

VITA FLÄCKAR OCH PUBLIC SERVICE

Gunnar Nygren, professor i journalistik
Södertörns högskola

INNEHÅLL

Förord	3
Sammanfattning	4
VITA FLÄCKAR OCH PUBLIC SERVICE	5
Lokala medieekologier i förändring	5
Vita fläckar i den lokala journalistiken?	7
Konsekvenser för innehållet?	8
Nya lokala medier och plattformar	9
Kan de nya lokala medieplattformarna ersätta de gamla?	11
Hur ska begreppet "vita fläckar" definieras?	12
Public service och lokaljournalistiken	14
Ett större ansvar i framtiden?	15
Några slutsatser	15
Referenser	17

|||||

MYNDIGHETEN FÖR PRESS, RADIO OCH TV
ISBN 978-91-983978-4-0
Författare Gunnar Nygren, professor Södertörns högskola
Grafisk form Martin Zachrisson
Distribution Myndigheten för press, radio och tv, 08 580 070 00, www.mpr.se
Publicerad Maj 2018

|||||

Förord

Myndigheten för press, radio och tv arbetar för yttrandefrihet samt stödjer möjligheterna till mångfald och tillgänglighet inom press, radio och tv. Därutöver ska myndigheten följa och analysera utvecklingen inom medieområdet samt sprida kunskap om den till allmänheten. Myndigheten ska även publicera statistik och annan information om ägande- och branschstruktur, teknik, innehåll och ekonomiska förhållanden inom medieområdet.

Mot slutet av 2017 gav regeringen myndigheten i uppdrag att – mot bakgrund av medieutvecklingen, och särskilt dess påverkan på lokal och regional journalistik – analysera effektiviteten i de villkor som reglerar SR:s och SVT:s uppgift att spegla förhållanden i hela landet utifrån geografiska utgångspunkter.

Den 15 mars 2018 redovisades analysen till Regeringskansliet (Kulturdepartementet) (Ku2017/02645/MF). Analysen kommer att överlämnas till den parlamentariska public service-kommittén som har i uppdrag att lämna förslag om regleringen av radio och tv i allmänhetens tjänst (Ku 2016:06).

Gunnar Nygren, professor i journalistik vid Södertörns högskola, har på myndighetens uppdrag tagit fram ett underlag som ger en kompletterande bild av de senaste årens medieutveckling och dess påverkan på lokal och regional journalistik. Underlaget var en viktig del i myndighetens analys.

För att ytterligare tillgängliggöra underlaget publiceras det i sin helhet i denna rapport.

Globen i maj 2018

Charlotte Ingvar-Nilsson

Generaldirektör

Sammanfattning

Den här rapporten sammanfattar aktuell forskning om hur de lokala mediesystemen förändrats. Syftet är att ge en bild av konsekvenserna och att identifiera de svagt bevakade områdena i landet. Utgångspunkten är människors möjligheter att ha tillgång till den information de behöver som aktiva medborgare, det vill säga mediernas roll som en del av demokratins infrastruktur. Rapporten, som avslutas med en diskussion om vilken roll public service kan ha i den framtida lokaljournalistiken, är framtagen av Gunnar Nygren, professor i journalistik, på uppdrag av Myndigheten för press, radio och tv.

Det svenska mediesystemet har byggt på en mångfald av lokala medier. De lokala och regionala tidningarna har varit ryggraden i den svenska medierna, tidningsläsningen har varit hög och omfattat alla sociala grupper. De lokala och regionala tidningarna har varit både en offentlig sfär för det demokratiska samtalet och en marknadsplats för lokalt och regionalt näringsliv. Men de senaste 10-15 åren har detta förändrats i grunden när mediesystemet digitaliserats och lokal- och regionaltidningar tappat en del av sin centrala roll. Sedan 2008 har de typer av medier som också producerar nyhetsjournalistik förlorat en tredjedel av sina annonsintäkter, en stor del av dessa har gått till företag som Google och Facebook. Det har i sin tur lett till att de lokala och regionala tidningarna har omstrukturerats och ägandet har samlats i ett antal stora koncerner. Mindre redaktionella resurser och samordning av innehållsproduktion har lett till färre lokalredaktioner och innehållsanalyser visar att lokalbevakning på distans ofta leder till mindre fördjupat innehåll med lokal anknytning och mer lättproducerad ”blåljus”-journalistik.

Bevakningen av det lokala samhället är inte jämnt fördelad över landet. Det finns två typer av kommuner och regioner där den redaktionella närvaron av dagstidningar och public service är särskilt svag:

- Glesbygdskommuner och kommuner med mycket turism.
- Förortskommuner runt storstäder och medelstora städer.

Totalt sett har public service-bolagens regionala bevakning stärkts de senaste åren, men sammantaget har de mindre resurser än de kommersiella aktörerna och den lokala förankringen är betydligt svagare. Den större delen av det lokala nyhetsflödet kommer fortfarande från dagstidningar.

En slutsats är att public service i takt med nedskärningar i kommersiella lokala och regionala medier får en allt viktigare roll i medieekologin. Andra typer av aktörer och plattformar får också en större roll i de lokala offentligheterna – sociala medier, kommunala webbplatser och olika typer av hyperlokala medier. Alla dessa plattformar är både väl använda och viktiga för medborgarna, men de kan inte erbjuda den oberoende och professionella journalistik som finns inom traditionella dagstidningar och public service. Det innebär att när den kommersiella grundvalen för traditionella dagstidningar eroderar, så blir den kollektivt finansierade public service allt viktigare. Det finns ett tydligt behov av att stärka public service:s roll i den lokala och regionala journalistiken för att slå vakt om mediernas roll som en del av den demokratiska infrastrukturen. Det kan till exempel ske genom resursförstärkning, ytterligare fokus på det lokala innehållet eller genom journalistiska samarbeten med kommersiella medier.

