

DAGSPRESSENS LÄSARE

En rapport om intressen  
och läsvanor hösten 1979

---

LENNART WEIBULL

---

Statsvetenskapliga Institutionen  
Göteborgs Universitet  
Rapportserie 1980:2

DAGSPRESSENS LÄSARE

En rapport om intressen  
och läsvanor hösten 1979

---

LENNART WEIBULL

---

Statsvetenskapliga institutionen  
Göteborgs universitet  
Rapportserie 1980:2

## INNEHALLSFÖRTECKNING

DAGSPRESSENS FÖRORD	sid	I
FÖRFATTARENS FÖRORD		II
SAMMANFATTNING		III
I	PROBLEMSTÄLLNING	
I.1	Bakgrund	1
I.2	Fyra huvudfrågor	1
II	MATERIAL	
II.1	Datainsamling	5
II.2	Bortfall	5
II.3	Metodkommentarer	6
III	HUR MANGA LÄSER DAGSTIDNINGAR	
III.1	Vad är "läsning"?	8
III.2	Exponering för morgontidningar	8
III.3	Läsargrupper	10
IV	HUR SKAFFAR MAN SIG SIN TIDNING	
IV.1	Att "skaffa sig" tidningen	13
IV.2	Prenumeration	13
IV.3	Prenumeration i olika grupper	14
IV.4	Andra sätt att skaffa sig morgontidningen	17
IV.5	Läsplats	20
V	HUR LÅNG TID LÄSER MAN TIDNINGEN	
V.1	Vad är "lästid"?	23
V.2	Total lästid	24
V.3	Lästid för olika tidningar	26
V.4	Lästid i olika läsargrupper	27
V.5	Lästidens förläggning	30
V.6	Lästidpunkt i olika grupper	33
VI	VAD ÄR VIKTIGT I TIDNINGEN	
VI.1	Att bedöma tidningsinnehåll	37
VI.2	Viktigt och oviktigt i tidningen	38
VI.3	Samstämmighet i bedömningarna	42
VI.4	Viktighet i olika tidningar	45
VI.5	Innehållsprioritering i olika läsargrupper	52
VI.6	Exkurs: intresset för lokalt innehåll	61
VI.7	Dimensioner i viktighetsbedömning	63

## BILAGOR

## DAGSPRESSENS FÖRORD

Dagspressen Marknadsinformation AB har som en av sina uppgifter att genomföra och initiera forskningsprojekt som belyser dagstidningarna och deras funktion i det svenska samhället.

Denna rapport är ett resultat av vårt samarbete med Statsvetenskapliga Institutionen vid Göteborgs Universitet. Dagspressen stöder och deltar från och med i år i ett särskilt forskningsprojekt (Dagspressprojektet) vid institutionen. Ledare för projektet är Lennart Weibull, som har omfattande erfarenheter från medieundersökningar under 1970-talet, bl a som ansvarig för forskningsprojektet Pressens Funktioner.

Vi hoppas naturligtvis kunna öka den allmänna kunskapen om dagspressen - både inom tidningsföretagen och bland andra intressenter, t ex annonsörer och reklambyråer. Vi vill vidare försöka pröva och utveckla metoderna för medieundersökningar så att vi får fram säkrare och mera användbara resultat.

Stockholm i oktober 1980

Kjell Bohlund

Dagspressen Marknadsinformation AB

FÖRFATTARENS FÖRORD

Den svenska allmänhetens tidningsläsning hösten 1979 har blivit föremål för två större studier. Båda har genomförts inom det s k Dagspressprojektet vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Projektet finansieras av Dagspressen Marknadsinformation AB.

Den första studien gällde människors tidningsläsning en genomsnittlig dag. Den avsåg att belysa frågan om människor läser sin dagliga tidning - och hur tidningsläsningen förhåller sig till användningen av andra medier. Studien var baserad på telefonintervjuer genomförda av Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning. Bearbetningar av dessa har publicerats i Den dagliga tidningsläsningen (Statsvetenskapliga institutionen Göteborgs universitet 1980).

I föreliggande rapport redovisas data från den andra läsarstudien hösten 1979. Denna är mer generell - och samtidigt mer traditionell - till sin natur. Studien syftar till en kartläggning av mönster i tidningsläsningen. Den försöker ge svar på frågor om hur människor skaffar sig sin tidning, hur lång tid man i allmänhet ägnar den, vilken typ av innehåll man är särskilt intresserad av och hur detta skiljer sig mellan olika slags tidningar.

Rapporten avser i första hand att redovisa resultaten - och att ge uppslag för fortsatta analyser. Den har därför sin tyngdpunkt i tabellanalyser av konventionellt snitt. Tanken är att senare bryta ut delproblem ur materialet och underkasta dem separata analyser.

Datainsamlingen har genomförts av Testologen AB och bygger på en postal enkät. Frågorna ingick i Testologens större datainsamling inom Sverige NU, oktober 1979. Det är också Testologen som svarat för databearbetningarna. Ansvarig för Testologens del av arbetet har varit Ingemar Lindberg.

Analysen har diskuterats med en referensgrupp av tidningsmän - Börje Alström, Sundsvalls Tidning, Sven-Olov Andersson, Värmlands Folkblad, Arne Behr, A-pressen, Kjell Bohlund, Dagspressen Marknadsinformation AB och Carl Olov Sommar, Dagens Nyheter. För slutsatser och bedömningar som redovisas i denna rapport svarar dock undertecknad ensam.

Göteborgs i maj 1980

Lennart Weibull

SAMMANFATTNING

Föreliggande rapport bygger på en enkätundersökning med ca 2000 svenskar i oktober 1979. Undersökningen avser att belysa svenskarnas läsvanor och läsintressen hösten 1979. Analysen av datamaterialet har genomförts inom Dagspressprojektet, statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Datainsamlingen har genomförts av Testologen AB inom ramen för Sverige NU 1979.

Undersökningen syftar till att belysa den svenska allmänhetens exponering för dagspress samt intresse för olika typer av dagstidningsinnehåll. Den behandlar i första hand lokala morgontidningar och gäller människor mellan 15 och 70 år.

Hur många läser dagstidningar?

Undersökningen visar att 93 procent av allmänheten läser en morgontidning regelbundet. Procentandelen skiftar något mellan olika grupper av människor. Den är lägst bland de yngre och högst i övre medelåldern. Exponeringen ligger dock i samtliga grupper kring 90 procent.

Hur skaffar man sig tidningen?

Den övervägande delen av allmänheten prenumererar på morgontidningen. Andelen prenumeranter är 86 procent. Lägsta andelen finns bland ungdomar omkring 20 år, där den är 70 procent. Bland människor över 30 närmar sig andelen prenumeranter 90 procent. De som inte prenumererar har som regel tillgång till morgontidningen på sin arbetsplats. Det förekommer även att man lånar eller läser hos bekanta eller köper lösnummer. I första hand är det de yngre och de med hög socio-ekonomisk position som har tillgång till tidningar på arbetsplatsen.

Nästan samtliga läser sin morgontidning i bostaden. Enbart 10 procent av läsarna säger sig ta del av tidningen på arbetsplatsen. Bland de yngre är detta vanligast. Bland ungdomar mellan 20 och 24 år läser var fjärde tidningen på arbetet.

Hur lång tid läser man tidningen?

Genomsnittsläsaren ägnar ca 30 minuter åt sin lokala morgontidning. Spridningen är emellertid stor: 25 procent läser 15 minuter eller mindre,

ca 40 procent läser mellan 20 och 30 minuter och 35 procent läser tidningen upp emot en timme eller mer. Den genomsnittliga lästiden är längre bland storstadspressens än bland landsortspressens läsare.

Tiden för morgontidningsläsning varierar mellan olika grupper av läsare. Bland de yngre ligger genomsnittstiden på 25 minuter, bland de medelålders på ca 30 minuter och bland de äldsta på upp emot 40 minuter. Tiden som ägnas åt tidningsläsning förefaller i stort avspegla skillnader i människors livssituation.

Av den totala lästiden ligger ca 40 procent före kl 8 på morgonen medan ca 30 procent ligger efter kl 17. Huvuddelen av läsarna tittar i morgontidningen mer än en gång under dagen. Lästidens fördelning över dagen uttrycker i huvudsak människors livssituation. De yrkesarbetande är morgonläsare, övriga förmiddagsläsare. Kvällsläsarna är närmare 50 procent och utgörs främst av människor i yngre medelåldern samt människor i högre socio-ekonomisk position.

#### Vad är viktigt i tidningen?

Den andra hälften av undersökningen är en analys av människors bedömningar av viktigheten hos 37 olika innehållskategorier. Resultaten visar att en klar majoritet av allmänheten anser att det mesta av tidningsinnehållet är viktigt. Störst betydelse tillmäts inrikesnyheter, radio/tv-material samt enskilda lokala och nationella nyhetsämnen och lokal annonsering. Minst vikt lägger man vid noveller/följetonger, mode, heminredning och serier.

Storstadspressens läsare lägger större vikt vid politiska och ekonomiska nyheter medan landsortspressens läsare framför allt skjuter fram den lokala annonseringens betydelse. Inom båda tidningsgrupperna är emellertid inrikesnyheter och radio/tv-material mest prioriterat.

Bedömningen varierar mellan olika grupper av läsare. De yngre lyfter fram det lättare materialet. Låginkomsttagare ger högre värden åt olika typer av ekonomisk information. De högutbildade lägger stor vikt vid politiska nyheter. Det finns en grundläggande samstämmighet mellan alla befolkningsgrupper om vissa centrala innehållselement. Detta tolkas som ett uttryck för ett för de flesta människor gemensamt behov av "basinformation". Den "tillskottsinformation" som olika grupper väljer "ovanpå" basinformation är mera relaterad till behov som har att göra med människors livssituation eller socio-ekonomiska position.

Slutligen har en klusteranalys prövats. Människor som har den största likartade viktighetsprioriteringen har grupperats tillsammans. Fem grupper har urskiljts: "lättviktarna", "nyhets- och annonsjagarna", "de samhällsintresserade", "allätarna" och "de oengagerade". "Lättviktarna" består av yngre människor som lägger störst vikt vid nöjen och lättare stoff. "Nyhets- och annonsjagarna" är i de aktiva åldrarna och prioriterar det löpande nyhets- och annonsmaterialet. "Allätarna" är en genomsnittligt äldre grupp som ägnar lång tid åt tidningsläsning. "De oengagerade" attraheras inte av något särskilt innehåll och tycks tillmätta tidningen mindre betydelse. Också de är yngre än ett befolkningsgenomsnitt.

#### Fortsatt analys

Rapporten är till övervägande delen en elementär tabellanalys. Den avser att vara utgångspunkt - och underlag - för fortsatta analyser. Dessa skall utgå från existerande material och pröva särskilda hypoteser om motiven bakom människors tidningsläsning, dels ge idéer för fortsatta datainsamlingar, som över tid kan komplettera och vidga kunskapen om tidningen som informationsmedium.



## I. PROBLEMSTÄLLNING

### I.1 Bakgrund

Dagspressens spridning har blivit föremål för ett flertal större studier under 1970-talet. En av de mest ingående är "Pressens funktioner", som initierades av 1972 års pressutredning och som belyste dagspressens läsare och deras medievanor år 1974. Projektets undersökningar kunde bl. a. visa att ca 95 procent av den svenska allmänheten läser minst: en dagstidning regelbundet.<sup>1)</sup>

Data från Pressens funktioners olika undersökningar har utnyttjats för en rad analyser av mer detaljerade frågeställningar. Exempelvis har populär- och tidskriftspressens förhållande till dagspressen belysts, de metodologiska frågorna kring innehåll av begreppet tidningsläsning studerats och en del specialstudier av tidningssituationen på enskilda marknader tagits fram.<sup>2)</sup>

För att följa upp Pressens funktioners undersökningar har Dagspressprojektet startats. Detta syftar till att under en längre period följa dagspressens spridning bland allmänheten och ge underlag för bedömningar av tidningarnas betydelse för informationsförmedling och opinionsbildning på olika områden. Dagspressprojektet skall med hjälp av olika metoder studera hur människor använder dagspress för sitt informationsinhämtande. Studier av både människors intresse för dagstidningar och deras faktiska läsning en genomsnittlig dag kommer att behandlas.<sup>3)</sup> Undersökningarna skall återkomma regelbundet och avsätta sig i bl. a. årsvisa sammanfattningar av konsumtionsmönster för dagspress.

Föreliggande rapport avser att redovisa Dagspressprojektets studie av mönstren i människors tidningsvanor 1979. Den innehåller uppgifter både om allmänhetens tillgång till dagstidning och vad folk anser vara viktigt innehåll i en dagstidning.

### 1.2 Fyra huvudfrågor

I princip skall föreliggande rapport svara på fyra huvudfrågor

- i vilken utsträckning läser människor dagstidningar
- hur skaffar man sig sin tidning
- vilken tid ägnas tidningen
- vad anser man vara viktigt att tidningen innehåller.

De fyra huvudfrågorna skall här kortfattat utvecklas.

### I vilken utsträckning läser människor dagstidningar?

Frågan om människor läser dagstidningar är ständigt aktuell. Dagspressen dödförklaras då och då för att senare visa sig vara ett av de mest spridda medierna. Rapporten avser att belysa tidnings-spridningen inom olika läsargrupper hösten 1979 - och ställa denna i relation till siffrorna från Pressens funktioner 1974. Uppgifterna gäller i första hand morgontidningar.

Uppgifterna om dagspressens spridning bygger i denna rapport på människors allmänna bedömning av omfattningen av sin läsning - vilka tidningar man brukar ta del av regelbundet. Den skiljer sig därmed från den analys som tidigare publicerats av Dagspressprojektet och som gäller den totala tidningsläsningen en genomsnittlig dag. Det förefaller rimligt att tolka siffrorna i denna rapport som ett uttryck för människors intresse för dagstidningar - medan analysen av daglig läsning troligen bättre svarar mot faktisk läsning.<sup>4)</sup> Inom Dagspressprojektet kommer senare de två sätten att bedöma konsumtionsnivå för dagspress att vägas samman.

### Hur skaffar man sig sin tidning?

Prenumeration har traditionellt varit det vanligaste sättet att skaffa sig en morgontidning, åtminstone under efterkrigstiden. Tidigare förekom relativt ofta att man lånade tidningar mellan hushåll eller att man hade samprenumeration på den lokala morgontidningen. Även i slutet av 1970-talet har diskuterats i vilken utsträckning morgontidningarna når sina läsare på andra vägar än via prenumeration. Det har pekats på att det blivit allt vanligare med tillgång till dagspress på arbetsplatser, på bibliotek och på andra offentliga platser.

Hur man har tillgång till tidningen hänger nära samman med var man läser tidningen. Det talas om ökad förekomst av läsande på allmänna platser, exempelvis på kollektiva transportmedel, eller på arbetsplatsen. Tillgången till tidningar på arbetet skulle kunna leda till att huvuddelen av läsningen också sker där. Dessa frågor har sällan belysts inom forskningen. Det är därför av intresse att här ge dem en relativt ingående behandling.

### Hur länge läser man sin tidning?

Medan "läsplats" har varit relativt lite undersökt har "lästid" däremot varit betydligt bättre belyst i 1970-talets pressforskning.<sup>5)</sup> Konsumtionstiden har studerats inte bara för dagspress och veckopress - i första hand har tidsanvändning aktualiserats i samband med undersökningar av radio och tv. Det har blivit allt vanligare att tala om en individs "tidsbudget". Bedömningar av mediepolitik och liknande har baserats på hur lång tid människor ägnar åt enskilda medier.<sup>6)</sup>

Tidsbudgetstudier som underlag för mediejämförelser kan diskuteras. Det förefaller rimligt att ifrågasätta om den tid som ägnas olika medier verkligen är jämförbar. Är det inte nödvändigt att sätta tiden i relation till vad som utnyttjas? Å andra sidan ger tidsnyttjandestudier vissa grundläggande uppgifter om hur länge människor är exponerade för ett visst medium - tiden uttrycker i viss mening ett mediums informations- eller påverkanspotential. Mot denna bakgrund har det bedömts angeläget att även i denna rapport studera lästiden för dagspressen.

### Vad är viktigt i tidningen?

Att studera hur människor tar del av olika innehållstyper är en av de mest grannliga uppgifterna för läsarforskningen. Många källor till osäkerhet finns vilken typ av mätning man än väljer. Prestige, bedömningsproblem och minnesluckor försvårar säkra mätningar.<sup>7)</sup> Med hänsyn till detta har frågan i denna studie inte inriktats direkt på vad människor verkligen tar del av i innehållet utan vad man anser vara viktigt att en dagstidning innehåller.

Med viktigt i tidningen menas här enbart vad människor på direkt fråga bedömer vara viktigt innehåll. Givetvis finns även i detta sammanhang många problem. Ett exempel är svårigheten att veta hur människor uppfattar olika innehållstyper. Vet genomsnittsläsaren vad "lokal arbetsmarknad" eller "energifrågor" egentligen står för? Mycket talar för att man med viktighet inte mäter människors precisa bedömningar av tidningsinnehåll utan snarare förväntningar på tidningen som produkt. Å andra sidan är också detta ett uttryck för människors förhållningssätt till tidningen, vilket medför att bedömningar av vad man upplever som viktigt är en central dimension vid analyser av människors syn på dagspressen.

Samtliga fyra frågeområden ger vissa basfakta om läsarnas användning av morgontidningar. Tillsammans bör de ge en rimlig bild av pressens ställning på marknaden. I och med att Dagspressprojektet enligt planerna skall fortsätta över ett antal år är det på sikt variationerna över tid som är det mest intressanta. De uppgifter som nu presenteras härrör samtliga från hösten 1979.

## II. MATERIAL

### II.1 Datainsamling

Dagspressprojektets empiriska studier bygger i huvudsak på bearbetning av material som insamlats inom ramen för andra undersökningar. För den här aktuella studien har detta skett genom samarbete med Testologen AB. Dagspressprojektet har deltagit i Testologens undersökning Sverige NU, oktober 1979.

Sverige-NU-undersökningen genomförs som en enkätstudie. Frågeformuläret omfattar omkring 20 sidor. Det innehåller normalt frågor om människors tidningsvanor, inköpsvanor, intressen för olika ämnen och aktiviteter. Till detta kommer olika specialfrågor. Undersökningen genomförs sju gånger per år. Varje studie har ett urval på 3.000 personer i åldersintervallet 15 - 70 år. Efter var tredje resp fjärde undersökning kumuleras materialet och bildar underlag för den s k ORVESTO-rapporten. Denna innehåller data om mediers räckvidd i olika målgrupper. De senare definieras inte enbart efter socioekonomiska data utan också efter intresseinriktning.<sup>8)</sup> ORVESTO-rapporten utkommer två gånger per år. Dagspressprojektet använde två sidor i oktober månads Sverige NU. Uppläggningen av de två sidorna gjordes i samarbete mellan Dagspressprojektet och Testologen. De finns bifogade - med ifyllda frekvensfördelningar - som bilaga 1. I bearbetningarna fanns tillgång till Testologens vanliga bakgrundsfrågor. Även dessa bifogas (bilaga 2).

Den praktiska administrationen av Sverige NU startade med utsändningen av ett förvaringskort i slutet av september. Formulären sändes ut den 3 oktober. Uppföljningar med bl a olika erbjudanden till dem som dittills inte svarat skedde i slutet av månaden. Den 22 november var undersökningen avslutad. 90 procent av de inkomna formulären var dock Testologen till handa före oktober månads utgång. Databehandling av materialet har skett hos Testologen.

### II.2 Bortfall

Ett huvudproblem med enkätstudier är det normalt relativt stora bortfallet. Regelmässigt måste man räkna med att enbart ca 70 procent av de utsända formulären besvaras. Till detta kommer ett inte obetydligt internbortfall genom att människor underlåter att besvara enskilda frågor, särskilt då formuläret är kompakt.

Urvalet för Sverige NU oktober 1979 var exakt 3.000 personer dragna ur befolkningsregistret inom åldersintervallet 15-70 år. Ca 350 personer definierades som ej målgruppsaktuella - avflyttade, avlidna, militär-tjänst etc. Totala antalet besvarade formulär var 1.844 eller 70 procent av de målgruppsaktuella. Bortfallet var således 30 procent.

Bortfallsuppföljningen har skett inom delar av den grupp som inte svarat. Genom ett speciellt vägningsförfarande har bortfallet därigenom kunnat nedbringas till 17 procent. I jämförelse med ett befolkningsgenomsnitt är kvinnor och medelålders personer överrepresenterade, medan de yngsta och de äldsta är underrepresenterade. Detta kan utläsas av bilaga 3. Utan att på denna punkt ha ett exakt underlag i bortfallsuppföljningen tyder materialet på att storstadsområdena är underrepresenterade och landsorten överrepresenterad.

Genom den särskilda bortfallsuppföljningen har det ursprungliga materialet vägts upp med hänsyn till bortfallets utseende. I stort sett samtliga resultat bygger på viktade siffror. I bilaga 4 finns en jämförelse mellan oviktade och viktade variabler vad avser kön, ålder och bostadsort i förhållande till tidningsläsning.

### II.3 Metodkommentarer

Det är svårt att bedöma tillförlitligheten hos materialet. Sverige NU har ett omfattande frågeformulär med många och detaljerade frågor. Den bortfallsuppföljning som ägt rum har kunnat kompensera det relativt höga bortfallet. Frågan är emellertid hur stor säkerhet som gäller enskilda procenttal. Vissa indikatorer - bl a svarsfördelningen på andelen morgontidningsläsare - ger antydningar om att det kan finnas problem inbyggda i materialet. Exempelvis tycks vissa åldersgruppers och hemmafruarnas stora andel icke-läsare svårförklarlig med hänsyn till tidigare forskning. Kontroller av olika slag har emellertid inte visat på några tekniska fel.

Att det finns osäkerheter av den typ som redovisats i det föregående gör att det är nödvändigt att tolka enskilda procenttal med försiktighet, särskilt vad beträffar läsning och icke-läsning eller tidsanvändning i olika grupper. Samtidigt är det totala antalet svarspersoner så högt att det tillåter mer ingående analyser än vad som vanligen är möjligt i läsarstudier. Det bör därför kunna ge en rad uppslag och idéer för de fortsatta, årliga studierna.

Vad beträffar bakgrundsvariabler så har dessa måst anpassas till dem som Testologen normalt har med i Sverige NU. Dessa domineras av marknads-motiverade variabler, exempelvis inköpsmönster och inköpsplatser. Vad som däremot saknas är uppgifter om politiska bakgrundsegenskaper, t ex politiskt intresse och organisationsaktivitet men även radio- och tv-konsumtion.

I praktiken har analysen i huvudsak begränsats till tre demografiska och tre socio-ekonomiska bakgrundsvariabler. De demografiska är kön, ålder och bostadsortens storlek och de socio-ekonomiska är förvärvsarbete, utbildning och personlig inkomst - i något fall sammanlagd hushållsinkomst. Bakgrundsvariablerna tillåter i de flesta fall en rimlig nedbrytning i grupper. Det bör emellertid framhållas att bostadsortens storlek och utbildningsvariabeln har en utformning som försvårar specialanalyser. Den förra innehåller alltför få kategorier medan den senare har kategorier som uppvisar en alltför stor likhet med åldersmönstret - vissa av skolkategorierna avspeglar snarast den typiska utbildningsbakgrunden i olika åldersgrupper.

De analyser som är redovisade bygger uteslutande på bivariata tabeller. I och med att materialet i detta första steg databehandlas vid Testologen har det inte varit möjligt att inom den givna tidsramen genomföra mer ingående analyser. Konstanthållningar har därför oftast utformats som hypoteser på grundval av mönster i svaren och tidigare erfarenhet. I ett senare skede kommer materialet att databehandlas vid statsvetenskapliga institutionen i Göteborg. Då kommer ytterligare statistisk bearbetning att ske.

Slutligen bör framhållas att undersökningens karaktär av methodsökning gör att redovisningen i enskilda delar är relativt omfattande. Detta gäller särskilt den avslutande delen om människors bedömningar av vad som är viktigt i tidningen. För framtida presentationer är det angeläget att enbart använda ett mått på hur människor bedömer tidningar. För att ge den intresserade läsaren möjlighet att studera hur olika mått slår är dock denna första redovisning upplagd med en parallell rapportering av olika metoders utfall.

### III. HUR MÅNGA LÄSER DAGSTIDNINGAR?

#### III.1 Vad är "läsning"?

Frågan om allmänhetens tidningsläsning kan besvaras på många sätt. Varje undersökningsmetod ger sitt värde på hur stor andel av allmänheten som läser tidningar. I princip kan två metoder urskiljas. Den ena bygger på människors egen bedömning av hur ofta de läser olika typer av tidningar, den andra utgår från hur många människor som vid ett visst givet tillfälle läst någon tidning.<sup>9)</sup>

Inom kommersiell medieforskning har normalt metoden med "uppskattad regelbundenhet" varit den som använts. Antingen har människor fått ange hur ofta de läser namngivna tidningar eller har de också fått nämna namnen på de tidningar de läser. Det förstnämnda brukar kallas hjälpt erinran och det senare spontan erinran.<sup>10)</sup>

Den här aktuella undersökningen bygger på de svarandes egen bedömning av regelbundenheten i läsningen. I undersökningen finns både frågor med spontan och hjälpt erinran med. Den fråga som mer specifikt tar sikte på den totala morgontidningsläsningen är emellertid baserad på spontan erinran. Det brukar anses att spontan erinran ger något lägre värden på läsning än hjälpt erinran. Detta gäller emellertid i första hand veckopress eller månadstidningar, där den lägre utgivningsfrekvensen kan leda till glömskeeffekter. För dagspress - särskild morgonpress - torde frågor baserade på spontan respektive hjälpt erinran ge ungefär samma andel läsare.<sup>11)</sup>

Den metod som här används för att bedöma "läsning" gäller givetvis inte läsning i begränsad mening. Det finns inget krav att den svarande skall ha läst hela tidningen eller ens en större del av den. Även om det i frågan (bilaga 1) talas om läsning så bör svaret tolkas så att det gäller regelbunden exponering för en tidning. I det följande kommer innebörden av läsning respektive exponering att diskuteras mer utförligt och bli föremål för jämförelser med andra metoder.

