

ARBETSRAPPORT NR 89

Tidningar, radio och TV  
i västra Småland

Annika Bergström

1988

ISSN 1101-4679



## Förord

Dagspresskollegiet är ett forskningsprogram som sedan starten 1979 varit förlagt till Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet. Initiativet till Dagspresskollegiet kom från dåvarande Dagspressens Marknadsinformation medan det idag är Tidningsutgivarna (TU) som är dess huvudfinansiär. Kollegiets arbete kan sammanfattas i tre punkter: beskrivande studier av hur dagspressmarknaden faktiskt utvecklas; analyser av vilka faktorer som bestämmer allmänhetens användning av och uppfattning om dagspress; samt studier av samspelet mellan dagspress och andra medier.

Dagspresskollegiet kan sägas ha fyra huvuduppgifter; att göra nationella och lokala läsarstudier, ad hoc-studier samt ge information i mediefrågor. Lokala läsarundersökningar finansieras av enskilda dagstidningsföretag. Under årens lopp har många sådana gjorts, exempelvis i Göteborg, Gästrikland, Värmland och Småland.

Karaktäristiskt för de lokala läsarundersökningarna är att det i viss mån ställs samma frågor i dessa som de rikstäckande undersökningar som görs av Dagspresskollegiet, vilket möjliggör jämförelser mellan regioner och ett riksgenomsnitt eller mellan olika regioner. I flera regioner har kollegiet också gjort mer än en undersökning vilket ger möjligheter till jämförelser över tid. I några fall har de lokala studierna också följts upp genom så kallade genombläddringsstudier för enskilda tidningar.

I mars 1997 kontaktades Dagspresskollegiet av Värnamo Nyheter (VN) för en lokal läsarundersökning i Värnamoregionen. Den rapport som här föreligger ger en översikt av huvudresultaten från undersökningen i Värnamoregionen. Redovisningen behandlar både den allmänna läsarmarknaden över till mer specifika bedömningar av just Värnamo Nyheter och dess innehåll. Undersökningen genomfördes under 1997.

Undersökningen har planerats av en arbetsgrupp bestående av professor Lennart Weibull, fil. dr. Ronny Severinsson, fil. kand. Annika Bergström samt undertecknad. Huvudansvaret för undersökningens genomförande och rapportering har Annika Bergström haft. För slutsatserna svarar Annika Bergström tillsammans med undertecknad. Vid telefonpåminnelserna har också Maria Hjalmarsson och Anders Lithner medverkat.

Arbetsrapporten publiceras ett år efter att den redovisats för Värnamo Nyheter.

Göteborg i november 1998

Ingela Wadbring

Bitr. forskare och vik. projektansvarig i Dagspresskollegiet

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Tidningssituationen i västra Småland</b>	<b>2</b>
<b>3</b>	<b>Undersökningens genomförande</b>	<b>3</b>
3.1	Urval	3
3.2	Datainsamlingen	3
3.3	Svarsfrekvens och bortfall	4
3.4	Internt bortfall	6
<b>4</b>	<b>Allmän medieanvändning i västra Småland</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Val av morgontidning</b>	<b>11</b>
<b>6</b>	<b>Egenskaper vid tidningsval</b>	<b>13</b>
<b>7</b>	<b>Formatet och antalet tidningsdelars betydelse</b>	<b>16</b>
<b>8</b>	<b>Prenumeration och tidningstillgång</b>	<b>18</b>
<b>9</b>	<b>Läsning av Värnamo Nyheter</b>	<b>23</b>
9.1	Frekvens i läsning	23
9.2	Lästid och tidpunkter för läsning	24
<b>10</b>	<b>Läsintresse och läsarpreferenser</b>	<b>26</b>
10.1	Läsintresse	26
10.2	Läsning av allmänt innehåll	27
10.3	Läsning av lokala nyheter	33
10.4	Läsning av annonser	34
<b>11</b>	<b>Läsarnas bild av Värnamo Nyheter</b>	<b>35</b>
<b>12</b>	<b>Sammanfattande avslutning</b>	<b>42</b>
	Referenser	43

## TABELL- OCH FIGURFÖRTECKNING

<b>Tabell 2.1</b>	Hushållsspridningen för de största tidningarna i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1996 (procent)	2
<b>Tabell 3.1</b>	Befolkningsammansättning med avseende på folkmängd, antal hushåll och ålder i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1 januari 1997	3
<b>Tabell 3.2</b>	Svarsfrekvens totalt och för Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1997 (antal och procent)	4
<b>Tabell 3.3</b>	Anledning till svarsvägran i olika grupper, västra Småland, 1997 (procent)	5
<b>Tabell 3.4</b>	Svarspersonernas sammansättning med avseende på kön, ålder, utbildning och subjektiv klasstillhörighet i Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	6
<b>Tabell 3.5</b>	Internt bortfall för fyra frågor, västra Småland, 1997 (procent)	7
<b>Tabell 3.6</b>	Bortfallsanalys, fråga 17, om tillgång till tidning på arbetsplats eller i skola, västra Småland, 1997 (procent)	7
<b>Tabell 3.7</b>	Bortfallsanalys, fråga 18, om egenskaper som är viktiga vid tidningsval, västra Småland, 1997 (procent)	7
<b>Tabell 4.1</b>	Användning av olika nyhetskanaler i radio och TV samt lokala etermedier, västra Småland, 1997 (procent)	9
<b>Tabell 5.1</b>	Läsning av olika morgontidningar, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	11
<b>Tabell 5.2</b>	Läsning av olika icke-lokala morgontidningar minst en dag i veckan i olika grupper, västra Småland, 1997 (procent)	12
<b>Tabell 6.1</b>	Egenskaper som anses mycket eller ganska viktiga vid val av morgontidning, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	13
<b>Tabell 6.2</b>	Egenskaper som anses mycket eller ganska viktiga vid val av morgontidning, i olika grupper för varje Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1997 (procent)	14
<b>Tabell 6.3</b>	Anledningar till varför det blivit just den valda tidningen, Värnamo, Gislaved och Gnosjö. 1997 (procent)	15
<b>Tabell 7.1</b>	Synpunkter på tidningsformat och antalet tidningsdelar, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	17
<b>Tabell 8.1</b>	Andel som bor i hushåll med dagstidningsprenumeration, bland totalbefolkningen och bland morgontidningsprenumeranter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö 1997 (procent)	18
<b>Tabell 8.2</b>	Andel av befolkningen i regionen som prenumererar på Värnamo Nyheter i olika grupper, 1997 (procent)	19
<b>Tabell 8.3</b>	Andelen prenumeranter som någon gång funderat på att upphöra med sin prenumerations på Värnamo Nyheter i olika grupper, 1997 (procent)	20
<b>Tabell 8.4</b>	Motiv att upphöra med prenumerations på Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	21
<b>Tabell 9.1</b>	Läsning av Värnamo Nyheter 4 dagar i veckan i olika grupper, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	23
<b>Tabell 9.2</b>	Olika alternativ till tidningsläsning de dagar Värnamo Nyheter inte utkommer, 1997 (procent)	24

<b>Tabell 9.3</b>	Andelen läsare vid olika tidpunkter under dagen, antal lästillfällena och genomsnittlig lästid, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)	25
<b>Tabell 10.1</b>	Intresse för olika typer av tidningsinnehåll, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)	26
<b>Tabell 10.2</b>	Vikten av att få nyheter från olika geografiska orter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)	27
<b>Tabell 10.3</b>	Läsning av olika typer av innehåll i Värnamo Nyheter, i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)	28
<b>Tabell 10.4</b>	Läsintresse i förhållande till läsprofil, Värnamo Nyheter 1997 (procent)	29
<b>Tabell 10.5</b>	Läsning av olika typer av innehåll i Värnamo Nyheter, de som läser allt eller ganska mycket i olika grupper, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent)	31
<b>Tabell 10.6</b>	Läsning av olika typer av lokalt innehåll i Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)	33
<b>Tabell 10.7</b>	Läsning av olika typer av annonser i Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)	34
<b>Tabell 11.1</b>	Bedömning av Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, , 1997 (procent och balansmått)	36
<b>Tabell 11.2</b>	Bedömning av Värnamo Nyheter, olika åldersgrupper, 1997 (procent och balansmått)	38
<b>Tabell 11.3</b>	Innehåll som Värnamo Nyheter bör satsa mer eller mindre på, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)	37
<b>Figur 11.1</b>	Intresse för nyheter från den egna kommunen och kringkommunerna	40

## 1 INLEDNING

Dagstidningsläsning är en av många dagliga rutiner för svenskar. De flesta av oss har vanan att läsa en lokal morgontidning nästan varje dag. Den svenska dagspressen har en stark ställning bland sina läsare.

Dagspresskollegiet vid Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborgs universitet genomför regelbundet nationella medieundersökningar. Dessa syftar till att se på spridning och dagspressens relation till andra medier. Vidare görs inom ramen för Dagspresskollegiet regionala och lokala läsarundersökningar, ofta på initiativ från någon lokal tidning. Studierna på olika nivåer ställer i stor utsträckning samma frågor för att möjliggöra jämförelser mellan regioner och riksgenomsnittet samt mellan olika regioner.

Tidningsläsning i västra Småland är en lokal studie som utförts på initiativ av Värnamo Nyheter. Undersökningen är en enkätstudie gjord under våren och sommaren 1997 bland 1500 personer i åldern 15-75 år i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner.

Rapporten inleds i avsnitt 2 med en bakgrund om värnamoregionen med tidningssituationen. Vidare beskrivs i avsnitt 3 undersökningens genomförande - urval, datainsamling och svarsfrekvens. Avsnitten 4-11 beskriver resultaten för undersökningens olika delar - allmän medieanvändning, tidningsval och egenskaper för dessa, prenumeration och tidningstillgång, tidningsläsning, innehållspreferenser - med tyngdpunkten lagd på det material som rör Värnamo Nyheter, samt läsarnas synpunkter på Värnamo Nyheter. Rapporten avslutas med en summering och kommentarer till resultaten i avsnitt 12.

## 2 TIDNINGSSITUATIONEN I VÄSTRA SMÅLAND

Regionen för den här undersökningen är alltså västra Småland, närmare bestämt kommunerna Värnamo, Gislaved och Gnosjö. Befolkningen beskrivs närmare i nästa avsnitt där jämförelser görs med urvalet för undersökningen. Nedan sker en genomgång av tidningssituationen i värnamoregionen.

Regionen har *en* lokaltidning med flerdagsutgivning: Värnamo Nyheter som utkommer 4 dagar i veckan - måndag, tisdag, torsdag och lördag. Två lokala endagstidningar finns också: Finnveden onsdag och Finnveden fredag. Upplagan 1996 var för Värnamo Nyheter 24.200 exemplar. Hushållsspridningen för de största tidningarna i regionen visas i tabell 2.1:

**Tabell 2.1** Hushållsspridningen för de största tidningarna i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1996 (procent)

Tidning	Hushållsspridning			
	Hela regionen	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
Värnamo Nyheter	72	72	71	70
Finnveden onsdag	9	7	11	11
Finnveden fredag	13	8	16	16
Göteborgs-Posten vardag/söndag	4/9	3/8	5/10	4/10
Dagens Nyheter vardag/söndag	2/2	3/3	2/2	1/1
Svenska Dagbladet vardag/söndag	2/2	3/3	2/2	1/1
Expressen vardag/söndag	14/19	15/19	14/19	13/16
Aftonbladet vardag/söndag	10/12	10/12	9/12	8/9

Källa: TS-boken 1997

Värnamo Nyheterers dominans är stor, för att inte säga total i regionen. Expressen, Aftonbladet och Göteborgs-Posten söndag är de flerdagartidningar som överhuvudtaget når lite större grupper bortsett från lokaltidningen.

Värnamo Nyheter har funnits sedan 1930. Fram till 1981 hade tidningen konkurrens av Värnamo Tidningen som då uppgick i Värnamo Nyheter. Tidningen har sitt huvudkontor och redaktion i Värnamo med lokalredaktioner på en rad orter i regionen.

I april 1996 gjordes tidningen om utseendemässigt: Värnamo Nyheter började nu ges ut i två delar. Tidigare hade den tidvis tryckts i delar men utan någon formell uppdelning. Från april 1996 har man i princip en strikt uppdelning av materialet mellan de två tidningsdelarna.

Värnamo Nyheter är partipolitiskt obunden och har ingen ledare. Efter första- och andrasidan som enbart består av annonser, följer en mer traditionell "förstasida". Istället för att ha ledare, återfinns på sidan 4 krönika, insändare och debatt. I del 1 återfinns vidare familjesidan, in- och utrikes, ekonomi och näringsliv samt lokalsidor. Del 2 innehåller lokalsidor, sport, annonser och radio- och TV-program. Olika dagar förekommer olika teman, tex nöjen, vår vardag, bilder på nyfödda. Ett blad med veckans radio- och TV-program medföljer en dag i veckan.



### 3                   UNDERSÖKNINGENS GENOMFÖRANDE

#### 3.1       Urval

Urvalet består av 1500 slumpmässigt utvalda personer i kommunerna Värnamo, Gislaved och Gnosjö enligt fördelningen nedan:

Värnamo	550
Gislaved	550
Gnosjö	400

för att på det sättet låta materialet ta viss hänsyn till kommunernas olika storlek. Tabell 3.1 nedan visar befolkningsfördelningen i de tre kommunerna med avseende på folkmängd, antal hushåll och åldersfördelning.

**Tabell 3.1**       *Befolkningssammansättning med avseende på folkmängd, antal hushåll och ålder i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1 januari 1997*

	Värnamo kommun	Gislaveds kommun	Gnosjö kommun
Folkmängd	31 544	29 884	10 014
Antal hushåll	13 050	12 071	3 789
Åldersfördelning i procent:			
16-19 år	4,9	5,1	5,3
20-44 år	32,3	33,6	34,7
45-64 år	23,9	22,8	21,8
65-79 år	13,4	11,7	11,1

Källa: Årsbok för Sveriges kommuner 1997

Här framgår antalet kommuninvånare som alltså gjort att vi valt fördela urvalet som just beskrivits. Anledningen till att inte helt vikta urvalet efter folkmängd är att det då hade varit omöjligt att bryta ner resultaten för Gnosjö i olika grupper.

#### 3.2       Datainsamlingen

Enkäten som ligger till grund för undersökningen består av 57 frågor och omfattar 20 sidor. Den är utformad i enlighet med tidigare tidningsläsningsstudier som genomförts av Dagspresskollegiet, samt i viss mån med SOM-studien för att få jämförbarhet mellan olika regioner och riksgenomsnittet. SOM - Samhälle Opinion Massmedia - är undersökningar på riks-, regional- och lokalnivå, som årligen utförs av SOM institutet. Detta är ett forskningsorgan som drivs gemensamt av Institutionen för journalistik och masskommunikation, Statsvetenskapliga institutionen och Förvaltningshögskolan vid Göteborgs universitet. Vidare har uppdragsgivaren tillfört frågor som ligger i deras intresse.

Enkäten med följebrev skickades ut runt den 15/5 1997. I veckan efter gick ut ett påminnelsekort till samtliga i urvalet. Ytterligare två veckor senare gjordes ett nytt utskick med enkät till dem som inte svarat, vilket var omkring 1000 personer. Därefter gjordes ett sommaruppehåll följt av ett nytt utskick med bifogad enkät den 15 augusti. Detta berörde ca 850 personer. Två veckor senare skickade vi ut en minienkät där man hade möjlighet att tala om varför man inte vill eller kan delta i undersökningen. 750 personer fick minienkäten. Avslutningsvis gjordes telefonpåminnelser till resterande personer i urvalet. Vi fick då kontakt med 250 av de resterande 460 personerna.

### 3.3 Svarsfrekvens och bortfall

Vi har vid datainsamlingens slut haft kontakt med 1.314 personer av de utvalda 1.500, dvs 88 procent av det ursprungliga urvalet. Datainsamlingen har varit relativt tids- och resurskrävande jämfört med liknande undersökningar. Vi har dock ansett det vara värt tiden och mödan att få in så många svar som möjligt, och även bemödat oss om att få kontakt med de personer som vägrar delta, för att kunna se vilka dessa är. En analys följer nedan.

Vid datainsamlingens slut hade 774 personer svarat på enkäten. Det försvinner också ett antal personer från urvalet som inte kan delta: avflyttade, avlidna, personer som är intagna för någon typ av vård, personer som inte kan tillräckligt mycket svenska för att svara. Det slutliga urvalet och svarsfrekvensen återfinns i tabell 3.2:

**Tabell 3.2** Svartsfrekvens totalt och för Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1997 (antal och procent)

	Totalt	Värnamo kommun	Gislaveds kommun	Gnosjö kommun
Ursprungligt urval	1500	550	550	400
Naturligt bortfall	96	30	41	25
<i>avlidna</i>	2	-	1	1
<i>sjuka, inst. vård</i>	23	9	10	4
<i>avflyttade</i>	33	9	14	10
<i>ej svensktalande</i>	38	12	16	10
Nettourval	1404	520	509	375
Svartsvägrare, ej anträffade	630	227	237	188
Antal svarande	774	293	272	187
Svartsfrekvens i procent	55	56	53	50

Anm: Att totala antalet svarande blir fler än summan av personerna i de tre kommunerna beror på att 22 personer skickat in anonymt och därmed inte kan kommunkodas.

Svartsfrekvensen ligger för samhällsvetenskapliga postenkätstudier allmänhet mellan 60 och 70 procent (se t ex Severinsson 1990). Riks-SOM-undersökningen 1996 ligger på 69 procent. I ljuset av detta kan svartsfrekvensen för västra Småland-undersökningen betraktas som relativt låg, framför allt i Gnosjö kommun.

Den relativt låga svarsfrekvensen är inte helt lätt att förklara. Många personer vägrar att delta, och detta av olika anledningar. Minienkäten samt telefonpåminnelser har gett oss en bild av varför folk inte deltar. Tabell 3.3 visar skälen till varför de personer som skickat in minienkäten - 216 personer - inte vill ställa upp i undersökningen.