VITA FLÄCKAR OCH PUBLIC SERVICE

Gunnar Nygren, Södertörns högskola

Det svenska mediasystemet har byggt på en mångfald av lokala medier. De lokala och regionala tidningarna har varit ryggraden i den svenska medierna, tidningsläsningen har varit hög och omfattat alla sociala grupper. De lokala och regionala tidningarna har varit både en offentlig sfär för det demokratiska samtalet och en marknadsplats för lokalt och regionalt näringsliv (Gustafsson 1996, Weibull 2000).

Men de senaste 10-15 åren har detta förändrats i grunden när mediasystemet digitaliserats och lokal- och regionaltidningar tappat en del av sin centrala roll. Den här rapporten sammanfattar aktuell forskning om hur de lokala mediasystemen förändrats. Syftet är att ge en bild av konsekvenserna och att identifiera de svagt bevakade områdena i landet. Rapporten avslutas med en diskussion om vilken roll public service kan spela i den framtida lokaljournalistiken mot bakgrund av uppdraget att spegla hela landet utifrån geografiska utgångspunkter. Utgångspunkten är människors möjligheter att ha tillgång till den information de behöver som aktiva medborgare, det vill säga mediernas roll som en del av demokratins infrastruktur. Men det handlar också om vilken roll public service ska spela i relation till kommersiella lokala medier i detta framtida medielandskap.

Lokala medieekologier i förändring

I grunden för utvecklingen ligger digitaliseringen av mediasystemet. Läsningen av tryckta morgontidningar har nästan halverats sedan 2000, från att ca 75 procent av alla mellan 9-79 år läser en tryckt morgontidning en genomsnittlig dag till knappt 40 procent. Minskningen är mindre bland de äldre, och i den stora köpstarka gruppen mellan 25-44 år är minskningen av räckvidden katastrofal ur tidningarnas synvinkel – från 83 till 26 procent (Mediebarometern, ur Weibull m fl 2018).

Bakom minskningen ligger nya mönster i hur människor tar del av nyheter via dator och mobil. Det är inte i första hand de traditionella mediernas nät- och mobilupplagor som tagit över, utan andra typer av medier som lokala Facebookgrupper. Bland människor under 50 år är sociala medier den främsta kanalen/plattformen för att hålla sig uppdaterad om vad som händer på orten. I åldersgruppen 40-49 år är det 57 procent som använder sociala medier, t ex lokala Facebookgrupper minst tre dagar i veckan för de lokala nyheterna. Motsvarande siffra för lokaltidning och public service regionala nyheter är 36-40 procent (Nygren och Leckner 2016, se den bifogade tabellen bilaga 1).

De lokala medierna har till stor del finansierats av annonsintäkter, länge kom nästan 2/3 av de lokala och regionala tidningarnas inkomster från annonser. I det nya digitala medielandskapet har detta förändrats och reklampengarna hamnar i andra fickor. Sedan 2008 har de typer av medier som också producerar nyhetsjournalistik förlorat en tredjedel av sina annonsintäkter, de har minskat från 11,8 till 8 miljarder kronor. Samtidigt som de totala reklaminvesteringarna fortsätter att öka. En stor del av detta har gått till företag som Google och Facebook (Egge m fl 2017, Ohlsson 2017).

För att möta detta har de lokala och regionala tidningarna omstrukturerats, ägandet har samlats i ett antal stora koncerner. Sedan 2000 har de åtta största koncernerna ökat sin andel av den totala upplagan från 71 till 89 procent, och de kontrollerar nu 76 av de 93 hög- och medelfrekventa dagstidningarna (Ohlsson 2016). Inom koncernerna har produktionen samordnats och centraliserats

– sidproduktion och webbdeskar samlas till ett fåtal platser, IT-utveckling och administration sköts centralt i koncernerna (Nygren och Nord 2017). Syftet med samordningen är att kunna producera innehåll med allt knappare resurser, och att detta innehåll ska kunna publiceras både på papper (som fortfarande står för nästan alla intäkter) och i nya digitala kanaler.

En annan viktig förändring i den lokala/regionala journalistiken de senaste åren var när kommersiella TV4 lade ner sina regionala nyhetssändningar 2014. Sammanlagt 21 regionala redaktioner stängdes och 140 journalister fick se sig om efter nytt jobb. Som skäl angav TV4-ledningen att regionala TV-nyheter inte var lönsamma.

För att klara ekonomin har tidningskoncernerna minskat sin personal, såväl administration som redaktioner. I ett längre perspektiv har redaktionerna på stora regionala tidningar minskat med runt 40 procent mellan 2001 och 2015 (Nygren och Appelgren 2015). Minskningarna på redaktionerna har fortsatt, främst på de stora regionala och lokala tidningarna som bantat sina redaktioner mellan 15-20 procent mellan 2015-2017. Men genom samordningen av produktionen finns det fortfarande mycket innehåll i de redaktionella systemen, färre journalister kan producera lika många tidningar. Däremot har minskningen på de dagliga tidningarna i storstäderna nästan upphört, och inom public service har bemanningen varit stabil de senaste 5-6 åren. En enkät hösten 2017 med svar på 75 procent av landets nyhetsredaktioner ger följande bild av förändringen av redaktionella resurser (ur Nygren och Nord 2017).

Tabell 1: Antal redaktionella medarbetare 2017 samt förändringar de senaste 2 åren

	Antal redaktioner	Antal journalister 2017	Antal journalister 2015***	Förändring mellan 2015-2017 (antal)	Ökning/ minskning 2017-2015
Dagliga tidningar*	16	1597	1696	-99	-6%
Tidn 5-6 d/v*	29	1015	1270	-255	-20%
Tidn 3-4 d/v*	10	240	286	-46	-16%
Tidn 1-2 d/v*	40	211	218	-7	-4%
Nyhets sajter**	5	90	55	+35	64%
Nyhetsbyråer	2	180	205	-25	-12%
Gratis tidningar**	11	199	218	-19	-9%
SVT	15	653	660	-7	-1%
SR	18	657	600	+57	9%
TV4	2	132	139	-7	-5%
Totalt	149	4974	5347	-373	-7%

* Som tidningar definieras de mediehus som har sin historiska bas i papperstidning, och de har kategoriserats utifrån frekvens på papperstidningen. De producerar också innehåll på nyhetssajter och appar, webb-tv och webb-radio/poddar.