#### III.2 Exponering för morgontidningar

Undersökningen visar att 93 procent av de tillfrågade uppger sig läsa minst en morgontidning regelbundet. Med regelbundet menas här minst en gång per vecka. Definitionen är således relativt generös. Å andra sidan



har andra studier visat att en ökning i kravet på regelbundenhet till exempelvis minst tre eller fyra gånger per vecka ger en andel läsare som är bara några få procentenheter lägre.<sup>12)</sup>

Siffror på drygt 90 procent är normala i undersökningar av svenskarnas morgontidningsläsning. För våren 1979 redovisar den s k ORVESTO-rapporten ett räckviddstal på 91 procent för morgonpress. Även om räckviddstalet är framräknat på annat sätt så brukar det tolkas som andelen läsare.<sup>13)</sup>

Även på det aktuella undersökningsmaterialet har beräknats ett motsvarande räckviddstal. Detta ligger på 92 procent.

Tidningsläsningen beräknad på grundval av människors uppgivna läsning har varit relativt stabil under lång tid. Pressens funktioners studie från 1974 - studien avsåg dock enbart fyra områden<sup>14)</sup> - visade att 96 procent läste minst en morgontidning regelbundet. Testologens räckviddsanalyser sedan mitten av 1970-talet har givit ungefär samma tal varje år.<sup>15)</sup>

ORVESTO-rapporten har emellertid ändrat redovisning fr o m 1979, varför jämförelsen över tid inte är helt rättvisande.

Utan att ha fullständig jämförbarhet över tid torde det dock finnas grund för en slutsats om stabilitet i exponering för dagspress. Den mycket svaga minskningen som kan iakttas mellan Pressens funktioners studie 1974 och den nu aktuella studien kan till huvuddelen hänföras till skillnader i urvalets sammansättning, särskilt det faktum att Stockholm inte ingick i materialet från 1974. De fortsatta studierna av tidningstillgång med den här använda tekniken kommer emellertid att på sikt medföra en avgörande förbättring av bedömningsunderlaget när det gäller trenden i dagspress-exponering.

Att det finns vissa skillnader i människors exponering för dagspress mellan olika geografiska områden bekräftas i undersökningen. De lokala morgontidningarna i storstäderna - Stockholm, Göteborg och Malmö - når 84 procent av allmänheten, i jämförelse med 88 procent i landsorten. Skillnaden mellan storstads- och landsortsområden kan förefalla marginell. Det bör då framhållas att analysen gäller ortstidningen - all överspridning, t ex läsning av Dagens Nyheter eller Svenska Dagbladet utanför A-region 01 (Storstockholmsområdet), är exkluderad. Om överspridningen skulle läggas till skulle exponeringen i landsorten öka väsentligt. Vidare finns det en inte obetydlig skillnad mellan de tre storstadsområdena - det är i första hand inom Storstockholm som exponeringen är låg medan den i Göteborg ligger på samma nivå som i landsorten.<sup>16)</sup>

Ortsskillnader har emellertid inte bedömts vara någon central fråga för denna studie - den kommer att behandlas i senare specialstudier av enskilda orter.

### III.3 Läsargrupper

Andelen 93 procent tidningsläsare (föregående avsnitt) beskriver det totala genomsnittet för allmänheten. I tabell 1 finns en översikt av hur exponeringen ser ut inom några demografiska grupper - kön, ålder och ortstorlek.

Tabell 1 Läsning av dagspress. Andel av allmänheten som läser någon morgontidning minst en gång per vecka, fördelat med hänsyn till demografiska bakgrundsegenskaper (procent)

Bakgrunds- egenskap		Läser	Läser ej	Totalt	n
<u>Kön</u>	Män	94	6	100	1 008
	Kvinnor	91	9	100	1 127
<u>Ålder</u>	15-19	94	6	100	173
	20-24	91	9	100	206
	25-34	91	9	100	489
	35-44	93	7	100	399
	45-54	92	8	100	358
	55-64	94	6	100	349
	65-70	94	6	100	161
<u>Orts- stor- lek</u>	Under 5 000 inv	91	9	100	542
	5 000-50.000 inv	93	7	100	769
	Över 50.000 inv	95	5	100	704
TOTALT		93	7	100	2 135

Analysen av demografiska bakgrundsvariabler avslöjar relativt små avvikelser mellan grupperna. Dagspressexponeringen tycks vara något högre bland män än bland kvinnor och bland tätortsboende än bland landsbygdsbefolkning. Skillnaderna är emellertid i de flesta fall inom felmarginalen.

Med hänsyn till tidigare diskussioner är det intressant att åldersfaktorn tycks betyda relativt lite. Andelen som regelbundet läser tidningar är ungefär densamma i olika åldersgrupper. Vad som kanske hade förväntats vore en något klarare markering av att de yngre exponerar sig för morgontidningar i något mindre utsträckning än de äldre.

Det måste framhållas att materialet i fråga om ålderskillnader uppvisar vissa svårförklarliga mönster. Uppdelningar av materialet i femårsintervall visar exempelvis att tillgången till tidning är markant högre i varannan åldersgrupp. En analys av yrkesbakgrund visar att den grupp som exponerar sig minst för dagstidningar är hemmafruar. Även detta avviker från tidigare iakttagelser. De redovisade exemplen innebär att uppställningen måste tolkas med viss försiktighet. Fortsatta test av materialet kommer senare att göras.

Tabell 2 Exponering för dagspress. Andel av allmänheten i olika befolkningsgrupper som läser en morgontidning minst en gång per vecka - socio-ekonomiska variabler (procent)

Bakgrunds- egenskap		Läser	Läser ej	Totalt	n
<u>Yrke:</u>	Heltid	93	7	100	1 091
	Deltid	94	6	100	392
	Hemmafru	85	15	100	202
	Studerande	94	6	100	159
	Pensionär	92	8	100	217
<u>Utbild- ning:</u>	Folkskola	91	9	100	844
	Grundskola/ Fackskola	92	8	100	565
	Gymnasium/ Högskola	96	4	100	703
<u>Personlig<sup>a)</sup> inkomst</u>	Under 30 000	91	9	100	556
	30 000-50 000	92	8	100	463
	50 000-70 000	93	7	100	605
	70 000-90 000	93	7	100	276
	Över 90 000	98	2	100	144
TOTALT		93	7	100	2 135

a) avser bruttoinkomst före skatt.

Bortsett från de angivna oklarheterna bekräftar dock tabell 1 tidigare studier. Det är små skillnader mellan bakgrundsgrupperna. Detsamma gäller i huvudsak tabell 2, där vissa socio-ekonomiska bakgrundsvariabler har prövats - yrke, utbildning och inkomst. Exponeringen för dagstidningar är i stort sett densamma hos alla grupper i samhället. Observera dock den tidigare redovisade avvikelserna i fråga om hemmafruar. Annorlunda uttryckt kan tidningsspridningen sägas vara "demokratisk" - tidningar har jämnare spridning än de flesta andra informationskällor i samhällsfrågor, t ex mötesdeltagande, bokläsning eller kontakt med myndigheter. Enbart exponeringen för tv ligger på samma nivå som exponeringen för dagspress.

Även om materialet visar på en jämlik tidningstillgång finns emellertid tendenser att de socio-ekonomiska bakgrundsegenskaperna betyder mer för människors tidningsläsning än de demografiska. Utbildnings- och inkomstskillnader ger olikheter i dagspressexponering. Att dessa skillnader trots allt är små har att göra med att det här enbart gäller en tidning. Om analysen inkluderat antal regelbundet lästa tidningar skulle de socio-ekonomiska bakgrundsfaktorerna troligen visat sig ha betydligt större genomslag - antalet lästa tidningar skulle öka betydligt med högre social position.<sup>17)</sup>

## IV. HUR SKAFFAR MAN SIG SIN TIDNING?

### IV.1 Att "skaffa sig" tidningen

Det vanliga sättet att skaffa sig en morgontidning är att prenumerera på den, att skaffa sig en kvällstidning betyder att man köper lösnummer. Det tycks vara självklara påståenden. Å andra sidan tycks de inte vara helt hållbara. Trots att upplagorna - det som säljs genom prenumeration eller lösnummer - fluktuerar är spridningen ofta relativt konstant. Exempelvis tycks nedgången i storstadspressens upplagor under slutet av 1970-talet inte nämnvärt ha påverkat antalet läsare.<sup>18)</sup>

Avvikelsen mellan försåld upplaga och spridning bör betyda att fler läser färre exemplar av tidningen. Detta antyder att morgontidningar söker sig fram på andra vägar till hushållet än den traditionella prenumerationen. Det har talats om betydelsen av tillgång till dagspress via bibliotek eller på arbetsplatser. Ökande prenumerations- och lösnummerpriser kan också tänkas leda till att man lånar tidningar mellan hushåll eller att man läser tidningar hos bekanta.

För att belysa hur tidningsspridningen egentligen går till har i undersökningen ställts frågor om hur man skaffar sig sin morgontidning - i vilken utsträckning det sker genom prenumeration i det egna hushållet och i vilken utsträckning man har tillgång till tidningen på annat sätt. Vidare har företagits en specialanalys av personer som tidigare prenumererat.

### IV.2 Prenumeration

Prenumeration visar sig vara det klart vanligaste sättet att skaffa sig sin lokala morgontidning. 86 procent av läsarna har tillgång till tidningen genom att de själva eller någon annan i hushållet prenumererar på den. Till detta kommer att fem procent av icke-läsarna faktiskt har en tidning i sitt hushåll. Uttryckt på ett annorlunda sätt betyder detta att ca 80 procent av allmänheten har tillgång till en lokal morgontidning genom en hushållsprenumeration - och att så gott som alla också läser den abonnerade tidningen regelbundet.

Det har på senare tid diskuterats om prenumerationer minskar i omfattning. En jämförelse över tid tyder dock inte på några egentliga förändringar av tidningstillgången i hushållet. Siffror på andelen prenumeranter

1974 anger exakt samma siffra som 1979 - 80 procent.<sup>19)</sup> Den äldre studien är dock inte på samma sätt riksrepresentativ som den från 1979. En nationellt representativ undersökning från 1974 visade på att hushållen till 87 procent hade tillgång till daglig tidning.<sup>20)</sup> Siffran är emellertid inte jämförbar med de andra i och med att det här inte gällde prenumeration respektive att morgontidningar inte skiljdes ut från kvällstidningar. Även om studien är riksrepresentativ kan den således inte läggas till grund för jämförelse med den här aktuella studien. En allmän bedömning tyder dock på att andelen prenumeranter är stabil

Tabell 3 Prenumeration på dagspress: Andel av läsarna som prenumererar på minst en morgontidning.

Bakgrundsvariabler		Prenumererar	Prenumererar ej	Totalt	n
<u>Kön:</u>	Män	85	15	100	945
	Kvinnor	87	13	100	1 031
<u>Ålder:</u>	15-19	88	12	100	162
	20-24	70	30	100	187
	25-29	74	26	100	204
	30-39	88	12	100	458
	40-49	86	14	100	318
	50-59	94	6	100	358
	60-70	90	10	100	289
<u>Ortsstorlek:</u>	Under 5 000	88	12	100	491
	5000-50 000	86	14	100	715
	Över 50 000	85	15	100	668
TOTALT		86	14	100	1 976

#### IV.3 Prenumeration i olika grupper

Tillgången till en prenumererad tidning i det egna hushållet varierar i viss utsträckning mellan olika befolkningsgrupper. När det gäller de demografiska bakgrundsvariablerna visar sig de äldre och de gifta prenumerera oftare är yngre och ogifta. Skillnaderna är dock inte stora. Prenumeration tycks hänga samman med en stabilitet i livssituationen. Typiskt är att

den yngsta åldersgruppen - 15-19 år - har en betydligt högre andel med hushållsprenumeration än de näst yngsta grupperna - 20-29 år (tabell 3). Det är de senare grupperna som troligen just har bildat eget hushåll men ännu ej "stabiliserat" sig så att de prenumererar i samma utsträckning som äldre. De yngsta däremot bor sannolikt hos sina föräldrar och har därmed tillgång till en lokal morgontidning genom föräldrarnas prenumeration. Resultaten kan utläsas av tabell 3.

Tabell 4 Prenumerationsandelar bland grupper som skiljer sig åt i fråga om socio-ekonomisk position (procent av antalet läsare).

Bakgrundsvariabel	Prenumererar	Prenumererar ej	Totalt	n	
<u>Yrke:</u>	Heltid	83	17	100	1 018
	Deltid	90	10	100	368
	Hemmafru	93	7	100	172
	Studerande	86	14	100	150
	Pensionär	89	11	100	199
	Annat	81	19	100	67
<u>Utbildning:</u>	Folkskola	87	13	100	769
	Grundskola/ Fackskola mm	84	16	100	521
	Gymnasium/ Högskola	85	15	100	670
<u>Hushålls- inkomst:</u> a)	Under 50 000	80	20	100	536
	50 000-70 000	85	15	100	347
	70 000-90 000	88	12	100	298
	90 000-110 000	89	11	100	249
	Över 110 000	92	8	100	355
TOTALT	86	14	100	1 976	

a) Total hushållsinkomst före skatt.

Inte heller de socio-ekonomiska bakgrundsvariablerna tycks ha någon avgörande betydelse för om människor prenumererar på någon morgontidning eller ej. Skillnaderna mellan olika yrkes- respektive utbildningsgrupper

är små. Den mindre andelen prenumeranter bland heltidsarbetandes kan dock nämnas. Skillnaderna mellan inkomstgrupper är ännu mer påtaglig - andelen som har prenumeration ökar med den totala hushållsinkomsten. A andra sidan finns det knappast något underlag för påståendet att det skulle vara enbart bättre situerade människor som anser sig kunna lägga ned pengar på en morgontidningsprenumeration.

Översikten av svenskarnas prenumertionsbenägenhet för morgontidningar tyder på att de flesta människor har en prenumererad morgontidning i sitt hushåll. Skillnaderna mellan olika befolkningsgrupper är små. Den enda tendens av större intresse som framkommer gäller 20-29-åringarnas mindre prenumerationsbenägenhet. Resultatet kan - som i det föregående - tolkas som en livscykelprocess. Innebörden av denna tolkning är att dessa grupper kommer att ta upp en prenumeration när de "stabiliserat" sig.

En annan tolkning av den lägre andelen prenumeranter bland de yngre är att de anser den dagliga morgontidningen umbärlig - att det räcker med att läsa den på arbetsplatsen eller på annat ställe utanför hemmet. Konsekvensen av detta skulle kunna bli att de även då de blir äldre anser det onödigt att abonnera på någon tidning. En sådan tolkning kan inte omedelbart avvisas. En sådan analys kräver en tidsserie av data. Tidigare studier tyder emellertid på att livscyklförklaringen troligen är den rimligaste. De fortsatta studierna av tidningsläsning under 1980-talet får emellertid pröva de två hypoteserna mer ingående.

I detta sammanhang är det också rimligt att ställa frågan i vilken utsträckning människor har upphört med sin prenumeration. Materialet ger inget fullständigt svar på frågan. Det kan emellertid utläsas att ca 25 procent av ickeläsarna har upphört med en tidningsprenumeration. Andelen är högre bland medelålders och högutbildade.<sup>21)</sup> Det går inte att bedöma när detta skett och av vilket skäl. Resultaten kan dock även uttryckas på det omvända sättet - ca 75 procent av dem som inte läser någon morgontidning har aldrig haft någon prenumeration.



#### IV.4 Andra sätt att skaffa sig morgontidningen.

Hur har då de som inte prenumererar tillgång till morgontidningar? Det vanligaste sättet är att de läser tidningar på arbetsplatsen. Ca 45 procent av icke-prenumeranterna har tillgång till tidningen på detta sätt. Siffran motsvarar ca 6 procent av allmänheten (tabell 5). Andra vanliga sätt att skaffa sig morgontidningar är att köpa lösnummer - 28 respektive 4 procent - och att låna eller läsa tidningen hos bekanta - 27 respektive 3 procent.

Tabell 5 Andra sätt att skaffa sig morgontidningen. Andel av icke-prenumeranter respektive av allmänheten (procent av läsare)

Anskaffningssätt	Procent av samtliga	Procent av icke-prenumeranter
Läser hos bekanta	2	17
Lånar hos bekanta	1	11
Läser på arbetet/skolan	6	44
Läser på bibliotek	0	3
Köper lösnummer	4	28
Fri tidning	1	4
n	2 135	279

Anm. Summan av procentalen kan överstiga 100% eftersom flera alternativ kunnat anges.

Anskaffningssätten illustrerar skillnader i hur dagstidningar används. Arbetsplatsläsning och lån hos bekanta betyder att en och samma tidning sannolikt kommer att läsas av betydligt fler människor än ett hushållsprenumererat exemplar. Detta ger också en förklaring till skillnader mellan hushållstäckningen som den mäts av TS och den totala räckvidden som den bl a framgår i denna rapport

Det är uppenbart att anskaffningssätten varierar kraftigt mellan olika grupper av läsare. Yrkesarbete och livssituation bör ge helt olika möjligheter att komma i kontakt med tidningar. I tabell 6 finns icke-prenumeranternas tidningsanskaffning redovisad med hänsyn till bakgrunds-egenskaper.

Tabell 6 Icke-prenumeranternas tidningsanskaffning inom olika grupper av befolkningen (procent).

Bakgrunds- variabler		Läser hos bekanta	Lånar av bekanta	Läser på arbete	Bib- lio- tek	Lös- num- mer	Fri- ex	Antal
<u>Kön:</u>	Män	10	11	46	4	28	4	141
	Kvinnor	24	11	42	1	27	5	138
<u>Ålder:</u>	15-24	32	5	50	5	20	5	76
	25-34	18	8	56	1	24	6	80
	35-49	6	15	38	1	27	7	71
	50-59	(5)	(5)	(36)	-	(32)	(5)	22
	60-70	13	27	17	3	23	-	30
<u>Orts- storlek:</u>	-5 000	22	28	42	-	22	2	60
	5-50 000	17	10	49	2	21	2	99
	50 000-	12	9	43	5	37	6	99
<u>Yrke:</u>	Heltid	17	9	52	2	24	5	172
	Deltid	8	13	50	3	26	-	38
	Stud	(19)	-	(52)	-	(38)	(5)	21
<u>Utbild- ning:</u>	Folksk	15	14	25	2	32	2	97
	Grsk/Fsk	21	13	48	4	30	5	82
	Gymn	19	4	56	2	28	2	57
	Högsk	9	7	65	2	12	12	43
<u>Person- lig in- komst:</u>	-30 000	24	22	13	4	33	2	46
	30-50 000	15	8	42	6	33	8	72
	50-70 000	17	11	55	-	21	-	109
	70-90 000	9	6	63	-	20	11	35

Anm: Procenten är beräknade på antalet icke-prenumeranter. De kan överstiga 100 procent då flera alternativ kunnat anges.

Analysen med hänsyn till bakgrundsegenskaper visar att arbetsplatsen för de flesta är det viktigaste sättet att skaffa sig tidningen. Bland pensionärer, folkskoleutbildade och låginkomsttagare är andelen för arbetsplats lägre än övriga. Den gemensamma nämnaren för dessa grupper är att de förvärvsarbetar i mindre utsträckning än övriga - folkskolegruppen genom

att denna till övervägande del består av äldre personer (jfr metodavsnittet). Den största andelen arbetsplatsläsare finner man bland de yngre, bland de högutbildade och bland höginkomsttagarna.

En intressant iakttagelse i materialet är den höga andelen arbetsplatsläsare bland de yngre. Detta är också den grupp som - enligt tabell 3 - har en lägre andel prenumeranter. Medan högutbildade och höginkomsttagare tycks ha tillgång till en andra eller en tredje tidning på arbetsplatsen gäller detta bland de yngre den enda tidning de regelbundet läser.<sup>22)</sup> Vidare tyder materialet på att det framför allt är tjänstemän som har tillgång till tidningar på detta sätt.

Att låna eller läsa dagstidningen hos bekanta tycks i första hand vara ett landsortsfenomen. I orter under 5 000 invånare har hälften av icke-prenumeranterna tillgång till tidningen på detta sätt. Det är också vanligare bland kvinnor, bland yngre och bland låginkomsttagare. Resultatet kan förefalla spegla sociala kontaktmönster som iakttagits även i andra studier, exempelvis att mediekontakter spelar en större roll för informationsspridningen<sup>23)</sup> i storstäder än de gör på landsbygden.

När det gäller lösnummerköp är detta ett vanligt sätt att skaffa sig tidningen bland icke-prenumeranter med låg inkomst, boende i storstad. Också den höga andelen lösnummerköpare inom folkskolegruppen kan förefalla anmärkningsvärd: var tredje icke-prenumerant inom denna grupp skaffar sig den lokala morgontidningen genom lösnummerköp - medan detta endast gäller var femte bland de högutbildade. Relationerna är desamma mellan låg- och höginkomsttagare. Siffrorna kan möjligen illustrera hypotesen "the poor pay more".<sup>24)</sup> Folkskolegruppen och låginkomsttagarna köper oftare lösnummer. De betalar därmed mer än för prenumeration medan högutbildningsgruppen sannolikt har gratis tidningstillgång på arbetet. Typiskt är också att det är i den senare gruppen som friexemplaren har störst betydelse.

Eftersom resultaten enbart avser en tidpunkt och äldre jämförelser i huvudsak saknas är det omöjligt att uttala sig om trender i tidningstillgång. Inför kommande tidsserieanalyser finns dock skäl att uppmärksamma framför allt de yngres tidningstillgång via arbetsplatsen. Denna bör relateras till den jämförelsevis låga andelen prenumeranter i denna grupp. Även om detta idag troligen främst speglar en fas i livscykeln (Jfr avsnitt IV 3) är det inte orimligt att tänka sig att andelen som läser morgontidningen på arbetsplatsen kan komma att öka i framtiden.

#### IV.5 Läsplats

Det vanligaste sättet att vid sidan av prenumeration ha tillgång till den lokala morgontidningen är via arbetsplatsen. Mot denna bakgrund är det intressant att få belyst hur stor andel av allmänheten som också läser sin tidning på arbetsplatsen. Tabell 7 visar att av ca 90 procent av läsarna läser morgontidningen i bostaden. Arbetsplatsläsningen ligger enbart på ca 10 procent. Å andra sidan ligger denna betydligt högre än övriga läsplatser, exempelvis kollektiva transportmedel eller hos bekanta. Även bland prenumeranter finns en mindre del som läser tidningen på arbetet.

Tabell 7 Läsplats (procent)

Läsplats	Procent av samtliga	Procent av läsare	Procent av prenumeranter
Bostad	82	89	96
Arbete	10	11	5
Övrigt	2	3	1
<u>Icke-läsare</u>	<u>7</u>	<u>=</u>	<u>=</u>
Totalt	101	103	102
n	2 135	1 976	1 697

Anm. På grund av att de svarande kunnat ange mer än ett alternativ blir summan av procenttalen mer än 100 procent.

Siffrorna är knappast ägnade att förvåna. Dagspressläsning är något som förekommer i hemmet. Samtidigt ger tabellen ingen upplysning om det alltid varit så, eller om andelen arbetsplatsläsare ökat eller minskat. Det senare förefaller sannolikt men kan prövas först genom framtida studier. Samtidigt är det av intresse med internationella jämförelser för att belysa i vilken utsträckning detta kan vara en svensk företeelse.

Självklart hänger valet av läsplats mycket nära samman med livssituationen i övrigt, exempelvis om man är förvärvsarbetande eller om man bor i storstadsområde. Tabell 8 belyser förhållandet mellan olika bakgrundsvariabler och platsen för tidningsläsningen.

Tabell 8 Läsplats för olika befolkningsgrupper (procent av läsare)

Bakgrunds- egenskaper		Bostad	Arbete	Övrigt	Antal
<u>Kön:</u>	Män	88	12	3	944
	Kvinnor	90	10	2	1 033
<u>Alder:</u>	15-19	90	6	6	161
	20-24	75	24	8	187
	25-34	85	16	3	446
	35-44	88	12	2	373
	45-54	91	9	1	330
	55-64	96	4	1	327
	65-70	100	1	-	154
<u>Orts- storlek:</u>	-5 000	91	9	2	494
	5-50 000	89	11	2	712
	50 000-	87	12	4	670
<u>Yrke:</u>	Heltid	84	16	3	1 015
	Deltid	92	8	1	375
	Hemmafru	98	1	1	175
	Studerande	89	7	6	150
	Pensionär	100	1	-	199
<u>Utbild- ning:</u>	Folkskola	92	7	1	767
	Grundsk/Fsk	88	14	2	521
	Gymnasium	87	11	5	386
	Högskola	85	15	4	284
<u>Personlig inkomst:</u>	-30 000	96	2	2	504
	30-50 000	88	13	3	431
	50-70 000	82	17	2	565
	70-90 000	87	14	4	256
	90 000-	92	9	3	140

Anm: Procenttalen överstiger i några fall 100, beroende på att de svarande kunnat markera mer än ett alternativ.

Att läsa tidningen i bostaden visar sig spela störst roll i samtliga grupper. Utfallet av analyserna i tabell 8 är också i övrigt i stort sett

det förväntade. Det är i de förvärvsarbetande grupperna som arbetsplatsläsningen spelar någon roll. Särskilt intressant är på nytt åldersfaktorns betydelse. Inom gruppen 20-24 år läser mer än var femte personen lokala morgontidningen på sin arbetsplats - 22 procent (av samtliga). Även övriga läsplatser spelar en betydligt större roll inom denna grupp - 7 procent. Siffrorna på "arbetsplatsläsning" måste relateras till förekomsten av tidningar på arbetsplatsen som tidigare diskuterats. Materialet ger inte underlag för sådana bedömningar för urvalet i sin helhet. Det kan dock konstateras att en studie från motsvarande tid visade att ca 80 procent av de förvärvsarbetande uppgav sig ha tillgång till en lokal morgontidning på arbetsplatsen. Andelen gäller för en större landsortsstad.<sup>25)</sup>

Beträffande övriga bakgrundsvariabler är mönstret inte lika klart. Ökad inkomst, ökad ortsstorlek och lägre utbildning tycks leda till att man oftare läser tidningen på annan plats. Tendensen är dock svag och ingalunda enhetlig. Det tycks emellertid finnas en antydning att läsande utanför hemmet mera är ett storstadsfenomen - 20 procent i storstaden mot 13 procent i landsorten. Detta skulle i så fall stödja tidigare antaganden om att livssituationen i storstaden är en annan och att detta även påverkar tidningsläsningen.<sup>26)</sup>

De avikelser som diskuterats måste i första hand betraktas som underlag för fortsatta diskussioner. Det genomgående mönster som framträder är att de flesta människor prenumererar på sin lokala morgontidning - och att de läser den i sin bostad.