**Tabell 3.3** Anledning till sarsvägran i olika grupper, västra Småland, 1997 (procent)

	Tot.	Kön		Ålder						Boendeort		
		Män	Kv.	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75	V-mo	G-ved	Gnosjö
Alla vägrare		52	47	7	12	18	22	20	20	36	38	26
<b>Anledning att vägra:</b>												
Deltar av princip inte	40	36	44	23	39	30	46	43	46	42	36	42
Ointressanta frågor	20	20	21	41	22	26	18	15	15	21	16	24
Litar ej på anonymiteten	9	7	12	-	10	7	14	10	9	10	10	8
Tidsbrist	8	9	8	4	17	16	8	4	2	7	10	8
Annat	8	8	7	23	7	8	8	4	5	5	11	6
För svåra frågor	2	1	3	9	-	2	1	2	3	1	2	2
Ej angivit anledning	34	38	30	23	27	33	24	42	46	34	36	32
n=	330	171	154	22	41	61	74	67	65	119	125	86

Anm: Eftersom svarspersonerna kunnat ange flera alternativ summerar kolumnerna inte till 100 procent.

Benägenheten att vägra ökar med ålder. Det finns också något fler kvinnor än män i gruppen aktiva sarsvägrare. Relativt urvalets storlek är andelen sarsvägrare i de olika kommunerna lika stor. Anledningarna till att vägra skiftar framför allt med åldern. Tonåringarna tycker att frågorna är ointressanta och uppger "annat" vilket främst innebär att de inte bryr sig om undersökningen eller att de anser sig ha för lite kunskap för att svara. Äldre personer deltar av princip inte. I Gnosjö tycker en större andel att frågorna är ointressanta jämfört med i de två andra kommunerna.

Undersökningen skiljer sig i stort inte från andra tidningsläsningsundersökningar vare sig vad beträffar formulärets utformning eller i själva genomförandet. Folk i regionen är helt enkelt inte intresserade av att delta av olika anledningar som presenterats ovan, men ett stort antal har varit intresserade av att tala om varför de inte ställer upp.

Hur sarspersonerna fördelar sig i olika grupper redovisas i tabell 3.4 nedan. Om man jämför sarspersonernas åldersfördelning med den totala befolkningens finner man en viss överrepresentation i gruppen 15-19 år. Att denna undersökning inkluderar även 15-åringarna har naturligtvis betydelse. Motsatt effekt blir det i gruppen 65-75 år. Den är något underrepresenterad i jämförelse med populationen, men vår grupp exkluderar ju 76-79-åringarna. Mellangrupporna - som är identiska med avseende på ålder - är också i stort sett lika stora bland sarspersonerna och populationen. Vårt urval kan därmed sägas vara representativt för populationen i de utvalda kommunerna.

**Tabell 3.4** Svarspersonernas sammansättning med avseende på kön, ålder, utbildning och subjektiv klasstillhörighet i Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)

	Värnamo kommun	Gislaveds kommun	Gnosjö kommun
<b>Kön:</b>			
Män	53	46	44
Kvinnor	46	53	53
<b>Ålder:</b>			
15-19 år	12	10	12
20-44 år	40	44	42
45-64 år	33	32	35
65-75 år	12	12	11
<b>Utbildningsnivå:</b>			
Låg	27	29	34
Mellan	46	56	54
Hög	26	14	(12)
<b>Subjektiv klasstillhörighet:</b>			
Arbetare	43	49	45
Jordbrukare	(4)	(4)	(4)
Tjänsteman	21	17	18
Högre tj.man/akademiker	(4)	(8)	(6)
Egen företagare	14	(17)	17
n=	293	272	187

Anm: 22 personer har svarat anonymt och har inte kunnat kommunkodas, 9 personer svarsvägrar på frågan om kön, 16 ålder, 1 utbildning och 87 socialklass.

### 3.4 Internt bortfall

Två små fel upptäcktes i enkäten på ett sent stadium, vilket gett ett internt bortfall för dessa frågor. I fråga 31a uppges att Värnamo Nyheter inte utges på tisdagar och torsdagar, men det är just de dagar tidningen utkommer. Detta tycks dock inte ha påverkat svarsbenägenheten negativt, snarare tvärtom. Felet åtgärdades inför augustiutskicket. Vidare har en olycklig formulering och avsaknaden av en rubrik medfört att frågorna 17 och 18 hoppats över av alltför många. Dessa handlar om vilka tidningar man har tillgång till på arbetsplatsen eller skolan, samt egenskaper som är viktiga vid val av morgontidning. Problemet har rättats till inför augustiutskicket, och hänsyn till detta tas i tolkningen av resultaten.

Vidare är det framför allt två frågor som har ett större bortfall än andra: frågorna om inkomst och om partisympati. Dessa frågor upplevs av många som intima och känsliga, varför bortfallet brukar vara större än för övriga frågor. Tabell 3.5 visar det interna bortfallet för dessa fyra frågor. Där framgår det stora bortfallet för frågorna 17 och 18, samt det något mindre för inkomst och partisympati. Bortfallet för de två senare ligger på något högre nivå än i den nationella SOM-undersökningen 1996 (Johansson 1996:365f). Svarsfrekvensen för resterande frågor är god.

**Tabell 3.5** *Internt bortfall för fyra frågor, västra Småland, 1997 (procent)*

Fråga	
Fråga 17	49
Fråga 18	38
Frågan om partisympati	17
Frågan om inkomst	14

Eftersom bortfallet på frågorna 17 och 18 är så stort, är det på plats med en jämförelse mellan svarsfördelning på de olika alternativen före och efter ändringen av enkäten. Ändringen består i att en rubrik tillfogats överst på sidan där fråga 17 och 18 förekommer, där det görs klart att frågorna ska besvaras av alla. Tabell 3.6 och 3.7 visar svarsfördelningen före och efter ändringen:

**Tabell 3.6** *Bortfallsanalys, fråga 17, om tillgång till tidning på arbetsplats eller i skola, västra Småland, 1997 (procent)*

Variabel	Andel svarande	
	före	efter ändring
Värnamo Nyheter	44	52
Finnveden onsdag	8	16
Finnveden fredag	8	17
Dagens Nyheter	11	18
Svenska Dagbladet	10	13
Göteborgs-Posten	17	20
Dagens Industri	21	25
Dagen	5	7
Annan morgontidning	2	2
n=	283	114

**Tabell 3.7** *Bortfallsanalys, fråga 18, om egenskaper som är viktiga vid tidningsval, västra Småland, 1997 (procent)*

Variabel	Mycket viktigt		Ganska viktigt		Inte särskilt viktigt		Inte alls viktigt		Vet ej	
	före	efter	före	efter	före	efter	före	efter	före	efter
Platsannonser	8	12	21	29	26	23	8	21	4	7
Lokala butiksannonser	12	11	36	47	27	17	8	12	2	6
Den politiska linjen	2	10	13	18	30	27	32	27	4	7
De lokala nyheterna	46	37	39	47	8	5	2	3	1	5
Riksnyheterna	26	32	36	34	17	18	5	4	2	7
Utrikesnyheterna	15	24	34	32	24	24	8	6	2	6
Småannonserna	7	6	28	29	32	38	15	10	2	6
Sportsidorna	17	24	24	15	22	24	21	25	2	6
Lågt prenumerationspris	31	28	24	23	9	17	6	7	8	10
Många sidor	6	6	21	27	32	31	16	12	5	10
Stort format	3	2	10	10	31	38	31	26	5	10
Få tidningen tidigt på morgonen	49	46	22	25	8	10	4	5	4	7
n=	364	114	364	114	364	114	364	114	364	114

Skillnaderna mellan dem som svarat före respektive efter ändringen i formuläret är inte stor. Den största skillnaden finns vad gäller platsannonser i kategorin Inte alls viktigt. Denna ökar efter det formuläret ändrats. Det viktigaste är ändå att rangordningen är densamma före och efter, så är fallet i det stora hela. På några punkter skiljer den sig, men det handlar då om ytterst små förskjutningar.

Sammanfattningsvis kan sägas att själva datainsamlingen var en ovanligt lång och utdragen process. Vi har lagt mer tid och resurser än normalt och tack vare detta lyckats komma upp i en acceptabel svarsfrekvens som är representativ för regionen. Postenkätens dilemma är just svarsfrekvensen. Telefonintervjuer t ex ger en högre svarsfrekvens, men har den nackdelen att man inte kan ställa samma antal frågor eller ha för många svarsalternativ på varje fråga.

Svarsbenägenheten är i stort sett god bland svarspersonerna. De som har skickat in enkäten har lagt sig vinn om att ta sig tid att svara på de flesta frågorna. Man ska inte stirra sig blind på enstaka procenttal. Det är viktigt att poängtera att vi har ett representativt och digert material som gett oss goda möjligheter att se tendenser i medieanvändning, tidningsinnehav och tidningsläsning i västra Småland.

## 4 ALLMÄN MEDIEANVÄNDNING I VÄSTRA SMÅLAND

Inledningsvis kommer jag att beskriva allmän medieanvändning i värnamoregionen. Tabell 4.1 visar morgon- och kvällstidningsläsning, radiolyssnande och TV-tittande för befolkningen i Västra Småland.

**Tabell 4.1** Användning av olika nyhetskanaler i radio och TV samt lokala etermedier, västra Småland, 1997 (procent)

	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Minst 5ggr/	Minst 1g/v	Mer sällan	Minst 5ggr/	Minst 1g/v	Mer sällan	Minst 5ggr/	Minst 1g/v	Mer sällan
<b>Nyhetsprogram i radio:</b>									
Nyheter i lokalradion	42	18	40	38	24	39	40	15	45
Dagens Eko i riksradien	18	24	58	15	17	68	24	19	57
Nyheter i Radio Match	14	20	66	15	21	64	11	15	74
Nyheter i Radio Rix	4	5	91	4	8	88	1	5	96
Nyheter i Radio NRJ	8	11	81	7	16	77	10	15	75
<i>Radio-nyheter, totalt</i>	<i>63</i>	<i>24</i>	<i>13</i>	<i>60</i>	<i>28</i>	<i>12</i>	<i>65</i>	<i>21</i>	<i>14</i>
<b>Nyhetsprogram i TV:</b>									
Rapport i TV2	38	36	26	37	34	29	34	39	27
Aktuellt i TV1	36	42	22	31	40	29	29	44	26
Smålandsnytt i TV2	28	45	27	26	39	35	29	37	34
Nyheter i TV4	30	48	22	30	45	25	29	44	27
Regionala nyheter i TV4 - TVF	8	22	70	11	24	65	7	26	67
Nyheter i TV3	3	13	84	3	15	82	2	14	84
<i>TV-nyheter, totalt</i>	<i>61</i>	<i>34</i>	<i>6</i>	<i>59</i>	<i>35</i>	<i>6</i>	<i>56</i>	<i>38</i>	<i>6</i>
Nyheter på Text-TV	18	15	66	17	14	69	17	17	66
Nyheter på Internet	1	2	97	1	3	96	1	2	97
<b>Morgon-TV:</b>									
Morgon-TV i TV2	6	13	81	6	12	82	9	11	80
Morgon-TV i TV4	10	15	75	11	20	69	13	20	67
<i>Morgon-TV, totalt</i>	<i>13</i>	<i>17</i>	<i>70</i>	<i>14</i>	<i>20</i>	<i>66</i>	<i>16</i>	<i>22</i>	<i>62</i>
<b>Lokala radio- och TV-kanaler:</b>									
Smålandsnytt i TV2	26	44	30	24	34	42	29	33	38
P4, Radio Jönköping	33	20	47	32	23	45	42	20	58
Radio Match	22	18	60	20	20	60	14	19	67
Lokala nyheter i TV4 - TVF	10	22	68	10	29	61	13	24	63
Radio NRJ	14	11	75	16	12	82	14	15	71
Närradio	7	8	85	1	6	93	3	4	93
Radio Rix	2	5	93	4	8	88	7	12	81
<i>Lokala medier, totalt</i>	<i>68</i>	<i>28</i>	<i>4</i>	<i>66</i>	<i>28</i>	<i>6</i>	<i>72</i>	<i>21</i>	<i>7</i>

n=774

Lokalradions nyheter har störst lyssnarskara bland radionyhetskanalerna i västra Småland. Därefter kommer Dagens Eko och nyheter i Radio Match. Vad beträffar lyssnande på radiony-

heter finns inga stora skillnader mellan de tre undersökta kommunerna, med undantag av att nyheterna i Radio Match har en svagare ställning i Gnosjö. Om man jämför värnaregionen med landet i övrigt är siffrorna för lokalradion och Dagens Eko i princip lika varandra (Hushållens Nyhetskonsumention 1996).

Nyheterna i TV4 är de TV-nyheter som störst andel personer ser varje vecka. Rapport och Aktuellt är nästan lika vanliga. Smålandsnytt är ungefär lika stort som public service-kanalernas riksnheter, även om Värnamo har något mindre andel tittare varje vecka än de andra två kommunerna. TV4's lokala nyheter TVF har inge stor publik i västra Småland, och TV3's nyheter har ytterligare mindre andel tittare varje vecka. Tittande på morgon-TV är inte heller speciellt utbrett i västra Småland. Beträffande TV-nyheter skiljer sig värnaregionen något från landet i stort, där Aktuellt och Rapport är betydligt större än Nyheterna (Hushållens Nyhetskonsumention 1996).

Ser man till de lokala etermedier som finns i regionen, är det Smålandsnytt som störst andel tittar på varje vecka. Allra störst andel är det i Värnamo. Radio Jönköping i P4 är näst vanligast, men Gnosjö har mindre andel lyssnare varje vecka än de andra två kommunerna. Reklamradiokanalen Radio Match har också en relativt stor publik; knappt hälften av befolkningen i regionen lyssnar varje vecka.

Med denna allmänna medieanvändning som inledning, kommer nu rapporten att koncentrera sig på morgontidningar i allmänhet och på den enda lokala flerdagartidningen Värnamo Nyheter i synnerhet.



## 5 VAL AV MORGONTIDNING

Få dagstidningar i Sverige är riksspridda. Stockholmsmorgonpress har en liten spridning utanför regionen, och det enda som kan liknas vid riksspridning är lösnummerförsålda kvällstidningar. Dagstidningsmarknaden är i högsta grad lokal (Weibull 1995:49).

Detta gäller även för värnamoregionen, vilket beskrevs i föregående avsnitt. Tabell 5.1 nedan visar frekvensen i läsningen för de vanligaste morgontidningarna i regionen. Där framgår tydligt Värnamo Nyheterers dominans. 77 procent av befolkningen i västra Småland läser en morgontidning minst 5 dagar/vecka. Det är en något större andel än bland hela Sveriges befolkning där motsvarande siffra är 71 procent (Jansson 1997).

**Tabell 5.1** Läsning av olika morgontidningar, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)

Tidning	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Minst 4 ggr/v	1-3 ggr/v	Mer sällan	Minst 4 ggr/v	1-3 ggr/v	Mer sällan	Minst 4 ggr/	1-3 ggr/v	Mer sällan
Värnamo Nyheter	73	18	9	73	19	8	68	22	10
Finnveden onsdag	1	8	91	1	23	76	-	13	87
Finnveden fredag	1	8	91	1	26	73	-	18	82
Dagens Nyheter	6	6	88	4	3	93	3	3	94
Svenska Dagbladet	3	6	91	2	2	96	3	-	97
Göteborgs-Posten	5	9	86	8	12	80	5	12	83
Dagens Industri	6	8	86	7	8	85	6	6	88
Dagen	5	1	94	1	2	97	3	4	93
<i>Morgontidningsläsning, totalt</i>	78	16	6	76	18	6	74	18	9

n=774 personer

Ett litet antal personer har valt att regelbundet läsa en icke-lokal morgontidning. Tidigare studier har visat att denna grupp utmärker sig främst genom sin höga andel högutbildade. Tabell 5.2 visar vilka personer i respektive kommun som läser en icke-lokal morgontidning minst en dag i veckan.

Utbildningsfaktorn är utmärkande även i värnamoregionen, framför allt beträffande Dagens Nyheter och Dagens Industri i Värnamo och Gislaved. I Gnosjö ligger de högutbildade också över övriga, men kommunen har så få högutbildade att man bör tolka siffrorna med försiktighet. I tabellen kan man vidare utläsa att Göteborgs Posten är betydligt mer utbredd i olika befolkningsgrupper än stockholmskollegorna Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet.

**Tabell 5.2** Läsning av olika icke-lokala morgontidningar minst en dag i veckan i olika grupper veckan, västra Småland, 1997 (procent)

Tidning:	Tot	Kön		Ålder						Utbildning		
		M	Kv	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75	Låg	Mellan	Hög
<b>Värnamo:</b>												
DN	12	14	10	(7)	12	12	7	22	10	8	4	32
SvD	9	8	10	(7)	2	20	-	13	10	12	8	17
GP	14	15	12	-	10	12	14	21	14	14	13	14
DI	15	21	8	(3)	12	32	14	20	2	6	15	25
Dagen	6	5	7	-	4	6	5	7	12	6	5	8
n=	293	154	135	29	48	50	57	54	50	80	136	76
<b>Gislaved:</b>												
DN	7	7	6	6	2	16	6	4	6	2	3	28
SvD	4	6	2	-	2	2	4	4	10	1	3	13
GP	20	26	15	19	23	14	22	23	20	14	24	20
DI	15	25	6	9	17	23	17	10	12	5	18	23
Dagen	3	1	4	-	4	-	2	4	4	2	2	5
n=	272	124	145	32	48	44	46	48	51	80	153	39
<b>Gnosjö:</b>												
DN	6	8	4	(4)	(10)	6	6	(4)	6	-	4	(30)
SvD	3	4	3	(4)	-	6	-	(7)	3	-	2	(17)
GP	17	25	10	(23)	(17)	15	19	(25)	8	9	16	(39)
DI	12	13	11	(4)	(7)	18	25	(18)	-	5	16	(17)
Dagen	7	6	8	(23)	-	6	3	(11)	6	6	8	(4)
n=	187	83	99	22	29	34	32	28	36	64	100	23

Anm: Siffror inom parentes bygger på grupper med färre än 30 svars personer.

På vilka grunder väljer man en morgontidning? Nästa avsnitt visar vilka egenskaper som är viktiga vid val av morgontidning i västra Småland

## 6 EGENSKAPER VID TIDNINGSVÄL

I undersökningen har vi ställt frågan om vad som påverkar att man väljer en viss tidning. Egenskaperna vi frågar om innefattar både tidningens innehåll, form samt yttre faktorer som pris och distribution. Svarspersonerna har fått markera om de anser respektive faktor vara mycket viktig, ganska viktig, inte särskilt viktig eller inte alls viktig.

