⁸ Jfr Nord 1997:16-18.

⁷⁹ Nationalencyklopedin [www].

⁸⁰ Vallinder 1970:82.

⁸¹ Nord 2001:53; Vallinder 1970:84-85.

⁸² Nord 2001:53-55.

⁸³ Hadenius - Weibull 1991:22-23; Nord 2001:72; Vallinder 1970:132.

politiker, journalister och medborgare.⁸⁴ Politiker och journalister, som får anses vara mer aktivt och professionellt delaktiga i den politiska opinionsbildningen, följer i högre utsträckning än vanliga medborgare med i vad som skrivs på ledarsidorna. Detta gäller i synnerhet politiker. Vad medborgarna beträffar är det främst politiskt intresserade personer som tar del av ledarsidornas innehåll.⁸⁵

Ledarnas betydelse för den politiska opinionsbildningen är alltså inte självklar. Å ena sidan kan det ligga nära till hands att dra slutsatsen att ledarsidorna i hög grad utgör ett internt forum för den politiska maktens eliter. Å andra sidan kan man utifrån teorierna kring flerstegshypoteser anta att de åsikter som förmedlas på ledarplats också når ut till en större publik, genom att de i hög utsträckning når de grupper som kan anses vara opinionsledare i det svenska samhället.

Lars Nord, som i flera studier fokuserat dagspressens ledare, menar att ledare teoretiskt sett kan tänkas vara opinionsbildande på flera olika sätt; dels med avseende på *vems* opinioner som förs fram (opinionsbredd), dels med tanke på *vilken slags* opinioner som presenteras (opinionsdjup). När det gäller opinionens bredd kan ledarna antingen spegla opinioner som andra ledande samhällsaktörer redan företräder, eller introducera opinioner som inte finns representerade i den rådande samhällsdebatten. På samma sätt går det beträffande opinionens djup att skilja på om ledarnas opinioner har sitt ursprung i den pågående debatten, eller om man lyfter fram helt nya argument och åsikter. En ledare som vare sig breddar eller fördjupar debatten kan av detta snarare betraktas som opinionsföljande än opinionsledande.⁸⁶

Ledares innehåll och ledarskribenters produktionsvillkor

Ledarredaktioners storlek varierar i regel med tidningens resursmässiga och upplagemässiga storlek, men också utifrån vilken betydelse dess roll ges av tidnings- och/eller företagsledningen. På vissa tidningar leds det kommenterande arbetet av tidningens chefredaktör, medan det på andra håll finns särskilt tillsatta politiska redaktörer. Det förekommer även att tidningar har två chefredaktörer, där en har huvudansvaret för de politiska kommentarerna och den andre leder den övriga redaktionella verksamheten. Vid sidan av de ledande posterna finns ofta ett antal ledarskribenter, debatt- och insändarredaktörer osv. Vissa större tidningar har ledarskribenter med specialområden, men som regel förutsätts ledarskribenterna kunna behärska i stort sett alla politiska frågor som uppstår.⁸⁷

En central del i en ledarskribents arbete blir av detta att skaffa sig och bibehålla en god inblick i det politiska skeendet. Läsning av dagstidningar blir därför en central del i det dagliga arbetet. Särskilt viktiga är här tidningarna på och i närheten av utgivningsorten, samt de stora rikstäckande tidningarna. Även politiska, fackliga, ekonomiska organ kan vara intressanta, liksom mer betydelsefulla utländska tidningar och tidskrifter. Självklart ska inte läsning i detta sammanhang nödvändigtvis uppfattas bokstavigt. Vissa tidningar läses mer noggrant medan andra bara ögnas igenom, exempelvis för uppslag till egna artiklar. Vid sidan av tidningar och tidskrifter, kommer det även an på en ledarskribent att ta del av dels andra medier, dels lagförslag, skrifter

⁸⁴ Nord 2001.

⁸⁵ Jfr Nord 2001:193.

⁸⁶ Nord 2001:73.

⁸⁷ Ibid. s. 53.

och publikationer från myndigheter osv. En ledarskribent kan även ha behov av att skaffa fram uppgifter från en mängd olika personer, som politiker och tjänstemän. Ledarskribentens arbetssätt är således inte helt olikt de politiska reportrarnas.⁸⁸

Ledarredaktioner och ledarsidors innehåll har genom åren varit föremål för ett antal studier.⁸⁹ Givet pressens ökade oberoende gentemot partipolitiken är det självklart av intresse att undersöka i vilken mån detta avspeglar sig på ledarplats. Ett viktigt bidrag till den svenska forskningen på området lämnas av Lars Nord i boken *Vår tid ledare*⁹⁰, i vilken resultaten från tre olika studier av innehållet i svenska dagstidningars ledarsidor presenteras. De tre studierna omfattar 697 ledarartiklar publicerade i 21 dagstidningar under perioden 1981–2000. Det samlade resultatet visar att begreppet partipress fortfarande har relevans, men främst då vid särskilda omständigheter, och i betydligt mindre omfattning än förr. Helhetsintrycket av de tre studierna blir enligt Nord att »partipressen synes vara ett med tiden avklingande fenomen på ledarplats»⁹¹. Partiloyaliteten ökar generellt i samband med val, men också, som det verkar, vid ekonomiska kriser såsom 1980-talets devalveringar och införandet av en flytande kronkurs 1992. Resultaten är emellertid inte entydiga, vilket även gäller för skillnaderna mellan de presspolitiska sfärerna. Centertidningarna var den pressfär som hade mest drag av partipress i samband med valet 1998, men har samtidigt varit mest självständiga vid de ekonomiska kriserna. I det senare fallet är i stället moderatpressen mest partiloyal, följd av socialdemokratisk press. Den liberala pressen ligger i alla studier lågt när det gäller andelen partiloyal ledare.

Som en del i en större studie av svenska ledare genomförde Nord år 1993 en enkätundersökning bland 82 svenska ledarskribenter. Syftet med undersökningen var att studera villkoren för denna journalistiska verksamhet, exempelvis med avseende på ledarskribenternas individuella egenskaper och arbetsvillkoren på de enskilda tidningarna. Studien visar bl.a. på följande⁹²:

- Andelen ledarskribenter med partipolitiskt uppdrag var vid 1990-talets början lägre än vid början av 1980-talet. Vidare hade majoriteten av skribenterna en journalistisk – inte partipolitisk – bakgrund. Såväl partiengagemang som anställning på partipolitiska meriter kan ses som indikatorer på ledarsidornas koppling till de politiska partierna – studiens resultat ger alltså för handen att de direkta partibanden är betydligt mindre betydelsefulla nu än förr.⁹³ Dock finns skillnader de politiska sfärerna emellan: både när det gäller partiuppdrag och rekryteringsgång är de partipolitiska banden tydligare inom centerpressen och den socialdemokratiska pressen jämfört med de liberala och moderata pressfärerna.
- Såväl de direkta som indirekta kontakterna med partierna är generellt sporadiska. I studien undersöktes följande olika kontaktytor mellan press och parti: politiska nyhetsbyråer som distribuerar exempelvis cirkulärledare; redaktörsträffar eller telefonkonferenser som arrangeras av politiska partier eller nyhetsbyråer, samt ideologiskt definierade redaktörsföreningar. Även om de inte helt saknar betydelse för opinionsbildningen, visar den ringa omfattningen att tidningarna utifrån dessa kontaktytor inte är att betraktas som partiorgan.

⁸⁸ Vallinder 1970:92-93.

⁸⁹ Se t.ex. Hadenius - Seveborg - Weibull 1968, 1970; Vallinder 1970; Kronvall 1971; Asp 1982.

⁹⁰ Nord 2001, kapitel 6-8.

⁹¹ Ibid. s. 186.

⁹² Uppgifterna i nedanstående är hämtade från Nord 2001, kapitel 5.

⁹³ Till de direkta banden hör även de fall där partier äger tidningar. Även här har partikopplingen minskat (jfr kapitel två).

- Ledarskribenterna är inte heller särskilt intresserade av att visa lojalitet mot det närstående partiet – något som ytterligare stärker bilden av att den traditionella partipressmodellen inte längre står särskilt högt i kurs. Istället är det absolut viktigaste målet med ledarsidorna att föra en konsekvent linje i tidningens profilfrågor. Nord menar dock att detta inte behöver betyda att tidningarna helt står fria från ideologiska bindningar: »I praktiken torde en sådan målsättning innebära en tämligen partinära hållning, låt vara att partipiskan här ersätts av idégrunden.»⁹⁴
- De dagliga ledarämnena väljs vanligtvis vid redaktionskonferenser. Detta gäller i synnerhet på de större tidningarna, medan det på mindre tidningar även är relativt vanligt att den enskilde skribenten själv väljer ämne. Enbart i tio procent av fallen väljs ämnet av ledaravdelningens chef. Avgörande för val av ämne är så gott som uteslutande ämnets aktualitet – av totalt 82 ledarskribenter svarar enbart en att partiets intresse avgör ämnesvalet. Inte heller detta behöver, enligt Nord, betyda en fullständig distansering från partipositionerna, eftersom aktuella frågor ofta präglas av de politiska partiernas förhållningssätt till varandra.

⁹⁴ Nord 2001:104.

Kapitel IV

PARTITIDNINGARNA I DEN POLITISKA OPINIONSILDNINGEN

Som vi har kunnat se i de två föregående kapitlen har det funnits både journalistiska och kommersiella intressen bakom brytningen mellan den partipolitiska opinionsbildningen och nyhetsjournalistiken.⁹⁵ Om man utifrån denna utveckling ska generalisera kring vinnare och förlorare kan man sluta sig till att de politiska partierna i alla fall inte hör till de stora vinnarna. Följderna för partierna har i många avseenden varit omvälvande. Styrkeförhållandet mellan politik och press har ändrats väsentligt och partierna har inte längre egna pressfärer som okritiskt basunerar ut deras budskap. Istället måste de i hög grad anpassa sig till pressens allmänna nyhetsvärdering, samtidigt som de hela tiden måste räkna med de oberoende mediernas ofta hårda granskning.⁹⁶

Så vad finns då egentligen kvar av den traditionella svenska partipresstraditionen? Svaret på den frågan skulle mycket väl kunna vara de tre tidningar som är föremål för den här uppsatsen. AiP, Kristdemokraten och NU uppfyller alla kriterier på en partitidning⁹⁷: de ägs, helt eller delvis, av ett parti, de har ett innehåll som är präglad av partiets politik och de läses huvudsakligen av partiets anhängare. Således utgör dessa tre tidningar de enda kvarvarande fallen där politiska partier genom ägande och styrelserepresentation är direkt involverade i dagstidningsbranschen.

Den svenska dagspressens avpolitisering ska dock inte tolkas som att dagens dagstidningar inte längre spelar någon roll i det politiska skeendet. Vissa delar faller fortfarande utanför dagspressens nya opartiskhet och oberoende ideal. I det traditionella partipresssystemet hörde det till vanligheterna att tidningarna var partiska både på kommentar- och nyhetsplats, och även om det senare har försvunnit återstår fortfarande det förra. Det är också i tidningarnas kommenterande material som de enda kvarvarande banden mellan partier och dagspressens redaktionella innehåll återfinns – även om studier visar på att lojaliteten till enskilda partier även här har minskat på senare år. Utöver ledarsidorna förmedlas opinionsyttringar även – och i allt högre grad – genom fristående debattörer.⁹⁸

Det är sannolikt mot bakgrund av den tidigare beskrivna utvecklingen inom dagspressen som de tre partitidningarna måste ses. Dagstidningarnas roll som exklusiva opinionsförmedlare och gruppkommunikatörer åt partierna har i princip försvunnit. De tidigare så starka banden mellan partier och dagspress är i stor utsträckning brutna, och partierna kan idag snarare ses som vilka samhällsaktörer som helst som i hög grad måste gå via oberoende medier för att nå ut till allmänheten. Att i en sådan situation ha i alla fall *en* tidning som för ut partiets politik och rapporterar om det politiska skeendet ur ett utpräglat partiperspektiv har säkert sina klara fördelar. Som framgår av kapitel tre har partierna som konsekvens av utvecklingen inom mediesystemet kommit att söka alternativa vägar för att nå väljarna – det ligger nära till hands att betrakta de tre partitidningarna som ett led i en sådan strategi.

⁹⁵ Jfr Hadenius - Weibull 1991:45.

⁹⁶ Se t.ex. Nord - Strömbäck 2003.

⁹⁷ Hadenius - Weibull 1991:25-26.

⁹⁸ Nord 2001; Hadenius - Weibull 1991.

Vi har i kapitel tre kunnat se att dagstidningar i ett demokratiskt samhälle kan ha flera olika funktioner. De tre partitidningarna är i detta avseende inget undantag. Givet deras tydligt parti-orienterade innehåll är det inte svårt att dra slutsatsen att de inom sina respektive partier avser fylla en funktion både som informationsförmedlare och som gruppkommunikatörer. Mycket av tidningarnas innehåll är vikt åt dels information om vad som händer inom partiet och allmänpolitiska nyheter ur det egna partiets perspektiv, dels debattinlägg från aktiva och medlemmar. Fokus för den här uppsatsen är emellertid de tre tidningarnas opinionsbildande funktion.

En dagstidning kan något schematiserat ha tre huvudsakliga målgrupper för sitt kommenterande material: medborgare, politiker och andra medier.⁹⁹ Vill man mäta vilken roll de tre tidningarna har i den politiska opinionsbildningen är det således lämpligt att rikta uppmärksamheten mot en eller flera av dessa grupper. I den här uppsatsen har valet fallit på medierna, eller närmare bestämt dagspressens ledarskribenter. Även om de svenska ledarskribenternas inflytande sannolikt har minskat över tid är det få grupper inom mediavärlden, liksom samhället i övrigt, som kan göra samma anspråk på en opinionsbildande roll i det politiska skeendet. Mot bakgrund av utvecklingen inom den svenska dagspressen är det dessutom extra intressant att se om, och i så fall hur, de tre partierna genom sina tidningar samverkar med de »kvarvarande resterna» av det gamla partipresssystemet.

Det torde gå att finna ett positivt samband mellan en dagstidnings upplaga och roll i den politiska opinionsbildningen: ju fler människor som läser en tidning, desto större möjligheter har denna att nå ut med sitt kommenterande innehåll. Emellertid är verkligheten inte riktigt så enkel. Dagstidningar kan trots små upplagor göra sin röst hörd på flera sätt. Lazarsfeld med flera introducerade i detta sammanhang teorin om opinionsledare.¹⁰⁰ Essensen i denna teori är att politiskt intresserade personer i högre grad än andra tar del av mediers politiska innehåll. Dessa personer tenderar sedan att sprida dessa budskap till personer i sin omgivning. Politiskt initierade läsare av någon av de tre tidningarna kan enligt denna logik bidra till att tidningarnas opinioner når en större publik.

Denna flerstegsprocess innefattar inte bara politiker och engagerade medborgare utan även *andra* medier. Intressanta åsikter, vinklingar eller nyheter i exempelvis en tidning får inte sällan genomslag i såväl andra tidningar som övriga media.¹⁰¹ Det är i detta sammanhang som dagspressens ledarskribenter är särskilt intressanta. Det är på ledarsidorna som dagstidningarna bildar opinion på olika sätt; det är här tidningarna kommenterar aktuella händelser, släpper fram olika opinionsyttringar, eller helt enkelt på egen hand driver opinion i olika frågor. Till detta kommer att dagspressens ledarsidor i högre grad än mycket annat redaktionellt material når politiker, journalister och politiskt intresserade läsare¹⁰² – med andra ord de opinionsledare som Lazarsfeld redogör för. Ledarsidornas funktion i den flerstegsprocess genom vilken opinioner sprids bör därför inte underskattas.

Att ledarskribenter tar intryck av och kommenterar andra tidningars innehåll får självklart följder för den enskilda tidningens möjligheter att nå nya läsargrupper. Om exempelvis Dagens Nyheter

⁹⁹ Jfr Nord 2001:190.

¹⁰⁰ Lazarsfeld - Berelson - Gaudet 1968.

¹⁰¹ Jfr Vallinder 1970:132-133.

¹⁰² Nord 2001.

på ledarplats diskuterar eller citerar vad som skrivits i tidningen NU, när den senares budskap med en flerfaldigt större publik än vad tidningens ringa upplaga annars medger. En grundförutsättning för att en sådan flerstegsprocess ska vara möjlig är dock att tidningen inte bara läses av ledarskribenter på andra redaktioner, utan att dessa skribenter även tillskriver tidningen tillräcklig betydelse för att låta sig influeras av, och kommentera, dess innehåll på ledarplats. Att opinioner sprids mellan olika ledarsidor har redan konstaterats; ambitionen med den här uppsatsen är att närmare undersöka vilken roll tidningarna AiP, Kristdemokraten och NU – eller den »egentliga» partipressen om man så vill –, spelar i denna process.

Syfte och frågeställningar

Syftet med den här studien är att belysa vilken roll de tre dagstidningarna Aktuellt i Politiken, Kristdemokraten och NU Det liberala nyhetsmagasinet har i den del av den politiska opinionsbildningen som förs på dagspressens ledarsidor. De huvudfrågor som är av centralt intresse i denna studie är: Hur ser de tre tidningarna själva på sin opinionsbildande roll och hur tar detta sig uttryck på ledarplats? I vilken omfattning når de tre tidningarna svenska ledarskribenter, vilken är ledarskribenternas attityd till tidningarna, och hur kommer detta till uttryck på ledarskribenternas egna ledarsidor?

Den första huvudfrågan handlar om att klargöra vad de tre tidningarna vill uppnå med det kommenterande materialet på ledarplats. Ett grundantagande för hela den här uppsatsen är att de tre tidningarna måste nå utanför de egna partileden för att kunna delta i den allmänna politiska debatten. Därmed inte sagt att detta nödvändigtvis behöver vara en av tidningarna uttalad målsättning. Det är därför viktigt att först fastställa vilka mål tidningarna har med sina respektive ledarsidor, och vilka grupper det är man riktar sig till. Relationen till det egna partiet är i detta sammanhang inte oväsentlig.¹⁰³ Om en partitidning exempelvis enbart har för avsikt att påverka debatten inom det egna partiet, eller att föra ut partinära argument till de egna leden, torde detta självklart påverka innehållet på ledarplats. Det är vidare inte orimligt att tro att ju mer en tidning riktar sig mot de egna leden, och ju närmre den på ledarplats ligger den egna partilinjen, desto mindre intressant blir den för grupper utanför partiet – vilket i förlängningen inverkar på dess roll i den politiska opinionsbildningen. Mot bakgrund av detta resonemang kan den första frågeställningen brytas ner i följande delfrågor:

- Vilka målsättningar har tidningarna på ledarplats?
- Vilka grupper riktar man sig till på ledarplats?
- Vilka direkta och indirekta band finns till partiet och hur påverkar de vad som skrivs på ledarplats?

Ambitionen med den andra huvudfrågan är att försöka placera in de tre tidningarna i ett större sammanhang: Vilken roll har de egentligen i den opinionsbildning som förs på den svenska dagspressens ledarsidor? En tidnings roll i den politiska opinionsbildningen kan i min mening mätas utifrån två aspekter: upplevd roll och faktisk roll. Den upplevda rollen har, i fallet ledarskribenter, att göra med skribenternas attityder till tidningarna och inbegriper aspekter som trovärdighet, självständighet och inflytande – med andra ord den roll man upplever att tidningarna spelar i den politiska opinionsbildningen. Den faktiska rollen består dels i om ledarskribenter

¹⁰³ Jfr Nord 2001:93-94.

överhuvudtaget väljer att läsa tidningarna, dels om de väljer att kommentera, citera, eller på annat sätt beröra tidningarnas innehåll på ledarplats. Den upplevda och faktiska rollen hänger självklart ihop; om en ledarskribent tycker att någon av tidningarna lyfter fram bra (eller dåliga!) argument i en viss fråga, är det inte omöjligt att denne väljer att kommentera detta i sin egen ledare. Upplevs tidningen däremot som betydelselös eller allmänt ointressant är risken överhängande att man väljer att inte läsa den alls. Av detta är det av betydelse att mäta dels vilken roll andra ledarskribenter upplever att tidningarna har, dels hur detta tar sig uttryck på deras egna ledarsidor.

Som tidigare konstaterats hör det till ledarskribentyrkets viktigaste delar att hänga med i vad som händer i samhället. En riklig mediekonsumtion är i många fall nödvändig, inte bara för att bibehålla en god allmänorientering i det politiska skeendet, utan också för influenser och ingångar till det egna ledarskrivandet. Det är således av intresse att först och främst klargöra vilka medier och andra källor som är viktiga för ledarskribenter i deras arbete, och därefter undersöka vilken betydelse de tre partitidningarna har i detta avseende. Till den andra frågeställningen kommer därför följande tre delfrågor:

- Vilka är de svenska ledarskribenternas viktigaste informationskällor, varifrån hämtar de inspiration till sitt eget ledarskrivande, och vad avgör vad de till slut väljer att skriva om?
- I vilken utsträckning har svenska ledarskribenter tillgång till de tre tidningarna i sitt arbete, i vilken omfattning läser de dem, och vilken syn har de på tidningarna i allmänhet och deras ledarsidor i synnerhet?
- I vilken omfattning berör de svenska ledarskribenterna de tre tidningarna på ledarplats?

Det är avslutningsvis angeläget att komma ihåg att även om de tre tidningarna har mycket gemensamt rör det sig likväl om tre skilda undersökningsobjekt. Därför tillkommer en viktig komparativ aspekt i såväl syfte som frågeställningar. Det är exempelvis inte alls säkert att de tre tidningarna har samma mål med sina ledarsidor. Inte heller är det per automatik så att tidningarna når ledarskribenter på andra tidningar i samma utsträckning, eller att ledarskribenter tycker likadant om de tre tidningarna. Trots ett ökat oberoende inom dagspressen är det fortfarande så att det i den stora majoriteten av dagstidningar fortfarande ges uttryck för partipolitiska sympatier och lojaliteter på ledarplats – något som sannolikt inverkar på inställningen till de tre partitidningarna.

Kapitel V

OM STUDIEN

De metoder som använts i den här studien är dels kvalitativa intervjuer med chefredaktörerna för de tre tidningarna, dels en kvantitativ enkätundersökning bland ledarskribenter på svenska dagstidningar. I detta kapitel beskrivs närmare hur dessa båda undersökningar har genomförts.

Kapitlet inleds med ett avsnitt om hur jag har resonerat när det gäller de utvalda metoderna; här redogörs framför allt för de avgörande argumenten för de gjorda valen och vilka alternativa metoder som har övervägts. Därpå behandlas i tur och ordning först hur intervjuerna och enkätundersökningen har gått till, sedan vilka anspråk som kan göras angående studiens giltighet och tillförlitlighet. Särskilt utrymme ges här åt en redogörelse för enkätundersökningens bortfall.

Metodval

Det övergripande målet med hela den här studien är att undersöka vilken roll de tre tidningarna, genom sitt kommenterande material, spelar i den politiska opinionsbildningen. Som framgår av diskussionen i det föregående kapitlet har jag ansett det vara viktigt att först och främst försöka klarlägga vilka mål tidningarna har i detta avseende. Att intervju representanter för de tre tidningarna föll sig därför naturligt.

Intervjuer är ett bra redskap när det gäller att samla in och analysera data om människors åsikter, attityder och agerande; intervjun som metod är också mycket vanlig inom samhällsforskningen.¹⁰⁴ Därmed inte sagt att intervjuer inte kan genomföras på olika sätt. Mina intervjuer är av det kvalitativa slaget, och kan närmast beskrivas som samtalsintervjuer. Ambitionen har varit att försöka sätta mig in i hur tidningarna egen syn på sin roll i den politiska opinionsbildningen och hur man utifrån denna syn resonerar kring målgrupper, målsättningar och partiloyalitet.