## V. HUR LANG TID LÄSER MAN TIDNINGEN ?

### V.1 Vad är "lästid"?

Frågan om hur lång tid människor ägnar åt mediekonsumtion har utvecklats till att bli en av de centrala frågorna inom masskommunikationsforskningen. En av orsakerna till detta förhållande är sannolikt att tidsanvändningen på ett konkret sätt illustrerar mediernas roll i människors vardag. En elev som går ut grundskolan har exempelvis tillbringat längre tid framför tv-apparaten än i skolan.<sup>27)</sup> I den allmänna debatten har sådana uppgifter en uppenbar slagkraft.

Samtidigt är det självklart att "tid för medieanvändning" är ett mycket grovt mått på mediernas betydelse. För det första kan det visas att det finns både en primär- och en sekundärkonsumtion av medier. Med primärkonsumtion menas att människor enbart ägnar sig åt ett medium, sekundärkonsumtion att man samtidigt med mediekonsumtionen också sysslar med något annat. Sekundärkonsumtion är vanligast ifråga om ljudradion och förekommer i viss utsträckning beträffande tv. Dagspress och veckopress är i första hand primärkonsumtionsmedier.<sup>28)</sup>

Mot den redovisade bakgrunden blir det uppenbart att konsumtionstid innebär olika saker för olika medier. Exempelvis är det rimligt att anta att en tidningsläsare på kortare tid tillägnar sig mer information än en tv-tittare eller en radiolyssnare. Det är vidare sannolikt att detta indirekt påverkar mätningar av konsumtionstid. Tiden för konsumtion av olika medier kommer att upplevas på olika sätt.

Ett annat problem gäller själva metoden att få fram uppgifter via människors egen tidsbedömning. Eftersom lästiden sannolikt varierar mellan olika dagar beroende på olika omständigheter kommer människors uppskattning av konsumtionstiden att bli ett relativt abstrakt genomsnitt.<sup>29)</sup>

Ett sätt att komma förbi detta är att fråga efter människors konsumtion en viss bestämd dag. Om människors konsumtionstid fördelar sig relativt slumpmässigt varje dag bör detta ge ett hyggligt genomsnitt för konsumtionstiden. Denna metod har också använts i en tidigare analys av mediekonsumtion hösten 1979. Å andra sidan förefaller en dags konsumtion vara ett vanskligt mått som grund för analyser av individuella variationer.<sup>30)</sup>

För att få fram ett rimligt mått på lästider har i föreliggande studie prövats en annan infallsvinkel. Människor har för olika tider på dagen

fått ange hur lång tid de genomsnittligt ägnar åt tidningsläsning. Det förefaller troligt att bestämningen till tidpunkt på dagen gör frågan mer konkret och att människor därmed har lättare att erinra sig sin "normala" tid för tidningsläsning. Samtidigt ger frågekonstruktion goda möjligheter för analyser av hur lästiden fördelar sig över dagen. Trots att tidsanvändningsfrågan formulerats på detta sätt finns det skäl att påpeka att den i likhet med andra frågor om genomsnittlig lästid inte får tolkas som ett exakt uttryck för lästid i minuter. Den är snarast ett allmänt mått på människors upplevelse av sin lästid.

## V.2 Total lästid

Den totala lästiden för den lokala morgontidningen finns presenterad i tabell 9. Tabellen redovisar fördelningen enligt en "femminutersskala". Procent har beräknats både på det totala antalet svarande och på dem som uppgivit sig läsa en morgontidning regelbundet - "läsarna". Vidare finns det totala genomsnittsvärdet angivet i marginalen.

Tabell 9 Lästid för den lokala morgontidningen i femminutersintervall (procent och medelvärde)

Grupp	Total lästid i minuter															Genomsnitt	n
	0	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	60-	Tot		
Samtliga	7	1	8	13	13	9	18	6	6	5	3	1	5	4	99	27,9	2 135
Läsare	-	2	9	14	14	9	19	6	6	5	3	1	6	4	98	30,1	1 977

Procentalen för samtliga har sitt största intresse då det gäller att beräkna omfattningen i allmänhetens tidningsläsning. Det framgår att ca 7 procent uppger att de inte ägnar den lokala morgontidningen någon tid. Detta är samma grupp som på direkt fråga svarar att de inte läser någon lokal morgontidning regelbundet (tabell 1). Vidare framgår att ca 10 procent ägnar tidningen ca 10 minuter, drygt 50 procent uppger en lästid på mellan 15 och 30 minuter. Slutligen anger knappt 30 procent en lästid på över 30 minuter. Genomsnittet för allmänheten ligger på ca 30 minuter.

Lästiden för samtliga kan direkt jämföras med andra studier. Mest intressant är att ställa dessa siffror i relation till den samtidigt genomförda studien av människors tidningsläsning en genomsnittlig dag - hur lång tid



man ägnade gårdagens tidning. Denna studie genomfördes också i oktober 1979 och har presenterats i en tidigare rapport.<sup>31)</sup> Den visade att omkring 25 procent inte läst någon morgontidning, ca 40 procent hade läst mindre än en halvtimme och drygt 30 procent hade ägnat morgontidningen en halvtimme eller mer. I jämförelse med dessa siffror ger den här aktuella studien något högre siffror.

Siffrorna för den totala lästiden bland allmänheten ger en bild av morgontidningens ställning bland allmänheten. För att få underlag för bedömningar av hur tidningarna tas emot är det dock mera rimligt att enbart studera hur lång tid läsarna ägnar åt sin tidning. En analys av läsarna ger också större möjligheter till jämförelser mellan läsare i olika undersökningar. I den nedre delen av tabell 9 finns en redovisning av läsarnas tidsfördelning. Med hänsyn till att det enbart redovisats 7 procent icke-läsare blir dock procentandelarna för olika tidsintervall bland läsarna ganska lika dem för allmänheten totalt. Det visar sig att ca 10 procent är att betrakta som lågkonsumenter - enbart 10 minuters läsning eller mindre, 60 procent ägnar morgontidningen mellan 15 och 30 minuter och drygt 30 procent är - relativt sett - högkonsumenter och läser tidningen mer än en halvtimme.

Läsarnas bedömning av sin "normala" lästid för den lokala morgontidningen ger ett genomsnitt på nästan exakt 30 minuter. Detta är en siffra som redovisats även i tidigare studier under 1970-talet. Den genomsnittliga lästiden - studerad med "skattningsmetod" - tycks således inte förändrats på något avgörande sätt under senare år.<sup>32)</sup> Samtidigt måste dock beröras frågan om "det jämna minuttalets makt" - människor skulle då uppge ca 30 minuter för att det verkar vara en jämn siffra i allmänhet. Sådana tendenser finns också i materialet - andelarna för 30 minuter i tabell 9 är exempelvis högre än 25 och 35 minuter. Å andra sidan visar resultatet av lästidanalysen en tydlig spridning på låg- och högkonsumenter. Det är därför snarast fördelningen som måste jämföras mellan olika undersökningar. Också denna visar sig dock vara ungefär densamma som i jämförbara studier.

En jämförelse mellan läsarnas skattning av sin "normala" konsumtion och studien av läsningens tidsfördelning en genomsnittlig dag visar på relativt likartade siffror. En genomsnittlig dag i oktober 1979 hade 55 procent av läsaren en lästid under 30 minuter och 45 procent på 30 minuter eller mer. Den skattade "normaltiden" ligger bland 50 procent av läsarna

på under 30 minuter och bland 50 procent på 30 minuter och över. Skattningen ger således något färre lågkonsumenter. Skillnaderna är emellertid mindre än väntat. Jämförelsen måste samtidigt tolkas med försiktighet. Studierna har genomförts med olika metoder och "endagsstudien" hade inte en lika noggrann uppdelning i minuter. Det senare innebär att det inte går att göra direkta jämförelser per "femminutersintervall". Det finns dock goda möjligheter att gå vidare i dessa jämförelser och därmed belysa en del tidigare frågor om lästidsmätning.<sup>33)</sup>

### V.3 Lästid för olika tidningar

En erfarenhet från tidigare studier av lästid är att det finns variationer mellan olika typer av tidningar. Det har bl a påvisats att storstadspressen ägnas genomsnittligt längre tid än landsortspressen samtidigt som denna pressgrupp har en hög andel lågkonsumenter. För att pröva i vilken utsträckning en sådan tendens kan iaktas även i föreliggande studie har storstadstidningsläsarna i storstäderna Stockholm, Göteborg, Malmö jämförts med landsortspressläsarna i landsorten. Resultatet redovisas i tabell 10.

Tabell 10 Lästiden för storstads- och landsortspress (procent av läsare och medelvärden)

Tidnings- typ	Lästidsgrupper i minuter				Total	Genom- snitt	n
	1-10	11-20	21-30	31-			
Storstad	8	21	30	40	99	34,1	514
Landsort	12	32	27	28	99	28,1	1 336
TOTALT	11	27	27	33	98	30,1	1 977

Anm: I medelvärdesberäkningen har de med lästid över 60 min räknats som 60 min.

Resultaten bekräftar till viss del tidigare antaganden. Den genomsnittliga lästiden för storstadspressen är 34 minuter - i jämförelse med landsortspressens 28 minuter. Samtidigt framgår dock att lågkonsumtionsgruppen - 10 minuter eller mindre - är 8 procent i storstadspressen och 12 procent i landsortspressen. Även om skillnaden mellan de två tidningsgrupperna i detta avseende är marginell så visar sig högkonsumtionsgruppen - över 30 minuters genomsnittlig lästid - vara betydligt större i storstadspressen.

Landsortstidningarnas läsare ligger till närmare 60 procent samlade mellan 15 och 30 minuter. Lästiden bör även sättas i relation till utbudet. Storstadstidningarna har en betydligt större volym än den genomsnittliga landsortstidningen. Tidigare studier av storstads- och landsortspress har exempelvis visat att tiden per läst innehållsenhet är längre inom landortspressen.<sup>34)</sup>

Det bör observeras att siffrorna enbart avser läsare inom respektive tidningars utgivningsområden. De läsare av storstädernas morgontidningar som bor utanför respektive utgivningsområde ingår inte i analysen. Det kan förmodas att de som exempelvis läser Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet utanför Stockholmsområdet är en intresserad grupp och att deras lästid ligger över genomsnittet.<sup>35)</sup> Om dessa läsare ingått skulle tro- tigen genomsnittstalet för storstadspressen i sin helhet ökat något.

#### V.4 Lästid i olika läsargrupper

Skillnaderna i lästid mellan storstads- och landsortspressens läsare kan ha att göra med både tidningarnas utseende och innehåll, och olikheter i läsekretsarnas sammansättning alternativt livssituation. För att belysa detta krävs det vidare analyser av hur lång tid olika läsargrupper ägnar åt tidningen. Tidigare studier har visat att framför allt åldersfaktorn påverkar lästidens längd. I tabell 11 redovisas lästidens fördelning för ett antal demografiska variabler. Tabellen bekräftar i huvudsak ålderns samband med lästidens längd. Andelen som läser tidningen mer än en halvtimme är bland de yngsta under 25 procent och bland de äldsta ca 60 procent. Genomsnittsvärdet ökar i varje åldersgrupp från ca 25 minuter i den yngsta till ca 43 minuter i den äldsta.

Tabellen antyder också en skillnad mellan män och kvinnor samt att lästiden ökar med stigande ortsstorlek. Det senare kan ses som ett uttryck för den tidigare nämnda skillnaden mellan storstads- och landsortstidningar medan det förra är mer svårbedömt. Mycket talar för att könsvariabeln uttrycker vissa intresseskillnader, som hänger samman med könsrollerna. Om detta antagande är riktigt skulle resultatet betyda att männens intresseprofil har större motsvarighet i morgontidningarnas innehåll än kvinnornas. En annan typ av förklaring som framförts beträffande männens längre tv-tittande tar mera sikte på könsrollerna i hushållet. Kvinnorna har mer hemmasysslor och kommer därmed att få mindre tid över till tidningsläsning.<sup>36)</sup>

Tabell 11 Tid för tidningsläsning bland läsare med olika demografiska bakgrundsegenskaper (procent av läsare och medelvärden)

Bakgrunds- egenskaper	Lästid i minuter					Totalt	Genom- snitt	N
	1-10	11-20	21-30	31-				
<u>Kön:</u> Män	10	25	26	39	100	32,6	936	
Kvinnor	12	33	31	25	101	27,8	1 027	
<u>Alder:</u> 15-19	22	37	19	23	101	25,4	162	
20-24	18	32	28	22	100	25,5	186	
25-34	12	35	30	23	100	27,3	443	
35-44	10	31	35	25	101	27,8	368	
45-54	10	29	27	33	99	30,5	327	
55-64	5	21	27	46	101	36,5	324	
65-70	3	10	28	59	100	42,8	153	
<u>Orts- storlek:</u> -5 000	14	31	26	29	100	27,8	493	
5-50 000	10	32	26	31	99	30,7	708	
50 000 -	8	23	33	36	100	32,3	661	
<b>TOTALT</b>	<b>11</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	<b>98</b>	<b>30,1</b>	<b>1 977</b>	

Anm: se tabell 10. Medelvärdena har beräknats på så sätt att icke-läsarna exkluderats.

Diskussionen om könsskillnadernas innebörd kan ytterligare belysas genom en analys av de socio-ekonomiska variablernas förhållande till lästiden (tabell 12). Denna visar lästidskillnader mellan olika yrkes-, utbildnings- och inkomstgrupper. Det är svårt att på grundval av dessa finna några mönster som inte kan föras tillbaka till de demografiska variablerna. Exempelvis visar sig studerande ägna morgontidningen relativt kort tid medan pensionärer har lång lästid, ett resultat som rimligen uttrycker åldersskillnaden. Samtidigt visar sig ingen större skillnad mellan heltidsarbetande och hemmafruar. Möjligen har hemmafruarna en något jämnare tidsanvändning - andelen lågkonsumenter är mycket liten i denna grupp.

Förhållandet mellan heltidsarbetandes och hemmafruars lästid tyder på att hemarbetande kvinnor ägnar något kortare tid åt morgontidningen än yrkesverksamma. Detta antagande kan emellertid inte beläggas i tabell 12. För detta krävs ytterligare bearbetningar, som inte varit möjliga inom ramen för denna rapport.

Tabell 12 Tid för tidningsläsning bland läsare med olika socio-ekonomiska bakgrundsvariabler (procent av läsare)

Bakgrunds- variabel	Lästid i minuter				Tot	Genom- snitt (min)	N	
	1-10	11-20	21-30	31-40				
<u>Arbete:</u>	Heltid	11	27	29	33	100	30,0	1 007
	Deltid	14	35	28	24	100	27,1	367
	Hemmafru	3	35	35	26	100	29,0	173
	Studerande	21	39	22	18	100	24,3	149
	Pensionär	2	12	28	58	100	43,0	199
<u>Utbild- ning:</u>	Folkskola	8	29	28	35	100	31,5	760
	Grundsk/Facksk	15	28	28	30	100	28,8	518
	Gymnasium	14	32	27	27	100	29,4	383
	Högskola	5	28	35	32	100	31,2	283
<u>Personlig Inkomst:</u>	Under 30 000	11	35	30	24	100	28,3	503
	30 000-50 000	14	31	25	30	100	29,7	428
	50 000-70 000	12	25	32	30	100	30,1	558
	70 000-90 000	6	21	28	45	100	34,9	253
	Över 90 000	6	23	28	43	100	33,1	141
TOT.	11	27	27	33	98	30,1	1 977	

Anm: se tabell 10 och 11.

Det har tidigare nämnts att utbildnings- och inkomstvariablerna bättre än yrkesarbete uttrycker människors sociala position. Det visar sig dock att de två variablerna ger ett något olika utslag. Resultatet visar inte på några större skillnader mellan utbildningsgrupperna. Folkskole- och högskolegrupperna har i det närmaste samma medelvärde. Å andra sidan är det troligt att likheten i medelvärde har uppkommit genom inverkan av två skilda bakgrundsfaktorer. Inom folkskolegruppen är det sannolikt den genomsnittligt högre medelåldern som ligger bakom den längre lästiden, inom högutbildningsgruppen är det större tidningsintresset, som också manifesteras i fler lästa tidningar

Annorlunda uttryckt betyder detta att lästiden ökar med högre social position. Detta bekräftas av inkomstvariabeln. Den visar inte lika tydliga utslag som ålderfaktorn men en monotont ökande lästid kan iakttagas. Bland låginkomsttagarna är genomsnittet 28,3 minuter - i jämförelse med 33,1 minuter i höginkomstgruppen. Man kan spekulera över detta resultat. En hypotes som har framförts är att dagstidningarnas innehåll bättre svarar mot informationsbehovet inom högre socio-ekonomiska grupper.<sup>37)</sup> I praktiken betyder detta att det finns en "basläsning" för alla i den lokala morgontidningen. Denna tar en relativt begränsad tid, kanske 15-20 minuter

och syftar till att "kolla upp om det hänt något särskilt". De som läser mera har antingen gott om tid eller har funnit något av särskilt intresse. Det är de senare som nu antas bestå av människor i högre socio-ekonomisk position, de har ett intresse av politik, ekonomi och kultur och finner ett motsvarande innehåll i sin tidning. Undersökningen kan inte direkt verifiera denna hypotes - för detta krävs bl a analyser av läsmönster - men den bör dock kunna ge en infallsvinkel på problemet varför människor läser tidningar.

Översikten av genomsnittlig lästid och lästidsvariationer hösten 1979 uppvisar i huvudsak ett förväntat mönster. Inför framtiden finns det skäl att uppmärksamma behovet att gå vidare i den här typen av analyser. Särskilt viktigt är att ställa storstads- och landsortspressens läsare med olika bakgrundsegenskaper mot varandra i syfte att belysa skillnader i lässituation som har betydelse för den tid man ägnar åt morgontidningen. Det ger underlag för bedömningar om vilken betydelse innehållet har i förhållande till individuella bakgrundsegenskaper.

#### V.5 Lästidens förläggning

En infallsvinkel som tidigare sällan blivit undersökt är lästidens förläggning på dagen. Det finns en allmän föreställning om att morgontidningar läses enbart på morgonen - eller i varje fall på förmiddagen - men det finns få studier som har undersökt tidpunkten för läsningen respektive lästidens fördelning över dagen.

Föreliggande studie visar på en förhållandevis jämn fördelning av lästiden över dagen. Av de svarandes bruttolästid ligger drygt 40 procent före kl 8 på morgonen - men drygt 30 procent ligger efter kl 17. Detta kan utläsas av kolumnen längst till höger i tabell 13 (sid 31).

I det följande skall två aspekter på lästidens förläggning belysas. Först redovisas den individuella lästidens fördelning över dagen totalt och för olika grupper. Därefter diskuteras "återkommande" läsning, d v s i vilken utsträckning människor brukar läsa morgontidningen vid mer än ett tillfälle.

Lästid under dagen. Ett översiktligt sätt att belysa lästiden under dagen är att studera hur lång tid läsarna ägnar sin morgontidning vid olika tider på dagen. Detta kan utläsas av tabell 13. I denna anges för fyra olika tidsintervall - före kl 8, 8-12, 12-17 och efter 17 - hur lästiden fördelar sig.

Tabell 13 Lästidens fördelning under olika tidsintervall under dagen (procent av läsare och genomsnittsvärden)

Tidsintervall	Lästid															Tot	Genom- snitt (min)	Brutto- lästid i procent
	0 min	Ca 5 min	Ca 10 min	Ca 15 min	Ca 20 min	Ca 25 min	Ca 30 min	Ca 35 min	Ca 40 min	Ca 45 min	Ca 50 min	Ca 55 min	Ca 60 min	Över 60 min	Ej svar			
Före kl 08.00	34	8	15	15	9	2	10	1	1	1	0	0	1	1	1	100	13	42
Kl 08.00-12.00	75	2	5	6	3	1	5	0	1	0	0	—	0	1	1	100	5	16
Kl 12.00-17.00	85	2	3	3	2	1	2	0	0	0	0	—	0	0	1	100	3	10
Efter kl 17.00	50	7	9	11	8	2	9	1	1	1	0	0	1	1	1	100	10	32
																	31	100

N = 1963

Anm: Det högre genomsnittet - 31 min - har uppkommit genom avrundningsfel.

Huvudresultatet av tabell 13 är den stora spridningen på lästiden. Av genomsnittsläsarens 31 minuter per dag ligger enbart 18 minuter på morgonen och förmiddagen. 13 minuter eller ca 1/3 av lästiden ligger på eftermiddagen och kvällen. Tabellen kan också analyseras så att andelen läsare som tittar något i tidningen är ca 65 procent före kl 8, 25 procent mellan 8 och 12, 15 procent mellan 12 och 17 och 50 procent efter kl 17. Det är således före och efter normalarbetstidens slut som de största läsandelarna finns och därmed de högsta genomsnittliga lästiderna.<sup>38)</sup>

Analysen i det föregående bygger på samtliga som läst tidningen vid något tillfälle under dagen. Om man enbart utgår från dem som läst tidningen inom varje tidsintervall så faller lästiden ut på det sätt som framgår av tabell 14.

Tabell 14 Tidsfördelning bland läsare inom varje tidsintervall.(procent)

Lästillfälle	Lästid i minuter			Totalt	n
	1-15	16-30	31-		
Före kl 8	58	37	5	100	1 291
Kl 8-12	53	39	8	100	486
Kl 12-17	57	38	5	100	281
Efter kl 17	54	40	6	100	976
TOTALT	25	42	31	98	1 977

Vad som möjligen kunde förväntats av tabell 14 vore en större andel långtidsläsare senare på dagen. Någon sådan tendens kan inte utläsas. Snarast är det anmärkningsvärt hur likartat läsare inom olika tidsintervall fördelar sin tid. Vid varje tidpunkt är det en majoritet av läsarna som ägnar morgontidningen en kvart eller mindre.

Tidpunkt för läsning. En förklaring till resultatet i tabell 14 är givetvis att personer som läst något vid ett tidsintervall återkommer vid en senare tidpunkt och fortsätter sin läsning. Ett sätt att beskriva detta är att ta fram kumulativ läsning. Detta innebär att läsning vid ett tillfälle ställs mot läsning vid annat tillfälle. Ett sätt att illustrera detta är att studera hur stor andel som vid olika tider på dagen nåtts av morgontidningen. En sådan "tidningsspridnings-" eller "nyhetsspridningsstudie" visar att 66 procent av läsarna har tittat i sin tidning före kl 8. Kl 12 har 85 procent nåtts av tidningen. En sådan analys av kumulativ tidningsspridning under dagen kan ytterligare utvecklas, t ex genom jämförelser mellan olika tidnings- och läsargrupper. Detta har dock ej varit möjligt inom ramen för denna studie.<sup>39)</sup>

Det finns även andra möjligheter till analyser av lästillfälle särskilt med hänsyn till återkommande läsning. Ett exempel på en sådan översikt finns i tabell 15. Där visas människors läsning vid olika tillfällen under dagen. Tabellen skall läsas lodrätt. Exempelvis framgår att av dem som läst något i tidningen före kl 8 tittar drygt 52 procent i den på nytt efter kl 17. Av dem som läser tidningen efter kl 17 har 68 procent läst tidningen också före kl 8.

Huvudtendensen i tabellen är att anmärkningsvärt stor andel av läsarna tittar i tidningen vid mer än ett tillfälle. Det kan dock förmodas att läsning efter kl 17 ofta handlar om att se efter tv-programmet. Å andra sidan har den tidigare översikten visat att den genomsnittliga lästiden är så lång att många människor rimligen läser i tidningen också på kvällen. Denna återkommande morgontidningsläsning är ett fenomen som sällan diskuterats i tidigare läsarstudier. Det har ofta varit ett underförstått antagande att det skulle handla om en lässituation. Teoretiskt betyder återkommande läsning att ett tidningsexemplar kan användas av samma person vid olika tillfällen och av skilda anledningar. Praktiskt innebär det att delar av tidningsinnehållet kommer att exponeras för läsaren vid mer än ett tillfälle. Innebörden av "återkommande läsning" måste dock bli föremål för ytterligare prövning innan några slutsatser kan dras.



Tabell 15 Återkommande läsning. Andel av läsarna vid en viss tidpunkt som även läst tidningen vid en annan tidpunkt (procent)

Läststillfälle	Läststillfälle			
	Före kl 8	8-12	12-17	Efter kl 17
Före kl 8	-	23	42	68
8-12	9	-	26	18
12-17	9	15	-	13
Efter 17	52	36	44	-
ANTAL	1 291	486	281	976

Tabell 15 medger inte analyser av det totala antalet läsare vid annan tidpunkt. Det är exempelvis inte möjligt att summera procenttalen i tabellens kolumner. Det förefaller inte orimligt att ett mindre antal aktiva tidningsläsare i verkligheten svarar för en stor del av den återkommande läsningen. Detta antagande måste emellertid prövas i fortsatta bearbetningar.

#### V.6 Lästidpunkt i olika grupper

Lästidpunkterna - och därmed läsningens fördelning över dagen - kan variera mellan olika grupper. Med hänsyn till analysen av lästid är det rimligt att anta att demografiska och socio-ekonomiska bakgrundsegenskaper också påverkar lästidens fördelning. Materialet ger stora möjligheter till en rad dataanalyser. Inom denna rapport är det dock inte möjligt att genomföra alla bearbetningar. Analysen kommer därför att begränsas till andelen läsare för olika grupper inom de olika tidsintervallen. Detta åskådliggörs i tabell 16, där både de demografiska och de socio-ekonomiska bakgrundsvariablerna tagits med.

Vad beträffar de demografiska variablerna framgår att män läser tidningen både något tidigare och något senare än kvinnor. Särskilt efter kl 17 är andelen män betydligt högre än andelen kvinnor. Det torde finnas skäl att sätta detta i samband med de tidigare omnämnda könsskillnaderna för tv-konsumtion. Män använder uppenbarligen en större del av den lediga tiden efter kl 17 till mediekonsumtion än vad kvinnor gör. Detta intryck förstärks av att drygt 25 procent av männen ägnar tidningen 20 minuter eller mer på kvällen - i jämförelse med 15 procent bland kvinnorna.