** Bland nyhetssajter och gratis tidningar har de 5 respektive 4 största utgivarna kontaktats. Inom dessa bolag svarade 11 respektive 5 redaktioner.

*** Enligt svaren i 2017 års enkät.

Mindre redaktionella resurser och samordning av innehållsproduktion har också inneburit att många lokala redaktioner stängt de senaste 10-15 åren. På många orter handlar det om att de två dagstidningarna numera har samma ägare, och att man därför bara har en redaktion för produktion av de lokala nyheterna till båda tidningarna (detta gäller t ex lokalredaktioner i Dalarna, Norrbotten och östra Småland). På andra orter stängs den enda lokalredaktionen och bevakningen görs från centralredaktionen och en eller ett par lokala redaktioner (t ex Jämtland och Närke).

En sammanställning av antalet lokalredaktioner inom de största dagstidningsgrupperna visar att antalet lokala redaktioner nästan halverats sedan 2004 (Nygren m fl 2017). Störst är minskningen inom Mittmedia som äger alla tidningar mellan Örebro och Örnköldsvik, som gått från 62 till 20 lokala redaktioner. Sammantaget har den lokala redaktionella närvaron minskat drastiskt sedan 2004, och en allt större del av lokaljournalistiken produceras på distans. På de orter som fortfarande har en lokal redaktion, så har mångfalden minskat när konkurrenten stängt.

Tabell 2: Antal lokalredaktioner för lokala och regionala tidningar 2004 och 2016*

(Tidningar som kommer ut tre dagar i veckan eller oftare)

Tidningskoncern och antal titlar	2004**	2016
Ander (9)	17	8
Bonnier (2)	13	5
Centerpartiet (3)	18	6
Sörmlandsmedia (3)	7	5
Gotamedia (11)	44	29
Herenco (7)	23	12
Oberoende dagstidningar (6)	16	16
Mittmedia (22)	62	20
NTM (11)	22	15
Stampen (7)	12	7
Socialdemokraterna (2)	9	6
VK-gruppen (2)	7	4
Totalt (85)	250	133
		<i>-47 % jämfört med 2004</i>

* Uppdelningen av titlar är baserad på ägandet 2016. I analysen ingår inte de nationellt distribuerade tidningarna.

** Siffrorna från 2004 är från rapporten "Landsbygd i medieskugga", Nygren och Althén 2014.

Vita fläckar i den lokala journalistiken?

Bevakningen av det lokala samhället är inte jämnt fördelad över landet, visar en kartläggning som gjordes 2016 över redaktionell närvaro i landets 290 kommuner (Nygren m fl 2017). Kartläggningen visar att det finns en redaktionell närvaro av dagstidningar o public service i 186 kommuner, och att 104 kommuner saknar journalister från dessa medieföretag på plats. Frågan är då vad redaktionell närvaro betyder för den lokala bevakningen – måste det finnas journalister på plats för att man ska anse att platsen/kommunen är bevakad?

I en del fall är det ett mindre problem med bevakning på distans, t ex att Arboga bevakas av Bergslagsbladet i grannkommunen Köping några kilometer bort. I andra fall kan det bli svårare när avstånden blir längre – till exempel Strömsund i norra Jämtland som bevakas från Östersund tio mil bort eller Jokkmokk som ska täckas in av lokalredaktionen i Gällivare nio mil bort.

Den redaktionella närvaron har analyserats utifrån den uppdelning på kommungrupper som gjorts av Sveriges kommuner och landsting (SKL 2011). Denna indelning bygger på tio olika grupper av kommuner, från storstäder till glesbygdskommuner. Starkast är den redaktionella närvaron i större städer och medelstora kommuner i tätbefolkade regioner och industrisamhällen. Det finns också två typer av kommuner och regioner där den redaktionella närvaron av dagstidningar och public service är särskilt svag, enligt kartläggningen:

- Glesbygdskommuner och kommuner med mycket turism. I dessa 40 kommuner finns det bara en redaktionell närvaro i 22 kommuner.
- Förortskommuner runt storstäder och medelstora städer – i dessa 59 kommuner finns det bara en redaktionell närvaro i 13 kommuner.

Tabell 3: Grad av redaktionell närvaro från dagstidningar och public service i olika typer av kommuner (antal kommuner)

	Ingen	En lokal redaktion	Två eller fler lokala redaktioner	Huvudred för en dagstidning	Huvudred för dagstidning och lokalred för public service	Huvudred för dags-tidn och för public service	Total
Storstäder	0	0	0	0	0	3	3
Förortskommuner till storstäder	34	3	0	1	0	0	38
Större städer	0	1	0	1	7	22	31
Förortskommuner till större städer	12	8	1	0	0	0	21
Pendlingskommuner	21	28	1	2	0	0	52
Turism och besöks-näringskommuner	11	4	0	3	1	1	20
Varuproducerande kommuner	12	29	3	7	3	0	54
Glesbygdskommuner	11	7	1	1	0	0	20
Kommuner i tätbefolkad region	2	11	6	10	6	0	35
Kommuner i glesbe-folkad region	1	8	2	3	2	0	16
Total	104	99	14	28	19	26	290

Konsekvenser för innehållet?

Vilken betydelse har då redaktionell närvaro för innehållet i den lokala journalistiken? Alla redaktioner hävdar bestämt att de bevakar hela sitt spridningsområde, oavsett om man har några lokalredaktioner eller inte. Oavsett redaktionella resurser, så producerar också alla regionala och lokala medier nyheter varje dag året runt. Men frågan kvarstår ändå vad det betyder för innehållet när de redaktionella resurserna krymper och lokala redaktioner stänger.

