

DEN DAGLIGA TIDNINGSLÄSNINGEN

Analys av tidningsläsning
och annan mediekonsumtion
en genomsnittlig dag
i oktober 1979

LENNART WEIBULL

Statsvetenskapliga institutionen
Göteborgs universitet
Rapportserie 1980:1

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

DAGSPRESSENS FÖRORD	sid	1
FÖRFATTARENS FÖRORD		2
SAMMANFATTNING		4
I	INLEDNING	
I.1	Att mäta massmediespridning	8
I.2	Problemställning	9
I.3	Undersökningsmaterial	10
I.4	Metodsynpunkter	11
II	MORGONPRESSENS SPRIDNING	12
II.1	Den totala spridningen	12
II.2	Veckodagsvariation	14
II.3	Bakgrundsegenskaper	17
III	KONSUMTIONENS OMFATTNING	21
III.1	Antal morgontidningar	21
III.2	Tid för läsning	23
IV	ANDRA MEDIER	27
IV.1	Kvällspress	27
IV.2	Populär- och tidskriftspress	31
IV.3	Radio-tv	35
V	MEDIEJÄMFÖRELSER	38
V.1	Total exponering	38
V.2	Grupperns exponering	39
V.3	Veckodagsvariation	43
V.4	Tidsjämförelser	46
VI	MEDIEKOMBINATIONER	49
VI.1	Exponering	49
VI.2	Antal lästa tidningar	52
VI.3	Tidsjämförelser	55
NOTFÖRTECKNING		58
LITTERATURFÖRTECKNING		61
BILAGA 1:	Uppgifter om PUB:s Mediebarometer	
BILAGA 2:	Dagspressens upplaga första halvåret 1979	

DAGSPRESSENS FÖRORD

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

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

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

Stockholm i augusti 1980

Kjell Bohlund

Dagspressen Marknadsinformation AB

FÖRFATTARENS FÖRORD

- 97 procent av allmänheten läser dagstidningar regelbundet. Ca 75 procent tittar på tv varje dag, omkring 75 procent lyssnar på radio.

Exemplet visar procenttalens makt. Mediernas styrka uttrycks oftast i andelen av allmänheten som utnyttjar dem. Men procenttal av detta slag är sällan jämförbara med varandra. De har som regel tagits fram med olika metoder och speglar därmed olika aspekter på medieanvändningen.

I denna rapport är ett huvudsyfte att redovisa jämförande siffror för olika mediers publik. Tidningsläsningen kommer att kunna jämföras med radiolyssnande, tv-tittande och annan mediekonsumtion inom ramen för samma typ av undersökning.

Arbetsrapporten har utarbetats inom ramen för det s k Dagspressprojektet, vars syfte är att studera trender i dagspressens spridning och att analysera pressens roll som informationskälla. Projektet bygger på årligen återkommande mätningar. De data som här redovisas kommer från det första steget - de avser mediekonsumtionen hösten 1979. I praktiken gäller denna mätning människors mediekonsumtion en genomsnittlig dag i oktober 1979. Senare kommer en andra rapport att belysa konsumtionen med utgångspunkt från regelbundenhet och inriktning hos konsumtionen. Den närmare bakgrunden till och förutsättningarna för de olika mätningarna kommer att behandlas i en sammanfattande rapport.

Underlaget för översikten och analyserna i denna rapport är data, som insamlats av Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning (PUB). Undersökningen har genomförts i anslutning till de regelbundet återkommande publikstudierna i form av en s k Mediebarometer. Dagspressprojektet har bidragit till studien och senare gjort separata databearbet-

ningar för att belysa specifika problemställningar beträffande dagspresspridning.

Den redovisning som lämnas här bygger på ytterligare bearbetningar av PUB:s datamaterial. Dessa har skett i samarbete med två forskare på PUB - Ulf Berg, ansvarig för Mediebarometern, och Aulis Gröndal, som svarat för databearbetningarna. Båda har tekniskt granskat de resultat som redovisas i denna rapport. En första version av rapporten har dessutom diskuterats i en referensgrupp av tidningsmän - Börje Alström, Sundsvalls Tidning, Sven-Olof Andersson, Värmlands Folkblad, Arne Behr, A-pressen, Kjell Bohlund, Dagspressen Marknadsinformation AB och Carl Olov Sommar, Dagens Nyheter. För slutsatser och bedömningar är dock undertecknad ensam ansvarig.

Göteborg den 10 april 1980

Lennart Weibull

SAMMANFATTNING

Detta är den första rapporten från det s k Dagspressprojektet vid Informationsteknik, statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Projektet avser att belysa förändringsmönster i den svenska allmänhetens tidningsläsning. Det grundläggande syftet är att få insikt i dagspressens roll som informationsförmedlare och opinionsbildare i det svenska samhället. Detta sker genom studier av omfattning, inriktning och betydelse hos tidningskonsumtionen, bl a i jämförelse med användningen av andra medier.

En oktobervecka 1979

Rapporten bygger på data från Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelnings s k Mediebarometer. Detta är en studie av människors totala massmediekonsumtion under en genomsnittlig vecka. Barometer-studien avser att belysa i vilken utsträckning människor utnyttjar olika massmedier. Valet av undersökningsvecka är slumpmässigt och avsikten är att resultaten skall återspegla den allmänna konsumtionsnivån hösten 1979. Planerna är att Barometern skall genomföras varje höst i avsikt undersöka trender i konsumtionen

Dagspressprojektet har bearbetat de delar av PUB:s Mediebarometer, som har relevans för en bedömning av dagstidningarnas ställning i förhållande till andra medier.

En dags tidningsläsning

I motsats till de flesta tidigare studier av dagspresskonsumtion ger Mediebarometern en bild av hur dagstidningar och andra medier når ut en genomsnittlig dag. Resultaten anger hur stor andel av allmänheten som en vanlig dag kommit i kontakt med mediet - läst, lyssnat eller tittat. Detta mått skiljer sig från traditionella räckviddsundersökningar, som oftast

utgår från människors uppskattning av regelbundenheten i den egna konsumtionen.

Studier av människors tidningsläsning en genomsnittlig dag och studier av den uppskattade regelbundenheten beskriver människors medieanvändning på två olika sätt - och kommer därmed att ge olika resultat. Räckviddsprocenten varierar med hänsyn till metod. Studierna bör därför inte utan vidare jämföras med varandra - för detta krävs det mer ingående, jämförande analyser. Det är en förhoppning att Dagspressprojektet skall kunna bidra inom detta område.

Dagspressen når ca 80 procent av den vuxna befolkningen

Arbetsrapporten lägger tyngdpunkten vid studier av morgonpressen. En genomsnittlig dag når morgontidningarna ca 80 procent av allmänheten. Detta gäller inom ramen för det breda åldersintervall som PUB arbetar med - 9 - 79 år. En begränsning av intervallet till det i marknadsstudier normala - 15 - 70 år - visar på en räckvidd på knappt 80 procent.

För kvällspressen redovisas en räckvidd på ca 40 procent och för populär- och tidskriftspress ca 35 procent. Etermedierna ligger båda på omkring 75 procent. Procenttalen är något lägre än vad man får vid traditionella räckviddsstudier på dagspress, vilket i huvudsak speglar de ovannämnda metodskillnaderna.

De aktiva grupperna läser mest

Dagspressen har sin högsta exponering i de aktiva grupperna. Åldersgrupperna mellan 25 och 65 år, människor med utbildning över genomsnittet är de där morgontidningarna har sin starkaste ställning. Här ligger räckvidden på drygt 80 procent.

Även tiden för tidningsläsning varierar mellan olika grupper i befolkningen. Genomsnittsläsaren ägnar sin morgontidning omkring 30 minuter eller mindre. Med ökande ålder och utbildning blir lästiden längre. Minst läser ungdomarna under 25 år. Samtliga tendenser bekräftar äldre studier. En hög grad av stabilitet i fråga om tidningskonsumtion är det allmänna

intrycket av analysen.

En specialanalys ägnas veckodagsvariation. Med reservation för att det enbart handlar om en veckas tidningsläsning ger analysen underlag för spekulationer. Männens högre exponering på måndag och kvinnornas på torsdag ger anledning att fundera över hur olika innehållstyper kan påverka intresset att läsa morgontidningen - intresse för sporten respektive livsmedelsannonseringen kan sättas i samband med den höga exponeringen. Studier av olika åldersgrupper tyder samtidigt på att människors allmänna situation - särskilt tillgång till tid - spelar en ännu större roll för exponeringen.

Kvällspress och populärpress

Motsvarande analyser av läsning har även genomförts på kvällspress och populärpress. Exponeringen för kvällspress är större i de yngre än i de äldre åldersgrupperna. Populärpressen uppvisar i huvudsak det omvända mönstret.

Analyser av en genomsnittlig dag ger möjlighet till studier av den tid som ägnas särskilt populärpress. Denna ligger hos en stor majoritet på under 30 minuter. Variationen mellan olika veckodagar är begränsad. Detsamma gäller även andelen av allmänheten som exponerar sig för veckopress.

Också kvällspressläsningen varierar över veckan. De högsta exponeringstalen finns i veckoslutet. Detta är förväntat både med hänsyn till kvällstidningarnas upplagesiffror och bortfallet av en stor del av morgonpressen på söndagar.

Konsumtionen av radio och tv är den tidsmässigt mest omfattande. Under oktoberveckan 1979 lyssnade och tittade en majoritet knappt två timmar på respektive medium. På tv är det som väntat barn och pensionärer som visar det största tittarintresset. På ljudradio är det till huvuddelen en fråga om sekundärlyssnande.

Kompensation eller kumulativitet

Det allmänna intrycket av tidigare forskning har varit att det finns hög- och lågkonsumenter för massmedier. Är man

intresserad att ta del av ett medium är man som regel också intresserad av andra medier - åtminstone inom vissa ramar. Denna slutsats får enbart begränsat stöd i PUB:s Mediebarometer, där analysen gäller hur medier kombineras en och samma dag.

Datamaterialet tyder på att det kan finnas ett utbytesförhållande mellan exempelvis morgon- och kvällspress. Omkring hälften av dem som inte läst någon morgontidning har läst en kvällstidning. På vardagar t o m 65 procent. Det är en högre andel än bland dem som läst en morgontidning eller fler. Om det vid fortsatta analyser visar sig riktigt att kvällstidningsläsning kan kompensera eller substituera morgontidningsläsning skulle detta vara uttryck för en ny tendens inom tidningsvanorna.

Andra medier, bl a bokläsning, har ett kumulativt förhållande till morgonpress - ju mer man läser morgontidningar en viss dag ju mer läser man böcker. För radio och tv saknas uppgifter om kombinationer med dagspress.

Framtiden?

Rapporten avser primärt att vara ett underlag för diskussion kring tidningsläsningens karaktär, särskilt mot bakgrund av att en genomsnittlig dags mediekonsumtion studeras. Det finns därmed en rad uppslag till fortsatta analyser. De uppslag och hypoteser som förs fram i arbetsrapporten måste emellertid prövas på större undersökningsmaterial än vad som här varit möjligt.

I. INLEDNING

I.1 Att mäta massmediespridning

Inom masskommunikationsområdet har under 1960- och 1970-talen tillämpats en rad olika metoder för att uppskatta massmediernas spridning. Varje metod har som regel resulterat i någon magisk siffra - index, procenttal eller liknande. Olika mediegrupper har ofta arbetat fram sina egna spridningsmått.

Under slutet av 1970-talet har det framstått allt klarare att enstaka procenttal eller indexvärden inte ger hela eller ens den större delen av sanningen. För att få en rimlig bild av ett massmediums spridning är det snarast nödvändigt att pröva olika metoder. Tillsammans kan dessa ge en föreställning om mediets förmåga att penetrera sin publik.

Inom tidningssektorn har huvuddelen av studierna avsett regelbundenheten i människors mediekonsumtion. Det har gällt att få en bild av hur olika befolkningsgrupper brukar ta del av morgon- och kvällstidningar. Detta har skett genom att människor ombetts uppskatta hur ofta de läser enskilda tidningar. Resultatet av sådana studier har givit en allmän föreställning om den allmänna exponeringen för dagspress.

Ett annat angreppssätt är att studera dagspressens dagliga räckvidd. Med detta menas hur stor del av allmänheten som en genomsnittlig dag nås av en dagstidning. Den senare undersökningsmodellen har använts av Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning (PUB) i studierna av tv- och radiopubliken samt i vissa begränsade studier. Dessa studier ger snarast en uppfattning om ett mediums dagliga penetrationsförmåga.

Det bör omedelbart framhållas att det inte finns någon egentlig motsats mellan de två infallsvinklarna. Den första betonar snarast individen i förhållande till mediet medan den senare har sin tyngdpunkt i mediets förmåga att nå ut till individen ¹⁾. Inom Dagspressprojektet kommer både den allmänna exponeringen

och mediernas dagliga penetration att studeras parallellt. Det är tillsammans de bör kunna ge kunskap om enskilda massmediers ställning på marknaden.

I.2 Problemställning

När det gäller de studier som hittills genomförts inom dagspressområdet är exponeringsstudier de helt dominerande ²⁾. Människor har tillfrågats om hur ofta de tar del av enskilda tidningar och vad de läser i dem. Måtten på exponering har antingen uttryckts i s k räckviddstal som i Orvesto ³⁾ eller som procentandel läsare med olika regelbundenhet i sin konsumtion ⁴⁾.

Mot denna bakgrund har det bedömts intressant att få fram undersökningar av dagspressens penetration en genomsnittlig dag. Undersökningar från mitten av 1970-talet har visat att ca 95 procent av allmänheten läser en dagstidning regelbundet. Med regelbundet menas här att läsa samma tidning minst tre gånger per vecka. Ca 90 procent uppger sig läsa en morgontidning varje dag ⁵⁾. Orvesto redovisar ett räckviddstal på 91 procent för morgonpress. Talet har varit relativt stabilt under 1970-talet ⁶⁾.

Det finns samtidigt skäl att förmoda att mått baserade på människors uppskattning av regelbundenheten kan innebära en viss överskattning. Detta skulle främst gälla den dagliga konsumtionen. Rimligtvis kommer en viss andel av dagstidningsläsarna att dagligen "falla ifrån": de har av olika skäl inte haft möjligheter att läsa någon tidning. Studier från mitten av 1970-talet uppskattar det dagliga "bortfallet" till drygt tio procentenheter ⁷⁾. Den dagliga penetrationen skulle ligga på omkring 80 procent för morgontidningarna.

