

POPULÄRPRESSEN
I
MASSMEDIESAMHÄLLET

En explorativ analys på grundval av data
från forskningsprojektet Pressens funk-
tioner.

LENNART WEIBULL

Rapportserien 1976:6

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

	Sid
1. Inledning	1
2. Metodik	2
3. Material	4
4. Populärpressens spridning	5
5. Hur läses populärpressen?	6
6. Populärpressens läsare	8
7. Populärpress och andra tidskrifter	12
8. Populärpress och samhällsaktivitet	14
9. Populärtidningsläsning och fritids- aktiviteter	18
10. Populärtidningsläsning och annan massmediekonsumtion	20
11. Sammanfattande diskussion	23
Notförteckning	28

FÖRORD

Föreliggande rapport är en kortfattad översikt av populärpressens ställning i massmediesamhället. Den är utarbetad på grundval av det material som insamlats inom ramen för forskningsprojektet Pressens funktioner vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Redovisningen är ett led i projektets analyser av svensk mediestruktur.

Rapporten om populärpress skall uppfattas som en vidareutveckling av projektets tidigare analys av tidskriftsmarknaden, vilken genomfördes på uppdrag av 1976 års tidskriftsutredning (Ds Fi 1976:8). Arbetet har gjorts på uppdrag av Veckopressens sektion av svenska tidningsutgivareföreningen. Syftet med rapporten är att dels ge en mer detaljerad redovisning av populärtidningars spridning, dels antyda populärpressens roll i förhållande till andra massmedier.

Analysen har kallats explorativ. Anledningen är att undersökningen inte har någon klar tradition att falla tillbaka på. Studier av populärtidningar har varit ovanliga inom statsvetenskapligt orienterad massmedieforskning. Resultaten har därför mer fått karaktären av hypoteser om populärtidningarnas roll i samhället.

Dataanalyserna har lagts upp och genomförts av fil kand Nils Essle. För rapportens uppläggning och slutsatser svarar underteknad.

Göteborg den 22 november 1976

Lennart Weibull

FORSKNINGSPROJEKTET PRESSENS FUNKTIONER
Statsvetenskapliga institutionen
Göteborgs universitet
PM 1976-11-20

Lennart Weibull

POPULÄRPRESSEN I MEDIESAMHÄLLET

En preliminär analys på grundval av data från forskningsprojektet Pressens funktioner.

1 Inledning

I en lång rad undersökningar har den omfattande massmediekonsumtionen i Sverige slagits fast. Genomsnittssvensken läser varje dag minst en dagstidning, ofta två. Tidningsläsningen ägnas omkring en halvtimme dagligen. Radion står i genomsnittshushållet på mellan en och två timmar och tv-tittandet är i genomsnitt knappt en och en halv timma. Regelbundet tar genomsnittssvensken dessutom del av minst tre veckotidningar eller tidskrifter, vanligen två populärtidningar och en organisationstidning.¹⁾

Inom massmedieforskningen har uppmärksamhet i första hand ägnats de dagsaktuella medierna - dagspress, radio och tv. Vid forskningsinstitutioner av olika slag har man studerat den dagliga mediekonsumtionen och analyserat nyhetsutbudet, medan övriga periodiska publikationer inte fått samma belysning.²⁾ Under senare år har emellertid intresset för de icke-dagliga medierna ökat, främst bland litteraturvetenskapligt inriktade forskare.

En av de nyare studierna av tidskriftspress är den forskningsrapport som forskningsprojektet Pressens funktioner vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet, gjorde på uppdrag av 1976 års tidskriftsutredning. Denna rapport byggde på en vidare-

analys av data som samlats in i samband med forskningar som initierats av 1972 års pressutredning.³⁾ Forskningsrapportens huvudsyfte var att ge en bild av tidskriftsläsningen i Sverige och att söka belysa tidskrifternas roll för den politiska demokratin. Med tidskrift menades här både populärtidningar och övriga tidskrifter.

Med hänsyn till det uppställda syftet kom forskningsrapporten i första hand att inriktas på organisationspressen. Denna visade sig ha ett positivt samband med människors aktiviteter och intressen i samhällsfrågor. Något sådant kunde inte iakttas beträffande populärtidningarna.

Analysen för Tidskriftsutredningen kom på detta sätt att utnyttja enbart en del av forskningsprojektets datamaterial. Det finns således ytterligare möjligheter att belysa tidskrifternas roll, t ex att göra en mer detaljerad redovisning av vissa tidskriftsgrupper eller att studera tidskrifternas roll på andra samhällsområden.

Föreliggande promemoria avser att ge en sådan vidgad belysning av populärpressen. Syftet är att redovisa populärpressläsningen mer detaljerat än som var möjligt inom ramen för den tidigare rapporten. Ett ytterligare syfte är att söka analysera vilken roll populärpressen spelar i förhållande till organisationspressen och skissera några faktorer som påverkar populärtidningsläsningen.

Promemorians uppläggning följer i stort sett den tidigare rapportens. Först redovisas en allmän bakgrund för bearbetningarna. Därefter presenteras data om populärtidningars spridning. I särskilda avsnitt behandlas populärtidningsläsningens samband med andra samhällsaktiviteter. Slutavsnittet innehåller en del sammanfattande synpunkter på populärtidningarna i förhållande till andra massmedier.

2 Metodik

Analysen av tidskriftsläsning bygger på intervjuundersökningar i fyra svenska kommuner våren 1974. Totalt intervjuades 1595 person-

er i Malmö, Göteborg, Västerås och Leksand. Urvalet var 500 personer per kommun och bortfallet 15 procent i genomsnitt. Denna uppläggning innebär att materialet inte kan betecknas som representativt för Sverige i sin helhet. Med hänsyn till att de fyra kommunerna tillsammans har en befolkningsstruktur som i stora drag överensstämmer med ett riksgenomsnitt finns dock knappast skäl att anta att de resultat som redovisas på något avgörande sätt skulle avvika från ett riksurval. Närmare detaljer om undersökningsområden och undersökningsuppläggning finns i projektets huvudrapport.⁴⁾

Den fråga som avsåg tidskriftskonsumtionen var formulerad i två steg enligt följande:

- (1) *Jag skulle nu vilja ställa några frågor om veckotidningar. Jag tänker då inte bara på tidningar som kommer ut en gång per vecka utan också på tidningar som kommer ut t ex varannan vecka eller en gång per månad. Brukar ni regelbundet läsa eller titta i någon eller några veckotidningar?*
- (2) *Brukar ni regelbundet läsa eller titta i någon eller några andra tidningar eller tidskrifter? Jag tänker då på sådana tidningar som ges ut av olika fackföreningar, politiska partier och andra organisationer, men också på t ex konsumenttidningar eller tekniska tidskrifter.*

Frågorna var öppna, d v s den intervjuade fick själv uppge namnet på varje tidning eller tidskrift. För de uppgivna tidskrifterna tillfrågades den intervjuade hur ofta respektive hur mycket av innehållet han eller hon brukade läsa. I intervjuinstruktionen fanns dessutom angivet att intervjuaren skulle upprepa frågan till dess den intervjuade uppgivit att han eller hon inte läste någon ytterligare tidskrift.

