

Finländarna är ett tidningsläsande folk

PEKKA MERVOLA

Finländarna är flitiga tidningsläsare internationellt sett. I Europa finns bara ett enda land, Norge, och i hela världen endast fyra länder där man läser fler tidningar. Jämfört med t ex belgarna läser finländarna nästan tre gånger flera tidningar. Finländarnas förhållande till tidningarna är också exceptionellt stabilt. Här prenumererar man på 89% av tidningarna på ett år eller åtminstone för en period på flera månader. I flera länder i Mellanuropa köper man över hälften av tidningarna som lösnummer och då blir läsarens förhållande till sin tidning mindre fast. Det finns dagar då man inte köper tidningen bara för att man inte har tid att stanna vid tidningskiosken. (Sanomalehtitieto 1996)

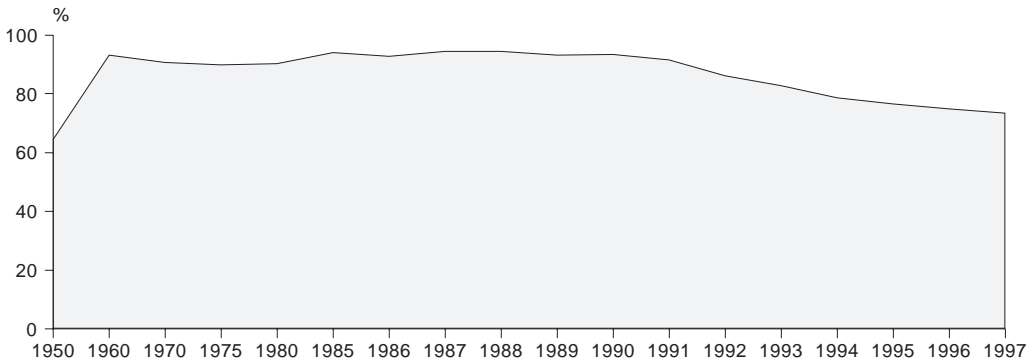
Att tidningarna har en så stark ställning är inte ett särskilt gammalt fenomen i Finland. Så sent som vid senaste sekelskiftet nådde tidningarna endast en femtedel av befolkningen. Finländarna blev ett tidningsläsande folk på två decennier från 1930 till 1950. Tidningarnas popularitet ökade redan innan den "totala" läskunnigheten uppnåddes på 1930-talet. I takt med den tilltagande läskunnigheten ökade tidningarnas popularitet bland finska folket. Enligt uppgifter från läsförhören var läskunnigheten rätt god redan i början av 1800-talet. Den bestod dock till stor del av att kunna läsa en bekant text utantill och var inte tillräcklig för att klara av tidningarnas varierande texter. Ökningen av den egentliga läskunnigheten som baserar sig på det internationella begreppet *literate* (som avser både läs- och skrivkunnighet) kan dateras tillbaka till en betydligt senare tid. Denna faktiska läskunnighet som innebär att kunna tillgodogöra sig en obekant text spred sig först vid sekelskiftet och under de första årtiondena på 1900-talet. (Mervola 1995)

Statistiskt sett prenumererade varje hushåll på en tidning redan på 1950-talet. I figur 1 ingår förutom sjudagarstidningarna även tidningar som utkommer 1-6 gånger per vecka, vilka till största delen består av lokaltidningar. Att läsa tidningar blev ett nationellt intresse, för nästan alla från skolungdomar till åldringar. Även spridningen av sjudagarstidningarna ökade snabbt på 1950-talet och redan 1960 hörde en tidning till saken i varje hushåll.

Entusiasmen för tidningsläsandet riktade sig på 1960- och 1970-talet speciellt mot den regionala pressen. Så sent som år 1950 stod två rikstidningar, *Helsingin Sanomat* och *Uusi Suomi*, för 39,8 procent av sjudagarstidningarnas totala upplaga. Speciellt *Uusi Suomi* var till sin karaktär en elitidning. Innehållsmässigt motsvarade den inte den växande medelklassens behov, utan den återspeglade överklassattityder. Också i *Helsingin Sanomat* fanns en antydning till elitism, även om tidningen försökte återspegla de idéer som fanns inom den vanliga allt starkare medelklassen. På 1960-talet sjönk rikstidningarnas utbredningsandel till under trettio procent och där har den hållit sig kvar (åtminstone fram till år 1997). Regiontidningarnas upplagor ökade i takt med att välfärden i landet bredde ut sig. Tidningarna fick nya läsare i och med att inkomstnivån steg. T ex *Keskisuomalainen* och *Savon Sanomat* ökade sin upplaga i takt med ökningen av bruttonationalprodukten.

Tidningarnas upplagor ökade tämligen jämt fram till övergången mellan 80-talet och 90-talet. Tillfälliga svackor som energikrisen på 70-talet, hejdade den ökade spridningen, men så snart konjunkturen svängt började tidningarna få nya prenumerationer. Nationalekonomin och tidningsläsandet utvecklades hand i hand tills Finland åter drabbades av lågkonjunktur i början av 1990-talet. Bruttonationalprodukten sjönk markant i tre års tid, vilket inte inträffat sedan lågkonjunkturen på 1930-talet. Arbetslösheten blev explosionsartat ett omfattande samhälls-

Figur 1. Spridning av tidningarna



Varje hushåll prenumererade på en tidning ända sedan 1960-talet fram till början av 1990-talet.