Mot denna bakgrund är det intressant att få fram uppgifter om dagstidningsläsningen en genomsnittlig dag. Problemet gäller hur stor andel av allmänheten som en genomsnittlig dag faktiskt tar del av dagstidningar. Till detta kommer en rad följdfrågor, bl a hur räckvidden ser ut i olika befolkningsgrupper, vilka variationer som finns mellan olika veckodagar och hur räckvidden förhåller sig samt hur lång tid man ägnar åt tidningen.

En andra problemställning gäller mediejämförelser. En svaghet i många tidigare studier har varit att de inte inkluderat ens de större medierna. Medan dagspressen arbetat med studier av regelbundenhet i läsning har radio- och tv-studier undersökt konsumtionen en genomsnittlig dag. Det är därför en intressant fråga hur olika mediers räckvidd ser ut en genomsnittlig dag - i vilken omfattning de ägnas tid, vilka grupper de når och hur de faktiskt kombineras. Inte minst den tredje delfrågan är viktig: i många tidigare studier har mediejämförelserna byggts på hur människor under en längre tidsperiod kombinerar olika medier. Vad som här är möjligt och belysa är hur medier kombineras en och samma dag. Mycket talar för att detta kan ge en helt ny belysning av "kumulativitet" respektive "utbytbarhet" mellan medier.

De två större frågor som här formulerats kommer att belysas på grundval av ett datamaterial från Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelning (PUB). Detta skall närmare presenteras i det följande.

I.3 Undersökningsmaterial

Undersökningsmaterialet är hämtat från PUB:s s k Mediebarometer. Underlaget för denna har varit frågor om gårdagen - både vilka medier de tillfrågade tagit del av och hur lång tid de ägnat åt dem. De medier som undersökts är

- o dagspress
- o kvällspress
- o veckopress och tidskrifter
- o grammofon
- o musikkassetter
- o tv
- o radio
- o böcker
- o videokassetter

En sammanställning av PUB:s grundmaterial finns bifogad som bilaga 1.

Undersökningen genomfördes i samband med PUB:s ordinarie publikmätningar i oktober 1979. Dessa bygger på ett riksomfattande, slumpmässigt urval av svars personer födda 1900-1970. Totalt

ingick 1.184 personer i urvalet. Svarsprocenten var 92,7, vilket måste bedömas som mycket tillfredsställande. Antalet intervjuade personer är 1.098. Intervjuerna genomfördes per telefon ⁸⁾. Totalt ingår en veckas material.

Dagspressprojektet har gått in som medintressent i PUB:s Mediebarometer. I praktiken har projektet gjort beställningar av specialarbetningar av materialet för att belysa de redovisade problemställningarna. Samtliga databearbetningar har genomförts av PUB.

I.4 Metodsynpunkter

PUB:s Mediebarometer är som namnet antyder tänkt att ange den allmänna konsumtionsnivån för svenska medier. Undersökningen är inte avsedd att bilda underlag för några mer omfattande analyser av mediekonsumtionens omfattning eller inriktning.

Mediebarometern genomfördes första gången hösten 1979. En vecka, då inget särskilt radio- eller tv-utbud - t ex omfattande sportsändningar - skulle förrycka konsumtionen, valdes för studien. Denna skulle belysa situationen hösten 1979. I praktiken blev det en oktobervecka. Under denna vecka utökades PUB:s normala publikundersökning med frågor om människors användning av andra medier. Enligt planerna skall undersökningen upprepas varje år vid ungefär samma tid. Mediebarometern kommer att få ett stort värde genom dessa årliga jämförelser - inte genom analysdjupet vid en enskild tidpunkt.

Mot denna bakgrund är det viktigt att betrakta föreliggande rapport som i första hand en explorativ studie. Med hänsyn till att studier av daglig penetration är ovanliga i fråga om dagspress har det varit av intresse att se vad resultaten kan innebära. Den redovisade typen av studie ger möjligheter att pröva olika uppslag och infallsvinklar på en typ av material som normalt inte tjänat som underlag vid tidningsstudier. Det har gällt att analysera materialet och göra jämförelser med tidigare studier för att få idéer till framtida undersökningar - och tolkningar av andra undersökningar ⁹⁾.

Särskilt vissa delar av analysen bygger på ett bräckligt underlag. Exempelvis gäller detta dagsvariationen över veckan. Materialet gäller enbart en vecka. Tillfälligheter kan slå kraftigt, bl a innehåll i enstaka kvälls- eller populärtidningar. Även studien av människors tidsanvändning har sådana svagheter.

Dessa metodologiska synpunkter skall markera en försiktighet i användning av delresultat. Det är som diskussionsunderlag rapporten i första hand skall tjäna. När det gäller giltigheten av enskilda slutsatser får denna prövas i fortsatta studier.

II MORGONPRESSENS SPRIDNING

Första steget i analysen av mediernas spridning en genomsnittlig dag avser dagspressen. Den huvudsakliga uppmärksamheten ägnas morgontidningarna. Kvällspressen kommer i avsnittets senare del att jämföras med morgontidningarna.

II.1 Den totala spridningen

Morgonpressens totala spridning i befolkningen har tidigare bedömts ligga över 90 procent. Denna siffra avser då andelen regelbundna läsare. I och med att en viss andel personer av olika skäl faller bort varje dag kan den dagliga räckvidden antas ligga omkring 80 procent av den vuxna befolkningen. Dessa siffror skulle gälla för situationen vid 1970-talets mitt ¹⁰⁾.

För att bedöma situationen oktober 1979 har tagits fram en grundtabell på spridningen av morgonpress. Denna ger uppgifter om morgontidningarnas spridning totalt samt i olika befolkningsgrupper (tabell 1).

Tabell 1 Morgonpressens spridning en genomsnittlig dag,
oktober 1979 (procent)

Konsumtion	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Medel	Hög
Läser	74	77	71	41	59	80	85	80	75	77	88
Läser ej	26	23	29	59	41	20	15	20	25	23	12
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	1086	541	545	112	172	353	293	156	550	265	155

Anm: i utbildningskategorin ingår ej gruppen 9-14 år. Detta gäller samtliga tabeller av denna typ.

Det totala räckviddstal som kan utläsas ur tabell 1 är 74 procent. Siffran innebär att 3 av 4 svenskar en genomsnittlig dag läser en morgontidning. Siffran kan förefalla låg - bl a mot bakgrund av det tidigare antagandet om en räckvidd på ca 80 procent. Räckviddstalen är emellertid inte jämförbara. Två modifieringar måste göras:

- för det första avsåg det första talet den vuxna befolkningen, i praktiken personer mellan 15 och 65 år
- för det andra måste hänsyn tas till det faktum att de flesta morgontidningar inte utkommer varje dag utan mellan tre och sex gånger per vecka

När det gäller den första modifieringen framgår redan av tabell 1 att räckviddstalen dras ner av den yngsta åldersgruppen. Bland ungdom under 15 år hade mindre än hälften läst gårdagens morgontidning. Det finns en klar tendens att andelen läsare stiger med ökande ålder upp till pensionsåldern. Bland pensionärerna finns en antydning till minskning av den dagliga tidningskonsumtionen.

Ett försök att beräkna ett räckviddstal bland personer över 14 år visar att morgontidningarnas räckvidd ligger på ca 80 procent, en räckvidd som i det närmaste svarar mot vad som vi-

sats i tidigare studier. Å andra sidan inkluderar detta procenttal den äldsta åldersgruppen, som drar upp siffran något. I fortsättningen kommer de flesta specialanalyser att genomföras inom åldersintervallet 15-70 år, vilket varit det vanligaste vid tidigare studier. Inom detta intervall är morgontidningarnas räckvidd en genomsnittlig dag 78 procent. I jämförelse med äldre studier tyder denna spridning på en kraftig stabilitet i morgonpressens spridning under 1970-talet ¹¹⁾.

II.2 Veckodagsvariation

Det andra problemet i beräkningen av dagspressens räckvidd är att de flesta dagstidningar inte utkommer dagligen. Av det totala antalet tidningar i Sverige är det enbart 13 som kommer ut sju dagar per vecka; 63 kommer ut vardagar. Övriga tidningar som utkommer med minst två nummer per vecka är 40.

För att få grepp om veckodagsvariationen är det rimligt att utgå från räckvidden enskilda dagar och ställa den mot upplagan under samma tid - 1979. Detta görs i tabell 2, där exponeringen per veckodag finns redovisad. Tabellen bygger på en veckas mätningar, vilket måste leda till försiktighet i tolkningen.

Tabell 2 Morgontidningarnas räckvidd (procent) och totalupplaga (antal 1000 ex) per veckodag

	Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lördag	Söndag
Läser	79	82	86	82	77	81	60
Läser ej	21	18	14	18	23	19	40
Totalt	100	100	100	100	100	100	100
N	125	125	124	124	126	135	131
Upplaga i 1000 ex	3174,6	3158,2	3127,9	3156,7	3141,0	3074,1	1395,2

Morgontidningarnas totala räckvidd per dag framgår av procent-talen. Variationen är begränsad under veckans dagar. Den högsta andelen läsare kan noteras för onsdagen. Måndag, tisdag, torsdag och fredag ligger samtliga kring 80 procent läsning. Enda egentliga avvikelserna är söndagen med enbart 60-procentig räckvidd för pressen.

Söndagens avvikelse från övriga tal är väntad med hänsyn till upplageraden. Söndagsupplagan ligger betydligt under upplagan för övriga dagar. Räckviddsskillnaderna övriga dagar tycks dock knappast ligga i linje med upplageskillnader. Tvärtom kan iakttas en svag nedgång i upplaga under de första tre dagarna i veckan medan andelen läsare går långsamt uppåt. Vidare har lördag högre räckvidd men lägre upplaga än fredag ¹²⁾.

Resultatet visar således att dagspressens upplaga inte helt sammanfaller med människors användning av dagspressen en enskild dag. Egenskaper hos mediet eller i människors livssituation gör tidningen mer eller mindre attraktiv enskilda dagar. I praktiken torde det handla om hur många människor som läser de enskilda tidningsexemplaren. Att det finns skillnader i antalet läsare per exemplar kan indirekt utläsas ur tabell 2. Exempelvis framgår att söndagsupplagan är mindre än hälften av den genomsnittliga vardagsupplagan. Samtidigt är räckviddsprocenten på söndag inte hälften av vardagarnas. Detta ger anledning att anta att de enskilda söndagsexemplaren har en relativt starkare penetration i befolkningen än vardagsexemplaren. Penetrationen kan beräknas genom att antalet läsare varje dag relateras till antalet spridda exemplar. Antalet läsare kan beräknas på grundval av befolkningsstatistiken ¹³⁾. Detta görs genom att procenttalet sätts i relation till antalet individer i den aktuella åldersgruppen. Resultatet av denna sammanställning finns i tabell 3.

Tabell 3 Morgontidningarnas upplagor i förhållande till antalet läsare. Per veckodag

	Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lördag	Söndag
Antal individer 15-70 år (1978-12-31)	----- 5.823.161 -----						
Procent läsare	79	82	86	82	77	81	60
Antal läsare	4600,3	4775,0	5007,9	4775,0	4483,8	4716,8	3493,9
Upplaga i 1000 exemplar	3174,6	3158,2	3127,9	3156,7	3141,0	3074,1	1395,2
P-index	1,44	1,51	1,60	1,51	1,42	1,53	2,50

Anm: TS-upplaga första halvåret 1979.

Den intressanta raden i tabell 3 är den nedersta. Den har benämnts P-index - penetrationsindex - och kan uttryckas som det genomsnittliga antalet läsare per exemplar. Indexkonstruktionen vilar på två förutsättningar. För det första att människor verkligen läser sin lokala morgontidning samma dag den kommer ut. Detta förefaller vara ett rimligt antagande. Möjligen kan det finnas förskjutningar för tre- och fyradagars-tidningar men dessa är troligen slumpmässigt fördelade under veckan.

Det andra antagandet är att antalet exemplar som sprids utanför undersökningens åldersintervall är ungefär lika stora för varje veckodag. Senare analyser kommer att visa att det finns skäl för ett sådant antagande. Genom att inte alla åldersintervall finns med i tabellen är P-index inte identiskt med det faktiska antalet läsare per exemplar utan indexet ger något högre värden. Hur detta slår kan illustreras genom en jämförelse mellan åldersintervallen för det totala materialet. P-index är genomsnittligt för veckan 2,02 inom åldersintervallet 15-70 år och 1,81 för intervallet 9-79 år. Den senare siffran kan direkt tolkas som antalet läsare per exemplar i genomsnitt.

Med reservation för de angivna två förutsättningarna förefaller det rimligt att göra relativa jämförelser av penetration per veckodag. Det visar sig i tabell 3 att det finns små skillnader mellan vardagarna - enda avvikelser svarar onsdagen för, särskilt i jämförelse med måndag och fredag. Söndagen är den dag då P-index ligger högst. Detta innebär att söndagstidningarna finner fler läsare per exemplar.

En ytterligare fråga som inte kan belysas på det redovisade underlaget är skillnaden mellan storstads- och landsortspress. Det är uppenbart att spridningsmönstret och penetrationen varierar betydligt mellan dessa två pressgrupper. Genom PUB:s Mediebarometer kan dock inga egentliga tidningsskillnader göras - i fortsatta analyser bör det emellertid vara möjligt att jämföra penetrationen i storstadsområdena med den i landsorten.

II.3 Bakgrundsegenskaper

För att få fram tänkbara förklaringar till varför morgonpressens spridning ser ut som den gör finns skäl att studera hur läsare med olika bakgrund tar del av tidningarna. Detta kan dels göras totalt, dels per veckodag. I tabell 1 redovisades den totala spridningen bland människor med olika bakgrund. Det har redan konstaterats att spridningen är lägst bland de yngsta. Den ökar successivt upp till den medelålders gruppen för att sedan ligga kring 80 procent.