Studiens andra del (dvs. den som täcks in av frågeställning två), syftar till att undersöka vilken opinionsbildande betydelse de tre partitidningarna tillskrivs av ledarskribenter på andra svenska dagstidningar. Jag har här valt att använda mig av en enkätundersökning, eller rättare sagt en webbenkätundersökning, för att få mina frågor besvarade. De huvudsakliga motiven bakom valet av just enkäter i allmänhet, och webbenkäter i synnerhet, kan sammanfattas som två grundläggande brister, en av det mer kunskapsmässiga slaget, och en rent ekonomisk. Det naturliga alternativet till enkäter hade varit intervjuer; fördelen med att intervju ett visst antal ledarskribenter hade varit att kunna erhålla en djupare inblick i hur enskilda skribenter uppfattar de tre tidningarna. Ett grundläggande problem vid utformandet av studien var emellertid att jag inte hade någon som helst aning om huruvida de här tidningarna överhuvudtaget läses av ledarskribenter på andra tidningar. Därför har det först och främst varit av betydelse att fastställa i vilken utsträckning tidningarna når denna grupp. Inom medie- och kommunikationsforskningen är det vanligt att använda enkäter för att studera mediers publik.¹⁰⁵ Enkäten är, givet studiens syfte, således att betraktas som en högst bruklig metod.

¹⁰⁴ Østbye m.fl. 2004:99.

¹⁰⁵ Asa Berger 1991.

En praktisk nackdel med vanliga brevenkäter är emellertid att de inte sällan kan bli relativt kostsamma historier. Eftersom jag inte haft några ekonomiska medel till förfogande har en vanlig postbaserad enkätundersökning inte varit möjlig. Webbenkäten som undersökningsmetod har i detta avseende en uppenbar förtjänst: den kostar ingenting att distribuera. Vidare kan hanteringen av resultaten skötas på ett mycket behändigt sätt, vilket är av stor betydelse när man under tidsbegränsade betingelser har att göra med större empiriskt material. Dessutom är min högst personliga uppfattning att webbenkäten, i egenskap av relativt ny undersökningsmetod, sannolikt upplevs som mer tilltalande och spännande än en traditionell brevenkät – något som i sin tur borgar för en högre svarsfrekvens.

En alternativ metod för att undersöka vilken inverkan de tre tidningarna har på andra ledarskribenter hade varit att genomföra en innehållsanalys av andra dagstidningars ledarsidor. Min bedömning är dock att denna metod, utöver ett antal delikata avgränsningsproblem, skulle ge en ganska bristfällig bild av vilken inverkan tidningarna har. Ledarskribenter kan exempelvis förutspåttas bli influerade av andra dagstidningar utan att dessa »källor» nödvändigtvis nämns vid namn. Ett tänkbart alternativ hade emellertid varit att komplettera enkätundersökningen med kvalitativa intervjuer och/eller en innehållsanalys av svenska dagstidningars ledarsidor. Detta hade självklart kunnat ge en ännu djupare insyn i ämnet, men har likväl valts bort då tidsramen för studien tyvärr inte har gett utrymme för fler undersökningar.

Intervjuerna

Den del av undersökningen som är kopplad till studiens första frågeställning bygger på kvalitativa intervjuer med chefredaktörerna för tidningarna AiP, Kristdemokraten och NU. Urvalet har varit strategiskt med ambitionen att intervjua de personer som är mest förtrogna med de frågor som är relevanta för undersökningen. Det föll sig därför naturligt att intervjua chefredaktörerna, dels eftersom få om några har samma inblick i tidningarnas organisation, verksamhet och målsättningar, dels eftersom det är dessa tre som är de huvudsakliga ledarskribenterna på de tre tidningarna. Innan beskrivningen av det praktiska genomförandet av dessa intervjuer, ges här först en kort presentation av de tre respondenterna:

- Ove Andersson, chefredaktör och ansvarig utgivare för AiP, samt vd för AiP Media AB sedan 1989.¹⁰⁶ Har sedan journalisthögskolan arbetat inom den socialdemokratiska pressen: först som journalist på A-pressen, därefter som facklig reporter och reporter på tidningen Nya Norrland. Innan han tillträdde tjänsten på AiP var han chefredaktör på Norrländska Socialdemokraten i Luleå i tretton år.
- Henrik G. Ehrenberg, chefredaktör och ansvarig utgivare för Kristdemokraten sedan 1999. Efter genomförd statsvetarutbildning vald till generalsekreterare för Landsrådet för Sveriges ungdomsorganisation¹⁰⁷, och det var också denna position han hade då han blev tillträdde som chefredaktör. Eftersom det är en liten tidning inkluderar tjänsten, förutom chefredaktörs- och utgivarrollerna, även uppdraget som personalchef och redaktionschef.

¹⁰⁶ Några dagar efter genomförd intervju offentliggjordes det att AiP-medarbetaren Eric Sundström utsetts till ny chefredaktör och utgivare för AiP och Stockholms-Tidningen.

¹⁰⁷ Landsrådet för Sveriges ungdomsorganisation (LSU) är ett samarbetsorgan för svenska ungdomsorganisationer.

- Jan Fröman, chefredaktör och ansvarig utgivare för NU sedan 2001, och efter att ha varit redaktionschef på tidningen i sju år. Var dessförinnan politisk redaktör på Hallandsposten (oberoende liberal). Den journalistiska karriären inkluderar även anställningar som reporter på de liberala dagstidningarna Gefle Dagblad och Ljusnan samt diverse facktidningar. Utbildad musiklärare.

Intervjuerna genomfördes den 24 april 2006 på de tre tidningarnas respektive redaktioner i Stockholm. Respondenterna hade i förväg via telefon och e-post informerats om syftet med studien samt vilka huvudsakliga frågor som skulle tas upp. Utgångspunkten för intervjuerna var en i förväg konstruerad intervjumall¹⁰⁸, vilken var framtagen för att täcka in de frågor som ryms inom den första frågeställningen i den här studien. Det huvudsakliga syftet med intervjuerna var som redan beskrivits att få en bild av tidningarnas syn på sin opinionsbildande funktion, men det var även relevant att få allmän information om tidningarnas målgruppstänkande, historia, ägarstruktur, ekonomiska resultat osv. (vilket framförallt kommit att ligga till grund för beskrivningen av tidningarna i kapitel två). Flertalet av frågorna var relativt brett formulerade och respondenterna uppmanades att tala fritt kring de ämnen som dryftades. Intervjuerna kan därmed sägas ha varit semistrukturerade till formen.¹⁰⁹

Samtliga intervjuer spelades in på kassettband och deras längd varierade mellan tre kvart och en timma. Tillbaka i Göteborg lyssnade jag igenom intervjuerna och skrev en sammanfattning, där direkta citat från intervjuerna nedtecknades. När dessa citat redovisas i texten i nästkommande kapitel har ambitionen varit att de ursprungliga svaren ska återges så exakt som möjligt. Textmässig redigering av svaren har därför enbart gjorts i de fall då det underlättat förståelsen av svaren. Det bör i sammanhanget även nämnas att svaren i ett fåtal fall (då de varit otydliga eller ofullständiga) har kompletterats genom e-postkorrespondens.

Enkätundersökningen

Enkätundersökningen bland ledarskribenterna har haft två övergripande syften. Det första var att ge ökad kunskap kring vilka faktorer som påverkar vad ledarskribenter väljer att skriva om i sina artiklar. En av premisserna för den här studien är att ledarskribenter i sitt arbete tar intryck av olika faktorer i omvärlden, däribland innehållet i andra medier. Enkätundersökningen utformades därför med ledarskribenters informationskällor som utgångspunkt. Därefter var det intressant att se vilken roll de tre partitidningarna spelade i denna process. Det andra syftet med enkäten var således att undersöka dels om ledarskribenterna tar del av tidningarnas innehåll, dels den uppfattning de har om tidningarna och deras roll i den politiska opinionsbildningen, samt hur detta tar sig uttryck på respondenternas egna ledarsidor.

Enkätfrågornas innehåll, formulering, svarsalternativ samt inbördes ordning arbetades fram i samråd med handledaren.¹¹⁰ Enkäten, som totalt omfattade 17 frågor, kom att bestå av tre delar. Den första delen innehöll två bakgrundsfrågor (eller bakgrundsvariabler med statistiktermer). Båda dessa frågor rörde respondenternas arbetsplats: den första efterfrågade tidningens politiska

¹⁰⁸ Se bilaga för nämnda frågeformulär.

¹⁰⁹ Se t.ex. Østbye m.fl. 2004:103.

¹¹⁰ Se bilaga för nämnda enkät.

tendens och den andra tidningens upplaga.¹¹¹ Del två hade som syfte att närmare belysa ledarskribenternas arbetsprocess och innehöll därför frågor om respondenternas informationskällor, samt vilka faktorer som inverkar på deras val av ledarämne. Denna del innehöll även frågor om respondenternas tillgång till AiP, Kristdemokraten och NU, samt om i vilken omfattning respondenterna läser tidningarna. Enkätens tredje del rörde respondenternas syn på de tre tidningarna. Respondenterna uppmanades här ta ställning i fem frågor. Dessa rörde i tur och ordning tidningarnas relation till partierna, åsikter på ledarplats, allmänna nyhetsrapportering, roll i den politiska opinionsbildningen, samt allmänna kvalitet. Här frågades det även efter i vilken utsträckning respondenternas respektive tidningar kommenterar eller citerar de tre tidningarna på ledarplats. Enkäten avslutades med en öppen fråga där respondenten gavs möjlighet att komplettera sina svar och lämna sina synpunkter på formuläret.

Undersökningen utformades med i huvudsak stängda frågor, även om respondenterna till vissa frågor gavs möjligheten att kommentera eller komplettera sina svar. Min ambition var här att ta fram ett formulär som gick snabbt att fylla i, samtidigt som det kunde förse mig med tillräckligt mycket relevant information. Den stora fördelen med stängda frågor är att de möjliggör för en kvantifiering av resultaten. Ska studiens resultat sammanställas med hjälp av ett datorprogram (i mitt fall SPSS) är det självklart betydligt enklare att behandla data i form av siffror än i form av narrativ text. Stängda frågor är också lämpliga om man vill begränsa det möjliga utfallet, t.ex. genom att tvinga respondenterna att svara på en viss precisionsnivå.¹¹²

Rent praktiskt fungerade undersökningen så att respondenterna kontaktades via e-post, där de i ett kort följebrev informerades om syftet med uppsatsen, vad deras svar skulle användas till, samt att dessa skulle registreras helt anonymt och att en enskilds svar därför inte skulle gå att utläsa.¹¹³ I detta brev fanns även en länk till den hemsida på vilken enkäten fanns utlagd. Denna hemsida var i sin tur kopplad till en databas där de inkomna svaren registrerades. Svaren kunde därefter enkelt föras över till statistikprogrammet SPSS för sammanställning.

Undersökningen genomfördes under månadsskiftet april–maj 2006 och avgränsades till ledarskribenterna vid samtliga morgontidningar med en utgivningsfrekvens på sex eller sju dagar per vecka och som har en ledarsida. Vid tidpunkten för undersökningen innebar detta 82 tidningar (inklusive avläggare), av vilka tolv var sjudagarstidningar.¹¹⁴ Tidningar med mer sporadisk utgivning har i regel inte resurser att i betydande omfattning hålla sig med egenproducerat kommenterande material och har därför inte ansetts väsentliga att inkluderas i studien. Samtidigt visade sig denna avgränsning vara precis vad tidsramen för denna studie tillät; att identifiera dagstidningars ledarskribenter är med facit till hands ett tämligen tidsödande företag.

Processen att identifiera ledarskribenterna komplicerades inledningsvis av alla de olika samarbetsformer som präglar dagens svenska dagspress. I många fall publiceras samma innehåll i flera tidningar, något som även omfattar det kommenterande materialet. Som exempel kan

¹¹¹ Frågornas och svarsalternativens utformning är i detta avseende i hög grad identiska med den enkät som Lars Nord använde i en telefonundersökning bland svenska ledarskribenter 1993 (se Nord 2001:272-277). Detta möjliggör i viss mån jämförelser mellan de båda studiernas resultat.

¹¹² Østbye m.fl. 2003:143-144; Fowler 1995:177.

¹¹³ Se bilaga för nämnda följebrev.

¹¹⁴ Källa: Tidningsutgivarna [www]. Tidningsutgivarna är en bransch- och arbetsgivarorganisation inom mediebranschen. Se bilaga för en presentation av vilka tidningar som omfattats av studien.

nämnas tidningskoncernen Västgöta Tidningar AB vars fyra tidningar¹¹⁵ varje dag publicerar samma centralt producerade ledarsida. Ser man därför till antalet unika ledarsidor – eller ledarredaktioner om man så vill – sjunker antalet till 66.¹¹⁶ Alltså kan man säga att det en vanlig vardag i de 82 tidningarna publiceras 66 olika ledarsidor (tabell 5.1).

Tabell 5.1: Sex- och sjudagarstidningar och unika ledarsidor

Pressfär	Tidningar		Unika ledarsidor	
	Antal	Procent	Antal	Procent
socialdemokratisk	16	19	15	23
centerpartistisk	10	12	9	14
liberal	30	37	24	36
moderat	12	15	11	16
allmän borgerlig	6	7	3	5
opolitisk	8	10	4	6
Totalt	82	100	66	100

Kommentar: Summan för unika ledarsidor inkluderar dels Tidningen Ångermanlands två ledarsidor (s resp. lib), dels Gotlands Tidningars två ledarsidor (s resp. c). Källa (dagstidningar och politisk tendens): Tidningsutgivarna [www].

Fördelningen av dagstidningarna utifrån pressfär är som synes mycket ojämn. De liberala tidningarna är klart flest till antalet och följs närmast av de socialdemokratiska och moderata pressfärerna. Noterbart är vidare att enbart tio procent av tidningarna inte har någon politisk signatur. Jämför man antalet tidningar med antalet unika ledarsidor kan man se att det förekommer centralt publicerade ledarsidor inom samtliga pressfärer, om än i olika utsträckning. Procentuellt vanligast är det inom de opolitiska och de allmänborgerliga sfärerna; i båda fallen publiceras bara hälften så många unika ledarsidor som det finns tidningar. Även inom den liberala pressfären är fenomenet relativt vanligt (här inbegrips bl.a. nämnda Västgöta Tidningar AB).

För att identifiera tidningarnas ledarskribenter har samtliga tidningars hemsidor besökts, dels för att fastställa huruvida tidningarna har en ledarsida, dels för att identifiera de anställda vid tidningarnas ledarredaktioner. I nästa steg har dagstidningarnas pappersupplagor gått igenom; principen har här varit densamma som för hemsidorna. Det är också i denna process det har varit möjligt att se vilka tidningar som har unika ledarsidor. I de fall då det vare sig genom en tidnings hemsida eller pappersupplaga varit möjligt att identifiera tidningens ledarskribenter och/eller deras e-postadresser har tidningen kontaktats via telefon. På så sätt har samtliga 82 tidningar – liksom de 66 ledarredaktioner som producerar ledarsidor – kunnat omfattas av studien. Det totala antalet identifierade ledarskribenter kom att uppgå till 117 stycken.¹¹⁷

E-breven till ledarskribenterna skickades ut den 21 april 2006. Det slutliga antalet ledarskribenter sjönk dock till 114, efter att två personer som i tidningarna angavs som ledarskribenter lät förstå att de inte längre hade den uppgiften, medan en tredje precis tillträtt sin tjänst och därför inte kunde uttala sig i de frågor som ställdes. De 114 skribenternas fördelning utifrån pressfär och upplaga redovisas i tabell 5.2.

¹¹⁵ Skaraborg Läns Tidning, Skövde Nyheter, Falköpings Tidning och Västgöta-Bladet.

¹¹⁶ Egen beräkning.

¹¹⁷ Det bör i sammanhanget nämnas att enbart de skribenter som är *anställda* vid tidningarna innefattas i studien. Vissa tidningar har även fristående ledarskribenter – dessa har således inte inkluderats.

Tabell 5.2: De högfrekventa morgontidningarnas ledarskribenter, antal (procent) (n = 114)

Pressfär	Upplaga				Totalt
	- 15 000 ex	- 40 000 ex	- 90 000 ex	90 000 ex -	
socialdemokratisk	8	15	1	-	24 (21)
centerpartistisk	2	6	2	-	10 (9)
liberal	5	21	11	14	51 (44)
moderat	3	2	10	4	19 (17)
allmän borgerlig	2	-	2	-	4 (4)
opolitisk	-	2	4	-	6 (5)
Totalt	20 (18)	46 (40)	30 (26)	18 (16)	114 (100)

Kommentar: Uppgifterna om dagstidningarnas upplaga respektive pressfär kommer från Tidningsutgivarna [www]. I de fall en skribent skriver för flera tidningar gäller upplagan för den största tidningen.

De 66 ledarredaktionerna representeras alltså i den här undersökningen av 114 skribenter, vilket ger ett snitt på 1,7 skribenter per redaktion. Det går i allmänhet att se ett positivt samband mellan tidningars upplaga och antal anställda ledarskribenter: ju större upplaga desto fler ledarskribenter. Jämför man andelen ledarskribenter med andelen ledarredaktioner i tabell 5.1 med avseende på pressfär går att se vissa skillnader. Det är i detta sammanhang främst de liberala och centerpartistiska pressfärerna som avviker: de liberala ledarskribenterna är något överrepresenterade i förhållande till andelen liberala ledarsidor, medan de centerpartistiska skribenterna är något underrepresenterade. Den huvudsakliga förklaringen till detta är att det inom den liberala sfären finns flera större tidningar och därmed fler ledarskribenter, medan den centerpartistiska pressen domineras av mindre tidningar, ofta med enbart en ledarskribent per tidning. För övriga sfärer är avvikelserna mycket små.

Studiens giltighet och tillförlitlighet

Att i hög grad förlita sig till tidningarnas hemsidor och pappersupplagor för att identifiera deras ledarskribenter har både för- och nackdelar. Den största fördelen är att det är ett relativt enkelt och snabbt tillvägagångssätt, samtidigt som det ger en god insikt i hur dagens ledarsidor ser ut. Alternativet, att via telefon kontakta tidningarna, har fördelen att man som undersökare även kan komma åt de eventuella skribenter vars namn av någon anledning inte publiceras i pappers- eller nätupplagan. Nackdelen med denna metod är att den tar lång tid – i synnerhet då pappers- eller nätupplagan likväl måste tas till hjälp för att hitta relevanta telefonnummer och kontaktpersoner. Att ringa runt till samtliga redaktioner hade med hänsyn till tidsramen för uppsatsen varit för tidskrävande. Eftersom den stora majoriteten av tidningarna på ett tydligt sätt på hemsidan och/eller i pappersupplagan publicerar vilka som ingår i ledarredaktionen, kan det potentiella bortfallet i detta avseende anses vara mycket begränsat.

En vecka efter att enkäten skickats ut hade 54 svar kommit in, vilket innebar en svarsfrekvens på 47,4 procent. Samma dag gick en påminnelse ut, och efter ytterligare sju dagar hade det totala antalet svarande stigit till 64, och svarsfrekvensen till 56,1 procent. En vecka och ännu en påminnelse senare hade det svarsantalet stigit till 74.¹¹⁸ Den slutliga svarsfrekvensen blev därmed 65,0 procent, vilket får anses vara relativt bra för den här typen av studier. De totalt 74 ledar-

¹¹⁸ Då de inkommande svaren registrerades helt anonymt var det inte möjligt att urskilja vilka av respondenterna som hade svarat, varför påminnelserna skickades till samtliga respondenter.

skribenterna som valde att delta i undersökningen fördelar sig på följande sätt med avseende på presspolitisk sfär och tidningsupplaga (tabell 5.3):¹¹⁹

Tabell 5.3: Ledarskribenterna i enkätundersökningen, antal (procent) (n = 74)

Pressfär	Upplaga					Totalt
	- 15 000 ex	- 40 000 ex	- 90 000 ex	90 000 ex -	N/A	
socialdemokratisk	4	13	1	-	-	18 (24)
centerpartistisk	2	4	2	-	-	8 (10)
liberal	-	15	9	5	-	29 (39)
moderat	2	3	8	-	-	13 (17)
övrig	-	-	1	2	-	3 (4)
N/A	-	-	-	1	2	3 (4)
Totalt	8 (11)	35 (47)	21 (28)	8 (11)	2 (3)	74 (100)

Kommentar: Frågan om pressfär lyder: »Vilken politisk sfär står vanligtvis den ledarsida eller de ledarsidor du skriver för närmast?» Frågan om upplaga lyder: »Hur stor upplaga har den tidning du arbetar för?» Eftersom det förekommer att ledarskribenter skriver för flera tidningar uppmanades respondenterna att välja upplagan för den största tidningen. Under »N/A» redovisas här och fortsättningsvis de skribenter som ej angivit pressfär och/eller upplaga, och i gruppen »övrig» redovisas de skribenter som uppgivit att den egna tidningen har en annan politisk färg än s, c, lib och m eller är opolitisk. Det bör noteras att uppgifterna till skillnad från tabell 5.2 bygger på ledarskribenternas egna bedömningar, varför det kan förekomma vissa variationer tabellerna emellan; exempelvis har 2 skribenter (90 k -) som i 5.2 angivits som antingen lib eller m, valt att definiera sin tidning som opolitiskt (»övrig»).

Vid en jämförelse med tabell 5.2 går det att se vissa skillnader mellan det totala urvalet och de inkomna svaren. När det gäller pressfär är det främst socialdemokratiska ledarskribenter som är något överrepresenterade, medan skribenterna från den liberala sfären är en aning underrepresenterade. För övriga sfärer är avvikelserna mycket små och de deltagande ledarskribenterna i undersökningen kan – med avseende på pressfär – sägas utgöra ett representativt tvärsnitt av denna yrkeskår. Beträffande upplaga är avvikelserna något större; skribenterna från de två ytterkategorierna har valt att svara i betydligt lägre grad än skribenterna från de båda mittenkategorierna. Det är således viktigt att ha detta i minnet vid en bedömning av resultaten. Det kan i sammanhanget vara värt att notera att av respondenterna valde en att inte besvara frågan om pressfär och två att inte besvara vare sig frågan om upplaga eller pressfär (»N/A»).

Respondenterna får anses ha visat stort intresse för frågorna i enkäten. Med undantag för de frågor där de inte kan förutsättas kunna lämna något svar, ligger det genomsnittliga interna bortfallet på uppskattningsvis ett par procent. När det gäller intervjustudien så är den förvisso begränsad till enbart tre personer, men givet dels att samtliga tre tidningar har täckts in, dels chefredaktörernas goda insyn i tidningarnas mål och arbetsprocesser, anser jag att den utgör ett tillräckligt empiriskt underlag för mina slutsatser. Respondenterna föreföll dessutom intresserade av min studie och svarade både villigt och utförligt på mina frågor. Det är samtidigt angeläget att komma ihåg att det är chefredaktörernas egna subjektiva bild som presenteras; att svaren i vissa avseenden (t.ex. när det gäller självständigheten i förhållande till partiet) kan vara en aning »tillrättalagda» för att ställa tidningen och dess redaktionella integritet i en fördelaktig dager kan inte uteslutas. Det faktum att det inte finns någon dokumentation (exempelvis i form av en studie av tidningarnas innehåll) att ställa resultaten i relation till, utgör således en brist i uppsatsen. Enkätstudien – vilken ger en extern syn på partitidningarna – bidrar emellertid till att den bild som chefredaktörerna ger av sina tidningar inte får stå oemotsagd.