Tekniken med öppna frågor bestämdes med hänsyn till projektets avsikt att få fram uppgifter inte enbart om en begränsad grupp tidningar utan med tanke på att samtliga tidskrifter skulle ha teoretisk chans att komma med. Mot bakgrund av att Svensk Tidskriftsförteckning innehåller närmare 2.500 tidskriftstitlar och ändå inte

täcker samtliga tidskrifter⁵⁾ fanns inte någon teknisk möjlighet att arbeta med listmetod, d v s presentera den intervjuade en förteckning på tidskrifter och be honom eller henne pricka av de tidningar som läses.

I detta sammanhang är det viktigt att framhålla de metodologiska skillnader som finns mellan läsarundersökningar som bygger på spontan erinran (öppna frågor) och de som bygger på hjälpt erinran (listmetod). Den förra metoden ger som regel lägre svarsandel för enskilda tidskrifter än den senare. Det förefaller rimligt att listmetoden mer ger ett mått på allmän exponering, medan tekniken med öppna frågor som resultat ger kunskap om vilka tidskrifter som mer regelbundet läses. Hänsyn till denna skillnad i metodik måste tas då föreliggande data jämförs med resultat från undersökningar som utgått från en listmetod, t ex många av de vanligaste typerna av marknadsundersökningar.⁶⁾

De siffror på tidskriftskonsumtion som redovisas i det följande torde således ge en bild av vilka tidskrifter som betyder mest för den intervjuade. Samtidigt skall framhållas att den undersökningstekniska skillnaden i mindre utsträckning torde påverka de mer generella mönstren i tidskriftskonsumtionen. Detta belystes i Tidskriftsutredningens huvudbetänkande.⁷⁾

3 Material

Föreliggande redovisning avser de tidskrifter som av Tidskriftsutredningen definierats som populärpress. Denna har delats upp i två huvudgrupper: den första avser de allmänna populärtidningarna och den senare specialtidningar. Till allmänna populärtidningar räknas bl a familjetidningar och damtidningar som Året Runt, Svensk Damtidning och Fib-Aktuellt. Specialtidningar kan exemplifieras med Allt om mat eller Allt i hemmet. Den närmare klassificeringen har gjorts i samarbete med Tidskriftsutredningen och finns redovisad i utredningens betänkande.⁸⁾ Totalt har 170 svenska tidskrifter klassificerats som populärtidningar.

I den här aktuella intervjuundersökningen uppgav de intervjuade

totalt 4.971 lästa tidskriftsexemplar. Av dessa var över hälften inom populärtidningsgruppen. Därmed utgjorde populärpressen den största tidskriftsgruppen i undersökningen. Den näst största gruppen - som i det följande kommer att utnyttjas som jämförelsematerial - var organisationspressen, där totalt 1.206 tidskriftsexemplar redovisades.⁹⁾

4 Populärpressens spridning

En komprimerad översikt av populärpressläsningen i de fyra undersökningsområdena finns i tabell 1. I denna redovisas andelen av de intervjuade som läser minst en populärtidning - i jämförelse med andelen som läser minst en organisationstidning.

Resultatet visar att populärtidningar läses regelbundet av ca 3/4 av allmänheten i de fyra områdena. Läsningen tycks vara något mindre utbredd i Göteborg. Skillnaderna är dock relativt små. Organisationspressen har lägre andelar. Enbart i Västerås är skillnaden mellan de allmänna populärtidningarna och organisationspressen liten, främst genom att den fackliga pressen har en mycket stark ställning på denna ort.

Tabell 1. POPULÄRTIDNINGSLÄSNING

Andel av de intervjuade som läser minst en tidning av respektive typ regelbundet. Per undersökningsområde (procent).

	MALMÖ	GÖTEBORG	VÄSTERÅS	LEKSAND
Allmänna populärtidningar	69	65	63	67
Specialtidningar	25	21	34	31
Samtliga populärtidningar	76	69	76	74
Samtliga organisationstidningar	43	38	56	51
Antalet ip	385	376	397	437

Anm: Procenten summerar till mer än 100 procent p g a dubbelläsning.

Populärtidningsläsningens intensitet kan även utläsas på grundval av antalet lästa tidningar. Detta redovisas i tabell 2.

Tabell 2. ANTAL LÄSTA POPULÄRTIDNINGAR

Andel som läser olika antal populärtidningar. Per undersökningsområde (procent).

	MALMÖ	GÖTEBORG	VÄSTERÅS	LEKSAND
Antal populärtidningar				
0	24	31	24	26
1	22	23	25	21
2	22	22	23	26
3	18	11	16	15
4	13	13	12	12
Tot	99	100	100	100
Genomsnittligt antal	1,9	1,6	1,7	1,8
Antal ip	385	376	397	437

Översikten visar ett genomsnittligt antal lästa populärtidningar per person på något under två. Läsning av populärtidningar visar sig ha större omfattning i Malmö, där andelen som läser tre eller fler tidningar regelbundet är klart högre än på övriga orter.

Det mått på tidningsläsningen som visas i tabell 2 ger lägre andelar än vad som kan iakttas i den vanligaste marknadsstatistiken. Anledningen skall i första hand sökas i de ovan redovisade metodskillnaderna.

5. Hur läses populärpressen?

De siffror som redovisas i tabellerna 1 och 2 bygger på populärtidningar som läses 'regelbundet'. Innebörden i begreppet regelbundet kan givetvis variera. Det finns skäl att anta att det i föreliggande fråga tolkats som någon gång under en tidsperiod på omkring en månad. För att få en närmare bestämning av regelbundenheten tillfrågades de intervjuade för varje tidskrift de uppgivit hur ofta de läste den: varje nummer, vartannat nummer, vart tredje nummer eller mera sällan.

Resultatet av denna analys visade att en majoritet av populärtidningarna lästes med varje nummer. Andelen för populärpressen är dock lägre (65 %) än för organisationspressen (91 %). Orsaken torde närmast vara att den senare tidskriftsgruppen som regel består av tidningar som regelbundet kommer med posten, medan den förra kräver en aktiv köphandling.

Populärtidningarna kan även studeras med hänsyn till regelbundenheten i läsningen. I tabell 3 har antalet populärtidningar per kommun beräknats enbart på grundval av dem som läses med varje nummer. Den totala populärtidningsläsningen 'minskar' då med ca 1/3. Förhållandet mellan orterna blir i stort sett detsamma som tidigare, med en lägre konsumtionsnivå i Göteborg. Västerås visar sig samtidigt ha en något större andel regelbundna flertidningsläsare än Malmö. Skillnaderna är dock små.

Tabell 3. DE REGELBUNDET LÄSTA POPULÄRTIDNINGARNA

Fördelningen av antalet populärtidningar som läses med varje nummer. Per undersökningsområde (procent).