När det gäller det generella innehållet i nyhetsmedier, såväl nationella som regionala/lokala, så visar innehållsanalyser en påfallande stabilitet över tid. En jämförelse mellan 2007-2014 visar bara små förändringar i olika ämnen i innehållet. En jämförelse av publicering i analoga och digitala kanaler visar en viss förändring med mer av sport, underhållning och livsstil i de digitala kanalerna. Andelen samhällsorienterade nyheter är betydligt större i de gamla analoga kanalerna (Karlsson 2016). När det gäller lokala nyheter saknas större jämförande studier, men ett antal fallstudier visar skillnader i innehållet både i jämförelse mellan orter med och utan lokalredaktioner och skillnader över tid:

En studie av tolv jämförbara kommuner med och utan lokalredaktioner visar att redaktionell närvaro spelar roll. Det är inte så stor skillnad i antalet artiklar som berör orten, men bevakningen

får mer av ”blåljusnyheter” och mindre av de nära lokala nyheterna. Det blir mer av centralproducerat material, och mindre unikt lokalt producerat innehåll (Hellekant Rowe et al 2017).

När lokalredaktioner försvinner från en ort blir kommunbevakningen mer än halverad. I Strömsund i norra Jämtland lades båda tidningarnas lokalredaktioner ner, och antalet artiklar om kommunala frågor minskade från runt 80 till runt 30 i månaden. Det blev mindre av debatt och betydligt mindre kritisk bevakning (Pålsson 2017). Samma tendens syns i en studie från Lindesberg där den lokala tidningen ersattes av en lokalredaktion till den stora Nerikes Allehandla (Tegner 2013). Även andra studier pekar på en betydande minskning av kommunbevakning i kommuner utanför de orter där tidningar har sina huvudredaktioner mellan 2013-2016, till skillnad från utgivningsorterna där bevakningen var oförändrad. (Ohlsson 2016).

Även orter där tidningar finns kvar med sina redaktioner har sett en förändrad lokaljournalistik. I Södertälje finns Länstidningen som numera ingår i den stora Mittmediakoncernen, och den har halverat antalet anställda de senaste 20 åren från runt 70 till 35 anställda. Trots det produceras lika många nyheter idag på webben som i papperstidningen för 20 åren sedan. Men innehållet har förändrats – andelen brott och olyckor har nästan fördubblats från 24 % till 42 %, medan lokal politik, ekonomi och kultur minskat kraftigt. Det är mindre av debatt och mycket mindre av kritisk bevakning (Heppling och Said 2017).

Sammantaget visar de studier som gjorts att redaktionell närvaro spelar roll, trots att många tidningar säger att de klarar av lokalbevakning på distans med hjälp av nätets möjligheter. Med mindre resurser och utan redaktionell närvaro blir det mindre lokalt, mindre debatt och kritisk bevakning, mindre av samhällsfrågor och mer lättproducerad ”blåljus”-journalistik.

Nya lokala medier och plattformar

Samtidigt har nya typer av lokala plattformar och informationskällor växt fram och blivit starkare. Kommuner och landsting har fördubblat antalet informatörer på tio år mellan 2004-2014, kommunala hemsidor och hushållstidningar är viktiga kanaler för information om vad som händer i kommunen och på många ställen arbetar fd lokaljournalister nu som informatörer. Nästan hälften av kommunerna upplever en försämrad bevakning från lokala dagstidningar. Istället satsar kommunerna på att förse tidningarna med pressmeddelanden, och hälften säger att de ofta tas in utan större förändringar (Tenor 2017).

Sociala medier som lokala Facebookgrupper har blivit allt viktigare för att följa med vad som händer på orten. Men vilken typ av innehåll dessa förmedlar är inte studerat inom forskningen. Det kan vara såväl länkar till traditionella medier som köp/sälj-inlägg, söta katter och ilsken lokal debatt. Redaktionell bearbetning (urval, källkritik och etisk bedömning) saknas i dessa grupper som både uppstår och tynar bort i snabb takt. Vissa stora grupper blir organisatoriska plattformar för lokala stridsfrågor (t ex sjukhusen i Västernorrland) och andra grupper sysslar med lokal nostalgi, köp och sälj, lokala föreningar och lokala evenemang (Nygren och Leckner 2016).

Det finns också en rik flora av mer lokala medier i olika former i så gott som varje kommun. Mycket pekar på att dessa ”hyperlokala” medier blir fler i takt med att de traditionella lokalmedierna drar sig tillbaka. Kartläggningen av lokala medier 2016 inkluderade också dessa lokalmedier (Tabell 3):

- Det finns närmare ca 280 lokala gratistidningar som utkommer minst en gång i månaden runt om i landet. Det är allt från välmatade veckotidningar i storstäderna som ingår i stora kedjor till mindre tidningar som kommer mer sällan – som ”Gilla Stallarholmen” eller ”Östra Sörmlandsposten”. Det är dubbelt så många gratis-

tidningar som hittades vid en kartläggning 2004. Två tredjedelar utkommer varje vecka, och de är vanligast i tätbefolkade områden som storstadsområden. Det finns tre typer av ägare – tre stora kedjor ger ut drygt 100 gratistidningar (Direktpress, Mitt i och Lokaltidningen), ett 60-tal gratistidningar ges ut av dagstidningarnas mediehus och ca 120 ges ut av lokala företag som ofta har en bakgrund i reklam och marknadsföring. Dessa gratistidningar är annonsfinansierade och erbjuder totalräckvidd med hushållsdistribution.

- Det finns ett hundratal lokala nyhetssajter i landet. De finns ofta i större städer, förorter och medelstora industrisamhällen. Det är en stor omsättning på dessa sajter, många startas och många läggs ner, de är ofta beroende av några få eldsjälar och av frivilligt arbete. Några exempel är Sydnärkenytt i Kumla med 2500 unika besökare per dag men som också ger ut en papperstidning 5-6 gånger per år. Det växer också fram kedjor av lokala nyhetssajter, t ex 24 Kalmar etc som nu återfinns på tio orter i södra Sverige under mottot: ”Gratis ultralokala digitala nyheter – 24 timmar om dygnet 7 dagar i veckan”. Dessa lokalsajter är uteslutande annonsfinansierade.
- Det finns också ett 50-tal lokala prenumererade tidningar som kommer 1-2 dagar i veckan. En del av dessa täcker hela län, men tillväxten med ett 15-tal titlar har skett på en mer lokal bas. T ex i Västerbotten där två nya prenumererade tidningar bevakar områden där det tidigare fanns lokalredaktioner för de stora länstidningarna. Dessa prenumererade tidningar ingår i presstödssystemet.
- Det finns också närradio och lokal-tv som i vissa kommuner fyller en funktion som lokala medier. Främst i större städer och förortskommuner.