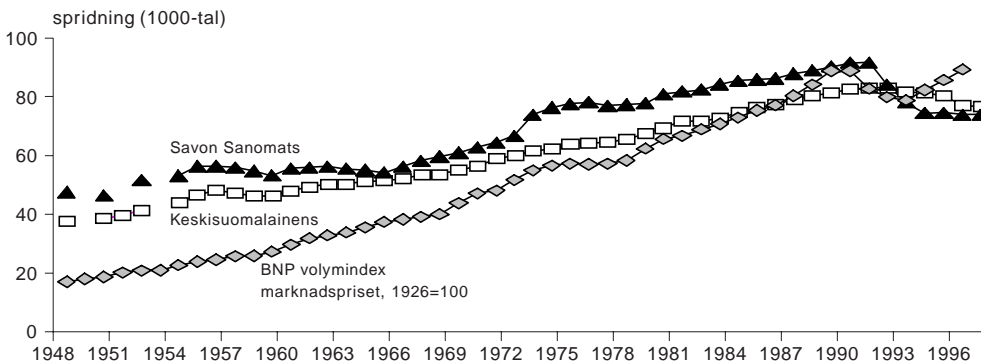
Källor: Statistik över spridning av tidningar, Suomen Mediatarkestus Finlands Mediagranskning, Finlands presshistoria, del 5-7.

problem, och skuldsatta människor råkade i stora ekonomiska svårigheter. Detta återspeglades i tidningsprenumerationerna och därigenom också på läsandet i stort, även om en del av de som avstått från sin tidning i början läste den på biblioteket eller hos bekanta. Sjudagarstidningarna förlorade 157 000 prenumeranter på fyra år (1990-1993). År 1994 gick landets ekonomi slutligen uppåt, men tidning-

arna miste sammanlagt 114 000 prenumeranter ännu under åren 1994-1997.

Antalet betalande prenumeranter krympte med 271 000 personer på 1990-talet. År 1997 var sjudagarstidningarnas genomsnittliga utbredning endast 73,7 procent, medan den från 1960-talet fram till början av 1990-talet varit över 90 procent. Högkonjunkturen som började år 1994 vände dock inte

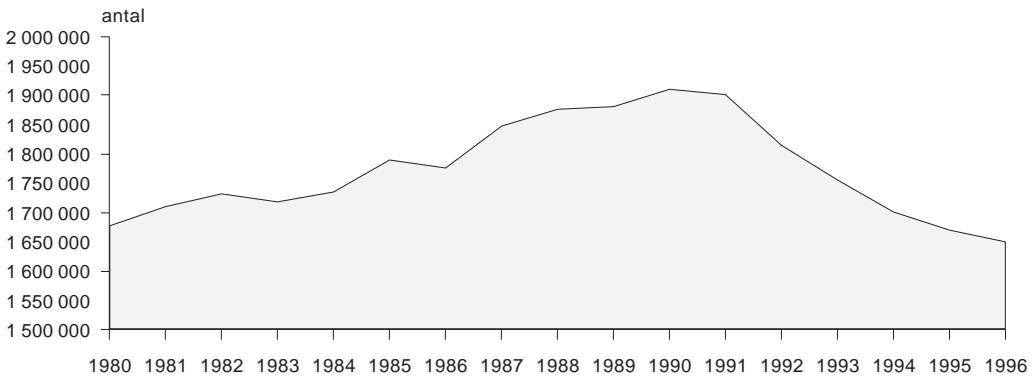
Figur 2. Spridning och BNP i samma takt?



Keski-suomalainen och *Savon Sanomats* spridning har utvecklats i linje med ökning av bruttonationalprodukten. Det fanns en relation mellan BNP och spridningen fram till början av 1990-talet, men denna relation bröts då lågkonjunkturen i början av decenniet övergick till ett ekonomiskt uppsving. Tidningsprenumerationer reflekterades inte längre av den ökade nationalprodukten utan en del människor hade "permanent" avstått från sin tidning.

Källor: Statistik över spridningen av *Keski-suomalainen* och *Savon Sanomat*.

Figur 3. Spridning av finskspråkiga sjudagarstidningar



Den finskspråkiga dagspressen förlorade över 270 000 prenumerationer på 1990-talet.

Källor: Statistik över spridningen, Finlands Mediagranskning, Finlands presshistoria, del 5-7.

till den ökning i prenumerationer som man väntat, utan minskningen av prenumerationerna fortsatte fram till år 1997. Vad var det som hade hänt? Var inte finländarna det tidningsläsande folk man trott?

Prenumerationerna på dagstidningar och samtidigt läsandet minskade på 1990-talet. Först drabbades de största städerna. I varje stor stad kunde man till tidningsutgivarnas fasa finna stadsdelar eller delar av stadsdelar där mindre än hälften av hushållen prenumererade på en sjudagarstidning. (Mervola 1996) Ta till exempel Jyväskylä och *Keskisuomalainen*. Den genomsnittliga spridningen för *Keskisuomalainen*s del hade i Jyväskylä varit över 90 procent ända sedan 1960-talet. Därtill prenumererade 14-15 procent av människorna på *Helsingin Sanomat*. (Tabell 1.)