Tidigare studier har visat på i stort sett ett fast mönster: utdelningstid och lokala nyheter avgör många gånger valet. Riks- och utrikesnyheter följer efter dessa båda faktorer när man rangordnar dem (Björkqvist Hellingwerf 1993:28).

I det avseendet skiljer sig inte värnaregionen från Sverige som helhet. Läsaren bör dock ha det relativt stora bortfallet i minnet. Siffrorna bygger på två tredjedelar av de svarande. Tendenserna är trots det tydliga. Det är några tidningsegenskaper som anses viktigare än andra, nämligen lokala nyheter och utdelningstid, vilket framgår av tabell 6.1 nedan. Därefter följer riksnyheter och lågt prenumerationspris. Som vi ska se senare i rapporten är prenumerationspriset en aktuell fråga. Här visar det sig dock att prenumerationspriset är underordnat andra egenskaper hos tidningen.

I stort sett finns samma rangordning av egenskaper i de olika kommunerna och andelarna för olika egenskaper i respektive kommun är i stort sett lika stora. Dock ligger Gnosjö något högre vad gäller lokala nyheter och utdelningstid och Värnamo beträffande riks- och utrikesnyheter. Siffran för platsannonser i Gnosjö är förmodligen något låg. Som påpekades i avsnitt 3 tycker en stor andel av de som skickat in den reviderade enkäten att platsannonser är mindre viktigt. Denna andel är något överrepresenterad.

**Tabell 6.1** Egenskaper som anses mycket eller ganska viktiga vid val av morgontidning, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)

Egenskap	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
De lokala nyheterna	51 (1)	50 (1)	54 (1)
Att man får tidningen tidigt på morgonen	42 (2)	44 (2)	46 (2)
Riksnyheterna	41 (3)	36 (3)	37 (3)
Att tidningen har lågt prenumerationspris	32 (5)	33 (4)	34 (4)
Lokala butiksannonser	30 (6)	31 (5)	31 (5)
Utrikesnyheterna	34 (4)	30 (6)	29 (6)
Sportsidorna	24 (7)	26 (7)	23 (7)
Småannonserna	21 (8)	22 (8)	21 (8)
Platsannonser	19 (9)	18 (9)	21 (8)
Att tidningen har många sidor	14 (10)	18 (10)	22 (10)
Den politiska linjen	12 (11)	12 (11)	9 (11)
Att tidningen har stort format	6 (12)	9 (12)	7 (12)

Anm: Eftersom svarspersonerna kunnat ange flera alternativ summerar kolumnerna inte till 100 procent.

Anm: siffrorna inom parentes visar rangordningen för i egenskaperna i respektive kommun.

Tabell 6.2 visar viktiga egenskaper vid tidningsval i olika befolkningsgrupper för de tre kommunerna.

**Tabell 6.2** *Egenskaper som anses mycket eller ganska viktiga vid val av morgontidning, i olika grupper för varje Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommuner, 1997 (procent)*

Egenskaper	Kön		Ålder						Utbildningsnivå		
	M	Kv	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75	Låg	Mellan	Hög
<b>Värnamo kommun:</b>											
De lokala nyheterna	48	53	(45)	56	42	51	43	66	59	49	46
Tidig utdelning	40	44	(40)	48	30	40	35	58	49	38	43
Riksnheterna	42	41	(34)	52	42	37	33	48	36	38	53
Lågt prenumerat.pris	29	36	(21)	48	30	37	26	28	31	30	37
Lokala butiksannonser	20	41	(31)	40	22	26	32	32	30	32	26
Utrikesnyheterna	36	31	(28)	40	38	30	28	38	28	32	45
Sportsidorna	30	17	(28)	29	24	26	17	24	26	25	21
Småannonserna	22	20	(27)	19	16	26	17	24	28	24	10
Platsannonser	18	21	(17)	35	34	19	7	2	9	21	26
Många sidor	14	16	(14)	17	14	18	13	14	16	15	13
Den politiska linjen	13	10	-	15	18	9	9	16	6	8	24
Stort format	8	4	(10)	6	4	10	4	6	4	10	4
n=	154	135	29	48	50	57	54	50	80	136	76
<b>Gislaveds kommun:</b>											
De lokala nyheterna	52	50	34	44	61	52	52	55	56	49	44
Tidig utdelning	49	41	19	40	54	46	50	53	50	41	46
Riksnheterna	40	33	25	31	46	35	40	39	32	37	41
Lågt prenumerat.pris	37	30	12	40	50	41	29	22	31	34	31
Lokala butiksannonser	31	32	16	33	50	30	29	26	35	30	26
Utrikesnyheterna	36	26	25	25	39	37	31	28	25	32	36
Sportsidorna	42	12	19	21	30	30	27	28	25	27	23
Småannonserna	23	19	6	23	30	26	17	20	20	24	10
Platsannonser	18	19	9	35	37	20	6	2	12	21	20
Många sidor	21	15	3	23	30	24	17	8	12	20	18
Den politiska linjen	16	10	12	6	18	11	17	12	9	12	20
Stort format	13	6	3	12	14	6	10	6	8	8	13
n=	124	145	32	48	44	46	48	51	80	153	39
<b>Gnosjö kommun:</b>											
De lokala nyheterna	55	52	(46)	(52)	53	50	(50)	67	52	58	(39)
Tidig utdelning	46	44	(46)	(45)	44	44	(50)	44	38	54	(30)
Riksnheterna	37	37	(41)	(52)	47	28	(29)	31	22	45	(48)
Lågt prenumerat.pris	35	33	(36)	(52)	41	34	(29)	17	20	41	(44)
Lokala butiksannonser	26	34	(32)	(38)	35	25	(36)	22	19	38	(35)
Utrikesnyheterna	32	25	(36)	(45)	38	28	(18)	11	16	35	(39)
Sportsidorna	34	13	(27)	(24)	24	9	(25)	28	21	25	(17)
Småannonserna	20	21	(18)	(24)	32	22	(18)	11	17	25	(17)
Platsannonser	24	18	(4)	(41)	29	25	(21)	3	8	28	(26)
Många sidor	18	25	(46)	(31)	24	16	(18)	8	17	25	(22)
Den politiska linjen	7	11	(18)	(7)	9	6	(11)	8	8	10	(9)
Stort format	6	7	(14)	(7)	6	3	(11)	3	3	9	(9)
n=	83	99	22	29	34	32	28	36	64	100	23

Det är anmärkningsvärt stora likheter i befolkningen i västra Småland med avseende på egenskaper vid tidningsval. Kvinnor och män liknar varandra, och olika ålderskategorier ligger nära varandra. Även en jämförelse mellan kommunerna ger i första hand likheter. Några skillnader finns dock att läsa.

Sportsidor är helt klart en viktig egenskap för männens tidningsval, lokala butiksannonser är viktiga för kvinnor med undantag för Gislaved. Lokala nyheter är oerhört viktiga bland de äldsta i Värnamo och Gnosjö men inte i Gislaved. Lågt prenumerationspris är en viktig tidningsegenskap framför allt för 20-29-åringar i Värnamo och Gnosjö, men även här utgör Gislaved undantag. Platsannonser är av störst vikt i åldrarna 20-39 - en arbetsintensiv grupp där personer byter arbete i större utsträckning än vid äldre år, och där arbetslösheten torde göra sitt till intresset.

Utbildningsnivån slår igenom på några tidningsegenskaper: in- och utrikesnyheter, och i Värnamo och Gislaved också den politiska linjen, där egenskapernas vikt ökar med utbildningsnivån. Med några få undantag, varav några nämnts här, följer befolkningen i de tre kommunerna samma mönster.

En annan fråga som ställts till dem som bor i hushåll med prenumerantion är varför det blivit just den tidning de nu har. Tabell 6.3 nedan visar att tidningsvalet är i första hand en familjeangelägenhet.

**Tabell 6.3** *Anledningar till varför det blivit just den valda tidningen, Värnamo, Gislaved och Gnosjö. 1997 (procent)*

Anledning	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
Gemensamt beslut i familjen	27	34	30
Familjetradition	18	18	16
Jag själv	17	16	16
Make/maka	9	10	9
Det är den enda lokaltidningen	5	7	9

Anm: Eftersom svarspersonerna kunnat ange flera alternativ summerar kolumnerna inte till 100 procent.

Det framkommer också delvis här att valet egentligen inte är något val, eftersom Värnamo Nyheter är den enda lokaltidningen med relativt frekvent utgivning, och behovet av just en lokal tidning är som sagt stort. Detta alternativ fanns inte med i formuläret, utan har kodats i efterhand eftersom det var vanligt förekommande under "annat". Siffran hade troligen blivit högre om vi hade haft med alternativet i frågan.

Formatets betydelse vid tidningsval är ganska ringa i västra Småland, eftersom Värnamo Nyheter är den enda frekventa lokaltidningen. Tidigare undersökningar utförda av Dagspresskollegiet visar också att formatet visserligen inte är den egenskap som avgör tidningsvalet, men ändå är en relativt viktig fråga för läsarna. Det är därför av intresse att göra en analys av hur invånarna i värnamoregionen ser på tidningsformatet.

De tendenser som olika lokalstudier visar på är att människor först och främst föredrar det format de är vana vid. Vidare har uppskattningen av det mindre formatet ökat över tid, och yngre personer tycks vara mer positiva till det mindre formatet än vad äldre är. En tänkbar förklaring skulle kunna vara att det handlar om en generationseffekt - yngre tar successivt med sig sina kvällstidningsvanor till morgontidningen. Det skulle också kunna vara så att den tveksamhet som funnits inför tabloidformatet genom att detta associerades med sensationsjournalistik har försvunnit eller i vart fall mattats av. Hanterbarheten tycks också vara en viktig faktor i sammanhanget (Strid och Weibull 1995:105ff).

Tabell 7.1 nedan visar inställning till format och tidningsdelar i del olika kommunerna: Om man ser till tidningsformatets betydelse i västra Småland har föregående avsnitt visat att ett *stort* format inte är en viktig egenskap vid tidningsval. Är ett *litet* format viktigt eller spelar storleken ingen roll? Runt hälften tycker att Värnamo Nyheter format är bra, ungefär en femtedel tycker att det är dåligt.

På frågan om man skulle vilja att Värnamo Nyheter format blev mindre svarar ungefär hälften av befolkningen Ja. Runt en tredjedel vill ha det som det är. Det finns alltså en önskan i ungefär halva läsekretsen om att Värnamo Nyheter blir mindre till formatet.

Bland dem som tycker att formatet är dåligt eller mycket dåligt, utmärker sig den yngre delen av befolkningen i regionen - 15-39-åringarna. Ungdomsgruppen ligger helt i linje med tidigare studier, som visat att yngre blir allt mer benägna att ta till sig tabloidformatet. Det är följaktligen också åldersgruppen 15-39 år som i störst utsträckning skulle vilja ha ett mindre formatet. I fråga om formatet finns i stort sett inga skillnader mellan befolkningen i de tre kommunerna.

**Tabell 7.1** Synpunkter på tidningsformat och antalet tidningsdelar, värnamoregionen, 1997 (procent)

	Kön		Ålder						Utbildningsnivå		
	M	Kv	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75	Låg	Mellan	Hög
<b>Bedömning av formatet:</b>											
Bra	56	54	39	42	47	66	63	70	59	54	53
Varken bra eller dåligt	22	23	27	19	22	23	21	24	21	20	31
Dåligt	21	23	33	39	31	11	16	6	20	26	16
<b>Vill att formatet blir mindre:</b>											
Ja	50	56	71	71	60	41	46	33	46	58	48
Nej	44	33	15	21	31	52	45	61	42	35	44
Vet ej	6	11	14	8	9	7	9	6	11	7	8
<b>Är det bra med två delar?:</b>											
Bra	62	65	62	67	59	61	64	66	59	64	71
Dåligt	33	30	30	28	33	36	31	31	35	32	23
Vet ej	5	5	8	5	8	3	4	3	6	4	6

Anm: eftersom urvalet är skevt i relation till populationen, är datamängden viktad så att siffrorna för Gnosjö är representativa med avseende på kommunens verkliga storlek.

En annan yttre tidningsfaktor är antalet tidningsdelar. Värnamo Nyheter utkommer sedan 1996 i två delar. I formuläret får svarspersonerna möjlighet att ha synpunkter på detta. Cirka två tredjedelar tycker att det är bra med två delar, runt en tredjedel tycker inte att det är bra. En analys i olika grupper visar att de som inte är nöjda är lågutbildade och i viss mån mellanutbildade. Högutbildade är mer vana vid storstadsmorgontidningar. Dessa har en lång tradition av flera delar, varför det förmodligen snarast ter sig naturligt att få en tvådelad lokaltidning.

1996 var andelen hushåll med morgontidningsprenumeration i Sverige 75 procent (Jansson 1997:37ff). Det är en nedgång med två procentenheter jämfört med 1995. Främst är det personer mellan 25-39 år som har upphört med sina prenumerationer, samt, om man ser till social klass, arbetare och högre tjänstemän. Vad beträffar västra Småland är andelen hushåll med morgontidningsprenumeration 74 procent, alltså obetydligt lägre än riksgenomsnittet.

Vilka tidningar prenumererar man då på? I tabell 8.1 nedan kan utläsas att nästan alla tidningsprenumeranter i västra Småland prenumererar på lokaltidningen Värnamo Nyheter. Här finns vissa skillnader mellan kommunerna: prenumerationsbenägenheten är störst i Gislaved och minst i Gnosjö. Ett mindre antal personer prenumererar på endagarstidningarna Finnveden onsdag och Finnveden fredag. Dessa endagsmorgontidningar finns abonnerade i Gislaved och Gnosjö i första hand. Vidare visar tabellen att en liten andel hushåll också prenumererar på någon rikstidning, i de flesta fall då som tillägg till Värnamo Nyheter.

**Tabell 8.1** *Andel som bor i hushåll med dagstidningsprenumeration, bland totalbefolkningen och bland morgontidningsprenumeranter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö 1997 (procent)*

Tidning	Bland totalbefolkningen			Av morgontidningsprenumeranter		
	Värnamo	Gislaved	Gnosjö	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
Värnamo Nyheter	72	77	69	91	94	95
Finnveden onsdag	4	14	10	6	17	13
Finnveden fredag	6	19	12	7	23	16
Göteborgs-Posten	5	8	2	6	9	3
Dagens Nyheter	5	3	-	6	4	-
Svenska Dagbladet	4	2	-	6	2	1
Dagen	4	1	2	5	1	3
Dagens Industri	3	1	2	4	1	3
n=	293	272	187	232	223	136

Anm: Eftersom svarspersonerna kunnat ange flera alternativ summerar kolumnerna inte till 100 procent.

Tabell 8.2 nedan visar hur gruppen tidningsprenumeranter ser ut med avseende på kön, ålder, utbildning, subjektiv klasstillhörighet, boendetid i kommunen för respektive kommun

Prenumerationsbenägenheten är jämförelsevis låg bland högutbildade och i akademikerhushåll (vilka till stor del torde bestå av samma personer), med undantag för Gislaved. Värnamo Nyheter verkar vara de lågutbildades forum i större utsträckning än de högutbildades. Den senare gruppen prenumererar ju i större utsträckning på icke-lokala tidningar, vilket framgick i tidigare avsnitt.

Prenumerationsbenägenheten stiger med åldern, det är ett välkänt faktum både här och tidigare. Det är bland de yngre som andelen hushåll med tidningsprenumeration sakta minskar (se t ex Jansson 1997b). Att kategorin med de yngsta ligger så högt förklaras med att dessa fortfarande bor hemma och tar del av föräldrarnas tidningsprenumeration.



När det gäller boendet relativt tidningsprenumeration, är de som bott länge på orten är stadiga prenumeranter jämfört med relativt nyinflyttade. Man kan utläsa av tabell 8.2 att prenumeration på Värnamo Nyheter är mer utbredd bland befolkningens olika grupper i Gislaveds kommun än i de andra två.

**Tabell 8.2** *Andel av befolkningen i regionen som prenumererar Värnamo Nyheter i olika grupper, 1997 (procent)*

Grupp	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
<b>Alla:</b>	72	77	69
<b>Kön:</b>			
Man	74	80	68
Kvinna	70	75	71
<b>Ålder:</b>			
15-19 år	(86)	(78)	(77)
20-29 år	(46)	71	(41)
30-39 år	70	(64)	(56)
40-49 år	74	67	(75)
50-59 år	83	94	(82)
60-75 år	86	88	(86)
<b>Utbildning:</b>			
Låg	82	83	81
Medel	71	73	63
Hög	64	85	61
<b>Subjektiv klasstillhörighet:</b>			
Arbetarfamilj	76	74	58
Jordbrukarfamilj	(83)	(70)	(71)
Tjänstemannafamilj	67	83	91
Högre tjänstemannafamilj/akademiker	(64)	(80)	(57)
Egen företagare	81	84	(72)
<b>Boendetid i kommunen:</b>			
Mer än 10 år	78	84	77
Mindre 6-10 år	(61)	(48)	(40)
Mindre än 5 år	(47)	(58)	(30)

Anm: Siffror inom parentes bygger på grupper med färre än 30 svarspersoner.

En intressant fråga i undersökningen är huruvida man funderar på att upphöra med sin tidningsprenumeration. 45 procent av Värnamo Nyheter prenumeranter har en eller flera gånger funderat på att upphöra med sin prenumeration. Denna siffra är betydligt högre än riksgenomsnittet (29 procent; Jansson 1997b:15). Tabell 8.3 visar fördelningen i olika befolkningsgrupper i de olika kommunerna. Prenumeranter i Gislaveds kommun är mest tveksamma till sin prenumeration på Värnamo Nyheter. Gnosjöborna är relativt sett mer nöjda, men man bör ha i minnet att prenumerationsbenägenheten är mindre där än i de andra kommunerna.