Tabell 4: Hyperlokala medier* i olika typer av kommuner

(utifrån SKLs indelning i kommuntyper) (antal titlar i varje kommuntyp))

	Gratis-tidningar	Lokala nyhetssajter	Prenumererade tidningar 1-2 d/v	Närradio och lokal-tv	Totalt
Storstäder (3)	50	8	8	0	66
Förortskommuner tillorstäder (38)	58	16	5	5	84
Större städer (31)	55	23	20	4	102
Förortskommuner till större städer (21)	10	4	0	0	14
Pendlingskommuner (52)	24	8	3	0	35
Turism- och besöksnäringkommuner (20)	12	6	1	2	21
Varuproducerande kommuner (54)	27	15	5	3	50
Glesbygdskommuner (20)	8	2	0	0	10
Kommuner i tätbefolkad region (35)	30	9	6	3	48
Kommuner i glesbefolkad region (16)	12	3	3	0	18
Totalt	286	94	51	17	448

*Hyperlokala medier är mer lokala än traditionella dagstidningar och public service. I kartläggningen definierades hyperlokala medier som att de ska uppdateras eller komma ut minst en gång i månaden. Varje titel är definierad utifrån sin huvudkanal, den plattform som dominerar såväl i publicering som ekonomiskt. Många titlar publiceras på flera plattformar.

Dessa hyperlokala medier startas ofta som en reaktion på att bevakningen från traditionella lokala och regionala medier är för liten och för negativ. En enkät med svar från ett 100-tal lokala medie-entreprenörer visar att det viktigaste skälet att starta det lokala medieföretaget var behovet av att stärka den lokala identiteten och bygden, men också att ge en annonskanal för lokala annonsörer

och att vara ett nytt forum för den lokala demokratin. Dessa nya lokalmedier produceras ”halvprofessionellt” av såväl journalister som andra anställda på företaget, till en del av frivilligt skrivande och lokala föreningar. Den ekonomiska basen är ofta vacklande, och bygger till stor del på annonsintäkter, bidrag från ägare och stödpersoner samt frivilligt arbete. För de prenumererade tidningarna är också presstödet en viktig inkomstkälla (Nygren et al 2017).

Kan de nya lokala medieplattformarna ersätta de gamla?

Nya plattformar för lokala nyheter och information växer, men kan de ersätta den traditionella lokaljournalistiken i dagstidningar och public service?

Facebook har på kort tid blivit en av de viktigaste plattformarna för att kunna orientera sig i vad som är på gång i det lokala samhället. Där finns allt från rent skvaller till debatt om lokala frågor, information om lokala evenemang och köp-sälj-grupper. Facebook finns överallt, och grupper kan bildas ända ner till bynivå för att samordna resor och ömsesidig hjälp. Det finns också ibland (när grupperna så tillåter) länkar till nyheter som producerats av lokalmedierna, Men Facebook är bara en plattform – och det finns ingen redaktionell bearbetning, inga etiska bedömningar och ingen källkritik. Men Facebook kan knappast ersätta lokala medier, utan blir mer av ett komplement som ger något annat som lokalmedierna inte längre gör – till exempel bilder på nyfödda som för 20 år sedan fyllde lokaltidningen finns idag på Facebook. Hur lokala medier och Facebook fungerar i relation till varandra återstår dock att studera mer i detalj (Nygren och Leckner 2016).

Kan kommunernas egna webbsidor ersätta lokalmedier? Det är tydligt att kommuner som saknar välfungerande lokala medier känner ett större ansvar att själva informera sina medborgare om vad som är på gång i kommunen. Många kommuner motiverar sina ökade ansträngningar på information med att de traditionella medierna blivit sämre i sin bevakning. Men samtidigt är många informatörer i intervjuer klara på att de själva inte kan ersätta den oberoende och granskande roll som lokalmedier har. Tvärtom styrs kommuners och landstingens informationsarbete mer av PR- och marknadstänkande där det handlar om att skapa positiv publicitet (Tenor och Nygren 2017).

De hyperlokala medierna blir allt viktigare, särskilt i områden där traditionella lokaltidningar är svaga. I storstadsområden är gratistidningar de viktigaste lokala medierna, enligt kommunerna (Tenor 2017) och i områden där traditionella tidningar dragit sig tillbaka blir gratistidningar och lokalsajter viktigare. I studier av de hyperlokala framkommer att dessa oftast ser sig som komplement till dagstidningar, men ett komplement som blir viktigare.

De hyperlokala medierna ersätter inte traditionella medier, men de blir ett allt viktigare komplement i två typer av kommuner:

- I storstädernas förortskommuner är gratistidningar de enda fristående medier som har en bevakning. I Storstockholm finns för tillfället två kedjor (Direktpress och Mitt i) som bevakar en stor del av regionen. Men de journalistiska resurserna är trots detta små i relation till hur många människor som bor där. Huddinge är Sveriges 14e största kommun och jämnstor med Borås och Eskilstuna som är medietäta med såväl egna dagstidningar som SVT och SR. I Huddinge finns två gratistidningar som kommer en gång i veckan med en eller två reportrar på varje tidning som bevakar det lokala. I grannkommunen Haninge finns en gratistidning varje vecka med en reporter, och Haninge är lika stort som medietäta Karlstad. Det ska tilläggas att den ekonomiska situationen för gratistidningarna är osäker, och i Stockholm är den beroende av bostadsmarknaden som står för en stor del av annonserna.