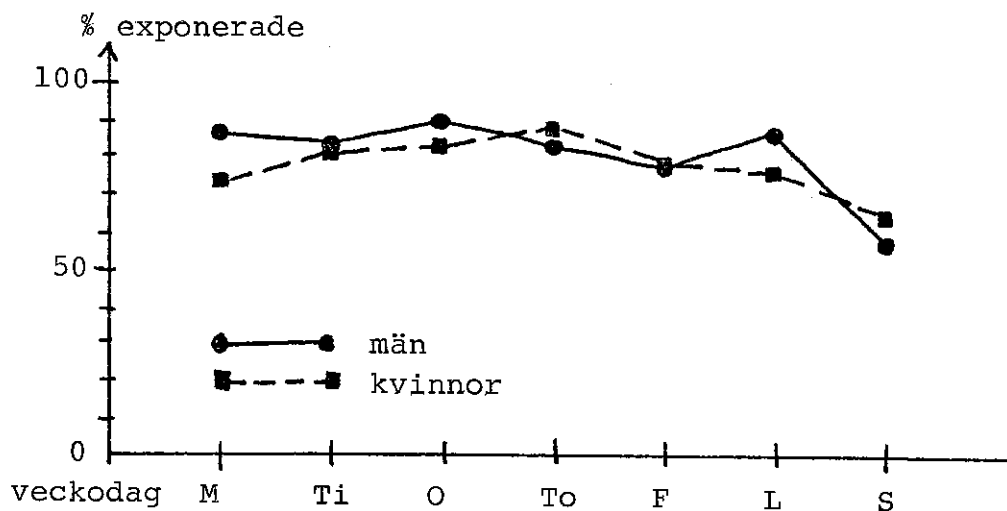
Åldersskillnaderna kan tolkas på två sätt. De kan antingen vara ett uttryck för att människor med stigande ålder successivt ändrar sin tidningsläsning. Detta skulle kunna kallas för en åldersskillnad. Den andra möjligheten är att åldersskillnaderna står för en generationsskillnad. Människor som växt upp vid en viss tid har vissa gemensamma läsmönster. Ibland beskrivs detta som "ålderskohorter". Det går inte utan vidare att säga att den ena eller den andra tolkningen är den enda riktiga. Jämförelser med äldre studier tyder dock snarast på att det rör sig om en utvecklingsprocess, åtminstone till övervägande del. De yngre socialiseras in i de vuxnas livsmönster och i detta ingår tidningsläsning som en fast vana ¹⁴⁾.

En annan bakgrundsfaktor som uppvisar skillnader - om än inte i samma utsträckning som ålder - är utbildning. Andelen läsare bland de högutbildade är en genomsnittlig dag närmare 90 procent eller mer än tio procentenheter högre än bland dem med lägre utbildning. Skillnaden är inte oväntad - snarare kan det vara rimligt att framhålla den förhållandevis stora likheten mellan de två utbildningsgrupperna.

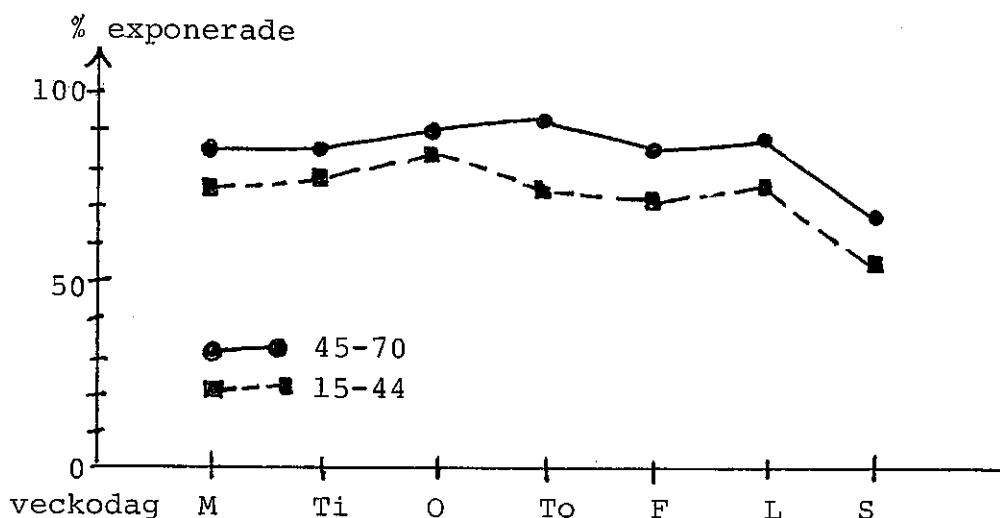
Bakgrundsegenskaperna kan analyseras även med hänsyn till veckodag, eftersom de kan tänkas belysa skillnader mellan enskilda veckodagar. Könns- och åldersskillnader mellan veckodagar redovisas i figur 1. Slutsatserna av dessa diagram måste göras med försiktighet eftersom antalet personer inom varje grupp är förhållandevis litet. Snarast skall resultatet uppfattas som ett underlag för diskussion.

Figur 1 Veckodagsvariation i dagstidningsläsning bland män och kvinnor och bland yngre och äldre (procent)

A: Män och kvinnor



B: Yngre och äldre



Mäns och kvinnors dagstidningskonsumtion visar sig ha mycket små skillnader i veckorytmen. De tre första dagarna i veckan är dock andelen läsare något högre bland männen. Torsdag och söndag är kvinnorna de som exponerar sig något mer för morgontidningen. På fredag är andelen exakt lika.

Aldersskillnaderna är mer entydiga. Den äldre åldersgruppen har genomgående en högre andel exponerade personer än den yngre. Detta gäller samtliga dagar. Skillnaden mellan grupperna är minst i början av veckan och ökar sedan för att på lördag och söndag ligga ungefär på genomsnittet.

Det är givetvis vanskligt att dra några vidlyftiga slutsatser av de redovisade skillnaderna. Antalet intervjupersoner per veckodag och grupp är begränsat och skillnaderna kan vara enbart slumpmässiga avvikelser från genomsnittet. Trots detta bör materialet dock kunna tjäna som ett diskussionsunderlag, bl a för att belysa några hypoteser om vad som förklarar mediekonsumtion. Den första går ut på att det är mediernas utbud som påverkar konsumtionen, den andra att det är publikens livssituation som avgör konsumtionen. Vidare finns olika tänkbara kombinationer av de två hypoteserna.

Om dessa två hypoteser överförs till den aktuella undersök-

ningen innebär den första att tidningarnas utbud olika dagar påverkar läsningen. Den andra hävdar att skillnader i mäns och kvinnors livssituation avgör exponeringen. De två hypoteserna kan synas oförenliga. Det skall dock visas att de mycket väl kan gälla samtidigt.

Utbudets betydelse tycks kunna beläggas särskilt genom en jämförelse mellan måndag och torsdag. Tidigare studier har visat att sportmaterial främst attraherar män och annonser i första hand kvinnor ¹⁵⁾. Det förefaller då vara ett rimligt antagande att måndagens rapportering av söndagens sport och torsdagarnas livsmedelsannonser har betydelse för exponeringen. Likheten på fredagar kan tolkas på samma sätt - fredags-tidningen innehåller både mycket sport och mycket annonser.

Hypotesen om skillnader i social situation som utslagsgivande faktor är svårare att belägga. Att män överlag exponerar sig mer kan möjligen ses som ett uttryck för att männen har ett större intresse att orientera sig via tidningsläsning. Detta torde i sin tur kunna föras tillbaka till den större andelen förvärvsarbetande bland män. Detta stöder tidigare antaganden om könsskillnader i morgontidningsläsning ¹⁶⁾. Samtidigt ger detta knappast någon närliggande förklaring till de markerade könsskillnaderna vid veckoslutet.

Livssituationens betydelse tycks vara lättare att spekulera kring på grundval av åldersskillnaderna över veckan. Det förefaller inte orimligt att se dessa som ett uttryck för skillnader i de medelålders och yngres aktivitet. De yngre har något mindre tid för tidningen än de äldre. I slutet av veckan kan det gälla att göra större veckoinköp eller uträtta andra ärenden eller att umgås med vänner. Bland personer i övre medelåldern och bland pensionärer är veckorytmen inte lika markerad. Man har därmed mer tid till förfogande en genomsnittlig dag, varför tidningsläsningen bör skilja sig föga mellan enskilda veckodagar. Detta är också det resultat som kan utläsas av figur 1:B.

Analysen av utbildningsbakgrund visar på mindre variationer mellan enskilda veckodagar. Hög- och mellanutbildade är mer

exponerade för dagspress alla dagar utom torsdag. Det har tidigare konstaterats att det är samma dag som andelen kvinnliga läsare är högst. Mycket talar för att utbildningseffekten snarast sammanhänger med detta, eftersom kvinnor genomsnittligt har lägre utbildning än män.

Det är självklart att dessa resultat måste betraktas både som oprecisa och ytterst preliminära. Det helhetsintryck som ges av figur 1 är snarast att det finns en anmärkningsvärt stor likhet mellan könens och åldersgruppernas exponering. Prövningen av hypoteserna bör dock kunna ge uppslag för fortsatta analyser där analysunderlaget är tillräckligt stort för att möjliggöra säkerställda slutsatser.

III KONSUMTIONENS OMFATTNING

I PUB:s Mediebarometer fanns förutom den renodlade exponeringsfrågan också följdfrågor om hur många tidningar som lästs och hur lång tid som ägnats åt tidningsläsning. Dessa två konsumtionsmått skall här studeras mer ingående.

III.1 Antal morgontidningar

Det totala antalet tidningar som läses en genomsnittlig dag framgår av tabell 4. Denna har samma uppbyggnad som den inledande tabellen och innehåller således uppgifter om hela åldersintervallet 9 - 79 år.

Tabell 4 Antalet lästa morgontidningar en genomsnittlig dag, oktober 1979 (procent)

Antal lästa tidningar	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Medel	Hög
Ingen	26	23	29	59	41	20	15	20	25	23	12
En	63	62	65	38	52	66	72	72	68	63	64
Två	9	12	6	4	7	11	11	6	5	12	21
Tre eller fler	1	3	0	0	0	3	1	2	1	2	3
Totalt	99	100	100	101	100	100	99	100	99	100	100
N	1086	541	545	112	172	353	293	156	550	265	155

Anm: Åldersgruppen 9-14 år ingår ej i utbildningsvariabeln.

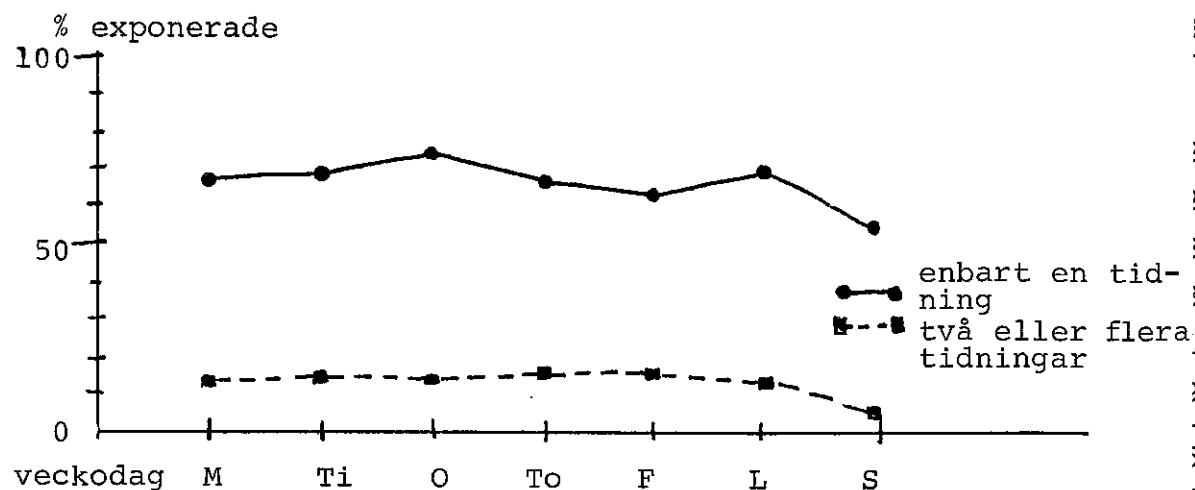
Av samtliga läser 63 procent en morgontidning, 9 procent två tidningar och 1 procent tre eller flera tidningar en genomsnittlig dag. Dubbelläsarna är flest bland de högutbildade, bland män och bland medelålders personer. Det allmänna mönstret bekräftar i huvudsak tidigare undersökningar ¹⁶⁾. Det är enbart ett fåtal som läser fler än två morgontidningar och dessa finns inom i stort sett samma grupper som "dubbelläsarna". Mest framträdande är de högutbildades dubbelläsning: var fjärde i denna grupp läser två eller flera morgontidningar en genomsnittlig dag.

Jämförelser med tidigare undersökningar är komplicerade, eftersom dessa som regel studerat regelbundenheten i människors tidningsval ¹⁷⁾. Andelen människor som dagligen läser två tidningar eller fler ligger i tidigare studier på ca 15 procent i åldersintervallet 15-65 år. Motsvarande siffra för en genomsnittlig dag 1979 är något lägre eller omkring 12 procent.

Antalet lästa morgontidningar per veckodag kan belysas genom figur 2. Av den framgår att andelen som en genomsnittlig dag tar del av två eller fler morgontidningar är i huvudsak konstant över veckan på mellan 12 och 15 procent. Enda undantaget är söndagar då andelen flertidningsläsare faller till fem procent.

I jämförelse med tidigare analys av dagspressens dagliga räckvidd visar resultaten att det tycks finnas en relativt stabil grupp flertidningsläsare. Den dagliga variationen i exponering har inget att göra med antalet lästa tidningar. Tidigare studier tyder på att dubbelläsning i första hand är en kombination mellan den lokala morgontidningen och en av Stockholms morgontidningar - Dagens Nyheter eller Svenska Dagbladet - eller i västra och södra Sverige i någon mån Göteborgs-Posten och Sydsvenska Dagbladet ¹⁸⁾.

Figur 2 En- och flertidningsläsare på olika veckodagar, oktober 1979 (procent)



Det framförda antagandet om vilka tidningar som faktiskt är de som förekommer bland flertidningsläsarna kan inte prövas inom ramen för den aktuella undersökningen. Denna har enbart avsett frågor om morgontidningar i allmänhet och inte studerat enskilda tidningar.

III.2 Tid för läsning

Inom Mediebarometern har människors totala lästid beräknats. Denna innefattar således samtliga uppgivna tidningar. Tiden har klassats i fyra grupper - under en halvtimme, en halvtimme till en timme, en till två timmar och över två timmar. En sammanställning av lästidens fördelning för det totala materialet finns i tabell 5. I denna har angivits fördelningen både inom totalurvalet och bland dem som faktiskt tagit del av tidningar en genomsnittlig dag.

Man kan diskutera vilket mått som är rimligast - att studera läsningen bland allmänheten eller bland dem som faktiskt läser minst en morgontidning. Med hänsyn till att den tidigare diskussionen till stor del handlat om läsare och icke-läsare förefaller det rimligt att här utgå från läsarna, alltså den nedre delen av tabell 5.