Bakom de siffror som anger den genomsnittliga procentuella spridningen döljer sig hela den drastiska utvecklingen. Då man undersöker de mer exakta siffrorna får de olika stadsdelarna finna snabbt områden där endast 25-45 procent av hushållen prenumererar på någon sjudagarstidning överhuvudtaget. Sådana områden finner man i höghusförstäder, där upp till var tredje människa är arbetslös. På dessa områden bor också många ungdomar, unga familjer och pensionärer.

Uppenbarligen prenumererade man ännu på 1980-talet flitigt på *Keskisuomalainen* även i höghusområdena. Den genomsnittliga spridningen av denna tidning var 95-98 procent under hela decenniet. Då spridningen ens i de bästa områdena knappast översteg hundra procent, kunde den inte

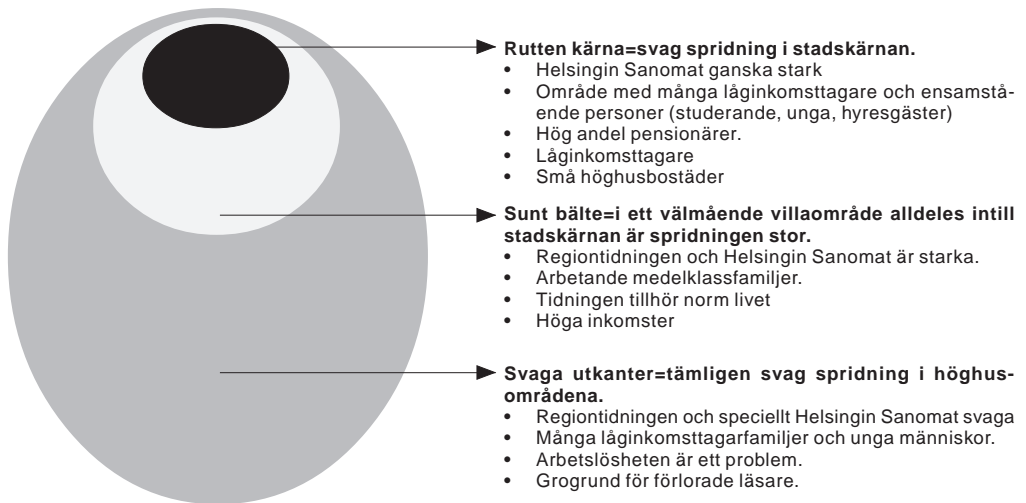
Tabell 1. Tidningarna *Keskisuomalainen* och *Helsingin Sanomat*s täckning i Jyväskylä

	Keskisuomalainen	Helsingin Sanomat
1960	92.7	18.2
1970	92.5	13.2
1980	98.3	14.5
1990	95.5	15.1
1995	85.5	15.5
1997	74.3	14.1

I början av 1990-talet minskade spridningen av *Keskisuomalainen* i Jyväskylä. *Helsingin Sanomat*s spridning har varit stabilare.

Källor: Spridningssiffrorna för *Keskisuomalainen* och *Helsingin Sanomat*.

Figur 4. Spridningskretsarna i staden



Det finns en relation mellan prenumeration och bostadsort i städerna. Människorna i höghusområden prenumererar på betydligt färre tidningar än de som är bosatta i villa- och radhusområden. De flitigaste prenumeranterna bor i medelklassområden, i villa- och radhusområden kring stadskärnan, där människornas ekonomiska resurser är bra. Över hälften av invånarna i förstädernas höghusområden har avstått från att prenumerera på en tidning.

vara särskilt låg någonstans. På 1980-talet prenumererade över 80 procent av hushållen på *Keskisuomalainen* även i de sämsta områdena.

Utebliven prenumeration på dagstidningar och att de sålunda inte blir lästa är inte vanligt bara i höghusområdena i städerna och stadskärnan. I Finland fanns det 1997 totalt 47 finskspråkiga kommuner där endast mindre än hälften av hushållen prenumererade på någon sjudagarstidning. Sådana orter var bl a Heinola, Hartola, Valtimo, Imatra, Varkaus, Pyhäjoki och Kuusamo. Gemensamt för de här orterna är, att de har en stark lokaltidning. Denna kan utkomma en eller ett par gånger i veckan, men i många småstäder läser man mest en lokal- eller regiontidning, som utkommer 3-6 gånger per vecka. I sådana småstäder är det svårt för en nutida regionförankrad dagstidning att få prenumeranter och läsare.

Enligt Suomen Mediatarkestus (Finlands Mediagranskning) siffror är dagstidningarnas spridning under 80 procent i sydvästra och södra Finland. I Satakunda, Egentliga Finland, Nyland, Tavastehuslän och delvis i mellersta Finland är dagstidningarnas sammanräknade spridning i allmänhet 60-80 procent. I dessa områden sjönk tidningarnas spridning redan i början av 1990-talet till den nivå,

där den låg år 1997. I slutet av årtiondet har spridningen gått ner också i andra delar av Finland. Antalet prenumerationerna på dagstidningar var lägst bland Humppilaborna och Tammelaborna år 1997. Endast 17,5% av hushållen i Humppila prenumererade på en sjudagarstidning och i Tammela var motsvarande siffra 15,9%. I bägge kommunerna hade invånarna ersatt den dagliga tidningen med en stor lokaltidning och andra medier.