		MALMÖ	GÖTEBORG	VÄSTERÅS	LEKSAND
Antal populärtidningar som läses med varje nummer	0	47	61	49	47
	1	26	21	21	27
	2	15	12	20	17
	3	7	4	7	6
	4 -	5	2	3	3
	Tot	100	100	100	100
N		385	376	397	437

Den andra frågan är hur mycket av innehållet som läses. De resultat som redovisats i den tidigare rapporten till tidskriftsutredningen gav vid handen att i fråga om populärpress läser en majoritet hälften eller mer av innehållet. För 2/5 av tidskrifterna uppgavs att de lästes i sin helhet. Motsvarande andel för organisationstidningarna ligger på något under 1/3.

En intressant fråga är hur många som kan karakteriseras 'intensiva' populärtidningsläsare och i vilka undersökningsområden de utgör störst andel. För att

bestämna vem som skall betecknas 'intensiv' tidskriftsläsare har både regelbundenhet och mängd läst innehåll beaktats. I tabell 4 redovisas andelen personer som läser minst två populärtidningar med varje nummer där de tar del av i stort sett hela innehållet.

Tabell 4. DE 'INTENSIVA' POPULÄRTIDNINGSLÄSARNA

Andel av de intervjuade som läser minst två populärtidningar med varje nummer och med i stort sett hela innehållet. Per undersökningsområde (procent).

	MALMÖ	GÖTEBORG	VÄSTERÅS	LEKSAND
	11	7	11	10
N	385	376	397	437

Andelarna varierar föga mellan de fem undersökningsområdena. De följer i stort tidigare resultat, vilket innebär att andelen är något lägre i Göteborg.

Det är givetvis vanskligt att på basis av dessa spridnings- och läsardata sluta sig till något om populärpressens roll i samhället, framför allt beroende på den relativt stora likheten i läsning mellan de fyra undersökta kommunerna. Det hade varit rimligt att anta att läsningen skulle skilja sig något mer med hänsyn till variationer i det lokala utbudet av andra medier eller andra typer av fritidsaktiviteter. Det förefaller dock naturligt att tolka den mindre populärtidningsläsningen i Göteborg som en följd av att en storstad erbjuder ett större sådant utbud.

6. Populärpressens läsare

Populärtidningarnas läsare domineras av ungdom och kvinnor. Personer i lägre utbildningsgrupper är också överrepresenterade. Dessa allmänna tendenser i populärpresspubliken kunde utläsas i den tidigare rapporten om tidskriftsläsning.¹⁰⁾ Det finns dock anledning att söka fördjupa denna analys något och ställa frågan hur människor med olika omfattning i sin populärtidningsläsning skiljer sig åt med hänsyn till bakgrundsfaktorer. Tabell 5 ger en översikt av detta.

Tabell 5. POPULÄRTIDNINGSLÄSARNAS BAKGRUND

Populärtidningarnas läsare fördelade efter antalet lästa populärtidningar och bakgrundsfaktorer (procent).

	Antal lästa populärtidningar:						Tot	N
	0	1	2	3	4	5 -		
<u>Kön</u>								
Män	36	25	20	12	5	4	102	792
Kvinnor	17	21	27	18	8	9	100	803
<u>Ålder</u>								
15-24	18	20	26	21	6	10	101	327
25-34	28	20	23	15	8	6	100	380
35-44	30	23	20	17	8	3	101	264
45-54	27	25	25	12	6	6	101	311
55-65	30	28	22	11	5	5	101	313
<u>Utbildning</u>								
Låg	27	25	22	14	7	6	101	838
Mellan	23	20	25	18	6	7	99	535
Hög	32	22	26	12	3	6	101	215

Tabell 5 ger i huvudsak samma resultat som de mer elementära analyserna. Vad beträffar kön kan visas att andelen män som läser fler än två tidskrifter är betydligt lägre (21 %) än andelen kvinnor (35 %). Ett annat sätt att räkna visar att av de personer som läser fyra tidskrifter eller fler är omkring 60 procent kvinnor.

Åldersskillnaderna går i förväntad riktning. Närmare 40 procent av den yngsta åldersgruppen (under 25 år) läser fler än två populärtidningar regelbundet. Motsvarande andelar för medelåldersgruppen (35-44 år) är knappt 30 procent och för den äldsta av åldersgrupperna (55-65 år) ca 20 procent.

Tabell 5 redovisar även utbildningsfaktorn. Den största skillnaden framträder mellan hög- och mellanutbildade. Av de mellanutbildade visar sig drygt 30 procent läsa fler än två populärtidningar medan motsvarande procenttal för de högutbildade är något över 20. Lågutbildade ligger här något närmare de mellanutbildade.

Det är uppenbart att dessa tre bakgrundsfaktorer inte fungerar oberoende av varandra. Som illustration kan i följande tabell (tabell 6) studeras hur manliga och kvinnliga läsare med olika utbildning tar del av populärpressen i olika åldersgrupper.¹¹⁾

Tabell 6. BAKGRUNDSFAKTORER I POPULÄRTIDNINGSLÄSNINGEN

Andel som läser olika antal populärtidningar bland personer som skiljer sig med hänsyn till kön, ålder och utbildning (procent).

Antal lästa pop-tidn	MÄN						KVINNOR					
	lågutb		mellanutb		högutb		lågutb		mellanutb		högutb	
	yngre	äldre	yngre	äldre	yngre	äldre	yngre	äldre	yngre	äldre	yngre	äldre
0	31	42	28	39	36	40	13	19	15	15	14	35
1	24	27	21	29	19	28	21	24	15	22	22	20
2	16	17	25	21	23	17	27	25	25	30	37	29
3	15	8	17	6	11	15	19	17	26	18	12	13
4 -	14	6	9	5	11	-	20	15	19	15	15	3
Tot	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Antal	129	272	184	70	80	53	102	335	159	122	51	31

Ann: Yngre = 15-34 år, äldre = 35-65 år.

Tabell 6 skall läsas så att t ex av yngre, lågutbildade män läser 31 procent ingen populärtidning medan bland lågutbildade, yngre kvinnor motsvarande andel är 13 procent. I tabellen görs således ett försök att isolera de tre faktorerna.

Huvudresultatet pekar på att könsskillnaderna spelar större roll än ålders- och utbildningsskillnader. I samtliga grupper läser kvinnor fler populärtidningar än män. Den enda grupp där könsskillnaden är relativt liten är bland äldre och högutbildade personer. I denna grupp läser 60 procent av männen en populärtidning medan andelen för kvinnorna är 65 procent.

Av tabellen framgår vidare att åldersfaktorn tycks betyda mer bland män än bland kvinnor: med ökande ålder minskar männen sin populärtidningskonsumtion, medan mönstret bland kvinnorna inte är entydigt. Bland de senare tycks dock utbildningen i detta sammanhang spela en viss roll. Framför allt gäller detta de högutbildade kvinnorna, där ökad ålder betyder en markant nedgång i populärtidningskonsumtionen.