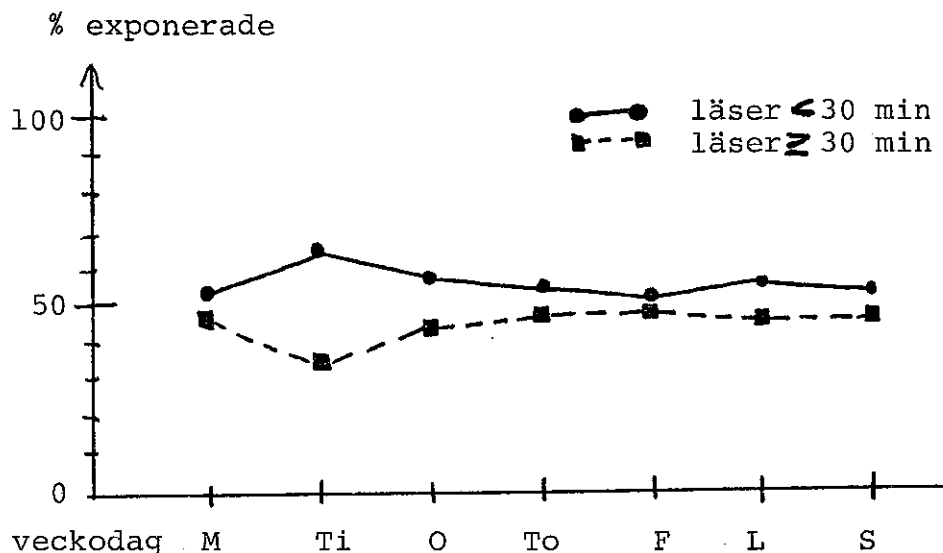
Lästiden varierar mellan olika bakgrundsgrupper. Mest tydligt i tabell 5 är att lästiden ökar med stigande ålder. I den yngsta åldersgruppen läser 90 procent tidningen mindre än 30 minuter - för varje åldersgrupp minskar sedan andelen korttidsläsare och bland pensionärerna är de enbart ca 35 procent. Samtidigt visar tabellen att andelen långtidsläsare - med över 1 timmas lästid - är få i samtliga grupper: den största andelen - knappt 10 procent - finns i de två äldsta åldersgrupperna.

Tidigare studier har visat att den mer omfattande lästiden bland äldre människor är en följd av att man läser långsammare - men också att man har mer tid till förfogande. Det behöver däremot inte betyda att man faktiskt läser fler artiklar i tidningen ¹⁹⁾.

Tidigare belystes exponeringen för olika veckodagar. Detsamma kan göras beträffande tidsanvändningen och redovisas i figur 3. Av översikten framgår att veckodagsvariationerna är mycket små. Varje dag är läsarna i stort jämnt fördelade mellan dem som läser mindre och dem som läser mer än 30 minuter. Enbart på tisdag finns några iakttagbara skillnader - då är lägre andelen som läser 30 minuter eller mer endast ca 35 procent.

Utan kunskap om de tillfrågades övriga aktiviteter under den undersökta veckan är det omöjligt att ange några tänkbara förklaringar till skillnader i lästid mellan olika veckodagar. En möjlighet är emellertid att åtminstone jämföra tidsanvändningen för olika medier samma dag. Detta diskuteras i ett senare avsnitt.

Figur 3 Lästid för enskilda veckodagar
 Andel av läsarna som läser dagstidningar
 mer än 30 min respektive lika med eller
 mindre än 30 min, oktober 1979 (procent)



Ett sätt att ytterligare studera tidsvariationerna mellan veckodagar är att studera hur olika bakgrundsgrupper fördelar sin lästid, exempelvis mäns och kvinnors läsning på olika dagar. Sådana analyser visar bl a att den korta lästiden på tisdag till stor del hänger samman med att männen läser dagstidningen relativt kort tid denna dag. Bland kvinnorna är det obetydliga skillnader i lästid mellan de tre första dagarna i veckan. Beträffande åldersgrupperna kan iakttas att skillnaden mellan yngres och äldres lästid är störst i mitten och slutet av veckan. Detta sammanhänger i första hand med att andelen "långtidsläsare" då är större bland de äldre - medan veckodagsvariationen bland de yngre och medelålders är ganska begränsad.

Det skall samtidigt framhållas att tidsskillnaderna mellan enskilda veckodagar måste tolkas med stor försiktighet. Bas-talen är genomgående små. Slumpmässighet kan spela en inte obetydlig roll. Det är därför viktigt att pröva detta mer ingående i den andra mätningen - oktober 1980 - för att få en uppfattning om i vilken utsträckning det kan vara frågan om

tillfälligheter. För detta fordras då ett så stort urval att större säkerhet i mätningen kunde erhållas.

IV ANDRA MEDIER

PUB:s Mediebarometer har för samma tidsperiod mätningar för olika medier. De som ingått i mätningen och som bedömts mest intressanta att studera är kvällspress, vecko- och tidskriftspress samt radio och tv. I det följande kommer att återges exponerings- och tidsvärden för dessa medier på samma sätt som hittills visats för dagspress.

IV.1 Kvällspress

Exponering: Kvällspressens spridning framgår av tabell 6. Den ger samma helhetsbild - inom åldersintervallet 9-79 år - som tidigare tabell 1 givit för morgonpressen.

Tabell 6 Kvällstidningsläsning. Andel som läser någon av de fyra kvällstidningarna, oktober 1979 (procent)

	Totalt		Kön					Ålder					Utbildning		
	M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Medel	Hög					
Läser	39	44	35	28	47	45	40	25	39	44	40				
Läser ej	61	56	65	72	53	55	60	75	61	56	60				
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100				
N	1086	541	545	112	172	353	293	156	550	265	155				

Som väntat är den totala exponeringen för kvällspress betydligt lägre än för morgonpress. Även om de enskilda tidningarna är stora är deras totalupplaga sådan att siffrorna är i stort förväntade. Ca 40 procent läser en genomsnittlig dag en kvällstidning.

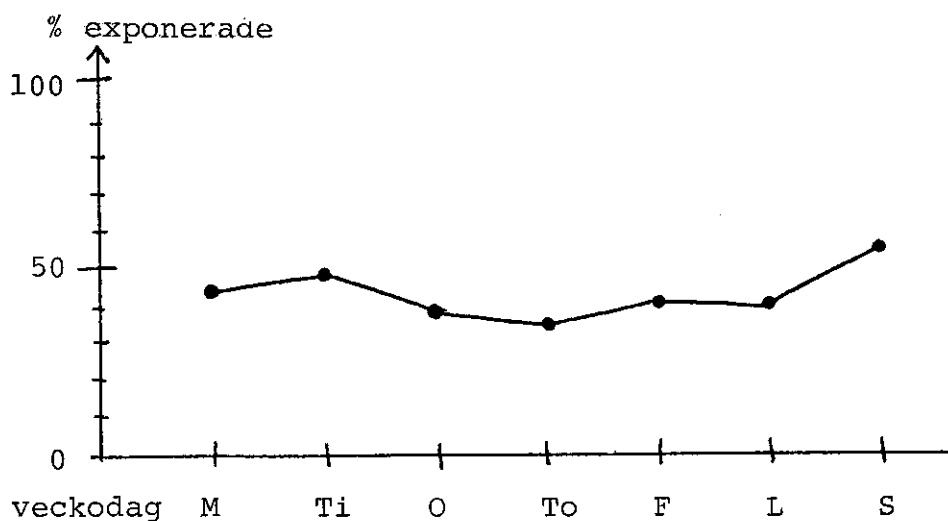
Skillnaderna mellan bakgrundsgrupperna är inte obetydliga. Män läser i något större utsträckning än kvinnor. Människor i yngre medelåldern mer än både yngre och äldre. Personer med mel-

lannivå på utbildning något mer än låg- och högutbildade. Dessa mönster liknar enbart till en mindre del morgonpressen - mäns högre och de yngstas och lågutbildades något lägre konsumtion. Framför allt ålders- och utbildningsskillnader har en helt annan karaktär än för morgonpress. Resultatet bekräftar tidigare kvällspressundersökningar. Kvällstidningarna är de yngres tidningar. De attraherar färre äldre och högutbildade personer ²⁰⁾.

Åldersskillnaderna i kvällspressexponeringen har ofta tolkats som generationsskillnader. De som växt upp med kvällspress kommer att fortsätta med den även då de blir äldre. Det finns vissa belägg för en sådan syn i tabell 6 i jämförelse med tidigare studier. Kvällspressläsningen i åldersgruppen mellan 45 och 64 år är förhållandevis hög. Det kan hänga samman med att detta är en produkt av kvällspressens stora expansionsperiod under slutet av 1960-talet. Till vidare får detta dock betraktas enbart som en hypotes, vilken kan prövas först i fortsatta mätningar.

Veckodagsvariation: Exponeringen för kvällspress varierar mellan enskilda veckodagar (figur 4). Högsta värdena ligger på söndagar, då andelen läsare är över 50 procent av allmänheten. Även på måndag och tisdag är andelen läsare förhållandevis hög - eller omkring 45 procent av allmänheten. Den större andelen läsare som kan iakttas för söndagar är förväntad med hänsyn till kunskaper om upplagevariationen under veckan. Även de andra siffrorna stämmer väl med interna upplageuppgifter från kvällstidningsföretagen. Måndag och tisdag är bra dagar, onsdag och torsdag upplagemässigt sämst. Fredag och lördag markerar en upplagemässig uppgång och söndag den verkliga toppen.

Man kan uppfatta de interna upplageuppgifterna som en viss validitetstest på Barometer-studien. Genom att kvällspressen är lösnummërförsäld bör köp kunna tolkas som läsning på ett annat sätt än vad fallet är för morgontidningarna. Om detta antagande stämmer visar sig att antalet läsare per exemplar ligger i stort sett konstant varje dag på ca två personer. Siffran är således i stort sett densamma som för morgontidningarna.

Figur 4 Kvällspressexponering per veckodag (procent)

Veckodagsvariationens orsaker är svårbedömda. Analyser på grundval hur män och kvinnor respektive olika åldersgrupper exponerar sig från dag till dag ger föga grund för hypoteser. Män läser mera kvällspress alla dagar utom fredag då det inte kan iaktas någon könsskillnad. Störst är avvikelsen mellan män och kvinnor på torsdag och lördag. De yngre läser relativt sett mest på lördag och söndag - då är andelen läsare inom gruppen 15-44 år 52 procent och inom 45-70 år 35 procent. För övriga dagar är relationen 42 procent - 39 procent.

Köns- och åldersskillnaderna kan vara ett uttryck antingen för den sociala situationen inom respektive grupp - exempelvis tillgång till tid - eller vara beroende av intresse för olika typer av innehåll. På nuvarande underlag kan detta dock inte prövas.

Tid. Tidigare studier har visat att lästiden per kvällstidningsexemplar är ca hälften av den för en morgontidning ²¹⁾. Andelen "korttidsläsare" - under 30 minuter per dag - är totalt ca 55 procent av läsarna och utgör en majoritet bland alla utom de två äldsta åldersgrupperna - de från 45 år och uppåt.

Tabell 7 Lästid för kvällspress, oktober 1979
(procent)

Tid	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än 30 min	56	50	66	82	70	60	44	32	51	58	58
30 - 60 min	38	43	31	18	28	36	49	56	44	36	38
61 min -	5	7	3	0	2	4	7	12	5	7	5
Totalt	99	100	100	100	100	100	100	100	100	101	101
N	424	238	191	31	81	159	117	39	215	117	62

Med hänsyn till att tidsindelningen är alltför grov kan några meningsfulla tidsjämförelser inte göras mellan morgon- och kvällspressens lästid. På grundval av tabell 7 kan emellertid några intressanta iakttagelser göras. En sådan gäller utbildningsgrupperna. Det framgår - i jämförelse med tabell 5 - att lågutbildade kvällstidningsläsare ägnar mer tid åt sin tidning - 49 procent läser mer än 30 minuter - än lågutbildade morgontidningsläsare - 45 procent läser mer än 30 minuter. Detsamma gäller de yngsta åldersgrupperna.

Det är vanskligt att värdera resultaten. Klart är emellertid att vissa grupper ägnar kvällspressen något längre tid än vad man ger morgonpressen. Jämförelsen är dock inte helt rättvisande. Det ligger i sakens natur att lösnummerköpet gör att den daglige läsaren av en kvällstidning i och med att han eller hon skaffar tidningen troligen har tid. Morgontidningen kommer däremot till de flesta vare sig man har tid eller inte den aktuella dagen.

När det gäller olika gruppers kvällstidningsläsning är det allmänna mönstret att denna är mer omfattande bland män och att den stiger med ålder. Vidare får kvällstidningar mer tid bland lågutbildade än bland högutbildade läsare. Mönster för kvällspressläsningen är i stort desamma som för morgontidningarna, särskilt gäller detta åldersfaktorn. Med hänsyn till

att exponeringen för morgon- och kvällspress skiljer sig kraftigt åt samtidigt som lästidsmönstret är detsamma finns det mycket som talar för att ålders- och könsfaktorer står för någon typ av allmänna egenskaper som styr lästiden. En tänkbar hypotes är att dessa egenskaper är en kombination av intresse och tillgång på disponibel tid. Inte minst tidsfaktorn torde vara av intresse att belysa mer ingående ²²⁾.

IV.2 Populär- och tidskriftspress

I PUB:s Mediebarometer har populär- och tidskriftspress behandlats som en och samma grupp tidningar. De två typerna av tidningar kan inte skiljas ut. Med hänsyn till att de två tidningstyperna troligen läses på ganska olika sätt blir detaljanalyser av läsbeteende mindre intressanta.

Tidigare studier av veckopress tyder på att yngre personer och kvinnor läser fler populärtidningar. Organisationstidskrifter har som regel en manligt dominerad publik. Det senare gäller även fack- och kulturtidskrifter. De resultat som finns i tabell 8 kan antas dominerade av populärpress, som upplagemässigt svarar för huvuddelen av denna marknad och som troligen är det som svarspersonerna närmast kommit att tänka på då de fått frågan om "veckotidningar och tidskrifter" ²⁴⁾. De resultat som framträder i tabellen tycks även bestyrka detta antagande.

Tabell 8 innehåller uppgifter om antal lästa "veckotidningar och tidskrifter". Ca 35 procent av allmänheten har en genomsnittlig dag läst minst en veckotidning eller tidskrift, ca 10 procent har läst två eller fler. Siffrorna är svåra att jämföra med de tidigare studierna. Kvinnorna, de yngsta, de äldre och de högutbildade är något mera exponerade än genomsnittet. Tidigare studier pekar på att de yngstas och kvinnornas högre konsumtion i första hand avser de egentliga populärtidningarna. Detsamma kan gälla personer i övre medelåldern. Samma studier tyder på att det bland de högutbildade ofta handlar om andra typer av tidskrifter ^{24 B)}.