- I ca 65 kommuner utan redaktionell närvaro av traditionella medier finns det ett eller flera hyperlokala medier som bevakar det lokala (tabell 4). Förutom storstädernas förorter handlar det oftast om glesbygd och kommuner med mycket turism. I till exempel Västerbotten finns två starka prenumererade endagarstidningar som bevakar delar av länet där det tidigare fanns fler lokalredaktioner för länsstidningarna. I Jämtland och Härjedalen har startats flera lokala sajter och tidningar sedan dagstidningarna centraliserade sin bevakning.

Men generellt så visar en analys inte att hyperlokala medier är starkare där det saknas traditionella lokaltidningar - tvärtom sammanfaller mönstren i den redaktionella närvaron. Där det finns traditionella medier är också de hyperlokala medierna vanligast, i tätbefolkade delar av landet som städer större samhällen och förortsområden. En förklaring till detta finns i den ekonomiska grundvalen – såväl dagstidningar som olika former av hyperlokala medier behöver stabila ekonomiska underlag i form av annonsmarknad, inte för höga distributionskostnader och betalade publik. Där det ekonomiska underlaget är dåligt för traditionella kommersiella medier, så gäller detta också nya hyperlokala medier. (Nygren et al 2017).

En analys av korrelationen mellan förekomsten av hyperlokala medier och redaktionell närvaro från dagstidningar/public service visar att det finns 35-40 kommuner utan någon form av redaktionell närvaro (Tabell 5).

Tabell 5: Redaktionell närvaro av lokala och regionala medier samt antal hyperlokala medier i kommunen

(antal kommuner med olika grad av redaktionell närvaro)

Redaktionell närvaro av traditionella lokalmedier (dagstidn + public service)	Antal hyperlokala medier i kommunen						Sex eller mer	Totalt
	Ingen	En	Två	Tre	Fyra	Fem		
Ingen redaktionell närvaro	37	30	22	13	2	0	0	104
En lokalredaktion	34	41	16	8	0	0	0	99
Två eller flera lokala redaktioner	2	8	3	1	0	0	0	14
Huvudredaktion för daglig lokal nyhetstidning	7	9	11	1	0	0	0	28
Huvudredaktion för daglig lokal nyhetstidning och en lokal public service-redaktion	4	6	5	4	0	0	0	19
Huvudredaktion för både dagstidning och public service	1	4	2	6	6	1	6	26
Totalt	85	98	59	33	8	1	6	290

Korrelationen mellan graden av redaktionell närvaro från traditionella medier och förekomsten av hyperlokala medier är positiv (0,40) och signifikant på .01-nivån (Pearsons r).

Hur ska begreppet "vita fläckar" definieras?

Det är inte självklart hur begreppet "vita fläckar" ska definieras i den lokala journalistiken. I huvudsak finns det två sätt att göra det, och det finns kopplingar mellan de båda definitionerna:

- I vilken mån händelser inom kommunens gränser bevakas av lokala och regionala medier, dvs om det lokala återfinns i medieinnehållet.
- Om det finns en redaktionell närvaro (=en regelbundet bemannad redaktion) inom kommunens gränser som bevakar det lokala livet.

Vi vet att det finns en journalistisk bevakning av hela landet. I villkoren för public service sägs att nyheterna ska spegla hela landet utifrån geografiska utgångspunkter, och både SR och SVT har delat upp landet i regioner för att klara av denna bevakning. Även de regionala och lokala tidningarna hävdar bestämt att de bevakar hela sina spridningsområden, oavsett om de har lokala redaktioner eller inte. Hyperlokala medier berättar om sin del av världen genom sina kanaler, oavsett om det är gratistidning, nyhetssajt eller prenumererad tidning. Men även gratistidningar samlar sina resurser, t ex så produceras drygt 30 lokala editioner av Mitt i-tidningarna från ett gemensamt tidningshus vid Liljeholmen i Stockholm.

Som framgår av innehållsanalyser (som refererats tidigare) så finns det ett samband mellan bevakning och om det finns en lokal redaktion. Med en redaktionell närvaro blir det fler lokala nyheter, det blir mer samhällsanknutna lokala nyheter, mer som rör social sammanhållning och mer lokal debatt, fler källor utanför de elitkällor som går att nå på telefon i kommunhus och hos polisen. Utan redaktionell närvaro blir det mindre lokalt innehåll och fler pressmeddelanden och proffskällor (Hellekant Rowe och Karlsson 2017).

Om fokus skiftar från innehåll till redaktionell närvaro, så ser vi att en dryg tredjedel av alla kommunerna saknar journalister på plats från dagstidningar och public service. (104 kommuner). I många av dessa finns olika typer av hyperlokala medier – gratistidningar som kommer varje vecka eller mer sällan, lokala nyhetssajter (med okänt antal läsare), lokala och regionala prenumererade tidningar. Men i 35-40 kommuner finns varken de traditionella medierna eller hyperlokala medier på plats, i huvudsak kommuner i glesbygdsområden.

I den lokala medieekologin finns också lokala Facebookgrupper och kommunernas egna webbplatser som viktiga plattformar. Men även om dessa är viktiga för att orientera sig i det lokala samhället, så är det knappast en oberoende och professionell journalistik som möter publiken på dessa plattformar.

Ytterligare en fråga är om redaktionell närvaro bara ska relateras till geografin, eller om också om befolkningstäthet är en faktor som ska tas med i bedömningen. I så fall framträder andra mönster där tätbefolkade områden i storstadsregionerna är svagt lokalt bevakade områden. Stora kommuner som Huddinge, Nacka, Solna, Haninge och Järfälla har lika många invånare som medelstora städer (80-100 000 vardera), men en mycket sparsam lokal journalistisk bevakning i en eller två gratistidningar. Dessa områden har tidigare definierats ligga i ”medieskugga” och inte uppmärksamats i de dagliga medierna utom när det gäller våldsbrott och sociala problem (Nord och Nygren 2003).

Begreppet ”vita fläckar” är svårt att fånga. När det gäller redaktionell närvaro är det relativt lätt att konstatera om det finns lokala journalister på plats. När det gäller bevakningens innehåll är det mer av en gråskala från medier som på avstånd bara noterar ett fåtal händelser man får från kommunens informatörer och polisen, till lokala medier som är en daglig del av ortens liv och offentlighet.