En närmare analys av den verkliga högkonsumtionsgruppen - de som läser tre eller fler populärtidningar visar i huvudsak på samma

mönster: män läser färre tidningar än kvinnor. Bland de yngre männen är lågutbildade de mest utpräglade flertidningsläsarna medan bland de yngre kvinnorna flertidningsläsarna främst finns i mellan-utbildningsgruppen.

Analysen kan föras ett steg vidare genom att man studerar hur regelbundenheten i läsningen förhåller sig till bakgrundsfaktorer hos läsarna. En sådan jämförelse understryker i stort det allmänna mönstret. Kvinnor läser inte bara fler tidningar utan läser även dessa mer regelbundet. Vidare läser kvinnor mer av innehållet i den enskilda tidningen. Regelbundenheten i läsning tenderar att öka med ålder. Medelålders och äldre personer läser visserligen färre populärtidningar, men tycks läsa dessa mer regelbundet. De yngre är dock de som tar del av flest tidningar, i vilka de läser i stort sett hela innehållet.

Det är av många skäl tveksamt att direkt från dessa data om läsarstruktur dra slutsatser om populärpressens funktioner. Samtidigt torde det vara uppenbart att de socio-ekonomiska bakgrundsegenskaper som analyserats i första hand är en spegling av andra faktorer. Två faktorer som kan antydvas mot bakgrund av resultaten är rollbeteende och disponibel tid. Båda faktorerna torde i sin tur kunna föras tillbaka till individens livssituation. Mycket talar för att könsskillnaderna i läsningen är en följd av 'arbetsfördelning' i familjen, där t ex engagemang i samhällsfrågor traditionellt är en aktivitet för män (jfr nedan den stora andelen manliga läsare av organisationspress¹²⁾) medan omsorg om hem och familj är en del av kvinnorollen. Vad beträffar tidsaspekten kan noteras att den största andelen populärtidningsläsare finns i gruppen hemmafruar, vilket kan sättas i samband med gruppens större möjlighet att disponera sin tid. Högre utbildning och yrkesverksamhet bland kvinnor tenderar att hänga samman med en minskning i populärtidningsläsning.

En annan faktor som givetvis påverkar konsumtionsbilden är populärpressens struktur - vilken typ av tidningar som utges. Det finns helt enkelt fler populärtidningar som handlar om barn och familj

och som riktar sig till kvinnor. De 'herrtidningar' som finns torde främst rikta sig till yngre män, en grupp där också populärtidningsläsningen är mer omfattande än bland medelålders och äldre.

7 Populärpress och andra tidskrifter

Ett annat sätt att beskriva populärpressen är att studera publiksammansättningen. I den tidigare rapporten gjordes en översikt av publik- en genom en analys av hur olika typer av tidskrifter kombinerades. Det visade sig här att ca 1/3 av allmänheten läste enbart populärpress, 1/10 enbart organisationspress och 3 procent enbart övrig press. Den vanligaste kombinationen var att läsa både populär- och organisationspress (ca 1/4) eller att regelbundet ta del av tidskrifter från samtliga tre grupper (ca 1/10). 1/10 läste inga tidskrifter från dessa grupper.

Det kan vara av intresse att studera hur publiken är sammansatt med hänsyn till bakgrundsfaktorer. I tabell 7 redovisas publiksammansättningen för de fyra största grupperna. I dessa fyra finns sammanlagt 75 procent av allmänheten.

Tabell 7. PUBLIKSAMMANSÄTTNINGEN FÖR TIDSKRIFTSKOMBINATIONER

Läser minst en tidskrift inom varje grupp regelbundet (procent).

	Läser enbart organisa- tionspress (1)	Läser enbart populärpress (2)	Läser populär- och organisa- tionspress (3)	Läser populär-, organisations- och övrig press (4)
Män	75	34	50	54
Kvinnor	25	66	50	46
Tot	100	100	100	100
Lågutb.	57	56	56	42
Mellanutb.	23	36	31	37
Högutb.	19	8	13	20
Tot	99	100	100	100
15-24	8	30	14	14
25-34	20	23	22	23
35-44	20	10	22	23
45-54	23	18	24	20
55-65	29	20	18	20
Tot	100	101	100	100
Totalt i gruppen	147	489	371	177

Översikten av publiksammansättningen för de olika tidskriftskombinationerna kompletterar den tidigare analysen av faktorer bakom tidskriftsvalet. En första slutsats som kan utläsas är att de grupper som är de mest intresserade populärtidningsläsarna tydligen i stor utsträckning läser enbart populärpress (grupp 2 i tabell 7). Vidare bekräftas det tidigare antagandet att det finns en klar könsskillnad mellan populärpress- och organisationstidskriftsläsare. Detta antyder dessa två tidskriftsgruppers mycket skilda funktioner.

En jämförelse mellan de två 'rena' grupperna (1 och 2) och de övriga visar att de senare till sin publiksammansättning mer liknar organisationstidningsläsarna. Resultatet tyder på att organisationstidningsläsning är en faktor som 'skiktar ut' olika läsargrupper. Medan populärpressen i sin helhet når ett befolkningsgenomsnitt, läses organisationstidningar mer av vissa aktiva grupper. Det senare kan inte direkt utläsas av tabell 7 utan kommer att diskuteras utförligt i följande avsnitt.

Dessa publik-kategorier har uppställts på grundval av hur stor andel av allmänheten som läser minst en tidskrift inom varje grupp. I tabell 8 anges den faktiska tidskriftsläsningen inom var och en av de fyra största grupperna, vilka tillsammans omfattar närmare 3/4 av allmänheten.

Tabell 8. PUBLIKGRUPPER OCH TIDSKRIFTSLÄSNING

Genomsnittligt antal lästa tidskrifter av resp typ inom fyra publikgrupper med hänsyn till kön.

	(1)		(2)		(3)		(4)	
	Läser enbart organisationspress		Läser enbart populärpress		Läser populär- och organisationspress		Läser populär-, organisations- och övrig press	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Organisationspress	1,64	1,67	--	--	1,60	1,45	1,66	1,61
Populärpress	--	--	2,28	2,54	2,10	2,56	1,97	2,46
Övrig press	--	--	--	--	--	--	1,44	1,43
Gruppens storlek	111	36	166	323	185	186	96	81

Tabell 8 visar det genomsnittliga antalet tidskrifter manliga resp. kvinnliga läsare tar del av inom varje publikgrupp. Resultatet ger vid handen att det är små skillnader i fråga om organisationstidskrifter. Det genomsnittliga antalet lästa organisationstidningar är ungefär detsamma inom samtliga grupper där sådana läses oberoende av vad de kombineras med. Genomsnittet är dock något lägre för kvinnor i de grupper där organisationstidningar kombineras med andra tidskrifter.

