

Poulsen, Jørgen m fl:

Dagbladsprojektet

*Kommunikationsuddannelsen, Roskilde Universitetscenter
1996. Fem rapporter. 574 sidor*

När *Fyens Stiftstidende* i Odense 1993 bröt med den flera hundra år gamla traditionen inom dansk landsortspress att vara eftermiddagstidning och blev *Morgonposten Fyens Stiftstidende*, uppfattades det bland svenska pressforskare som inledningen till en ny epok i dansk press. En allmän övergång till morgonutgivning i landsorten skulle inte bara stärka de lokala och regionala dagstidningarna i förhållande till rikstidningarna (*Jyllands-Posten* och tidningarna i Köpenhamn) utan också förbättra den danska dagspressens ställning i konkurrensen med andra medier. Denna slutsats låg nära till hands, eftersom det var just det som hänt i Sverige, när landsortstidningar bytt från eftermiddags- till morgonutgivning.

Från danskt håll betraktades denna, på svenska erfarenheter baserade bedömning med viss skepsis. En utredning från Danska Dagbladets Forening hade nämligen 1987 varnat landsortstidningarna för att ändra utgivningstid med hänvisning till enorma omställningskostnader och stora risker för att hamna i direkt konkurrens med de riksspridda morgontidningarna.

För att få underlag för en ny prövning av frågan om morgonutgivning tog Dagspressens Fond, kort tid efter *Morgonpostens* övergång, initiativ till ett forsknings- och utvecklingsprojekt om lokala och regionala eftermiddagstidningar. Uppdraget lämnades till Jørgen Poulsen vid Roskilde Universitetscenter.

Projektet, som kallades Dagbladsprojektet, startades hösten 1994 och avslutades våren 1996 med en huvudrapport och fyra delrapporter. Huvudrapporten heter, *Lokale og regionale dagblade – morgon eller eftermiddag?*, vilket är missvisande, eftersom projektet egentligen handlar om strategier för lokal-tidningar.

Jørgen Poulsen och hans medarbetare – Anker Brink Lund, Carsten Y Hansen och Elisabeth Frank Larsen – har gjort ett utmärkt arbete såväl empiriskt (främst läsarundersökningar) som teoretiskt. Dagbladsprojektet kommer att röja väg för den nya epok som *Morgonposten* i Odense inlett, men det ser också ut att kunna bli början på något nytt i dansk medieforskning.

Läsarberoende som nödvändig drivkraft

Huvudslutsatsen i projektet är att tveksamheten inför morgonutgivning inom dansk landsortspress uttrycker en ovilja att betjäna den lokala marknaden. Därmed blir påstådda kostnadsökningar och konkurrensrisker inget annat än de obotfärdigas förhinder.

Det finns enligt projektets läsarstudier ett avstånd mellan journalister och läsare, som blivit så stort, att läsare efter läsare övergivit tidningarna. Enligt Poulsen gjorde sig journalisterna först oberoende av annonsörerna, sedan självständiga i förhållande till de politiska partierna, därefter fria i relation till chefredaktörerna och till slut oavhängiga av läsarna. Det är det senare som enligt Poulsen är det stora problemet.

Roskildeforskarna nöjer sig inte med att konstatera detta utan använder det empiriska materialet för att dra upp riktlinjer för en produktutveckling på läsarnas villkor. Argumenteringen för åtgärderna är lika genomtänkt som rapporteringen i övrigt. Åtgärderna relateras med hjälp av läsarstudierna till landsortstidningarnas viktigaste läsargrupper. Poulsen slår fast, att det är en grupp som tidningarna absolut inte får förlora, nämligen kvinnorna, och konstaterar, att det bara är en grupp som landsortspressen tvingas betrakta som förlorad, nämligen de medel- och högutbildade som är tidningsintresserade men för svala inför det lokala för att välja en lokaltidning.

I detta sammanhang saknar jag en diskussion om den nödvändiga förändringsprocessen. Det räcker inte med *Fyens Stiftstidendes* aldrig så manande exempel och projektrapporternas övertygande analyser och välgrundade förslag. Det behövs ett rejält omvandlingstryck på tidningarna. Hur skapas detta och av vem? Hur skall man bäst förhindra att de riks-spridda tidningarna, som kommer att drabbas, sätter käppar i hjulet?

Utvecklingsbar konkurrensteori

Mest teoretiskt intressant i Dagbladsprojektet i ett svenskt perspektiv är analyserna av tidningskonkurrensen. Utgångspunkten för dessa analyser är Niels Thomsens klassiska tillväxtmodell och de svenska konkurrensteorierna, upplagespiralen och täckningsgradsteorin. Poulsen visar med önskvärd tydlighet, att den senare modellen kan utvecklas med hjälp av Dagbladsprojektet.

Täckningsgradsteorin bygger på studier av svenska tidningsmarknader, där förstatidningar som regel har minst 50 procent i hushållstäckning och andratidningar högst 40. I Danmark finns det inte längre några andratidningar utanför Köpenhamn, och danska förstatidningar kan i bästa fall redovisa en täckningsgrad på 40 procent. Begreppen hög- och lågtäckningstidning får därmed en annan innebörd i Danmark och 50 procent i täckningsgrad blir inte som i Sverige en nedre gräns för garanterad lönsamhet. Vilka förändringar behöver göras i täckningsgradsteorin, för att den skall gälla för marknader, där tidningar har högst 50 procent i hushållstäckning? Svaret är av generellt intresse, eftersom även svenska förstadagstidningar kan hamna under 50 procent, dvs om deras avstånd till läsarna ökar.

Ett sätt för Jørgen Poulsen och hans medarbetare att komma vidare teoretiskt är att inleda samarbete med Den Grafiske Højskole och Hans Degn som samlat in uppgifter om danska tidningars ekonomi i mer än 25 år. Ett annat sätt är att ta kontakt med de båda engelska lokalpressforskarna Bob Franklin och David Murphy. Deras arbete, *What news? The Market, Politics and the Local Press* (Routledge, London 1991), är faktiskt det enda jag saknar i projektets i övrigt välmatade bibliografi.

*Karl Erik Gustafsson
Handelshögskolan
vid Göteborgs universitet*