I Finland finns det fortfarande kommuner där det läses mycket. Mest dagstidningar prenumererade av Uukuniemiborna år 1997 (spridning 121,0%) och Muonioborna (121,2%). I Uukuniemi var Itä-Savos spridning väldigt hög, hela 97,9 procent. Dessutom försöker *Etelä-Saimaa* få några spridda prenumeranter och *Helsingin Sanomat* har ett visst underlag i kommunen. I Muonio tävlar två tidningar, *Lapin Kansa* och *Pohjolan Sanomat*, nästan jämnstarkt om prenumeranterna. Några enstaka prenumeranter i kommunen har *Kaleva* och *Helsingin Sanomat*.

Det prenumereras på mest tidningar i kommuner där två eller flera tidningar fortfarande på fullt allvar tävlar om prenumeranterna. År 1997 utgjorde Västra Lappland, Yttre Savolax samt gränstrakterna i Östra Savolax, Norra Karelen och Södra Karelen dylika tävlande områden. I dessa områden var dags-

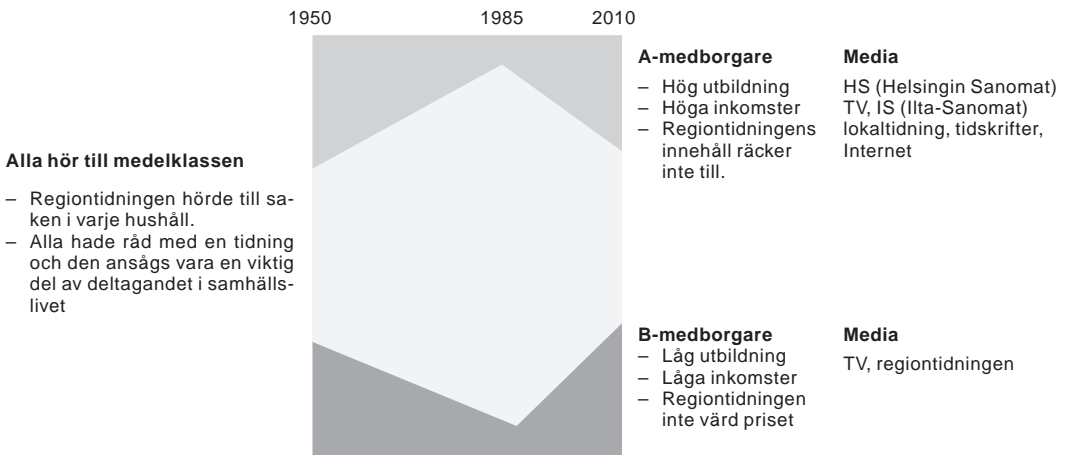
tidningarnas spridning över hundra procent. I Syd-österbotten var tidningarnas sammanlagda spridning påfallande hög ända fram till mitten av 1990-talet, men nu börjar människorna där så småningom prenumerera på allt färre tidningar. Fusionen mellan *Ilkka* och *Pohjalainen* medverkade till detta då *Pohjalainen* avstod från att eftertrakta stor spridning på största delarna av *Ilkka*'s territorium. Slutet på det långa kriget mellan dessa två tidningar kommer troligtvis att leda till en fortsatt minskning för bådas del i det finskspråkiga Sydösterbotten.

Varför har prenumerationerna på tidningar och samtidigt också läsandet minskat på 1990-talet? Svaret på den frågan kan först sökas i det förändrade konkurrensläget. Så sent som på 1970-talet hade konkurrensen mellan regiontidningarna på samma område vanligen lett till att den ena av tidningarna avgick med segern. Dessa ledande tidningarnas ställning var bra på 1970-talet. De dominerade informationsflödet i sin region suveränt. En riksfattande nyhetstävling pågick mellan radion och rikstidningarna (*Helsingin Sanomat* och *Uusi Suomi*). Den regionala och lokala tidningen mötte ingen konkurrens då det gällde lokala och regionala nyheter. Mediernas underhållande roll upprätthölls i stort sett av tidningen eftersom televisionen inte kunde en bjuda tittarna på ett digert programutbud.

När det gällde annonser kunde den ledande tidningen operera tämligen fritt då konkurrensen var obetydlig.

Situationen på mediemarknaden förändrades i slutet av 1980-talet och på 1990-talet. När det gällde att förmedla nationella och internationella nyheter tog televisionen över makten. Det blev kärvtider för lokala och regionala nyheter när lokalradio, lokal-tv och allt flera nya lokal- och stadstidningar dök upp på marknaden. Televisionen och dagspressen visade sig vara de starkaste underhållande medierna. Tidningarnas verksamhetsfält begränsades även av den ökade tidskriftsfloran som snabbt fick nys om olika fritidsintressen och livsstilar. De ledande regiontidningarna fick många konkurrenter då det gällde att förmedla annonser och var och en av dessa konkurrenter åt bitvis upp den förra ledarens makt. Tidningarnas andel av reklamvinsterna pressades drastiskt ner av direktreklam, lokalradio, tv, gula börsen och liknande. Så sent som i slutet av 1980-talet tog tidningarna hem 69 procent av reklamvinsterna, men redan i mitten av 1990-talet hade andelen gått ned till ca 56 procent. I och med att tidningarna förlorade annonser till konkurrerande medier, miste de samtidigt en del av sin dragningskraft i läsarnas ögon. Människorna tenderar ju att uppleva reklam som viktigt stoff i en tidning.