Public service och lokaljournalistiken

I sändningstillstånden för Sveriges Radio och SVT finns tydliga villkor att programutbudet ska ”spegla hela landet”, och utifrån detta finns regler om att minst 55 procent av allmänproduktionen ska göras utanför Stockholm. Nyhetsverksamheten ska utgå från olika perspektiv så att så att ”händelser speglas utifrån geografiska, sociala och andra utgångspunkter”. Regeringen har i ett särskilt uppdrag inför den nya tillståndsperioden tagit fasta på det geografiska perspektivet, och gett Myndigheten för press, radio och tv i uppdrag att göra en ny analys av effektiviteten i dessa villkor mot bakgrund av de senaste årens medieutveckling.

Public service ska enligt anslagsvillkoren ha en decentraliserad organisation för att kunna spegla olika områdens särprägel och egenart.

- SR har 25 olika lokala kanaler i P4 som i stort sett sammanfaller med tidigare länsgränser. Antalet journalister och resurser ökar långsamt, t ex genom mer resurser för bevakningen kvällar och helger (Nygren och Nord 2017).
- SVT lade om sin tablå 2015 och har numera 21 regionala nyhetsprogram och sajter. Mer resurser för innehållsproduktion har frigjorts genom ny teknik och bredare kompetenser bland medarbetarna. Det har gjort att SVT kunnat öppna nya redaktioner i några tätbefolkade områden som Järva och Södertälje i Stockholmsregionen samt Angered i Göteborg och Helsingborg i Skåne.

Totalt sett har public service regionala bevakning stärkts de senaste åren, samtidigt har kommersiella regionala och lokala medier tvingats till kraftiga nedskärningar. Detta har skapat spänningar när dagstidningar t ex försöker ta betalt på nyheter på nätet, samtidigt som public service erbjuder lokala nyheter gratis. Samtidigt har public service-företagen varit försiktiga när det gäller nya satsningar på mobil och webb som kan uppfattas som intrång på de kommersiella mediernas områden (Nord och Grusell 2012). Från SVT har ledningen 2017 tagit initiativ till samarbeten med regionala medieföretag i t ex granskande journalistik, men det är oklart hur långt detta gått. I regeringens direktiv till den kommitté som utreder public service villkor inför den nya tillståndsperioden (2017:73) finns ett uppdrag att utreda om programföretagen bör ha i uppdrag att samverka med lokala oberoende medier i syfte att stärka mångfalden.

Samtidigt är det fortfarande så att de kommersiella regionala och lokala medierna trots kraftiga nedskärningar är sammantaget betydligt starkare än public service och producerar den allra största delen av det lokala nyhetsflödet. Dagstidningarna har mer än dubbelt så många journalister än public service totalt sett (Nygren och Nord 2017). Lokalt är skillnaden ännu större – en sammanställning av resurserna i ett medietätt län som Värmland 2015 visar att public service hade drygt 50 journalister där nästan alla var samlade i Karlstad. De båda dagstidningarna hade drygt 120 journalister utspridda på nio orter i länet (Nygren och Appelgren 2015).

De senaste årens centralisering av produktionen, neddragningar och stängningar av lokala redaktioner innebär att dagstidningarna blir mer regionala och skillnaden i resurser gentemot public service minskar. Trots detta står tidningarna fortfarande för den större delen av produktionen av originalnyheter. I tidigare studier för ca 15-20 år sedan så stod dagstidningarna för ca 85 procent av de nyheter om kommunala frågor och om lokala valrörelser som medborgarna hade tillgång till (Nygren 1999, Nord och Nygren 2007). En färsk studie av nyhetsflödet i Helsingborg visar att detta förhållande består även om dagstidningen försvagats och public service byggts ut – den stora Helsingborgs Dagblad står för 71 procent av det lokala nyhetsflödet under två veckor, public service står för 21 procent och den lokala gratistidningen för resterande 8 procent. När det gäller innehållet är profiler liknande med den skillnaden att SVT har en betydligt större andel brott och olyckor och att SR har en stor andel lokal sport (Martin och Skeppstedt 2017).

Sammantaget så har public service mindre resurser än de kommersiella medierna och den lokala förankringen är betydligt svagare. Public service producerar, förutom lokala nyheter, andra program med lokal anknytning. Större delen av det lokala nyhetsflödet kommer fortfarande från dagstidningar.

Ett större ansvar i framtiden?

Medierna är en del av demokratins infrastruktur, såväl oberoende kommersiella medier som public service behövs för att medborgarna ska kunna ta ställning i demokratin. Mediernas uppgifter att informera, att granska makten och att vara forum för debatt gäller på alla nivåer, såväl nationellt som regionalt och lokalt (SOU 2016:80). I enlighet med detta har public service idag ett ansvar för nyhetsbevakning i hela landet, enligt sändningstillstånden. I takt med att de kommersiella medierna försvagas, så blir det ansvar som faller på public service tydligare.

Men frågan är hur detta ansvar ska förverkligas, utan att public service lokalt och regionalt samtidigt riskerar att ytterligare försvaga de kommersiella medierna? I Storbritannien har BBC inlett ett samarbete med regionala mediekoncerner under namnet ”Local News Partnership”. Genom detta samarbete finansierar BBC 150 lokala demokratireportrar som är anställda i första hand i de tre stora regionala kommersiella koncernerna. Genom en News Hub ska BBC också ge de kommersiella medierna tillgång till videomaterial och databaser som de kommersiella medierna kan arbeta med. BBCs satsning har fått kritik för att vara ett symboliskt plåster på de stora svarta hålen i bevakningen som öppnades när de regionala tidningarna gjorde sig av med hälften av alla journalister efter finanskrisen 2008, över 7000 journalistjobb försvann och det kan knappast kompenseras av 150 BBC-betalda reportrar. Samtidigt är satsningen ett sätt för BBC att undvika den tidigare starka kritiken mot BBCs starka ställning på nätet som ett intrång i de kommersiella mediernas marknad (<http://www.bbc.co.uk/lnp/ldrs>).