Tabell 16 Andelen läsare inom olika tidsintervall för olika befolkningsgrupper (procent av läsare)

Bakgrunds- variabler	Lästillfälle			
	Före kl 8	8-12	12-17	Efter 17
<u>Kön:</u> Män	<u>66</u>	18	14	<u>57</u>
	57	<u>28</u>	14	37
<u>Alder:</u> 15-19	60	18	<u>23</u>	<u>61</u>
	50	<u>31</u>	<u>18</u>	<u>56</u>
	58	30	12	<u>48</u>
	<u>68</u>	18	<u>15</u>	<u>48</u>
	<u>66</u>	19	11	42
	<u>62</u>	21	14	43
	58	<u>30</u>	10	30
<u>Ort:</u> Under 5 000	49	23	<u>18</u>	46
	<u>65</u>	24	13	46
	<u>68</u>	24	12	<u>49</u>
<u>Yr- kes- arb:</u> Heltid	<u>67</u>	17	13	56
	60	<u>28</u>	<u>16</u>	37
	44	<u>40</u>	14	27
	<u>62</u>	21	<u>21</u>	<u>60</u>
	56	<u>32</u>	9	27
<u>Utb</u> Folksk	60	21	12	37
	58	<u>25</u>	14	47
	<u>64</u>	<u>27</u>	<u>17</u>	<u>59</u>
<u>Pers ink:</u> Und 30 000	53	<u>31</u>	<u>16</u>	38
	57	24	<u>16</u>	37
	<u>62</u>	23	14	<u>54</u>
	<u>71</u>	17	12	<u>61</u>
	<u>85</u>	8	10	<u>63</u>
TOTALT	61	24	14	47

Understrykning anger att siffran ligger över medelvärdet. Procenttalen summerar inte till 100 beroende på att tidningen kan läsas vid mer än en tidpunkt (Jfr texten).

Dessa könsskillnader i tidsanvändning på kvällen har tidigare påvisats för TV-konsumtion.<sup>40)</sup>

När det gäller åldersskillnader framgår att morgonläsningen är högre i de aktiva grupperna - 35-54 år. Särskilt låg är andelen i gruppen 20-24år. Kvällsläsning av morgontidningen är däremot vanligare bland de yngre - det finns en klar tendens att det med ökande ålder blir en minskande andel läsare efter kl 17. Samtliga åldersvariationer kan - som tidigare - sättas i samband med livscykeln. Dygnsrytmen inom olika grupper med hänsyn till förvärvsarbete m m framträder i tidpunkten för tidningsläsning.

Människor i orter av olika storlek uppvisar något skilda mönster i sin läsning. På de mindre orterna är andelen morgonläsare mindre. Samtidigt är emellertid även andelen kvällsläsare inte anmärkningsvärt stor. Möjligen kan skillnaderna till viss del hänga samman med lokaltidningarnas utdelningstider. En alternativ förklaring kan vara skillnader i arbetsresor eller i demografisk struktur - i de mindre orterna är andelen äldre personer större, vilket torde dra ner morgonläsningen.

Även de socio-ekonomiska faktorerna speglar i många avseenden dygnsrytmen hos den enskilde. Den heltidsarbetande läser i första hand före och efter arbetet, för den deltidsarbetande finns även möjligheter att läsa mitt på dagen. Bland hemmafruar och pensionärer sträcker sig lästiden längre in på förmiddagen. I dessa grupper är andelen läsare fortfarande relativt hög mellan 8 och 12. Båda grupperna har emellertid en relativt låg andel kvällsläsning. Bland de studerande är eftermiddags- och kvällsläsning mycket vanlig.

Utbildnings- och inkomstgrupperna ger en något annan infallsvinkel på tidpunkten för tidningsläsning. Bland högutbildade och delvis bland höginkomsttagarna finns en tendens att ligga betydligt över genomsnittsvärdena för fler tider på dagen. Något tillspetsat skulle detta mönster kunna sägas uttrycka en större närhet till tidningen. Här framträder en bild av personer som ständigt har tidningen "inom räckhåll". Tidningen är en del av deras vardag på ett annat sätt än för övriga. Detta mönster ligger väl i linje med tidigare analyser som har visat att bland människor med högre social position, särskilt högre utbildning, anses tidningen vara bästa informationskällan i de flesta frågor.<sup>41)</sup>

Analysen av tidpunkt för tidningsläsning i olika grupper tyder således på att denna styrs av en rad olika faktorer. En av de viktigaste tycks vara den enskildes dygnsrytm, vilken i sin tur påverkas av förvärvsarbete och arbetsfördelning i hushållet. En andra faktor är tillgången till tidningen vid olika tidpunkter. Den tredje faktorn av betydelse är förhållningssättet till tidningen, t ex. att ständigt ha tidningen i närheten. Faktorernas inbördes förhållande har inte här kunnat prövas men bör kunna bli föremål för fortsatta analyser, bl a mot bakgrund av att de sannolikt mycket väl uttrycker morgontidningarnas ställning inom olika läsar-grupper.

## VI VAD ÄR VIKTIGT I TIDNINGEN?

### VI.1 Att bedöma tidningsinnehåll

Rubriken för detta avslutande kapitel riktas mot vad som är viktigt i tidningen - och inte mot vad som läses. Inriktningen har valts bl a i syfte att få veta hur människor ser på morgontidningarnas innehåll - även om de inte läser hela detta innehåll regelbundet. Resultatet av en sådan bedömning torde ge en bild av vad människor förväntar sig av tidningen. Detta kan i sin tur ge underlag för diskussioner om vad en tidning skall innehålla.

När man talar om viktigheten hos olika typer av tidningsinnehåll och låter människor bedöma vad de anser vara viktigt finns samtidigt vissa uppenbara risker. En sådan är att människor bedömer det mesta viktigt. På frågeformuläret kryssar man för "mycket viktigt" eller "ganska viktigt" för de flesta innehållstyper. Denna typ av svar uttrycker troligen en allmänt positiv inställning till tidningen. Det finns inget som man anser vara särskilt oviktigt: Tidningen skall vara ett smörgåsbord, där man själv skall välja ut det man anser vara mest viktigt bland många viktiga saker. Konsekvensen av detta resonemang är att det kan uppstå stora avvikelser mellan viktighetsbedömningen och vad människor faktiskt tar del av. Samtidigt pekar detta på en annan risk i viktighetsbedömningen - den kan påverkas av prestigefaktorer: Det finns sådant som man anser vara "fint" även om man inte läser just det innehållet. Även det omvända förhållandet förekommer: Man tycker inte att ett visst innehåll är "fint" - men man läser det regelbundet.<sup>42)</sup>

Det har givetvis varit av intresse att utöver dessa bedömningar också ha någon indikator på hur människor läser olika innehållstyper i morgontidningarna. Detta är emellertid både teoretiskt och praktiskt komplicerat och har t v fått anstå. I de kommande undersökningarna inom Dagspressprojektet är avsikten att också försöka få fram jämförbara läsdata.

I detta kapitel kommer först den totala rangordningen av innehållets viktighet att diskuteras, dels i allmänhet, dels för olika typer av tidningar. Därefter tas olika läsargrupperns prioritetsordningar fram. Avslutningsvis diskuteras tänkbara dimensioner i människors syn på sin lokala tidning på basis av en analys av likheten i människors bedömningar.

## VI.2 Viktigt och oviktigt i tidningen

I undersökningen fick de tillfrågade ta ställning till 37 innehållskategorier som brukar förekomma i morgontidningar. För varje alternativ skulle svarspersonerna ange om de ansåg det mycket viktigt, ganska viktigt, något viktigt, varken viktigt eller oviktigt, något oviktigt, ganska oviktigt och mycket oviktigt - en sjugradig skala. Alternativen hade grupperats i fyra innehållstyper: allmänt innehåll, lokala nyheter, särskilda ämnen och annonser. Frågans konstruktion framgår av bilaga 1.

Frågan kan synas komplicerad att ta ställning till. Så gott som alla svars personer har emellertid markerat alternativ - internbortfallet begränsar sig till knappt 4 procent. Bortfallet är på ungefär samma nivå för alla alternativ. Exempelvis kan inte märkas något ökande bortfall på de senare alternativen. En fullständig översikt av svaren finns också i bilaga 1. I denna har markerats svarsprocenten för samtliga alternativ samt medelvärde och spridning för samtliga svarande.

Huvudintrycket av bilaga 1 är en överlag positiv bedömning. För 20 av innehållskategorierna ligger medelvärdet på 5 eller över - dvs anses viktiga av en majoritet av de tillfrågade. Övriga ligger kring mitten på skalan. Alla kategorier har minst ett par procent som anser just det innehållet mycket viktigt. Resultatet av människors bedömning kan uttryckas så att det mesta av innehållet är viktigt.

### Det mest viktiga - tre redovisningar

I introduktionen till detta kapitel framhölls att man borde vänta sig en i allmänhet positiv bedömning av tidningsinnehållet i en undersökning av detta slag. Resultatet speglar den positiva inställning till dagspress som även kommit till uttryck i analyserna av exponering och lästid. För att komma ett steg längre i analysen är det nödvändigt att mer ingående granska den relativa fördelningen av svaren. Det gäller således att söka ta fram en meningsfull rangordning av innehållskategorierna på grundval av de lämnade svaren. I det följande redovisas tre olika metoder för redogörelsen. Först ges en rangordning baserad på medelvärdet för varje innehållstyp, därefter en som bygger på procentandelarna. Slutligen görs en presentation som utgår från ett sammanfattande index. Det är den senare metoden som sannolikt kommer att utnyttjas i framtida studier över tid.

Det första alternativet är att rangordna på grundval av medelvärdet för samtliga svarande på varje innehållskategori. En rangordning på grundval av medelvärde åskådliggör den totala läsargruppens kollektiva bedömning.

Måttet är delvis konstruerat och tar bl a inte hänsyn till spridningen mellan olika läsare. För att ge en uppfattning om spridningen mellan olika läsare kan medelvärdet dock kompletteras med en uppgift om spridningen.

Det andra alternativet till rangordning är att ta hänsyn till spridningen i läsarnas preferenser redan i måttet. Det enklaste sättet är då att utgå från procentandelarna, som anser olika kategorier viktiga respektive oviktiga. Rangordningen kan sedan göras antingen efter vad som är viktigt eller efter vad som är oviktigt.

För att på en gång belysa de två alternativa rangordningarna och ge en uppfattning om viktighetsbedömningarnas grundläggande struktur har tabell 17 sammanställts. Det ger en bild av vilka kategorier som ansetts mest respektive minst viktiga enligt de två alternativsätten att rangordna. I tabellerna anges både de kategorier som anses mest och de som anses minst viktiga. Kategorierna i mitten har utelämnats. En fullständig översikt finns dock i bilaga 1.

Tabell 17 Mest och minst viktigt i den lokala morgontidningen  
Två rangordningar

A. Rangordning efter medelvärde

Typ av innehåll	Medelvärde	Standardavvikelse
<u>Mest viktigt</u>		
Inrikesnyheter	6,05	1.05
Radio/tv-material	5,90	1.15
Miljöfrågor	5,54	1.26
Utrikesnyheter	5,51	1.32
Lokal arbetsmarknad	5,46	1.32
Riksdag/regering	5,44	1.32
<u>Minst viktigt</u>		
Populärvetenskap	4,37	1.50
Känt folk på orten	4,20	1.70
Korsord och tävlingar	4,12	1.77
Mode	3,83	1.81
Seriesidan	3,77	1.78
Noveller/följetonger	2,92	1.64

Amn. Skalan går från 1-7. 1 = mycket oviktigt 7 = mycket viktigt.

Tabell 17 forts.

B. Rangordning efter procentandel "mycket viktigt"

Typ av innehåll	Andel "mycket viktigt"	Andel "oviktigt"
<u>Mest viktigt</u>		
Inrikesnyheter	38%	3%
Radio/tv material	34%	4%
Lokal arbetsmarknad	23%	8%
Utrikesnyheter	23%	9%
Miljöfrågor	22%	7%
Riksdag/regering	22%	8%
Platsannonser	21%	14%
Lokala affärsannonser	20%	9%
Veckoannonsering	20%	13%
Sport	20%	24%
<u>Minst viktigt</u>		
Musik/teater	6%	26%
Samlevnadsfrågor	6%	28%
Känt folk på orten	6%	31%
Populärvetenskap	5%	23%
Mode	5%	41%
Noveller	2%	63%

Anm. I kolumnen "oviktigt" ingår summan av alternativen något oviktigt, ganska oviktigt och mycket oviktigt.

I medelvärdesrangordningen ligger inrikesnyheter och radio/tv-material klart högst. De ligger omkring värdet 6 på den sjugradiga skalan. Spridningen kring medelvärdet är liten. Även miljöfrågor, utrikesnyheter, lokal arbetsmarknad och riksdag/regering har höga medelvärden och begränsad spridning. I botten ligger bl a mode, serier och noveller/följetonger. För samtliga dessa gäller dock att de har en stor spridning kring medelvärdet.

Rangordningen efter procenttal ger till en början samma bild som medelvärdesrangordningen. I tabellen - där rangordningen gjorts efter andelen som sagt att respektive innehåll är mycket viktigt - ligger inrikesnyheter och radio/tv-materialet i topp. Också miljöfrågor, utrikesnyheter, riksdag/regering



och lokalarbetsmarknad finns med. Samtidigt visar sig vissa andra kategorier komma in bland dessa. Detta gäller särskilt annonskategorierna och sporten. Dessa skiljer sig till viss del från de övriga genom att ha en inte obetydlig andel av allmänheten som anser dem oviktiga.

De två alternativen ger således en relativ samstämmig bild av vad människor anser vara viktigt i den lokala morgontidningen. Det förefaller vara en stor enighet om betydelsen av vissa traditionella innehållskategorier medan meningarna uppenbarligen går isär beträffande mer specifika innehållstyper. Det senare blir bäst belyst av procentrangordningen. Exempelvis framgår att var femte individ anser sporten mycket viktig - men att var fjärde tycker att den är oviktig. Rangordningen efter "oviktighet" är med andra ord inte någon exakt omvändning av viktighetsordningen, vilket framgår av tabell 17B.

Ett sätt att sammanfatta bedömningen vore att ta häsyn till både "viktigt" och "oviktigt" samtidigt. Detta har gjorts i figur 1 på sidan 43. Denna bygger på ett enkelt index, som räknats fram på grundval av procentrangordningen: procentandelen för "mycket viktigt" har minskats med andelen för "oviktigt". Detta innebär att alternativen "ganska viktigt" och "något viktigt" samt "varken viktigt eller oviktigt" behandlats som "mittvärdet" och därmed inte direkt ingår i indexberäkningen. Annorlunda uttryckt visar indexet ett nettovärde - "mycket viktigt" minus "oviktigt". Exempelvis kan på grundval av tabell 17B utläsas att inrikesnyheter får index 35 - 38 procent minus 3 procent - och att sport får -4 - 20 procent minus 24 procent. För att en innehållstyp skall komma högt på den kollektiva rangordningen fordras således att den både har många som anser den mycket viktig och få som anser den oviktig.

Figur 1 kan uppfattas som en "termometer" på viktigheten hos olika innehållstyper. Nollpunkten markerar ett läge där lika stor andel anser ett innehåll mycket viktigt som bedömer det oviktigt. Det måste här på nytt framhållas att värdena måste studeras relativt - att många ligger på minus innebär inte att de i absolut mening är oviktiga - den stora andel som anser det mesta ganska eller något viktigt är här inte invägd. Det intressanta med termometern är möjligheten att få fram jämförelser över tid samt att kunna ta "temperaturen" i olika läsargrupper.

På "viktighetstermometern" kommer inrikesnyheter, radio-tv i klar ledning. En grupp bildas av lokal arbetsmarknad, miljö, utrikes samt regering/riksdag,

en annan av lokala affärsannonser, kommunalpolitik och skolfrågor. Detta är innehåll som så gott som alla anser viktigt och få tycker är oviktigt. Många kategorier ligger sedan kring mitten av skalan - "nollpunkten". Annorlunda uttryckt anger de främsta kategorierna sådant som människor är eniga om är viktigt - övrigt är sådant där meningarna är delade och där olika läsargrupper har olika preferenser (se vidare nedan).

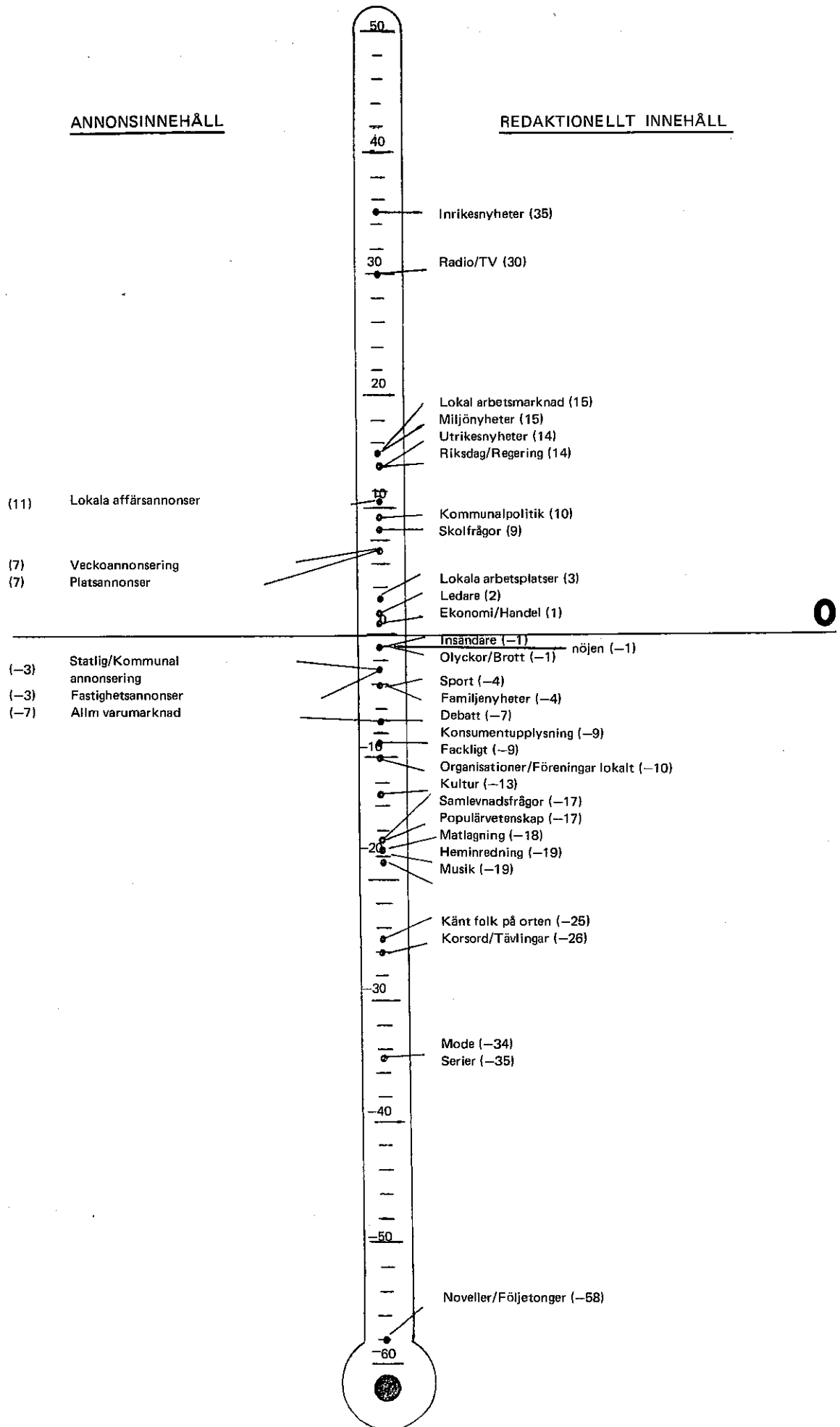
Figur 1 innehåller också uppgifter om det minst uppskattade tidningsinnehållet. Noveller och följetonger samt mode och serier hamnar i botten av skalan. Låga placeringar blir det också för känt folk på orten och korsord. Till stor del bekräftar även dessa "bottennoteringar" den allmänna slutsatsen att människor troligen påverkas av vad som redan idag ges utrymme i den lokala tidningen. Man kan dock fundera över den låga placeringen för seriesidan, liksom delvis för mode och noveller, följetonger. Detta är innehåll som regelbundet förekommer i de flesta tidningar, men de har ändå relativt låga värden på viktighet. En förklaring ligger i att det är innehåll som det råder delade meningar om. Det finns både intresserade och ointresserade av detta innehåll. De senare är dock i majoritet.

Analysen av vad människor anser vara viktigast i tidningen bekräftar i stort sett tidigare, jämförbara undersökningar. Inrikesnyheter och radio/tv-material har också då kommit högt. Detta har gällt både vid bedömningar av viktighet och vid frågor om vad man läser.<sup>43)</sup> Läsarstudier har samtidigt visat på det stora intresset för lokalnyheter. Ett sådant intresse framträder inte i föreliggande studier. Lokalnyheterna ligger snarast stabilt i mitten av översikten i bilaga 1. En förklaring kan vara att lokala nyheter inte anses så viktiga men ändå läses i stor omfattning; en annan - och kanske mer närliggande - är att lokalnyheterna som här medvetet splittrats upp i en rad enskilda innehållstyper, därigenom får lägre viktighetsvärden för varje enskild kategori.<sup>44)</sup> Tillsammans har de ändå ett högt värde för läsarna. Omvänt är det rimligt att tänka sig att inrikesnyheterna - och möjligen även radio/tv - är en så allmän rubrik att de flesta kan finna meningsfullt innehåll inom den. Många av de kategorier som redovisades i frågan som "allmänna nyheter" kan i själva verket sägas vara enskilda inrikesnyheter. Mot denna bakgrund blir således inrikesnyheter mindre intressant - och de enskilda kategorierna av större intresse.

### VI.3 Samstämmighet i bedömningarna

Diskussionen aktualiserar ytterligare ett perspektiv på viktighetsbedömningarna. Innehållstyperna kan ordnas efter samstämmighet bland läsarna. En sådan rangordning startar med det innehåll där samstämmigheten är hög och går sedan mot minskande samstämmighet. Ett mått på detta är standardavvikelser. I tabell 18 har de fem mest homogena kategorierna ställts mot de fem mest heterogena.

FIGUR 1 Vad är viktigt i morgontidningen?  
Index på allmänhetens viktighetsbedömningar (se vidare texten)



Tabell 18 Mest homogena och mest heterogena innehållstyperA. De fem mest homogena innehållstyperna

Typ av innehåll	Standard- avvikelser	Medel- värde
1. Inrikesnyheter	1.07	6,05
2. Radio/tv-material	1.07	6,05
3. Miljöfrågor	1.26	5,54
4. Olyckor och brott	1.28	5,16
5. Lokala arbetsplatser	1.31	5,14

B. De fem mest heterogena innehållstyperna

Typ av innehåll	Standard- avvikelser	Medel- värde
1. Sport	1.88	4,83
2. Mode	1.81	3,83
3. Seriesidan	1.78	3,77
4. Korsord och tävlingar	1.77	4,12
5. Känt folk på orten	1.70	4,20

Rangordningen efter allmänhetens samstämmighet om innehållet visar på nytt den stora enigheten om inrikesnyheternas, radio/tv-materialets samt miljöfrågorna. Det finns också ett likartat synsätt på nyheter om olyckor och brott samt lokala arbetsplatser. De bedöms inte som lika viktiga men det finns en gemensam uppfattning om vad de har för värde. Tabellen ger en förnyad bekräftelse av att inrikes- och radio/tv-stoffets höga placering i tabell 17 kommer av att de har liten spridning och högt genomsnittsvärde. Detta bekräftar tidigare antagande att dessa kategorier är så allmänna att de tycks kunna tillfredsställa alla läsare.

Det heterogena stoffet har både många intresserade och många ointresserade. Många anser i och för sig sporten vara "mycket viktig" - men fler anser den oviktig (tabell 17). För mode, serier, korsord och känt folk gäller detsamma. De senare har dessutom relativt få som anser dem vara mycket viktiga. Bristen på samstämmighet kring dessa innehållstyper kan

föras tillbaka till olika läsargrupperns förväntningar på tidningar. Bakom innehållstyperna skymtar köns- och åldersskillnader i bedömningen av vad en morgontidning skall innehålla. Detta kommer att diskuteras mer utförligt i avsnitt VI.5.

Huvudresultatet av det rangordnade innehållet är att det finns ett stort antal kategorier om vars viktighet det råder stor enighet. Detta gäller en mycket stor del av de vanligare kategorierna i en tidning. Resultatet kan tolkas så att människor har svårt att frigöra sig från vad som brukar förekomma i tidningen - man kan inte ta ställning till sådant man inte har sett så mycket av.<sup>45)</sup> Resultatet kan möjligen ses som ett tecken på tillfredsställelse med tidningen eller kanske hellre som ett uttryck för en stark vanemässighet i kontakten med tidningen. I det följande skall detta mer utförligt diskuteras med utgångspunkt från hur olika tidningsgruppers läsare rangordnar respektive tidningars innehåll.

#### VI.4 Viktighet i olika tidningar

I ett tidigare kapitel kunde iakttas en tydlig skillnad mellan läsning av storstads- och landsortspress. Det finns skäl att anta att detta kan spegla två synsätt på tidningarna. Om detta är riktigt borde det förväntas också en skillnad i de två läsargruppernas viktighetsbedömningar. Detta kan närmare prövas i tabell 19 på sidorna 47, 48 och 49. I denna tabell har samma index som figur 1 beräknats för storstads- och landsortspressens läsares viktighetsbedömningar. Vidare finns andelen som anser respektive kategori mycket viktig respektive oviktig angiven. För att underlätta analysen har även figur 2 (sid 50) sammanställts. Denna innehåller samma typ av "termometerskala" som fanns i figur 1 och redovisar indexvärden för storstads- respektive landsortens läsare. Det är i första hand figuren som kommenteras i texten.

Det allmänna mönstret i figur 2 och i tabell 19 är att storstadspressens läsare uppvisar en större spridning i sina bedömningar. Avståndet mellan högsta och lägsta indexvärde är 107 enheter - i jämförelse med 92 för landsortspressens läsare. Landsortspressens läsare har också mer samlade bedömningar - de flesta hamnar mellan +19 och -10. De är också något mer samlade kring den övre delen av skalan strax ovanför nollpunkten på skalan medan storstadspressen har sin majoritet strax under samma punkt.