Personer som är mer exponerade för vecko- och tidskriftspress tycks vanligen läsa mer än en tidning. I de grupper som har största andelen exponerade finns även de högsta andelarna flertidningsläsare. Undantaget är dock kvinnor. Kvinnorna är mer exponerade för veckotidningar/tidskrifter men bland männen är andelen flertidningsläsare större. Troligen är det dock frågan om olika typer av tidskrifter i de två grupperna. Detta kan dock inte utläsas av materialet. Med hänsyn till denna osäkerhet i tolkningen torde det vara önskvärt att i framtiden få frågor som gör det möjligt att skilja ut de olika typerna av tidningar. Enbart då blir det möjligt att på ett meningsfullt sätt uttala sig om tendenser i exponeringen.

Tabell 8

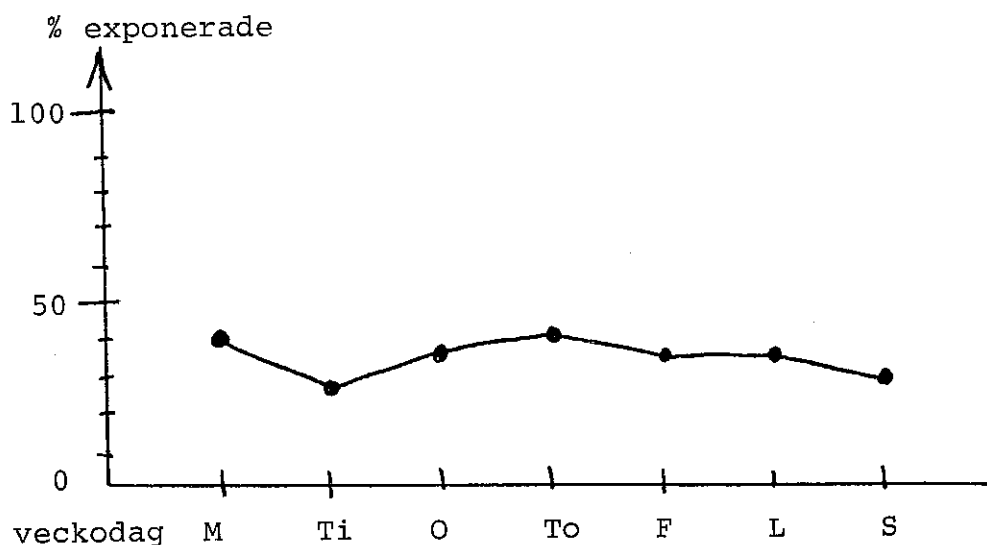
Exponering för veckotidningar och tidskrifter, oktober 1979
(procent)

Antal lästa tidningar	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
0	66	71	61	61	69	71	61	74	68	65	61
1	27	21	33	27	26	23	30	31	27	27	26
2	6	6	5	10	3	4	8	5	4	5	9
3-	2	3	1	3	2	3	1	1	1	3	4
Totalt	101	101	100	101	100	101	100	101	100	100	100
N	1086	541	545	112	172	353	293	156	550	265	155

Veckodagsvariation. Veckotidningar och tidskrifter har olika utgivningsdagar. Varje vardag utom lördag utkommer åtminstone någon traditionell populärtidning. Några av marknadens största tidningar - Året Runt, Allers, Hemmets Veckotidning, Fib-Aktuellt och Lektyr - med en sammanlagd upplaga på närmare 1,5 miljoner finns tillgängliga på måndagar. Två andra stora tidningar - Vi och ICA-Kuriren - utges torsdagar²⁴⁾.

Trots skillnaden i utgivningsdagar är det svårt att finna något klart mönster i dag-för-dag-exponeringen. Som framgår av figur 5 är i och för sig just måndagar och torsdagar de med den högsta andelen exponerade - 40 procent. Det borde dock förväntas en relativt hög exponering även på tisdagen - dagen efter den stora utgivningsdagen. Denna dag har dock - precis som beträffande morgontidningar - ett relativt lågt exponeringstal. Även om det måste göras reservationer för säkerheten i analysen av veckodagsvariation tycks den dock ge vissa nya infallsvinklar. Exempelvis ger studiet av en genomsnittlig dags konsumtion vissa möjligheter att göra antaganden om populärpressens livslängd. På nuvarande underlag är det mycket svårt att avgöra i vilken utsträckning en enskild populärtidning läses mer än en gång. I och med att gruppen även innehåller andra tidskrifter blir procenttalen svårtolkade.

Figur 5 Veckotidnings- och tidskriftsläsning per veckodag, oktober 1979 (procent)



Det finns möjligheter att även för vecko- och tidskriftspress studera exponeringen per veckodag i olika bakgrundsgrupper. Beträffande könsskillnader är andelen exponerade högre bland kvinnor än män alla dagar utom lördag. De i övre medelåldern och äldre är alla dagar utom onsdag mer exponerade än de yngre. Dagsvariationen ger inte underlag för några hypoteser. Möjligen kan framhållas att könsskillnaderna är minst i veckoslutet: andelen som tittat i minst en veckotid-

ning är lördag-söndag bland män 30 och bland kvinnor 33 procent. Under övriga veckodagar är genomsnittet 28 respektive 42 procent. Några motsvarande tendenser kan inte urskiljas för åldersgrupperna.

Tid. Normalt anses det mycket osäkert att beräkna tidsåtgång för veckotidnings- och tidskriftsläsning ²⁶⁾. Då man frågar om gårdagens konsumtion bör detta emellertid vara mindre komplicerat. I tabell 9 finns en sammanställning av lästidens fördelning totalt och för olika undergrupper.

Tabell 9 Tid för veckotidnings- och tidskriftsläsning, oktober 1979 (procent)

Tid	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än 30 min	62	59	64	59	56	76	56	47	58	66	70
30 -60 min	32	31	31	36	41	14	36	39	39	29	18
61 min -	6	10	5	5	3	10	8	14	3	6	13
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	101	101
N	369	157	213	44	53	102	114	41	176	93	60

Majoriteten av veckotidnings- och tidskriftsläsarna har en genomsnittlig dag ägnat mindre än 30 minuter åt läsning. Drygt 60 procent av läsarna har läst veckotidningar mindre än 30 minuter, drygt 30 procent har läst mellan en halv och en timme och ca 5 procent har läst mer än en timme. Enda större avvikelser finns i den äldsta åldersgruppen. Här finns en betydligt mindre andel "korttidsläsare" och närmare 15 procent som läst mer än en timma.

Det finns en inte obetydlig veckovariation i lästiden. Veckoslutet - särskilt lördagen - har en stor andel läsare med över 60 minuters lästid - 11 procent mot 5 procent i genomsnitt för övriga dagar. På lördagen har drygt 65 procent av allmänheten läst mer än 30 minuter.

Också mellan bakgrundsgrupperna finns skillnader. Tidigare har nämnts åldersfaktorns betydelse för exponering - både för morgon- och kvällspress. Denna slutsats får här ytterligare stöd - relativt längst tid får veckotidningar och tidskrifter bland yngre och äldre medan största andelen "korttidsläsare" finns bland de medelålders. Intressant är dock att det inom samma ålderskategori finns en inte obetydlig andel "långtidsläsare". "Korttidsläsandet" tycks tillta med utbildning - men detsamma gäller "långtidsläsandet". Mycket av detta delvis motsägelsefulla mönster kan hänga samman med att det ryms så många olika typer av tidningar inom kategorin veckotidningar och tidskrifter.

IV.3 Radio-tv

När det gäller radio och tv har genomsnittskonsumtionen studerats under lång tid. Både exponering, veckodagsvariation och konsumtionstid har undersökts. Mot denna bakgrund skall här enbart redovisas några grundtabeller för den aktuella undersökningsperioden.

Ljudradio. Som framgår av tabell 10 lyssnade en genomsnittlig dag i oktober 1979 ca 75 procent av allmänheten på radio. Tabellen ger ingen kunskap om på vilken kanal eller om det var frågan om riks- eller lokalradios sändningar.

Tabell 10 Ljudradiolyssnande, oktober 1979 (procent)

	TOT.	KÖN		ÅLDER					UTBILDNING		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	LÅG	MEDEL	HÖG
LYSSNAR EJ	27	25	29	47	27	24	23	25	23	26	28
LYSSNAR	73	75	71	53	73	76	77	75	77	74	72
MINDRE ÄN $\frac{1}{2}$ TIM.	8	10	7	12	7	7	9	7	8	8	10
$\frac{1}{2}$ TIM. - 1 TIM.	12	14	11	11	16	11	12	11	12	13	12
1 TIM. - 2 TIM.	18	19	17	15	19	19	19	14	18	19	21
MER ÄN 2 TIM.	35	32	36	15	31	39	37	43	39	34	29
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	1086	541	545	112	172	353	293	156	550	265	155

Lyssnandet varierar förhållandevis lite mellan de redovisade bakgrundsgrupperna. Det är lägst bland de yngsta, något över genomsnittet bland män, medelålders och lågutbildade. Avvikelseerna är emellertid mycket små. En förklaring till enhetligheten är givetvis det faktum att det handlar om radiomediet i sin helhet. Närmare studier av P1- eller P3-publiken - sådana jämförelser har dock ännu ej genomförts - skulle visa att det handlar om mycket olika grupper av människor, särskilt med hänsyn till ålder.

Tidsanvändning för radiolyssnande är allmänt svårbedömd. Man brukar normalt skilja ut primär- och sekundärlyssnande. Med primärlyssnande menas att radion är den enskildes huvudsyssla och med sekundärlyssnande att radion fungerar som en "ljudtapet".

Av tabellen kan inte utläsas vilken typ av lyssnande det är frågan om. Det är dock troligt att "långtidslyssnandet" till stor del är sekundärt.

Av tabellen framgår att den största andelen "långtidslyssnare" finns bland de medelålders, bland pensionärerna och bland de lågutbildade och den minsta andelen bland de yngsta och de högutbildade. Totalt är det 35 procent av de tillfrågade som lyssnar mer än två timmar - det är dock troligt att skälen till "långtidslyssnandet" kan finnas på många nivåer: möjlighet till radio på arbetet, gott om tid i allmänhet, hemarbete, intresse för vissa programtyper etc. För att kunna bedöma detta med bättre precision skulle dock fordras uppgifter om vilken kanal man lyssnat på.

Det går givetvis att spekulera ytterligare på grundval av tabell 10. För fortsatta studier - särskilt för mediejämförelser - vore det dock önskvärt att ha tillgång till uppgifter om enskilda kanaler. Det är visserligen möjligt att använda PUB-studier för detta, men den direkta mediejämförelsen är då inte möjlig ²⁸⁾.

Tv. Flera av de problem som gäller mätningen av ljudradio bortfaller ifråga om tv. Det är rimligt att utgå ifrån att det i

de flesta fall är fråga om primärtittande och att kanalskillnaderna är utan större betydelse. I tabell 11 finns en sammanställning på tv-publiken, oktober 1979.

Tabell 11 Tv-tittandet, oktober 1979 (procent)

	TOT.	KÖN		ÅLDER					UTBILDNING		
		M	K	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	LÅG	MEDEL	HÖG
TITTAR EJ	23	22	25	11	29	28	22	17	22	26	31
TITTAR	77	78	75	89	71	72	78	83	78	74	69
MINDRE ÄN $\frac{1}{2}$ TIM.	7	7	8	9	8	8	6	7	7	7	8
$\frac{1}{2}$ TIM. - 1 TIM.	10	10	10	12	11	10	10	6	10	10	10
1 TIM. - 2 TIM.	20	20	20	22	20	20	20	20	20	20	20
MER ÄN 2 TIM.	40	40	39	46	32	34	42	50	41	37	31
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	1086	541	545	112	172	353	293	156	550	265	155

Tidigare forskning har påvisat att tv-konsumtionen är mest omfattande bland de yngsta, bland pensionärerna, bland lågutbildade och bland män. Detta kan beläggas på nytt i tabell 11. Det genomsnittliga tittandet låg under den aktuella perioden på drygt 75 procent av allmänheten en genomsnittlig dag. Bland de yngsta och bland pensionärerna var tittandet 89 respektive 83 procent. Klart mindre tittar personer i yngre medelåldern och högutbildade.

De som tittar på tv ägnar dessutom lång tid åt tittandet. Bland de yngsta och pensionärerna tittar 46 respektive 50 procent mer än två timmar en genomsnittlig dag. Bland personer i yngre medelåldern och högutbildade är motsvarande andel enbart 30 procent.

De allmänna mönstren får inte bortskymma den allmänna tendensen i tabellen. I alla befolkningsgrupper förekommer ett omfattande tittande. Även traditionella "lågkonsumtionsgrupper" ser i stor utsträckning på tv.

Veckodagsvariation. Veckodagsvariationen för radio och tv finns inte tillgänglig inom ramen för PUB:s Mediebarometer. Tidigare PUB-undersökningar kan emellertid ge viss uppfattning om variationerna.

För ljudradion låg lyssnandet på vardagar utom lördag hösten 1978 på 72 procent. På veckoslutet gick det ner något - 69 procent på lördag och 64 procent på söndag. Nedgången gäller både P1 och P3 - P1 har dock den relativt största nedgången och förlorar ca 1/3 av sin publik på veckoslutet ²⁹⁾. Lägre veckoslutslyssnande återkommer även i andra undersökningar av ljudradion.

Tv-tittandet har en veckodagsvariation som närmast är en omvändning av ljudradions. För tittaråret 1978/79 kan visas att genomsnittstittandet måndag - torsdag låg på 73 procent, på fredag var det 77 procent. Lördagar och söndagar hade det ökat till 79 respektive 84 procent. Veckoslutet har således mellan 5 och 10 procent högre tittande än de vanliga vardagarna ³⁰⁾.

Fortsatta analyser av Mediebarometer-material kommer att mer ingående ta upp veckodagsvariationen hos ljudradio och tv. Detta är viktigt bl a mot bakgrund av att särskilt tv-tittandet har en säsongvariation. Mediejämförelserna fordrar därför samma mätperiod.

V. MEDIEJÄMFÖRELSE

Hur förhåller sig de olika medierna till varandra? Detta är den centrala frågan i detta avslutande block. Frågan skall besvaras på två sätt. För det första skall medierna ställas mot varandra beträffande exponering, veckodagsvariation och tid för konsumtion. För det andra skall enskilda individers mediekombinationer analyseras.