Populärpressen uppvisar inte samma mönster. Bland de manliga läsarna finns en klar tendens att antalet lästa populärtidningar minskar då man läser fler tidskrifter av annat slag. Det läses flest populärtidningar i den grupp, där man inte tar del av andra typer av tidskrifter (grupp 2) och minst i flertidskriftsgruppen (grupp 4). Resultatet antyder att populärtidningsläsningen kan vara fråga om en sekundäraktivitet beroende av disponibel tid.¹³⁾ Detta skulle i så fall ligga i linje med tidigare antaganden.

För de kvinnliga läsarna är inte tendensen lika klar. Visserligen är genomsnittliga antalet lästa populärtidningar minst i flertidskriftsgruppen, men det finns inget tydligt mönster. En orsak kan vara att det tidigare diskuterade könsrollsmönstret uppväger detta eller att den disponibla tiden för kvinnor i genomsnitt är lägre än för män.

8 Populärpress och samhällsaktivitet

I den tidigare rapporten till tidskriftsutredningen var ett av huvudsyftena att få en bild av hur tidskrifterna förhåller sig till människors engagemang i samhällsfrågor. För att bestämma innebörden av samhällsengagemang användes tre indikatorer:

- o Orientering i samhällsfrågor
- o Diskussionsaktivitet
- o Organisationsaktivitet

Analysen visade att läsning av organisationspress samvarierade relativt högt med måtten på samhällsorientering och organisations-

aktivitet. Populärpressen uppvisade inga motsvarande samband av nämnvärd storlek.

Mot bakgrund av den mer ingående analys av faktorer bakom populärpressens spridning som presenterats i det föregående förefaller ett sådant resultat knappast oväntat. Läsning av organisationspress skiktat ut olika grupper med hänsyn till engagemang i samhällsfrågor, medan populärpressläsningen är en aktivitet som fyller andra funktioner för den enskilda läsaren än att ge information eller förmedla opinioner i samhällsfrågor.

Vad som dock kan konstateras är att organisationspressen når ca 60 procent av allmänheten. Stora gruppen av människor står således utanför denna informations- och opinionskälla i samhällsfrågor. En intressant fråga måste här vara i vilken utsträckning populärtidningsläsningen har betydelse för dessa gruppers engagemang i samhällsfrågor. I det följande skall göras ett försök till en sådan analys. Utgångspunkten är samma indikatorer som ovan. Dessa finns mer utförligt presenterade i den tidigare rapporten.¹⁴⁾

Låt oss först studera samhällsorienteringens förhållande till populärtidningsläsningen. Tidigare analys på hela materialet har visat på låga samband mellan samhällsorientering och antalet lästa populärtidningar. En uppdelning av populärpressen i allmänna populärtidningar och i specialtidningar ger dock vid handen att läsning av de förra ger ett negativt samband med samhällsorientering, medan den senare gruppen korrelerar positivt.

Dessa samband gäller allmänheten i sin helhet. Om man tar hänsyn till tidskriftsläsningens omfattning och delar upp allmänheten efter de grupper som redovisats i tabellerna 7 och 8 samt detaljstuderar sambandet i gruppen av enbart populärtidningsläsare i jämförelse med allmänheten i sin helhet framträder det mönster som återges i tabell 9. I denna redovisas produktmomentkorrelationer (Pearsons r).

Tabell 9. SAMBAND MELLAN SAMHÄLLSORIENTERING OCH LÄSNING AV POPULÄRPRESS

Korrelationskoefficienter för samband mellan samhällsorientering och läsning av populärpress med hänsyn till kön och typer av lästa populärtidningar.

	Samtliga		Enbart populärpressläsare	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Antal lästa allmänna populärtidn	-.03	-.12	-.14	-.18
Antal lästa specialtidn	.07	.21	-.13	.24
Samtliga lästa populärtidn	.00	-.02	-.08	-.09
N	792	803	166	323

Anm: - = negativt samband. Utan angivelse betyder positivt samband.

Korrelationskoefficienter av denna typ kan teoretiskt gå mellan -1 och +1, där -1 uttrycker ett helt negativt samband och +1 helt positivt. Värdet 0 innebär avsaknad av korrelation. Som framgår av tabellen är värdena överlag låga. De tendenser som finns är således ytterst osäkra.

Vad som visas i tabellen är att skillnaderna är små mellan samtliga tidskriftsläsare och dem som enbart läser populärpress. I båda dessa huvudgrupper är det i stort sett 0-korrelation mellan antalet lästa tidningar och den enskildes orientering i samhällsfrågor. Försök har även gjorts att väga in intensiteten i läsningen (jfr avsnitt 5) men denna tycks inte påverka sambandet. Vidare har andra typer av sambandsmått prövats bl a envägs variansanalys som utnyttjades i den tidigare rapporten till tidskriftsutredningen.¹⁵⁾ Denna teknik ger i stort sett samma resultat.

Måttet på samhällsorientering innehåller även frågor om kunskap i lokala samhällsfrågor. Detta kan förefalla mindre lämpligt då man studerar tidskrifter med riksspridning. En sådan detaljanalys ändrar dock inte sambandsmönstret i väsentligt avseende.

Några tendenser kan dock läsas ut av tabellen. En sådan är skillnaden mellan män och kvinnor i fråga om de två typerna av populärpress. Bland de kvinnliga läsarna finns en svag tendens till positivt samband mellan läsning av specialtidningar och orientering i samhällsfrågor. Detta förstärks något då man tar ut de kvinnor som enbart läser populärpress. Omvänt förhållande gäller för de allmänna populärtidningarna. Med reservation för de mycket lågavärdena finns tendensen både för män och kvinnor.

Den andra indikatorn på samhällsengagemang är diskussionsaktivitet. Populärpressläsning och diskussionsaktivitet uppvisar generellt låga - positiva - samband. Detta gäller både för hela allmänheten och bland dem som enbart tar del av populärpress. Inom den senare gruppen är det framför allt bland män som ett svagt positivt samband kan iakttagas mellan diskussionsaktivitet och populärtidningsläsning. Detta gäller främst i fråga om allmänna populärtidningar.

Den tredje indikatorn - organisationsengagemang - uppvisar genomgående låga samband. De få mönster som kan urskiljas överensstämmer i huvudsak med vad som kunde iakttagas beträffande samhällsorientering och populärtidningsläsning: personer som läser många populärtidningar är något mindre aktiva i organisationsarbete. På nytt tycks en gräns gå mellan allmänna populärtidningar och specialtidningar, framför allt bland de kvinnliga läsarna. Bland kvinnor som enbart läser populärpress finns ett positivt samband mellan att läsa specialtidningar och att delta i föreningsliv.

Huvudresultatet av dessa analyser är således att det även bland personer som enbart läser populärpress överlag **föreligger** ett lågt samband mellan antalet lästa populärtidningar och engagemang i samhällsfrågor, som detta definierats i det föregående. I flera fall har iakttagits en svag tendens till negativ korrelation. Det skall dock framhållas att den fördjupade analysen ytterligare bekräftat att det finns skillnader mellan olika typer av populärtidningar samt mellan män och kvinnors förhållningssätt till populärpressen i dessa avseenden.