Figur 5. Nationen tudelas



Dagspressens framgång i Finland har baserat sig på ett medelklassamhälle. I ett medelklassamhälle har människorna önskat prenumerera på en tidning och kunnat göra det. Ända sedan slutet av 1980-talet har medelklassutvecklingen varit på tillbakagång och en del människor faller bort från medelklassen och hamnar i den nya B-klassen. Å andra sidan stiger somliga människors utbildnings- och förmögenhetsnivå och de utgör den nya A-klassen, som gynnar s.k. kvalitetsmedier. Den minskande medelklassen försämrar ställningen hos den finska pressen som riktar sig till hela befolkningen i en viss region.

Den finansiellt sett kraftiga ökningen av medie-marknaden på 1980-talet ingav regiontidningarna den falska illusionen att det finns plats för alla på marknaden. Det var först lågkonjunkturen i början av 1990-talet som visade hur allvarligt läget var. Regiontidningarna har förlorat kontrollen över sin region och de är tvungna att dela sin region med andra medier.

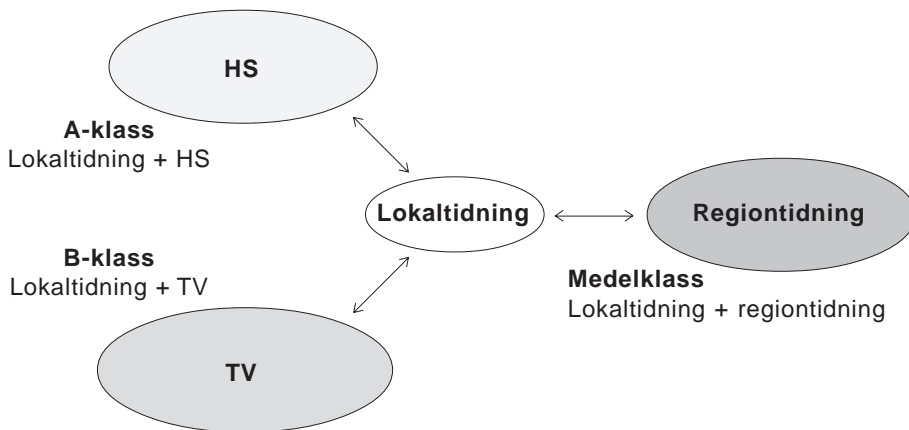
Samtidigt som regiontidningarna förlorade sin monopolställning har samhället börjat tudelas. Nu talas det om A- och B-människor. Den utveckling i riktning mot medelklassen som har förstärkt regiontidningarna är nu på väg åt fel håll och håller på att upplösas. Den långsamma upplösningen av medelklassen driver bort folk från regiontidningar medan de nya s.k. överklasserna tar någon kvalitetstidning (*Helsingin Sanomat*) och kanske nätverken (Internet) och de s.k. underklasserna vänder sig mot tv, lokaltidningar och kvällspress.

När man talar om regiontidningarnas utveckling glömmer man ofta bort samhällsutvecklingens inverkan. Från och med 1950-talet utvecklades det finska samhället till ett medelklasssamhälle och denna utveckling nådde sin kulmen i radikalismen i

början av 1970-talet. När det finska samhället utvecklades till ett medelklasssamhälle ökade inkomsterna snabbt. Samhället utjämnades även i fråga om åsikter. Tidigare hade de allra fattigaste finländarna, (reservarbetskraften, pigorna osv) inte riktigt känt sig som en del av samhället. Medelklassutvecklingen infogade dem tätt i samhället. Denna assimilationsprocess påverkade även behovet av information. När en piga som tidigare arbetat som barnvakt hemma hos förmögna människor utbildade sig till barnträdgårdslärare blev hon också mer intresserad av hur samhället fungerade. Den högre utbildningsnivån och levnadsstandarden utvidgade marknaden för tidningarna och särskilt regiontidningarna. I medelklasssamhället hörde en regional sjudagars-tidning till vardagslivet. Att läsa tidningen ansågs vara en medborgerlig plikt i samhället som framhävde jämställdhet, enhetlighet och välfärd. I Finland skedde tidningarnas spridning samtidigt med den ökade välfärden.

Samhällsutvecklingen har en kraftig inverkan på den minskade prenumerationen och tidningsläsandet. Den regionala pressen har traditionellt haft en nära anknytning till välfärdssamhället både i Fin-

Figur 6. Mediamixer



Indelningen av människor i A-, medel- och B-klass förändrar masskommunikationens ställning. Varje människogrupp väljer ut den mediamix som passar den bäst och tillfredsställer sålunda sitt behov av information och underhållning. A-klassen gynnar *Helsingin Sanomat* och kan även prenumerera på en lokaltidning. Den kan så småningom avstå från regiontidningen. Medelklassen läser både region- och lokaltidningen. Den kan avstå från regiontidningen om lokaltidningen innehåller riklig och mångsidig information om regionala angelägenheter. Människorna av B-klass tittar mycket på tv och prenumererar kanske på en förmånlig lokaltidning. Alla tre grupperna tittar på tv, men regiontidningen och en kvalitetstidning typ *Helsingin Sanomat* har en tendens av att höra hemma i en viss profilerad människogrupp. En kvalitetstidning är A-klassens och en regiontidning medelklassens viktigaste informationskälla.