Personer mellan 20-60 år är mer tveksamma till fortsatt prenumeration än de yngsta och de äldsta. Vidare spelar utbildningsfaktorn åter roll, framför allt i Värnamo: högt utbildade och akademiker ligger över framför allt lågutbildade när det gäller funderingar på att upphöra med prenumerationen. I de olika befolkningsgrupperna finns inga stora skillnader mellan de tre kommunerna. Man bör dock tolka dessa siffror med viss försiktighet, då det i några av grupperna handlar om väldigt få personer.

**Tabell 8.3** *Andelen prenumeranter som någon gång funderat på att upphöra med sin prenumeration på Värnamo Nyheter i olika grupper, 1997 (procent)*

Grupp	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
<b>Alla:</b>	44	50	39
<b>Kön:</b>			
Man	46	48	39
Kvinna	42	52	37
<b>Ålder:</b>			
15-19 år	(32)	(24)	(29)
20-29 år	(41)	68	(42)
30-39 år	69	(67)	(52)
40-49 år	45	62	(44)
60-75 år	28	36	(19)
<b>Utbildning:</b>			
Låg	35	45	(27)
Medel	48	53	43
Hög	49	48	64
<b>Subjektiv klasstillhörighet:</b>			
Arbetarfamilj	43	53	33
Jordbrukarfamilj	(40)	(43)	(20)
Tjänstemannafamilj	46	54	48
Högre tjänstemannafamilj/akademiker	(75)	(72)	(25)
Egen företagare	33	45	(35)
<b>Boendetid i kommunen:</b>			
Mer än 10 år	43	50	38
Mindre 6-10 år	50	46	25
Mindre än 5 år	50	71	43

Anm: Siffror inom parentes bygger på grupper med färre än 30 svarspersoner.

Varför är man tveksam till fortsatt prenumeration? Björkqvist-Hellingwerf (1995:99ff) finner i en undersökning beträffande Gästrikland att det framför allt är ekonomiska skäl som gör att man vill upphöra med sin tidningsprenumeration, och lägger även till att tillgång till tidningen på arbetsplatsen eller i skolan är ett vanligt skäl till att fundera på att sluta prenumerera.

Även Jansson (1997b:10) finner ekonomiska skäl som främsta orsak till att upphöra med tidningsprenumerationen. Allt har blivit så dyrt och prenumerationspriset har höjts, det är därför man i första hand funderat på att upphöra med prenumerationen på morgontidningen. Att innehållet inte är tillräckligt bra samt tillgång på skola/arbetsplats är andra, mindre vanliga skäl

till varför man vill upphöra med prenumerationen. Tabell 8.4 visar de vanligaste motiven som framkommit vad beträffar Värnamo Nyheter.

**Tabell 8.4** Motiv att upphöra med prenumerationen på Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)

Angivna motiv	Värnamo	Gislaved	Gnosjö	Hela Sverige
Tidningens innehåll är inte tillräckligt bra	47	51	51	41
Prenumerationspriset har höjts	34	44	32	56
För mycket annonser	30	19	27	13
Allt annat har blivit så dyrt	23	25	11	82
Jag har ändå tillgång till den på arbetet	18	15	8	33
Jag har inte tid att läsa den	8	10	5	43

Anm: Eftersom svarspersonerna kunnat ange flera alternativ summerar kolumnerna inte till 100 procent.

Att innehållet inte är tillräckligt bra är den främsta orsaken till varför man tvekar. Andelen personer som av den anledningen funderat på att upphöra med sin prenumeration på Värnamo Nyheter är betydligt större andel än riksgenomsnittets 41 procent (Jansson 1997b). Sedan kommer höjning av prenumurationspriset, där de undersökta kommunerna ligger mellan 32-44 procent jämfört med 56 procent för hela Sverige. Runt en fjärdedel av prenumeranterna är tveksamma till fortsatt prenumeration för att tidningen innehåller för mycket annonser. Värnamo Nyheter har annonser på första sidan, vilket förmodligen förklarar denna relativt höga annonsmättnad (riksgenomsnittet är 10 procent enl. Jansson 1997b). Annonsmättnaden är inte lika stor i Gislaved. Vidare verkar gnosjöborna inte lika priskänsliga som övriga. Sammanfattningsvis tycks alltså innehållet vara överordnat ekonomin vad gäller frågan om prenumeration eller inte på Värnamo Nyheter.

I gruppen som inte prenumererar på någon morgontidning - sammanlagt 168 personer - har 42 procent heller aldrig gjort så. Av dem som avslutat samtliga tidningsprenumerationer (97 personer) har 46 procent tidigare prenumererat på Värnamo Nyheter. Två tredjedelar av dessa (30 personer) upphörde med prenumerationen 1995-97. Orsakerna till att dessa upphört är främst att allt blev så dyrt, man hade tillgång till den på arbetet, innehållet var inte tillräckligt bra, man kan låna den av en bekant eller granne och prenumurationspriset höjdes. Det är i stort sett samma skäl som anges bland dem som funderar på att upphöra med prenumerationen. I den faktiska handlingen har dock de ekonomiska aspekterna haft större betydelse än vad de har i den hypotetiska frågan.

En tidningsprenumeration kostar pengar. Värnamo Nyheter kostar 970 kronor för ett helt år. I formuläret finns några frågor som rör just prenumurationspriset. Man har bland annat fått ta ställning till om priset anses vara högt, lågt eller bra som det är. Svaret är entydigt: 79 procent tycker att det är högt, i princip ingen att det är lågt, 11 procent tycker att det är bra som det är och 10 procent har ingen uppfattning. Nu ställs inte priset i relation till något annat, varför svaren bör tolkas med försiktighet. Det har ju dessutom visat sig ovan att det inte var priset som i första hand utgjorde tvekan till fortsatt prenumeration.

Intressant är också frågan om huruvida man vill ha tidningen fler dagar i veckan mot ett högre prenumurationspris. En dryg tredjedel säger ja och drygt hälften säger nej.

Det förekommer naturligtvis att människor läser andra tidningar än dem de prenumererar på. I värnaregionen läser man vanligen dessa tidningar genom att man köper lösnummer (9 procent), byter eller lånar av bekanta (5 procent) eller grannar och läser på bibliotek (5 procent). Bland dem som inte har någon morgontidningsprenumeration, men ändå regelbundet läser en morgontidning har knappt hälften av befolkningen i västra Småland tillgång till tidningen på arbetet eller i skolan. Vanligt är också att byta med eller låna tidningen av bekanta och grannar, en fjärdedel gör det, och en fjärdedel köper lösnummer.

Hur ser människors tidningstillgång ut på arbetsplatser och i skolor? I de lokala studier Dagspresskollegiet tidigare utfört brukar ca två tredjedelar ha tillgång till en morgontidning på sin skola eller arbetsplats. Vår fråga har, som tidigare nämnts, ett stort bortfall. Bland dem som svarat har knappt två tredjedelar tillgång till någon morgontidning på skola eller arbetsplats, så värnaregionen skiljer sig inte så mycket från riket i stort i det avseendet. De vanligaste tidningarna är Värnamo Nyheter (24 procent), Dagens Industri (12 procent) och Göteborgs-Posten (9 procent).

## 9 LÄSNING AV VÄRNAMO NYHETER

Nu vet vi hur prenumerationsbenägenheten och tidningstillgången ser ut i västra Småland. Följande avsnitt går mer i detalj in på lokaltidningen Värnamo Nyheter - hur den läses och hur läsarna upplever sin tidning.

### 9.1 Frekvens i läsning

Som tidigare avsnitt visat läser 77 procent av befolkningen i regionen en morgontidning regelbundet. 72 procent läser Värnamo Nyheter 4 dagar i veckan. Tabell 9.1 nedan visar hur olika befolkningsgrupper läser Värnamo Nyheter:

**Tabell 9.1** Läsning av Värnamo Nyheter 4 dagar i veckan i olika grupper, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)

Grupp	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
<b>Alla:</b>	73	73	68
<b>Kön:</b>			
Man	75	76	63
Kvinna	71	71	73
<b>Ålder:</b>			
15-19 år	55	47	50
20-29 år	56	71	38
30-39 år	62	66	59
40-49 år	77	72	78
50-59 år	89	92	86
60-75 år	88	82	92
<b>Utbildning:</b>			
Låg	82	75	80
Medel	72	67	62
Hög	64	90	61
<b>Subjektiv klasstillhörighet:</b>			
Arbetarfamilj	79	74	61
Jordbrukarfamilj	92	60	86
Tjänstemannafamilj	72	79	91
Högre tjänstemannafamilj/akademiker	68	60	71
Egen företagare	70	76	66
<b>Boendetid i kommunen:</b>			
Mer än 10 år	78	76	75
Mindre 6-10 år	58	63	40
Mindre än 5 år	59	61	35
n=	293	272	187

Regelbunden läsning av Värnamo Nyheter ökar klart med åldern, vilket inte är ett unikt fenomen. Lågutbildade läser i större utsträckning än andra, och i linje med detta arbetare och jordbrukare men även tjänstemän. Det är framför allt högre tjänstemän/akademiker som *inte* läser i så stor utsträckning, vilket ju också sammanfaller med prenumerationsbenägenhet och tveksamhet till prenumeration.

Helt klart spelar boendetid i kommunen stor roll för den regelbundna läsningen - ju längre tid man bott desto mer frekvent läser man lokaltidningen. Gnosjö kommun ligger betydligt lägre än de andra två. Prenumerationsbenägenheten var ju också lite lägre i Gnosjö kommun än i de andra två. Intresset för Värnamo Nyheter är helt klart mindre i den här kommunen.

Värnamo Nyheter har fyradagarsutgivning. Vad läser man i västra Småland de andra dagarna? Tabell 9.2 nedan visar olika alternativ. Kvällstidningen fyller främst luckan efter Värnamo Nyheter. 22 procent läser Expressen, 17 procent läser Aftonbladet och 2 procent läser Kvällsposten. En fjärdedel väljer att inte läsa något alls, en fjärdedel läser någon annan morgontidning, och då är det Finnveden onsdag och Finnveden fredag (8 procent) och Göteborgs-Posten (6 procent) som dominerar.

**Tabell 9.2** Olika alternativ till tidningsläsning de dagar Värnamo Nyheter inte utkommer, 1997 (procent)

Alternativ	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
Läsa någon kvällstidning	31	42	38
Läsa någon annan morgontidning	26	27	19
Inte läsa någon tidning	25	20	29
Läsa någon av de tidningar jag fått tidigare i veckan	11	10	10
Läsa någon annan tidning	2	2	-

Anm: Eftersom svarspersonerna kunnat ange flera alternativ summerar kolumnerna inte till 100 procent.

Kvällstidningen som ersättning för Värnamo Nyheter de dagar tidningen inte utkommer är mest utbredd i Gislaved och Gnosjö. Läsning av någon annan tidning är vanligast i Gislaved och Värnamo.

## 9.2 Lästid och tidpunkter för läsning

Svenskar läser i genomsnitt morgontidningen ca 30 minuter om dagen. Lästiden handlar om en kombination av intresse för tidningen och den tid som avsätts för läsning. Lästiden påverkas i hög grad av den tid man har till förfogande. De äldsta personerna har som regel längre lästid (Björkqvist Hellingwerf 1995:43f).

Lästiden påverkas inte nämnvärt av den tidning man läser. Storstadspress ligger bara aningen högre än landsortspress. Detta betyder att läsarna avsätter tid för tidningsläsning utifrån sin egen situation snarare än efter hur tidningen ser ut. Det är en del av de dagliga rutinerna som inte rubbas i första taget.

Den tid man läser tidningen är som regel uppdelad på flera tillfällen - i genomsnitt 1,49 tillfällen per dag (Jansson 1997:33), vanligen en gång på morgonen och bland hälften av läsarna

ytterligare en gång på kvällen. Omkring 60 procent av svenskarna läser morgontidningen före klockan åtta på morgonen - den är en del av morgonbestyren. Morgonläsningen är vanligtvis inriktad på lokalsidor och inrikesnyheter. På kvällen är det serier, nöjen, korsord, tävlingar och TV-program som intresserar mest.

Tabell 9.3 visar siffrorna för lästid och lästillfällen för de tre undersökta kommunerna:

**Tabell 9.3** *Andelen läsare vid olika tidpunkter under dagen, antal lästillfällen och genomsnittlig lästid, Värnamo, Gislaved och Gnosjö, 1997 (procent)*

Tidpunkt	Värnamo	Gislaved	Gnosjö
Före kl 07.00	39	39	42
Kl 07.00-08.00	25	28	26
Kl 08.00-12.00	27	22	24
Kl 12.00-17.00	15	25	18
Kl 17.00-20.00	40	26	29
Efter kl 20.00	26	28	27
Genomsnittligt antal lästillfällen	1,71	1,78	1,66
Genomsnittlig lästid, minuter	23,9	25,6	21,1
n=	260	244	168

Bland befolkningen i de tre undersökta kommunerna läser över 60 procent tidningen på morgonen, vilket är något högre än riksgenomsnittet. Däremot läser man i genomsnitt kortare tid än genomsnittssvensken. Kortast lästid har man i Gnosjö kommun, där ju också den totala läsningen och prenumerationsbenägenheten är lägst. Antalet lästillfällen per dag är i hela regionen fler än i Sverige totalt, men även i det avseendet ligger Gnosjö lägre än sina två grannkommuner.

Den kortare lästiden jämfört med riksgenomsnittet torde helt säkert hänga samman med det faktum att 45 procent av Värnamo Nyheterers prenumeranter någon gång funderat på att upphöra med prenumerationen och att detta i första hand skulle bero på att tidningen inte anses tillräckligt bra. Vidare består stor del av tidningen av lokalt material. Varje läsare väljer "sina" sidor och läser därmed inte så stor del av tidningen.

## 10 LÄSINTRESSE OCH LÄSARPREFERENSER

Det visade sig ovan att lokala nyheter spelar en stor roll vid val av morgontidning. Tidigare undersökningar har visat att det också är bland annat det lokala materialet som läsarna är mest intresserade av och att detta är det mest lästa jämte allmänt nyhetsmaterial och annonser. Innehållspreferenser har varit, och är mycket stabila över tid inom landsortspressen (Weibull 1995b:77f). Avsnittet behandlar intresse för olika typer av tidningsinnehåll samt faktisk läsning av Värnamo Nyheter med avseende på allmänt innehåll, lokala nyheter och annonser.

### 10.1 Läsiintresse

Innan man tittar på vad människor faktiskt läser i tidningen, är det intressant att titta på vilka typer av innehåll som anses viktiga eller inte viktiga. Tabell 10.1 visar intresset för olika typer av tidningsinnehåll bland befolkningen i värnamoregionen.

**Tabell 10.1** *Intresse för olika typer av tidningsinnehåll, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)*

Innehåll	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	viktigt	ej viktigt	diff.	viktigt	ej viktigt	diff.	viktigt	ej viktigt	diff.
Nyheter från den egna kommunen	91	9	+82	96	4	+92	92	8	+84
Inrikesnyheter	78	22	+56	72	28	+44	74	26	+48
Familjenyheter	74	26	+48	76	24	+52	76	24	+52
Om radio- och TV-program	73	27	+46	77	23	+54	73	27	+46
Olyckor och brott	69	31	+38	73	27	+46	70	30	+40
Utrikesnyheter	68	32	+36	62	38	+24	62	38	+24
Ekonomi/näringsliv	64	36	+28	53	47	+6	53	47	+6
TV-bilaga	62	38	+24	70	30	+40	66	34	+32
Lokala affärsannonser	62	38	+24	69	31	+38	62	38	+24
Kommunalpolitik	60	40	+20	58	42	+16	63	37	+26
Insändare och debatt	57	43	+14	60	40	+20	51	49	+2
Sport	51	49	+2	52	48	-16	43	57	-14
Småannonser	42	58	-16	55	45	+10	44	56	-12
Kulturartiklar	36	64	-28	38	62	-24	30	70	-40
Tecknade serier	18	82	-64	17	83	-66	18	82	-64

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Mycket eller Ganska viktigt och den procentandel som har svarat Inte särskilt viktigt eller Inte alls viktigt. Om alla respondenter svarar Viktigt blir balansmättet +100 och om alla svarar Inte viktigt blir mättet -100.

I alla tre kommunerna är intresset störst för lokalt innehåll i tidningen. In- och utrikes, familjenyheter, artiklar om radio- och TV-program och om olyckor och brott intresserar också en stor andel.

I några avseenden finns stora skillnader mellan de olika kommunerna: Värnamobefolkningen är klart mer intresserade av ekonomi och näringsliv än invånarna i de andra två kommunerna.



Lokala affärsannonser och småannonser intresserar sig framför allt gislavedsbor för, medan dessa tillsammans med gnosjöbor bryr sig mindre om sport. Gnosjöborna har också ett svalt intresse för insändare och debatt.

Svarspersonerna har också fått tycka till om varifrån - vilka geografiska orter och områden - de vill ha information, vilket framgår av tabell 10.2.

**Tabell 10.2** Vikten av att få nyheter från olika geografiska orter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)

Ort	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	viktigt	ej viktigt	diff.	viktigt	ej viktigt	diff.	viktigt	ej viktigt	diff.
Gnosjö	25	75	-50	35	65	-30	91	9	+82
Hillerstorp	25	75	-50	14	76	-52	71	29	+42
Rydaholm	29	71	-42	14	86	-72	11	89	-78
Bredaryd	33	67	-34	34	66	+32	20	80	-60
Värnamo	89	11	+78	52	48	+4	58	42	+16
Gislaved	28	72	-44	90	10	+80	47	53	+6
Anderstorp	26	74	-48	74	26	+48	44	56	-12
Smålandsstenar	21	79	-58	68	32	+36	16	84	-68
Jönköping	32	68	-36	30	70	-40	34	66	-32
Övriga länet	38	62	-24	32	68	-36	29	71	-42
Stockholm	35	65	-30	30	70	-40	20	70	-40
Övriga Sverige	66	34	+32	59	41	+18	59	41	+18
Övriga Europa	64	36	+28	54	46	+8	53	47	+6
Övriga utlandet	63	37	+26	50	50	0	52	48	+4

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Mycket eller Ganska viktigt och den procentandel som har svarat Inte särskilt viktigt eller Inte alls viktigt. Om alla respondenter svarar Viktigt blir balansmättet +100 och om alla svarar Inte viktigt blir mättet -100.