¹¹⁹ Totalt registrerades 76 svar; av dessa har två utelämnats då de var att anses som alltför ofullständigt ifyllda.

Kapitel VI

PARTITIDNINGARNA OM OPINIONER

I detta uppsatsens första resultatkapitel är ambitionen att närmare belysa de tre tidningsredaktionernas egen syn på deras opinionsbildande roll. Kapitlet bygger i sin helhet på de intervjuer (samt den e-postkorrespondens) med tidningarnas chefredaktörer som beskrivs i kapitel 5.

Resultaten från de tre intervjuerna redovisas i separata delkapitel som alla följer samma struktur. Först redovisas vad som framkommit i intervjuerna gällande tidningarnas målgrupper respektive räckvidd. Därefter riktas fokus mot tidningarnas ledarsida: vem skriver ledarna, vad skriver man om, vilka riktar man sig till och vad är målet med det som skrivs. I nästa steg diskuteras först tidningarnas syn på betydelsen av att nå ut i andra medier, och därefter vilka formella och informella kontakter som finns med partiet. Kapitlet avslutas med en sammanfattande analys i vilken tidningarna jämförs utifrån deras syn på sin opinionsbildande roll.

Aktuellt i Politiken

Tidningen AiP är socialdemokraternas nyhetstidning. Enligt Ove Andersson, tidningens chefredaktör, finns det således en väldigt tydligt definierad målgrupp:

»Vår målgrupp är aktiva socialdemokrater som har någon slags kontakt med partiarbetet, och är intresserade inte bara i själva politiken, utan i partiet och partiarbetet.»

Den stora majoriteten av prenumeranter är också aktiva och medlemmar inom det socialdemokratiska partiet. Tidigare var det även vanligt att lokala arbetarekommuner betalade för prenumerationer till bibliotek, väntrum på sjukhus osv. I takt med att priset på tidningen har ökat har dock spridningen av detta slag minskat. En bidragande orsak var även att motståndet till tidningar med tydlig partianknytning ökade på sjukhus och andra offentliga inrättningar. Biblioteken prenumererar i viss utsträckning fortfarande på AiP, men det har enligt Andersson sjunkit mycket. Således är utomspridningen, dvs. de exemplar av tidningen som når utanför de egna leden – antingen i form av prenumerationer eller gåvoexemplar – mycket begränsad.

»Det är inte så stor utomspridning om man säger så, och det kan man ju beklaga, verkligen. Det är en kostsam sak och så länge vi ska vara självfinansierade så orkar vi inte med sådana ansträngningar. Utan för oss är det viktigt att öka upplagan bland dem som är medlemmar och aktiva i partiet.»

När det gäller andra tidningsredaktioner så finns det emellertid en relativt stor utomspridning, även om man även i detta avseende har gått tillbaka:

»Vi har en lista med tidningsredaktioner som får den gratis /.../ Det rör sig om kanske om hundra exemplar eller något sådant där. Där hade vi också ett oerhört frikostigt utskick förr om åren, men det blir för dyrt och det ger inte så mycket. Dessutom kan de numera läsa tidningarna på nätet, de flesta i alla fall.»

Om ledarsidan

AiP:s ledarsida består i varje nummer av en större ledare och en krönika kallad »Signerat». Huvudledaren skrivs av Ove Andersson eller Carina Skagerlind, som även är chefredaktör för socialdemokratiska kvinnoförbundets medlemstidning *Morgonbris*. Inför varje nummer för de två ledarskribenterna en diskussion om vilka ämnen som ska tas upp och vilken inriktning man ska välja. Sista ordet har emellertid Ove Andersson:

»Det är klart att där styr jag ju väldigt hårt i meningen att om jag säger att den här veckan vill jag att det ska handla om det och det så skriver jag ju det eller hon.»

»Signerat» skrivs ofta av någon av tidningens journalister. I jämförelse med ledaren som ska förmedla tidningens officiella linje i olika frågor, har de signerade artiklarna en mer personlig prägel. Skribenten för veckan väljer i hög grad själv vad han eller hon vill ta upp, även om det som skrivs ofta har en tydlig socialdemokratisk koppling.

Tidningens opinionsbildande roll: målsättningar och målgruppstänkande

Enligt Ove Andersson finns det en tydlig målsättning med det som skrivs på tidningens ledarsida:

»Målet med ledarsidan är att bilda opinion för den socialdemokratiska politiken. Där tar vi ställning klart och tydligt, det är en ledarsida. /.../ Ledarna är väl ofta partitrogna får man säga.»

Vägledande för ämnesvalet i tidningens ledare är en strävan att ta upp sådant som är politiskt intressant och som man föreställer sig att partiaktiva och partiengagerade är intresserade att få argumentation kring. Därmed finns det i ledarskrivandet ett mycket partiorienterat målgrupps-tänkande. Ambitionen är att sprida partiets åsikter och ställningstaganden i partileden:

»Vi försöker förse våra läsare med argument som gör att de kan vidaresprida argumentationen när de möter andra människor. Det är ju det som är opinionsledarrollen och de upplever ett behov av att få argument och därför är ledarsidan väldigt läst. Så att det är tanken – 'guidance for the members'. /.../ Det är inte fullt så resonerande utan det är mer som bra propaganda, medan reportrarnas refererande artiklar ger ju möjlighet för folk att tänka mer själva eller det blir ju mera allsidigt belyst så att säga.»

Angående uppmärksamhet i andra medier

Det framgår alltså att ledarsidans huvudsyfte är att sprida partinära budskap till socialdemokratiska aktiva och sympatisörer. På frågan om man på ledarplats även försöker att påverka den politiska opinionsbildningen som den förs i andra medier svarar Ove Andersson därför nekande:

»Att nå utanför är inte målet med den här tidningen, det finns inte det målgruppsstänkandet.»

Det faktum att tidningen går ut gratis till flertalet av de svenska dagstidningarnas redaktioner tyder ändå på att man inte är helt ointresserade av att göra tidningens innehåll känt för en vidare

krets. Angående vilken uppmärksamhet man tilldrar sig i andra dagstidningar säger Ove Andersson följande:

»Vi har lagt av med att prenumerera på pressklipp. /.../ Men vi ser ju det då och då i storstadsmedierna och så där att vi blir uppmärksammade. Ute i landet märker vi det inte lika mycket.»

Angående relationen till partiet

Som framgår av ovanstående är banden till det socialdemokratiska partiet mycket starka, både på nyhets- och ledarplats:

»Det är ett av partiet till hundra procent ägt bolag så vi står ju naturligtvis partiet väldigt nära i och med att det är så.»

Vad Ove Andersson beträffar så har han, förutom ett förflutet inom SSU, däremot inte haft några förtroendeuppdrag inom partiet. Enligt Andersson var det ett medvetet val i och med att han valde att utbilda sig till journalist. Därmed inte sagt att han inte har insyn i det politiska arbetet inom partiet, även om denna insyn har minskat. Som framgår i kapitel två var AiP under flera decennier en avdelning i partistyrelsen, och när Ove Andersson kom till tidningen fick han i egenskap av chefredaktör sitta med i partistyrelsens ledningsgrupp. Dessutom satt han även som tjänsteman med i partiets verkställande utskott, vilket ansvarar för den omedelbara ledningen av partiets verksamhet. Denna insyn i partiets interna instanser hade enligt Andersson både för- och nackdelar för hans arbete som chefredaktör:

»Det var ju jåkligt lärorikt för mig då, när jag kom hit. Det var perfekt, jag fick insyn i allt. /.../ Så det blev ju en lite konstig roll, att både ha alla förtroenden och samtidigt verka som någon form av oberoende journalist.»

När Göran Persson varit partiordförande i något år tog han emellertid bort alla tjänstemän ur verkställande utskottets sammanträden. Ove Andersson har dock fortfarande tillträde till partistyrelsens sammanträden. Detta faktum bekräftar således de tydliga banden mellan tidningen och partiet, och samtidigt den syn partiet har på tidningen. Trots att AiP till sin helhet ägs av socialdemokraterna menar dock Andersson att partiledningen respekterar tidningens redaktionella självständighet:

»Partiet har av tradition varit försiktigt som parti, alltså de går aldrig in och säger att det där skulle ni aldrig ha skrivit om eller det där får ni inte skriva om. Det finns en rågång där och alla de partisekreterare jag har haft genom åren har förstått det där, det har inte varit någon som inte har fattat spelreglerna. Och partiledarna likadant. »

Kristdemokraten

Tidningen Kristdemokraten riktar sig enligt chefredaktör Henrik G. Ehrenberg till tre olika grupper. Huvudgruppen är kristdemokrater som har politiska uppdrag, och ambitionen är att tidningen ska vara användbar för dem, då främst när det gäller nyhetsförmedlingen:

»Om det kommer någon ny lag på det sociala området som får konsekvenser för folk som sitter i socialnämnderna /.../ då berättar vi att den här lagen finns. Finns det något särskilt problemområde inom den här lagstiftningen då skriver vi om det, och sen så hör vi efter vad en kristdemokrat tycker om det. /.../ Meningen är att en person som berörs av den här typen av lagstiftning eller förändring i de politiska förutsättningarna ska notera att här är det en förändring på gång, man kan ha de här aspekterna på den, och så här tycker kristdemokraterna. Så vårt mål är att alltid intervjua en kristdemokrat vad vi än skriver om.»

I andra hand vänder sig tidningen dels till personer, såväl medlemmar som andra, som är allmänt intresserade av kristdemokraterna och kristdemokratisk politik, dels till andra tidningsredaktioner, och då framför allt med sitt ledarmaterial. Ungefär tre fjärdedelar av den totala upplagan går till prenumeranter; resten går till huvudsakligen bibliotek och andra tidningsredaktioner. Enligt Henrik G. Ehrenberg försöker man hålla en strikt linje att inte ge bort tidningen, mer än i några enstaka fall. Vad övrig dagspress beträffar så har alla rikstäckande redaktioner och uppskattningsvis en tredjedel av landsortstidningarna tillgång till Kristdemokraten.

Om ledarsidan

Kristdemokratens ledarsida består av en ledare och en krönika som går under benämningen »Signerat». Normalt är det bara chefredaktören som skriver ledaren (även om man för tillfället har en vikarie). »Signerat» skrivs växelvis av två personer på redaktionen och fyra utomstående skribenter. Totalt är det alltså sju personer som i olika omfattning skriver på ledarsidan.

Angående vilka ämnen som tas upp på ledarplats säger Ehrenberg att det ofta är hans eget intresse som faller avgörandet, samtidigt som han strävar efter att ämnet bör ha någon koppling i närtid:

»På något vis ligger det i sakens natur att man skriver om någonting som antingen upprör en eller intresserar en, eller där man tycker att man själv har mycket sakkunskap. Och som samtidigt folk kan känna igen, som har diskuterats i debattprogram, eller på andra ledarsidor, eller har varit en nyhet som har funnits med i veckan som gick. Så jag försöker välja något som folk har kontakt till nära i tiden.»

Vad gäller de signerade krönikorna är det upp till den enskilde skribenten att bestämma vad som ska tas upp, även om Ehrenberg i egenskap av chefredaktör och utgivare har sista ordet. Tanken är att huvudledaren och de signerade krönikorna ska fylla olika funktioner, där den förra mer kan sägas representera tidningens officiella linje:

»Det kommenteras mer skeendet inom den kristdemokratiska rörelsen [under 'Signerat']. På huvudledaren har jag en självpåtagen policy, så att säga – för våra läsare är det mer intressant att läsa en huvudledare som kommenterar regeringens politik än en huvudledare som går in och rotar i detalj i kristdemokratisk politik. Gör vi det, då gör vi det där det är uppenbart personligt tyckande på ledarplats och då är det under 'Signerat'.»

Den signerade krönikan är alltså den plats där den enskilde skribenten får ge uttryck för sina egna åsikter, vilka inte nödvändigtvis måste stämma överens med tidningens eller partiets linje.

Henrik G. Ehrenberg bestämmer förvisso vad som till slut publiceras, även om han själv menar att han sällan lägger sig i vad som skrivs:

»Jag tycker själv att det är väldigt högt i tak. Jag har inte stoppat artiklar mer än i enstaka fall under de här sex åren. Och då har det handlat om att skulle någon ifrågasätta detta inför mig som ansvarig utgivare så kan jag inte försvara innehållet. /.../ Och det har hänt tror jag två gånger på sex år.»

Tidningens opinionsbildande roll: målsättningar och målgruppstänkande

I det måldokument som ägaren Samhällsgemenskaps Förlag formulerat för Kristdemokraten står att tidningen ska »skapa opinion för de kristdemokratiska idéerna på ledarplats, debattutrymmen och genom en chefredaktör som är synlig i den allmänna debatten».¹²⁰ Henrik G. Ehrenberg säger följande angående hur denna målsättning tar sig uttryck på ledarplats:

»Vi ska vara supertydliga vad som är ett kristdemokratiskt perspektiv, rent ideologiskt. /.../ Det handlar ofta om kommentarer. För den som läser ledarsidan kanske innehållet där är mer intressant i någon form av allmänpolitisk debatt efter utvecklingen efter tsunamin på det politiska området, utskottsförhören i KU eller vad det nu kan vara. /.../ Och då försöker vi vara med i vad som händer just nu, i den allmänna debatten.»

»Hade Dagens Nyheter haft en kristdemokratisk ledarsida hade det [som skrivs i Kristdemokraterns ledare] kunnat stå där. /.../ Det är inte inåtvänt koteri på ledarsidan, även om vi ibland kan ha en åsikt inom en process inom partiet eller något som ska upp till beslut inom partiet.»

Angående uppmärksamhet i andra medier

Tidningen ska således på ledarplats bidra till att föra in ett kristdemokratiskt perspektiv i den allmänna debatten. Angående vilken faktisk roll tidningen Kristdemokraten kan spela i den politiska opinionsbildningen säger Ehrenberg följande:

»I opinionsbildande bemärkelse kommer vi in när vi lyckas bli citerade eller diskuterade på andra ledarsidor, att vi blir citerade i tidningskrönikan i Ekot, vilket ju händer någon gång ibland. Mitt mål är att vi ska upplevas så seriösa att man kan citera oss utan att uppfatta det som att vi är husbondens röst. Om tidningskrönikan citerar oss någon dag så måste den som gör den krönikan tänka att det här är inte [partiledaren] Göran Hägglund som pratar genom ledarskribenten Henrik G. Ehrenberg.»

»Det händer ju, men vi tycker att vi blir citerade för sällan. /.../ Man kan säga att vi är ju mer citerade på moderata ledarsidor än på liberala, och är vi citerade på socialdemokratiska så är det i smädande ordalag – och det är helt okej, oftast i alla fall. Man kan identifiera detta som att det oftast är moderata ledarsidor som tycker att vi är bra, så att säga.»

¹²⁰ Måldokument Samhällsgemenskaps förlag AB.

Som framgår av ovanstående utdrag ur tidningens måldokument ska Kristdemokraternas chefredaktör vara synlig i den offentliga debatten. Emellertid är det en roll som enligt Ehrenberg är omöjlig att uppfylla – detta eftersom banden till partiledningen *upplevs* vara för starka:

»Det är ju helt uppenbart så att vi är ju så att säga diskvalificerade från den arenan i nästan hundra procent av fallen /.../ med argument som egentligen skulle diskvalificera ganska många andra också, typ Dala-Demokraten, som är ägd av lokala arbetarrörelsen, och där Göran Greider är kongressombud på sossekongresser och så /.../ eller Ursula Berge som var på tankesmedjan Agora och som satt som lokalpolitiker för sossarna i Stockholm. /.../ Vi tycker ju själva, och är så också med policydokument och i praktiken, att vi är en fristående redaktion precis som alla andra redaktioner fastän med ett väldigt specifikt uppdrag. Men det har ju också andra tidningar.»

Det faktum att tidningen genom sitt namn har en tydlig koppling till partiet har enligt Ehrenberg ingen avgörande betydelse för tidningens möjligheter att nå uppmärksamhet i andra medier:

»Min uppfattning är att vi är betydligt mer omdiskuterade och citerade än AiP och NU och ingen av dem har ju ett namn som avslöjar varifrån de kommer eller vem som äger tidningen. /.../ I min värld hör det samman med att man inte upplever innehållet i vår tidning – vare sig på ledarsidan eller på nyhetssidorna – som beställningsjobb från informationsavdelningen på kristdemokraterna utan att vi har seriösa journalister som arbetar för att ha ett seriöst innehåll och vill man så kan man citera oss utan att vara rädd för att ha gjort ett dåligt jobb, att det inte håller.»

Kristdemokraternas är, till skillnad från den stora majoriteten svenska dagstidningar, inte del av någon större partipolitisk pressfär. Avsaknaden av en kristdemokratisk dagspress utgör enligt Ehrenberg en nackdel både för tidningen och för partiet:

»Jag tycker ju definitivt att det är en nackdel, men det är ju mer en personlig uppfattning om hur man ser på tidningsmarknaden och hur man ser på partiidentifierbara ledarsidor. För oss är det klart att det är trist /.../ Om man är medlem i LUF, CUF, MUF eller SSU, och om man är intresserad av debatt och retorik, då finns det en potentiell karriär att göra. /.../ Vi har ju ingen sådan, så för oss innebär ju det att det finns ingen som siktar på det, vilket jag tror också är dåligt för den kristdemokratiska rörelsen i sig, att antalet retoriker inte riktigt kommer upp på en nivå som den borde.»

»Vi kan ju till exempel inte ha utbyte av skribenter, till exempel hade det varit enklare för mig att hitta krönikörer, att skicka vidare skribenter till andra. Det finns en väldigt liten marknad för folk att tänka sig en framtid i. Det blir snarare så att de som är intresserade av det, de försöker liksom neutralisera sig, att inte vara kristdemokrater, inte vara med i vare sig ungdomsförbund eller parti, för att de ska gå en journalistutbildning, och då förlorar man de som fanns. Så jag tycker att det är en väldigt nackdel för oss som tidningsföretag. /.../ Det finns ingen skola för folk att ta sig vidare i.»

»I brist på allt detta så finns det ett antal moderata tidningar med konservativ inriktning som tycker att vi är bra och som tycker att det är roligt att prata med oss. /.../ Det är väl det närmaste vi kommer, men det finns ju trots allt både en politisk och ideologisk skillnad i att vara kristdemokratisk och konservativ.»

Angående relationen till partiet

Kristdemokraterna äger 60 procent av det företag som ger ut Kristdemokraten. När det gäller hur kontakten med partiet tar sig uttryck säger Ehrenberg följande:

»Den kontakten är ju ganska lös kan man säga. Formellt sett inskränker sig kontakten med ägarna, eller partiet, till att man har ägarintresse i styrelsen. I styrelsen diskuteras aldrig innehållet i tidningen. Och sedan att jag har en insynspost i partistyrelsen – alltså jag är adjungerad i partistyrelsen /.../ och den utnyttjar jag i princip till att gå dit och helt enkelt prata med folk, att få lite inspel, vad tycker folk i aktuella frågor eller har de några åsikter om tidningen till exempel.»

»Sen finns ju de informella kontakterna, att man i olika sammanhang stöter på folk. Som chefredaktör är man ju relativt känd inom den aktiva delen av partiet, så man kan ju inte smyga omkring i riksdagskorridorerna obemärkt. Det finns ju mycket sådana informella kontakter, men ingen av dem har ju vare sig någon formell eller informell påverkansmöjlighet om vad som står i tidningen, utan det är ju mer informationsutbyte och diskussioner.»

Henrik G. Ehrenberg började arbetet på Kristdemokraten med ambitionen att inte samtidigt ha några politiska uppdrag. Motivet var att han inte ansåg det bra för trovärdigheten – givet den synliga roll som föreskrivs chefredaktören i tidningens måldokument (se ovan). Men sedan det visat sig att dörren till den offentliga debatten var mer eller mindre stängd för Kristdemokraterns chefredaktör, fanns det enligt Ehrenberg inte heller någon anledning att hålla sig borta från de politiska uppdragen. Ehrenberg sitter numera bl.a. som ersättare i kommunfullmäktige och tycker att det är en fördel utifrån tidningens karaktär: det politiska arbetet ger en god insyn i det politiska livet och debatten, vilket ger inspel till ämnen att skriva om.

NU Det liberala nyhetsmagasinet

När det gäller målgrupper är det, liksom för de två andra partitidningarna, medlemmar och aktiva i partiet som man i första hand riktar sig till med NU. Men man vill, enligt Jan Fröman, även nå utanför partileden:

»Vi har två grupper av läsare. Den stora gruppen är de som är medlemmar och själva aktiva i folkpartiet och den andra gruppen är journalister, ledarskribenter, politiker i andra partier som läser tidningen mer eller mindre regelbundet för att ha koll på vad som händer.»

Utöver den prenumererade upplagan trycks även några hundra exemplar som man skickar gratis till exempelvis andra tidningsredaktioner. Man överväger dock enligt Jan Fröman att dra ner på gratisexemplaren; tidningarna distribueras genom Posten och portoavgifterna är en betydande utgiftspost för tidningen.

Om ledarsidan

Tidningen NU har två ledarsidor vilka innehåller en större ledare, en signerad krönika, några mindre notiser samt citat från andra dagstidningar. Tidningens huvudledare skrivs alltid av Jan Fröman, medan man på redaktionen turas om kring de signerade krönikorna. De senare har en

mer personlig stämpel och skrivs av denna anledning i jagform. Angående vilka faktorer som spelar in när det gäller vad som diskuteras på ledarplats säger Jan Fröman följande:

»Ämnets aktualitet kommer nog först. Anknytningen till folkpartiet spelar ingen roll vid ett enskilt tillfälle, men över tid ska naturligtvis rätt många av ledarna på något sätt ha koppling till liberal politik. Eget intresse spelar alltid roll när man väljer ämne, men det påverkar även val av ämnen på redaktionell, neutral, plats i tidningen.»

Som är fallet med de två andra tidningarna är formen friare i de signerade krönikorna. Men även här har chefredaktören ett visst inflytande på vad som skrivs:

»Ämnet varierar lika mycket som förstaledarna, största skillnaden är att de skrivs i jagform. Visst inflytande har jag över de andras krönikor. De väljer ämne själv och behöver inte tycka som jag, men jag ska ändå kunna försvara att det publiceras på ledarsidan. Helst vill jag inte heller ha åsikter som går tvärs emot vad vi har tyckt på ledarplats tidigare.»

Tidningens opinionsbildande roll: målsättningar och målgruppstänkande

Målet med ledarsidan är att bilda opinion i olika frågor. Detta betyder emellertid inte att man har för avsikt att alltid föra ut partiledningens inställning i olika ämnen; det kan lika ofta röra sig om att försöka påverka det som händer i det egna partiet. Jan Fröman beskriver de ståndpunkter som intas på ledarplats, samt den roll man vill fylla med tidningens ledare, på följande sätt:

»Vi vill ju gärna påverka folkpartiets politik /.../ I vissa fall finns det olika uppfattningar om en sak inom partiet och då tar vi ställning för den ena och försöker driva den tesen. /.../ I vissa andra fall kan vi med en ledare vara mer välvilligt inställd till någon fråga som folkpartiet står bakom och så försöker man hitta argument för att föra ut den. Och ibland så handlar det överhuvudtaget inte om folkpartiet.»

Det huvudsakliga syftet med tidningens ledare är således att utgöra en fristående röst i debatten som den förs inom partiet. Trots de nära banden till det folkpartiet finns det ingen ambition att hela tiden ta ställning för partiet i de frågor och ämnen som dryftas i ledarna:

»Att hela tiden vara partiledningens röst på ledarsidan skulle vara väldigt förutsägbart och tråkigt.»