Tabell 2. Tidningen *Keskisuomalainen*s spridning i Jyväskylä och i andra delar av mellersta Finland

	i Jyväskylä	i andra delar av mellersta Finland
1960	92.7	60.6
1970	92.5	65.6
1980	98.3	70.3
1990	95.5	70.8
1995	85.5	64.8
1997	74.3	60.3

Spridningen av *Keskisuomalainen* minskade på 1990-talet särskilt i Jyväskylä. I andra delar av landskapet var prenumeranttroheten starkare.

Källor: Spridningssiffror för *Keskisuomalainen*.

land och de andra nordiska länderna. Välfärdssamhället blev ”färdigt” i Norden i mitten av 1980-talet och sedan dess har det långsamt skurits ned. Denna långsamma nedskärning av välfärdssamhället har redan påverkat spridningen av tidningarna och kommer att söndersmula regiontidningarnas läsekrets. När en del av befolkningen hamnar i utkanten av samhället på grund av arbetslöshet och fattigdom avstår de från regiontidningen.

När man väl vant sig vid att den inte finns i brevlådan på morgonen har man inte ens saknat den. Man vänjer sig snabbt.

Man, 56, arbetslös montör (Hujanen 1997)

Att man inte har någon tidning börjar på 1990-talet bli ett vanligt fenomen bland B-människorna särskilt i städerna. På landsbygden tycks människorna prenumerera på en tidning längre även om deras ekonomiska och samhälleliga levnadsvillkor motsvarar stadskusinernas. Å andra sidan blev det aldrig en lika vanlig företeelse på landet att prenumerera på en tidning som i städerna (tabell 2) så man kan anta att de sämst lottade på landsbygden alltid varit utan dagstidningar. De har bara läst lokaltidningar. De lägsta socialgrupperna intresserar sig mest för lokala angelägenheter medan de mer allmängiltiga nyheterna inte intresserar dem på samma sätt.

Minskningen i tidningsprenumerationer har även påverkats av förändrad tidsanvändning. Så sent som på 1960- och 1970-talen lade sig människorna ett par timmar tidigare än på 1990-talet. Å andra sidan sover människorna nuförtiden längre på morgonen, så det blir inte mycket tid över för att läsa tidningen förrän det är dags att fara till jobbet. Den förändrade livsrytmen beror delvis på det förändrade medieutbudet. Televisionen håller människorna längre uppe på nätterna, men delvis kan förändringen bero på den urbana livsstilen där det är

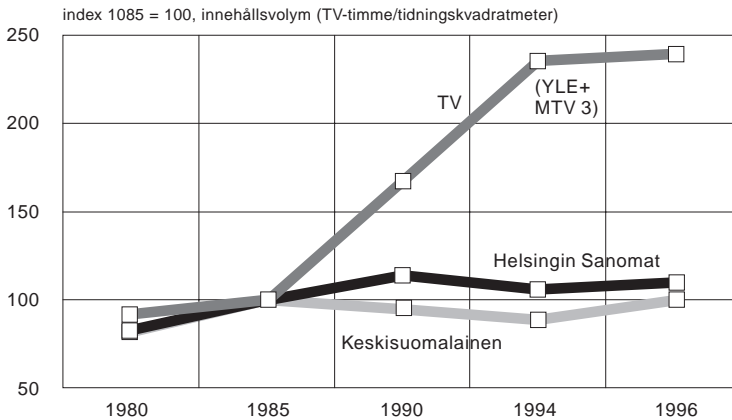
mer acceptabelt att hålla sig vaken längre på kvällarna och sova längre på morgnarna än i landsbygdskulturen.

Ur en vanlig människas eller läsares synvinkel råkar man ut för en djungel av tämligen komplicerade medieval när man ska prenumerera på en tidning på 1990-talet. Olika människogrupper kan tillfredsställa sin nyfikenhet genom många olika slags medieval nuförtiden. En ung studerande flicka kan till exempel få sitt behov av riksomfattande nyheter och romantisk underhållning tillfredsställt med hjälp av televisionen. Hon följer kanske med lokala nyheter genom att lyssna på lokalradion och läsa gratistidningar. En pensionerad man kan för sin del följa med de lokala nyheterna i tidningen och förströ sig genom att lyssna på radio under dagens lopp. En man som har arbete läser däremot kanske lokaltidningarna för att få reda på olika myndighetsbeslut. Han följer kanske med vad som händer på riksnivån genom att läsa *Helsingin Sanomat* och tittar på sportprogram i tv. De flesta människors valsituation kan dock beskrivas förenklat såsom ett grundschema (figur 7). De förändrade medievalen kommer så småningom till synes på tidningsmarknaden. *Helsingin Sanomats* andel på tidningsmarknaden har under de senaste tjugo åren ökat medan landsortspressen på andra orter har hamnat i försämrad position. En del människor tycks ha löst problemet med val av medier så att de läser både *Helsingin Sanomat* och lokaltidningar och tittar på tv. I denna situation har regiontidningarna blivit lidande.