Vikten av nyheter från den egna kommunen dominerar totalt, vilket inte är särskilt uppseendeväckande. I Värnamo kommun är man överhuvudtaget inte speciellt intresserad av nyheter från övriga delar av regionen. Gislaved och Gnosjö har några kringorter som intresserar läsarna i viss mån. Nyheter från Stockholm är inte särskilt viktigt för någon. Intresset för resten av Sverige och världen är relativt stort i Värnamo och måttligt i Gislaved och Gnosjö.

## 10.2 Läsning av allmänt innehåll

Vilken typ av innehåll är det då som personer i värnamoregionen läser i sin lokaltidning Värnamo Nyheter? I tabell 10.3 framgår att lokala nyheter och annonser är det som läses i störst utsträckning. Dessa båda kategorier analyseras mer i detalj längre fram i avsnittet.

Familjenyheter, inrikesnyheter, artiklar om olyckor och brott samt om radio- och TV-program är det som de flesta läser mycket av. In- och utrikesnyheter läses relativt lite i Gislaved. Övriga innehållskategorier läser folk överhuvudtaget i ganska liten utsträckning.

**Tabell 10.3** Läsning av olika typer av innehåll i Värnamo Nyheter, i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmätt)

Innehåll	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Läser mkt	Läser lite	diff.	Läser mkt	Läser lite	diff.	Läser mkt	Läser lite	diff.
Lokala nyheter	97	3	+94	97	3	+94	96	4	+92
Annonser	92	8	+84	93	7	+86	91	9	+82
Familjenyheter	70	30	+40	69	31	+38	71	29	+42
Olyckor och brott	67	33	+34	68	32	+36	64	36	+28
Inrikesnyheter	59	41	+18	51	49	+2	56	44	+12
Om radio- och TV-program	57	43	+14	64	36	+28	66	34	+32
Utrikesnyheter	52	48	+4	44	56	-12	50	50	0
Insändare och debatt	47	53	-6	52	48	+4	38	62	-24
Medicin och hälsa	45	55	-10	46	54	-8	42	58	-16
Arbetsmarknad	43	57	-14	49	51	-2	40	60	-20
Sport	42	58	-16	46	54	-8	36	64	-28
Ekonomi/näringsliv	42	58	-16	33	67	-34	31	69	-38
Miljö	36	64	-28	32	68	-36	32	68	-36
Politiska nyheter	32	68	-36	28	72	-44	37	63	-26
Kulturartiklar	25	75	-50	26	74	-48	23	77	-54
Krönikor	24	76	-52	22	78	-56	23	77	-54
Börs	23	77	-54	26	74	-48	19	81	-62
Tips- och spelservice	19	81	-62	19	81	-62	19	81	-62
Korsord	19	81	-62	19	81	-62	18	82	-64
Tävlingar	19	81	-62	24	76	-52	22	78	-56
Helgbetraktelser	18	82	-64	20	80	-60	22	78	-56
Tecknade serier	16	84	-68	20	80	-60	16	84	-68
Skivrecensioner	12	88	-76	13	87	-74	16	84	-68
Bokrecensioner	12	88	-76	22	78	-56	17	82	-65

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Läser allt/i stort sett allt eller Läser ganska mycket och den procentandel som har svarat Läser inte särskilt mycket eller Läser nästan inget. Om alla respondenter svarar Mycket blir balansmättet +100 och om alla svarar Lite blir mättet -100.

Mot bakgrund av intresse för, och läsning av olika typer av tidningsinnehåll är det intressant att se om intresset och läsprofilen sammanfaller. Läser folk det de är intresserade av? Tabell 10.4 visar resultaten för jämförbara kategorier. Hög läsprofil och högt läsintresse samt låg läsprofil och lågt läsintresse tyder på hög överensstämmelse. Hög läsprofil och lågt läsintresse samt låg läsprofil och högt läsintresse tyder på dålig överensstämmelse.

**Tabell 10.4** Läsintresse i förhållande till läsprofil, Värnamo Nyheter 1997 (procent)

		<b>Värnamo</b>		<b>Gislaved</b>		<b>Gnosjö</b>	
<b>Sport</b>							
läsintresse högt lågt							
Läsprofil	Hög	41	1	Läsprofil	Hög	44	3
	Låg	10	48		Låg	8	45
		n=255				n=234	
<b>Familjenyheter</b>							
läsintresse högt lågt							
Läsprofil	Hög	67	4	Läsprofil	Hög	67	2
	Låg	7	22		Låg	11	20
		n=262				n=245	
<b>Insändare och debatt</b>							
läsintresse högt lågt							
Läsprofil	Hög	41	6	Läsprofil	Hög	47	4
	Låg	16	38		Låg	14	35
		n=252				n=240	
<b>Inrikesnyheter</b>							
läsintresse högt lågt							
Läsprofil	Hög	56	3	Läsprofil	Hög	48	3
	Låg	22	19		Låg	24	25
		n=249				n=233	
<b>Ekonomi och näringsliv</b>							
läsintresse högt lågt							
Läsprofil	Hög	42	2	Läsprofil	Hög	32	1
	Låg	21	35		Låg	20	47
		n=242				n=227	
<b>Olyckor och brott</b>							
läsintresse högt lågt							
Läsprofil	Hög	60	7	Läsprofil	Hög	62	7
	Låg	8	25		Låg	11	2
		n=250				n=240	
<b>läsintresse högt lågt</b>							
Läsprofil	Hög	34	2	Läsprofil	Hög	34	3
	Låg	8	55		Låg	16	47
		n=157				n=154	
Läsprofil	Hög	67	4	Läsprofil	Hög	67	4
	Låg	9	21		Låg	9	21
		n=162				n=162	
Läsprofil	Hög	34	3	Läsprofil	Hög	53	3
	Låg	16	47		Låg	22	22
		n=154				n=154	
Läsprofil	Hög	28	3	Läsprofil	Hög	28	3
	Låg	25	44		Låg	25	44
		n=151				n=151	
Läsprofil	Hög	58	6	Läsprofil	Hög	58	6
	Låg	13	24		Låg	13	24
		n=153				n=153	

	<b>Värnamo</b>		<b>Gislaved</b>		<b>Gnosjö</b>			
forts.								
	<b>Utrikesnyheter</b>		läsintresse		läsintresse			
	läsintresse		högt lågt		högt lågt			
Läs-profil	Hög	49 3	Läs-profil	Hög	41 4	Läs-profil	Hög	48 2
	Låg	20 28		Låg	20 36		Låg	15 36
	n=245			n=227			n=157	
	<b>Kultur</b>		läsintresse		läsintresse			
	läsintresse		högt lågt		högt lågt			
Läs-profil	Hög	22 2	Läs-profil	Hög	24 2	Läs-profil	Hög	19 3
	Låg	14 62		Låg	14 60		Låg	14 64
	n=240			n=221			n=142	
	<b>Tecknade serier</b>		läsintresse		läsintresse			
	läsintresse		högt lågt		högt lågt			
Läs-profil	Hög	13 3	Läs-profil	Hög	12 7	Läs-profil	Hög	13 3
	Låg	6 78		Låg	4 76		Låg	4 80
	n=234			n=223			n=149	
	<b>Om radio- och TV-program</b>		läsintresse		läsintresse			
	läsintresse		högt lågt		högt lågt			
Läs-profil	Hög	54 3	Läs-profil	Hög	62 2	Läs-profil	Hög	59 6
	Låg	20 23		Låg	14 21		Låg	15 20
	n=251			n=233			n=157	

I stort visar resultaten på en god överensstämmelse mellan läsintresse och läsprofil. Det intressanta är att se på de typer av innehåll där överensstämmelsen är lägre, och då framför allt när intresset är högt och den faktiska läsningen låg (nedre vänstra rutan). Så är fallet för insändare och debatt, inrikesnyheter, ekonomi och näringsliv, utrikesnyheter, kultur samt material om radio- och TV-program.

Att det handlar om just de tyngre innehållskategorierna är inte unikt för Värnamo Nyheter. Liknande resultat finns vad gäller t ex Gefle Dagblad (Björkqvist Hellingwerf 1993:41). En förklaring skulle kunna vara att man angett prestigefar vad gäller intresse för de tyngre innehållskategorierna. Andra orsaker till varför man inte läser det som och anses viktigt skulle kunna vara tidsbrist eller att man inte är tillfreds med tidningen sätt att presentera materialet.

Vidare ställer sig frågan om vem som läser vad. Tabell 10.5 visar läsningen för de allmänna innehållskategorierna med avseende på kön ålder och utbildning för de olika kommunerna:

**Tabell 10.5** Läsning av olika typer av innehåll i Värnamo Nyheter, de som läser allt eller ganska mycket i olika grupper, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent)

Innehåll	Kön		Ålder						Utbildning		
	Män	Kvinnor	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75	Låg	Mellan	Hög
<b>Värnamo:</b>											
Sport	52	31	(54)	39	38	54	28	45	51	43	31
Familjenyheter	57	89	(46)	67	62	74	68	91	80	69	59
Insändare och debatt	45	49	(23)	30	45	36	59	82	48	47	44
Inrikesnyheter	60	60	(40)	59	57	62	65	69	63	53	66
Ekonomi/näringsliv	55	25	(12)	30	53	50	57	34	29	46	49
Politiska nyheter	41	24	(4)	19	38	36	47	37	33	26	43
Arbetsmarknad	48	38	(17)	65	62	45	34	18	28	49	46
Skivrecensioner	13	10	(24)	17	15	4	9	7	8	13	12
Olyckor och brott	65	69	(84)	70	68	68	85	70	74	70	53
Utrikesnyheter	56	48	(32)	55	56	44	63	56	48	54	52
Kulturartiklar	21	29	(20)	9	22	21	35	47	22	22	33
Medicin och hälsa	33	58	(22)	41	43	46	48	63	47	43	46
Tävlingar	22	16	(48)	12	13	21	15	21	33	19	6
Tecknade serier	15	17	(58)	18	9	8	2	21	23	14	11
Om radio- och TV-program	52	64	(73)	74	50	50	40	67	65	57	51
Krönikor	23	26	(29)	14	20	29	24	33	22	27	21
Bokrecensioner	8	16	(30)	10	11	10	9	9	5	11	20
Helgbetraktelser	17	20	(25)	17	9	6	22	40	26	16	14
Tips- och spelservice	28	10	(17)	14	24	20	29	9	34	18	8
Börs	32	13	(9)	15	22	33	35	17	18	25	24
Miljö	30	30	(24)	15	34	25	50	30	22	31	36
Korsord	12	22	(24)	8	8	9	22	30	28	14	8
Lokala nyheter	86	96	(86)	92	90	88	91	94	92	91	86
Annonser	80	93	(86)	90	82	84	82	92	89	88	76
<i>n=</i>	136	123	24	43	47	52	47	38	63	125	67
<b>Gislaved:</b>											
Sport	64	29	(52)	48	42	54	40	45	46	47	43
Familjenyheter	50	86	(43)	59	68	62	85	88	84	60	75
Insändare och debatt	51	52	(23)	30	45	36	59	82	53	48	65
Inrikesnyheter	57	46	(52)	33	61	55	52	58	51	52	50
Ekonomi/näringsliv	44	23	(15)	26	37	35	37	45	30	33	39
Politiska nyheter	42	16	(11)	9	32	32	35	50	29	29	26
Arbetsmarknad	51	47	(14)	63	70	61	48	21	34	54	59
Skivrecensioner	8	17	(14)	20	21	5	10	6	12	13	14
Olyckor och brott	66	70	(81)	66	73	60	66	68	74	70	50
Utrikesnyheter	45	43	(47)	27	48	45	50	51	39	42	58
Kulturartiklar	24	28	(22)	18	27	22	27	45	19	23	50
Medicin och hälsa	32	59	(27)	40	46	46	52	60	47	40	67
Tävlingar	24	23	(33)	29	20	12	21	27	32	22	15
Tecknade serier	21	19	(70)	27	22	-	5	3	27	20	6
Om radio- och TV-program	58	68	(80)	72	67	51	51	64	66	68	43
Krönikor	19	24	(18)	13	20	13	31	38	21	24	17
Bokrecensioner	7	16	(7)	7	13	8	17	19	7	14	12
Helgbetraktelser	14	24	(11)	29	20	13	12	29	18	21	17
Tips- och spelservice	32	6	(18)	13	18	26	17	22	24	18	11
Börs	40	13	(11)	22	24	23	36	34	23	26	29
Miljö	31	25	(16)	23	32	28	38	26	21	27	41
Korsord	11	22	(6)	12	14	9	25	29	20	16	10
Lokala nyheter	90	93	(97)	92	93	89	94	88	89	92	92
Annonser	83	91	(81)	90	91	85	96	80	88	85	92
<i>n=</i>	115	132	28	46	40	40	43	36	63	132	36

forts. tabell 10.5

Innehåll	Kön		Ålder						Utbildning		
	Män	Kvinnor	15-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-75	Låg	Mellan	Hög
<b>Gnosjö:</b>											
Sport	53	22	(41)	(46)	38	(24)	(36)	(37)	40	37	26
Familjenyheter	54	83	(46)	(67)	59	(83)	(72)	(90)	79	70	56
Insändare och debatt	37	36	(18)	(35)	29	(25)	(48)	(62)	45	30	52
Inrikesnyheter	51	61	(50)	(52)	56	(61)	(67)	(50)	52	53	78
Ekonomi/näringsliv	34	29	(10)	(17)	38	(36)	(44)	(38)	27	29	48
Politiska nyheter	35	38	(9)	(9)	39	(32)	(60)	(63)	35	32	56
Arbetsmarknad	38	41	(-)	(50)	59	(48)	(40)	(30)	35	40	56
Skivrecensioner	18	14	(20)	(33)	21	(7)	(9)	(4)	9	15	35
Olyckor och brott	59	69	(76)	(54)	68	(61)	(65)	(63)	74	66	36
Utrikesnyheter	46	53	(54)	(46)	53	(50)	(46)	(48)	51	44	70
Kulturartiklar	9	34	(29)	(17)	23	(12)	(15)	(40)	24	16	48
Medicin och hälsa	22	57	(10)	(35)	39	(46)	(52)	(64)	46	40	46
Tävlingar	17	26	(52)	(17)	16	(7)	(17)	(32)	31	18	17
Tecknade serier	15	17	(50)	(17)	9	(11)	(9)	(4)	21	16	9
Om radio- och TV-program	55	74	(82)	(54)	69	(53)	(70)	(67)	74	64	56
Krönikor	18	25	(15)	(30)	6	(18)	(22)	(46)	17	23	35
Bokrecensioner	4	27	(29)	(13)	12	(11)	(17)	(23)	18	17	17
Helgbetraktelser	14	28	(19)	(21)	16	(21)	(17)	(36)	27	20	22
Tips- och spelservice	28	11	(19)	(12)	13	(15)	(30)	(25)	20	20	13
Börs	26	13	(19)	(12)	16	(21)	(38)	(6)	12	24	17
Miljö	22	29	(18)	(14)	18	(31)	(39)	(33)	23	26	35
Korsord	12	16	(18)	(3)	9	(9)	(14)	(31)	22	12	9
Lokala nyheter	87	90	(96)	(76)	91	(94)	(89)	(89)	86	86	100
Annonser	76	87	(77)	(72)	88	(88)	(89)	(78)	78	84	78
<i>n=</i>	71	85	22	23	31	28	25	27	48	57	33

Anm: Siffror inom parentes bygger på grupper med färre än 30 svarspersoner.

Det som är mest anmärkningsvärt med tabell 10.5 är hur lika grupperna är, och hur kommunerna liknar varandra på många punkter. Några skillnader finns dock att utläsa. I Värnamo och Gislaved hittar man typiska könsskillnader: män läser sport, ekonomi och näringsliv, politiska nyheter, börs och arbetsmarknad. Kvinnor läser familjenyheter och medicin och hälsa. Det som är intressant är att Gnosjö i detta avseende skiljer sig från de andra två kommunerna. Här läser även kvinnorna ekonomi, politik och arbetsmarknad.

I åldersgrupperna är det mest tydliga ett block med sk tungt innehåll - insändare, debatt, in- och utrikes, ekonomi och näringsliv samt politiska nyheter - som läses högre upp i åldrarna, från 20-30 år och uppåt. Detta block är väldigt tydligt i Värnamo och Gislaved, men lite mer flytande i Gnosjö.

Utbildningsfaktorn är däremot den bakgrundsfaktor som slår mest i Gnosjö, och den slår på just det tunga materialet (se ovan). Det är i väldigt hög grad de högutbildades läsning. Dessa skillnader med avseende på utbildningsnivå är inte alls lika tydliga i de andra två kommunerna.

### 10.3 Läsning av lokala nyheter

Det lokala materialet dominerar alltså läsningen av Värnamo Nyheter. I det här avsnittet ska vi se närmare på vilken typ av lokalt material som läses och av vilka grupper. Tabell 10.6 på nästa sida visar läsningen av olika lokal innehåll.

Allmänna lokala nyheter läses mest. Olyckor och brott är också väldigt flitigt läst innehåll på lokal nivå. Sjukvårdsfrågor läses mest i Värnamo, bilder på nyfödda i Gislaved och referat från händelser i Gnosjö. Kultur och nöjesliv upptar i första hand Gislavedsbarnas lästid.

**Tabell 10.6** Läsning av olika typer av lokalt innehåll i Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)

Lokalt innehåll	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Läser mkt	Läser lite	diff.	Läser mkt	Läser lite	diff.	Läser mkt	Läser lite	diff.
Allmänna lokala nyheter	81	19	+62	81	19	+62	86	14	+72
Olyckor och brott	69	31	+38	72	28	+44	72	28	+44
Sjukvård/landstingsfrågor	57	43	+14	52	48	+4	46	54	-8
Bilder på nyfödda	55	45	+10	66	34	+32	58	42	+16
Referat från händelser	52	48	+4	50	50	0	60	40	+20
Lokal arbetsmarknad	51	49	+2	55	45	+10	57	43	+14
Lokalt kultur- och nöjesliv	50	50	0	63	37	+26	55	45	+10
Kommunal politik	49	51	-2	47	53	-6	53	47	+6
Skola och barnomsorg	48	52	-4	55	45	+10	52	48	+4
Motion och friskvård	41	59	-18	48	52	-4	51	49	+2
Ungdomsidrott	38	62	-24	42	58	-16	35	65	-30
Föreningsliv	34	66	-32	36	64	-28	40	60	-20
Porträtt av lokala kändisar	32	68	-36	37	63	-26	42	58	-16
Kyrklig verksamhet	24	76	-52	17	83	-66	30	70	-40
Recension av konst och musik	19	81	-62	22	78	-56	28	72	-44

Anm: Balansmåtten anger differensen mellan den procentandel som har svarat Läser allt/i stort sett allt eller Läser ganska mycket och den procentandel som har svarat Läser inte särskilt mycket eller Läser nästan inget. Om alla respondenter svarar Mycket blir balansmåtten +100 och om alla svarar Lite blir måttet -100.