Angående uppmärksamhet i andra medier

Att det som skrivs i tidningen även uppmärksammas i andra medier har stor betydelse enligt Jan Fröman – i alla fall när det gäller tidningens nyhetsmaterial:

»Vi har det aldrig i baktanken när vi väljer ämne, men annars är det naturligtvis viktigt. Det är ingen skillnad för oss och Dagens Nyheter, eller oss och Rapport i det fallet. Har man en nyhet så är det inte en nyhet om det bara är en tidning eller en redaktion som tar upp den. /.../ På det viset är det viktigt att det vi skriver måste någon annan skriva om också, annars faller det i glömska på något sätt.»

Att tidningens ledarsidor uppmärksammas i andra tidningar har betydelse, men det är enligt Fröman inte det som är drivkraften bakom vad som skrivs, och inte heller en uttalad målsättning för tidningen:

»Om det är någon del i tidningen där det är viktigare att påverka folkpartisterna än utomstående så är det kanske på ledarsidan. Visst är det kul om vi citeras i tidningskrönikan [i Ekot], och jag uppskattar när andra redaktioner lägger märke till att vi driver en fråga i annan linje än till exempel partiledning eller riksdagsgrupp. Men roligast är om jag kan påverka folkpartiet i *rätt* [egen kursivering] riktning.»

Tidningen NU är genom sin folkpartistiska orientering del av den större liberala pressfären, något som Jan Fröman menar är värdefullt i flera avseenden:

»Vi samarbetar ju på olika sätt, dels är ju flera av de liberala tidningar och deras ägarstiftelser som annonserar hos oss, och det är ju väldigt värdefullt ekonomiskt. /.../ och jag tror att de gör de inte bara för att stödja oss ekonomiskt utan de vill ju visa att det är en liberal tidning och en liberal ledarsida. /.../ På det viset har vi ett bra samarbete med ganska många av de liberala dagstidningarna ute i landet. Plus att de gärna annonserar i NU när de söker ledarskribenter, alltså rena platsannonser.»

Angående relationen till partiet

Som framgår av kapitel två äger folkpartiets riksorganisation numera bara 39 procent av Liab, det företag som ger ut tidningen NU. En av anledningarna till att man vid nyemissionen valde att inte befästa sin ägarandel var, enligt Fröman, att man inom partiet ville värna rågången mellan tidning och parti:

»Partiet har alltid varit lite stolt över att tidningen har varit relativt fristående. Vi är närstående, men fristående. /.../ Eftersom man fick in aktiekapitalet i alla fall så var det ytterligare en markering att tidningen är lite fristående från partiet.»

Jan Fröman var själv under 1980-talet politiskt aktiv inom folkpartiet, men avsåg sig dessa uppdrag när han blev politisk redaktör på Hallandsposten. Hans företrädare, Gunnar Andrén (numera folkpartistisk riksdagsman), hade emellertid politiska uppdrag under sin tid som NU:s chefredaktör. Det finns således inga krav på att man inte får ha det; inte heller finns det krav på journalisterna att de ska vara folkpartister. Jan Fröman tycker dock att det är en fördel att man som journalist på NU inte har några politiska uppdrag.

Det existerar enligt Fröman inga formella kontakter med partiet, förutom den styrelserepresentation som kommer via partiets ägarandel. Tidningen hyr in sig i riksorganisationens lokaler, men det är partiets administrativa del och enligt Jan Fröman »*görs det väldigt lite politik i de lokalerna*». Med detta inte sagt att det inte existerar mindre formella band mellan partiet och tidningen:

»Jag jobbar nere i riksdagen en eller ett par dagar i veckan och vi har ju väldigt nära samarbete med dem. »

Jan Fröman har inte heller, i egenskap av chefredaktör på NU, tillträde till någon av folkpartiets interna beslutande instanser:

»NU har ingen annan access än andra journalister. Inte tillträde till partistyrelse eller partiråd. Det är mest en styrka, vi är en tidning som är närstående folkpartiet men fristående. Det höjer vårt anseende. Det är ingen som tror, eller har anledning att tro, att vi måste tycka si eller så på ledarplats till exempel.»

En enhetlig partipress?

Som redan konstaterats finns det flera påtagliga likheter mellan de tre tidningarna, framför allt i en jämförelse med övrig dagspress. För samtliga tidningar gäller att partierna har direkt ägarinflytande i de respektive tidningarna – även om inflytandet i detta avseende varierar. Samtliga tidningar sätter aktiva i partiet i fokus och det är dessa grupper som de tre tidningarna vänder sig till i första hand. Sett till nyhetsbevakningen är tidningarna därför relativt likvärdiga; det huvudsakliga syftet för både AiP, Kristdemokraten och NU är att informera aktiva och medlemmar om vad som händer inom partiet samt att rapportera om händelser i politiken utifrån ett partiperspektiv. En naturlig följd av den partiorienterade nyhetsförmedlingen är att partiernas prenumerationskrets till stor del utgörs av aktiva och övriga medlemmar i partiet.

Fokus för den här uppsatsen är emellertid inte de nyhetsförmedlande och gruppkommunikativa funktionerna, utan den opinionsbildande, som den uttrycks på tidningarnas ledarsidor. Det är på ledarsidorna som dagstidningar bildar opinion på olika sätt; det är här tidningarna kommenterar aktuella händelser, släpper fram olika opinionsyttringar, eller helt enkelt på egen hand driver opinion i olika frågor. Vad beträffar just ledarsidorna finns det också vissa tydliga strukturella likheter mellan tidningarna. Samtliga har en huvudledare, där tidningens officiella linje i olika frågor ska presenteras. För samtliga tidningar är det dessutom chefredaktören som skriver och har huvudansvaret för ledaren, även om såväl AiP som Kristdemokraten har ytterligare en ledarskribent. Vid sidan av huvudledaren har tidningarna även varsin »signerad» krönika, där tonen är mer personlig och där även övriga redaktionsmedlemmar (samt i Kristdemokratens fall utomstående skribenter) får komma till tals.

Det är således först när man ser till målsättningen med tidningarnas ledare och vilka man riktar sig till i dessa, som likheterna i viss mån slutar. Ambitionen med ledarsidor, liksom allt opinionsbildande material, är att påverka – de tre tidningarna utgör i detta avseende inget undantag. Skillnaderna mellan tidningarna består i stället i *vilka* man vill påverka, och med *vad*.

Chefredaktör Andersson på tidningen AiP använder sig av uttrycket »guidance for the members» – vägledning för medlemmarna – för att beskriva den roll man vill spela med sina ledare. De ståndpunkter som intas på ledarplats ligger i detta avseende nära den socialdemokratiska partiledningens linje. Tidningens syn på sin opinionsbildande funktion påminner således mycket om det tänkande som var typiskt för den socialdemokratiska pressen kring förra sekelskiftet.¹²¹ De egna partileden var målgruppen för tidningarnas kommentarer och syftet var att förmedla

¹²¹ Se Hadenius - Seveborg - Weibull 1968, 1970.

argument och ståndpunkter som medlemmar och aktiva sedan kunde använda i sitt eget politiska arbete. Det samma kan sägas vara fallet med AiP.

Ser man istället på Kristdemokraten är det tydligt att synen på ledarsidans funktion är annorlunda i jämförelse med AiP. Här är målgruppen inte begränsad enbart till de egna partileden, utan ambitionen är att tidningen med sin ledarsida ska skapa opinion för de kristdemokratiska idéerna. I och med att tidningen ledare ska vara en del av den allmänna debatten är det betydelsefullt att tidningens ledare även når en större publik – andra tidningsredaktioner är som vi har sett en viktig målgrupp i denna process. Det är i detta avseende inte oväsentligt att Kristdemokraten, till skillnad från AiP och NU, inte är del av en större politiskt definierad pressfär. Den kristdemokratiska rörelsen har ingen stor skara tidningar som, i alla fall på ledarplats, bidrar med ett kristdemokratiskt perspektiv i den politiska debatten. Detta faktum inverkar även på vilka ståndpunkter man intar på ledarplats. En förutsättning för att nämnda ambition ska kunna uppnås är enligt chefredaktör Ehrenberg att tidningen av andra medier kan uppfattas som en trovärdig aktör i debatten. En relativt sett självständig position i förhållande till partiet är därför av stor betydelse.

Vänder man så blicken till tidningen NU, så framkommer ytterligare en variant på vilka ambitioner som kan finnas med en tidnings ledarsida. Enligt chefredaktör Fröman är huvudmålet på ledarplats inte att nå och influera gräsrotterna – se AiP –, eller att göra sig hörd i den allmänna debatten – se Kristdemokraten –, utan att påverka det egna partiets politik. Att nå utanför de egna leden är därför av underordnad betydelse.

Som vi har sett i kapitel två kan en tidnings bindningar till ett politiskt parti ligga på tre olika plan: i innehållet, i ekonomiska relationer samt i läsekretsen.¹²² Dessa bindningar kan sedan ta sig uttryck på olika sätt och vara av olika styrka. AiP, Kristdemokraten och NU utgör här inga undantag. Skillnaderna i tidningarnas partibundenhet kan utifrån vad som presenterats här och i kapitel två summeras enligt följande (figur 6.1):

Figur 6.1: Schematisering av skillnaderna i de tre tidningarnas partianknytning

	Direkta/formella partiband	Tidningens huvudsakliga målgrupp(er)	Huvudmål med ledarsidan - Huvudsaklig målgrupp på ledarplats
Aktuellt i Politiken	s-ägd till 100 procent Chefredaktör har insyns-post i partistyrelsen	Aktiva och medlemmar i s som är intresserade av partiet och dess politik	Förse aktiva med partinära argument - Aktiva socialdemokrater
Kristdemokraten	kd-ägd till 60 procent Chefredaktör har insyns-post i partistyrelsen Chefredaktör har politiskt uppdrag	1. Aktiva i kd 2. Medlemmar; andra intresserade av kristdemokratisk politik	Skapa opinion för kristdemokratiska idéer i den allmänna debatten. - Andra tidningsredaktioner, andra medier
NU Det liberala nyhetsmagasinet	fp-ägd till 39 procent	1. Aktiva och medlemmar i fp 2. Andra tidningar; andra partier	Påverka fp:s politik - fp:s partiledning och riksdagsgrupp

¹²² Se t.ex. Hadenius - Seveborg - Weibull 1968, 1970; Hadenius - Weibull 1991.

Det enklaste sättet att studera de direkta banden mellan parti och press är att se till i vilken utsträckning tidningar ägs av partier. Partipolitisk ägande kan och bör ses som en indikator på viljan att partiåsikter ska föras fram i tidningen i fråga.¹²³ I en jämförelse mellan de tre tidningarna går det i detta avseende att urskilja ett samband mellan grad av partiägande och eftersträvad partiloyalitet på ledarplats.

AiP är den partitidning som har allra störst partipolitiskt ägarinflytande. Det socialdemokratiska partiet äger tidningen till dess helhet, och det är också här som de partinära ambitionerna på ledarplats är som allra tydligast. Tidningen NU, där partiägandet är lägst, har också en helt annan syn på såväl sin opinionsbildande roll, som närheten till partiledningen på ledarplats. Tidningen vill genom sitt kommenterande material utgöra en oberoende aktör i den liberala debatten och vill på så sätt försöka påverka den folkpartistiska politiken. Kristdemokraten kan i sammanhanget anses inta något av en mellanposition. Kristdemokraterna är majoritetsägare i tidningen, men det finns samtidigt en uttalad vilja att uppfattas som relativt sett fristående på ledarplats. Ambitionen är att utifrån ett ideologiskt perspektiv hålla en tydlig kristdemokratisk linje, utan att för den skull »basunera ut» partiledningens ståndpunkter.

Ytterligare två sätt att bedöma de direkta banden mellan tidning och parti är dels ifall chefredaktören, i egenskap av just chefredaktör för partitidningen, har tillträde till partiets interna instanser, dels om chefredaktören/ledarskribenten har partipolitiska uppdrag. Såväl parti-engagemang som insyn i partiets interna processer torde kunna ses som tecken på ledarsidornas koppling till de politiska partierna.¹²⁴ Även här skiljer sig tidningarna åt. Den ende chefredaktören som idag är politisk aktiv är Kristdemokraternas Henrik G. Ehrenberg; Ehrenberg har även, liksom AiP:s Ove Andersson, en insynspost i de respektive partiernas partistyrelser. NU:s Jan Fröman är således den ende av de tre chefredaktörerna som vare sig har tillträde till partiets interna instanser eller politiskt förtroendeuppdrag. Även i detta avseende är alltså NU att betraktas som den tidning som har svagast partianknytning. Såväl Ove Anderson som Jan Fröman har dock ett förflutet inom sina tidningars respektive ägarpartier; i Anderssons fall som medlem i SSU, och Jan Fröman som politisk aktiv i folkpartiet.

Vad däremot de mer indirekta kontakterna beträffar förefaller skillnaderna inte vara lika stora. Samtliga tre chefredaktörer uppger sig ha nära kontakt med politiker i det egna partiet, exempelvis när det gäller informationsutbyte och diskussioner. Det är i sammanhanget inte heller oväsentligt att såväl NU som AiP har sina redaktioner i lokaler som också nyttjas av deras respektive partier. Sammantaget är det självklart så att de tre tidningarnas partikoppling överlag är att betraktas som mycket framträdande – i synnerhet i en jämförelse med övrig dagspress.

Som vi har kunnat se i kapitel tre består den politiska opinionsbildningen av tre centrala aktörer – medier, medborgare och politiker –, och att opinioner ofta sprids mellan dessa tre grupper i flera steg. Ser man till de tre tidningarnas opinionsbildande material, framkommer alltså att man i alla fall teoretiskt har olika syn på hur man vill att dessa steg ska gå. För AiP gäller att man i hög grad riktar sig till socialdemokratiska aktiva och sympatisörer – tanken är sedan att dessa i sin tur ska vidareförmedla opinionerna i sitt politiska arbete. Det huvudsakliga målet med Kristdemokraternas ledare är att bidra med ett kristdemokratiskt perspektiv i den offentliga debatten. Här är således

¹²³ Nord 2001:93.

¹²⁴ Jfr Nord 2001:94.

målsättningen att nå en större publik genom att först nå andra medier. Ser man så slutligen till tidningen NU så är det huvudsakliga målet på ledarplats att påverka folkpartiets politik. Det rör sig således om en mer direkt påverkan på de politiska makthavarna än vad som är fallet med de två andra tidningarna.

Att de tre tidningarna – trots flera gemensamma särdrag i förhållande till den övriga dagspressen – är att betraktas som helt likvärdiga när det gäller partibundenhet är alltså inte riktigt. Graden av partibundenhet inverkar i sin tur på synen på tidningarnas opinionsbildande funktion, vilken har varit i fokus för det här kapitlet. Det finns i detta avseende tydliga skillnader när det gäller såväl målsättningar som målgruppstänkande med tidningarnas ledarsidor. Men det finns även skillnader när det gäller eftersträvd partiloyalitet på ledarplats – i alla fall om man går på tidningarnas officiella linjer, som de uttrycks av deras respektive chefredaktörer, tillika ledarskribenter. I nästa kapitel ska vi därför se vad deras kollegor i den svenska dagspressen har att säga i frågan.

Kapitel VII

OPINIONER OM PARTITIDNINGARNA

De tre partitidningarna har inte samma ambitioner med sina respektive ledarsidor, vilket framgår av intervjuerna med tidningarnas chefredaktörer. Det finns som vi har kunnat se skillnader när det gäller både vad man vill uppnå och vilka man vill nå. Frågan om den »egentliga» parti-prensens opinionsbildande funktion har i detta avseende inget enkelt svar.

Utifrån intervjuerna är det exempelvis tydligt att tidningarna inte delar samma strävan att påverka den politiska opinionsbildningen som den förs på dagspressens ledarsidor – något som också inverkar på vad man väljer att skriva på ledarplats. Men denna strävan har dock en underordnad betydelse i förhållande till frågan om andra ledarskribenter överhuvudtaget läser tidningarna och hur dessa väljer att förhålla sig till deras innehåll. Det finns – vilket påpekats av mången PR-konsult – en tydlig distinktion mellan sättet på vilket man *vill* uppfattas och *hur* man faktiskt uppfattas. Att en tidning inte har andra ledarskribenter som uttalad målgrupp, behöver således inte betyda att den inte når och påverkar denna grupp. På samma sätt behöver det när en partitidning anser sig hålla en självständig linje på ledarplats, betyda att denna uppfattning delas av tidningens publik. Avsikten med detta kapitel är följaktligen att klargöra dels om dagspressens ledarskribenter tar del av de tre tidningarna, dels vilken roll de tillskriver dem i den politiska opinionsbildningen.

Det empiriska underlaget för detta studiens andra resultatkapitel är till sin helhet baserat på den tidigare presenterade enkätundersökningen bland svenska ledarskribenter.¹²⁵ Kapitlet tar avstamp i ledarskribenternas arbetsprocess: varifrån hämtar de sin information om vad som händer i världen och vad inverkar på vad de väljer att skriva om? I nästa steg beskrivs vilken betydelse de tre partitidningarna har i denna process. Här redogörs för i vilken utsträckning ledarskribenterna har tillgång till tidningarna och i vilken omfattning de läser dem. Därefter flyttas fokus till skribenternas attityd gentemot tidningarna. I problemdiskussionen i kapitel fyra görs i detta avseende en åtskillnad mellan upplevd roll och faktisk roll; ledarskribenterna har därför fått uttala sig dels om vilken roll de anser att tidningarna spelar (upplevd roll), dels i vilken omfattning de berör de tre tidningarna på deras egna ledarsidor (faktisk roll). Kapitlet knyts ihop med en sammanfattande analys kring de resultat som framkommit i denna del av studien: vilken betydelse har egentligen de tre partitidningarna för de opinioner som bildas och sprids på dagspressens ledarsidor?

Ledarskribenters informations- och inspirationskällor

Ledarsidan är den plats på vilken svenska dagstidningar kommenterar aktuella frågor och företeelser i det politiska skeendet. Det ligger således på ledarskribentens lott att hålla sig insatt i vad som händer i den politiska världen, liksom i samhället i övrigt.¹²⁶ Men hur tar detta sig uttryck i praktiken? Ifrån vilka informationskällor skaffar sig svenska ledarskribenter sin orientering om vad som händer i världen? I detta delkapitel redogörs först för vilka informationskällor de

¹²⁵ Denna beskrivs i kapitel fem och i bilagedelen.

¹²⁶ Jfr Vallinder 1970:92-93; Nord 2001:53.

svenska ledarskribenterna använder sig av i sitt arbete, och därefter för vilka faktorer som inverkar på vad de väljer att skriva om i sina ledare.

Informationskällor

Ledarskribenters informationskällor är ett ämne som varit föremål för relativt lite forskning i Sverige. En central del i den här studien har därför varit att undersöka vilken betydelse olika källor har när det gäller att skaffa sig och bibehålla en god allmänorientering som ledarskribent. Resultatet presenteras i tabell 7.1.

Tabell 7.1: Olika informationskällors betydelse för ledarskribenternas arbete, antal (n = 74)

	Oerhört viktigt	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte så viktigt	Inte alls viktigt	Totalt	Oerhört/mycket viktigt (%)
Svenska dagstidningar och tidskrifter	44	24	6	-	-	74	92
Nyheter och samhällsprogram i TV	27	31	12	4	-	74	78
Nyheter och samhällsprogram i radio	20	28	18	6	2	74	65
Seminarier och konferenser	11	34	19	7	1	72	63
Direkta kontakter med politiker/förtroendevalda	15	18	24	15	2	74	45
Egna intervjuer	10	22	23	15	3	73	44
Offentliga utredningar och rapporter	7	21	24	19	3	74	38
Utländska tidningar och tidskrifter	5	21	29	14	4	73	36
Debatter/möten i politiska församlingar	2	14	39	15	4	74	22
Partipolitiska publikationer	1	11	20	32	9	73	16

Kommentar: Frågan lyder: »Hur viktiga är följande källor för dig när det gäller att skaffa sig och bibehålla en god allmänorientering som ledarskribent?» med svarsalternativen »oerhört viktigt», »mycket viktigt», »ganska viktigt», »inte så viktigt» och »inte alls viktigt».

Ledarskribenterna fick här ta ställning till betydelsen av tio olika informationskällor. Inte helt oväntat är det de traditionella nyhetsmedierna som dominerar. Allra störst vikt tillskrivs svenska dagstidningar och tidskrifter: av 74 ledarskribenter uppger 68 (92 procent) att denna kategori är antingen oerhört eller mycket viktig. Därefter kommer nyheter och samhällsprogram i dels TV, dels radio, vilka bedöms vara av oerhörd alternativt mycket stor vikt av 58 respektive 48 skribenter (78 respektive 65 procent). Först på fjärde plats kommer så det första icke-massmediet, nämligen seminarier och konferenser. Det framgår vidare att ledarskribenter i relativt hög utsträckning genomför egna intervjuer: 32 skribenter (43 procent) väljer att lyfta fram intervjun som en oerhört eller mycket viktig källa till information.

Tre källor utmärks av en tydlig koppling till det politiska skeendet. Av dessa är det direkta kontakter med politiker och förtroendevalda som tillskrivs klart störst betydelse av ledarskribenterna; 33 skribenter (45 procent) anser denna källa vara antingen oerhört viktig eller mycket viktig. Att övervara debatter och möten inom politiska församlingar samt att läsa partipolitiska publikationer upplevs vara av klart mindre betydelse, utan att för den skull vara helt oviktiga. Vid en uppdelning av skribenterna utifrån partipolitisk pressfär framkommer här vissa skillnader, om än inte av någon dramatisk karaktär. För samtliga tre källor gäller att de framhävs mest bland centerskribenterna och inom s-pressen och minst inom den moderata pressen. De liberala skribenterna intar i samtliga fall en mellanposition.¹²⁷

¹²⁷ Se tabell 1, 2 och 3 i bilagedelen.

Vid sidan av de fördefinierade källorna gavs respondenterna även utrymme att ange andra källor som de anser vara av stor betydelse. Till de övriga källor som nämns här hör organisationers hemsidor/egna internetsökningar (8 svar), eget kontaktnät/kontakter med läsare och personer utanför politiken (7 svar), böcker, facklitteratur och avhandlingar (6 svar), bloggar (5 svar), TT (3 svar), samt kontakter med reportrar på den egna tidningen (2 svar). Att arbetet som ledarskribent förutsätter ett såväl omfattande som varierat informationsintag bekräftas alltså när ledarskribenterna själva får beskriva betydelsen av olika informationskällor. Störst vikt tillskrivs de traditionella nyhetsmedierna, men av resultaten framgår även att Internet samt mer personliga kontakter med medborgare och andra journalister ses som mycket betydelsefulla. Vidare finns det ett inte obetydligt behov av att följa det politiska skeendet på ett mer direkt sätt, även om detta behov varierar något mellan de olika pressfärena.

Enkäten innehöll även en mer specifik fråga om ledarskribenternas dagstidningsläsning, nämligen hur många olika svenska dagstidningar man normalt läser under en vecka.¹²⁸ Konsumtionen får här anses vara mycket hög: av respondenterna svarar 36 procent att de i någon omfattning läser fler än 10 olika tidningar i veckan och 43 procent att de läser mellan 6 och 10 tidningar. 12 procent av respondenterna uppger att de läser fler än 20 olika dagstidningar i veckan. Detta resultat befäster således dagstidningarnas betydelse för ledarskribenternas informationshämtning, vilket i sig inte är särskilt anmärkningsvärt; det får anses naturligt att vilja hålla koll på vad kollegorna inom övrig dagspress skriver om.