Jag tycker att den (*Keskisuomalainen*) är på något vis..., jämfört med t ex *Helsingin Sanomat* är den mycket ofullständigare eller att det inte finns så mycket information i den.
Kvinna, 19, arbetslös (Hujanen 1997)

En viktig faktor i konkurrensen mellan tidningarna har varit mängden innehåll. Människorna har länge

Figur 7. Televisionen har ökat sitt utbud snabbare än tidningarna



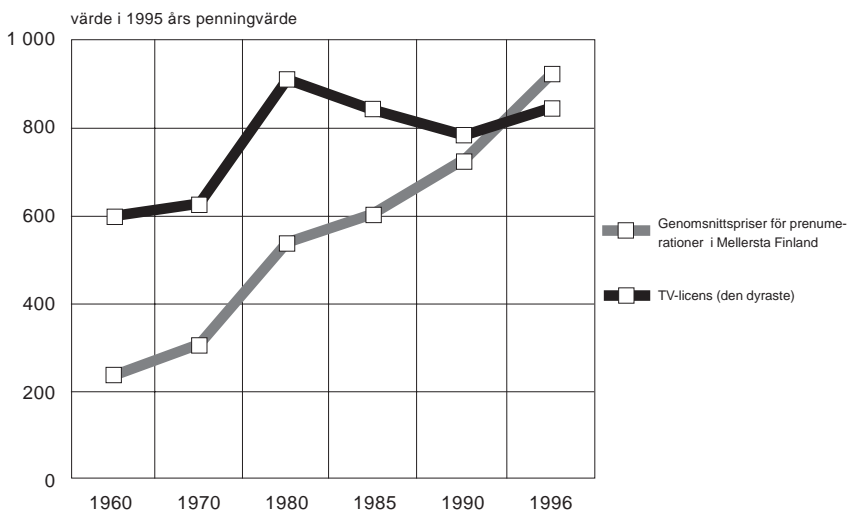
Konkurrensläget mellan televisionen och tidningarna var 1985 bra ur tidningarnas synvinkel. Televisionen var en konkurrent men den hade inte blivit det avgörande mediet i människornas medvetande. I figuren har televisionens och tidningarnas innehållsvolym indexerats till hundra för året 1985. Televisionen dubblade sitt utbud 2 och en halv gång på tio år. Tidningsutbudet förblev detsamma. Att televisionen ökade sitt utbud gjorde den mer attraktiv för publiken. Tidningarna däremot förlorade något av sin dragningskraft eftersom de inte kunde bjuda sina läsare på nytt stoff.

valt den tidning som innehållit fler historier och annonser än konkurrenterna. Som amerikanerna brukar fråga: "Vem har den största bifven i sin hamburgare?". Tydligt fungerar samma logik även i konkurrensen mellan de olika medierna. Televisionen har lyckats öka sitt utbud fortare än tidningarna.

Människorna tenderar att söka sig till den framgångsrika. Televisionen har lyckats locka till sig publik på bekostnad av tidningarna. Också annonsörerna har övergått till att använda televisionen.

Tidningsprenumerationerna borde betraktas även som en kostnadsfråga (figur 8). Tidningarna har tra-

Figur 8. Regiontidningens och tv-licensens prisutveckling



TV-licensen har traditionellt varit betydligt dyrare än årsprenumerationen på en tidning. I början av 1990-talet blev tidningarna dyrare än tv-licensen.

ditionellt ansetts vara billiga och med hjälp av olika reklamkampanjer har tidningarna försökt hålla denna uppfattning vid liv. Olyckligt nog för tidningarna, omvandlades uppfattningen om tidningspriser till det motsatta på 1990-talet.

Inte är det... inte är jag så fattig att (skrattar) jag inte hade råd men, men (funderar) jag har hört att människorna tycker det är lite dyrt.
Ensamstående kvinna, 46, städare (Hujanen 1997)

Är det sant att priset är högt? Undersöker man den historiska prisutvecklingen finner man att påståendet stämmer. Så sent som år 1960 kostade en regiontidning ca 240 mk omräknat till 1995 års penningvärde. Prenumerationspriset har långsamt och lömskt stigit ända sedan 1950-talet. Prenumerationspriset på regiontidningarna har stigit nominellt och reellt. Prenumerationspriset på t ex *Savon Sanomat* har tredubblats från 1970 till 1996. Penningvärdet har med levnadskostnadsindex omräknats till 1995 års värde. Det ger en bra bild av pengarnas köpkraft i relation till människans grundbehov, speciellt i fråga om livsmedel och utrustning för hemmet. Om man tillämpar en annorlunda skala, dvs arbetstimmar för en industriarbetare märker man att prisstegringen inte är så stor. År 1970 måste en industriarbetare arbeta bara nio timmar för att med sin bruttolön kunna prenumerera på *Savon Sanomat*. År 1996 var han tvungen att arbeta 15 timmar för en årsprenumeration. Om man därtill be-

traktar att beskattningen även i någon mån stramats åt så har *Savon Sanomat* och andra regiontidningar blivit rätt dyra.