Detta resultat kan tyda på att det vid en närmare granskning av enskilda populärtidningar möjligen kan uppträda mer positiva samband. Sådana publikgrupper är dock alltför små för att tillåta separata analyser inom ramen för det föreliggande datamaterialet. Vidare skall betonas att de redovisade sambanden inte får tolkas som någon typ av orsaksförhållande, t ex att en person blir sämre informerad just därför att han eller hon läser allmän populärpress. Mycket tyder i stället på att populärpressen för de flesta människor fyller en annan funktion än att tillhandahålla informations- och opinionsstoff i samhällsfrågor. Det är samtidigt viktigt att framhålla att resultatet inte är liktydigt med att det inte skulle finnas informations- och opinionsstoff i populärpressen. Innehållet i tidningarna har inte ingått i analysen. Vad vi har konstaterat är att användningen av populärtidningarna inte har något positivt samband med människors aktiviteter i samhället och kunskap i samhällsfrågor.

9 Populärtidningsläsning och fritidsaktiviteter

De indikatorer på samhällsengagemang som här prövats har visat att populärtidningsläsning i stort sett saknar samband med människors aktiviteter i samhället. Frågan är då om läsningen har att göra med någon annan typ av aktivitet, som det föreliggande datamaterialet kan ge en antydning om och om man på detta sätt kan få ytterligare kunskap om populärpressens funktioner.

Ett resultat som antydde i den tidigare redovisningen var populärtidningsläsningens samband med människors disponibla tid. Det förefaller mot denna bakgrund vara av intresse att studera förhållandet mellan läsning och några typer av fritidsaktiviteter. De aktiviteter som prövats är:

- biografbesök
- träffa goda vänner
- läsa böcker
- gå på bibliotek
- göra extraarbete
- delta i nöjesliv
- gå i kyrkan
- syssla med hobby
- delta i idrottsverksamhet
- gå på idrottsevenemang

Huvudresultatet av denna analys är att populärtidningsläsningen uppvisar samband med i första hand att träffa goda vänner och att delta i nöjesliv. En uppdelning av populärpressen i allmänna populärtidningar och specialtidningar visar emellertid att detta i huvudsak gäller den försträmnda gruppen (tabell 10).

Tabell 10. POPULÄRTIDNINGSLÄSNINGENS SAMBAND MED NÅGRA TYPER AV FRITIDSAKTIVITETER

Aktivitet	Antal lästa allmänna populärtidningar		Antal lästa specialtidningar		Samtliga lästa populärtidningar	
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor
Gå på bio	+	+			+	
Träffa goda vänner		+				+
Delta i nöjesliv	+	+			+	
Läsa böcker		+		+		
Gå på bibliotek			+	+		
Göra extraarbete						
Syssla med hobby			+			
Gå i kyrkan				+		
Delta i idrott				+		
Gå på idrottstävlingar		+				

Anm: + innebär positivt samband $\geq .10$

- innebär negativt samband $\geq .10$

Korrelationskoefficienten som i tabell 9.

Den analys som redovisas i tabell 10 utgår från jämförelser mellan män och kvinnor med olika kombinationer av populärpress. Sambanden visar sig överlag vara låga. De kan dock utgöra underlag för några antaganden. Dessa utgår även från kompletterande data där sambanden prövats även för olika utbildningsgrupper.

Beträffande de allmänna populärtidningarna visar sig att umgänget med goda vänner är det som genomgående har högst samband. För man-

liga populärtidningsläsare samt i gruppen mellanutbildade har även deltagande i nöjesliv ett positivt samband med att läsa populärpress. För övriga indikatorer noteras generellt mycket låga korrelationer.

Specialtidningsläsningen uppvisar i första hand samband med hobbyverksamhet och bokläsning. Detta gäller i det närmaste samtliga läsargrupper. För män och mellanutbildade finns även här en viss skillnad genom att det i dessa grupper finns ett positivt samband mellan läsning och biblioteksbesök. Läsningen av populärpressens specialtidningar har i flera grupper en negativ korrelation med de aktiviteter som sätts högt av personer som är aktiva läsare av allmänna populärtidningar t ex att delta i nöjesliv.¹⁶⁾

Dessa resultat kan föras samman med den tidigare diskussionen om disponibel tid. Ett resultat av dessa analyser tycks vara att läsning av allmän populärpress korrelerar med mer diffusa fritidsaktiviteter som t ex att träffa vänner eller deltaga i nöjesliv, medan motsvarande samband för specialtidningarna har att göra med mer specifika aktiviteter som hobbyverksamhet eller med ett intresse för läsning. Man kan således anta att populärtidningar inte bara väljs beroende på den tid man har till förfogande utan också har samband med typen av fritidsintressen. Populärpressen är ett medium som utnyttjas både som förströelse på fritiden och i samband med bestämda fritidsaktiviteter.

10 Populärtidningsläsning och annan massmediekonsumtion

I grundböcker om masskommunikation brukar ofta framhållas att massmediesystemet i ett land fyller åtminstone tre grundläggande funktioner:¹⁷⁾

- o information
- o opinion
- o förströelse

Funktionerna brukar karakteriseras något olika i litteraturen, men huvudpunkterna brukar återkomma. Information avser i första hand nyhetsförmedling och nya varor; opinion syftar på allmänna debatten inom politik och kulturliv samt på mediernas kontroll av makthavare

i samhället och förströelse innebär att medierna utnyttjas för avkoppling och underhållning. Ofta förekommer det att man i debatten knyter dessa huvudfunktioner i massmediesystemet till enskilda mediegrupper t ex anser att dagspressen är ett informationsmedium eller att populärpressen är ett förströelsemedium. Avslutningsvis skall dessa åsikter prövas på grundval av materialet från projektet.

En belysning av hur olika medier kan tänkas fylla dessa funktioner kan man få genom en jämförelse mellan hur människor utnyttjar utbudet. I tabell 11, som även finns i den tidigare rapporten till Tidskriftsutredningen⁸⁾ har gjorts ett sådant försök. Denna visar hur människor kombinerar olika typer av medier. Utgångspunkten är de tidskriftspubliker som tidigare diskuterats.

Figuren antyder fyra huvudgrupper av mediekonsumenter. För det första kan iakttas en lågkonsumentgrupp, vars enda mediekontakt förefaller vara radions program 3. Vidare framträder en högkonsumentgrupp: denna består av personer som i stort sett utnyttjar samtliga medier; dessa läser det mesta i sin dagstidning, de lyssnar både på radio och ser på tv och de tar del av flera olika typer av tidsskrifter.

Mellan dessa två finns dels en grupp mediekonsumenter som torde kunna rubriceras informationssökande, dels en grupp där förströelse och underhållning torde spela större roll för medievalet. Den förra består främst av dem som regelbundet läser organisationstidsskrifter, lyssnar på radions program 1 samt läser det samhällsorienterande stoffet i dagspressen. Den senare gruppen består i första hand av de som först och främst läser populärpress och kombinerar denna med det allmänna stoffet i dagspressen, radions program 3 och tv.