V.1 Total exponering

Exponeringen för de medier som hittills redovisats finns i tabell 12. Utöver dessa har några andra medier inkluderats. I tabellen ges räckvidden både för hela undersökningsmaterialet (9-79 år) och för det åldersintervall som är normalt i marknadsstudier - 15-70 år.

Tabell 12 Exponering för olika medier en genomsnittlig dag, oktober 1979 (procent)

Konsuntion	Åldersintervall 9-79 år					Åldersintervall 15-70				
	Morgon- press	Kvälls- press	Populär- press	Radio	Tv	Morgon- press	Kvälls- press	Populär- press	Radio	Tv
Tar del av	74	39	34	73	<u>77</u>	<u>78</u>	43	34	76	74
Tar ej del av	26	61	66	27	23	22	57	66	24	26
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Anm: Åldersintervallet för radio och tv är i den lägre gruppen 15-64 år
Populärpress inbegriper både veckopress och övriga tidskrifter.

Oavsett vilket av de åldersintervallen som väljs är räckvidden för de tre stora dagsaktuella medierna - morgonpress, radio och tv - i stort detsamma. I åldersintervallet 9-79 år har tv något högre exponering än tidningar och radio; i åldersintervallet 15-70 är morgonpressen något högre. Det är dock viktigt att understryka åldersintervallets betydelse för procenttalen - i första hand hur ändrade åldersgränser i urvalet slår i fråga om mediernas totala räckvidd.

Kvällspress och populärpress ligger båda klart under övriga medier. Med det bredare åldersintervallet ligger de relativt nära varandra - i det något smalare har kvällspressen närmare 10 procent större räckvidd en genomsnittlig dag.

V.2 Grupper exponering

Mot bakgrund av skillnaderna i exponering beroende på totalurvalets sammansättning är det av intresse att studera den relativa räckvidden för olika medier i olika grupper.

Män - kvinnor. Räckvidden bland män och kvinnor har i den allmänna översikten visat sig variera mellan olika medier. Tabell 13 ger en sammanställning av mäns och kvinnors medieexponering en genomsnittlig dag.

Tabell 13 Mäns och kvinnors exponering, oktober 1979 (procent)

Konsumtion	MÄN					KVINNOR				
	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv
Tar del av	77	44	29	75	78	71	35	39	71	75
Tar ej del av	23	56	71	25	22	29	65	61	29	25
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N =	541					545				

Anm: Könsskillnader beräknade inom åldersintervallet 9-79
Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter.

Översikten visar inte på något avgörande nytt i förhållande till vad som sagts i det föregående. Både bland män och kvinnor är morgonpress, radio och tv dominerande medier. Bland kvinnor står tv relativt sett starkare än bland män. Kvällspress- och tidskriftsexponeringen ligger på ungefär samma nivå bland kvinnor. Bland män är exponeringen för kvällspress dock klart högre än för populärpress.

Åldersgrupper. För att belysa åldersstrukturen har här tagits fram tre grupper - 15-24, 25-44, 45-64. Dessa gruppers exponering finns redovisad i tabell 14.

Tabell 14 Olika åldersgruppers exponering, oktober 1979 (procent)

	15-24					25-44					45-64				
	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv
Tar del av	59	47	31	73	71	80	45	29	76	72	85	40	39	77	78
Tar ej del av	41	53	69	27	29	20	55	71	24	28	15	60	61	23	22
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N =	172					353					293				

Anm: Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter.

Tidigare analyser har visat att tv är det genomsnittligt mest utnyttjade mediet bland allmänheten mellan 9 och 79 år. I de aktiva åldrarna har morgonpressen högre andel läsare. Det senare framträder särskilt tydligt i tabell 14, där de tre aktiva åldersgrupperna skiljts ut. Särskilt i åldersgrupperna 25-44 och 45-64 år har morgonpressen en dominerande ställning.

Inom den yngre åldersgruppen är etermedierna helt dominerande. Morgonpressen kommer här långt efter, även om denna i sin tur har ett betydande försteg framför kvälls- och populärpress. Bland personer i mellangruppen har morgontidningarna och etermedierna gemensamt en total dominans. Kvällspressen har klart större räckvidd än populärpressen. Även inom den äldsta gruppen är morgonpress och etermedier dominerande. Kvälls- och populärpress ligger här exakt lika - men har ca hälften så många läsare som exempelvis morgonpressen eller 40 procent.

De två "extremgrupperna" på åldersskalan - barn och pensionärer är inte med i sammanställningen ovan. De skall här kort redovisas. En översikt finns i tabell 15.

Tabell 15 Exponering bland barn och pensionärer, oktober 1979 (procent)

	Barn (9-14)					Pensionärer (65-79)				
	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv	Morgonpress	Kvällspress	Populärpress	Radio	Tv
Tar del av	41	28	39	53	89	80	25	36	75	83
Tar ej del av	59	72	61	47	11	20	75	64	25	17
Totalt	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N =	112					156				

Anm: Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter.

En genomsnittlig dag dominerar tv både barnens och pensionärer-
nas medieexponering. Bland pensionärerna kommer morgontidning-
ningarna nästan på samma nivå medan bland barnen inget annat
medium finns i närheten av tv. Radion används av ca hälften
medan morgon- och populärpress båda har ca 40 procent. Mycket
tyder på att populärtidningar här oftast är detsamma som serie-
tidningar.

Sammanfattningsvis tycks morgonpress och ljudradio mer vara de
aktiva åldrarnas medier medan tv har sin starkaste ställning
bland de yngsta och de äldsta.

Utbildning. I tidigare sammanställningar har tre utbildnings-
grupper urskiljts. Dessa finns redovisade i tabell 16.

Tabell 16 Exponering i olika utbildningsgrupper, oktober 1979 (procent)

	Lågutbildade					Mellanutbildade					Högutbildade				
	Mor- gon- press	Kv- press	Po- spu- lär- press	Ra- dio	Tv	Mor- gon- press	Kv- press	Po- pu- lär- press	Ra- dio	Tv	Mor- gon- press	Kv- press	Po- pu- lär- press	Ra- dio	Tv
Tar del av	75	39	32	77	<u>78</u>	<u>77</u>	44	35	74	74	<u>88</u>	40	39	72	69
Tar ej del av	23	61	68	23	22	23	56	65	26	26	12	60	61	28	31
Tot	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N =	550					265					155				

Anm: Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter.

Utbildningsgruppernas exponering för medier följer det förvän-
tade mönstret. Inom lågutbildningsgruppen är tv det mest ut-
nyttjade mediet. Radio och morgonpress ligger på samma nivå.
Bland de mellanutbildade är man mest exponerad för morgontid-
ningar - men radio och tv har obetydligt lägre andel. Högut-
bildningsgruppen föredrar klart morgonpress. Exponeringen för
detta medium ligger närmare 20 procentenheter över tv och 15
över ljudradion. Populär- och tidskriftspress har i högutbild-
ningsgruppen ungefär samma andel som kvällspress. Det torde
dock i första hand handla om tidskrifter - och i mindre ut-

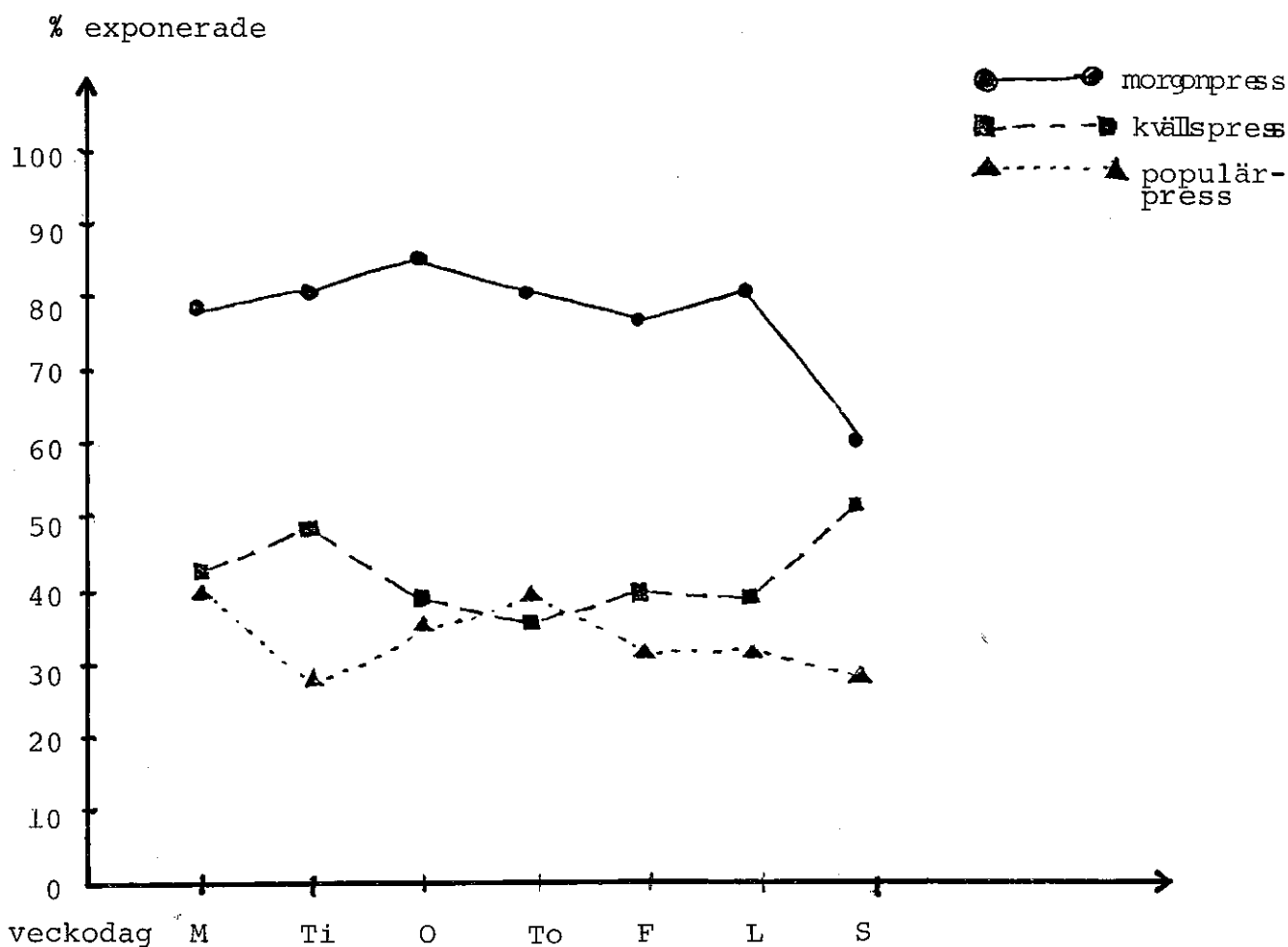
sträckning om populärtidningar.

Slutsatserna av medieanvändning är inte andra än dem som tidigare har diskuterats på grundval av material om de enskilda medierna. Det finns möjligen skäl att peka på de aktiva gruppernas större användning av dagspress och ljudradio. Dessa medier är de mobila gruppernas informationskällor. Press och radio "binder" inte konsumenten på samma sätt som tv: Radion kan användas samtidigt med annat och tidningen kan utnyttjas för en snabb översikt av en större mängd händelser.

V.3 Veckodagsvariation

Finns det någon likhet i veckorytmen för enskilda medier? Figur 6 ger uppgifter för de tre medier där siffror om veckodagsvariation kan utläsas ur undersökningsmaterialet - morgon-, kvälls- samt populär- och tidskriftspress.

Figur 6 Veckodagsvariationen för morgon-, kvälls- samt populär- och tidskriftspress, oktober 1979 (procent)



Sammanställningen av veckodagsvariation visar på nytt morgonpressens relativt jämna fördelning mellan vardagarna. Kvällspressen ligger genomsnittligt något högre i räckvidd än populär- och tidskriftspress. Enda undantaget är torsdag. Differensen mellan kvälls- och populärpress är dock obetydlig. Enbart på tisdag och söndag har kvällspressen en klart starkare ställning. De tidigare reservationerna beträffande veckodagsanalys måste dock på nytt framhållas.

En försiktig hypotes om veckodagsvariationen skulle peka på att de flesta medier har en relativt jämn exponering under vardagarna. På veckoslutet går morgontidningsexponeringen ner medan kvällspressen har en viss uppgång. Mönstret är inte olikt det som gäller för radio och tv. Tv-konsumtionen ökar i veckoslutet medan radiolyssnandet ligger på samma nivå eller går ned något. Populär- och tidskriftspressen liknar ljudradion - exponeringen i veckoslutet är ungefär densamma som under vardagarna. Möjligen finns en antydning till nedgång.

Mellan veckodagarna är det svårare att göra bedömningar. Underlaget är alltför begränsat annat än för några allmänna spekulationer. En sådan spekulation visar på kvällspressens relativa "topp" i början av veckan och populärpressens i början och i mitten. Det kan dock ha varit särskilda händelser eller särskilda innehållssatsningar som har skapat denna bild. För framtiden bör det dock finnas anledning att göra mer ingående studier.

En intressant uppslagsända är frågan i vilken utsträckning det förekommer "mediekonkurrens". Med mediekonkurrens menas inte här konkurrensen i sig - utan människors prioritering mellan medier. Denna kommer att diskuteras mer utförligt i det senare. Det bör dock redan här pekas på exempelvis möjligheten av högre kvällstidningsexponering på de dagar då färre lokaltidningar kommer ut. En direkt jämförelse kan inte göras på grundval av figur 6. Å andra sidan finns ingen tendens till högre kvällspressexponering de dagar då morgontidningsupplagan är lägre - utom på söndagar. Andra faktorer spelar större roll än hänsynen till andra medier. I fortsatta analyser är det dock

rimligt att göra en uppdelning i storstads- och landsortsområden för att få ett mer konkret underlag för bedömningarna av tidskonkurrens.

Ett sätt att gå vidare är att pröva veckodagsvariationen mellan olika medier och olika befolkningsgrupper samtidigt. Det visar sig exempelvis att veckopressens topp i början av veckan hänger samman med att det i större utsträckning är kvinnor som då läser tidningarna. Puckeln på torsdag beror på att det är män som då är mest exponerade för populär- och tidskriftspress. Vidare ligger kvälls- och populärpressexponeringen på ungefär samma nivå bland kvinnor men kvällspress klart skiljer ut sig bland män - samtliga veckodagar. Det senare mönstret kan iakttas hos personer i yngre medelåldern och yngre medan bland personer i övre medelåldern kvälls- och populärpressexponeringen är ungefär densamma dag efter dag - ibland är det något högre för kvällstidningar, ibland för populärpress och tidskrifter.