Då man jämför, som i tabell 3, tidningens prenumerationspris vid olika tidpunkter, måste man naturligtvis komma ihåg att även produkterna förändras. På 1990-talet finns i varje regiontidning specialsidor (ekonomi, kultur osv.), vilka inte var några självklarheter år 1960. Regiontidningarna har sedan 1960-talet utvecklats till allmäntidningar som innehåller de viktigaste lokala, riksomfattande och internationella nyheterna. Detta har lett till att tidningarnas kostnadsstruktur blivit allt tyngre och fått tidningarna att prissätta sig allt högre. Prissättningen av tidningarna har grundat sig på den allmänna kostnadsnivån för produktionen, och priset på en årsprenumeration har fastställts enligt de egentliga kostnaderna. En marknadsbaserad prissättning med beaktande av konkurrensläget har varit praktiskt taget ett okänt begrepp. Tidningar som haft monopolställning har i sin prissättning egentligen inte behövt bekymra sig om "marknaden".

Ökningen av prenumerationspriserna och konsekvenserna därav har ett samband med hur människornas disponibla tillgångar. Har man mycket pengar att göra av med är inte prenumerationspriset avgörande. Hushållens köpkraft och levnadsstandard har ökat tämligen jämt ända sedan 1950-talet. Hushållen har i princip alltid haft extra pengar för att använda på nya konsumtionsartiklar. Enligt Statistikcentralens undersökningar har prenumera-

Tabell 3. Priset på en årsprenumeration

	1950	1960	1970	1980	1985	1990	1996
Keskisuomalainen							
1995 års penningvärde	153	242	374	548	632	710	952
arbetstimmar	7.6	9.8	10.7	11.7	12.6	12.3	14.3
Savon Sanomat							
1995 års penningvärde	136	242	312	586	679	761	971
arbetstimmar	6.8	9.8	8.9	12.5	13.5	13.2	14.6
Helsingin Sanomat							
1995 års penningvärde	241	404	449	685	736	776	1042
arbetstimmar	12.0	16.3	12.9	14.6	14.6	13.4	15.6

Priset på ett års prenumeration har omräknats till 1995 års penningvärde enligt levnadskostnadsindex. Indexet ger en bra bild av penningvärdet i relation till baslivsmedel och vardagliga förnödenheter. 1996 års pris har omräknats till 1995 års pris med inflationskoefficienten, inflationsnivå 0,7%. Arbetstimmar som behövs för att betala en årsprenumeration har räknats enligt bruttotimlönerna för en manlig industriarbetare. Beskattning har inte beaktats.

Källor: Tidningarnas prislister, levnadskostindex, genomsnittlig bruttolön för manliga industriarbetare enligt Statistikcentralen.

Tabell 4. Tidningarnas andel av hushållsutgifterna (%)

	1966	1976	1985	1994
Tidningar och tidskrifter	0.91	1.30	1.55	1.61
Tidningar (totalt)	0.45	0.64	0.82	0.93
Tidningsprenumerationer	0.42	0.60	0.70	0.78
Tidningarnas lösnummer	0.02	0.04	0.09	0.15
Tidskrifter	0.47	0.66	0.62	0.62

Tidningarnas andel av hushållsutgifterna har ökat stadigt. Försäljningen av lösnummer tycks ha ökat mest på 1990-talet. Tidskrifternas andel har inte stigit sedan 1970-talet.

Källor: Statistikcentralens enkäter till hushållen.

tionskostnadernas andel av alla hushållskostnader gått upp ända sedan 1960-talet. Ökningen av prenumerationspriset har således hela tiden varit snabbare än hushållens inkomstökningen. En dylik utveckling kan i princip inte fortsätta i all oändlighet eftersom följderna i extrema fall vore att alla hushållsinkomster skulle gå åt till en tidningsprenumeration. Granskar man å ena sidan följande tabell över prenumerationsprisernas andel av hushållsinkomsterna och å andra sidan håller i minnet prisökningen i relation till levnadskostnadsindex och dessutom kommer ihåg hur spridning av tidningar minskade i början av 1990-talet kan man inte undgå att märka, att tidningarna senast i början av 1990-talet delvis har prissatt sig ut ur läsarmarknaden. En del människor accepterar inte eller kan inte längre acceptera (arbetslöshet) prenumerationspriserna i jämförelse med andra förnödenheter och i jämförelse med deras disponibla inkomster.

Är finländarna fortfarande ett tidningsläsande folk? Svaret är fortfarande lätt att ge. Det är de, även om den största iveren att läsa och prenumerera har

minskat på 1990-talet. Men om upplösningen av välfärdssamhället och uppdelningen av människorna i A- och B-klass fortsätter, kan man säga att så inte är fallet efter några år. Den utveckling som nagat tidningarnas prenumerantkrets i kanterna bryter så småningom ned de små och medelstora sju dagarstidningarnas prenumerationsbas. I denna situation har de två alternativ: antingen att förvandla tidningen till en fyra-femdagars lokaltidning eller att låta tidningen ingå som en del i en stor mediekedja. Väljer man att bli en lokaltidning förlorar man prenumeranter snabbt och drastiskt. Om man blir en länk i en mediekedja försvagar däremot konkurrensen mellan tidningarna och tävlingen om läsarna i samma geografiska region upphör. Detta minskar det sammanlagda antalet prenumeranter. Konkurrens och konkurrerande utbud tycks alltid ha ökat även konsumtionen av produkten – i det här fallet tidningen.

Översättning: *Marianne Forsberg*