Innehållspreferenserna i olika befolkningsgrupper håller sig tämligen stabila över tid. Det har visat sig svårt att ändra människors läsvanor. Yttre händelser kan tillfälligt ändra på eller förskjuta läsintresset. Därmed blir läsekretsens demografiska sammansättning avgörande när det gäller att förstå vad som läses mest (Weibull 1995b). Värnamoregionens befolkningssammansättning har tidigare beskrivits i avsnitt 3.

Weibull konstaterar att enskilda tidningars satsningar på olika ämnen gör skillnad i läsningen för enstaka kortare perioder. Han konstaterar också att nya redaktionella områden i ett längre tidsperspektiv kan skapa större uppmärksamhet för området i fråga. Så har till exempel skett med breddningen av ekonomijournalistiken sedan början av 1980-talet.

## 10.4 Läsning av annonser

Värnamo Nyheter har, som de flesta andra dagstidningar, annonser genom hela tidningen. Den skiljer sig dock från de flesta andra genom att ha annonser även på första- och andrasidan.

I formuläret frågas efter hur mycket man läser av olika typer av annonser, totalt elva kategorier. Tidigare avsnitt visade att 86 procent av befolkningen regelbundet läser allt eller ganska mycket av någon typ av annonser. Tabell 10.7 nedan visar dem läsningen av respektive annonskategori i de olika kommunerna.

**Tabell 10.7** Läsning av olika typer av annonser i Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)

Annonstyp	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Läser mkt	Läser lite	diff.	Läser mkt	Läser lite	diff.	Läser mkt	Läser lite	diff.
Familjeannonser	65	35	+30	67	33	+34	68	32	+36
Lokala butiksannonser	61	39	+22	63	37	+26	58	42	+16
Livsmedelsannonser	50	50	0	54	46	+8	50	50	0
Fyndtorg	49	51	-2	59	41	+18	48	52	-4
Nöjesannonser	43	57	-14	53	47	+6	47	53	-6
Fastighetsannonser	42	58	-16	38	62	-24	31	69	-38
Platsannonser	38	62	-24	41	59	-18	37	63	-26
Övriga småannonser	34	66	-32	34	66	-32	32	68	-36
Bilannonser	33	67	-34	33	67	-34	26	74	-48
Mötesannonser	20	80	-60	15	85	-70	22	78	-56
Predikoturer	18	82	-64	10	90	-80	14	86	-72

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Läser allt/i stort sett allt eller Läser ganska mycket och den procentandel som har svarat Läser inte särskilt mycket eller Läser nästan inget. Om alla respondenter svarar Mycket blir balansmättet +100 och om alla svarar Lite blir mättet -100.

Det framgår tydligt i tabellen att familjeannonser och lokala butiksannonser läses mycket av många i samtliga kommuner. Därutöver är det bara i Gislaved som flertalet läser mycket av livsmedelsannonser, fyndtorg och nöjesannonser, men dessa tre annonstyper ligger, som framgår, klart lägre än de två förstnämnda.



## 11 LÄSARNAS BILD AV VÄRNAMO NYHETER

Ett antal frågor i formuläret handlar om läsarnas inställning till Värnamo i olika frågor. Det här avsnittet redovisar vad läsarna tycker om Värnamo Nyheter idag och hur de vill se Värnamo Nyheter i morgon.

Värnamo Nyheter betecknar sig som partipolitiskt obunden. Vad anser läsarna om detta? 19 procent tycker att det stämmer och 39 procent att det kanske stämmer. 12 procent tycker inte att det är en korrekt beskrivning av tidningen och 26 procent har ingen uppfattning.

Läsarna hade vidare möjlighet att tala om var på en vänster- högerskala man ville placera in Värnamo Nyheter. Cirka hälften av de svarande har gjort detta. På en skala mellan 1-10 - där 1 är längst åt vänster och 10 längst åt höger - lägger sig 21 procent i mitten på värdena 5 och 6. 6 procent lägger sig till vänster om mitten och 18 procent till höger. Det är framför allt (s)-, V-, fp-, och mp-sympatisörer som tycker att tidningen lutar åt höger. Det är intressant att uppfattningarna går så vitt isär. Det är kanske ett uttryck för att tidningen håller sig relativt partipolitiskt obunden.

Läsarna har fått ta ställning till huruvida de tycker att en lång rad ytterligare påståenden om Värnamo Nyheter stämmer eller inte. En undersökning av hela landet visar att morgontidningar anses vara seriösa och tillförlitliga samt intressanta och stimulerande. Morgontidningar förväntas vidare inte stå för något oväntat innehåll. Tabell 11.1 nedan visar vad man instämmer respektive inte instämmer i.

Det stora flertalet är positiva till mycket vad beträffar Värnamo Nyheter. Det är en lättläst tidning med intressant innehåll, aktuella och seriösa nyheter. Tidningen har hög teknisk och redigeringsmässig kvalitet. Trots den annonsmättnad som beskrivits ovan, och trots att läsarna tycker att Värnamo Nyheter har för många annonser, tycker flertalet att annonserna är intressanta och att det är bra med annonser på första sidan. Man får här intrycket av att invånarna i de tre kommunerna är relativt nöjda med sin lokala morgontidning.

Likväl anses Värnamo Nyheter inte vara prisvärd. Vad är det då som upplevs negativt med tidningen? Det handlar för mycket om småsaker och för lite om ungdomar. Trots att nyheterna anses bra, vilket just beskrivits, anser läsarna att de vinklas för mycket. Man granskar inte näringslivet tillräckligt kritiskt och läsarna upplever att tidningen är rädd att ta upp kontroversiella frågor.

Tidningen upplevs vidare som gammalmodig snarare än fräck och modern, och man förväntar sig inte hitta något oväntat i Värnamo Nyheter. Det sistnämnda är inte unikt för Värnamo Nyheter, utan gäller morgontidningar över huvudtaget. Svensken i allmänhet förväntar sig inte hitta något oväntat i sin morgontidning (Jansson 1997c).

**Tabell 11.1** Bedömning av Värnamo Nyheter, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, , 1997 (procent och balansmått)

Påståenden om Värnamo Nyheter	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Stämmer inte	Stämmer	diff.	Stämmer inte	Stämmer	diff.	Stämmer inte	Stämmer	diff.
<b>Positiva påståenden:</b>									
Har bra bevakning av lokal sport	94	6	+88	93	7	+86	93	7	+86
Har mycket bra bevakning av fam.nyheter	94	6	+88	96	4	+92	97	3	+94
Har bra tryckkvalitet	93	7	+84	96	4	+92	96	4	+92
Är lättläst	92	8	+84	90	10	+80	94	6	+88
Har aktuella nyheter	86	14	+72	90	7	+83	93	7	+86
Är seriös i sin nyhetsbevakning	86	14	+72	85	15	+70	88	12	+76
Har intressant innehåll	86	14	+72	85	15	+70	90	10	+80
Är lätt att hitta i	84	16	+68	90	10	+80	80	20	+60
Har en bra TV-bilaga	80	20	+60	80	20	+60	77	23	+54
Har en bra spelsida	80	20	+60	85	15	+70	78	22	+56
Har intressanta annonser	77	23	+54	79	21	+58	77	23	+54
Är opartisk	77	23	+54	77	23	+54	79	21	+58
Har intressanta krönikor	73	27	+46	81	19	+62	73	27	+46
Har sällan stavfel i texter och annonser	68	32	+36	65	35	+30	74	26	+48
Är alltid tillförlitlig	66	34	+32	65	35	+30	76	24	+52
Har journalister som alltid är insatta i det de skriver om	65	35	+30	64	36	+28	70	30	+40
Bra med annonser på första sidan	62	38	+24	66	34	+32	69	31	+38
Är stimulerande att läsa	61	39	+22	71	29	+42	68	32	+36
Är engagerande	55	45	+10	63	37	+26	60	40	+20
Har en modern form	55	45	+10	58	42	+16	54	46	+8
Har något läsvärt på varje sida	53	47	+6	57	43	+14	58	42	+16
Innehåller ofta något oväntat	31	69	-38	34	66	-32	37	63	-34
Är prisvärd	27	73	-46	35	65	-30	38	62	-24
Känns modern och fräck	24	76	-52	34	66	-32	31	69	-38
<b>Negativa påståenden:</b>									
Borde komma ut fler dagar i veckan	81	19	+62	80	20	+60	81	19	+62
Handlar för mycket om småsaker	78	22	+56	71	29	+42	74	26	+48
Är rädd för att ta upp kontroversiella fr.	76	24	+52	67	33	+34	63	37	+26
Skriver för lite om ungdomar	74	26	+48	76	24	+52	70	30	+40
Är okritisk i sin bevakning av näringslivet	71	29	+42	68	32	+36	69	31	+38
Har för många annonser	68	32	+36	61	39	+22	62	38	+24
Känns gammalmodig	63	37	+26	63	37	+26	58	42	+16
Vinklar sina nyheter för mycket	62	38	+24	62	38	+24	59	41	+18
Har ofta slarvigt skrivna artiklar	57	43	+14	63	37	+26	59	41	+18
Jagar ofta onödiga sensationer	54	46	+8	44	56	-12	54	46	+8
Har dålig överensstämmelse mellan rubrik och text	47	53	-6	43	57	-14	36	64	-28
Har för få bilder	44	56	-12	47	53	-6	44	56	-12
Innehåller för mycket negativa nyheter	43	57	-14	34	66	-32	38	62	-24
Visar brist. resp. för människors privatliv	43	57	-14	33	67	-34	33	67	-34
Har för många långa artiklar	36	64	-28	31	69	-38	37	63	-34
Har för stora bilder	31	69	-38	22	78	-56	36	64	-28
Har för få annonser	20	80	-60	31	69	-38	32	68	-36

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Stämmer helt och hållet eller Stämmer delvis och den procentandel som har svarat Stämmer inte alls. Om alla respondenter svarar Stämmer blir balansmättet +100 och om alla svarar Stämmer inte blir mättet -100.

Läsarna tycker att Värnamo Nyheter har för många bilder, men bilderna skulle kunna vara större. Tidningen innehåller också för få långa artiklar. De tycker vidare att tidningen bör komma ut fler dagar i veckan. I avsnitt 8 visade det sig dock att befolkningen *inte* är beredd att betala ett högre pris för att få tidningen fler dagar i veckan. En viss förändring innehållsmässigt tycks överordnad mer frekvent utgivning.

Tabell 11.2 visar skillnader mellan olika åldersgrupper beträffande påståendena om Värnamo Nyheter. Personer i olika åldrar gör i stort sett samma bedömning av tidningen, men skiljer sig på några punkter. Det är t ex yngre och medelålders som vill ha tätare utgivning. Personer över 40 år är allmänt sett mer nöjda med innehållet: det är intressant, har intressanta krönikor och är stimulerande att läsa. Samtidigt tycker denna grupp att tidningen skriver för mycket om småsaker.

Intressant att notera är att många inte har tagit ställning dels i de påståenden som handlar om redigering och trycktekniska saker, dels i de påståenden som handlar om journalisterna förhållningssätt: kritisk granskning, partiskhet, vinklingar.

**Tabell 11.2** Bedömning av Värnamo Nyheter, olika åldersgrupper, 1997 (procent och balansmått)

Påståenden om Värnamo Nyheter	15-19 år		20-29 år		30-39 år		40-49 år		50-59 år		60-75 år	
	+	- diff	+	- diff	+	- diff	+	- diff	+	- diff	+	- diff
<b>Positiva påståenden:</b>												
Har bra bevakning av lokal sport	89	11 +78	94	6 +88	94	6 +88	94	6 +88	96	4 +92	91	9 +82
Har mycket bra bevakning av fam.nyheter	92	8 +84	95	5 +90	97	3 +94	95	5 +90	95	5 +90	96	4 +92
Har bra tryckkvalitet	92	8 +84	90	10 +80	94	6 +88	97	3 +94	97	3 +94	97	3 +94
Är lättläst	98	2 +96	88	12 +76	88	12 +96	91	9 +82	90	10 +80	95	5 +90
Har aktuella nyheter	96	4 +92	84	16 +68	88	12 +76	87	13 +74	89	11 +78	93	7 +86
Är seriös i sin nyhetsbevakning	85	15 +70	92	8 +84	82	18 +64	85	15 +70	90	10 +80	85	15 +70
Har intressant innehåll	83	17 +66	84	16 +68	77	23 +54	89	11 +78	90	10 +80	94	6 +88
Är lätt att hitta i	83	17 +66	83	17 +66	87	13 +74	90	10 +80	87	13 +74	85	15 +70
Har en bra TV-bilaga	74	26 +48	72	28 +44	69	31 +38	72	22 +56	84	16 +68	83	17 +66
Har en bra spelsida	75	25 +50	74	26 +48	80	20 +60	82	18 +64	97	3 +94	85	15 +70
Har intressanta annonser	73	27 +46	80	20 +60	77	23 +54	78	22 +56	80	20 +60	81	19 +62
Är opartisk	73	27 +46	88	12 +76	68	32 +36	77	23 +54	76	24 +52	82	18 +64
Har intressanta krönikor	69	31 +38	61	39 +22	70	30 +40	80	20 +60	90	10 +80	83	17 +66
Har sällan stavfel i texter och annonser	56	44 +12	59	41 +18	66	34 +32	75	25 +50	73	27 +46	75	25 +50
Är alltid tillförlitlig	73	27 +46	55	45 +10	60	40 +20	73	27 +46	69	31 +38	74	26 +48
Har journalister som alltid är insatta i det de skriver om	66	34 +32	43	57 -14	62	38 +24	67	33 +34	70	30 +40	73	21 +58
Bra med annonser på första sidan	64	36 +28	60	40 +20	50	50 0	62	38 +24	74	26 +48	79	21 +58
Är stimulerande att läsa	57	43 +14	54	46 +8	53	47 +6	70	30 +40	72	28 +44	85	15 +70
Är engagerande	65	35 +30	53	47 +6	54	46 +8	57	43 +14	61	39 +22	71	29 +42
Har en modern form	50	50 0	72	28 +44	41	59 -18	58	42 +16	64	36 +28	82	18 +64
Har något läsvärt på varje sida	51	49 +2	43	57 -14	46	54 -8	59	41 +18	61	39 +22	76	24 +52
Innehåller ofta något oväntat	41	59 -18	24	76 -52	24	76 -52	33	67 -34	34	66 -32	45	55 -10
Är prisvärd	54	46 +8	27	73 -46	27	73 -46	23	77 -54	34	66 -32	39	61 -22
Känns modern och fräck	38	62 -24	23	77 -54	16	84 -68	25	75 -50	38	62 -24	38	62 -24
<b>Negativa påståenden:</b>												
Borde komma ut fler dagar i veckan	86	14 +72	73	27 +46	80	20 +60	75	25 +50	68	32 +36	64	36 +28
Handlar för mycket om småsaker	58	42 +16	71	29 +42	83	17 +66	88	12 +76	91	9 +82	79	21 +58
Är rädd för att ta upp kontroversiella frågor	56	44 +12	71	29 +42	81	19 +62	71	29 +42	72	28 +44	67	33 +34
Skriver för lite om ungdomar	86	14 +72	73	27 +46	80	20 +60	75	25 +50	68	32 +36	64	36 +28
Är okritisk i sin bevakning av näringslivet	70	30 +40	66	34 +32	68	32 +36	75	25 +50	68	32 +36	69	31 +38
Har för många annonser	61	39 +22	67	33 +34	61	39 +22	66	34 +32	66	34 +32	63	37 +26
Känns gammalmodig	61	39 +22	72	28 +44	69	31 +38	62	38 +24	59	41 +18	46	54 -8
Vinklar sina nyheter för mycket	64	36 +28	59	41 +18	63	37 +26	57	43 +14	67	33 +34	59	41 +18
Har ofta slarvigt skrivna artiklar	58	42 +16	65	35 +30	71	29 +42	49	51 -2	59	41 +18	55	45 +10
Jagar ofta onödiga sensationer	65	35 +30	51	49 +2	52	48 +4	44	56 -12	53	47 +6	39	61 -22
Har dålig överensst. mellan rubrik och text	47	53 -6	47	53 -6	44	56 -12	38	62 -24	53	47 +6	38	62 -24
Har för få bilder	49	51 -2	56	44 +12	46	54 -8	38	62 -24	44	56 -12	44	56 -12
Innehåller för mycket negativa nyheter	38	62 -24	29	71 -42	36	64 -28	37	63 -26	40	60 -20	45	55 -10
Visar bristande resp. för människors privatliv	44	56 -12	35	65 -30	34	66 -32	34	66 -32	42	58 -16	37	63 -26
Har för många långa artiklar	40	60 -20	39	61 -22	35	65 -30	28	72 -44	31	69 -38	32	68 -36
Har för stora bilder	22	78 -56	32	68 -36	29	71 -42	25	75 -50	28	72 -44	31	69 -38
Har för få annonser	33	67 -34	28	72 -44	17	83 -66	30	70 -40	22	78 -56	37	63 -26

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Stämmer helt och hållet eller Stämmer delvis (+) och den procentandel som har svarat Stämmer inte alls (-). Om alla respondenter svarar Stämmer blir balansmättet +100 och om alla svarar Stämmer inte blir mättet -100.

Vad anser då läsarna att Värnamo Nyheter bör satsa respektive inte satsa på i framtiden? Tabell 11.3 nedan ger en vink om läsarnas uppfattning.