Ledarskribenters ämnesval

En fråga som ligger nära frågan om ledarskribenternas informationskällor är varifrån ledarskribenter hämtar inspiration till sitt eget ledarskrivande. Det torde varje dag finnas en uppsjö av potentiella ämnen och företeelser i omvärlden att kommentera; frågan är därför vad som avgör vad som slutligen diskuteras på ledarsidorna. I enkäten fanns två frågor för att belysa denna aspekt av ledarskrivandet: den första rör betydelsen av andra mediers innehåll för uppslag och idéer, medan den andra tar sikte på vilka faktorer som till sist avgör ämnesvalet.

Frågan om andra mediers betydelse för uppslag och idéer till ämnesval knyter an till den tidigare forskning som visat på mediernas inflytande på varandra när det gäller vad man väljer att rapportera om eller kommentera. Detta är också en central del i den flerstegsprocess genom vilka opinioner sprids.¹²⁹ Mot bakgrund av dagstidningarnas stora betydelse som informationskälla är det något överraskande nyheter och samhällsprogram i etermedierna – och inte dagspressens kommenterande material – som i första hand utgör influenser för ledarskribenternas egna artiklar (se tabell 7.2). 46 skribenter (63 procent) av ledarskribenterna anger TV-kategorin, och 40 (55 procent) radion som antingen oerhört eller mycket viktig. Vad övrig dagspress beträffar är det vidare intressant att ledarskribenterna i betydligt högre grad hämtar uppslag och idéer från storstadspressens kommenterande material, än från motsvarande innehåll i dagstidningar på eller i närheten av utgivningsorten. 40 skribenter (55 procent) anger här storstadspressens debatt- och ledarartiklar som oerhört alternativt mycket viktiga; siffran för den lokala pressen är enbart 19 (27 procent). Resultaten pekar således på att man prioriterar att kommentera händelser och frågor i det rikspolitiska, snarare än i det lokal- och regionalpolitiska, skeendet.

¹²⁸ Se tabell 4 i bilaga.

¹²⁹ Se t.ex. McCombs 2006:148; Vallinder 1970:132.

Tabell 7.2: Olika mediers/medieinnehålls betydelse för uppslag och idéer till ämnesval, antal (n = 73)

	Oerhört viktigt	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte så viktigt	Inte alls viktigt	Totalt	Oerhört/mycket viktigt (%)
Nyheter och samhällsprogram i TV	16	30	20	7	-	73	63
Nyheter och samhällsprogram i radio	12	28	25	7	1	73	55
Storstadstidningarnas debatt- och ledarartiklar	9	31	24	9	-	73	55
Aktuella böcker	3	21	33	13	3	73	33
Debatt- och ledarartiklar i andra dagstidningar på eller i närheten av utgivningsorten	2	17	25	23	4	71	27
Politiska tidskrifter	3	10	35	20	5	73	18

Kommentar: Frågan lyder: »Hur viktiga är följande medier/medieinnehåll för uppslag och idéer till ditt eget ledarskrivande?» med svarsalternativen »oerhört viktigt», »mycket viktigt», »ganska viktigt», »inte så viktigt» och »inte alls viktigt».

Av de två återstående angivna alternativen – aktuella böcker och politiska tidskrifter – är det främst böcker som tillskrivs relativt stor betydelse. Även vid denna fråga gavs respondenterna utrymme att bidra med andra källor. Flest svar (11) får här dagstidningars nyhetssidor, vilket inkluderar såväl den egna tidningen och andra tidningar på och i närheten av utgivningsorten, som riksspridda och utländska dagstidningar. Vidare är det intressant att bloggar – såväl politiska som icke-politiska – har kommit att få en stor betydelse som inspirationskälla för de svenska ledarskribenterna (9 svar). Andra inspirationskällor som lyfts fram är organisationers hemsidor (7 svar), samt olika typer av rapporter och nyhetsbrev från myndigheter, tankesmedjor osv. (4 svar).

Resultaten visar onekligen på att andra mediers rapportering har stor betydelse när det gäller såväl information som influenser och uppslag till ledarskribenternas egna ledarartiklar. Men vad avgör egentligen vad som till slut kommenteras i ledarna? Ledarskribenterna fick här ta ställning till tre olika faktorer: det egna intresset för ämnet, ämnets aktualitet, samt ämnets betydelse för det parti som står tidningen närmast. Resultaten är i flera avseenden mycket intressanta (tabell 7.3). Av svaren framgår att ämnets aktualitet poängteras som det starkaste skälet för att skriva ledare; av 74 respondenter svarar bara tre att ämnets aktualitet inte har antingen mycket stor eller stor betydelse för ämnesvalet. Desto mer anmärkningsvärt är emellertid att det egna intresset för ämnet tillskrivs nästan lika stor betydelse. Enbart sju av skribenterna svarar att det egna intresset inte har antingen stor eller mycket stor betydelse. De ämnen som dryftas på svenska ledarsidor bestäms således i hög grad av vad tidningarnas ledarskribenter finner ett personligt intresse i att kommentera.

När det gäller ämnets betydelse för det närstående partiet så ges denna faktor betydligt mindre prioritet än aktualitet och personligt intresse, men dess inverkan på ämnesval är dock inte obetydlig. 25 procent (17 stycken) av ledarskribenterna inom de politiska pressfärerna (s, c, lib och m) uppger att frågans betydelse för partiet har antingen stor eller ganska stor betydelse för ämnesval. Tydligast är partiinflytandet inom s-pressen, men det förekommer likväl inom samtliga politiskt definierade pressfärer. Det eventuella påståendet att avpolitiseringsen av dagspressen även kommit att omfatta tidningarnas ledarsidor torde därmed sakna täckning.

Tabell 7.3: Motiv bakom ämnesval, antal (n = 74)

Inverkan	Eget intresse						Ämnets aktualitet						Viktigt för partiet									
	s	c	lib	m	övr	N/A	Totalt	s	c	lib	m	övr	N/A	Totalt	s	c	lib	m	övr	N/A	Totalt	
Mycket stor	5	2	18	7	2	1	35	10	3	20	5	1	3	42	-	-	-	-	-	-	-	-
Stor	10	6	10	4	1	1	32	8	5	8	6	2	-	29	4	-	-	-	-	-	-	4
Ganska stor	3	-	1	1	-	1	6	-	-	1	2	-	-	3	6	2	2	3	-	-	-	13
Liten	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	7	5	14	5	-	1	-	32
Ingen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	13	5	3	2	-	25
Totalt	18	8	29	13	3	3	74	18	8	29	13	3	3	74	18	8	29	13	3	3	74	

Kommentar: Frågan lyder: »Hur stor inverkan har följande för ditt val av ledarämnen?» med svarsalternativen »mycket stor inverkan», »stor inverkan», »ganska stor inverkan», »liten inverkan» och »ingen inverkan».

Just frågan om motiv bakom ämnesval kan kopplas till den undersökning Lars Nord genomförde bland 1993 års upplaga av den svenska ledarskribentkåren.¹³⁰ Ledarskribenterna fick där ta ställning till samma faktorer, men med skillnaden att de fick uppge vilken av faktorerna som oftast avgjorde val av ledarämne. Av 82 respondenter svarade 74 stycken att ämnets aktualitet var viktigast, medan fyra svarade eget intresse, och enbart en lyfte fram partifaktorn. Föreliggande studie visar att när faktorerna får bedömas var för sig framkommer att det egna intresset faktiskt har mycket stor betydelse för ämnesval, samt att ämnets betydelse för det närstående partiet är långt ifrån oväsentligt.

Ledarskribenterna och partitidningarna

En grundförutsättning för att de tre tidningarna ska kunna delta i den politiska opinionsbildningen som den förs på dagspressens ledarsidor är att ledarskribenterna i övrig dagspress har möjlighet att läsa tidningarna. I detta delkapitel presenteras i vilken omfattning ledarskribenterna säger sig ha tillgång till partitidningarna, samt om och i så fall hur mycket de läser dem.

Tillgång

Som framgår av intervjuerna med chefredaktörerna i föregående kapitel skickas de tre tidningarna till ett flertal tidningsredaktioner – dock inte alla. Av de 74 ledarskribenterna uppger 46 stycken (66 procent) att de har tillgång till AiP; lika många svarar jakande på frågan om Kristdemokraten, medan något färre – 42 stycken (57 procent) – svarar att de har tillgång till NU (se tabell 7.4). Tio av respondenterna svarar antingen »vet ej» eller inte alls beträffande AiP; motsvarande siffra är åtta för Kristdemokraten och NU. Som framgår av tabellens högra del går det att se ett positivt samband mellan tidningsupplaga och tillgång till tidningarna. Detta överensstämmer också med den bild som ges av de tre chefredaktörerna: det är i första hand de stora tidningarnas ledarredaktioner som prioriteras vid gratisutskick.

¹³⁰ Nord 2001:112-113.

Tabell 7.4: Ledarskribenternas tillgång till de tre partitidningarna i sitt arbete, antal (n = 74)

Tidning	Pressfär						Upplaga						
	s	c	lib	m	övr	N/A	Totalt	-15k	-40k	-90k	90k-	N/A	Totalt
<u>AiP</u>													
Ja	13	4	18	5	3	3	46	5	19	13	7	2	46
Nej	4	4	5	5	-	-	18	3	12	3	-	-	18
Vet ej, N/A	1	-	6	3	-	-	10	-	4	5	1	-	10
% Ja	72	50	62	39	100	100	62	63	54	62	88	100	62
<u>Kristdemokraten</u>													
Ja	8	4	19	9	3	3	46	2	18	18	6	2	46
Nej	7	4	5	4	-	-	20	6	12	2	-	-	20
Vet ej, N/A	3	-	6	-	-	-	8	-	5	1	2	-	8
% Ja	44	50	66	69	100	100	62	25	51	86	75	100	62
<u>NU</u>													
Ja	3	4	24	6	3	2	42	2	17	16	5	2	42
Nej	12	4	2	5	-	1	24	6	15	2	1	-	24
Vet ej, N/A	3	-	3	2	-	-	8	-	3	3	2	-	8
% Ja	17	50	83	46	100	67	57	25	49	76	63	100	57

Kommentar: Frågan lyder: » Har du på din redaktion regelbunden tillgång till följande endagarstidningar?» med svarsalternativen »ja», »nej», och »vet ej».

Även vid en uppdelning utifrån pressfär framkommer stora skillnader. Av de 18 ledarskribenterna från s-pressen har 13 stycken (72 procent) tillgång till AiP, medan bara tre har tillgång till NU. (En bidragande förklaring till att NU når färre ledarskribenter än AiP och Kristdemokraten står således att finna i den låga tillgången bland s-skribenterna.) Bland de liberala skribenterna är tillgången till NU på motsvarande sätt mycket hög; 24 av 29 liberala ledarskribenter (83 procent) svarar att de har tillgång till tidningen. Emellertid är även tillgången till de andra tidningarna bland de liberala skribenterna relativt hög. Kristdemokraten, som till skillnad från AiP och NU inte kan hänföras direkt till en större partipolitisk pressfär, intar också något av en mellanställning. Dock är tillgången till tidningen högre bland de borgerliga ledarskribenterna än bland deras kollegor inom s-pressen.

Det går således att dra i alla fall två huvudsakliga slutsatser utifrån ledarskribenternas tillgång till de tre tidningarna. För det första kan det konstateras att tidningarna når ungefär lika många ledarskribenter och att det totala antalet – givet tidningarnas totala upplaga – får anses vara relativt högt. För det andra är det tydligt att dagspressens partipolitiska sammansättning gör sig gällande även när det gäller ledarskribenternas tillgång till de tre tidningarna: s-skribenter har i högre grad än andra skribenter tillgång till AiP, liberala skribenter har i större utsträckning tillgång till NU, och Kristdemokraten är vanligare bland de borgerliga skribenterna än bland s-skribenterna. Efter som den stora majoriteten av de exemplar som skickas till tidningsredaktionerna består i gratis-exemplar och inte prenumerationer, är det uppenbart att de tre partitidningarna i första hand prioriterar likasinnade ledarredaktioner. Talande för detta faktum är att Kristdemokraten är den tidning som har jämnast spridning över de olika pressfärerna.

Läsning

I nästa steg tillfrågades ledarskribenterna om i vilken omfattning de läser tidningarna. Just denna aspekt är ytterst central då frågan om partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen naturligtvis hänger samman med om de är lästa i någon större omfattning eller inte. Två frågor användes för att fånga in ledarskribenternas läsning av tidningarna: i den första efterfrågades hur

ofta skribenterna läser tidningarna, och i den andra hur mycket av tidningarna de brukar läsa. Resultatet från den första frågan presenteras i tabell 7.5.

Tabell 7.5: Ledarskribenternas exponering av de tre partitidningarna under de senaste 12 månaderna, antal (n = 74)

Tidning	Pressfär						Totalt	Upplaga					
	s	c	lib	m	övr	N/A		-15k	-40k	-90k	90k-	N/A	Totalt
<u>AiP</u>													
Ej läst något	1	3	4	5	-	-	13	2	5	6	-	-	13
Nästan inga	5	3	12	5	2	2	29	1	13	9	4	2	29
Omkring hälften	3	1	5	2	1	1	13	-	7	3	3	-	13
Nästan alla	7	1	6	1	-	-	15	4	8	2	1	-	15
Alla	2	-	2	-	-	-	4	1	2	1	-	-	4
<u>Kristdemokraten</u>													
Ej läst något	7	2	6	2	-	-	17	4	10	2	1	-	17
Nästan inga	4	4	9	5	2	1	25	2	8	11	3	1	25
Omkring hälften	4	2	5	2	-	1	14	2	6	3	2	1	14
Nästan alla	2	-	5	1	1	1	10	-	6	2	2	-	10
Alla	-	-	4	3	-	-	7	-	4	3	-	-	7
<u>NU</u>													
Ej läst något	9	2	3	4	-	-	18	3	9	4	2	-	18
Nästan inga	6	3	7	5	2	3	26	4	7	9	4	2	26
Omkring hälften	1	2	2	2	1	-	8	-	5	2	1	-	8
Nästan alla	1	1	11	1	-	-	14	1	9	3	1	-	14
Alla	-	-	6	1	-	-	7	-	4	3	-	-	7

Kommentar: Frågan lyder: »Ungefär hur många nummer av de tre tidningarna har du läst de senaste 12 månaderna?» med svarsalternativen »ej läst något», »nästan inga», och »omkring hälften», »nästan alla» och »alla». En respondent (s, -40k) valde att inte svara angående Kristdemokraten och NU.

Ledarskribenterna fick i frågan om deras läsning av de tre tidningarna ange hur många nummer de uppskattningsvis läst under det gångna året. Av de 74 skribenterna uppger 61 stycken (82 procent) att de i alla fall läst något nummer av AiP; motsvarande siffror för Kristdemokraten är 57 (77 procent) och 56 för NU (76 procent). Vidare kan det konstateras att NU har något fler högfrekventa läsare än de två andra tidningarna. 21 skribenter (28 procent) uppger att de läst antingen alla eller nästan alla nummer av tidningen. AiP har 19 sådana vaneläsare och Kristdemokraten 17 (26 respektive 24 procent).

Mönstren består vid en uppdelning med avseende på upplaga; de tre tidningarna är jämbördigt spridda bland ledarskribenter på tidningar av olika storlek. De stora avvikelserna framkommer därför först vid en uppdelning på politisk tendens: de klart flitigaste läsarna av tidningarna återfinns inom deras respektive pressfärer. Vad AiP beträffar uppger hälften av s-skribenterna (9 stycken) att de läst nästan alla eller alla nummer av tidningen – endast en s-skribent svarar att han eller hon inte läst något nummer alls. Inom den liberala sfären svarar 18 av 29 skribenter (62 procent) att de läst alla/nästan alla nummer av NU. Vänder man på det så återkommer mönstren från tabell 7.4: enbart en s-skribent uppger sig ha läst nästan alla nummer av NU, medan läsningen av AiP bland liberala skribenter är jämförelsevis hög. Åtta liberala skribenter (28 procent) säger sig ha läst alla eller nästan alla nummer av tidningen. Som jämförelse kan noteras att motsvarande antal bland m-skribenterna enbart är två (15 procent). För Kristdemokraten är läsningen mer jämnt fördelad mellan pressfäerna. högst är dock vaneläsningen bland liberala och moderata skribenter, där 31 procent inom vardera grupp uppger att de läst alla eller nästan alla nummer av tidningen (9 respektive 4 skribenter).

Det är tydligt att tidningarna när de når ledarredaktionerna i alla fall inte direkt förpassas till pappersinsamlingen. Andelen vaneläsare av partitidningarna ligger i genomsnitt på 23 procent och ser man till de ledarskribenter som i alla fall läser hälften av tidningarna ökar andelen till 31 procent. Intressant är i detta avseende att tidningarna även när det gäller exponering är att betraktas som relativt jämbördiga – låt vara att de i hög utsträckning når olika grupper inom ledarskribentkåren. Det kan konstateras att ledarredaktionernas politiska hemvist gör sig påmind även när det gäller läsningen av partitidningarna. Dock måste resultaten i tabell 7.5 ses mot bakgrund av ledarskribenternas tillgång till tidningarna (tabell 7.4). Har man i sitt arbete inte regelbunden tillgång till en tidning minskar naturligtvis möjligheterna att ta del av dess innehåll drastiskt.

Ledarskribenterna har även fått redogöra för hur mycket av de tre tidningarna de i allmänhet läser. Resultaten (tabell 7.6) visar att de ledarskribenter som läser partitidningarna överlag är ytterst selektiva i sin läsning: enbart en skribent (m) uppger sig ha för vana att läsa antingen allt eller nästan allt av någon av tidningarna (Kristdemokraten). Som framgår i genomgången av ledarskribenternas mediekonsumtion är det inte ovanligt att en ledarskribent läser över tio (och ibland tjugo) olika dagstidningar i veckan; att det överlag skulle röra sig om djupläsning från fram- till baksida är därför knappast troligt.

Tabell 7.6: Hur mycket ledarskribenterna vanligtvis läser av de tre partitidningarna, antal

Tidning	Pressfär						Totalt	Upplaga					Totalt
	s	c	lib	m	övr	N/A		-15k	-40k	-90k	90k-	N/A	
<u>AiP</u> (n = 73)													
Brukar aldrig läsa något	1	3	7	4	-	-	15	-	6	8	1	-	15
Enstaka delar	8	3	19	8	3	3	44	4	21	10	7	2	44
Ungefär hälften	4	1	2	1	-	-	8	-	6	2	-	-	8
Mer än hälften	5	-	1	-	-	-	6	3	2	1	-	-	6
<u>Kristdemokraten</u> (n = 69)													
Brukar aldrig läsa något	6	2	8	1	-	-	17	2	9	4	2	-	17
Enstaka delar	8	5	17	9	3	3	45	4	20	13	6	2	45
Ungefär hälften	1	-	2	2	-	-	5	-	1	4	-	-	5
Mer än hälften	-	-	1	-	-	-	1	-	1	-	-	-	1
Allt eller nästan allt	-	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-	1
<u>NU</u> (n = 71)													
Brukar aldrig läsa något	9	3	7	4	-	1	24	2	11	7	4	-	24
Enstaka delar	6	1	13	8	3	2	33	4	13	10	4	2	33
Ungefär hälften	1	2	6	1	-	-	10	1	6	3	-	-	10
Mer än hälften	-	1	3	-	-	-	4	-	3	1	-	-	4

Kommentar: Frågan lyder: »Ungefär hur mycket brukar du läsa i ett nummer av de tre tidningarna?» med svarsalternativen »brukar aldrig läsa något», »enstaka delar», och »ungefär hälften», »mer än hälften» och »allt eller nästan allt». Alternativet »allt eller nästan allt» fick i AiP och NU:s fall inga svar.

Det absolut vanligaste är att ledarskribenterna bara läser enstaka delar av tidningarna. Av de 58 skribenter som i denna fråga uppger sig läsa AiP svarar 47 (81 procent) att de enbart läser enstaka delar av tidningen; motsvarande siffra för Kristdemokraten är 45 av 52 (87 procent) och 33 av 47 för NU (70 procent). För såväl AiP som NU gäller att de ledarskribenter som ägnar mest tid åt tidningarna återfinns inom deras respektive pressfärer. 9 av 17 AiP-läsare (53 procent) inom s-sfären och 9 av 22 NU-läsare (41 procent) inom den liberala sfären uppger sig läsa hälften eller mer än hälften av de respektive tidningarna. Det är i detta sammanhang intressant att göra kopplingen till de tre tidningarnas tydligt partiorienterade prägel på nyhetsplats. Uppenbarligen

finns det bland de socialdemokratiska och liberala skribenterna ett större intresse än bland andra skribenter att ta del av de två tidningarnas respektive innehåll. Att Kristdemokraten på motsvarande sätt inte har någon grupp bland de svenska ledarskribenterna som mer ingående läser tidningen är sannolikt ingen tillfällighet.

Ledarskribenterna om ...

Så vad tycker då de svenska ledarskribenterna om de tre partitidningarna? Den del av enkäten som tar sikte på just ledarskribenternas attityder till tidningarna innehöll ett antal frågor kring olika aspekter av tidningarna och deras innehåll. I detta delkapitel presenteras således vad ledarskribenterna tycker om tidningarnas allmänna kvalitet, deras självständighet gentemot sina respektive partier, samt avslutningsvis deras roll i den politiska opinionsbildningen. Samtliga frågor har varit uppbyggda kring en elvgradig svarsskala (0–10), i vilken »0» motsvarar den mest kritiska och »10» den mest positiva inställningen till tidningarna. Endast de skribenter som läst någon av tidningarna under det gångna året uppmanades att besvara frågorna, vilket förklarar de jämförelsevis låga antalen svarande.

... partitidningarnas allmänna kvalitet

Ledarskribenternas värdering av den allmänna standarden på tidningarnas innehåll bör kunna ses som ett tecken på deras vilja att läsa tidningarna. Svarens fördelning presenteras i tabell 7.7.

Tabell 7.7: Ledarskribenternas bedömning av de tre partitidningarnas allmänna kvalitet, antal

Tidning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totalt	Medelvärde
<u>AiP</u>													
s	1	2	1	4	2	4	2	-	1	-	-	17	3,76
c	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	2	4,50
lib	-	-	1	3	3	4	4	-	1	-	-	16	4,69
m	2	-	2	1	2	-	1	-	-	-	-	8	2,63
övrig	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	2	3,00
N/A	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	2	2,50
Totalt	3	2	6	10	8	8	8	-	2	-	-	47	3,83
<u>Kristdemokraten</u>													
s	-	2	1	3	2	-	1	-	-	-	-	9	3,00
c	-	1	0	1	1	1	-	-	-	-	-	4	3,25
lib	-	1	1	2	3	7	3	2	-	-	-	19	4,63
m	1	-	1	-	3	1	1	1	-	1	-	9	4,56
övrig	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	2	3,50
N/A	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	2	3,00
Totalt	1	4	5	6	10	10	5	3	-	1	-	45	4,04
<u>NU</u>													
s	1	1	-	1	1	-	1	-	-	-	-	5	2,80
c	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	3	6,33
lib	-	-	3	6	3	3	6	-	-	-	-	21	4,14
m	1	-	3	-	3	1	-	1	-	-	-	9	3,33
övrig	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	2	4,00
N/A	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	2	2,50
Totalt	2	1	8	8	7	5	9	1	1	-	-	42	3,88

Kommentar: Frågan lyder: »Om du gör en helhetsbedömning av de tre tidningarna, vilken är din uppfattning beträffande den allmänna kvaliteten på deras innehåll?» med svarsalternativen »ingen uppfattning» samt en elvgradig skala med ändvärdena 0 (»mycket låg kvalitet») och 10 (»mycket hög kvalitet»).