När det gäller de enskilda innehållskategorierna sätter båda läsargrupperna inrikesnyheterna högst. Inom storstadspressen följs de av utrikesnyheter, radio/tv-material, riksdag/regering och miljöfrågor. Samma innehållskategorier finns högt inom landsortspressen. Läsarna av den senare prioriterar samtidigt annonskategorierna högt.

Även beträffande det innehåll som anses minst viktigt finns både likheter och skillnader: mode, noveller och följetonger anser båda läsargrupperna umbärligt. Storstadsläsarna anser sig även kunna vara utan familjenyheter, föreningsmaterial och känt folk från orten, medan landsortstidningarnas publik kan avvara bl a musik och teater samt populärvetenskap.

Skillnaden mellan de två pressgrupperna förefaller spegla två olika situationer. Det allmänna intrycket är att landsortspressens läsare värderar allt med lokal anknytning högre än vad man gör inom storstadspressen. Det är nära och praktisk information som bedöms vara viktig. I storstaden kommer de allmänna nyheterna betydligt högre - utrikes, riksdag och regering, kultur och ekonomi. Det är nationella nyheter av större räckvidd. Tabell 20 ger en jämförande översikt av sådana innehållstyper som storstads- respektive landsortspressens läsare sätter relativt sett högre.

Trots dessa skillnader finns det en grundläggande likhet i den totala prioriteringen. Rangkorrelationen mellan storstads- och landsortspressläsarnas bedömningar ligger på drygt 80 på en skala mellan -1 och 1 - oavsett om den räknas på indexvärden eller andelen mycket viktigt. Resultatet kan uttryckas så att det på en gång finns en grundläggande likhet och en avgörande skillnad i synen på pressen mellan storstad och landsort. En rimlig tolkning är att samstämmigheten gäller vad en tidning i allmänhet bör innehålla - inrikesnyheter, radio/tv-material och andra breda innehållskategorier - med avvikelser i den relativa prioriteringen av vissa bestämda ämnen - allmänt kontra lokalt stoff. De delade meningarna torde spegla morgontidningarnas skilda funktioner i storstad och i landsort. Tidningarnas sätt att fungera är i sin tur beroende av både de lokala behoven inom området och tidningarnas allmänna karaktär. Det är däremot svårt att bedöma vilken roll tidningarna i sig spelar i denna process. Mycket av skillnaderna i preferenser bland läsarna förefaller svara mot iakttagna skillnader mellan storstads- och landsortspressens innehållsprofiler.<sup>46)</sup> Om detta är en konsekvens av att tidningarna styr människors bedömning eller om tidningarna förmår anpassa sig efter läsarnas intressen kan dock inte här avgöras.

Tabell 19 Mest viktigt och minst viktigt i storstads- och lands-  
 ortspress - procent och index (rangordning efter index).

A. Storstadspress

Rang	Typ av innehåll	Index	Procent mycket viktigt	Procent oviktigt
1.	Inrikesnyheter	40	42	2
2.	Utrikesnyheter	27	32	5
3.	Radio/TV-material	24	29	5
4.	Riksdag/regering	20	26	6
5.	Miljöfrågor	17	24	7
6.	Platsannonser	12	21	9
7.	Kommunalpolitik	8	17	9
8.	Skolfrågor	7	19	12
8.	Lokal arbetsmarknad	7	19	12
8.	Konsumentupplysning	7	14	7
11.	Ekonomi/handel	6	18	12
12.	Ledare	4	20	16
13.	Lokala affärsannonser	0	13	13
14.	Nöjen	-1	11	12
15.	Debatt	-2	15	17
16.	Veckoannonsering	-3	14	17
16.	Sport	-3	21	24
16.	Kulturartiklar	-3	16	19
19.	Lokala arbetsplatser	-4	11	15
20.	Fastighetsannonser	-5	13	18
21.	Fackligt	-7	13	20
21.	Populärvetenskap	-7	7	14
23.	Olyckor/brott	-8	8	16
24.	Insändare	-9	9	18
25.	Musik och teater	-10	10	20
26.	Statliga/kommunala annonser	-11	9	20
27.	Allm varumarknad	-13	8	21
28.	Samlevnadsfrågor	-15	7	22
29.	Organisationer	-18	5	23

Tabell 19 forts.

Rang	Typ av innehåll	Index	Procent mycket viktigt	Procent oviktigt
30.	Matlagning	-19	7	26
31.	Heminredning	-22	7	29
32.	Familjenyheter	-23	6	29
33.	Korsord/tävlingar	-30	7	37
34.	Serier	-36	8	44
35.	Mode	-38	5	43
36.	Känt folk på orten	-43	2	45
37.	Noveller/följetonger	-65	1	66

#### B. Landsortspress

Rang	Typ av innehåll	Index	Procent mycket viktigt	Procent oviktigt
1.	Radio/TV-material	34	38	4
1.	Inrikesnyheter	34	37	3
3.	Lokal arbetsmarknad	19	25	6
4.	Lokala affärsannonser	15	23	8
4.	Miljöfrågor	15	22	7
6.	Veckoannonser	12	24	12
6.	Kommunalpolitik	12	20	8
8.	Riksdag/regering	11	20	9
9.	Utrikesnyheter	10	20	10
9.	Konsumentupplysning	10	20	10
11.	Platsannonser	9	22	13
11.	Skolfrågor	9	17	8
13.	Lokala arbetsplatser	7	14	7
14.	Familjenyheter	6	18	12
15.	Insändare	2	14	12
15.	Olyckor/brott	2	12	10
17.	Ledare	0	16	16



## B. Landsortspress forts.

Rang	Typ av innehåll	Index	Procent mycket viktig	Procent oviktigt
17.	Nöjen	0	13	13
17.	Statliga/kommunala annonser	0	13	13
20.	Fastighetsannonser	-2	14	16
21.	Ekonomi/handel	-3	10	13
22.	Sport	-4	20	24
22.	Allm varumarknad	-4	12	16
24.	Organisationer/föreningar	-7	8	15
25.	Debatt	-9	10	19
26.	Fackligt	-10	10	20
27.	Kulturartiklar	-17	8	25
27.	Känt folk på orten	-17	8	25
27.	Samlevnadsfrågor	-17	6	23
30.	Matlagning	-18	10	28
31.	Heminredning	-19	8	27
32.	Populärvetenskap	-22	4	26
33.	Musik/teater	-23	5	28
34.	Korsord/tävlingar	-26	8	34
35.	Mode	-33	5	38
36.	Serier	-35	6	41
37.	noveller/följetonger	-58	2	60



Tabell 20 Innehållstyper som bedöms relativt sett mer viktiga av storstads- respektive landsortspressens läsare (index-avvikelse)

Storstadspressläsare		Landsortspressläsare	
Utrikesnyheter	+ 12	Familjenyheter	+ 12
Ekonomi och handel	+ 8	Veckoannonsering	+ 10
Kultur	+ 8	Lokala affärs- annonser	+ 10
Riksdag och regering	+ 6	Radio/TV-material	+ 9

Tabellen avser kategorier som ligger minst fem procentenheter högre än motsvarande kategori i den andra läsargruppen baserad på andelen mycket intresserade. Siffrorna redovisar antalet procentenheter.

### VI.5 Innehållsprioritering i olika läsargrupper

Hur bedömer då olika grupper av läsare viktigheten i skilda innehållskategorier i morgontidningarna? Ett svar på denna fråga kräver en betydande bearbetning av materialet. En del av den redovisas i tabell 22 på sidan 54. I denna redovisas inom olika demografiska grupper hur stor andel som bedömt respektive innehåll som mycket viktigt. Valet av mycket viktigt som grund för redovisning är motiverat av att det här handlar om mer homogena grupper, vars profil på detta sätt blir tydligare markerad. På sikt är det dock önskvärt att även konstruera termometerskalor för särskilt intressanta grupper.

Med hänsyn till att tabell 22 är relativt svåröverskådlig kommer enskilda gruppers bedömningar att lyftas ut för särskild analys.

Demografiska bakgrundsvariabler. Av de demografiska bakgrundsvariablerna har tidigare kön och ålder visat sig förklara mest av skillnader i tidningsläsningen. Kön spelar också en stor roll för att förklara intresset för olika typer av tidningsinnehåll. I tabell 21 finns en översikt av mäns och kvinnors syn på viktigheten i olika innehållskategorier. De fem som anses mest viktiga har tagits in i tabellen. Materialet har hämtats ur tabell 22 och rangordningen har skett på grundval av den andel som anser respektive innehållstyp "mycket viktig".

Tabell 21 Mäns och kvinnors prioriterade innehållskategorier  
(procent "mycket viktigt")

Män		Kvinnor	
1) Inrikesnyheter	32%	1) Inrikesnyheter	43%
2) Sport	31%	2) Radio/tv-material	39%
3) Radio/tv-material	29%	3) Veckoannonser	28%
4) Utrikesnyheter	21%	4) Lokal arbetsmarknad	27%
5) Riksdag/regering	20%	Miljöfrågor	27%
Affärsannonser	20%	5) Skolfrågor	25%
Veckoannonser	20%	Utrikes	25%
n	1008		1027

De innehållskategorier som bedöms viktigast bland män och kvinnor är

till viss del lika: inrikesnyheter och radio/tv förekommer högt i båda grupperna. Detsamma gäller veckoannonseringen. I övriga är skillnaderna relativt stora. Bland män finns sport och utrikesnyheter i topp, hos kvinnor den lokala arbetsmarknaden och miljöfrågorna. Till stor del kan könsskillnaderna tolkas med utgångspunkt från könsrollskillnader.

Ett annat mönster som enbart kan utläsas från tabell 21 är dock anmärkningsvärt. I den stora tabellen har samtliga innehållskategorier, som minst 20 procent inom varje grupp ansett "mycket viktig" markerats. För varje grupp har i marginalen angivits ett index, vilket är en enkel summering av antalet "mycket viktiga" kategorier. Med hänsyn till vad som tidigare antagits på grundval av lästidsanalysen hade här förväntats att män skulle ha högre index, eftersom det tyckts som om tidningsinnehållet bättre skulle svara mot mäns förväntningar. Istället visar tabellen att det är kvinnorna som har ett högre indexvärde - 13 mot 7 för män. Ett sådant index måste givetvis betraktas enbart som ett uppslag. Intressant är emellertid att det indikerar något som allmänt kan iakttas i tabellen - kvinnor ger i genomsnitt högre viktighetsvärden än män. Detta är särskilt anmärkningsvärt för kategorier som riksdag/regering, inrikes- och utrikesnyheter samt debatt- och miljöfrågor. Resultatet avviker från tidigare analyser och måste prövas ingående innan något mer definitivt kan uttalas.

Andra könsskillnader är de förväntade: sport som en typiskt "manlig" innehållskategori samt annonser, konsumentupplysning, familjehyheter och kultur som "kvinnliga" kategorier.

Aldersskillnaderna kan till en början belysas av sammanställningen i tabell 23. I denna finns den yngsta, den medelålders och den äldsta gruppen redovisade i fråga om mest prioriterat innehåll. Resultatet visar inte något överraskande: radio/tv och inrikesnyheter finns med i samtliga grupper. I övrigt finns avvikelser: de yngsta sätter nöjen och sport högt, bland de medelålders finns utrikesnyheter och skolfrågor och bland de äldsta ledare och olika annonskategorier.

Mönstret i åldersskillnaderna bekräftar tidigare antaganden om att det finns en grundläggande likhet i prioriteringen av innehåll samtidigt som det finns skillnader som tycks ha att göra med intressen relaterade till livsmönster i olika delar av ålderscykeln.

Tabell 22 Mest viktigt i olika läsargrupper – demografiska bakgrundsvariabler (procent)

Bakgrunds-variabler	Kön	Män	Kvinnor	Ålder	15-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-70	Ort	- 5 000	5-50 000	50 000-	TOTALT	Sport	Famili	Insändare	Inrikes	Ekonomi	Riksdag	Fackligt	Olyckor	Ledare	Utrikes	Kultur	Debatt	Miljö	Lokal arb.	Organisationer	Känt folk	Kommunalt pol.	Lok arb/pl	Skotfrågor	Nöjen	Seriesida	Noveller	Musik/Teater	Samlevnad	Radio/tv-materialer	Hemredering	Matlagning	Mode	Konsumtuppl	Korsord	Populärvet.	Lok. affärsann.	Veckoann.	Statl. ann.	Platsannonser	Fastighetsann.	Allm. varumärknad	Index	N
		31	7	8	32	13	20	11	9	16	21	7	8	17	19	7	5	19	11	10	11	8	0	4	4	29	3	2	1	11	4	5	20	20	10	18	12	11	7	1 008															
		10	21	16	43	13	23	11	12	17	25	14	27	27	27	7	7	20	15	25	13	5	3	8	8	29	11	15	8	24	11	4	24	28	13	24	15	10	13	1 127															
		27	1	8	22	4	11	3	16	2	18	1	6	17	20	3	2	8	12	19	31	21	5	10	7	40	5	3	6	12	3	6	13	7	6	29	19	10	7	173															
		19	8	11	32	11	17	8	13	7	23	9	9	20	26	8	5	15	14	16	23	14	2	10	10	40	7	7	6	17	4	4	13	11	8	31	20	13	7	206															
		20	12	11	37	10	19	10	8	10	25	9	10	19	23	7	4	18	15	24	12	8	1	4	3	30	5	7	3	15	3	2	20	18	11	27	19	11	8	489															
		22	12	8	37	15	21	13	8	16	24	12	13	19	26	7	4	22	17	23	10	4	1	5	7	32	6	7	3	19	4	4	17	18	13	22	15	11	9	399															
		19	14	11	42	15	24	12	11	17	21	11	12	24	23	8	6	25	13	16	9	1	2	5	7	33	8	7	3	21	7	6	27	25	15	19	10	13	10	358															
		18	25	16	45	15	29	16	14	32	27	15	13	29	24	9	12	21	8	11	6	2	1	7	6	38	12	18	9	19	21	7	24	27	12	10	5	8	12	349															
		14	24	22	40	18	28	5	12	30	20	13	13	27	17	6	10	19	7	8	3	2	3	5	5	37	10	16	7	23	18	7	20	31	12	5	4	9	11	161															
		18	21	12	38	11	20	10	11	17	18	7	9	22	23	7	10	22	14	18	9	5	4	3	5	32	5	9	3	16	17	4	19	20	12	17	11	12	9	542															
		21	14	11	37	11	20	11	11	16	22	8	9	19	23	7	7	19	13	18	11	5	1	5	6	36	9	10	6	17	10	3	23	23	13	20	14	11	9	769															
		23	9	12	39	16	26	13	11	17	30	16	16	9	24	28	5	6	11	18	16	8	1	9	8	34	7	8	6	20	6	8	17	17	11	25	16	11	9	704															
		20	14	12	38	13	22	11	11	17	23	10	11	22	23	7	6	19	13	18	12	6	2	6	6	34	7	9	5	18	8	5	20	20	12	21	14	11	10	2 135															

Tabell 23 Innehållspreferenser i olika åldersgrupper  
(procent "mycket viktigt")

15-19 år	35-44 år	65-70 år
1) Radio/tv mat. 40%	1) Inrikesnyheter 37%	1) Inrikesnyheter 40%
2) Nöjen 31%	2) Radio/tv mat. 32%	2) Radio/tv mat. 37%
3) Platsannonser 29%	3) Lokal arbetsmarknad 26%	3) Veckoannonser 31%
4) Sport 27%	4) Utrikesnyheter 24%	4) Ledare 30%
5) Inrikesnyheter 22%	5) Skolfrågor 23%	5) Riksdag/regering 28%
n 173	n 399	n 161

Tidningsinnehållets relation till livscykeln framgår också av det tidigare nämnda indexet på bredden i viktighetsbedömningen. Det finns en klar tendens att fler delar av tidningen upplevs viktiga med ökande ålder. Om man närmare studerar vilka innehållstyper som i första hand har att göra med människors ålder kan nämnas bl a familjenyheter, ledare, riksdags- och regeringsnyheter, vilkas viktighet ökar med människors ålder samt serier och nöjen som uppvisar omvänt mönster.

Det finns inte här utrymme att ytterligare spekulera över enskilda innehållskategorier. Klart tycks dock vara att innehållspreferenserna till stor del är knutna till intressen på olika stadier i livscykeln. Vid sidan av detta finns allmänna kategorier som är viktiga i alla åldersgrupper.

Ortsskillnaderna är inte lika uttalade. De iakttagelser som kan göras stämmer till del överens med den diskussion om förhållandet mellan storstads- och landsortspressens läsare som fördes i det föregående. Det visar sig också att "viktighetsindexet" faller ut på samma sätt oberoende av storleken på den tillfrågades bostadsort.

Resultaten av den demografiska analysen bekräftar i huvudsak tidigare studier. Med hänsyn till tidigare redovisade studier skulle det vara önskvärt att komplettera analysen med specialkörningar, där demografiska skillnader studeras inom storstad respektive landsort. Mycket tyder på att skillnaderna är något mindre i storstäderna än på landsbygden.

Socio-ekonomiska bakgrundsvariabler. Yrkesarbete, utbildning och inkomst används här som indikatorer på människors socio-ekonomiska position. I likhet med föregående analys är underlaget för diskussionen en bearbetning av en specialtabell - tabell 25 på sidan 57. I tabellerna 24 och 26 har de innehållstyper som bedömts mest viktiga redovisats för ett urval av socio-ekonomiska grupper - heltidsarbetande, hemmafruar och studerade; lågutbildade och högutbildade; låginkomsttagare och höginkomsttagare. Bearbetningen har koncentrerats till några typiska grupper

Yrkesskillnader tar sig till del uttryckt i olika innehållspreferenser. Viktigaste innehållskategorier för tre yrkesgrupper finns i tabell 24. Den belyser heltidsarbetande, hemmafruar och studerande.

Tabell 24 Mest viktiga innehåll för tre yrkesgrupper (procent "mycket viktigt")

Heltidsarbetande		Hemmafruar		Studerande	
1) Inrikesnyheter	36%	1) Inrikesnyheter	42%	1) Radio/tv-material	43%
2) Radio/tv-material	31%	2) Veckoannonser	36%	2) Inrikesnyheter	33%
3) Sport	25%	3) Radio/tv-material	34%	3) Platsannonser	32%
4) Utrikesnyheter	24%	4) Skolfrågor	29%	4) Nöjen	30%
5) Lokal arbetsmarknad	22%	5) Lokala affärsannonser	28%	5) Utrikesnyheter	28%
n	1091		202		159

Yrkesgrupperna ger i huvudsak ett förväntat mönster. Uppenbart är att de avspeglar köns- och ålderssammansättning inom grupperna. Det är tydligt att de förvärvsarbetande liknar de manliga läsarna, de studerande de yngre och hemmafruar kvinnorna i tidigare tabeller. Däremot går det inte utan vidare att från denna analys dra slutsatser om relation mellan yrkesskillnader och livscykelkillnader. Å andra sidan är det självklart att dessa är nära förknippade med varandra. Samtidigt kan det finnas vissa intressanta skillnader, exempelvis mellan förvärvsarbetande kvinnor och hemmafruar. Under förutsättning att de deltidsarbetande i tabell 25 till stor del är kvinnor är det uppenbart att det finns skillnader mellan dessa grupper. De förvärvsarbetande kvinnorna uttrycker här en läsprofil



Tabell 25 Mest viktigt i olika läsargrupper – socio-ekonomiska variabler (procent)

Bakgrunds- variabler	Sport	Familj	Insändare	Inrikesnyheter	Ekonomi	Riksdag/Regering	Fackligt	Olyckor/Brott	Ledare	Utrikes	Kultur	Debat	Miljö	Lokal arbm.	Organisationer	Kant folk	Kommunalpol.	Lok. arbetsplatser	Skolförägar	Nöjen	Serier	Noveller	Musik/Fester	Samlevnadsfrågor	Radio/tv-materialet	Heminredning	Matlagning	Mode	Konsumtentupplysning	Korsord	Populärvet.	Lokala affärsann.	Veckoann.	Statliga ann.	Platsann.	Fastighet	Allm. varumärknad	Index	n	
Arbete	Heltid	25	9	7	36	13	21	12	8	16	24	10	11	20	22	7	5	20	13	14	12	7	1	6	6	31	5	4	2	14	4	4	18	14	11	22	15	11	9	1 091
	Deltid	11	21	16	40	13	22	12	13	19	22	13	12	23	30	9	7	19	17	29	11	3	2	4	6	39	11	17	9	26	10	3	24	28	14	22	13	10	12	392
	Hemmafru	8	27	18	42	14	20	4	17	12	17	7	8	25	21	7	7	13	29	8	3	2	6	7	34	17	20	7	24	13	3	28	36	9	16	11	11	10	202	
	Stud.	23	4	13	33	10	21	11	9	8	28	6	13	26	22	6	3	20	14	26	30	18	4	11	6	43	3	1	4	14	2	7	14	11	10	32	10	11	11	159
	Pensionär	18	23	22	42	13	29	12	15	29	25	14	15	29	18	7	11	22	8	6	3	2	3	6	5	37	8	16	6	26	24	8	17	26	14	6	5	11	12	217
Utb.	Folkskola	22	21	14	36	9	20	13	14	16	16	6	7	21	24	8	10	18	13	14	8	4	2	2	5	34	9	12	5	19	11	3	22	26	12	14	9	9	9	844
	Grsk/Fsk	19	13	9	36	12	18	9	12	17	22	10	12	22	26	8	5	20	15	19	11	6	1	7	5	31	7	9	4	18	8	6	21	19	12	23	16	14	8	565
	Gymnasium	23	7	10	35	14	21	6	8	13	27	10	11	21	20	4	3	13	11	21	20	12	2	9	8	41	7	6	6	18	4	6	18	14	9	31	20	10	11	408
	Högsk	14	6	14	51	22	34	16	3	25	42	25	24	27	21	8	1	31	11	25	14	7	-	11	7	33	6	5	3	15	3	8	17	14	14	23	14	11	13	295
Pers.	- 30 000	13	18	17	38	10	19	7	15	12	20	8	10	24	22	6	8	17	12	23	14	7	3	7	6	38	10	15	7	22	11	5	21	26	10	21	13	11	10	556
Ink.	30-50 000	18	15	12	36	11	18	11	13	17	21	11	11	23	28	9	6	16	13	19	15	7	1	6	8	37	10	12	7	23	9	4	21	23	13	24	14	11	9	463
	50-70 000	23	15	12	38	11	22	14	9	16	22	9	10	21	23	7	6	23	16	15	9	6	1	5	5	32	5	5	3	15	5	3	18	17	11	19	14	10	8	605
	70-90 000	30	10	9	39	14	28	14	7	20	29	11	12	19	25	9	6	22	12	17	13	4	-	6	4	33	4	5	2	11	7	5	20	15	13	24	16	13	9	276
	90 000-	26	6	5	46	34	34	8	2	33	40	22	18	20	12	5	-	26	4	13	9	5	-	6	5	24	3	1	1	9	3	11	20	10	12	21	12	10	12	144

som mer liknar männens. Om detta resultat skulle bekräftas vid en närmare prövning skulle det bekräfta tidigare antaganden om en förändring av kvinnorollen i samband med inträdet på arbetsmarknaden.

Utbildning har tidigare visat sig vara en bakgrundsfaktor som relativt tydligt skiktar ut olika grupper av morgontidingsläsare. I första hand visar sig de högutbildade vara mer tidningsintresserade än övriga. Tabell 25 ger direkta indikationer på detta. Det tidigare "viktighetsindexet" når sitt högsta värde - 13 - inom den högutbildade gruppen. Samtidigt är skillnaden mellan utbildningsgrupperna mindre än mellan män och kvinnor.

De enskilda innehållstyper som varierar kraftigast mellan de olika utbildningsgrupperna är ekonomi, utrikesnyheter och musik/teater - vars viktighet ökar med utbildning - samt familj, känt folk på orten, olyckor, brott och tävlingar, där intresset minskar med ökad utbildning. Huvudinttrycket för de "tunga" innehållskategorierna är dock att de inte uppvisar några avgörande skillnader mellan utbildningsgrupperna. Detta framkommer också av den jämförelse av viktighetsgradering inom tre åldersgrupper, vilken redovisas i tabell 23.

Tabell 26 Innehållspreferenserna i tre utbildningsgrupper (procent "mycket viktig")

Folkskola	Gymnasium	Högskola
1) Inrikesnyheter 36%	1) Radio/tv-mat. 41%	1) Inrikesnyheter 51%
2) Radio/tv-mat. 34%	2) Inrikesnyheter 36%	2) Utrikesnyheter 42%
3) Veckoannonser 26%	3) Platsannonser 31%	3) Riksdag/regering 34%
4) Lokal arbetsmarknad 24%	4) Utrikesnyheter 27%	4) Radio/tv-mat. 33%
5) Sport 22%	5) Sport 23%	5) Kommunalpolitik 31%
Lokala affärsannonser 22%		
n 844	408	295

Jämförelsen mellan de tre utbildningsgrupperna visar att de högutbildade anser det politiska och samhällsorienterade stoffet mera viktigt.

Detta hindrar inte att de högutbildade även bedömer flera andra innehållstyper positivt - gruppens procentandelar ligger genomgående högre än övrigas i viktighetsbedömningarna.

Inkomstskillnaderna avspeglar i stor utsträckning utbildnings- och åldersskillnader. Inkomst renodlar därigenom ett perspektiv på social position. Resultaten i tabell 27, där tre inkomstgrupper tagits fram till belysning, bekräftar detta mönster. Inrikesnyheter och radio/tv bedöms mest viktiga inom samtliga grupper. Inom låginkomstgruppen värderas därefter veckoannonsering och ekonomisk information - konsumentupplysning och arbetsmarknad - högt. Bland höginkomsttagarna är det istället politiska ämnen som tillmäts största vikten.

Tabell 27 Innehållspreferenser i tre inkomstgrupper  
(procent "mycket viktigt")

Inkomstklass: - 30.000	30-50.000	70-90.000
1. Inrikesnyheter 38%	1. Radio/ tv 37%	1. Inrikesnyheter 39%
Radio/ tv 38%	2. Inrikesnyheter 36%	2. Radio/ tv 33%
2. Veckoannonser 26%	3. Lokal arbetsmarknad 28%	3. Sport 30%
3. Miljöfrågor 24%	4. Platsannonser 24%	4. Utrikesnyheter 29%
4. Skolfrågor 23%	5. Miljöfrågor 23%	5. Riksdag/regering 28%
5. Lokal arbetsmarknad 22%	Konsumentupplysning 23%	
Konsumentupplysning 22%	Veckoannonser 23%	
n= 556	n=463	n=276

Närmare analyser av tabell 25 ger en samstämmig bild. Bland höginkomsttagarna kommer även andra politiska innehållskategorier högt, exempelvis ledare. Bland låginkomsttagarna har annonskategorierna större betydelse.