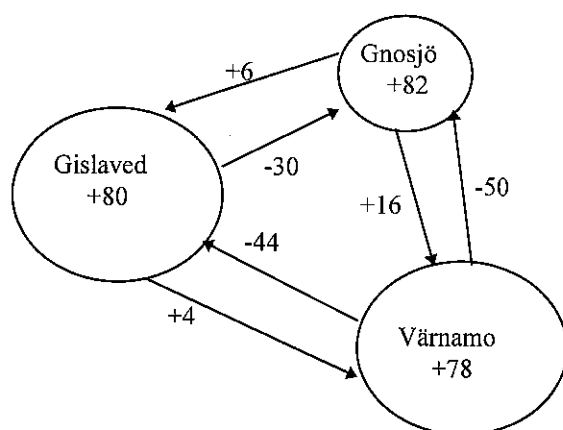
**Tabell 11.3** *Innehåll som Värnamo Nyheter bör satsa mer eller mindre på, Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun, 1997 (procent och balansmått)*

Innehåll	Värnamo			Gislaved			Gnosjö		
	Satsa mer	Satsa mindre	diff.	Satsa mer	Satsa mindre	diff.	Satsa mer	Satsa mindre	diff.
<b>Lokalt och regionalt innehåll:</b>									
Lokala nyheter Värnamo kommun	59	3	+56	15	11	+4	18	12	+6
Bevakning av länsnyheter	40	7	+33	31	5	+26	29	6	+23
Lokala notiser	37	6	+31	39	3	+36	42	3	+39
Recensioner av lokala konserter	28	9	+19	23	9	+14	28	9	+19
Nyheter från föreningslivet	27	12	+15	27	11	+16	34	7	+27
Lokal sport	26	15	+11	30	7	+23	23	13	+10
Lokala nyheter, Gnosjö kommun	3	21	-18	11	13	-2	60	3	+57
Lokala nyheter, Vaggeryds kommun	3	21	-18	5	15	-10	7	19	-12
Lokala nyheter, Gislaveds kommun	3	25	-22	73	2	+71	12	14	-2
<b>Tyngre icke-lokalt innehåll:</b>									
Bakgrund och analys av nyheter	53	6	+47	39	3	+36	44	5	+39
Näringsliv och arbetsmarknad	48	2	+46	38	5	+33	33	4	+29
Inrikesmaterial	47	4	+43	32	5	+27	37	7	+30
Utrikesmaterial	41	9	+32	30	8	+22	33	9	+24
Insändare och debatt	26	14	+12	31	9	+22	25	7	+18
<b>Förströelse, nöje:</b>									
TV-bilaga	27	9	+18	29	6	+23	27	8	+19
Förströelseläsning	28	18	+10	29	11	+18	31	15	+16
Tävlingar	20	18	+2	21	13	+8	20	14	+6
Tecknade serier	18	18	0	22	14	+8	23	16	+7
<b>Övrigt:</b>									
Ungdomsmaterial	50	4	+46	48	2	+46	54	6	+48
Färgbilder	46	5	+41	50	5	+45	42	8	+34
Bilagor med olika teman, t ex bilar	36	17	+19	29	10	+19	32	14	+18
Helsidesreportage	34	12	+22	22	10	+12	28	15	+13
Temasidor	31	15	+16	36	6	+30	32	12	+20
Familjesidan	14	7	+7	16	4	+12	13	6	+7
Läsarnas egna dikter, noveller	21	28	-7	21	23	-2	26	21	+5

Anm: Balansmättet anger differensen mellan den procentandel som har svarat Bör satsa mer och den procentandel som har svarat Bör satsa mindre. Alternativet "Bra som det är" är inkluderat i framtagningen av andelar, men inräknas inte i balansmättet.

Naturligtvis vill invånarna i respektive kommun att Värnamo Nyheter bör satsa mer på just den kommunen. Starkast är denna önskan i Gislaved. Figur 11.1 åskådliggör vilka kommuner som vill veta mer respektive mindre om varandra: i grova drag kan man säga att Gnosjö vill veta lite om både Värnamo och Gislaved, Gislaved vill veta om Värnamo men inte om Gnosjö och Värnamo vill inte veta om någon av grannkommunerna.

**Figur 11.1** *Intresse för nyheter från den egna kommunen och kringkommunerna*



Anm: Figuren beskriver intresset för nyheter från den egna kommunen samt hur intresserad man är av att få nyheter från någon av de andra två kommunerna. Pilarna visar relationerna och procenttalen deras styrka.

I grova drag ser man i tabell 11.3 vidare att värnamoborna vill se mer av det tyngre materialet än befolkningen i grannkommunerna, medan människorna i Gislaved och Gnosjö vill att tidningen ska satsa mer på nöje och förströelse. I stort sett är det inga områden som läsarna vill att Värnamo Nyheter ska satsa mindre på, med undantag då för nyheter från vissa grannkommuner.

Svarspersonerna har haft möjlighet att i en öppen fråga skriva om det är något de saknar i Värnamo Nyheter eller om det är något tidningen borde göra annorlunda. Det är ett 50-tal personer som har skrivit något som inte redan frågats om i andra frågor. Det handlar om att man vill ha fler och längre reportage dels om in- och utrikeshändelser, men framför allt om lokala händelser, organ, karaktärer och personer. De svarande tycker att Värnamo Nyheter ska granska offentliga lokala organ i större utsträckning. De skulle också vilja läsa om olika typer av människor i regionen, te x hur det är att vara arbetslös, vårdanställd, hemmafru etc.

Tidningen upplevs vidare som rörig. Det bör vara en strikt uppdelning mellan delarna så att man alltid vet var man hittar te x sina lokalsidor. Vidare upplevs de enskilda sidorna som röriga. Annonser och redaktionell text går ihop och det är svårt att urskilja olika artiklar.

På frågan om Värnamo Nyheter skriver tillräckligt om det som händer i hemkommunen svarar endast 1 procent att det skrivs för mycket, knappt hälften att det skrivs tillräckligt ungefär lika många att det skrivs för lite. Det är främst boende i Gnosjö som tycker att det skrivs för lite. Bland boende i Värnamo kommun är den andelen lägre.

Läsarna får jämföra Värnamo Nyheter av idag med hur tidningen var för två år sedan - dvs före förändring av format och antal delar. Runt en femtedel tycker att den blivit något eller mycket bättre, en knapp femtedel tycker att den har blivit sämre, två femtedelar upplever ingen skillnad och en femtedel procent har ingen uppfattning. Invånarna i de olika kommunerna skiljer sig inte åt i frågan. Det bör tolkas som att förändringen har mottagits väl i de flesta läger.

Om Värnamo Nyheter plötsligt upphörde att ges ut tre fjärdedelar sakna tidningen mycket eller något, runt en tiondel skulle inte sakna tidningen alls och lika många har ingen uppfattning. Läsarna vill ha Värnamo Nyheter trots tveksamheter om prenumeration (se tidigare avsnitt) , men de har en del tydliga synpunkter och önskemål om förändringar vilket detta avsnitt har visat.

En relativt ny företeelse är dagstidning på Internet. Ett stort antal svenska dagstidningar ges idag ut över nätet. Värnamo Nyheter gör det inte. 5 procent av befolkningen i värnaregionen läser någon dagstidning på Internet varje vecka. 2 procent är absolut intresserade av att läsa Värnamo Nyheter på nätet, ytterligare 13 procent kanske kan tänka sig detta, vilket ligger i linje med riksgenomsnittet. Av dessa vill 46 procent läsa redaktionell text, 40 procent annonser. Endast 4 procent kan *kanske* tänka sig att betala för att läsa Värnamo Nyheter på Internet.

En kontroll för kommun ger något lägre siffror för Gnosjö, men grupperna är väldigt små, varför man inte bör dra några slutsatser om internettidningar med avseende på de undersökta kommunerna. Befolkningen i värnaregionen är mer intresserade av en till viss del förändrad pappersutgåva av sin lokaltidning än av en elektronisk variant på Internet.

Sammanfattningsvis kan konstateras att Värnamo Nyheter har en oerhört stark ställning i den undersökta regionen. Detta beror dels på att lokala nyheter och därmed lokala dagstidningar, är viktiga i vårt land, dels också på att tidningen saknar större konkurrens.

Många personer i den undersökta regionen prenumererar på, och läser Värnamo Nyheter. Några olika befolkningsgrupper avviker dock från mönstret: personer yngre än 30 år och i stort sett hela befolkningen i Gnosjö kommun. Vad beträffar ungdomar är detta inte unikt för värnamoregionen. Att förklara den lägre andelen prenumeranter och läsare i Gnosjö är svårare, men en inte orimlig tanke är att befolkningssammansättningen är annorlunda där.

Lästiden för Värnamo Nyheter är lägre än för landet i genomsnitt, vilket dock är logiskt, eftersom Värnamo Nyheter innehåller nyheter från många orter, och var och en läser det som handlar om deras geografiska område. Äldre människor och de som bott länge på orten läser längre tid än andra.

Intresset och läsningen är klart störst för lokalt innehåll, annonser och familjenyheter. Många säger sig vara intresserade av sk tyngre innehåll - politik, ekonomi, in- och utrikes - men inte lika många läser detta.

Läsarna är kritiska till innehållet i Värnamo Nyheter, vilket framför allt framkommer i frågan om varför man vill upphöra med sin prenumeration. Medan svensken i allmänhet är tveksam av ekonomiska skäl tvekar värnamobefolkningen för att innehållet inte är tillräckligt bra.

Kritiken är dock tvetydig: tre fjärdedelar skulle sakna Värnamo Nyheter om den upphörde att utges och en väldigt stor andel instämmer i att tidningen har ett intressant innehåll. Detta är kanske inte så konstigt. Om tidningen skulle upphöra finns inget mer eller mindre dagligt lokalt alternativ. Vidare måste det vara svårt att tycka att den tidning man valt att ha *inte* har ett intressant innehåll.

Läsarna saknar framför allt det tyngre innehållet, vill ha färre bilder och längre artiklar. Mer ungdomsmaterial finns också önskemål om. Lättare material efterfrågas inte i någon större utsträckning.

Avslutningsvis kan sägas att Värnamo Nyheter läsare i Värnamo, Gislaved och Gnosjö kommun är tveksamma och kritiska till en tidning som de flesta trots allt har och läser regelbundet. Behovet av en lokal morgontidning är överordnat behoven av olika typer av innehåll och kvaliteten på och utformningen av dessa.



## REFERENSER

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1993) *Tidningsläsning i Gästrikland*, Arbetsrapport nr 46 Göteborg, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Björkqvist Hellingwerf, Karin (1995) Prenumerationsprisets roll, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv

Björkqvist Hellingwerf, Karin och Weibull, Lennart (1995) Den dagliga vanan, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv

Holmberg, Sören och Weibull Lennart (red) (1997) *Ett missnöjt folk?* SOM-rapport nr 18; Göteborg, SOM-institutet, Göteborgs universitet

Hushållens nyhetskonsumtion 1996 (1997) Bastabeller från Dagspresskollegiet, nr 11, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Jansson, André (1997) Svensk dagstidningsläsning i förändring, i Holmberg, Sören och Weibull Lennart (red) (1997) *Ett missnöjt folk?* SOM-rapport nr 18; Göteborg, SOM-institutet, Göteborgs universitet

Jansson, André (1997b) *Svensk dagstidningsläsning i förändring*, Arbetsrapport nr 74; Göteborg, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet

Jansson, André (1997c) Hur värdefulla? Dagstidningarna i läsarnas ögon, i Holmberg, Sören och Weibull Lennart (red) (1997) *Ett missnöjt folk?* SOM-rapport nr 18; Göteborg, SOM-institutet, Göteborgs universitet

Johansson, Sophie (1997) SOM-undersökningen 1996 - genomförande och utfall, i Holmberg, Sören och Weibull Lennart (red) (1997) *Ett missnöjt folk?* SOM-rapport nr 18; Göteborg, SOM-institutet, Göteborgs universitet

Reimer, Bo (1994) *The Most Common of Practises. On Mass Media Use in Late Modernity*; Stockholm, Almqvist & Wiksell

Strid, Jan och Weibull, Lennart (1995) Tidningsformatets roll, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv

*TS-boken 1997*

Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (1997) Tidningsläsning och livsstilar, i Holmberg, Sören och Weibull Lennart (red) (1997) *Ett missnöjt folk?* SOM-rapport nr 18; Göteborg, SOM-institutet, Göteborgs universitet

Weibull, Lennart (1995) Det lokala tidningsvalet, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv

Weibull, Lennart (1995b) Det mest lästa - och det viktiga, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv

Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv

Årsbok för Sveriges kommuner 1997, Statistiska Centralbyrån, Halmstad

## PUBLIKATIONER UTGIVNA AV INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK OCH MASSKOMMUNIKATION (JMG)

Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) har två publikationsserier:

- **JMG:s bokserie:** Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation
- **JMG:s arbetsrapportserie:** Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation

Redaktörer för JMG:s bokserie och arbetsrapportserie är professorerna Kent Asp och Lennart Weibull. Publikationer i de två serierna säljs genom institutionens försorg. Beställningar kan ske på den talong som finns efter publikationsförteckningen.

Mellan 1991 och 1994 utgavs även en särskild rapportserie. Titlarna i den finns förtecknade separat.

### **JMG:s bokserie**

#### **Göteborgsstudier i masskommunikation (1980 -- 1990)**

1. Lennart Weibull (1983) *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm, Liber. 521 sid.
2. Anders Ohlsson (1989) *Politiska nyheter till nytta och nöje*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm. 350 sid.
3. Lennart Weibull, Karin Björkqvist (1989) *Dagspressen och dess läsare*. Stockholm, Almqvist & Wiksell International. (slut)

#### **Göteborgsstudier i journalistik och masskommunikation (1990 --**

1. Robert Burnett (1990) *Concentration and Diversity in the International Phonogram Industry*. (slut)
2. Roger Wallis (1991) *Internationalisation, Localisation & Integration*. Pris: 200 kronor. 281 sid.
3. Ronny Severinsson (1994) *Tidningar i konkurrens*. Dagstidningarnas agerande på lokala läsarmarknader i Västergötland 1950 - 1985. Pris: 200 kronor. 278 sid.
4. Bo Reimer (1994) *The Most Common of Practices*. On Mass Media Use in Late Modernity. Almqvist & Wiksell International. Stockholm. (slut)

5. Ulf Wallin (1995) *Vad fick vi veta? En studie i svenska nyhetsmediers rapportering åren före folkomröstningen om EU*. Pris: 200 kronor. 271 sidor.
6. Lennart Weibull och Charlotta Kratz (red) (1995) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Pris: 210 kronor. 216 sidor.
7. William Borden (1995) *Power Plays. A Comparison Between Swedish and American Press Policies*. Pris: 200 kronor. 323 sidor.
8. Admassu Tassew (1995) *Reporting a Pandemic. A Comparative Study of AIDS News Coverage in African and European Dailies*. Pris: 200 kronor. 235 sidor.
9. Monika Djerf Pierre (1996) *Gröna nyheter. Miljöjournalistiken i televisionens nyhetssändningar 1961 - 1994*. Pris: 275 kronor. 486 sidor.
10. Tomas Andersson Odén (1996) *Principer på präny. En studie av redaktionella mål inom den svenska dagspressen*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Pris 200 kronor, 168 sidor.
11. Margareta Melin-Higgins (1996) *Pedagoger och spårhundar. En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet. Pris 200 kronor, 171 sidor.
12. Maria Elliot (1997) *Förtorendet för medierna. TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, Pris: 275 kronor, 364 sidor.
13. Kent Asp, Bengt Johansson och Larsåke Larsson (1997) *Nära nyheter. Studier om kommunaljournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet. Pris 200 kronor, 310 sidor.
14. Carlsson, Ulla *Frågan om en ny internationell informationsordning. En studie i internationell mediepolitik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, 1998
15. Johansson, Bengt *Nyheter mitt ibland oss. Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.
16. Wallin, Ulf *Sporten i spalterna. Sportjournalistikens utveckling i svensk dagspress under 100 år*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.
17. Larsson, Larsåke *Nyheter i samspel. Studier i kommunjournalistik*. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.
18. Weibull, Lennart och Ingela Wadbring (red) *Publik och medier 1996/1997*. Särtryck av artiklar om medier ur SOM-rapporterna nr 18 och 19. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs universitet, 1998.

## **JMG:S RAPPORTSERIE (avslutad 1994)**

### **Rapporter från Avdelningen för masskommunikation**

1. Lennart Weibull (1984) *Dagspress och etermedier i Sverige 1979-1983*. (slut)
2. Jan Strid och Lennart Weibull (1984) *Läsvanor och Läsintressen. 1979-1983*. (slut)
3. Ingela Strid och Lennart Weibull (1984) *Annonbladsläsning i Sverige*.
4. Ronny Severinsson (1985) *Publiken möter kabel-TV*. (slut)
5. Lennart Weibull (1985) *Närradiolyssnandet i Stockholm 1984*. (slut)
6. Bo Reimer och Lennart Weibull (1985) *Dagspress på arbetsplatsen*.
7. Informatörer i Sverige: Arbetsmarknad Framtidsutsikter (1986) Utdrag ur utredningen om informationsutbildning i Sverige (UHÄ-rapport 985:13)
8. Ingela Strid och Lennart Weibull (1986) *Mediesverige 1986*.
9. Bo Reimer (1986) *Läsaren och tidningen*.
10. Rutger Lindahl (1986) *Nyheten om mordet på Olof Palme*.
11. Monika Djerf (1986) *Funktioner hos kabel-TV*.
12. Anders Ohlsson (1986) *Att svara eller inte svara - det är frågan*.
13. Ronny Severinsson (1987) *Den nya medieframtiden - TV via satellit och kabel*.
14. Ingela Strid och Lennart Weibull (1988) *Mediesverige 1988*.
15. Ronny Severinsson (1989) *Agerande och utveckling inom dagspressen i Västergötland*.

### **Rapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (avslutad 1994)**

1. Emanuelsson, Eva & Karlsson, Kristina (1991) *Informatörer inför 90-talet*.  
Pris: 90 kronor.
2. Wallin, Ulf (1991) *Bilden av EG*.  
Pris: 120 kronor.
3. Wallin, Ulf (1992) *EG - Hot eller löfte? Argument i dagspress, radio och TV för och emot svenskt EG-medlemskap*.  
Pris: 100 kronor.