Kristdemokraten är den tidning som av ledarskribenterna upplevs hålla högst kvalitet av de tre partitidningarna; differensen tidningarna emellan är emellertid mycket liten. Kristdemokraten erhåller ett medelvärde på 4,04, medan NU får 3,88 och AiP 3,83. Vad beträffar Kristdemokraten är det i första hand de moderata och liberala skribenterna som ger tidningen positiva omdömen. NU ges bäst betyg av de tre centerskribenterna, följt av de liberala skribenterna. Lägst betyg ges tidningen av s-skribenterna. Noterbart i sammanhanget är att de liberala skribenterna anser att såväl AiP:s som Kristdemokratens innehåll håller högre kvalitet än NU:s, låt vara att skillnaderna är mycket små. Respondenterna är således relativt återhållsamma i sin positiva kritik av partitidningarna, men det är heller inte så att tidningarna helt och hållet förkastas. Resultaten bör dessutom ses mot ljuset av tidningarnas partiorienterade innehållsprofil; ledarskribenternas svar pekar på att partipolitisk hemvist inte spelar en obetydlig roll i bedömningen av tidningarnas kvalitet.

... partitidningarnas självständighet

Den enskilda faktor som främst utmärker AiP, Kristdemokraten och NU i förhållande till övrig dagspress är givetvis de tydliga banden till politiska partier. Som vi sett kan emellertid banden mellan parti och press vara av olika styrka, vilket i sin tur kan inverka på partibundenheten i en tidnings kommenterande material. Ledarskribenterna uppmanades därför att ange i vilken utsträckning de anser att de tre tidningarna fungerar som en självständig röst i förhållande till deras respektive partier (tabell 7.8).

Tabell 7.8: Ledarskribenternas syn på de tre partitidningarnas självständighet, antal

Tidning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totalt	Medelvärde
<u>AiP</u>													
s	3	2	-	8	1	-	1	-	-	1	-	16	2,81
c	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	1,50
lib	9	5	-	3	1	2	-	1	-	-	-	21	1,67
m	3	1	-	3	-	-	-	-	-	-	-	7	1,43
övrig	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2	2,00
N/A	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	3	1,00
Totalt	19	8	-	16	3	1	1	1	-	1	-	51	1,96
<u>Kristdemokraten</u>													
s	2	1	2	3	-	-	-	-	-	-	1	9	2,67
c	-	1	1	1	-	1	-	-	-	-	-	4	2,75
lib	7	-	1	7	2	2	-	-	-	-	-	19	2,16
m	2	1	-	3	-	-	-	-	2	-	-	8	3,25
övrig	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1,00
N/A	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0,67
Totalt	14	3	6	14	2	3	-	-	2	-	1	45	2,36
<u>NU</u>													
s	1	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	4	2,00
c	-	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	3	6,00
lib	4	-	1	6	4	3	1	1	2	1	-	23	3,87
m	2	1	1	1	1	1	-	-	1	-	-	8	2,88
övrig	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	3,00
N/A	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	3	1,33
Totalt	9	3	2	9	6	5	3	2	3	1	-	43	3,44

Kommentar: Frågan lyder: »I vilken utsträckning tycker du att tidningarna fungerar som en självständig röst i förhållande till deras respektive partier?» med svarsalternativen »ingen uppfattning» samt en elvgradig skala med ändvärdena 0 (»i mycket liten utsträckning») och 10 (»i mycket stor utsträckning»).

Den mest omedelbara bild som framkommer vid en första anblick på resultatens fördelning är onekligen den låga grad av självständighet som tidningarna tillskrivs. På en skala där 10 markerar mycket stor självständighet landar genomsnittet för de tre tidningarna på lite drygt 2,6. Att påstå

att ledarskribenterna anser att tidningarna, trots de tydliga partibanderna i övrigt, skulle ha en oberoende hållning gentemot sina partier är alltså långt ifrån riktigt. Men de låga värdena till trots går det att i resultaten urskilja vissa tendenser. AiP är den tidning som tillerkänns allra lägst självständighet; snittet för tidningen är 1,96. Motsvarande värde för Kristdemokraten är 2,36 och för NU 3,44. NU är alltså den tidning som anses mest självständig i förhållande till sitt parti.

Detta resultat måste dock ställas mot vad som framkommer vid en uppdelning av skribenterna utifrån presspolitisk sfär. AiP tillskrivs mest självständighet av s-skribenterna och minst självständighet av de borgerliga skribenterna (c, lib och m). På motsvarande sätt är NU den tidning som de liberala skribenterna upplever som mest – och s-skribenterna som minst – självständig. Det bör här observeras att det faktum att NU av den samlade skribentkåren upplevs som mest självständig i hög grad kan förklaras av det jämförelsevis stora antalet liberala skribenter som svarat på frågorna. De moderata skribenterna intar i NU:s fall en mellanställning, medan de tre c-skribenterna som uttalat sig i frågan något överraskande (?) tillskriver tidningen en jämförelsevis mycket oberoende ställning. Noterbart i sammanhanget är att det bland såväl s-skribenterna som de liberala skribenterna finns de som anser att AiP respektive NU helt saknar självständighet gentemot sina partier. När det så gäller Kristdemokraten är avvikelserna mindre påtagliga jämfört med de två andra tidningarna. Tidningens självständighet anses dock vara störst bland de moderata skribenterna. Anmärkningsvärt är i detta avseende att de liberala skribenterna är den av de partipolitiska grupperingarna som i högst grad ifrågasätter tidningens oberoende.

... partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen

För att fånga in vilken betydelse ledarskribenterna upplever att partitidningarna spelar i den politiska opinionsbildningen uppmanades de först att värdera i vilken utsträckning de anser att de tre tidningarna på ledarplats lyfter fram nya argument och ståndpunkter (se tabell 7.9). Denna fråga är formulerad mot bakgrund av den distinktion Lars Nord gör mellan *opinionsbildande* och *opinionsföljande* ledarsidor.¹³¹ Ledarredaktioner som enbart återspeglar opinioner som redan förekommer i den allmänna debatten kan snarast anses följa opinioner än att bidra till att skapa dem. Återigen får ledarskribenternas bedömning av tidningarna anses som minst sagt ljum, och återigen är det NU som får det högsta genomsnittliga »betyget» och AiP som får det lägsta.

Men inte heller här blir bilden fullständig utan ett beaktande av skribenternas partipolitiska tillhörighet. Bland s-skribenterna är AiP den tidning som i störst utsträckning anses bidra med nya argument och åsikter till den politiska debatten. Motsvarande inställning finns bland de liberala skribenterna beträffande tidningen NU. För Kristdemokraten gäller att de moderata skribenterna är den grupp som ger tidningen bäst omdömen – i synnerhet i förhållande till de andra tidningarna. De moderata skribenterna ger såväl AiP som NU mycket låga omdömen beträffande tidningarnas opinionsbildande insatser på ledarplats.¹³²

¹³¹ Nord 2001:73-74.

¹³² Även om det i viss mån faller utanför uppsatsens syfte frågades det i enkäten också om vad ledarskribenterna anser om tidningarna när det gäller att lyfta fram nya ämnen och frågor på *nyhetsplats*. Tendenserna från tidigare frågor återkommer även här: NU ges bäst betyg (2,94), AiP lägst (2,71) och Kristdemokraten intar mellanplatsen (2,78). Inte heller i detta sammanhang kan omdömena alltså anses vara översvallande positiva (se tabell 5 i bilagedelen).

Tabell 7.9: Ledarskribenternas syn på om de tre partitidningarna lyfter fram nya argument och ståndpunkter på ledarplats, antal

Tidning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totalt	Medelvärde
<u>AiP</u>													
s	3	4	1	4	-	3	1	-	-	-	-	16	2,44
c	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1,00
lib	4	6	1	4	1	1	-	-	-	-	-	17	1,71
m	2	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	5	1,20
övrig	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	6,00
N/A	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,00
Totalt	11	11	4	9	1	4	2	-	-	-	-	42	1,95
<u>Kristdemokraten</u>													
s	2	3	1	1	-	1	-	-	-	-	-	8	1,63
c	-	1	2	-	1	-	-	-	-	-	-	4	2,25
lib	5	2	3	4	2	2	-	-	1	-	-	19	2,42
m	2	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1	6	3,33
övrig	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	5,00
N/A	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,00
Totalt	10	6	7	6	3	5	-	-	1	-	1	39	2,38
<u>NU</u>													
s	1	2	-	1	-	1	-	-	-	-	-	5	2,00
c	-	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	3	3,33
lib	2	3	4	5	2	4	-	1	-	-	-	21	2,90
m	3	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	6	1,50
övrig	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	7,00
N/A	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,00
Totalt	7	5	6	7	5	5	-	2	-	-	-	37	2,62

Kommentar: Frågan lyder: »I vilken utsträckning tycker du att de tre tidningarna i sina ledare lyfter fram helt nya argument och ståndpunkter?» med svarsalternativen »ingen uppfattning» samt en elvgradig skala med ändvärdena 0 (»i mycket liten utsträckning») och 10 (»i mycket stor utsträckning»).

Därmed är vi framme vid en av mest centrala delarna i den här uppsatsen: ledarskribenternas bedömning av de tre partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen. Att de allmänna omdömena även i denna fråga visar sig vara tydligt nedtonade är mot bakgrund av ovanstående kanske inte helt oväntat (se tabell 7.10). Vad som är desto mer intressant är istället att det här framkommer helt andra mönster än vad som kan skönjas i de tidigare tabellerna.

Störst roll tilldelas i detta avseende AiP; genomsnittet för tidningen är 2,31, medan snittet för Kristdemokraten och NU är 2,08 respektive 2,07. Och om vi tidigare har sett tydliga samband mellan partisfär och respondenternas värdering av tidningarna, så är dessa samband inte alls lika framträdande när det gäller bedömningen av tidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen. Beträffande AiP så tillskrivs tidningen störst roll av de tre centerskribenterna, följt av de liberala skribenterna. Båda dessa grupper framhäver alltså i högre grad än skribenterna från s-sfären AiP:s opinionsbildande roll. De moderata skribenterna är som jämförelse betydligt mer kallsinnigt inställda till tidningen. När det gäller Kristdemokraten så återkommer i viss mån de tidigare konstaterade mönstren: tidningens roll i den politiska opinionsbildningen värderas högre bland de borgerliga skribenterna än bland s-skribenterna. Störst vikt tilldelas tidningen av center-skribenterna, följt av de liberala skribenterna. För NU är resultaten i hög grad likvärdiga. Här kan dock några intressanta påpekanden vara på sin plats: dels kan det noteras att de liberala skribenterna tillskriver tidningen i princip lika stor vikt som de två andra tidningarna, dels är det tydligt att NU, liksom AiP, inte uppfattas som särskilt inflytelserik bland de moderata skribenterna.

Tabell 7.10: Ledarskribenternas bedömning av de tre partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen, antal

Tidning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totalt	Medelvärde
<u>AiP</u>													
s	4	2	4	4	1	1	1	-	-	-	-	17	2,18
c	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	3	5,00
lib	3	3	4	1	4	3	-	1	-	-	-	19	2,74
m	4	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-	9	1,22
övrig	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	3	2,33
N/A	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	3	1,00
Totalt	14	7	11	7	6	5	2	2	-	-	-	54	2,31
<u>Kristdemokraten</u>													
s	4	3	-	3	-	-	-	-	-	-	-	10	1,20
c	-	1	1	-	1	1	-	-	-	-	-	4	3,00
lib	3	5	3	2	4	2	2	-	-	-	-	21	2,62
m	3	2	-	1	1	-	-	1	-	-	-	8	2,00
övrig	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	3	1,67
N/A	2	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0,67
Totalt	13	11	6	7	6	3	2	1	-	-	-	49	2,08
<u>NU</u>													
s	3	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	6	1,00
c	-	-	2	1	-	-	1	-	-	-	-	4	3,25
lib	3	3	4	3	5	2	-	-	1	-	-	21	2,76
m	3	2	3	1	-	-	-	-	-	-	-	9	1,22
övrig	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	3	2,00
N/A	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	0,33
Totalt	12	7	10	8	5	2	1	-	1	-	-	46	2,07

Kommentar: Frågan lyder: »Hur stor roll bedömer du att de tre tidningarna spelar i den politiska opinionsbildningen?» med svarsalternativen »ingen uppfattning» samt en elvgradig skala med ändvärdena 0 (»mycket liten roll») och 10 (»mycket stor roll»).

Sammanfattningsvis kan det likväl konstateras att det även i denna fråga råder en relativt stor jämbördighet tidningarna emellan. Partitidningarna upplevs överlag spela ungefär lika stor i den politiska opinionsbildningen. I nästa avsnitt ska vi se hur detta återspeglas i ledarskribenternas egna ledarsidor.

Partitidningarna på dagspressens ledarsidor

Dagstidningar kan på sina ledarsidor beröra andra tidningars ledare på huvudsakligen två olika sätt: antingen genom kommentarer i egna ledarartiklar, eller genom att citera utdrag ur ledare i det som kallas pressklippssavdelningar.¹³³ Att välja att lyfta fram andra tidningars kommenterade material kan ses som ett relativt handfast tecken på vilken betydelse en tidning tillskriver andra tidningar. Ledarredaktionen eller den enskilde ledarskribenten gör trots allt bedömningen att det som skrivs på en annan ledarsida, om det nu må vara en åsikt eller infallsvinkel, är så pass intressant att det förtjänar att göras känt även för den egna läsekretsen. Ledarskribenterna har därför fått ange huruvida de under den gångna månaden på sina egna ledarsidor citerat eller kommenterat de tre partitidningarna (se tabell 7.11).

Innan vi tittar närmre på resultatets utfall är det viktigt att först diskutera de invändningar som kan göras mot frågans utformning och möjligheten att generalisera utifrån dess resultat. Partitidningarna kommer ut ett nummer per vecka; att utifrån en enskild månad dra allmänna slut-

¹³³ Jfr Vallinder 1970:84-85.

satser kring hur ofta partitidningarna berörs på andra dagstidningarnas ledarsidor är därför högst olämpligt. Till detta kommer den uppenbara svårigheten i att dra sig till minnes vad som tilldrog sig för en månad sedan, vilket torde innebära att utrymmet för ett visst mått av godtycklighet ökar. Avslutningsvis är det viktigt att klargöra att resultaten avser enskilda skribenter och inte nödvändigtvis enskilda tidningar. Det kan t.ex. vara så att de som svarat ja på någon av frågorna arbetar på samma redaktion. Att dra alltför långtgående slutsatser av ledarskribenternas svar är av dessa anledningar inte tillrådligt. De aspekter som man däremot *kan* uttala sig om – och som dessutom är nog så betydelsefulla – är dels om ledarskribenterna överhuvudtaget berör partitidningarna på sina ledarsidor och om detta i sådana fall gäller för tidningar från olika pressfärer och av olika storlek.

Tabell 7.11: Partitidningarna på respondenternas ledarsidor (avser den gångna månaden), antal (n = 74)

Tidning	Pressfär						Totalt	Upplaga					
	s	c	lib	m	övr	N/A		-15k	-40k	-90k	90k-	N/A	Totalt
<u>AiP</u>													
Ja, i ledare	5	-	4	-	-	-	9	2	4	1	2	-	9
Ja, i pressklipp	1	1	1	1	-	-	4	3	1	-	-	-	4
Ja, både i ledare och pressklipp	1	-	2	-	-	1	4	-	2	1	-	1	4
Nej	9	7	20	10	3	1	50	2	26	17	4	1	50
Vet ej, N/A	2	-	2	2	-	1	7	1	2	2	2	-	7
% Ja, i ledare och/eller pressklipp	39	13	24	8	-	33	23	63	20	10	25	50	23
<u>Kristdemokraten</u>													
Ja, i ledare	2	-	-	2	-	-	4	-	3	1	-	-	4
Ja, i pressklipp	-	2	2	1	-	2	7	2	2	1	-	2	7
Ja, både i ledare och pressklipp	-	-	2	-	-	-	2	-	2	-	-	-	2
Nej	13	6	24	9	3	-	55	4	26	19	6	-	55
Vet ej, N/A	3	-	1	1	-	1	6	2	2	-	2	-	6
% Ja, i ledare och/eller pressklipp	11	25	14	23	-	67	18	25	20	10	-	100	18
<u>NU</u>													
Ja, i pressklipp	-	2	-	2	-	1	5	2	1	1	-	1	5
Ja, både i ledare och pressklipp	-	1	2	-	-	-	3	-	2	1	-	-	3
Nej	14	5	25	9	3	1	57	3	30	17	6	1	57
Vet ej, N/A	4	-	2	2	-	1	9	3	2	2	2	-	9
% Ja, i ledare och/eller pressklipp	-	38	7	15	-	33	11	25	9	10	-	50	11

Kommentar: Frågan lyder: »Har din tidning under den senaste månaden på ledarsidan/opinionssidan citerat/kommenterat någon av de tre tidningarna?» med svarsalternativen »ja, i ledare», »ja, i pressklipp», och »ja, både i ledare och i pressklipp», »nej» och »vet ej». Alternativet »ja, i ledare» fick i NU:s fall inga svar.

Med ovan nämnda begränsningar i beaktande framkommer likafullt ett antal intressanta resultat. Det kan inledningsvis konstateras att samtliga tre tidningar under den nämnda perioden i något avseende har berörts på andra tidningars ledarsidor. Variationen i tidningarna emellan är emellertid relativt stor. AiP är den tidning som kommenterats och citerats mest: 17 skribenter (23 procent) uppger sig i någon omfattning ha berört tidningens ledare på sina egna ledarsidor. Motsvarande antal för Kristdemokraten är 13 (18 procent) och 8 (11 procent) för NU. Nästa konstaterande är att ledarsidors politiska tendens uppenbarligen har mindre betydelse för benägenheten att kommentera eller citera de tre partitidningarna. Samtliga tre tidningar finns representerade bland ledarskribenterna från de olika partipolitiskt definierade sfärerna – med ett undantag: ingen av s-skribenterna säger sig ha berört NU på sina respektive ledarsidor. Detta resultat bör dock ses mot bakgrund av att bara tre s-skribenter uppger sig ha tillgång till NU på sin arbetsplats, något som självklart kringskar deras möjlighet att omnämna tidningens kommenterande material på ledar-

plats. Noterbart är vidare att ingen av de tre skribenter som räknas till kategorin »övrig» (vilken bl.a. inbegriper de opolitiska tidningarna) säger sig ha berört någon av partitidningarna på ledarplats.

AiP, som är den tidning som får flest svar, har citerats och kommenterats klart flitigast på socialdemokratiska och liberala ledarsidor. Sju skribenter vardera från de två pressfärerna uppger att de berört tidningen under den avsedda perioden, och då främst i form av kommentarer i ledarartiklar. En c- och en m-skribent svarar att de citerat tidningen i pressklipp. För Kristdemokraten är svaren mer utspridda, och det är kanske just den jämna fördelningen som också är mest noterbart för tidningen. Kristdemokraten har kommenterats i ledare från såväl s-sfären som de moderata och liberala sfärerna, medan två c-skribenter uppger sig ha citerat tidningen i pressklipp. När det gäller NU så torde det mest märkbara i resultatet vara att enbart två liberala skribenter uppger sig ha berört tidningen på ledarplats. Följaktligen är NU den partitidning som förekommit i minst utsträckning på de liberala skribenternas ledarsidor. Vid en uppdelning av respondenterna utifrån deras tidningars upplaga är det främst bland tidningarna med upplagor under 40 000 som partitidningarna har citerats eller kommenterats. Inom den största kategorin, tidningar med över 90 000 i upplaga, är AiP den enda av de tre partitidningarna som har berörts. Det kan i sammanhanget nämnas att det här rör sig om två liberala skribenter som uppger sig ha kommenterat tidningen i sina ledare.

En opinionsbildande partipress?

Det här kapitlet har haft som utgångspunkt de svenska ledarskribenternas informations- och inspirationskällor. Som framgår av skribenternas redogörelse för sin mediekonsumtion spelar andra dagstidningar en mycket stor roll i båda fallen. Det har även framgått att majoriteten av ledarskribenterna i sin dagstidningskonsumtion i alla fall i någon omfattning inkluderar de tre partitidningarna. Givet partitidningarnas ringa storlek och tydliga partiorientering är det, utifrån skribenternas läsning av tidningarna att döma, uppenbart att de inte betraktas som rakt igenom ointressanta av ledarskribentkåren. Det går att inledningsvis sluta sig till att tidningarna når utanför de egna partileden, vilket i sig är en förutsättning för att på ett direkt sätt kunna delta i den allmänna debatten.

Men trots att de tre tidningarna i hög utsträckning når lika många skribenter, kan det slås fast att de inte i samma utsträckning når *samma* skribenter. Och samtidigt som det kan fastslås att tidningarna i de flesta avseenden ges liknande omdömen av den samlade ledarskribentkåren, kan det konstateras att de inte ges samma omdömen av *samma* grupper. Så gott som samtliga resultat som presenterats i det här kapitlet visar att den partipolitiska strukturen hos svenska ledarsidor färgar av sig på ledarskribenternas förhållande till de tre partitidningarna. De socialdemokratiska skribenterna är de flitigaste AiP-läsarna och är samtidigt den grupp som i de flesta aspekter ger tidningen bäst omdömen. Samma sak kan i hög grad sägas om de liberala skribenternas förhållande till NU. Vad Kristdemokraten beträffar så är resultaten mer jämnt fördelade. Dock ges tidningen i allmänhet bäst omdömen av den moderata ledarskribentkåren, vilket kan sägas bekräfta den bild som ges av chefredaktör Ehrenberg i det föregående kapitlet. Uppenbarligen är det hos den moderata pressfären som tidningen i högst grad har sina vänner bland de svenska ledarskribenterna.

Resultaten pekar vidare på att det finns skillnader i kopplingen till partierna mellan de olika partipolitiska sfärerna. Allra tydligast blir detta när skribenterna tillfrågas vilken betydelse det har att ett ämne är viktigt för det närstående partiet när det gäller ämnesval för ledarartiklar. Av 18 s-skribenter svarar 10 att detta motiv har antingen stor eller ganska stor betydelse. Enbart en socialdemokratisk ledarskrivent svarar att viktigheten för partiet inte har någon betydelse alls. Skillnaderna till nästa grupp – centerskriventerna – är här mycket stor. Allra minst hänsyn till viktigheten för partiet uttrycks av de liberala skribenterna. När det gäller frågan om de informationskällor som har en tydlig koppling till det partipolitiska skedet återkommer dessa tendenser, även om olikheterna i detta avseende är mindre påtagliga. Tidigare forskning kring svenska ledarskriventer har visat att närheten till partiet i allmänhet är mest framträdande bland de socialdemokratiska ledarskriventerna, följt av skribenterna inom centerpressen¹³⁴ – tendenser som utifrån föreliggande studie verkar bestå.