Självklart vilar samtliga dessa analyser av veckodagsjämförelser på en bräcklig grund. De analyserade grupperna är små, slumpen kan spela analytikern stora spratt. Å andra sidan har de trots detta redovisats i syfte att ge uppslag för fortsatta analyser av olika mediers spridning, särskilt med tonvikt på det dagliga samspelet mellan medierna.

V.4 Tidsjämförelser

Tidsanvändningen för olika medier en genomsnittlig dag finns sammanställd i tabell 17. Denna är beräknad dels på åldersintervallet 9-79 år, dels på intervallet 15-70 år.

Tabell 17 Tidsanvändning för olika medier, i två åldersintervall (procent av medieanvändare)

Tid	9-79 år					15-70				
	mor- gon- press	kvälls- press	popu- lär- press	ra- dio	tv	mor- gon- press	kvälls- press	popu- lär- press	ra- dio	tv
Mindre än 30 min	55	56	62	11	9	55	56	63		
30-60 min	38	38	32	16	13	38	39	31	upp-	
61-120 min	5	5	6	25	26	6	5	5	gift	
121 min -	1	0	0	48	52	1	0	1	saknas	
Totalt	99	99	100	100	100	100	100	100		
N = 1.086						N = 891				

Anm: Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter. I det bredare åldersintervallet framstår ljudradio och tv som de mest använda medierna. Av dem som tar del av dessa medier en genomsnittlig dag ägnar omkring hälften dem två timmar eller mer. I det något smalare åldersintervallet finns uppgifter tillgängliga enbart för pressmedier. Tidsfördelningen visar sig här vara i det närmaste densamma som i det bredare intervallet.

Det är uppenbart att radio och tv får en tidsmässig uppskatt-

ning som inte kan jämföras med vad som gäller övriga medier. En majoritet av läsarna till samtliga pressmedier ägnar dem mindre än en halvtimme. Enbart ett fåtal läsare kommer över 60 minuter. Skillnaderna mellan eter- och pressmedier ligger till stor del i mediernas karaktär som sådana. Möjligheterna att välja och selektivt utnyttja innehåll är större i pressen medan det är svårt att "sekundärläsa" tidningsinnehåll. Bekvämlighet i mottagarsituationen, karaktären hos innehållet är andra tänkbara förklaringar.

Tidigare har visats att det för samtliga medier finns en tendens till ökad konsumtion med stigande ålder. Det kan därför finnas skäl att titta något närmare på några åldersgruppers tidsanvändning. En sådan översikt för de yngsta, de medelålders och pensionärerna finns i tabell 18.

Tabell 18 Tidsanvändning i olika åldersgrupper, oktober 1979 (procent av medieanvändare)

Tid	9-14					25-44					65-79				
	min	mor- gon- press	kv- press	po- pu- lär press	ra- dio	tv	mor- gon- press	kv- press	po- pu- lär press	ra- dio	tv	mor- gon- press	kv- press	po- pu- lär press	ra- dio
Mindre än 30	<u>90</u>	<u>82</u>	<u>59</u>	23	10	<u>61</u>	<u>60</u>	<u>79</u>	9	11	34	32	<u>47</u>	9	8
30-60	10	18	36	21	13	35	36	14	14	14	<u>49</u>	<u>56</u>	39	15	7
61-120	0	0	3	<u>28</u>	25	4	4	3	25	28	15	12	14	19	24
121-	0	0	3	<u>28</u>	<u>52</u>	0	0	3	<u>51</u>	<u>47</u>	2	0	0	<u>57</u>	<u>60</u>
Tot	100	100	101	100	100	100	100	99	99	100	100	100	100	100	100
N =	112					353					156				

Anm: Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter.

Åldersjämförelsen visar att etermedierna genomgående har längre lyssnartid. Även om både morgon- och kvällspress ägnas betydligt längre tid bland de äldre så gäller detta också för ljudradio och tv. Det förefaller dock vara sannolikt att pressmedierna upptar en relativt större andel av tid för mediekonsumtion bland de äldre än bland de yngre.

En annan bakgrundsfaktor som tidigare visat sig skikta ut konsumtionsgrupper är utbildning. Utbildning torde dessutom spegla medieanvändning inom olika yrkesgrupper. Det är här troligt att olika yrken ger olika förutsättningar för tid till mediekonsumtion. I tabell 19 finns en sammanställning av tidsanvändning i de tre utbildningsgrupperna.

Tabell 19 Tidsanvändning för olika medier i olika utbildningsgrupper, oktober 1979 (procent av medieanvändare)

Tid min	Lågutbildade					Mellanutbildade					Högutbildade				
	mor- gon- press	kv- press	po- pu- lär press	ra- dio	tv	mor- gon- press	kv- press	po- pu- lär press	ra- dio	tv	mor- gon- press	kv- press	po- pu- lär press	ra- dio	tv
Mindre än 30	<u>55</u>	<u>51</u>	<u>58</u>	10	9	<u>59</u>	<u>58</u>	<u>66</u>	11	9	36	<u>58</u>	<u>70</u>	14	12
30-60	37	44	39	16	13	35	36	29	18	14	<u>54</u>	38	18	17	14
61-120	7	5	3	23	26	5	7	6	26	27	9	5	10	29	29
121-	1	0	0	<u>51</u>	<u>53</u>	1	0	0	<u>46</u>	<u>50</u>	1	0	3	<u>40</u>	<u>45</u>
Tot	100	100	100	100	101	100	101	101	100	100	100	101	101	100	100
N = 550						N = 265					N = 155				

Anm: Populärpress inbegriper både veckopress och tidskrifter.

Även vid en analys med hänsyn till utbildningsfaktorn ligger etermedierna klart högst beträffande utnyttjad tid. Det skall då framhållas att detta gäller tidsanvändning bland nyttjarna - inte inom gruppen i sin helhet. Som jämförelse kan nämnas att av samtliga högutbildade personer tittade ca 30 procent mer än två timmar på tv medan ca 1 procent läste morgonpress under lika lång tid.

En annan tendens som framgår av tabellen är att det med ökande utbildning blir färre korttidsläsare på morgonpress - men fler på populär- och tidskriftspress. Vidare blir långtidskonsumenterna på etermedier fler. Mönstret bekräftar flera tidigare studier som visat att morgonpressen får en starkare ställning med ökande utbildning ³¹⁾.

De redovisade tidsanvändningsstudierna bör i framtiden kunna föras betydligt längre. Tidsanvändning är en fruktbar infallsvinkel på studier av mediekonsumtion. Den har också fått ökad

betydelse för bedömningen av enskilda mediers grepp om sin publik ³²⁾. För att föra analysen vidare torde det dock vara viktigt att tillföra någon typ av "kvalitetsmått". Detta skulle innebära ett mått som beskriver de egenskaper hos mediet som gör att människor ägnar det kort eller lång tid respektive hur mycket information som kan hämtas på olika tid ur olika medier ³³⁾.

Det finns möjligheter att göra studier av tidsanvändning under enskilda dagar. Denna kan göras på samma sätt som veckoanalysen i fråga om exponering. De prov som gjorts inom ramen för denna analys ger emellertid ingen antydning om några mönster av intresse. Av pressmedierna uppvisar populär- och tidskriftspress störst variation mellan enskilda dagar medan morgon- och kvällspress har en jämnare kurva. Underlaget är dock så osäkert att det här enbart bör antyda ett sätt att föra mediejämförelserna vidare.

VI. MEDIEKOMBINATIONER

De hittills redovisade mediejämförelserna har byggt på likheter och skillnader i människors användning av enskilda medier. I detta avslutande avsnitt är utgångspunkten i stället hur enskilda människor i praktiken kombinerar olika medier. Vad som skiljer denna analys från tidigare är att den avser människors mediekombinationer en och samma dag ³⁴⁾. Utgångspunkten har tagits i morgontidningsläsarna och analysen gäller i vilken utsträckning de som läser respektive inte läser morgonpress tar del av andra medier. I analysen ingår av undersökningstekniska skäl inte radio och tv.

VI.1 Exponering

Hur ser morgontidningsläsarnas övriga mediekonsumtion ut? I tabell 20 finns en översikt av hur personer med olika intensitet i sin morgontidningsläsning tar del av kvälls- och populärpress. Tabellen visar hur stor andel av icke-läsare, entidnings-

läsare och flertidningsläsare, som samma dag exponerat sig för andra medier. I tabellen har förutom kvälls- och populär/tidskriftspress även tagits med några andra medietyper: grammofon- och kassettlýssnande samt bokläsning.

Tabell 20 Morgontidningsläsarnas övriga mediekonsumtion en genomsnittlig dag, oktober 1979 (procent)

Övrig konsumtion	Morgontidningskonsumtion			Totalt
	Ingen	En morgontidning	Flera morgontidningar	
Kvällstidning	51	38	50	43
Populärtidning/tidskrift	30	33	44	34
Böcker	23	25	46	27
Grammofon	30	28	22	29
Kassetter	41	25	28	14
N	196	589	105	890

Anm: Åldersintervallet är 15-70

Tabell 20 skall läsas så att 51 procent av dem som inte läser någon morgontidning läser minst en kvällstidning. Av dem som läser flera morgontidningar är andelen kvällstidningsläsare 50 procent.

Tabellen visar att det inte finns något entydigt samband mellan morgontidningsläsning och annan mediekonsumtion. Kvällstidningsläsningen är mest omfattande bland dem som inte läser någon respektive läser flera morgontidningar och minst förekommande bland dem som läser en morgontidning. Resultatet tyder på att kvällstidningsläsning en enskild dag tycks kunna komplettera morgontidningsläsning respektive att det finns människor med en bred tidningskonsumtion. Ett sådant konsumtionsmönster, särskilt tendensen till "kompensatorisk" kvällstidningsläsning är intressant. Tidigare studier har betonat kumulativiteten - låg konsumtion av ett medium innebär även låg konsumtion av andra ³⁵⁾.

Tanken på kvällspressens kompensatoriska roll får enbart betraktas som en hypotes. Den stöds emellertid av det faktum att andelen kvällstidningsläsare bland icke-läsare av morgonpress är större på vardagar - 65 procent av icke-läsarna i jämförelse med 43 procent av samtliga. Det finns skäl att förmoda att detta är ett storstadfenomen. I fortsatta analyser måste hypotesen om "kvällstidningskompensation" prövas mer ingående särskilt om det är något typiskt för storstadsområdena eller om det också gäller landet i stort.

Sambandet mellan morgontidnings- och populär/tidskriftskonsumtion visar i motsats till det föregående ett "kumulativt" mönster. Med ökad morgontidningsläsning är det fler som läst någon icke-daglig tidning. Beträffande andra medier finns samma mönster för böcker - det är framför allt bland flertidningsläsarna som bokläsarna finns. Slutsatsen har stöd i tidigare studier ³⁶⁾. Med hänsyn till tidigare resultat kan det dock finnas skäl att framhålla att även bland dem som inte läst någon morgontidning uppger sig en knapp fjärdedel ha tittat i en bok.

Grammofon- och kassetthörsning har inget större samband med morgontidningsläsning. Det finns emellertid en svag tendens att vara högre bland dem som inte läser någon morgontidning.

Det finns skäl att tolka samtliga slutsatser med viss försiktighet - särskilt vid jämförelse med tidigare forskning. Det som här beskrivits som icke-läsning gäller icke-läsning en bestämd dag. Resultatet säger inget om huruvida den tillfrågade normalt brukar läsa morgontidningar. Tidigare analyser tyder på att omkring hälften av icke-läsarna en bestämd dag i själva verket är regelbundna läsare av morgontidningar som just denna dag av olika skäl inte hunnit läsa sin tidning ³⁷⁾. Den jämförelse som här görs speglar således en annan typ av mediekombinationer än vad som tidigare undersökts: den dagliga mediekombinationen. De två infallsvinklarna måste jämföras mer ingående innan några generella tolkningar kan göras.

VI.2 Antal lästa tidningar

Den försiktiga hypotes som fördes fram i det föregående be-
lyses något genom studier av antalet tidningar som människor
läser. Tabell 21 ger underlag för detta beträffande kvälls-
press.

Tabell 21 Antalet tidningar som kombineras, morgon-
och kvällspress, oktober 1979 (procent)

Antal kvälls- tidningar	A: Kolumnprocent Antal morgontidningar			B: Totalprocent Antal morgontidningar		
	0	1	2-	0	1	2-
0	49	61	50	11	40	6
1	47	35	34	10	23	4
2-	4	4	15	1	2	1
Totalt	100	100	99			98
N	196	589	105			886

Tabell 21A ger i stort samma resultat som tidigare ana-
lysis av mediekombinationer: av dem som inte läst någon morgon-
tidning syns på nytt den relativt höga andelen kvällstidnings-
läsare. Hypotesen om "kompensationsläsande" stöds också av att
dessa till övervägande delen är personer som läst en kvällstid-
ning. Bland läsarna av flera morgontidningar finns också en stor
andel kvällstidningsläsare men av dessa är det typiskt nog många
som läst flera kvällstidningar. Här är det frågan om en allmän
högkonsumtionsgrupp av press.

B-delen av tabellen söker skatta de olika kombinationernas re-
lativa storlek. Den visar att den typiska gruppen är den som
en genomsnittlig dag läser en eller flera morgontidningar men
ingen kvällstidning. Den utgör ca 45 procent av allmänheten mel-
lan 15-70 år. Omkring 25 procent av allmänheten läser både en
morgon- och en kvällstidning. De som inte läser någon dagstid-
ning är 11 procent. Den iföregående analys kristiska gruppen -
de som läser enbart en eller flera kvällstidningar och ingen

morgontidning är 11 procent.

Analysen kan föras ett steg vidare genom frågan hur stora olika läsargrupper är inom skilda delar av befolkningen. En sådan sammanställning görs i tabell 22.