Mellan dessa två finns en grupp vars mediekonsumtion är en blandning av informationssökande och underhållning. Denna grupp innehåller personer som både läser organisations- och populärpress och är högkonsumenter på etermedier, men mest läser det allmänna - lokalnyheter och annonser - stoffet i dagspressen. i denna grupp torde i första hand special-

tidningsläsarna bland populärpressens publik kunna återfinnas.

Denna typologi kan utvidgas med analyser av hur populärtidningsläsare konsumerar olika typer av radio- och tv-program. En sådan analys bekräftar att det är möjligt att skilja ut en läsare av allmänna populärtidningar och specialtidningsläsare med hänsyn till deras etermediekonsumtion. Läsare av allmän populärpress tycks i radio och tv söka framför allt förströelse. Deras konsumtion av nyhetsprogram i radio och tv är något som kommer med 'på köpet'. Det finns dock vissa skillnader mellan olika läsargrupper. Kvinnliga läsare är framför allt högkonsumenter på P 3, medan de tycks ha mindre tid för tv än män. Detta förefaller framför allt spegla den stora andelen hemarbetande kvinnors livssituation.

Specialtidningsläsarna liknar mer de informationssökande grupperna. De utnyttjar i mindre utsträckning medierna för förströelse utan mer som del i en annan aktivitet. Deras intresse för etermedier är i allmänhet något lägre och spritt över de flesta programtyper. Karakteristiskt är gruppens mer markerade intresse för nyhetsprogram, något som är särskilt tydligt för specialtidningarnas kvinnliga läsare. Dessa är relativt intresserade lyssnare till ljudradions program 1.

Detta resultat tyder på att det knappast går att beteckna populärpressen enbart som ett förströelsemedium. Vissa typer av populärtidningar förefaller spela en roll för de konsumentgrupper som här betecknats som informationssökande. Den information som förmedlas av dessa tidningar torde dock mer ha att göra med människors hobby- och fritidsverksamhet än med samhällsfrågor.

Tabell 11. NÅGRA MEDIEKONSUMTIONSGRUPPER

ANNAN MEDIEKON- SUMPTION	TIDSKRIFTS-PUBLIKER; GRUPPER SOM LÄSER:							
	Ingen tidskrift	Enbart populär- press	Enbart organi- sations- press	Enbart övrig press	Populär och organi- sations	Populär och övrig	Organi- sations och övrig	Populär, organi- sations och övrig
Minst tre dagstid- ningar					+	+		+
Minst två morgon- tidningar dagligen			+					+
Läsning av samhälls- stoff i dagspress			+	+			+	+
Läsning av allmänt stoff i dagspress		+			+	+		+
P 1 dagligen			+		+		+	+
P 3 dagligen	+	+			+	+		+
TV dagligen		+	+		+			

Anm: + anger att respektive tidskriftspublic är överrepresenterad i konsumtion av angivet annat medium i förhållande till genomsnittet.

Analysen av mediasystemet tyder sammanfattningsvis på att det knappast är rimligt att knyta medier till vissa bestämda funktioner. Det förefaller mera lämpligt att påstå att olika konsumtionsgrupper utnyttjar medier på olika sätt. Människors utnyttjande bestäms här i första hand med hänsyn till den nytta och det behov individen har av vad medierna erbjuder och den tid den enskilde har till förfogande.

11 Sammanfattande diskussion

Föreliggande promemoria syftar till att belysa populärtidningarnas roll i det svenska massmediesamhället. Den skall uppfattas som en utvidgning av en tidigare rapport om tidskriftsläsning i Sverige, vilken utarbetats på uppdrag av 1976 års tidskriftsutredning. De analyser som presenteras bygger på datamaterial som samlats in inom

forskningsprojektet Pressens funktioner vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Både rapporten om tidskriftsläsningen i Sverige och föreliggande promemoria om populärpressen skall ses som ett led i projektets analyser av de svenska massmediernas politiska roll.

Översikten av populärpressens roll i massmediesamhället har framför allt stannat vid tre huvudområden. Det har gällt populärpressens

- o läsarstruktur
- o samband med människors aktivitet i samhället
- o förhållande till andra medier

Analysen har utgått från svaren på en intervjufråga som varit utformad för spontan erinran. Den intervjuade har själv fått uppge namnen på de tidskrifter han eller hon regelbundet tar del av. Denna frågeteknik, som bestämts av projektets syfte att belysa hela tidskriftsmarknaden, ger som regel lägre svarsandelar än en metod där den intervjuade får pricka av tidningar på en lista. Hänsyn till detta måste tas vid jämförelser med andra undersökningar.

Promemorian har utgått från Tidskriftsutredningens klassificering då det gällt vad som skall räknas till populärpressen.

Översikten av populärtidningsläsningen har på nytt visat på populärpressens starka ställning på tidskriftsmarknaden. 3/4 av allmänheten läser regelbundet populärtidningar. Utvidgade analyser av regelbundenheten i läsning av mängden läst innehåll ger på samma sätt en bild av en omfattande läsning. Antalet lästa tidningar är dock lägre än vad som framgår av en del marknadsstatistik, där 'listmetod' använts.

Analyserna av populärpressens läsarstruktur tyder på att kön och ålder är två bakgrundsegenskaper som spelar störst roll då det gäller antalet lästa populärtidningar. Kvinnor och yngre personer har den största konsumtionen med ett genomsnitt på fler än två regelbundet lästa populärtidningar. Utbildningsfaktorn har mindre betydelse. Bland kvinnor inne-

bär dock en ökad utbildning, samt yrkesverksamhet en mindre omfattande populärtidningsläsning. Hemarbetande kvinnor uppvisar en mycket hög konsumtionsnivå.

Undersökningsresultatet antyder två faktorer som bestämmer omfattningen hos människors läsning av populärtidningar. Den första kan kallas för individens 'disponibla tid', den tid som den enskilde har till förfogande vid sidan av förvärvsarbete och sysslor i hemmet. En sådan faktor kan förklara de yngres och möjligen även de hemarbetande kvinnornas högre konsumtion. Den andra faktorn är könsrollsskillnader och rolluppfattning, där populärpressens struktur förefaller mer ägnad att uppfylla de kvinnliga läsarnas rollförväntningar än männens. Det senare tycks också bekräftas av att män är klart överrepresenterade bland läsare av tidskrifter som mer svarar mot en traditionell mansroll t ex organisations- och fackpress. Mycket talar för att faktorn 'disponibel tid' har överordnad betydelse.¹⁹⁾ Detta skulle i så fall kunna förklara populärpressens struktur med dessa tidningars inriktning på de grupper som traditionellt haft mest disponibel tid.²⁰⁾

Analysen av populärpressens samband med människors aktivitet i samhället visar att populärtidningsläsning har mycket låga samband med olika indikatorer på samhällsengagemang t ex orientering i samhällsfrågor, diskussionsbenägenhet och föreningsaktivitet. En särskild studie av hur det förhåller sig inom den grupp som enbart läser populärpress ger i huvudsak samma resultat. De redovisade indikatorerna har mer att göra med utbildning och benägenhet att ta del av organisationstidningar.