Analysen av sambanden mellan socio-ekonomisk position och bedömningen av betydelse hos olika typer av tidningsinnehåll ger underlag för många spekulationer. Tills vidare - så länge enbart bivariata tabeller finns

tillgängliga - kan det enbart röra sig om antaganden. Ett sådant antagande gäller den rationelle tidningskonsumenten. Med rationell menas här en läsare som tar del av tidningen för att den tillfredsställer vissa grundläggande behov på ett effektivt sätt. Om vi utgår från att tidningen tillfredsställer ett informationsbehov är det rimligt att tänka sig att människor bedömer sådant innehåll mycket viktigt som man har störst praktisk nytta av. Föreställningen om den rationelle konsumenten får stöd i diskussionen kring olika gruppers innehållsprioritering. Låginkomsttagarna betonar vikten av ett ekonomiskt nära material medan höginkomsttagarna, som inte har samma närliggande ekonomiska behov, ägnar sitt intresse åt det samhällsorienterade stoffet, som sträcker sig utöver det dagsaktuella.

Hypotesen om den rationelle tidningskonsumenten måste prövas i fortsatta analyser av befintligt underlag. Prövningen av modellen kan samtidigt ge idéer om alternativa motiv för att ta del av tidningen.

Ett andra antagande som är mer elementärt har fått ett starkt stöd i föreliggande analyser av viktighet. Detta gäller distinktionen mellan "basinformation" och "tillskottsinformation". Med detta menas att det finns ett för nästan alla människor gemensamt förhållningssätt till morgontidningar. Inrikesnyheter, radio/tv och vissa lokala eller nationella ämnen får en samstämmigt hög värdering. Detta är människors basinformation genom den lokala morgontidningen. Tillskottsinformation är det innehåll som människor därutöver anser viktigt. Det är också i fråga om detta innehåll som grupper med olika preferenser skiktas ut mot bakgrund av skilda motiv att ta del av tidningsinnehåll.

Dessa två antaganden om motiven bakom människors tidningsläsning kommer att utvecklas ytterligare i kommande analyser.<sup>47)</sup> Sammanfattningsvis kan dock framhållas att analysen av människors viktighetsbedömning visat att det finns en grundläggande samstämmighet i värderingen. Den allmänna inrikesbevakningen och radio/tv-materialet anser de allra flesta är något mycket viktigt. Oenigheten ökar för mer begränsade innehållstyper. Det allmänna intrycket är att bedömningarna kan relateras till människors intressen i olika livssituationer, olika sociala positioner m m. Bakom alla procenttal framträder en människa som rationellt värderar tidningsinnehållet. Om det är samma egenskaper som styr den dagliga läsningen är mer osäkert. I lässituationen kommer även andra faktorer in - tid till förfogande, tidningens redigering etc.

Viktighetsbedömningen är det mest intressanta i föreliggande datamaterial. I fortsättningen kommer detta material att utsättas för ytterligare analyser. Av särskilt intresse är ett försök att få fram vissa huvuddimensioner i människors tidningsläsning.

#### VI.6 Exkurs: intresset för lokalt innehåll

Ett återkommande resultat i läsarstudier av dagspress har varit de lokala nyheternas starka ställning. Detta innehåll har visat sig ha ett mycket högt läsvärde. I Pressens funktioners studie från 1974 uppgav ca 85 procent att de läste det mesta av lokalnyheterna regelbundet. Siffrorna var högre för landsortspress - drygt 90 procent - än för storstadspress.<sup>48)</sup> Procenttalen för lokalnyheter i denna undersökning kan inte direkt jämföras med tidigare studier av läsning. De siffror som redovisas är andelen som anser respektive innehållstyp mycket viktig. Det finns dessutom stor spridning för flera av innehållskategorierna. Mot bakgrund av tidigare läsarstudier tycks resultatet peka på att lokalnyheter i allmänhet bedöms viktiga men att det finns delade meningar om olika typer av lokal nyhetsinnehåll. Det senare kan ytterligare belysas genom en jämförelse med de lokala annonserna. Där är spridningen mellan olika läsargrupper ännu större än för lokalnyheterna. Vidare skiljer sig storstads- och landsortspressläsare ännu mer åt.

Det var mot denna bakgrund som de lokala nyheterna i föreliggande studie delades upp i flera olika typer. Människor skulle inte bara bedöma viktigheten av lokala nyheter i allmänhet - de skulle ta ställning till lokala nyheter av olika slag. Det skulle då ge ett bättre underlag för bedömningar av intresse för olika nyhetskategorier på lokalplanet. Med hänsyn till denna specialfrågeställning skall det lokala materialet i tabell 19 tas ut för en separat analys.

I tabell 28 har de lokala nyhetskategorierna tagits fram. De har rangordnats efter andelen mycket viktigt - även andelen som anser respektive kategori oviktig samt medelvärde har tagits med. Storstads- och landsortspressens läsare redovisas separat. Detta görs med anledning av skillnader som iakttagits i tidigare översikt (tabell 19).

Rangordningen av de skilda typerna av lokalnyheter är ganska liten i storstads- och landsortspress. De tre främsta är detsamma för båda pressgrupperna. Uttryckt i rangkorrelation är sambandet 0.86. Samtidigt framgår att de enskilda nyhetskategorierna genomgående har högre värden bland landsortspressens läsare. Enbart skolfrågor har en större andel företrädare i storstaden.

Tabell 28 Bedömning av lokala nyheter i storstads- och landsortspress  
Rangordning efter andel som anser respektive nyhetskategori  
"mycket viktig" (procent)

STORSTADSPRESS				LANDSORTSPRESS			
Innehåll	Andel mycket viktig	Andel ovik- tig	Me- del- värde	Innehåll	Andel mycket viktig	Andel ovik- tig	Me- del- värde
Skolfrågor	19%	12%	5,3	Lokal arbets- marknad	25%	6%	5,6
Lokal arbets- marknad	19%	12%	5,2	Kommunal- politik	20%	8%	5,4
Kommunal- politik	17%	9%	5,3	Skolfrågor	17%	8%	5,4
Nöjen	11%	12%	5,1	Lokala arbets- platser	14%	7%	5,3
Lokala arbets- platser	11%	15%	4,9	Nöjen	13%	13%	5,1
Organisationer	5%	23%	4,4	Organisationer	8%	15%	4,9
Känt folk	2%	45%	3,5	Känt folk	8%	25%	4,5

Slutsatsen av analysen kan formuleras i två steg. För det första visar den att människor bedömer olika lokala nyheter olika viktiga. Lokalnyheter är totalt sett viktiga men inom denna kategori väljer olika läsargrupper efter intressen. Samtidigt visar sig demografiska och socio-ekonomiska skillnader spela en mindre roll vid bedömningen mellan olika lokalnyhets kategorier.

För det andra pekar analysen på att lokala nyheter värderas högre i landsorten än i storstäderna. Denna struktur måste bedömas med hänsyn till att termen "lokala nyheter" tycks passa bättre för landsortspress än för storstadspress. Det tycks inte vara rimligt att storstadsbor genomgående skulle vara mindre intresserade av vad som händer på orten, snarare upplever de inte sin ort som "lokal" på samma sätt som landsortsbob. Denna synpunkt leder över till frågan om det kan finnas fler kategorier, där enbart skillnaden i upplevelse av beteckningen på ett visst innehåll är avgörande - inte innehållet i sig. Detta är en central metodologisk fråga inom forskningen om människors mediekonsumtion. Föreliggande studie kan troligen användas för att belysa vissa metodologiska frågor av denna typ. Inom Dagspressprojektet kommer att genomföras specialstudier, där människor med olika bakgrund i intervjuform skall få beskriva olika innehållstyper. Först sådana undersökningar kan validera innehållskategorierna.

### VI.7 Dimensioner i viktighetsbedömning

Som framgått av det föregående är det ett komplicerat företag att få en översiktlig bild av människors inställning till de olika innehållstyperna i tidningen. Det fordras att man ser på varje innehållstyp och väger den mot varje annan. I denna vägning måste man ta hänsyn till både medelvärde och spridning. Ett annat sätt att beskriva människors inställning till tidningsinnehållet är att undersöka hur olika innehållskategorier kombineras med varandra. Frågan gäller då i vilken utsträckning det finns någon gruppering av innehållet i vissa intresseområden.

För att undersöka detta har genomförts en s k klusteranalys. Detta är statistisk analysteknik som går ut på att sammanföra individer, vars bedömningar uppvisar den största likheten. På detta sätt skiljs ut ett antal grupper med hög homogenitet och som skiljer sig från andra grupper.<sup>49)</sup>

I det följande redovisas resultaten av en klusteranalys där fem större grupper tagits fram. Det hade varit möjligt att gruppera materialet ytterligare. I syfte att få fram vissa grundmönster har det dock ansetts rimligt att i detta första steg begränsa analysen på detta sätt.

#### Huvudgrupper

De fem grupper som skiljts ut genom klusteranalysen innehåller människor med skillnader i sin bedömning av tidningsinnehållet. För att kunna karaktärisera grupperna är det nödvändigt att utgå från hur de skiljer sig från det totala medelvärdet för varje innehållstyp. Underlaget för analysen finns i tabell 29 på sidan 64. I denna finns för varje klustergrupp angivet medelvärdet för varje innehållstyp som en avvikelse från det totala medelvärdet. I bilaga 5 finns en grafisk redovisning av samma material.

Huvudkaraktären hos de fem huvudgrupperna - en sjätte bedömdes som alltför liten (3% av samtliga) för att medge en tillförlitlig analys - framgår av följande beskrivning. Etiketter har satts på de olika grupperna för att göra det lättare att hantera dem.

Tabell 29 Totalt medelvärde och respektive klusters avvikelser från det totala medelvärdet

	TOTALT MEDEL- VÄRDE	K L U S T E R					
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Sport	4.83	0.03	0.45	0.33	-1.56	0.07	0.13
Familjenyheter	4.93	-0.80	-0.45	0.83	-0.44	0.12	-1.14
Insändare	5.06	-1.12	0.13	0.70	-0.06	-0.26	-2.39
Inrikesnyheter	6.05	-0.70	0.39	0.44	0.27	-0.53	-3.17
Ekonomi/Handel	5.08	-1.04	0.41	0.62	0.20	-0.62	-1.17
Riksdag/Regering	5.44	-0.92	0.54	0.59	0.43	-0.84	-2.69
Fackliga frågor	4.76	-1.16	0.60	0.81	-0.12	-0.76	-2.10
Olyckor/Brött	5.16	-0.50	-0.16	0.56	-0.62	0.13	-1.01
Ledare/Kommentarer	4.99	-1.29	0.36	0.80	0.74	-0.95	-1.30
Utrikesnyheter	5.51	-0.89	0.47	0.52	0.49	-0.77	-1.76
Kulturartiklar	4.60	-1.77	0.26	0.90	0.94	-0.89	-1.60
Debattartiklar	4.81	-1.56	0.43	0.84	0.87	-1.01	-1.93
Miljöfrågor	5.54	-1.15	0.37	0.61	0.42	-0.64	-1.39
Lok arbetsmarknad	5.46	-1.04	0.57	0.72	-0.58	-0.42	-1.46
Organisationer lokalt	4.72	-1.13	0.46	0.81	-0.44	-0.48	-2.52
Känt folk på orten	4.20	-0.67	-0.89	1.00	-0.71	0.36	-1.32
Kommunalpolitik	5.38	-1.13	0.71	0.64	0.08	-0.73	-2.77
Lok arbetsplatser	5.14	-1.10	0.51	0.68	-0.56	-0.32	-0.89
Skolfrågor	5.35	-1.26	0.55	0.64	-0.27	-0.38	-2.21
Nöjen	5.10	-0.63	0.25	0.61	-1.05	0.02	-2.10
Seriesida	3.77	-0.31	-0.54	0.60	-1.19	0.60	-1.52
Noveller	2.92	-1.13	-0.91	0.90	-0.86	0.74	0.75
Musik/Teater	4.44	-1.78	0.14	0.85	-0.01	-0.20	-2.19
Samlevnadsfrågor om Radio/TV	4.42	-1.72	-0.14	0.87	0.09	-0.07	-2.17
Heminredning	5.90	-0.50	-0.09	0.51	-0.29	-0.02	-1.60
Matlagning	4.41	-1.71	-1.15	1.10	0.18	0.42	-1.71
Mode	4.49	-1.78	-1.11	1.12	0.26	0.41	-1.54
Konsumentupplysning	3.83	-1.80	-1.33	1.36	-0.38	0.64	-0.44
Korsord/Tävlingar	5.38	-1.73	0.21	0.75	0.11	-0.22	-1.76
Populärvetenskap	4.12	-1.31	-0.72	1.05	-0.63	0.37	-0.12
Lok affärsannonser	4.37	-1.38	-0.10	0.71	0.27	-0.19	-1.57
Veckoannonser	5.31	-1.11	0.25	0.74	-0.47	-0.21	-2.59
Statliga/Kommunala ann.	5.21	-1.47	-0.01	0.89	-0.36	-0.06	-1.40
Platsannonser	4.88	-1.51	0.58	0.84	-0.39	-0.44	-2.68
Fastighetsannonser	5.17	-1.08	0.96	0.64	-1.55	-0.13	-1.84
Allm varumarknad	4.87	-1.09	0.85	0.71	-1.50	-0.13	-1.87
	4.78	-1.01	0.43	0.70	-1.15	-0.01	-1.21



- (1) "Lättviktarna": dessa karakteriseras av att de ligger under genomsnittet på de flesta kategorier i viktighetsbedömningen. Det innehåll där de ligger närmast genomsnittet och som de således bedömer som relativt viktigast är sport, serier, radio/tv, nöjen och inrikesnyheter. Det framträder här en grupp som inte bedömer någon enskild kategori i innehållet som särskilt viktig, men där det lättare materialet som värderas som ganska viktigt. Gruppen utgör 12 procent av allmänheten.
- (2) "Nyhets- och annonsjagarna": dessa karakteriseras av sitt intresse för nyhets- och annonsinnehållet. De ligger över genomsnittet på i stort sett alla inrikes- och lokalnyhetskategorier. Detsamma gäller för samtliga annonstyper. Däremot bedömer de feature-materialet som mindre angeläget. Gruppen tycks på många sätt likna vad man föreställer sig vara "vanliga tidningsläsare". Den utgör 20 procent av allmänheten.
- (3) "Alltätarna". Det typiska för dessa är att de anser att allt i tidningen är viktigt - allmänna nyheter, debatt, lokalnyheter, feature-material och annonser. De ligger över genomsnittet på samtliga innehållstyper. Även kategorier som i allmänhet får en låg bedömning värderas här mycket positivt, t ex feature-materialet. Totalt sett utgör gruppen 27 procent av allmänheten.
- (4) "De samhällsintresserade". Bedömningarna i denna grupp kännetecknas av att de värderar debatt- och samhällsstoff mycket högt. Kultur, debatt, ledare och kommentarer samt utrikes- riksdags- och regeringsnyheter bedöms särskilt viktiga. Vissa feature-kategorier, bl a populärvetenskap bedömer de vara viktigare än vad ett genomsnitt gör. Gruppen utgör 14 procent av allmänheten.
- (5) "De oengagerade". Karakteristiskt för denna grupp är låga värden i viktighetsbedömningen. Vad som förenar gruppen är att den ligger under genomsnittet på i stort sett alla kategorier. Inom gruppen finns det dock en inte obetydlig spridning i intresseinriktning. Minst ointresserad är man dock av feature-material och sport, medan nyheterna ligger betydligt lägre än genomsnittet. Gruppen utgör 25 procent av allmänheten.

De fem grupperna kan värderas på något olika sätt. Uppenbart tycks vara att grupperna (2), (3), och (4) kan betecknas som tidningsintresserade grupper. Medan grupp (3) anser det mesta som mycket viktigt skiljer grupperna (2) och (4) ut sig genom sin inriktning på olika typer av stoff. På samma sätt skiljer sig den femte gruppen ut sig genom en allmän brist på intresse. Det finns få innehållstyper som anses särskilt viktiga. Den första gruppen liknar den senare genom ett visst ointresse men prioriterar samtidigt det lättare stoffet i nästan samma utsträckning som genomsnittet.

Med den redovisade tolkningen torde drygt 60 procent kunna betecknas som tidningsintresserade, drygt 25 procent som närmast ointresserade och drygt 10 procent komma i mellanläge. Den senare gruppen liknar på många sätt de ointresserade. Samtidigt bör tillfogas att denna analys gäller allmänheten i sin helhet. En avgränsning till dem som läser morgontidningar regelbundet visar att de "tidningsintresserade" där är några procent högre; bland prenumeranterna är andelen knappt 65 procent.

Ett närmare studium av materialet tyder på att de innehållstyper som främst skiktat ut grupperna förutom ett högt respektive lågt intresse i allmänhet är nyhetsmaterialet, samhällsstoffet, feature-materialet och annonserna. Denna skiktning är grov men torde i stort återspegla grundläggande dimensioner i gruppernas prioritering. Ett försök att beskriva grupperna i termer av de fyra kritiska innehållstyperna skulle få följande utseende:

Grupper	Allm nyheter	Samhälls- stoff	Feature	Annonser	Grupp- storlek
(1) Lättviktarna	o	-	o	-	12%
(2) Nyhets- och annonsjagarna	+	o	-	+	20%
(3) Allätarna	+	+	+	+	27%
(4) De samhälls- intresserade	o	+	o	o	14%
(5) De oengagerade	-	-	o	-	25%

I tablån har för varje grupp markerats med "+" där den avviker positivt och med "-" där den avviker negativt från det totala medelvärdet. Med "o"

markeras att den ligger ungefär på genomsnittet.

Tablån ska i första hand uppfattas som en illustration av de fem gruppernas prioriteringar. Den åskådliggör det typiska för varje grupp. Det mönster som framträder visar stora likheter med motsvarande grupperingar, som tidigare genomförts. I Pressens funktioners undersökningar kunde man särskilja en lågintresserad och en högintresserad grupp för tidningsinnehållet i allmänhet. Vidare fanns det en grupp med specialintresse för samhällsstoff och en med intresse för allmänna nyheter och annonser.<sup>50)</sup> I denna undersökning redovisades dock enbart relativa gruppstorlekar, varför någon kvantitativ gruppjämförelse inte är möjlig.

Även om grupperingen på många sätt förefaller rimlig är det angeläget med några metodologiska kommentarer. Varje analys av detta slag "tvingar" in materialet i grupperna strikt efter likheter i individernas bedömningar som de framträder i markeringarna på "viktighetsfrågan". Detta innebär att metodproblem som tidigare påtalats beträffande "viktighetsbedömningen" fortfarande kvarstår - exempelvis om människor slarvat vid ifyllandet eller om de markerat "mycket viktigt" eller "mycket oviktigt" på alla alternativ. Vidare kan analysutfallet ha påverkats av antalet grupper. I detta fall var utgångspunkten ett begränsat antal grupper. I förväg bestämdes därför en uppdelning i sex grupper - den sjätte blev dock enbart en restgrupp på mindre än tre procent och har inte här redovisats. Om fler grupper accepterats hade givetvis en mer finfördelad gruppering kunnat genomföras. En sådan hade dock samtidigt varit mer svåröverskådlig. I fortsatta analyser bör dock alternativa bearbetningar prövas.

#### Bakgrundsegenskaper

För att ytterligare fördjupa klusteranalysen är det viktigt att studera hur människor med olika bakgrund fördelar sig på de fem bedömningsgrupperna. I tabell 30 har demografiska och socioekonomiska bakgrundsegenskaper ställts mot klusteranalysens fem grupper.

Tabell 30 Klusteranalysens fem grupper fördelade med hänsyn till demografiska och socioekonomiska bakgrundsgrupper (procent)

Bakgrunds- faktor	Kluster (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	N
Kön: Män	<u>20%</u>	<u>25%</u>	19%	12%	22%	1008
Kvinnor	4%	15%	<u>34%</u>	15%	27%	1127
Alder: 15-19	<u>18%</u>	19%	7%	5%	<u>50%</u>	173
20-24	15%	<u>27%</u>	20%	4%	<u>37%</u>	206
25-29	15%	<u>28%</u>	19%	10%	25%	220
30-34	10%	<u>27%</u>	27%	9%	25%	269
35-39	13%	24%	30%	12%	20%	221
40-44	13%	<u>28%</u>	29%	11%	16%	178
45-49	9%	20%	<u>32%</u>	<u>19%</u>	18%	169
50-54	10%	15%	<u>32%</u>	15%	23%	189
55-59	6%	13%	<u>38%</u>	20%	18%	196
60-65	9%	5%	<u>39%</u>	<u>22%</u>	19%	153
Orts- storlek: - 5000	13%	21%	27%	9%	24%	542
5 - 50000	13%	18%	28%	12%	27%	769
50000 -	10%	22%	26%	18%	22%	704
-----						
Yrke: Heltid	15%	26%	23%	13%	22%	1091
Deltid	4%	16%	<u>35%</u>	15%	<u>30%</u>	392
Hemmafru	4%	10%	<u>37%</u>	12%	28%	202
Studera	16%	25%	14%	8%	<u>35%</u>	159
Pensionär	12%	5%	<u>37%</u>	<u>22%</u>	18%	217
Utbild- ning: Folkskola	12%	12%	<u>32%</u>	11%	27%	844
Grundskola	14%	18%	26%	9%	<u>30%</u>	349
Fackskola	8%	25%	33%	16%	15%	216
Gymnasium	13%	<u>27%</u>	19%	10%	<u>30%</u>	408
Högskola	7%	<u>32%</u>	23%	<u>29%</u>	8%	295

Tabell 30 forts.

Bakgrunds- faktor	Kluster					N
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
Personlig - 30000	10%	14%	29%	11%	31%	556
<u>inkomst:</u> 30-50000	8%	16%	31%	15%	27%	463
50-70000	16%	23%	24%	13%	22%	605
70-90000	13%	<u>29%</u>	26%	12%	17%	276
90000 -	13%	<u>34%</u>	19%	<u>24%</u>	10%	144
TOTALT	12%	20%	27%	14%	25%	2135

Anm: Understrukna tal avser värden som överstiger gruppens totala medel värde med minst fem procentenheter.

Att summan av procenttalen ej uppnår 100% sammanhänger med att den sjätte grupp exkluderats ur analysen - se vidare den föregående texten.

Huvudintrycket av analysen med hänsyn till bakgrundsegenskaper är att demografiska och socio-ekonomiska bakgrundsvariabler skiktar förhållandevis lite mellan klustren. Enbart några variabler ger avvikelser av större intresse. Det tydligaste mönstret framträder i fråga om ålder. Inom de yngsta åldersgrupperna dominerar lättviktare och oengagerade - grupperna (1) och (5). De tre grupper som uttrycker tidningsintresse ökar successivt med ålder: i de aktiva åldrarna är det i första hand nyhets- och annonsintresset som är stort, i den övre medelåldern och bland de äldre blir allätarna och de samhällsintresserade de dominerande - grupperna (3) och (4). Åldersskillnaderna återspeglar i huvudsak det som redan kunnat utläsas i fråga om exponering för tidningar - både i allmänhet och räknat i minuter.

Köns- och ortsskillnaderna är marginella i fråga om klustren. Det kan dock nämnas att allätarna utgör en relativt större andel bland kvinnorna.

Bland de socio-ekonomiska bakgrundsvariablerna återspeglar variabeln yrke i huvudsak kön och ålder. Pensionärer visar sig vara typiska allätare - inte mindre än 37 procent av pensionärerna faller inom denna grupp. Samma andel har gruppen hemmafruar. Utbildning och inkomst uppvisar ett likartat mönster: lägre utbildnings- och inkomstgrupper ligger nära medelvärdet - skillnaden mellan folkskola och grundskola torde här liksom tidigare återspegla åldersskillnader. Inom högskole- och höginkomstgruppen är läsintresset mera differentierat. Antingen anses nyheter och annonser eller samhällsstoffet mest viktigt - allätarna är däremot få.

En närmare analys visar en stor skillnad mellan grupperna om allmänheten delas upp i storstadstidnings- och landsortstidningsläsare. Skillnaden ligger i första hand på bedömningen av samhällsstoffet. Var femte storstadspressläsare hamnar i den grupp som anser detta viktigt - i jämförelse med var tionde landsortstidningsläsare. De senare är samtidigt i större utsträckning "allätare" respektive "oengagerade"

Mot bakgrund av vad som hittills redovisats skall avslutningsvis den typiska sammansättningen i de fem klustren redovisas. Detta görs i tabell 31. I denna anges de bakgrundsgrupper som skiljer ut sig signifikant inom varje kluster.

Tabell 31 Typiska drag hos de fem klustergrupperna

Bakgrunds-egenskap:	<u>Lättviktarna</u>	<u>Nyhets- och annonsjagarna</u>	<u>Allätarna</u>	<u>De samhällsintresserade</u>	<u>Oengagerade</u>
<u>Kön:</u>	Män	Män	Kvinnor	Kvinnor	Kvinnor
<u>Ålder:</u>	15-34 år	25-44 år	55-64 år	45-70 år	15-34 år
<u>Ortsstorlek:</u>				Mer än 50.000 inv	
<u>Förvärvsarbete:</u>	Heltidsarbete	Heltidsarbete	Deltidsarbete Hemmafru Pensionär	Pensionär	Deltidsarbete Studande
<u>Skolutbildning:</u>		Gymnasium Högskola	Folkskola	Högskola	Folkskola Grundskola Gymnasium
<u>Personlig inkomst:</u>		50-70000 kr Över 90000 kr	30-50000 kr 50-70000 kr 70-90000 kr	Över 90000 kr	Under 30000 kr

Anm: Tabellen redovisar grupper som skiljer ut sig signifikant för varje klustergrupp.

Tabell 31 visar på de typiska dragen för varje klustergrupp. De grupper som skiljer ut sig sammanfattar den tidigare diskussionen. Resultaten

av denna viktighetsbedömning uppvisar stora likheter med lästidsanalysen. Trots att det rör sig om helt skilda mått respektive om helt skilda analystekniker framträder i båda en tidningsintresserad (medelålders och äldre) och en relativt ointresserad (yngre) grupp. De specialiserade grupperna har sin bakgrund i skillnader i livssituation och social position. Dessa påverkar både människors tillgång till tid för tidningsläsning och deras intresse för olika typer av innehåll.