Tabell 22 Olika tidningskombinationer
i olika befolkningsgrupper, oktober
1979 (procent)

Befolk- nings- grupp	Kombinationer					Totalt	N
	Ingen tid- ning	Enbart kvälls- tidning/ ar	Enbart morgon- tidning/ ar	Morgon- tidning o. kvälls- tidning	Övriga kombina- tioner		
Män	9	11	43	<u>24</u>	13	100	449
Kvinnor	12	11	50	22	5	100	441
15-44	<u>13</u>	<u>15</u>	42	23	7	100	524
45-70	8	7	<u>53</u>	23	9	100	366
Kvinnor 20-49	12	12	48	22	6	100	254
Måndags- fredags- läsning	5	9	52	<u>24</u>	10	100	593
Alla	11	11	46	23	9	100	886

Sammanställningen i tabell 22 visar att den kritiska gruppen som enbart läser kvällspress är störst bland de yngre. Skillnaderna mellan olika grupper är emellertid relativt små. Detsamma gäller andelen av allmänheten som inte läser någon tidning en genomsnittlig dag - störst är andelen bland yngre kvinnor och minst bland äldre och män.

Den speciella gruppen måndags-fredags-läsning har lagts in för att ta hänsyn till att få morgontidningar har söndagsutgivning. Det visar sig här att icke-läsningen till viss del hänger samman med att det inte utkommer några morgontidningar på söndag. Måndag - fredag är andelen icke-läsare enbart 5 procent.

Analysen kan även föras vidare för populär- och tidskriftspressens samband med morgontidningsläsningen. Motsvarande översikt av hur olika grupper kombinerar de två pressgrupperna finns i tabell 23. Den visar att 15 procent av allmänheten varken läser morgonpress eller populär- respektive tidskriftspress; 6 procent läser enbart tidskrifter, 51 procent enbart morgonpress, 18 procent läser en tidning från varje grupp och 10 procent kombinerar morgontidningar och populärtidningar/tidskrifter ³⁸⁾.

Tabell 23 Morgontidnings- och populärtidnings/tidskrifts kombinationer i olika befolkningsgrupper, oktober 1979 (procent)

Befolkningsgrupp	Kombinationer					Tot	N
	Ingen tidning	Enbart populärpress	Enbart morgonpress	En morgon- och en populärtidning	Övriga kombinationer		
Män	15	5	56	13	11	100	449
Kvinnor	16	7	44	23	10	100	441
15-44	20	7	50	14	9	100	524
45-70	9	6	51	23	11	100	366
Kvinnor 20-49	19	5	48	19	9	100	254
Alla	15	6	51	18	10	100	886

Skillnaderna mellan olika befolkningsgrupper går i förväntad riktning. Kvinnor och äldre kombinerar oftare morgon- och populärpress. Gruppen som enbart läser populärpress är liten inom alla befolkningsgrupper. Det kan exempelvis nämnas att den genomsnittligt är enbart hälften så stor som andelen som enbart läser kvällspress.

Inom ramen för dessa analyser finns ingen möjlighet att pröva hur kvällstidningar och populärtidningar läses bland dem som

inte tar del av morgonpress. Det kan emellertid nämnas att av dem som inte läser kvällspress tar ca 40 procent del av populärpress medan bland dem som läser kvällspress motsvarande andel är över 80 procent. Det finns således ett samband mellan populär- och kvällspressläsning. Av allmänheten läser en genomsnittlig dag 11 procent både kvällspress och populärpress. Siffrorna avser här - liksom tidigare - enbart andelen som kombinerar medierna en genomsnittlig dag. Det gäller för hela analysen att kombinationstalen måste beräknas som minimital. Om konsumtionen skulle analyseras med två eller tre dagar som bas är det sannolikt att andelen som tar del av två olika typer av medier skulle öka kraftigt.

VI.3 Tidsjämförelser

Den mediejämförelse som görs dag för dag är i praktiken begränsad av den tid människor har till förfogande. Det förefaller därför rimligt att avslutningsvis ta fram några tidsjämförelser. Dessa kommer enbart att baseras på förhållandet mellan morgon-, kvälls- och populär/tidskriftspress.

Morgonläsningens tidsfördelning i jämförelse med kvälls- och populär/tidskriftspressen finns i tabell 24.

Tabellen visar beträffande kvällspress att det knappast finns något starkare samband mellan tidsanvändning för morgon- och kvällspress. Bland dem som ger morgontidningar lång tid finns möjligen en tendens att läsa mindre kvällstidningar. Inte heller i fråga om populärpresstid kan något entydigt mönster iakttas.

Tabell 24 Tidsjämförelser mellan morgonpress och övrig press, oktober 1979 (procent)

Tid för annan mediekonsumtion	Tid för morgonpress (minuter)			
	0	1-29	30-60	61-
<u>1) Kvällspress</u>				
0 min	49	62	55	66
Mindre än 30 min	29	25	21	7
30-60 min	19	12	21	16
61 min -	3	1	3	11
Totalt	100	100	100	100
<u>2) Populärpress</u>				
0 min	70	69	60	64
Mindre än 30 min	16	20	26	20
30-60 min	12	9	11	9
61 min -	2	2	3	7
Totalt	100	100	100	100
N	196	382	266	44

En förklaring till bristen på mönster är till del att tabell 24 också inkluderar icke-läsning. Om tidsjämförelsen görs enbart på läsare av morgon- och kvällspress kan ett visst samband iakttas. Detta tyder på att lång tid för morgonpress har samband med lång tid för kvällspress. Bland dem som läser sin morgontidning mer än 30 minuter är andelen som läser kvällstidningen över 30 minuter större än bland dem som ägnar kortare tid åt sin morgontidning. Att ge tid åt en tidning tycks innebära att man också ger tid för en annan.

Motsvarande kumulativa tidsanvändning kan knappast iakttas för populär/tidskriftspress. Här tycks tidsanvändningen vara oberoende av tiden för morgontidningen. Möjligen kan detta tyda på att det finns en större likhet i karaktären hos läsningen mellan morgon- och kvällspress än mellan morgon- och populärpress.

Samtliga dessa analyser bland läsare är dock i stor utsträckning spekulativa. Analysgrupperna är små. Liksom i fråga om tidigare studier visar de dock på vägar för fortsatta analyser av hur människor tar del av medierna.

NOTFÖRTECKNING

- 1) I en senare sammanfattningsrapport kommer de olika angreppssätten på mediekonsumtion att mer utförligt ställas emot varandra. Den räckviddsstudie som genomförts av Testologen AB har avsett regelbundenhet i konsumtionen av press och har genomförts under exakt samma tidsperiod som PUB:s Mediebarometer.
- 2) En första prövning av hur de olika mättekniker förhåller sig till varandra finns i Weibull 1977 samt i Weibull 1980. En översikt av en rad exponeringsstudier och deras resultat finns i Langschmidt 1978.
- 3) En översikt av ORVESTO:s räckviddsmetod finns i bl a Cehra 1967 och Orvesto 1972. En försök till jämförande studium av Orvesto och vanliga exponeringsprocent finns i Weibull 1978.
- 4) Problemet behandlas mer ingående i Weibull 1980.
- 5) En sammanställning av detta finns i Weibull 1978
- 6) Orvesto 1979:II
- 7) En mer utförlig redovisning finns i Weibull 1977
- 8) Något mer detaljerade uppgifter om PUB:s Mediebarometer finns i bilaga 1.
- 9) Problemet kommer att behandlas mer utförligt i den planerade sammanfattningsrapporten - se not 1.
- 10) Studier av en dags tidningsläsning finns redovisade i bl a Zetterberg 1975 och Weibull 1977. Om Sifo:s OBS-lästeknik se vidare Zetterberg-Alfredsson 1972.
- 11) Weibull 1979 diskuterar på grundval av bl a ORVESTO-siffror förändringar i läsmönster över tid. Exponeringsutvecklingen finns bl a diskuterad i ORVESTO 1979:II.
- 12) I bilaga 2 finns en sammanställning av den svenska pressens

upplaga första halvåret finns som bilaga 2.

- 13) Statistisk årsbok 1979
- 14) Aldemark 1974 har givit en kortfattad översikt av socialisationsforskning med tonvikt på massmediernas roll. Vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet, pågår även ett arbete med ett projektprogram kring mediernas roll för socialisationen av barn och ungdom.
- 15) Mer uppgifter finns i SOU 1975:78.
- 16) Ibid. Problemet specialbehandlas även i Weibull 1980.
- 17) Orvesto 1979:II
- 18) Weibull 1980
- 19) Mer uppgifter finns i Weibull 1977
- 20) SOU 1975:78
- 21) Weibull 1977
- 22) En mer utförlig diskussionen kring den disponibla tidens betydelse finns i Weibull 1976A samt där anför litteratur.
- 23) Jämförande analyser av populärtidningar och organisations-tidskrifter finns i Bernow-Österman 1979 och Weibull 1976A.
- 24) Siffrorna skall aktualiseras till 1978/79 så snart möjligt. Dessa finns i Hallberg 1980. Angivna siffror ur Berg-Gahlin 1977.
- 24B) Jfr Weibull 1976A och 1976B.
- 25) Mer om metodikens betydelse för exponeringsvärdena i fråga om organisations- och populärpress finns i Weibull 1978.
- 26) Sammanställningar av tidsmätningar finns bl a hos Höst 1977
- 27) Se vidare diskussioner i en rad forskningsrapporter från PUB t ex Radio-tv 1972. En översikt finns dessutom i Höst 1977 och Hadenius-Weibull 1978

- 28) Bygger på några av de senaste årens publikrapporter för ljudradio, bl a Westrell 1978 och Wigren 1979.
- 29) Uppgifter måste aktualiseras med hänsyn till ny statistik från PUB. Sådan kommer bl a i Westrell 1980
- 30) Berg-Gahlin 1977. Siffran måste aktualiseras bl a med hjälp av Hallberg 1980.
- 31) Törnqvist 1979 visar på ett flertal undersökningar, som ger uppgifter om utbildningsgruppernas medievärdering.
- 32) Det mest utförliga försöket finns i Ivre 1980. Något mer om tidsanvändningsstudier finns i Weibull 1976B.
- 33) Ett informationsmått som borde kunna prövas ändret som föreslagits i Asp 1978. Detta visar på en betydligt större informationstäthet i pressens händelserapportering i jämförelse med tv-nyheternas. Analysen bygger på nyheter om den s k Kungstorgsockupationen i Göteborg, december 1976.
- 34) Kombination av medier en och samma dag har undersökts i Weibull 1977, både beträffande exponering och tidsanvändning. Även här visade sig sambandet relativt svagt.
- 35) Kumulativitetsdiskussionen finns bl a i SOU 1975:78 samt Weibull 1980. Samma typ av resultat har redovisats i bl a Gustafsson-Jarmander-Ottosson 1979.
- 36) Detaljerade uppgifter om bokvanor finns bl a i SOU 1972:20 bl a om sambandet med dagspress inom ett aktivitetsindex.
- 37) Vidare finns i Weibull 1977
- 38) Weibull 1976B

LITTERATURFÖRTECKNING

- Aldemark 1974 Aldemark, Lars: Socialisation genom massmedier, statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1974
- Asp 1978 Asp, Kent: Kungstorgsockupationen, Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, Stockholm 1978
- Berg-Gahlin 1977 Berg, Ulf, Gahlin, Anders: Hur vi tittade - säsongen 1976/77, Sveriges Radio/PUB, Stockholm 1977
- Bernow-Österman 1978 Bernow, Roger, Österman, Torsten: Svensk veckopress 1925-1975, Forskningsgruppen för samhälls- och informationsstudier, Stockholm 1978
- Cerha 1967 Cerha, Jarko: Selective Mass Communication, Stockholm 1967
- Gustafsson-Jarmander-Ottosson 1979 Gustafsson, Roger, Jarmander, Håkan, Ottosson, Thomas: Dagspressen och annonsbladet i Östhammar. En undersökning kring användning och attityder av annonsbladet respektive lokalpressen i Östhammars kommun. Företags-ekonomiska institutionen, Uppsala 1979
- Hadenius-Weibull 1978 Hadenius, Stig, Weibull, Lennart: Massmedier. En bok om press radio tv, Stockholm 1978
- Hallberg 1980 Hallberg, Karin: Tv:s publik - publikåret 1978/79, Sveriges Radio/PUB Stockholm 1980
- Höst 1977 Höst, Sigurd: Mediebruk som fritidsaktivitet. Pressens Årbog 1977, Odense 1977
- Ivre 1980 Ivre, Ivar: Massmedier i Sverige - Konsumtion Kostnader Mediepolitik, Sveriges Radio/PUB, Stockholm 1980
- Langschmidt 1978 Langschmidt, Wally: Reliability of Response in Readership Research, South African Advertising Research Foudation, Sandton 1978
- ORVESTO 1972 ORVESTO 1972. Rapport från Testologen, Stockholm 1972
- ORVESTO 1979:II ORVESTO 1979:II. Rapport från Testologen 1979
- SOU 1972:20 Läs- och bokvanor i fem svenska samhällen. Litteraturutredningens läsvanestudier, SOU 1972:20, Stockholm 1972
- SOU 1975:78 Svensk press 3: Pressens funktioner i samhället. En forskningsrapport från 1972 års pressutredning. SOU 1975:78, Stockholm 1975

- Statistisk årsbok 1979 Statistisk årsbok 1979, Sveriges Officiella Statistik, Statistiska Centralbyrån, Stockholm 1979
- Weibull 1976A Weibull, Lennart: Tidskrifterna i massmediesamhället, Finansdepartementet, Ds Fi 1976:09, Stockholm 1976
- Weibull 1976B Weibull, Lennart: Populärpressen i massmediesamhället, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1976
- Weibull 1977 Weibull, Lennart: Tidningsläsning. En explorativ studie på grundval av två delundersökningar inom forskningsprojektet Pressens funktioner, Statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1977
- Weibull 1978 Weibull, Lennart: Dagspress och veckopress
- Weibull 1979 Weibull, Lennart: Tidningsläsning 1965 och 1974. Papper till den fjärde nordiska masskommunikationsforskarkonferensen, Umeå 1979
- Weibull 1980 Weibull, Lennart: Dagspressens läsare (del av preliminärt manuskript till doktorsavhandling), statsvetenskapliga institutionen, Göteborg 1980
- Westrell 1978 Westrell, Claes: Radions publik. Publikräkning i vecka 11 1978, Sveriges Radio/PUB 1978
- Westrell 1980 Westrell, Claes: Radions publik. Publikräkning i vecka 11 1980, Sveriges Radio/PUB, Stockholm 1980 (under arbete)
- Wigren 1979 Wigren, Gunilla: Radions publik. Publikräkning i vecka 46 1978, Sveriges Radio/PUB, Stockholm 1979
- Zetterberg-Alfredsson 1972 Zetterberg, Hans, Alfredsson, Hans: Introduktion av obsläs, Stockholm 1972
- Zetterberg 1975 Zetterberg, Hans: Observation av de stora morgontidningarnas annonser, Stockholm 1975