Som tidigare konstaterats präglas ledarskriventernas läsning av och inställning till partitidningarna i hög grad av deras respektive tidningars partipolitiska tendens. Mot bakgrund av den forskning som visat att det fortfarande i viss utsträckning ges uttryck för partiloyaliteter på dagspressens ledarsidor är inte detta särskilt anmärkningsvärt. En aspekt som därför kan ge en mer nyanserad bild av partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen är istället skillnaderna i hur de upplevs av skribenter från deras egna pressfärer. Det har redan noterats att det finns olikheter i partibundenhet inte bara *mellan* pressfärerna utan också *inom* dem. Detta faktum påverkar även skribenternas förhållande till partitidningarna. Bland de 10 s-skriventer som ger viktigheten för partiet stor eller ganska stor betydelse vid ämnesval, har 9 läst hälften eller fler än hälften de utkomna AiP-numren under det gångna året. Hos de skribenter som däremot tillskriver viktigheten för partiet liten eller ingen betydelse är läsningen av AiP betydligt mindre frekvent. När det gäller kopplingen mellan partianknytning på ledarplats och läsning av NU bland de liberala skribenterna är sambanden mindre tydliga, vilket i hög grad kan förklaras av att de liberala skribenterna i allmänhet säger sig vara mindre måna om att välja ledarämne efter partianknytning. Men tendensen finns där likafullt.¹³⁵ (För Kristdemokraten finns av naturliga skäl inga liknande siffror att ta fram.) Mot bakgrund av tidningarnas particentrerade innehåll finns det uppenbarligen bland de socialdemokratiska och liberala skribenter som ligger nära det egna partiet i sitt ämnesval, även ett relativt stort intresse att ta del av vad som händer inom partiet.

På motsvarande sätt går det för båda pressfärerna att se ett samband mellan betydelsen av att ta upp för partiet viktiga ämnen och synen på de AiP:s respektive NU:s roll i den politiska opinionsbildningen. De socialdemokratiska och liberala skribenter som anger att viktigheten för partiet har någon form av betydelse för ämnesval tillskriver de respektive tidningarna större opinionsbildande vikt än de som helt avfärdar partifaktorn. Dessa skribenter tenderar på motsvarande sätt i högre grad än andra att kommentera de respektive tidningarna i egna ledarartiklar.¹³⁶ Återigen är sambanden särskilt tydliga inom den socialdemokratiska sfären. Resultaten pekar således på att graden av partiloyalitet inom de respektive sfärerna i båda fallen har betydelse för såväl läsning som bedömning av de två tidningarna, liksom för benägenheten att lyfta fram tidningarna på ledarplats.

¹³⁴ Se t.ex. Nord 2001.

¹³⁵ Se tabell 6 och 7 i bilagedelen.

¹³⁶ Se tabell 8, 9, 10 och 11 i bilagedelen.

Men det förefaller bland ledarskribenterna även finnas ett samband mellan att låta det egna intresset styra ämnesval och att kommentera de tre partitidningarna i sina ledare.¹³⁷ Av de skribenter som svarat att deras respektive tidningar i ledare kommenterat någon av tidningarna, är det bara en som inte uppgett att det egna intresset inte har stor eller mycket stor betydelse för ämnesval. Det går i detta avseende att se en viss skillnad i förhållande till de skribenter som i första hand anger ämnets aktualitet som avgörande för ämnesval.¹³⁸ Resultaten präglas dock av att den stora majoriteten av skribenterna gett såväl ämnets aktualitet som eget intresse ansenlig betydelse, varför tendenserna snarare är att betraktas som subtila än små. Men resultaten pekar likväl på att ju mer en ledarskribent väljer ämnen utifrån vad som intresserar honom eller henne, desto större benägenhet att kommentera de tre partitidningarna i sin ledare.

Jag har på flera ställen berört begreppsparet upplevd och faktisk betydelse beträffande tidningarnas roll i den opinionsbildning som tilldrar sig på dagspressens ledarsidor. När det gäller kopplingen mellan dessa båda faktorer framkommer vissa positiva samband, även om det finns exempel på fall då tidningarna berörts på ledarsidan av skribenter som inte anser tidningen ha någon betydelse alls.¹³⁹ För såväl AiP som NU gäller likväl att de som säger sig ha berört tidningarna ledarplats, också i genomsnitt tillerkänner tidningarna större vikt i den politiska opinionsbildningen än de som inte berört tidningarna. I Kristdemokratens fall finns emellertid ingen sådan skillnad.¹⁴⁰ Mot bakgrund av de invändningar som redan gjorts mot begränsningarna i frågan om berörandet av tidningarna på ledarplats, bör även dessa resultat tolkas med viss försiktighet.

Så vad ska då sägas om de tre partitidningarnas roll i den politiska opinionsbildningen? Vi har kunnat konstatera att även om ledarskribenterna i hög grad tonar ner tidningarnas betydelse, väljer de i relativt stor utsträckning att referera till dem på sina egna ledarsidor. Även om skillnaderna tidningarna emellan är relativt små, är det emellertid AiP som tillskrivs störst opinionsbildande betydelse av den samlade ledarskribentkåren; ett resultat som stärks av att tidningen är den som i klart högst grad förekommit på andra tidningars ledarsidor. Att partitidningarna, trots dessa skillnader, har betydelse för den politiska opinionsbildning som förs på andra tidningars ledarsidor kan därmed fastslås.

Resultaten visar att partifärgen på respondenternas tidningar är den enskilda faktor som har klart störst betydelse för hur de förhåller sig till tidningarna – en konsekvens av att Kristdemokraten inte har någon kristdemokratisk pressfär i ryggen blir följaktligen att resultaten för tidningen blir mer jämnt fördelade än för AiP och NU. Vad som därför är mer intressant är att såväl AiP som NU attribueras störst betydelse av de skribenter som tydligast ger uttryck för ett nära förhållande till socialdemokraterna respektive folkpartiet. Bland de skribenter där närheten till de två partierna är att uppfattas som lägst är också inställningen till partitidningarna som mest kritisk. Ledarskribenternas inställning till partiernas tidningar kan således, i viss utsträckning, ses som en barometer på inställningen till relationen mellan ledarredaktionerna och partierna i stort.

¹³⁷ Se tabell 12, 13 och 14 i bilagedelen.

¹³⁸ Se tabell 15, 16 och 17 i bilagedelen.

¹³⁹ Se tabell 18, 19 och 20 i bilagedelen.

¹⁴⁰ Genomsnittet för de som svarat jakande på om de berört AiP på ledarsidan är 2,8 (på en skala 0-10), medan snittet för de som svarat nekande är 2,4. Motsvarande siffror för NU är 2,4 respektive 2,0. För Kristdemokraten ligger båda genomsnitten på 2,0.

Kapitel VIII

PARTIPRESSEN ÄR DÖD – LÄNGE LEVE PARTIPRESSEN?

Syftet med den här studien har varit att belysa vilken roll de tre dagstidningarna Aktuellt i Politiken, Kristdemokraten och NU Det liberala nyhetsmagasinet har i den del av den politiska opinionsbildningen som förs på dagspressens ledarsidor. I kapitel sex delgavs vi partitidningarnas inställning i frågan, och i det föregående kapitlet var turen så kommen till dagspressens ledarskribenter. Vad som därmed återstår är en diskussion kring vad som egentligen kan sägas om de tre partitidningarnas opinionsbildande funktion.

Tidningen AiP har ett allt annat överskuggande mål med sin ledarsida, nämligen att förmedla socialdemokratiska argument och ställningstaganden till partiaktiva runt om i landet. En konsekvens av denna ambition är att AiP är den av de tre tidningarna som dels uppger sig ligga närmst partiledningen på ledarplats, dels tydligast avser sig målsättningen att nå utanför partileden med sitt kommenterande material. Emellertid har vi kunnat se att AiP läses av en stor del av den socialdemokratiska ledarskribentkåren och resultaten pekar samtidigt på att dessa i förhållandevis hög grad väljer att beröra tidningen på sina egna ledarsidor. AiP når således, vid sidan av sin prenumerationskrets, med jämna mellanrum även läsare av andra socialdemokratiska ledarsidor. Men det kan även konstateras att tidningens kommenterande material också når andra pressfärers ledarsidor. När exempelvis de liberala skribenterna tillfrågades om de under den gångna månaden berört tidningen på ledarplats svarade nästan var fjärde ja. Utan föregående innehållsanalys kan man sannolikt förutsätta att det i dessa fall knappast handlat om affirmativa ordalag, men det säger likväl en hel del om vilken vikt tidningen tillskrivs – om tidningen uppfattats som helt ointressant och betydelselös hade den sannolikt aldrig omnämnts.

För Kristdemokraten är det huvudsakliga målet att bidra med ett kristdemokratiskt perspektiv till den allmänna debatten. Tidningen är därmed den av de tre partitidningarna som tydligast uttalar en målsättning att nå och påverka andra tidningars ledarredaktioner. Efter att dagspressens ledarskribenter har fått uttala sig om dels hur mycket de läser tidningen, dels vilken betydelse de tillskriver densamma, kan det konstateras att Kristdemokraten överlag vare sig läses av fler skribenter eller tillskrivs större betydelse än de två andra partitidningarna. Frågan är då om detta ska uppfattas som att tidningen har misslyckats med sin opinionsbildande målsättning? För att ge tidningen en rättvis bedömning måste det först och främst tas i beaktande att såväl NU som AiP i högst grad når och ges bäst omdöme av skribenterna från de egna pressfärerna. Kristdemokraten har som redan diskuterats ingen motsvarande »uppbackning». Likafullt kan det konstateras att tidningen berörts på nästan var femte ledarskribents ledarsida under den avsedda månaden, och att ledarskribenterna i detta avseende fördelar sig relativt jämnt mellan de presspolitiska sfärerna. Att Kristdemokratens kommenterande material är en del av den debatt som förs på andra dagstidningars ledarsidor kan därmed fastställas. Om sedan detta är att uppfattas som bra eller dåligt är det snarast upp till tidningens ledning och styrelse att bedöma.

När det så gäller NU kan det inledningsvis konstateras tidningen har en trogen läsarskara inom den stora liberala ledarskribentkåren, och det är även denna grupp som överlag ger tidningen bäst omdömen – detta med undantag av en förvånansvärt välvilligt inställd grupp centerskribenter. Den uttalade ambitionen på ledarplats är att utgöra en oberoende röst i den politiska debatt som

förs inom folkpartiet. Mot bakgrund av denna målsättning är det inte heller centralt att nå utanför de egna leden med tidningens kommenterande material. Tidningen har också kommenterats på andra dagstidningars ledarsidor i klart mindre utsträckning än de övriga två partitidningarna under den avsedda perioden. Huruvida detta är ett resultat av slumpen eller om det kan kopplas till tidningens particentrerade ambitioner är emellertid svårt att bedöma. Det bör i sammanhanget noteras att NU faktiskt är den tidning som av ledarskribenterna anses vara duktigast på att föra fram nya argument och ståndpunkter på ledarplats.

Sammanfattningsvis kan man alltså sluta sig till en sak: att utifrån studiens resultat uttala sig om vilken roll de tre tidningarna spelar i den opinionsbildning som förs på svenska dagstidningars ledarsidor låter sig inte göras utan att först ha tagit i beaktande tidningarnas politiska tendens. Respondenternas presspolitiska hemvist löper som en röd tråd genom svaren och avspeglar sig i såväl läsning av som inställning till tidningarna. Tidningarnas målsättningar förefaller i detta avseende spela en underordnad roll.

Även om det i viss mån faller utanför studiens syfte är det svårt att undgå frågan om vad ledarskribenternas attityd till partitidningarna egentligen säger om hur relationen mellan det partipolitiska systemet och dagspressens ledarsidor ser ut idag. I ett system där majoriteten av tidningarnas ledarsidor är helt fristående från politiska partier hade det inte varit orimligt att tro att tidningar som i hög utsträckning uppfattas som förmedlare av sina respektive partiers budskap som konsekvens också skulle uppfattas som ointressanta och någonting man inte vill befatta sig med. Ser man därför till det svenska dagspresssystemet finns det utifrån detta resonemang en uppenbar diskrepans mellan att tidningarna överlag tillskrivs mycket låg självständighet och att ledarskribenterna trots allt väljer att läsa tidningarna och beröra dem på ledarplats. Tydliga partiband behöver uppenbarligen inte vara synonymt med ointressant propaganda för en svensk ledarskribent. Detta blir särskilt märkbart i fallet AiP. Tidningen är den som av den samlade ledarskribentkåren upplevs som minst självständig i förhållande till sitt parti. Samtidigt är det just AiP som tillskrivs störst roll i den politiska opinionsbildningen, och som också i klart störst utsträckning berörs på dagspressens ledarsidor under den avsedda perioden. Kanske är det rent av så att det i NU:s fall är just det faktum att tidningen upplevs som minst bunden till det egna partiet som gör att den i minst utsträckning lyfts fram på andra tidningars ledarsidor?

AiP, Kristdemokraten och NU hör till de upplagemässiga lättviktarna i den svenska dagspressen. Majoriteten av den svenska befolkningen har sannolikt heller inte hört talas om tidningarna (ett antagande jag framförallt grundar på de frågande ansiktsuttryck som mött mig när jag förklarat för folk i min omgivning vad jag skrivit min uppsats om). Det är således knappast tidningarnas storlek som ligger bakom det faktum att majoriteten av dagspressens ledarskribenter med jämna mellanrum väljer att läsa någon av tidningarna, samt att en inte obetydlig andel av dessa väljer att beröra deras kommenterande material på ledarplats. Snarare förefaller det vara det faktum att tidningarna upplevs vara i hög grad närstående sina respektive partier som gör dem intressanta för många ledarskribenter. Detta säger i sin tur en hel del om de tre tidningarnas funktion i den politiska opinionsbildningen – men framför allt säger det ännu mer om den svenska dagspressen, och i synnerhet den svenska dagspressens ledarsidor. »Ryktet om min död är betydligt överdrivet», skrev Mark Twain en gång i tiden. Detsamma kan utan tvekas hävdas om påståendet att den svenska partipresstraditionen skulle tillhöra historien.

Referenser

- Asa Berger, Arthur (1991) *Media Research Techniques*; Newbury Park, Sage Publications.
- Asp, Kent (1982) 'Väljarna och massmediernas partiskhet', i Asp, Kent m.fl.: *Väljare partier massmedia: empiriska studier i svensk demokrati*; Stockholm, Liber.
- Asp, Kent (2003) *Medieval 2002 Partiskheten och valutgången: en studie av valrörelsens medialisering*; Arbetsrapport nr. 13, JMG, Göteborgs universitet.
- DeFleur, Melvin L. - Sandra J. Ball-Rokeach (1988) *Theories of Mass Communication (5th ed.)*; New York/London, Longman.
- Esaiasson, Peter (1990) *Svenska valkampanjer 1866-1988*; Stockholm, Allmänna förlaget.
- Fowler, Jr, Floyd J. (1995) *Improving Survey Questions: Design and Evaluation*; Thousand Oaks, Sage Publications.
- Gustafsson, Karl Erik (1996) *Dagspressen i Norden: struktur och ekonomi*; Lund, Studentlitteratur.
- Gustafsson, Karl Erik (2006) 'Utvecklingen av svensk dagspress intill 2005', bilaga i SOU 2006:8. *Mångfald och räckvidd. Slutbetänkande av Presskommittén 2004*.
- Hadenius, Stig - Jan-Olof Seveborg - Lennart Weibull (1968) *Socialdemokratisk press och presspolitik 1899-1909*; Stockholm, Rabén & Sjögren.
- Hadenius, Stig - Jan-Olof Seveborg - Lennart Weibull (1970) *Partipress: socialdemokratisk press och presspolitik 1910-1920*; Stockholm, Tiden.
- Hadenius, Stig - Lennart Weibull (1991) *Partipressens död?*; Stockholm, Svensk informations mediecenter (SIM).
- Hadenius, Stig - Lennart Weibull (2005) *Massmedier: en bok om press, radio och TV (8:e upplagan, reviderad 2005)*; Stockholm, Albert Bonniers Förlag.
- Kronvall, Kai (1971) *Partipressen idag*; Lund, Studentlitteratur.
- Lazarsfeld - Paul, Bernard Berelson - Hazel Gaudet (1968) *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign (3rd ed.)*; New York, Columbia University Press.
- McCombs, Maxwell (2006) *Makten över dagordningen: om medierna, politiken och opinionsbildningen*; Stockholm, SNS förlag.
- Nord, Lars (1997) *Spelet om opinionen: möten mellan makthavare, medier och medborgare*; Lund, Studentlitteratur.
- Nord, Lars (1998) *Makten bakom orden: en studie av ledarsidor och ledarskrivande i svensk dagspress*; Rapport 1998:7; Östersund, Mitthögskolan.
- Nord, Lars (2001) *Vår tids ledare: en studie av den svenska dagspressens politiska opinionsbildning*; Stockholm, Carlssons.

Nord, Lars - Jesper Strömbäck (2003) *Valfeber och nyhetsfrossa: politisk kommunikation i valrörelsen 2002*; Stockholm, Stiftelsen Institutet för mediestudier i samarbete med Sellin & partner.

Petersson, Olof - Ingrid Carlberg (1990) *Makten över tanken: en bok om det svenska massmediesamhället*; Stockholm, Carlssons.

Petersson, Olof - Monica Djerf-Pierre - Sören Holmberg - Jesper Strömbäck - Lennart Weibull (2006) *Demokratirådets rapport 2006: mediernas valmakt*; Stockholm, SNS förlag.

Sjöblom, Gunnar (1968) *Party Strategies in a Multiparty System*; Lund, Studentlitteratur.

SOU 1965:22. *Dagstidningarnas ekonomiska villkor. Betänkande av 1963 års pressutredning.*

SOU 1975:79. *Svensk press: statlig presspolitik. Betänkande av 1972 års pressutredning.*

SOU 1995:37. *Vårt dagliga blad: stöd till svensk dagspress. Betänkande av Pressutredningen -94.*

Vallinder, Torbjörn (1970) *Press och politik*; Lund, Gleerups.

Østbye, Helge - Karl Knapskog - Knut Helland - Leif Ove Larsen (2004) *Metodbok för medievetenskap*; Malmö, Liber.

Intervjuer

Andersson, Ove, chefredaktör Aktuellt i Politiken, 060424.

Ehrenberg, Henrik G., chefredaktör Kristdemokraten, 060424.

Fröman, Jan, chefredaktör NU Det liberala nyhetsmagasinet, 060424.

Internetkällor

Kristdemokraten (060501)

<http://www.kristdemokraten.com/article.asp?Article_Id=11035>

Nationalencyklopedin (060501)

<<http://www.ne.se>>

Tidningsutgivarna (060415)

<<http://www.tu.se/dagstidningarna.jsp;jsessionid=39511148726525343>>

Presstödsnämnden (060415)

<<http://www.presstodsnamnden.se/Presstod%20Beviljade%20stod.htm>>

Stiftelsen Pressorganisation (060527)

<<http://www.pressorganisation.se/index.htm>>

Övrigt

NU Det liberala nyhetsmagasinet; 25 september, 2003, nr 39, årgång 21.

Måldokument Samhällsgemenskaps förlag AB

TS-boken 2004. Tidningsstatistik AB.

Tabeller

Tabell 1: Betydelsen av partipolitiska publikationer som informationskälla, antal (n = 74)

	Oerhört viktigt	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte så viktigt	Inte alls viktigt	Totalt
socialdemokratisk	2	9	3	3	1	18
centerpartistisk		2	3	1	-	8
liberal	3	8	9	9	-	29
moderat	-	2	5	5	1	13
övrig	-	-	2	-	1	3
N/A	-	-	2	1	-	3
Totalt	7	21	24	19	3	74

Kommentar: Frågan lyder: »Hur viktiga är följande källor för dig när det gäller att skaffa sig och bibehålla en god allmänorientering som ledarskribent?» med svarsalternativen »oerhört viktigt», »mycket viktigt», »ganska viktigt», »inte så viktigt» och »inte alls viktigt».

Tabell 2: Betydelsen av debatter/möten i politiska församlingar som informationskälla, antal (n = 72)

	Oerhört viktigt	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte så viktigt	Inte alls viktigt	Totalt
socialdemokratisk	3	10	3	2	-	18
centerpartistisk	-	4	3	1	-	8
liberal	7	10	8	2	-	27
moderat	1	7	3	1	1	13
övrig	-	1	1	1	-	3
N/A	-	2	1	-	-	3
Totalt	11	34	19	7	1	72

Kommentar: Se ovan. Två liberala respondenter valde att inte besvara frågan.

Tabell 3: Betydelsen av direkta kontakter med politiker/förtroendevalda som informationskälla, antal (n = 73)

	Oerhört viktigt	Mycket viktigt	Ganska viktigt	Inte så viktigt	Inte alls viktigt	Totalt
socialdemokratisk	4	5	5	4	-	18
centerpartistisk	2	2	1	3	-	8
liberal	4	9	11	4	1	29
moderat	-	4	5	3	1	13
övrig	-	1	1	-	-	2
N/A	-	1	-	1	1	3
Totalt	10	22	23	15	3	73

Kommentar: Se ovan. En respondent (»övrig») valde att inte besvara frågan.

Tabell 4: Dagstidningsläsning bland ledarskribenterna (avser antal olika titlar under en vecka) (n = 74)

	Antal (procent)
1 – 5	14 (19)
6 – 10	32 (43)
11 - 20	18 (24)
Fler än 20	9 (12)
N/A	1 (1)

Kommentar: Frågan lyder: »Hur många olika svenska dagstidningar (titlar) uppskattar du att du läser under en normal vecka?» med svarsalternativen »1-5», »6-10», »11-20» och »fler än 20».

Tabell 5: Ledarskribenternas syn på om de tre partitidningarna lyfter fram nya ämnen och frågor på nyhetsplats, antal

Tidning	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Totalt	Medelvärde
<u>AiP</u>													
s	1	2	1	4	-	4	2	-	2	-	-	16	4,00
c	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	2,00
lib	3	2	4	3	1	1	1	-	-	-	-	15	2,27
m	2	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	6	1,50
övrig	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	1,50
N/A	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,00
Totalt	8	6	6	11	1	5	3	-	2	-	-	42	2,71
<u>Kristdemokraten</u>													
s	1	3	2	-	-	1	2	-	-	-	-	9	2,67
c	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	-	3	2,67
lib	3	1	2	4	4	1	1	1	-	-	-	17	3,00
m	2	1	1	1	-	1	1	-	-	1	-	8	3,25
övrig	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1,00
N/A	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,00
Totalt	8	5	8	5	5	3	4	1	-	1	-	40	2,78
<u>NU</u>													
s	-	1	1	1	-	-	1	-	-	-	-	4	3,00
c	-	-	-	2	-	1	-	-	-	-	-	3	3,67
lib	3	1	4	3	4	-	3	-	1	-	-	19	3,16
m	2	2	-	1	-	1	-	-	1	-	-	7	2,57
övrig	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	2	2,50
N/A	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,00
Totalt	7	4	5	7	4	3	4	-	2	-	-	36	2,94

Kommentar: Frågan lyder: »I vilken utsträckning tycker du att de tre tidningarna i sitt nyhetsmaterial lyfter fram helt nya ämnen och frågor?» med svarsalternativen »ingen uppfattning» samt en elvgradig skala med ändvärdena 0 (»i mycket liten utsträckning») och 10 (»i mycket stor utsträckning»).