Huvudresultaten av klusteranalysen bekräftar på nytt styrkan och stabiliteten i människors tidningsläsning.

## NOTFÖRTECKNING

- 1) SOU 1975:78
- 2) Weibull 1977, Weibull 1978 och Weibull 1979 A
- 3) Weibull 1980 A
- 4) Ibid. Den genomsnittliga tidningsspridningen torde bättre motsvara vad vi menar med "faktisk daglig läsning". Detta har prövats mer ingående i Weibull 1977. Mer ingående analyser presenteras i Weibull 1980 B.
- 5) Tidsbudgetstudier finns bl a diskuterade i Radio-TV 1972 och Höst 1977. Aktuella data finns i Ivre 1980.
- 6) Ivre 1980
- 7) Hadenius-Weibull 1978
- 8) Orvesto 1972 och Holmberg-Petersson 1980
- 9) SOU 1975:78
- 10) Weibull 1978
- 11) Ibid. Jfr även studier av Schyberger 1965 och Cerha 1967
- 12) Weibull 1980 B
- 13) Cerha 1967. Jfr även Orvesto 1972 och Weibull 1978.
- 14) SOU 1975:78
- 15) Orvesto 1979 B
- 16) Skillnaderna mellan områdena kan illustreras med Orvestos räckviddstal för 1979:  
Stockholm 78%, Malmö 88%, Göteborg 91% och landsort 94% (Orvesto 1979)
- 17) Weibull 1980 B
- 18) Dagspressdagen 1978
- 19) SOU 1975:78
- 20) SCB 1976
- 21) Samtliga analyser av detta slag måste tolkas med hänsyn till det begränsade antalet svarande i varje grupp.
- 22) Flertidningsläsningen bland människor i högre social position kan beläggas i Weibull 1980 A.
- 23) Landsortens större beroende av icke-mediekällor finns diskuterad i SOU 1975:78.
- 24) Caplovitz 1963. Caplovitz undersökning gällde konsumtionsvaror och avsåg situationen i New York i början av 1960-talet.
- 25) Dalarna-NU 1979
- 26) Zetterberg 1975
- 27) von Feilitzen-Filipsson-Schyller 1977 och Ivre 1980
- 28) Höst 1977



- 29) Weibull 1980 B. Jfr även diskussionen i Ivres 1980.
- 30) Weibull 1980 A. Rapporten visar samtidigt på en anmärkningsvärd stabilitet samt likhet med jämförbar statistik.
- 31) Ibid
- 32) Jfr SOU 1975:78. Samma resultat antar Ivres i Ivres 1980
- 33) Ivres 1980. Mer diskussion om "disponibel tid" i Weibull 1976 A
- 34) Weibull 1977. Mer detaljerat i Weibull 1980 B
- 35) DN/GP/SDS 1978 ger en överblick av dessa grupper. Huvuddelen av rapporten bygger dock på mjukdata.
- 36) Visst belägg kan hämtas ur Schulman 1977
- 37) Närmare analyser av informationsbehov finns bl a i Nordenstreng 1978
- 38) Den i övrigt mycket detaljerade Schulman 1977 saknar tyvärr jämförbara uppgifter för tidningar. För ljudradio är de mest utnyttjade tiderna morgon, middag och tidig kväll. Detta är tidpunkter som dels motsvarar ledig tid, dels innehåller nyhetssändningar. Se vidare den följande texten.
- 39) Jfr Rosengren 1970 och studier av innovationsspridning citerade i Nowak-Wärneryd 1968.
- 40) Schulman 1977. Även på denna punkt gäller hänvisningar till nyhets-spridningsstudier som Rosengren 1970.
- 41) Weibull 1976 B
- 42) Jfr Hadenius-Weibull 1978
- 43) Jfr resultaten i sammanfattningen av SOU 1975:78. Stabiliteten över tid har även påvisats i Weibull 1979 B på grundval läsddata.
- 44) Jfr Schyberger 1965 och Weibull 1980 B
- 45) Jfr SOU 1975:78
- 46) Jfr Olsson 1976
- 47) Detta behandlas mer utförligt i Weibull 1980 B
- 48) Weibull 1977. Mer ingående i Weibull 1980 B
- 49) Jfr Hellevik 1973 om klusteranalys. Programmet är kört hos Testologen, som även svarat för utvecklingen av detsamma.
- 50) SOU 1975:78

## LITTERATURFÖRTECKNING

- Caplovitz 1963 Caplovitz, David: The Poor Pay More. Consumer Practice of Low income Families, Glencoe 1963
- Cerha 1967 Cerha, Jarko: Selective Mass Communication, Stockholm 1967
- Dagspressdagen 1978 Dagspressen Marknadsinformation. Dagspressdagen 11 oktober 1978. Stockholm 1978
- Dalarna-NU 1979 Dalarna-NU 1979, Testologen, Solna 1979
- DN/GP/SDS 1978 Prenumeranternas läsning av riksmorgontidningarna utanför utgivningsorten. DN/GP/SDS, Informationspsykolog, Stockholm 1978
- von-Feilitzen-Filipsson-Schyller 1977 von Feilitzen, Cecilia, Filipsson Leni, Schyller, Ingela: Blunda inte för barnens TV-tittande, Sveriges Radio, Stockholm 1977
- Hadenius-Weibull 1978 Hadenius, Stig, Weibull, Lennart: Massmedier, Stockholm 1978
- Hellevik 1973 Hellevik, Ottar: Forskningsmetoder i sociologi och statsvetenskap, Oslo 1973
- Holmberg-Petersson 1980 Holmberg, Sören, Petersson, Olof: Inom felmarginalen. En bok om politiska opinionsundersökningar, Stockholm 1980
- Höst 1977 Höst, Sigurd: Mediabruk som fritidsaktivitet. Pressens årsbog 1977
- Ivre 1980 Ivre, Ivar: Massmedier i Sverige. Konsumtion kostnader mediepolitik, Sveriges Radio, Stockholm 1980
- Nordenstreng 1978 Nordenstreng, Kaarle: Kommunikationsteori Stockholm 1978
- Nowak-Wärneryd 1968 Nowak, Kjell, Wärneryd, Karl-Erik: Kommunikation och påverkan, Stockholm 1968
- Olsson 1976 Olsson, Claes-Olof: Rapport från världsbildsprojektet, Statsvetenskapliga institutitionen, Göteborg 1976
- Orvesto 1972 Orvesto. Redovisning I 1972, Testologen, Solna 1972
- Orvesto 1979 Orvesto, redovisning II 1979, Testologen, Solna 1979
- Radio-TV 1972 Radio-TV möter publiken, Sveriges Radio, Stockholm 1972
- Rosengren 1970 Rosengren, Karl Erik: The Diffusion of News, Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, Stockholm 1970
- SCB 1976 Undersökningen av svenska befolkningens levnadsförhållanden (ULF) Statistiska centralbyrån, Stockholm 1976
- Schulman 1977 Schulman, Janecke: Radio- och TV-publikens levnadsvanor, Sveriges Radio, Stockholm 1977

- Schyberger 1965 Schyberger, Bo W-son: Methods of Readership Research, Lund 1965
- SOU 1975:78 Pressens funktioner i samhället. Stats offentliga utredningar 1975:78, Stockholm 1975
- Weibull 1976 A Weibull, Lennart: Populärpressen i massmediesamhället, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1976
- Weibull 1976 B Weibull, Lennart: Massmediekommunikation och samhällsorientering, Beredskapsnämnden för psykologiskt för-svar, Stockholm 1976
- Weibull 1977 Weibull, Lennart: Tidningsläsning. En explorativ studie på grundval av två delundersökningar inom forskningsprojektet Pressens funktioner, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1977
- Weibull 1978 Weibull, Lennart: Dagspress och veckopress, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1978
- Weibull 1979 A Weibull, Lennart: Tidningsmarknaden i Malmö. Översikt av Sydsvenska Dagbladets läsare utarbetad på uppdrag av presstödsnämnden, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1979
- Weibull 1979 B Weibull, Lennart: Tidningsläsning 1965 och 1974 Papper till IV.nordiska masskommunikationsforskningskonferensen i Umeå 1979
- Weibull 1980 A Weibull, Lennart: Den dagliga tidningsläsningen. Analyser av tidningsläsning och annan mediekonsumtion en genomsnittlig dag oktober 1979, Statsvetenskapliga institutionen 1980
- Weibull 1980 B Weibull, Lennart: Dagspressens läsare. Ett försök till systematik. (Manus). Statsvetenskapliga institutionen Göteborg 1980 (under utgivning)
- Zetterberg 1975 Zetterberg, Hans: Observation av storstadstidningarnas annonser, SIFO/SAFO, Stockholm 1975

## Morgontidningar

**Vilken morgontidning brukar Du läsa regelbundet? Med regelbundet menas här minst ett nummer per vecka. Om Du läser mer än en morgontidning — ange vilken Du betraktar som Din lokala morgontidning.**

1120—23 Se separat redovisning  
.....  
(Tidningens namn)

**Prenumererar Du eller någon annan i Ditt hushåll på denna tidning?**

1124 0 79 Ja → Gå till 1130 (Ungefär hur lång tid...)  
1 13 Nej 7 Ej svar

**På vilket sätt har Du då tillgång till tidningen?**

1125—27 0 16 Läser hos bekanta  
1 11 Lånar av bekanta  
2 45 Läser på arbetet/skolan  
3 3 Läser på biblioteket  
4 28 Köper lösnummer  
5 4 Fri tidning  
6 1 Läser hos föräldrar/anhörig  
10 Ej svar

7 Läser Ingen morgontidning regelbundet

Om Du inte läser någon morgontidning regelbundet — v.g. svara vidare i denna spalt..

**Finns det någon i Ditt hushåll som prenumererar på någon morgontidning?**

1128 0 5 Ja → Gå till nästa sida  
1 89 Nej 6 Ej svar

**Har Du eller någon i Ditt hushåll tidigare prenumererat på någon morgontidning?**

1129 0 28 Ja  
1 70 Nej 2 Ej svar

Gå nu vidare till nästa sida!

**Ungefär hur lång tid brukar Du ägna åt Din lokala morgontidning en genomsnittlig vardag?**

		0	Ca 5	Ca 10	Ca 15	Ca 20	Ca 25	Ca 30	Ca 35	Ca 40	Ca 45	Ca 50	Ca 55	Ca 60	Över 60	Ej svar	Medeltal
		min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	min	svär	minuter
1130	Före kl. 08.00	34	8	15	15	9	2	10	1	1	1	0	0	1	1	1	13
1131	Kl. 08.00—12.00	75	2	5	6	3	1	5	0	1	0	0	—	0	1	1	5
1132	Kl. 12.00—17.00	85	2	3	3	2	1	2	0	0	0	0	—	0	0	1	3
1133	Efter kl. 17.00	50	7	9	11	8	2	9	1	1	1	0	0	1	1	1	10
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	*	/	Λ	M		

**Var brukar Du som regel huvudsakligen läsa Din lokala morgontidning på vardagar?**

1134—36 0 89 I bostaden  
1 11 På arbetsplatsen  
2 1 På buss/tåg/T-bana eller liknande transportmedel  
3 1 Hos anhörig  
4 1 Hos bekanta 2 Ej svar

En tidning innehåller ju mycket olika sorters innehåll. Hur viktiga anser Du personligen att nedanstående typer av innehåll är. Markera för varje innehållstyp hur viktigt Du anser det vara att Din lokala morgontidning innehåller just detta.

	Oviktigt			Varken eller Vet ej	Viktigt			Intern- bortfall	Bas	Me- del	+/-	Dev.	
	Mycket	Ganska	Något		Något	Ganska	Mycket						
	<b>Allmänt</b>												
1137	Sport	9	9	8	7	24	23	21	4.0	2052	4.83	0.08	1.88
1138	Familjenyheter	4	6	7	11	30	26	14	2.6	2079	4.93	0.07	1.58
1139	Insändare	3	4	7	11	36	28	12	3.7	2058	5.06	0.06	1.39
1140	Inrikesnyheter	1	1	1	4	16	39	39	3.1	2069	6.05	0.05	1.07
1141	Ekonomi och handel	2	4	7	14	31	29	13	4.0	2053	5.08	0.06	1.37
1142	Riksdag och regering	2	3	4	8	31	30	22	3.2	2068	5.44	0.06	1.32
1143	Fackliga frågor	5	5	10	14	31	23	11	4.2	2048	4.76	0.07	1.56
1144	Olyckor och brott	2	3	7	7	38	31	11	3.0	2072	5.16	0.06	1.28
1145	Ledare och kommentarer	4	4	9	15	30	22	17	3.2	2068	4.99	0.07	1.52
1146	Utrikesnyheter	2	2	6	6	28	32	24	3.0	2073	5.51	0.06	1.32
1147	Kulturartiklar	5	7	12	17	30	19	11	4.3	2047	4.60	0.07	1.57
1148	Debattartiklar	4	5	9	16	30	23	12	3.9	2054	4.81	0.07	1.51
1149	Miljöfrågor	1	2	4	7	28	35	23	3.1	2071	5.54	0.05	1.26
	<b>Lokala nyheter</b>												
1150	Lokal arbetsmarknad	1	2	5	11	27	30	24	3.1	2071	5.46	0.06	1.32
1151	Organisationer och föreningar	3	4	11	19	34	21	7	3.8	2057	4.72	0.06	1.36
1152	Känt folk på orten	10	9	12	16	29	17	6	3.2	2069	4.20	0.07	1.70
1153	Kommunalpolitik	2	2	5	9	30	32	20	3.3	2067	5.38	0.06	1.34
1154	Lokala arbetsplatser	2	2	6	15	33	29	13	3.6	2060	5.14	0.06	1.31
1155	Skolfrågor	2	2	5	11	28	33	18	3.3	2066	5.35	0.06	1.32
1156	Nöjen/lokala arrangemang	3	3	8	9	37	29	12	3.6	2060	5.10	0.06	1.36
	<b>Särskilda ämnen</b>												
1157	Seriesida	16	12	16	17	24	10	6	3.8	2056	3.77	0.08	1.78
1158	Noveller, följetonger	28	18	17	17	15	4	2	4.0	2053	2.92	0.07	1.64
1159	Musik och teater	7	7	12	14	35	19	6	4.1	2051	4.44	0.07	1.60
1160	Samlevnadsfrågor	6	6	12	20	34	16	6	4.1	2051	4.42	0.07	1.51
1161	Om radio- och TV-program	1	1	3	4	23	34	35	2.7	2078	5.90	0.05	1.15
1162	Heminredning	8	7	12	16	30	19	8	3.7	2059	4.41	0.07	1.65
1163	Matlagning	8	7	13	14	28	21	9	2.8	2077	4.49	0.07	1.68
1164	Mode	17	10	14	16	25	14	5	3.3	2066	3.83	0.08	1.81
1165	Konsumentupplysning	3	2	4	8	29	35	19	3.7	2058	5.38	0.06	1.36
1166	Korsord och tävlingar	12	8	16	15	27	15	8	3.7	2058	4.12	0.08	1.77
1167	Populärvetenskap	7	5	11	24	32	16	5	4.1	2051	4.37	0.06	1.50
	<b>Annonser</b>												
1168	Lokala affärsannonser	4	2	4	10	30	29	21	3.8	2057	5.31	0.06	1.43
1169	Veckoannonser från livsmedelsbutiker/varuhus	4	3	6	10	28	28	21	3.3	2066	5.21	0.07	1.54
1170	Statliga och kommunala annonser	4	3	8	16	34	22	12	4.1	2050	4.88	0.06	1.46
1171	Platsannonser	6	3	5	11	26	28	22	3.7	2058	5.17	0.07	1.63
1172	Fastighetsannonser	7	3	7	14	28	26	14	3.8	2057	4.87	0.07	1.65
1173	Allmänhetens varumarknad/pryltorg etc.	6	4	9	16	31	23	11	3.7	2058	4.78	0.07	1.55

n = 2135

## BAKGRUNDSDATA

## Personliga uppgifter

När man sammanställer resultat av undersökningar i tabeller brukar man dela upp svaren på olika grupper. Därför skulle vi gärna vilja ha följande uppgifter om Dig själv.

Kön		Ålder	
115	0 47 Man	116	0 8 19 år och yngre
	1 53 Kvinna		1 10 20—24 år
			2 10 25—29 år
			3 13 30—34 år
			4 10 35—39 år
			5 8 40—44 år
			6 8 45—49 år
			7 9 50—54 år
			8 9 55—59 år
			9 7 60—64 år
			* 8 65 år och äldre

Civilstånd		Är Du själv:	
117	0 21 Ogift	118	0 33 Husfar
	1 72 Gift eller sammanboende		1 42 Husmor
	2 7 Änka/änkling/frånskild		2 10 Son/dotter
			3 2 Annan hushållsmedlem
			4 12 Ensamboende

## Förvärvsarbete/sysselsättning

119	0 51 Förvärvsarbete, heltid	3 7 Studerande
	1 18 Förvärvsarbete, deltid	4 10 Pensionär
	2 9 Hemmafru	5 3 Annan sysselsättning

## Vilken utbildning har Du genomgått eller genomgår Du?

120	0 40 Folkskola
	1 17 Grundskola, enhetsskola, realskola eller motsvarande
	2 10 Fackskola, flickskola, folkhögskola eller motsvarande
	3 19 Gymnasium eller motsvarande
	4 14 Seminarium, högskola, universitet eller motsvarande

## Hur stor är den ort där Du bor?

121	0 5 Under 200 invånare	4 13 10.000—24.999
	1 10 200—1.999	5 15 25.000—49.999
	2 12 2.000—4.999	6 12 50.000—99.999
	3 9 5.000—9.999	7 23 100.000 och däröver

## Bor Du i:

122	0 11 Insatslägenhet	4 6 Jordbruksfastighet
	1 31 Hyrd lägenhet	5 2 Inneboende
	2 46 Egen villa/radhus	6 1 Annan bostadsform
	3 3 Hyrd villa/radhus	

## Hur stor del av Ditt hushålls inköp av livsmedel och andra varor för dagligt bruk gör Du själv?

123	0 14 Gör praktiskt taget inga sådana inköp själv
	1 20 Gör mindre än hälften av alla inköp
	2 15 Gör ungefär hälften av alla inköp
	3 11 Gör mer än hälften av alla inköp
	4 41 Gör alla eller nästan alla inköp

BAKGRUNDSDATA

**Personliga uppgifter**

**Hushållets sammansättning**

Vi skulle vilja veta hur många personer Ditt hushåll normalt består av. Medräkna även sådana, som befinner sig på kortare semester, kortare militärtjänst, tillfälligt på sjukhus m m. OBS! Räkna även med Dig själv.

**Antal hushållsmedlemmar i åldrarna**

	under 2 år	2—6 år	7—10 år	11—14 år	15—19 år	20—67 år	68 år el. äldre	Totalt antal personer
<b>Antal</b>								
0 pers	92	83	85	82	74	3	93	-
1 pers	7	14	13	15	20	18	5	12
2 pers	0	3	2	3	6	68	2	29
3 pers	0	0	0	0	0	9	-	24
4 pers	-	-	-	-	-	2	-	24
5 pers	-	-	-	-	-	0	-	8
6 el fl	-	-	-	-	-	0	-	3
	124	125	126	127	128	129	130	131

**Inkomst**

Var vänlig sätt ett kryss i den ruta, som motsvarar den inkomstgrupp Du tillhör samt Ditt hushåll tillhör. Studiemedel, räntor och pensioner räknas till inkomsterna. Uppgifterna bör avse årsinkomsten innan skatt dragits.

		Inkomst i kronor per år						
		Under 30.000	30.000— 50.000	50.000— 70.000	70.000— 90.000	90.000— 110.000	110.000— 130.000	Över 130.000
132	Din personliga	27	23	30	14	4	2	1
133	Hushållets totala	4	9	18	20	17	14	19
		0	1	2	3	4	5	6

**Har Du själv körkort för personbil?**

134      0 74 Ja      1 26 Nej

## BAKGRUNDSDATA

## Hur ofta Du besöker affärer m. m.

Nedan finner Du ett antal frågor där Du kan markera Ditt svar på upp till 16 olika sätt: från "Aldrig" till "7 ggr/vecka". Ange så noga Du kan HUR OFTA Du besöker olika affärer etc. Svvara med ett kryss på varje rad!

Hur ofta besöker Du:	Antal gånger															
	Aldrig	Per år			Per kvartal			Per månad			Per vecka					
<b>Livsmedelsbutiker</b>		1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7
321 ICA	7	1	2	4	4	3	8	8	8	19	16	10	5	4	1	0
322 Konsum	13	2	3	4	4	4	11	8	9	16	11	7	4	3	1	1
323 Vivo	57	6	5	4	4	3	6	3	3	4	2	2	1	1	0	0
324 Favör	68	6	3	4	3	2	4	2	1	2	2	1	0	0	0	0
325 Annan butik	27	4	4	6	6	4	11	7	8	13	4	2	2	1	0	0
326 Livsmedelsavd. i Domus	22	6	6	5	7	6	12	7	6	12	5	3	1	1	0	0
327 Livsmedelsavd. i NK	81	6	3	3	2	1	1	1	1	1	0	0	-	0	-	0
Livsmedelsavd. i Tempo/EPA	29	5	6	7	9	6	10	8	6	9	3	1	1	1	0	0
328 Livsmedelsavd. i Åhléns	72	5	4	4	4	3	4	2	1	1	0	0	0	0	0	0
329 Livsmedelsavd. i Obs	65	7	5	5	4	3	5	2	1	2	0	0	0	0	-	0
330 Livsmedelsavd. i B & W (Bra, Wessels)	63	7	6	5	6	3	5	2	1	2	1	0	0	0	-	-
<b>Varuhus o. stormarknader (ej livsmedelsavd.)</b>																
332 Domus	16	5	7	8	10	8	16	9	7	9	3	1	0	1	0	0
333 NK	62	11	5	4	5	3	4	1	2	1	1	0	0	0	-	-
334 Tempo/EPA	23	6	7	7	10	8	13	8	7	7	2	1	0	0	0	0
335 Åhléns	60	8	5	4	6	4	5	2	2	1	1	0	0	0	0	0
336 Obs	54	10	7	5	6	4	7	3	1	1	0	0	0	0	0	-
337 B & W (Bra, Wessels)	58	9	6	5	5	4	6	2	1	2	0	-	0	0	-	-
<b>Andra butiker</b>																
338 Hennes/Mauritz	34	10	10	7	10	7	10	4	3	2	1	1	0	0	-	-
339 Kapp-Ahl	49	16	9	5	8	4	5	2	1	1	1	0	-	0	-	-
340 Gulins	64	11	6	4	5	4	4	1	1	1	0	0	-	0	-	-
341 Ikea	41	30	12	7	5	3	1	0	0	0	0	-	0	0	0	0
342 Åhlbergs	89	7	1	1	1	0	0	-	0	0	-	-	0	-	-	-
343 Broddmans	89	6	2	1	1	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
344 Järnia	32	14	11	10	11	6	8	4	2	1	0	0	0	0	-	-
345 Färgsam	73	9	5	4	4	2	2	1	0	0	0	0	-	-	-	0
346 Pressbyrån	19	3	4	6	8	5	12	9	8	12	5	4	2	1	1	1
347 Annan kiosk	16	2	2	4	6	5	11	8	7	16	8	5	3	2	1	3
348 Tobaksaffär	37	5	4	4	6	4	11	6	5	9	4	2	1	2	0	1
349 Bar/Självservering	19	4	6	11	12	10	11	6	5	4	2	2	2	4	0	0
350 Kafé/Konditori	24	6	9	11	12	9	11	5	5	4	1	1	1	0	0	0
351 Korvkiosk/Gatukök	26	5	6	10	11	8	13	7	6	4	3	1	0	0	0	0
352 Bensinstation	22	0	1	2	2	2	6	10	9	24	12	4	2	1	0	1
353 Postkontor	4	1	1	2	4	3	23	21	15	17	3	2	1	1	0	1
354 Bankkontor	7	2	3	4	7	5	24	21	12	10	3	1	0	1	0	0
355 Hålsokostbutik	61	10	6	4	6	3	4	2	1	1	1	-	0	-	-	-
<b>Hur ofta ...</b>																
356 Ser Du affischpelare	31	3	2	2	4	3	7	3	3	10	4	3	2	6	2	14
357 Ser Du reklamfilm på bio	45	10	9	6	7	5	8	4	3	2	1	0	0	0	-	0
358 Ser Du reklam på bussar	32	3	2	4	5	3	6	4	5	8	3	4	2	8	2	10
359 Åker Du buss	31	6	5	8	6	5	5	4	5	4	3	3	3	7	3	3
360 Åker Du tunnelbana	71	7	3	4	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1



## BAKGRUNDS DATA

## Tidningar Du själv läser

Följande frågor gäller hur ofta Du själv läser vissa tidningar. De flesta människor läser endast en liten del av de uppräknade tidningarna. Vi ber Dig att så noga som möjligt gå igenom och kryssa för samtliga tidningar. I de fall Du inte alls läser en tidning, kryssa för svarsalternativet "Aldrig".