Ett resultat som bekräftar antaganden från den tidigare rapporten till tidskriftsutredningen är att det finns skillnader mellan de två huvudgrupperna av populärtidningar - de allmänna populärtidningarna och specialtidningarna. Den förra gruppen uppvisar en svag negativ korrelation med samhällsengagemang, medan läsning av den senare gruppen tidningar, framförallt bland kvinnor har ett svagt positivt samband. Korrelationerna är dock överlag låga.

Denna skillnad mellan allmänna populärtidningar och specialtidningar framkommer även i de fortsatta analyserna av populärpressens samband

med andra aktiviteter i samhället. Det visar sig här att allmänna populärtidningar har ett positivt samband med ospecificerade fritidsaktiviteter som att umgås med vänner eller att delta i nöjesliv. Läsningen av specialtidningar tycks mer ha att göra med bestämda intressen, antingen hobbyverksamhet (främst bland män) eller bokläsning (främst bland kvinnor). Resultatet pekar på att läsningen av allmän populärpress är mer av förströelse i sig medan läsningen av specialtidningar tycks vara mer instrumentell, d v s är ett led i någon annan aktivitet.

Denna slutsats styrks även av jämförelser mellan populärtidningsläsning och konsumtionen av andra massmedier. Läsning av allmän populärpress har ett visst samband med tittande på underhållningsprogram på tv eller P 3-lyssnande, medan specialtidningsläsning mer har att göra med informationssökande, t ex P 1-lyssnande.

De slutsatser som här skisserats måste tolkas med stor försiktighet. Sambandsmönstren är som regel mycket svaga. De tendenser som framträtt i analysen av tidskriftsmarknaden kan dock ge underlag för en avslutande hypotes om vad som betingar människors val av tidskrifter. Hypotesen innebär att omfattning och typ av tidskriftsläsning främst bestäms av två faktorer: benägenhet att engagera sig i samhällsfrågor och disponibel tid ('fritid'). Dessa två faktorerers betydelse för konsumtionsnivån illustreras hypotetiskt i följande fyrfältstabell.

		SAMHÄLSENGAGEMANG	
		Högt	Lågt
DISPONIBEL TID	Mycket	Läser både <u>populärpress</u> och <u>organisationspress</u>	Läser mycket <u>populärpress</u>
	Lite	Läser enbart <u>organisationspress</u>	Läser någon <u>populärtidning</u>

Med samhällsengagemang menas här kunskap och aktivitet i samhällsfrågor. Disponibel tid står för den tid som den enskilde upplever som 'fri' i förhållande till arbete och andra bestämda aktiviteter. Något tillspetsat uttryckt kan disponibel tid sägas stå för en 'passivitetsdimension' och samhällsengagemang för en 'aktivitetsdimension'.

De faktorer som tidigare diskuterats - kön, ålder och utbildning - antas på olika sätt påverka både människors samhällsengagemang och disponibla tid. Tabellen söker på grundval av tidigare resultat placera in populär- och organisationspressläsningen. Denna visar att relativt stora grupper med lågt samhällsengagemang tar del av enbart populärpress. Bland dessa finns en stor andel lågutbildade personer med ett passivt politiskt intresse, vilka tydligen saknar möjlighet eller förmåga att kanalisera detta i form av samhällsengagemang. De läser i stor utsträckning populärpress som en form av förströelse. Organisationspressläsningen är i första hand ett led i andra aktiviteter och dessa tidningar används inte heller på samma sätt. De läses regelbundet men selektiviteten i läsningen av ett enskilt nummer är betydligt större än beträffande populärpressen, framför allt i den högaktiva gruppen.²¹⁾

Sambandet mellan de två dimensioner som antytts är svårbestämt. Mycket talar för att människors subjektiva upplevelse av tid som en kostnad har stor betydelse som bakomliggande faktor.²²⁾ Hur stor betydelse detta tidsperspektiv har för människors massmediekonsumtion är emellertid alltför lite undersökt för att här tillåta ytterligare spekulation.

NOTFÖRTECKNING

- 1) Pressens funktioner i samhället. SOU 1975:78. Stockholm 1975, Radio-tv möter publiken. Stockholm 1972 och Tidskrifterna i massmediesamhället. Ds Fi 1976:8. Stockholm 1976.
- 2) Jfr Kronvall, Massmedieforskningen i Sverige (opublicerat manuskript). Utges som Ds U december 1976.
- 3) Pressens funktioner i samhället. SOU 1975:78.
- 4) Ibid. Appendix.
- 5) Stöd till organisationstidskrifter. Betänkande avgivet av tidskriftsutredningen. Ds Fi 1976:7 kap 2 samt Tidskrifterna i massmediesamhället. Ds Fi 1976:8 s 6 ff.
- 6) Jfr ORVESTO 1975.
- 7) Stöd till organisationstidskrifter. Ds Fi 1976:7 s 88 ff.
- 8) Ibid. kap. 2 samt Tidskrifterna i massmediesamhället. Ds Fi 1976:8 s 6 ff.
- 9) Ibid. s 14.
- 10) Ibid. s 23.
- 11) Jfr även Pressens funktioner i samhället. SOU 1975:78 s 120.
- 12) Jfr Hultén, Olof och Lundberg, Dan: Individens och massmedia. Stockholm 1968.
- 13) Jfr Sepstrup, Preben: Om forbrug af massekommunikation. Århus 1976 s 132 ff.
- 14) Tidskrifterna i massmediesamhället. Ds Fi 1976:8 s 30 ff.
- 15) Ibid. s 30. Jfr Weibull, Lennart: Samhällsorientering och Masskommunikation. Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Stockholm 1975 s 32.
- 16) Jfr Nordlund, Jan-Erik: Medieumgänge. Lund 1976 s 87 ff.
- 17) Jfr t ex Wright, Charles: Mass Communication. New York 1959.
- 18) Tidskrifterna i massmediesamhället. Ds Fi 1976:8 s 52 (tabell 22).
- 19) Om tidsbudgetens betydelse se bl a Radio-tv möter publiken, s 69 ff. Jfr även Arvidsson, Peter och Bucht, : Fritiden i Sverige. Lund 1975.
- 20) Jfr Hall, Bengt: Fritiden. Lund 1976 s 138 f.
- 21) Jfr Weibull, Lennart: Samhällsorientering och Masskommunikation, s 72.
- 22) Jfr Johansson, Sven-Ove och Fryklind, Pär-Urban: En bok om fritid. Stockholm 1976 s 42 ff, Sepstrup, Preben: Om forbrug af massekommunikation, s 131 ff och Zetterberg, Hans: Observation av de stora morgontidningarnas annonser. Stockholm 1975, s 7.