4. Flodin, Bertil (1993) *Samhällskommunikation under 80-talet*. En kunskapsöversikt.  
Pris: 150 kronor.
5. Severinsson, Ronny (red), (1995) - *Studier i medielandskapet*. Ett urval av analyser genomförda på uppdrag av Pressutredningen -94.  
Pris: 200 kronor.

## Arbetsrapporter

### Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation (1980 -- 1990)

(Pris: 60 kr + moms och porto)

1. Lennart Weibull (1984) *Trender i massmedieanvändningen*.
2. Bo Reimer (1985) *Tidningsläsning i södra Halland*.
3. Lennart Weibull (1985) *Läsvanor för svensk morgonpress 1979-1984*.
4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) *Sport i medierna*.
5. Lennart Weibull (1985) *Masskommunikationen i Sverige*. Några reflektioner om läget 1985.
6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) *Internaliserad kultur*. Ett forskningsprogram om värden, individer och massmedier.
7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. A Review Essay*.
8. Bo Reimer (1985) *Values and the Choice of Measurement Technique*. The Rating and Ranking of Postmaterialism.
9. Lennart Weibull (1986) *Press, radio, TV och nya medier i Japan*.
10. *Nyhetsspridningen om mordet på statsminister Olof Palme*. En sammanställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning 2-4 mars 1986.
11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) *Kassettidningsläsning på Gotland*.
12. Lennart Weibull (1986) *Massmediernas framtida utveckling*.
13. Ronny Severinsson (1986) *Tidningsläsning i Södermanland*.
14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986) *Tidningsläsning i Kalmar län*.
15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986). *Läsvanor 1986*.
16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren (1986). *Maps of Culture: Macro and Micro*.

17. Maria Elliot (1986). *Allmänhetens syn på massmediernas trovärdighet.*
18. Lennart Weibull (1986) *Tendenser i svensk dagstidningsläsning.*
19. Bo Reimer (1986) *Social Space and the Structuring of Communication Processes.*
20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) *Actions and Reactions - the Nordic Countries in Age of Satellite Broadcasting.*
21. Lennart Weibull (1987) *Massmediernas räckvidd 1985/86.*
22. Ronny Severinsson (1987) *Dagspressutvecklingen i Västergötland.*
23. Keith Roe (1987) *The Swedish Moral Panic over Video 1980-84.*
24. Bo Reimer (1987) *Dagens Nyheter i västra Sverige.*
25. Ann-Marie Hellerström (1987) *Lokal-TV- ett reellt alternativ till satellit-TV.*
26. Ronny Severinsson (1987) *Skaraborgspressens innehåll 1950-1985.*
27. Ronny Severinsson (1987) *Tidningsläsning i Essunga, Götene och Vara.*
28. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Gästrikland - presentation av en läsundersökning.*
29. Bo Reimer (1988) *Reading Postmaterialism.*
30. Lennart Weibull (1988) *Publicistisk sed. Ett forskningsprogram om ett regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik.*
31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) *Läsvanestudien 1986. Huvudresultat och metodjämförelse.*
32. Magnus Anshelm (1988) *Sverige - nu - SOM 86 - en jämförelse av två undersökningar.*
33. Rutger Lindahl och Lennart Weibull (1988) *Palme i amerikanska ögon. En studie av den amerikanska pressens behandling av nyheten om mordet på statsminister Olof Palme 1986.*
34. Magnus Anshelm (1988) *Massmediernas räckvidd 1986/87 - en analys av Mediebarometern.*
35. Ingela Strid (1988) *Svenska folkets intressen 1973-1982. En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen.*
36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) *Mått på mätning - En förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade mått.*

37. Britt Börjesson (1988) *Brott och publicitet*. Kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet.
38. Lennart Weibull (1988) *Rapport från kontaktresa till Uruguay 10-22 april 1988*.
39. Gunilla Jarlbro (1988) *En kvalitativ studie av hur människor upplever tidningsinnehåll*.
40. Monica Löfgren (1988) *Kabel-TV i Göteborg*.
41. Lennart Weibull (1988) *Lokal-TV via kabel*. Synen på en ny kanal bland andra medier.
42. Karin Björkqvist (1988) *Tidningsläsning i Värmland*. Presentation av en läsarundersökning från våren 1977.
43. Keith Roe (1988) *Adolescents' VCR Use: How and Why*.
44. Monika Djerf (1989) *Finns det funktionsdimensioner i medieanvändningen? En faktoranalys*.
45. Karin Björkqvist (1989) *Det politiska tidningsvalet*.
46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) *Läsvanor och läsintressen*.
47. Monika Djerf (1989) *Massmedier och beslutsfattare: en litteraturstudie*.
48. Britt Börjesson (1989) *Pressens självanering*. Ett regelsystems framväxt.
49. Magnus Anshelm (1989) *Mediebarometern resultat från 1988/89*.
50. Lennart Weibull (1989) *Rapport från en andra kontaktresa till Uruguay*. Om massmedier, utbildning och forskning i social kommunikation samt Instituto Comunicacion y Desarrollo.
52. Monica Löfgren (1989) *Nyhetsidningen 8 sidor - innehåll, spridning och läsning*.
53. Keith Roe (1989) *Notes on the Concept of Aggression and its (Mis) Use in Media Research*.
54. Charlotta Kratz (1989) *Tidningsläsning i Kalmar och på Öland*.
55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989) *City 103 och dess lyssnare - en undersökning om lyssnandet på svenska arbetsgivareföreningens närradiostation i Göteborg*.
56. Karin Björkqvist (1990) *Mediebarometern under åttio-talet*.
57. Roger Wallis (1990) *Music, music everywhere, and so much of it the same...*



58. Charlotta Lekvall och Patrik Vult von Steyern (1990) *City 103 och tre livsstilar*.
59. Margareta Melin (1990) *Kommunaktuellt - studier av tidningens spridning och abonnenternas läsvanor*.
60. Maria Elliot (1990) *Förtroendet för medierna*.
61. Keith Roe (1990) *Never Has so Much Been Written by so Many about so Few, or, Why Youth Research?*

**Arbetsrapporter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (1990 - (Pris: 80 kr + moms och porto)**

1. Ronny Severinsson (1990) *Massmedier, allmänhet och flyktingfrågor i Sverige och Sjöbo*. En fallstudie på Sjöbo.
2. Ronny Severinsson (1990) *Tidningsläsning i Nordvästra Skåne*.
3. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i sydöstra Skåne*. En presentation av en läsarundersökning.
4. Bo Reimer (1990) *Kulturdiskussioner - Inlägg i tre eviga debatter*.
5. Charlotta Kratz (1990) *Tidningsläsning i Jönköping*. En presentation av en läsarundersökning.
6. Charlotta Kratz (1991) *Verklighetsval och kapital*. En studie av det ekonomiska och det kulturella kapitalets betydelse för läsningen av stockholmstidningar utanför Stockholm.
7. Deanna Hultman (1991) *Dynamisk public relations*. En explorativ studie av Public Relations i fyra företag.
8. Admassu Tassew (1991) *Public service broadcasting concept and practice: a preliminary overview of the ideals and some swedish experience*.
9. Ronny Severinsson (1991) *Tidningsvanor i Gästrikland 1989*. Presentation av en läsarundersökning.
10. Lennart Weibull (1991) *Publik och medier i samspel*. En analys gjord för MedieSverige 1991.
11. Monica Löfgren (1991) *Massmediernas räckvidd 1979 - 1990*.
12. Lennart Weibull (1991) *Masskommunikation som ämnesområde*. Ett försök till empirisk bestämning.

13. Charlotta Kratz (1991) *Tidningsläsning i Södra Halland 1990, jämförelser med situationen 1984.*
14. Margareta Melin (1991) *Från kulturteori till journalistkultur. En litteraturöversikt över diskussionerna kring kulturbegreppet.*
15. Charlotta Kratz (1991) *Från icke-läsare till allätare. Fyra läsartyper i Stockholm och i landsorten.*
16. Kent Asp (1992) *Partiskheten i Sveriges Radios och TV4:s nyhetsprogram under 1991 års valrörelse.*
17. Ronny Severinsson (1992) *Med eller utan prenumeration i Eskilstuna och Katrineholm. Presentation av en läsundersökning från hösten 1990.*
18. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Mediebarometern 1979-1991.*
19. Karin Björkqvist Hellingwerf (1992) *Dagspress och medievanor. En analys av läsvanestudien 1991.*
20. Lennart Weibull och Karl Erik Rosengren (1992) *Swedes' view of the world. A Descriptive Report from the First Two BALTICOM Surveys.*
21. Monica Löfgren Nilsson (1992) *Kvinnligt, manligt, journalistiskt - journalisters syn på nyhetsvärdering.*
22. Monika Djerf-Pierre (1992) *A Toaster With Pictures. The Evolution of American Broadcasting 1921-1991.*
23. Charlotta Kratz (1992) *En fråga om smak. Om stabila och rörliga gruppers kulturella preferenser.*
24. Thomas Östberg (1992) *Sportjournalistik - en analys av fyra dagstidningar 1961 - 1991.*
25. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Mediebarometern 1979 - 1992.*
26. Carin Nilsson, Åsa Widgren (1993) *Videotex - massmedium eller ej? En litteraturstudie och begreppsanalys.*
27. Margareta Melin (1993) *Var finns kvinnorna? En analys av manligt och kvinnligt i kurslitteraturen vid Journalisthögskolan i Göteborg.*
28. Karin Björkqvist Hellingwerf (1993) *Läsvanestudiens mått på läsvanor. En analys av två mått på läsvanor.*
29. Gunilla Jarlbro (1993) *HIV-aktuellt - En läsundersökning.*

30. Monica Löfgren Nilsson (1993) *Klimat och kön - Journalisters bedömningar av arbetsklimatet på nyhetsredaktioner.*
31. Bengt Carlsson, Inger Lindstedt, Lennart Weibull (1993) *Studieresa till amerikanska högskoleutbildningar i journalistik, medier och kommunikation - En personlig reserapport.*
32. Håkan Hvitfelt, Lennart Weibull (1993) *Pendeln har svängt - En reserapport från Kina.*
33. Ulf Wallin (1993) *Den franska folkomröstningen - En analys av rapporteringen om den franska folkomröstningen om Maastrichtfördraget i svensk press, radio och TV samt i övriga nordiska länders press.*
34. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Tidningsläsning i Luleå och Kiruna. Presentation av en läsarundersökning.*
35. Tomas Andersson (1994) *Jönköpings-Posten och Smålandsposten - två småländska tidningsstrategier.*
36. Karin Björkqvist Hellingwerf (1994) *Mediebarometern 1979 - 1993.*
37. Bengt Johansson (1994) *Att studera massmediernas innehåll. En genomgång av innehållsstudier inom svensk forskning om journalistik, medier & kommunikation.*
38. Maria Edström, Maria Jacobson (1994) *Massmediernas enfaldiga typer . Kvinnor och män i mediebruset den 17 mars 1994.*
39. Ingela Wadbring, Lennart Weibull (1994) *På konsumenternas sida. En analys av hur konsumentfrågorna speglas i göteborgspressen.*
40. Bo Reimer (1994) *Kulturell identitet och massmedieanvändning på Åland.*
41. Olof Hultén, Carin Nilsson (1994) *Det svenska TV-utbudet 1987 och 1993 . Undersökning av sändningstid och programkategorier.*
42. Kent Asp (1994) *Medieval 94'. Anförande vid Folkrörelsernas Medieforum torsdagen den 20 oktober 1994 (framfört i urval). Forskningsprogrammet Journalistik och demokrati - studier kring mediekvalitet.*
43. Margareta Melin (1995) *Can Women Become Cowboys? The Importance of Journalist Education for the Professional Ideal Among Swedish Journalists.*
44. Margareta Melin (1995) *Female Educators and Male Craftsmen? The Professional Ideals Among Swedish Journalists.*
45. Ingela Wadbring (1995) *Sista ordet är inte sagt än! - en analys av lärarnas syn på jämställdhet vid journalistutbildningen i Göteborg.*

46. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Tidningsläsning i Gästrikland.*
47. Gunilla Jarlbro (1995) *Barn, ungdom och reklam.*
48. Karin Björkqvist Hellingwerf (1995) *Mediebarometern 1979 - 1994.*
49. Lennart Weibull (1995) *Journalister om Journalisten.* Redovisning av en läsarundersökning från hösten 1994.
50. Kent Asp (1995) *Kommersialiserade TV-nyheter - på gott och ont.* En jämförande undersökning av Rapport TV2 och Nyheterna TV4.
51. Monica Löfgren Nilsson (1995) *"Pennskaften" Female Journalists in Sweden.*
52. Gunilla Jarlbro (1995) *Våldsbrott i svensk press.* En jämförelse mellan åren 1983 och 1993.
53. Jakob Bjur och Jörgen Thörnqvist (1995) *Samma röster med nya ansikten.* En studie av Rapports innehålls-, form- och presentationsmässiga förändring över en tioårsperiod med tyngdpunkt på begriplighet.
54. Dino Viscovi (1995) *Med Loket mot framtiden.* Om unga arbetarklassmän, invandrare, EU och massmedier.
55. Ingela Wadbring (1995) *Tidningsläsaren - vem är det?* En analys av olika gruppers tidningsanvändning.
56. Marina Ghersetti (1996) *Jakten på den försvinnande publiken.* Om besök och besökare på svenska biografer.
57. Kent Asp (1996) *Sverige bilden i TV-nyheterna.* En undersökning av Stockholmsdominansen i Rapport (1986 - 1995) och Nyheterna (1991 - 1995).
58. Lennart Weibull (1996) *Bio, film och samhälle 1995.* En analys av svenskarnas biobesök, filmpreferenser och syn på film och samhälle.
59. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug - en litteraturoversigt ud fra et humanistisk-samfundsvitenskapligt perspektiv.*
60. Ylva Brune (1996) *Vålberg i nyheterna - en kamp mellan tolkningsmönster.*
61. Karin Björkqvist Hellingwerf (1996) *Mediebarometern 1979 - 1995.*
62. Ingela Wadbring (1996) *Den journalistiska vägen - vadan och varthän?* En studie om kvinnliga och manliga journaliststudenter i Göteborg.
63. Ylva Brune (1996) *Svenskar, invandrare och flyktingar i rubrikerna.*

64. André Jansson (1996) *TV-tittarna och det sociala rummet* - En studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning.
65. Bo Reimer (1996) *Inte utan relevans* - Om ungdomars användning av massmedier.
66. Birgitte Christiansen (1996) *IT-brug i hverdagslivet*- en kvalitativ interviewundersøgelse om ti menneskers computer- og Internetbrug i privatsfären.
67. Ebba Sundin (1997) *Barn och massmedier* - En forskningsöversikt.
68. Monica Löfgren Nilsson (1997) *Hon och han i journalistutbildningen* - Ett pedagogiskt projekt.
69. Bertil Flodin (1997) *Medborgarna och EU-informationen* - En studie av inställning, aktivitet och kunskap hos svenska folket inför folkomröstningen 1994
- 70.. Maria Edström (1997) *Kön och journalistik - att utvidga medieverkligheten*. En litteraturöversikt
71. Larsåke Larsson (1997) *Forskningsöversikt - Kommunjournalistik*.
72. Torsten Malmström och Lennart Weibull (1997) *Snöstormen den 17 november 1995*.
73. Anna Maria Andersson (1997) *Vem är den svenske journalisten?* - En studie av journalistkåren i yrkesliv och vardagsliv 1994 - 1995.
74. André Jansson (1997) *Svensk dagstidningsläsning i förändring. Resultat från Riks-SOM-studien 1996*.
75. Britt-Marie Leivik Knowles (1997) *Inter-organisatorisk kommunikation mellan myndigheter och medier*. Forskningsöversikt över myndigheters och mediers interaktion i samband med allvarliga samhällsstörningar.
76. André Jansson (1997) *Sätt att se på TV. En kvantitativ problematisering av den selektiva TV-publiken*.
77. Sigurd Høst och Ronny Severinsson (1997) *Avisstrukturen i Norge og Sverige - 1960 til 1995*. Arbeidsrapport nr. 1 fra prosjektet Norsk-svensk dagspresseutvikling.
78. Anders Lithner och Ingela Wadbring (1997) *Ungdomars dagstidningsläsning*.
79. André Jansson (1997) *Tidningsvärden i morgon- och kvällspress*.
80. Tomas Andersson Odén (1997) *Pressen i Skaraborg. Tidningar och redaktörer från 1793 och framåt*.
81. Magnus Andersson (1997) *Populärmusik: såväl Wu-Tang Clan som Pat Bone*.

82. Birgitte Christiansen och Annika Bergström (1998) *Tidningars symbol- & bruksvärde. Kvalitativa intervjuer med några av Göteborgs-Postens & Hallands Nyheteras läsare.*
83. Erik Fjellman och Jan Sjögren (1998) *Nyhetsläsning på Internet - Svenska CNN från ett användarperspektiv.*
84. Ronny Severinsson /red/ (1998) *Lokalt innehåll i norska och svenska tidningar. Fyra redaktörer läser varandras tidningar.*
85. Anna Maria Andersson, Birgitte Christiansen & Karin Fogelberg (1998) *Vad tycker tittarna? En publikstudie av två underhållningsprogram.*
86. André Jansson (1998) *Dagstidningsläsning 1997. En tabellrapport från Dagspresskollegiet.*
87. Kent Asp (1988) *Medierna och giftutsläppet i Hallandsåsen.*
88. Ronny Severinsson (1988) *Marjasin i medierna. En innehållsanalys på uppdrag av Medieakademin.*
89. Annika Bergström (1988) *Tidningar, radio och TV i västra Småland.*

## BESTÄLLNINGAR

Till institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG)  
Sprängkullsgatan 21  
411 23 GÖTEBORG  
tel: 031 - 773 12 17  
fax: 031 - 773 45 54

Undertecknad beställer härmed följande skrifter från Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG):

### JMG:S bokserie

Titel	Författare	Nummer
.....		
.....		
.....		
.....		
.....		

### JMG:s arbetsrapportserie

Titel	Författare	Nummer
.....		
.....		
.....		
.....		

Namn:.....

Adress:.....

.....

.....