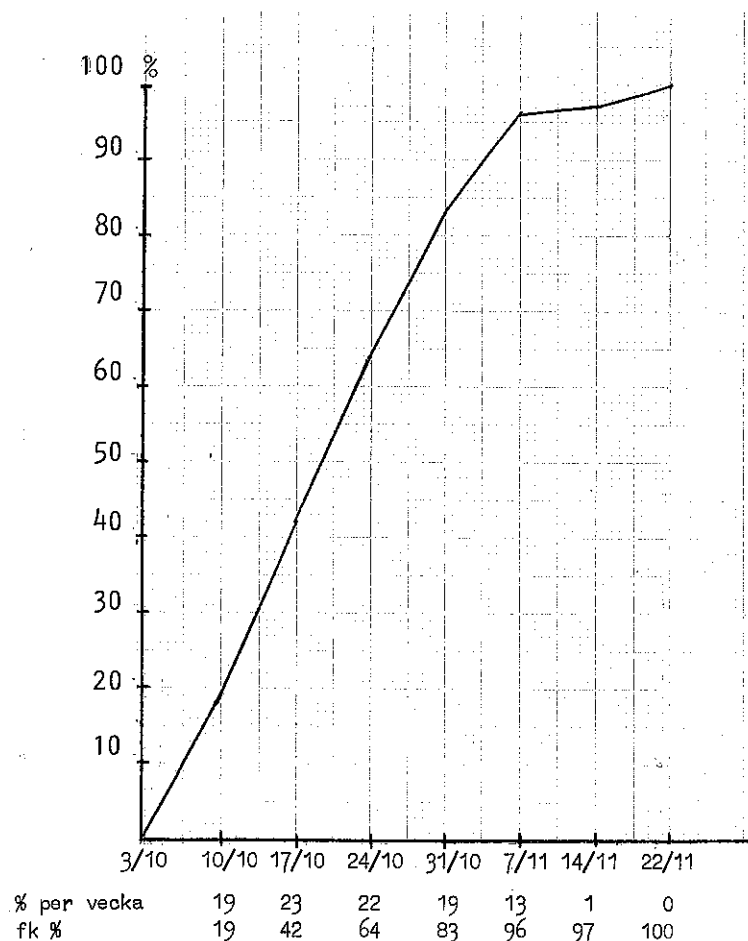
Hur ofta läser Du:		Räckvidd i procent
<b>VARDAGS-nummer av:</b>		
364	Aftonbladet	21
365	Arbetet	4
366	Dagens Nyheter	15
367	Expressen	24
368	Göteborgs-Posten	12
369	GT Kvällstidningen	5
370	Kvällsposten	6
371	Svenska Dagbladet	7
372	Sydsvenska Dagbladet	4
373	Nerikes Allehanda/ Nerikes Tidningen	2
374	Norrköpings Tidningar	2
375	Nya Wermlands-Tidningen	3
376	Upsala Nya tidning	3
377	Vestmanlands Läns Tidn.	2
378	Östgöta Correspondenten	3
<b>SÖNDAGS-nummer av:</b>		
379	Aftonbladet (sönd.nr)	31
380	Arbetet (sönd.nr)	4
409	Dagens Nyheter (sönd.nr)	19
410	Expressen (sönd.nr)	37
411	Göteborgs-Posten (sönd.nr)	13
412	GT Kvällstidningen (sönd.nr)	8
413	Kvällsposten (sönd.nr)	9
414	Sv. Dagbladet (sönd.nr)	7
415	Sydsv. Dagbladet (sönd.nr)	5
416	Skånska Dagbl. (sönd.nr)	1
417	Helsingborgs Dagblad (sönd.nr)	3

## BAKGRUNDSDATA

## Tidningar Du själv läser

Hur ofta läser Du:		Räckvidd i procent
<b>Veckotidningar</b>		
418	Allas Veckotidning	10
419	Allers	13
420	Damernas Värld	8
421	Femina	5
422	FIB-Aktuellt	13
423	Hemmets Journal	15
424	Hemmets Veckotidning	14
425	Husmodern	8
426	Hänt i Veckan	10
427	ICA-kuriren	24
428	Kalle Anka & Co	9
429	Land	16
430	Lektyr	11
431	Metallarbetaren	7
432	Min Värld	6
433	Mitt Livs Novell	3
434	Röster i Radio/TV	6
435	Saxons Veckotidning	7
436	Se	7
437	Svensk Damtidning	8
438	Veckans Affärer	4
439	Vecko-Journalen	3
440	Vecko-Revyn	6
441	Vi	11
442	Året Runt	19
<b>14-dagartidningar</b>		
443	Kommunalarbetaren	10
444	Motor	9
445	Motorföraren	4
446	Teknikens Värld	6
447	Vi Bilägare	20
<b>Månadstidningar</b>		
448	Allt om mat	12
449	Allt i Hemmet	16
450	Hem och Fritid	17
451	Det Bästa	10
452	Båt-Nytt	5
453	Båt för alla	3
454	Vi Båtgare	3
455	Foto- och Filmteknik	3
456	Radio & Television	2
457	Start & Speed	3
458	Sunt Förnuft	4
459	Teknik för alla	4
460	Tidskrift för Hälsa	3
461	Vi Föräldrar	8
462	Vår Bostad	15
463	Privata Affärer	3
464	Illustrerad Motor Sport	2
465	MC-Nytt	3

### TEKNISK BESKRIVNING



Följande aktiviteter genomfördes under fältarbetsperioden:

- 20/9 1979 Förvarningskort ut
- 3/10 Formulärutsändning
- 9/10 Fu-I
- 12/10 Fu-II
- 6/11 Obligationsdragning
- 23/10 Kokbok (värd ca 46 kr) eller 2 lotter eller 40 kronors erbjudande till hela massan
- 27/10 Telefonanmaning börjar
- 7/11 Kokbok (värd ca 63 kr) + 1 penninglott eller 75 kronors erbjudande till BF-gruppen
- 22/11 Undersökningen avslutad

TEKNISK BESKRIVNINGUrval

Urvalet för Sverige Nu P-9005 har utgjorts av 3.000 individer i åldern 15-70 år. Populationen är individer bokförda i befolkningsregistret i åldern 15-70 år.

<u>Svarsfrekvens</u>	<u>Ovägt</u>	<u>Vägt</u>
A Bruttourval	3.000	3.000
B Antal ej målgruppsaktuella	364 <sup>1)</sup>	410 <sup>1)</sup>
C Nettourval	2.636	2.590
D Antal godkända inkomna formulär	1.844	2.136
E Resterande del av nettourvalet	792	-
F Svar i % av nettourvalet	70 %	83 %

Klassificering av ej målgruppsaktuella

Avflyttade ur riket	7	7
Vistas utomlands större delen av året/ till sjöss	3	5
Bortresta utomlands under undersöknings- perioden	36	46
Avlidna	10	12
Sjuka, vårdas på sjukhem, vårdhem	3	3
Sjuka, vårdas i hemmet	110	140
Militärtjänst	5	5
Intagna på anstalt/fängelse	-	-
Ej svensktalande	3	3
Okända på uppgiven adress = kvarskrivna/ skrivna å kommun	<u>20</u>	<u>22</u>
	197	243

1) Inkl 50 % av personer som är "ej anträffbara" vilka erfarenhetsmässigt visat sig tillhöra gruppen "ej målgruppsaktuella", i detta fall 167 personer.

TEKNISK BESKRIVNINGBortfall

Lovat svara	183
Vägrare	268
Tidsbrist	81
Ingen kontakt trots minst 5 kontaktförsök	93
Ej anträffbara	<u>334</u>
	959

Kommentar till svarsfrekvensredovisningen

Fältarbetet avslutades den 22 november 1979. Antalet godkända inkomna formulär utgjorde då (D) ovägt 1.844 och vägt 2.136 personer.

Undersökningen har givit ej målgruppsaktuella (B) ovägt 364 och vägt 410 personer. Nettourvalet (C) får vi som differens mellan bruttourval (A) och ej målgruppsaktuella (B) och omfattar ovägt 2.636 och vägt 2.590 personer.

Svarsfrekvensen (F) i procent av nettourvalet är ovägt 70 % och efter skattning av förhållandena i bortfallsgruppen 83 %.

Metod för bortfallsskattning

Den tillämpade metoden för bortfallsskattning syftar till att reducera bias som kan uppstå i att svarsvilliga personer har andra vanor än svarsovilliga.

När cirka 60 % av svaren inkommit delas resterande urval i tre likvärdiga grupper. En av dessa grupper lottas att utgöra "bortfallsskattningsgrupp". Genom intensiv uppföljning av denna grupp försöker man få in så många svar som möjligt. Varje inkommet svar i bortfallsskattningsgruppen skattar svaren i de två andra grupperna genom vägning med 3.

TEKNISK BESKRIVNINGSvarsöverensstämmelse

Nedan har vi jämfört de erhållna svaren på frågor om "kön, ålder" med motsvarande uppgifter i Statistisk Årsbok. De frågor vi valt är de enda som är jämförbara med det officiella statistiska materialet.

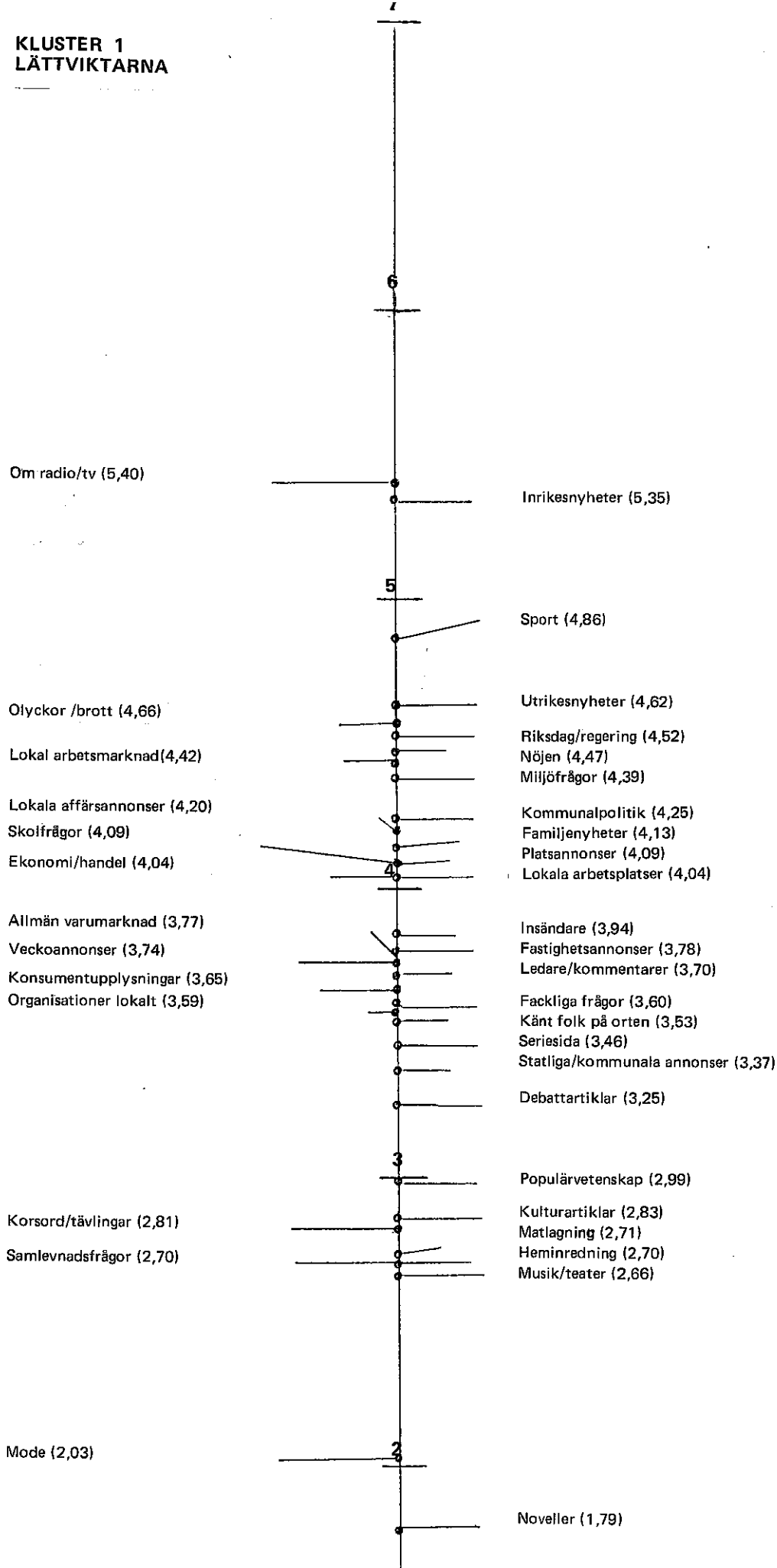
Sveriges befolkning 15-70 år

	<u>Statistisk</u> <u>Årsbok -79</u>	<u>Sverige Nu</u> <u>okt-nov -79</u>
	%	%
<u>Kön</u>		
Män	48	47
Kvinnor	52	53
<u>Ålder</u>		
15-19	9	8
20-24	10	10
25-29	10	10
30-34	12	13
35-39	9	10
40-44	8	8
45-49	8	8
50-54	8	9
55-59	9	9
60-64	8	7
65-70	9	8

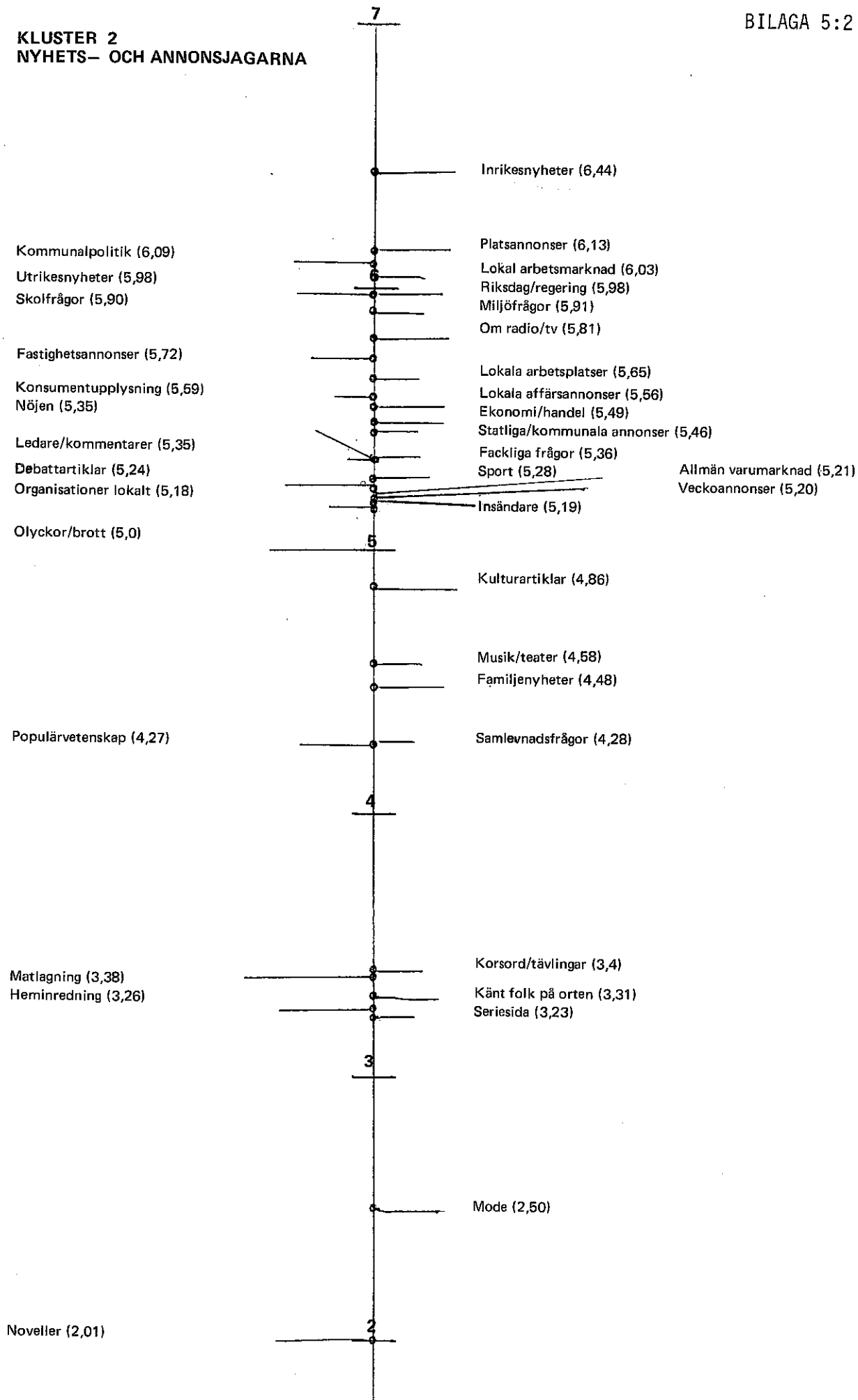
## EXEMPEL PÅ OVÄGDA OCH VÄGDA SVARSFREKVENSER

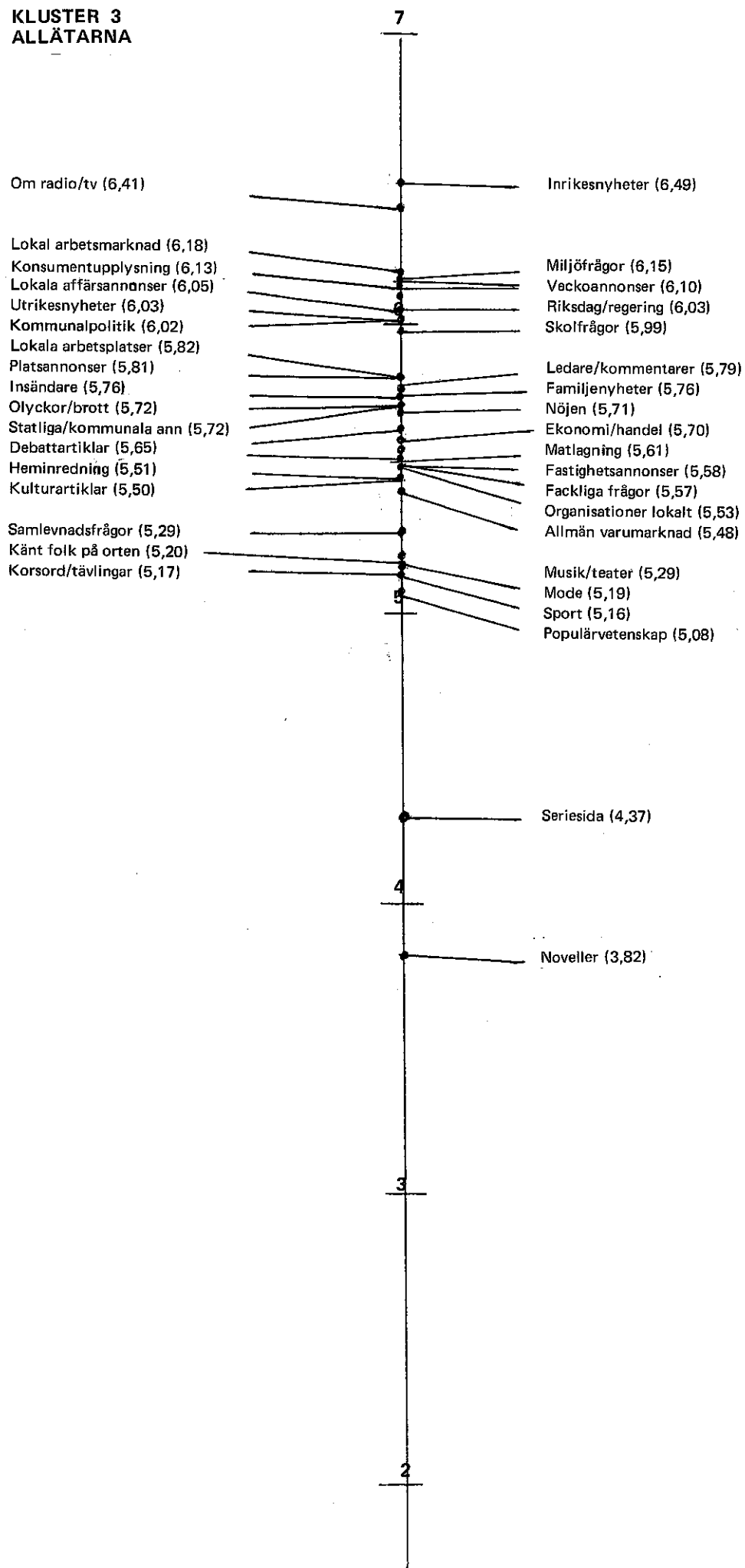
TABELL 1  
ABSOLUT FÖRDELNING

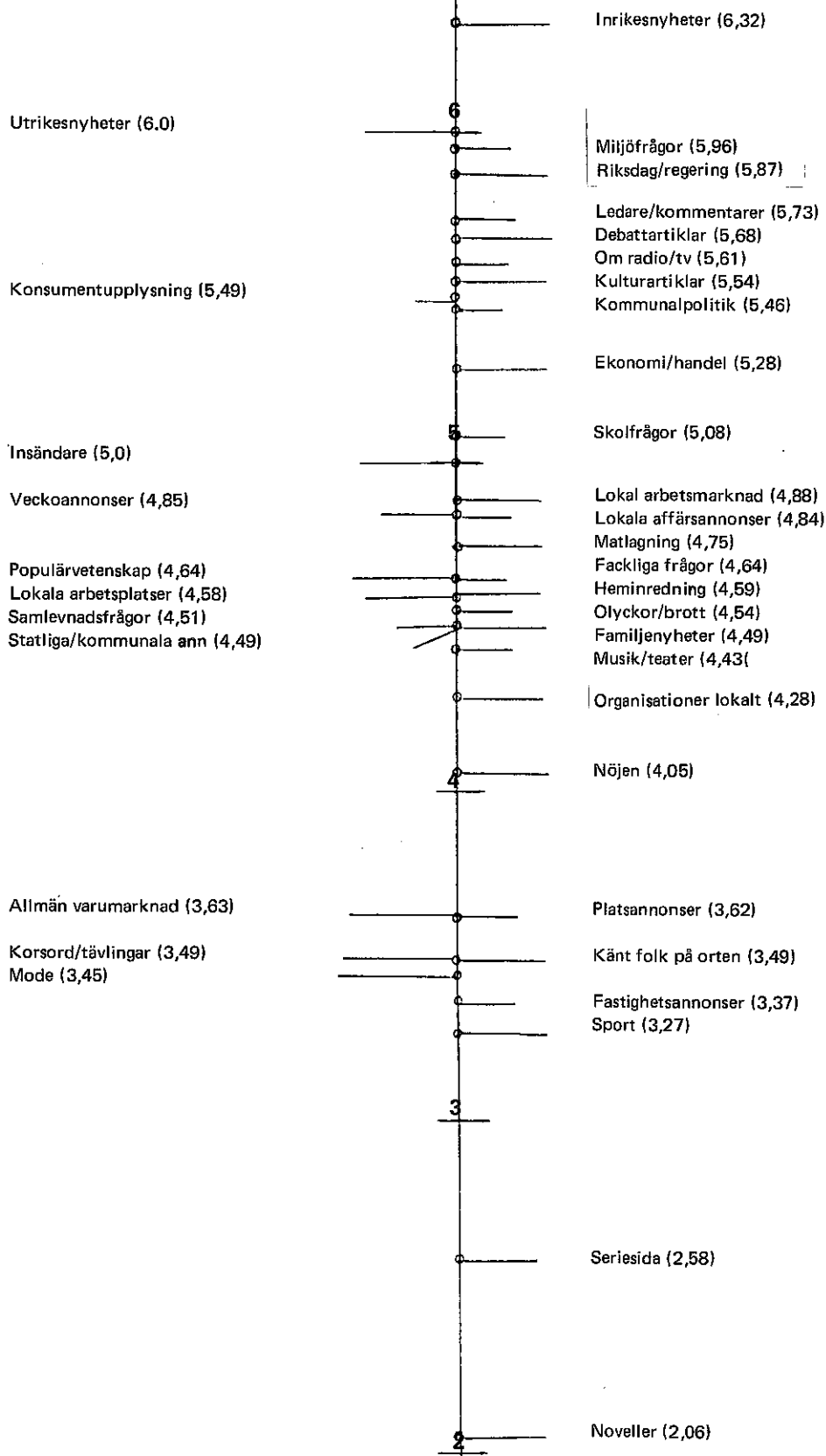
	OVÄGT ("rådata")				VÄGT efter bortf.uppföljn.			
	TOTAL	PRENUMERERAR PÅ LOKAL MORG.TIDN			TOTAL	PRENUMERERAR PÅ LOKAL MORG.TIDN		
		JA	NEJ	LÄS EJ		JA	NEJ	LÄS EJ
<u>KÖN</u>	1843	1471	233	139	2135	1697	279	159
MAN	876	702	117	57	1008	804	141	63
KVINNA	967	769	116	82	1127	893	138	96
<u>ÅLDER</u>								
15-19 ÅR	143	119	17	7	173	143	19	11
20-24 ÅR	178	114	45	19	206	130	57	19
25-29 ÅR	192	135	43	14	220	151	53	16
30-34 ÅR	225	180	21	24	269	216	27	26
35-39 ÅR	205	175	24	6	221	189	26	6
40-44 ÅR	154	123	15	16	178	139	19	20
45-49 ÅR	149	120	20	9	169	134	26	9
50-54 ÅR	155	127	12	16	189	157	12	20
55-59 ÅR	168	151	10	7	196	179	10	7
60-64 ÅR	133	104	16	13	153	120	18	15
65-70 ÅR	141	123	10	8	161	139	12	10
<u>CIVILSTÄND</u>								
OGIFT	388	273	81	34	450	315	97	38
GIFT/SAMMANBOENDE	1324	1103	124	97	1532	1269	150	113
ÄNK/SKILD	125	89	28	8	147	107	32	8
<u>FAMILJEPOSITION</u>								
HUSFAR	615	508	69	38	707	582	83	42
HUSMOR	771	637	69	65	893	733	83	77
SON/DOTTER	187	161	17	9	219	187	19	13
ANNAN HUSH.MEDLEM	42	30	10	2	50	34	14	2
ENSAMSTÄENDE	212	125	66	21	250	151	78	21
<u>FÖRV.ARB/SYSSELS.</u>								
HELTID	929	726	138	65	1091	846	172	73
DELTID	340	286	34	20	392	330	38	24
HEMMAFRU	176	142	10	24	202	160	12	30
STUDERANDE	143	117	19	7	159	129	21	9
PENSIONÄR	189	152	19	18	217	178	21	18
ANNAT	64	48	11	5	72	54	13	5
<u>UTBILDNING</u>								
FOLKSKOLA	720	570	83	67	844	672	97	75
GRUND/ENHET/REAL	295	216	43	36	349	248	59	42
FACK/FLICK/FOLKHÖG	194	171	21	2	216	191	23	2
GYMNASIUM	366	293	53	20	408	329	57	22
HÖGSK/UNIV/SEM	255	211	33	11	295	241	43	11





**KLUSTER 2  
 NYHETS- OCH ANNONSJAGARNA**


**KLUSTER 3  
ALLÄTARNA**


**KLUSTER 4  
DE SAMHÄLLSINTRESSERADE**


**KLUSTER 5  
DE OENGAGERADE**