Tabell 6: Ämnets betydelse för partiet vid val av ledarämne och läsning av AiP bland s-skribenter, antal (n = 18)

Antal lästa nr	Stor	Ganska stor	Liten	Ingen	Totalt
Ej läst något	-	-	1	-	1
Nästan inga	-	1	3	1	5
Omkring hälften	1	1	1	-	3
Nästan alla	2	4	1	-	7
Alla	1	-	1	-	2
Totalt	4	6	7	1	18

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.5 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 7: Ämnets betydelse för partiet vid val av ledarämne och läsning av NU bland liberala skribenter, antal (n = 29)

Antal lästa nr	Ganska stor	Liten	Ingen	Totalt
Ej läst något	-	1	2	3
Nästan inga	1	2	4	7
Omkring hälften	-	1	1	2
Nästan alla	1	6	4	11
Alla	-	4	2	6
Totalt	2	14	13	29

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.5 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 8: Ämnets betydelse för partiet vid val av ledarämne och bedömning av AiP:s betydelse i den politiska opinionsbildningen bland s-skribenter, antal (n = 16)

Tillskriven betydelse	Stor	Ganska stor	Liten	Ingen	Totalt
0	-	1	1	1	3
1	1	-	3	-	4
2	-	1	-	-	1
3	1	2	1	-	4
5	1	2	-	-	3
6	1	-	-	-	1
Totalt	4	6	5	1	16

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.10 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 9: Ämnets betydelse för partiet vid val av ledarämne och bedömning av NU:s betydelse i den politiska opinionsbildningen bland liberala skribenter, antal (n = 21)

Tillskriven betydelse	Ganska stor	Liten	Ingen	Totalt
0	-	-	2	2
1	-	2	1	3
2	-	2	2	4
3	-	3	2	5
4	-	2	-	2
5	2	-	2	4
7	-	1	-	1
Totalt	2	10	9	21

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.10 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 10: AiP – sambandet mellan att ta hänsyn till egna partiet i ämnesval och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 18)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Stor	2	2	-	4
Ganska stor	3	1	2	6
Liten	1	6	-	7
Ingen	-	1	-	1
Totalt	6	11	2	18

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 11: NU – sambandet mellan att ta hänsyn till egna partiet i ämnesval och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 29)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Ganska stor	-	1	1	2
Liten	2	14	-	14
Ingen	-	12	1	13
Totalt	2	29	2	29

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 12: AiP – sambandet mellan egna intressets inverkan vid ledarskribenters val av ledarämne och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 74)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Mycket stor	4	25	6	35
Stor	9	23	-	32
Ganska stor	-	5	1	6
Liten	-	1	-	1
Totalt	13	54	7	74

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 13: Kristdemokraten – sambandet mellan egna intressets inverkan vid ledarskribenters val av ledarämne och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 73)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Mycket stor	5	27	3	35
Stor	-	29	2	31
Ganska stor	1	5	-	6
Liten	-	1	-	1
Totalt	6	62	5	73

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 14: NU – sambandet mellan egna intressets inverkan vid ledarskribenters val av ledarämne och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 72)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Mycket stor	3	28	4	35
Stor	-	28	2	30
Ganska stor	-	6	-	6
Liten	-	-	1	1
Totalt	3	62	7	72

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 15: AiP – sambandet mellan inverkan av ämnets aktualitet vid ledarskribenters val av ledarämne och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 74)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Mycket stor	5	32	5	42
Stor	7	20	2	29
Ganska stor	1	2	-	3
Totalt	13	54	7	74

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 16: Kristdemokraten – sambandet mellan inverkan av ämnets aktualitet vid ledarskribenters val av ledarämne och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 73)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Mycket stor	2	37	3	42
Stor	4	22	2	28
Ganska stor	-	3	-	3
Totalt	6	62	5	73

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 17: NU – sambandet mellan inverkan av ämnets aktualitet vid ledarskribenters val av ledarämne och att kommentera tidningen i ledare, antal (n = 72)

	Ja	Nej	Vet ej	Totalt
Mycket stor	1	36	4	41
Stor	2	23	3	28
Ganska stor	-	3	-	3
Totalt	3	57	7	72

Kommentar: Se tabell 7.3 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 18: AiP – sambandet mellan tillskriven betydelse i den politiska opinionsbildningen och förekomst på dagspressens ledarsidor, antal (n = 54)

Tillskriven betydelse	Ledare	Press-klipp	Ledare/ press-klipp	Nej	Vet ej	Totalt
0	1	1	1	10	1	14
1	-	-	1	6	-	7
2	1	-	-	8	2	11
3	1	1	1	3	1	7
4	1	1	-	3	1	6
5	2	-	-	2	1	5
6	1	-	-	1	-	2
7	-	-	-	2	-	2
Totalt	7	3	3	35	6	54

Kommentar: Se tabell 7.10 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 19: Kristdemokraten – sambandet mellan tillskriven betydelse i den politiska opinionsbildningen och förekomst på dagspressens ledarsidor, antal (n = 49)

Tillskriven betydelse	Ledare	Press-klipp	Ledare/ press-klipp	Nej	Vet ej	Totalt
0	1	2	-	9	1	13
1	1	1	1	8	-	11
2	-	-	-	5	1	6
3	-	-	-	7	-	7
4	1	3	-	1	1	6
5	-	-	-	3	-	3
6	-	-	-	2	-	2
7	1	-	-	-	-	1
Totalt	4	6	1	35	3	49

Kommentar: Se tabell 7.10 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Tabell 20: NU – sambandet mellan tillskriven betydelse i den politiska opinionsbildningen och förekomst på dagspressens ledarsidor, antal (n = 46)

Tillskriven betydelse	Press-klipp	Ledare/ press-klipp	Nej	Vet ej	Totalt
0	1	-	11	-	12
1	-	1	4	2	7
2	1	-	9	-	10
3	1	-	7	-	8
4	-	-	3	2	5
5	-	-	2	-	2
6	-	1	-	-	1
7	-	-	1	-	1
Totalt	3	2	37	4	46

Kommentar: Se tabell 7.10 och 7.11 för frågornas formulering och svarsalternativ.

Intervjumall chefredaktörer

För den här studien har tre intervjuer genomförts. De intervjuade är Ove Andersson, chefredaktör och vd för Aktuellt i Politiken, Henrik G. Ehrenberg, chefredaktör för Kristdemokraten, samt Jan Fröman, chefredaktör för NU Det liberala nyhetsmagasinet. Intervjuerna genomfördes på tidningarnas redaktioner den 24 april 2006. Vid samtliga intervjutillfällen användes följande intervjumall.

Om respondenten

❖ **Bakgrund**

- Tid på tidningen
- Partipolitisk karriär
- Publicistisk karriär
- Nuvarande politiska uppdrag

Om tidningen

❖ **Allmänt/historik**

- När startades tidningen och av vem?
- Redaktionens storlek/sammansättning

❖ **Ägare**

- Hur har ägandet förändrats?
- Styrelsens sammansättning
- Förekomst av partistöd
- Tidningens ekonomiska situation/utveckling

❖ **Tidningens läsare**

- Kunskap om prenumeranter/läsare (koppling prenumeration medlemskap osv.)
- Vilka offentliga platser och medier går tidningen ut till (gratis eller prenumererad)?

❖ **Tidningens innehåll**

- Hur är tanken bakom fördelningen av innehåll – var vill man lägga fokus?
- Fördelning: nyheter, kommentar, debatt, förströelse osv.
- Fördelning: partipolitiska nyheter, allmänpolitiskt/allmännyheter
- Vilken funktion vill man fylla?
- Finns det en vision med tidningen; varför startades den?
- I vilken utsträckning tänker man i termer av målgrupper?

❖ **Tidningens opinionsbildande funktionen**

- Hur ser man på sin opinionsbildande funktion?
- Vem vill man nå och påverka?
- I vilken mån följer man partiets linje i frågor?
- Hur viktigt är det att uppmärksammas i andra medier/dagstidningar?

❖ **Angående ledarnas innehåll**

- Vem bestämmer vad som tas upp i ledarna?
- Vem skriver tidningens ledare?
- Vad avgör vilka ämnen som tas upp (aktualitet, partikoppling osv.)?
- Hur nära är kontakten med partiet när det gäller tidningens ställningstagande i olika frågor?
- Hur nära är kontakten med andra »likasinnade» ledarredaktioner?
- Hur upplever man att man inverkar på opinionsbildningen i samhället?
 - I övrig press/media?
 - Inom partiet?

Missivbrev enkätundersökning

För den här studien har genomförts en webbaserad enkätundersökning bland 114¹⁴¹ ledarskribenter på svenska dagstidningar. I samband med undersökningen användes följande missivbrev, vilket skickades till ledarskribenterna via e-post. Enkätformuläret presenteras på nästföljande sida.

LEDARSKRIBENTERS INFORMATIONSKÄLLOR

Den svenska dagspressen har på bara några få decennier gått från ett system där banden till de politiska partierna har varit mycket starka till dagens situation som utmärks av ett stort oberoende, inte bara på nyhetsplats utan även i tidningarnas kommentarer. Dock finns fortfarande tre tidningar där partibandet är tydliga: *Aktuellt i Politiken* (s), *Kristdemokraten* (kd) samt *NU Det liberala nyhetsmagasinet* (fp).

Jag skriver just nu min magisteruppsats inom medie- och kommunikationsvetenskap och har som undersökningsobjekt valt just de nämnda tidningarna. Syftet med uppsatsen är att undersöka vilken roll de tre tidningarna spelar i den politiska opinionsbildningen. För att uppfylla detta syfte har jag valt att studera i vilken omfattning tidningarna når svenska ledarskribenter. Uppsatsen skrivs på Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet.Handledare är professor Lennart Weibull.

För att kunna genomföra min studie behöver jag alltså din hjälp. Nedan finns en länk till en enkätundersökning som idag har gått ut till 117 politiska chefredaktörer och ledarskribenter på samtliga svenska högfrekventa morgontidningar som har en ledarsida. Anledningen till att jag valt just ledarskrået som intervjuobjekt är att det inom den kommenterande journalistiken finns få grupper som kan göra samma anspråk på en opinionsbildande roll. Det finns därför tre avsikter med enkäten:

- ❖ för det första vill jag få en översiktlig bild av vilken betydelse olika medier och andra informationskällor har för ledarskribenter i deras arbete,
- ❖ för det andra vill jag försöka klarlägga i vilken omfattning svenska ledarskribenter läser de tre tidningarna,
- ❖ för det tredje vill jag undersöka de svenska ledarskribenternas attityd till tidningarna.

Frågeformuläret är baserat på kryssfrågor och tar uppskattningsvis inte mer än fem minuter att fylla i. Undersökningen görs helt anonymt. När svaren kommer in sammanställs de i form av statistiska tabeller och en enskilds svar kommer ej att kunna utläsas.

Länk till enkäten: [\[REDACTED\]](#)

Mitt examensarbete skall vara färdigt i slutet av maj, därför behöver jag ditt svar så snart som möjligt. Om du har några frågor så hör av dig till mig, antingen via telefon på [\[REDACTED\]](#) eller via e-post till [\[REDACTED\]](#).

På förhand tack för din medverkan!

Göteborg, 21 april 2006

Jonas Ohlsson

¹⁴¹ Enkäten skickades ursprungligen till 117 personer, men sedan det framkommit att två inte arbetade som ledarskribenter och en tredje precis tillträtt sin tjänst, sjönk således det totala antalet till 114.

Enkätundersökning ledarskribenter

(variabelnamn och variabelvärden för kodning i parentes)

Frågor om din arbetsplats. Om dina artiklar publiceras i flera tidningar, utgå från den största tidningen.

Fråga 1: Hur stor upplaga har den tidning du arbetar för? (v1)

- 15 000 ex (1)
- 15 001 – 40 000 ex (2)
- 40 001 – 90 000 ex (3)
- 90 001 ex – (4)

Fråga 2: Vilken politisk sfär står vanligtvis den ledarsida du skriver för närmast? (v2a)

- Socialdemokratisk (1)
- Centerpartistisk (2)
- Liberal (3)
- Moderat (4)
- Opolitisk (5)

Kommentar: _____

Fråga 3: Publicerar din tidning cirkulärledare? (v3)

- Regelbundet (1)
- Någon gång (2)
- Nej (3)

Frågor om ditt arbete som ledarskribent

Fråga 4: Hur viktiga är följande källor för dig när det gäller att skaffa sig och bibehålla en god allmänorientering som ledarskribent?

	Oerhört viktigt (1)	Mycket viktigt (2)	Ganska viktigt (3)	Inte så viktigt (4)	Inte alls viktigt (5)	
Svenska dagstidningar och tidskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4a)
Utländska tidningar och tidskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4b)
Nyheter och samhällsprogram i radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4c)
Nyheter och samhällsprogram i TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4d)
Partipolitiska publikationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4e)
Debatter/möten i politiska församlingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4f)
Seminarier och konferenser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4g)
Offentliga utredningar och rapporter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4h)
Egna intervjuer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4i)
Direkta kontakter med politiker/förtroendevalda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v4j)

Är det någon annan källa/andra källor som du anser särskilt viktig/a? _____

Fråga 5: Hur många olika svenska dagstidningar (titlar) uppskattar du att du läser under en normal vecka? (v5)

- | | |
|------------|-----|
| 1 – 5 | (1) |
| 6 – 10 | (2) |
| 11 – 20 | (3) |
| Fler än 20 | (4) |

Fråga 6: Hur viktiga är följande medier/medieinnehåll för uppslag och idéer till ditt eget ledarskrivande?

	Oerhört viktigt (1)	Mycket viktigt (2)	Ganska viktigt (3)	Inte så viktigt (4)	Inte alls viktigt (5)	
Storstadstidningarnas debatt- och ledarartiklar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v6a)
Debatt- och ledarartiklar i andra dagstidningar på eller i närheten av utgivningsorten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v6b)
Nyheter och samhällsprogram i radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v6c)
Nyheter och samhällsprogram i TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v6d)
Politiska tidskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v6e)
Aktuella böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v6f)

Är det något annat medium/medieinnehåll som du anser vara särskilt viktig/a när det gäller uppslag och idéer? _____

Fråga 7: Hur stor inverkan har följande för ditt val av ledarämnen?

	Mycket stor inverkan (1)	Stor inverkan (2)	Ganska stor inverkan (3)	Liten inverkan (4)	Liten inverkan (5)	
Mitt eget intresse för frågan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v7a)
Ämnets aktualitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v7b)
Viktigt för det parti vi oftast stöder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v7c)

Fråga 8: Har du på din redaktion regelbunden tillgång till följande endagarstidningar?

	Ja (1)	Nej (2)	Vet ej (3)	
Aktuellt i Politiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v8a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v8b)
NU Det liberala nyhetsmagasinet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v8c)

Fråga 9: *Aktuellt i Politiken (AiP)*, *Kristdemokraten* och *NU Det liberala nyhetsmagasinet* utkommer en gång i veckan. Ungefär hur många nummer av de tre tidningarna har du läst de senaste 12 månaderna?

	Ej läst något (1)	Nästan inga (2)	Omkring hälften (3)	Nästan alla (4)	Alla (5)	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v9a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v9b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v9c)

Fråga 10: Ungefär hur mycket brukar du läsa i ett nummer av de tre tidningarna?

	Brukar aldrig läsa något (1)	Enstaka delar (2)	Ungefär hälften (3)	Mer än hälften (4)	Allt eller nästan allt (5)	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v10a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v10b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v10c)

Fråga 11: Har din tidning under den senaste månaden på ledarsidan/opinionssidan citerat/kommenterat någon av de tre tidningarna?

	Ja, i ledare (1)	Ja, i pressklipp (2)	Ja, både i ledare och i pressklipp (3)	Nej (4)	Vet ej (5)	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v11a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v11b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v11c)

Här följer avslutningsvis några frågor om din syn på tidningarna *Aktuellt i Politiken*, *Kristdemokraten* och *NU Det liberala nyhetsmagasinet*. Ifall du inte har läst någon av tidningarna under de senaste tolv månaderna, vänligen gå till fråga 17.

Fråga 12: I vilken utsträckning tycker du att tidningarna fungerar som en självständig röst i förhållande till deras respektive partier?

	Ingen uppfattning (11)	I mycket liten utsträckning										I mycket stor utsträckning			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v12a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v12b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v12c)

Fråga 13: I vilken utsträckning tycker du att de tre tidningarna i sina ledare lyfter fram helt nya argument och ståndpunkter?

	Ingen uppfattning (11)	I mycket liten utsträckning							I mycket stor utsträckning				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v13a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v13b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v13c)

Fråga 14: I vilken utsträckning tycker du att de tre tidningarna i sitt nyhetsmaterial lyfter fram helt nya ämnen och frågor?

	Ingen uppfattning (11)	I mycket liten utsträckning							I mycket stor utsträckning				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v14a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v14b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v14c)

Fråga 15: Hur stor roll bedömer du att de tre tidningarna spelar i den politiska opinionsbildningen?

	Ingen uppfattning (11)	Mycket liten roll							Mycket stor roll				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v15a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v15b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v15c)

Fråga 16: Om du gör en helhetsbedömning av de tre tidningarna, vilken är din uppfattning beträffande den allmänna kvaliteten på deras innehåll?

	Ingen uppfattning (11)	Mycket låg kvalitet							Mycket hög kvalitet				
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
AiP	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v16a)
Kristdemokraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v16b)
NU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	(v16c)

Fråga 17: Om du har synpunkter på någon enskild fråga eller formuläret i sin helhet är jag tacksam för att få ta del av dessa. _____

ÅTERIGEN, ETT STORT TACK FÖR DIN MEDVERKAN!

Förteckning över undersökta tidningar

Som en del av den här studien har en webbenkät gått ut till svenska ledarskribenter. Det grundläggande urvalskriteriet har här varit att ta med samtliga svenska morgontidningar med utgivning minst sex dagar i veckan och som har en ledarsida. 82 tidningar (inklusive avläggare) uppfyllde nämnda kriterium.

Nedan följer en förteckning över de tidningar som omfattas av enkätundersökningen med uppgifter om utgivningsort, upplaga (vardagar), utgivningsfrekvens samt politisk tendens. Notera att i de fall flera tidningar står tillsammans betyder detta att tidningarna i fråga har gemensam ledarsida. Uppgifterna är hämtade från Tidningsutgivarna hemsida (www.tu.se).

Arbetarbladet, Gävle 26 400 exemplar må - sö Socialdemokratisk	Falu-Kuriren, Falun/Nya Ludvika Tidning, Ludvika/ Borlänge Tidning m Södra Dalarnes Tidning, Borlänge (Dalarnas Tidningar) 27 900/9 100/15 600 må – lö Liberal/oberoende liberal/oberoende liberal
Barometern m Oskarshamnstidningen, Kalmar 43 000 må - lö Moderat	Folkbladet Östergötland, Norrköping 8 300 må – lö Oberoende socialdemokratisk
Bergslagsposten, Lindsberg 9 700 må - lö Oberoende liberal	Folket, Eskilstuna 7 600 må – lö Socialdemokratisk
Blekinge Läns Tidning m Sölvesborgs-Tidningen o Karlshamns Tidning, Karlskrona 36 200 må – lö Oberoende liberal	Gefle Dagblad, Gävle 27 300 må – sö Liberal
Bohusläningen, Uddevalla 32 900 må – lö Liberal	Gotlands Allehanda, Gotland 10 600 må – lö Liberal
Borås Tidning, Borås 49 200 må – sö Moderat	Gotlands Folkblad/Gotlänningen (Gotlands Tidningar), Gotland 12 900 må – lö Socialdemokratisk/centerpartistisk
Dagbladet Nya Samhället, Sundsvall 11 800 må – lö Socialdemokratisk	Göteborgs-Posten, Göteborg 245 900 må – sö Liberal
Dagens Nyheter, Stockholm 363 100 må – sö Oberoende liberal	Hallands Nyheter, Falkenberg 31 600 må – lö Centerpartistisk
Dala-Demokraten, Falun 21 600 må – lö Socialdemokratisk	Hallandsposten, Halmstad 32 700 må – lö Oberoende liberal
Enköpings-Posten, Enköping 10 100 må – lö Moderat	Helsingborgs Dagblad/NST/Landskrona-Posten, Helsingborg 84 000 må – sö Oavhängig
Eskilstuna-Kuriren m Strengnäs Tidning, Eskilstuna 33 400 må – lö Liberal	Hudiksvalls Tidning, Hudiksvall 15 500 må – lö Centerpartistisk

Jönköpings-Posten, Jönköping 40 500 må – lö Oberoende	Nya Wermlands-Tidningen, Karlstad 57 300 må – lö Moderat
Karlskoga-Kuriren, Karlskoga 5 100 må – lö Oberoende socialdemokratisk	Piteå-Tidningen, Piteå 17 600 må – lö Socialdemokratisk
Karlskoga Tidning, Karlskoga 8 500 må – lö Allmänt borgerlig	Skaraborgs Allehanda, Skövde 24 400 må – lö Moderat
Katrineholms-Kuriren, Katrineholm 12 800 må – lö Liberal	Skaraborg Läns Tidning, Skara/ Skövde Nyheter, Skövde/ Falköpings Tidning, Falköping/ Västgöta- Bladet, Tidaholm (Västgöta Tidningar) 8 400/2 700/9 300/3 400 må – lö Borgerliga
Kristianstadsbladet, Kristianstad 30 400 må – lö Liberal	Skånska Dagbladet, Malmö 40 200 må – sö Centerpartistisk
Ljusnan, Bollnäs 15 000 må – lö Liberal	Smålandsposten, Växjö 40 100 må – lö Moderat
Länstidningen Östersund, Östersund 16 200 må – lö Socialdemokratisk	Smålands-Tidningen, Eksjö/Vetlanda-Tidningen, Vetlanda/Tranås Tidning, Tranås N/A må – lö Oberoende
Länstidningen Södertälje, Södertälje 16 300 må – lö Centerpartistisk	Sundsvalls Tidning, Sundsvall 35 300 må – sö Liberal
Motala tidning m Vadstena Tidning, Motala 11 800 må – lö Liberal	Svenska Dagbladet, Stockholm 187 100 må – sö Obunden moderat
Nerikes Allehanda, Örebro 62 000 må – sö Liberal	Sydsvenska Dagbladet, Malmö 129 300 må – sö Oberoende liberal
Norra Skåne, Hässleholm/Laholms Tidning, Laholm 21 300/4 000 må – lö Centerpartistiska	Sydöstran, Karlskrona 16 000 må – lö Socialdemokratisk
Norra Västerbotten, Skellefteå 28 800 må – lö Liberal	Södermanlands Nyheter, Nyköping 25 200 må – lö Centerpartistisk
Norrbottnens-Kuriren, Luleå 27 600 må – lö Moderat	Tidningen Ångermanland, Härnösand 25 000 må – lö Liberal – socialdemokratisk
Norrköpings Tidningar, Norrköping 48 100 må – lö Moderat	Trelleborgs Allehanda, Trelleborg 10 800 må – lö Liberal
Norrländska Socialdemokraten, Luleå 40 600 må – lö Socialdemokratisk	TTELA, Trollhättan 30 000 må – lö

Oberoende

Uppsala Nya Tidning, Uppsala
58 500
må – sö
Liberal

Vimmerby Tidning, Vimmerby
12 000
må – lö
Centerpartistisk

VLT, Västerås
46 200
må – lö
Liberal

Värmlands Folkblad, Karlstad
24 100
må – lö
Socialdemokratisk

Västerbottens Folkblad, Umeå
14 600
må – lö
Socialdemokratisk

Västerbottens-Kuriren, Umeå
40 100
må – lö
Frisinnad liberal

Västerviks-Tidningen, Västervik
12 900
må – lö
Moderat

Ystads Allehanda, Ystad
25 200
må – lö
Liberal

Örnsköldsviks Allehanda, Örnsköldsvik
19 700
må – lö
Liberal

Östersunds-Posten, Östersund
31 600
må – lö
Centerpartistisk

Östgöta Correspondenten, Linköping
60 300
må – lö
Oberoende borgerlig

Östra Småland, Kalmar/ Nyheterna, Oskarshamn
11 500/6 000
må – lö
Socialdemokratisk

Arbetsrapport nr. 39

Partiernas press

En studie av politisk opinionsbildning, svenska ledarskribenter
och den "egentliga" partipressen

Jonas Ohlsson

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation
Box 710, 405 30 GÖTEBORG
Telefon: 031-773 49 76 • Fax: 031-773 45 54
E-post: majken.johansson@jmg.gu.se
2006