I Sverige diskuterades ett liknande förslag av Medieutredningen, men det har inte kommit att föras vidare. I Sverige är de kommersiella regionala och lokala medierna fortfarande betydligt starkare än public service. När det gäller den lokala mångfalden har också public service fått en viktigare roll som alternativ till de regionala mediemonopol som uppstått i spåren av tidningarnas koncernbildningar.

Några slutsatser

Utgångspunkten för denna rapport är regeringens uppdrag till Myndigheten för press, radio och tv att göra en ny analys av effektiviteten i de villkor för public service som är av relevans för uppdraget att spegla hela landet utifrån geografiska utgångspunkter.

En slutsats är att public service i takt med nedskärningar i kommersiella lokala och regionala medier får en allt viktigare roll i medieekologin. Andra typer av aktörer och plattformar får också en större roll i de lokala offentligheterna – sociala medier, kommunala webbplatser och olika typer av hyperlokala medier. Alla dessa plattformar är både väl använda och viktiga för medborgarna, men de kan inte erbjuda den oberoende och professionella journalistik som finns inom traditionella dagstidningar och public service. Det innebär att när den kommersiella grundvalen för traditionella dagstidningar eroderar, så blir den kollektivt finansierade public service allt viktigare.

Utifrån detta resonemang finns ett tydligt behov av att stärka public service roll i den lokala och regionala journalistiken för att slå vakt mediernas roll som en del av den demokratiska infrastrukturen. Detta kan ske på flera sätt:

1. Mer resurser kan avsättas till den regionala och lokala nyhetsverksamheten i områden med en svag bevakning både i relation till geografi och befolkning. Det gäller i första hand glesbygdsområden där lokalredaktioner lagts ner och/eller saknas och storstadsområden där den lokala journalistiken är svag i relation till befolkningstätheten (se ovan vilka kommuner som avses).
2. Public service kan i det digitala landskapet utvecklas till att bli mer lokal och inte bara regional. Nya digitala plattformar (webb och mobil) ger större möjligheter till lokal editionering och geotagging av lokala nyheter. De digitala plattformarna ger också möjlighet till att knyta an mer direkt till publiken genom t ex publiknätverk och genom andra programformer än nyheter.
3. Samarbete med regionala och lokala kommersiella medier kan byggas upp runt konkreta journalistiska projekt, t ex granskning och fördjupning av lokala och regionala frågor. Detta är till fördel både för public service och de kommersiella företagen, samtidigt som det inte inskränker på mångfald och oberoende för de olika typerna av medier.

Om detta kan och ska regleras i sändningstillstånd eller anslagsvillkor är en politisk fråga. Detta gäller också frågan om vilka resurser en sådan satsning på lokal journalistik inom public service kräver och var dessa resurser ska tas. Det är viktigt att detta sker utan att ytterligare försvaga förutsättningarna för kommersiella lokala medier. Samtidigt är det medborgarnas behov av lokala, professionellt producerade och oberoende medier som är grundläggande i synen på medier som en del av demokratins infrastruktur.

Referenser:

Egge, Tobias; Minnhagen, Camilla och Thor, Madeleine (2017) Reklamintäkterna till journalistik faller på en rekordstark marknad. Ur Truedson, Lars (red) Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2016/2017. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Gustafsson, Karl Erik (1996) Dagspressen i Norden. Struktur och ekonomi. Lund: Studentlitteratur.

Hellekant Rowe, Erika och Karlsson, Michael (2017): Lokalredaktionens betydelse. Så påverkas den lokala bevakningen när journalister jobbar på distans. Ur Truedson, Lars (red) Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2016/2017. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Heppling, Elin och Said, Mohamed (2017) Södertäljes förändrade medieekologi. En studie av Södertäljes mediestructur samt Länsstidningens innehåll 1997 och 2017. Södertörns högskola, C-uppsats i journalistik

Karlsson, Michael (2016) Brott lönar sig inte – om nyhetsämnen i förändring. In Truedson, Lars (ed) Journalistik i förändring. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Martin, Tove and Skeppstedt, Lisa (2017) Vilken roll spelar Facebook i den lokala journalistiken? En studie av Helsingborgs Dagblad, Lokaltidningen Helsingborg, SVT Nyheter Helsingborg och SR P4 Malmöhus. Södertörns högskola, C-uppsats i journalistik.

Nord, Lars och Grusell, Marie (2012) Inte för smalt, inte för brett. Sålet om public service framtid. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet

Nord, Lars och Nygren, Gunnar (2007) Praktiga massmedier. De lokala mediernas valbevakning 2006. Stockholm: SKL

Nygren, Gunnar (1999) Medier och medborgare i den digitala kommunen. Stockholm: Stockholms universitet, JMK.

Nygren, Gunnar och Althén, Kajsa (2014) Landsbygd i medieskugga. Stockholm: Södertörns högskola.

Nygren, Gunnar och Appelgren, Ester (2015) Färre journalister producerar mer för fler kanaler. I Truedson, Lars (red) Mediestudiers årsbok 2014/2015. Stockholm: Institutet för mediestudier

Nygren, Gunnar och Leckner, Sara (2016) Facebook och hyperlokalt i de lokala mediernas ekosystem. I Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson och Maria Solevid (red) Ekvilibrium. SOM-rapport nr 66. Göteborgs universitet: SOM-institutet.

Nygren, Gunnar och Nord, Karolina Olga (2017) Färre nyhetsproducenter – men fler nyheter i nätverkens flöden. Ur Truedson, Lars (red) Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2016/2017. Stockholm: Institutet för mediestudier.

Nygren, Gunnar och Nord, Lars (2003) Medieskugga. Stockholm: Atlas.

Nygren, Gunnar; Leckner, Sara och Tenor, Carina (2017) Hyperlocals and Legacy media. Media ecologies in transition. Nordicom Review (ahead of print) DOI:10.1515/nor-2017-0419.

Ohlsson, Jonas (2016) Den svenska mediemarknaden 2016. Ägare, företag, medier. Göteborg: Nordicom-Göteborgs universitet.

- Ohlsson, Jonas (2017) Kampen om reklamen. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet
- Pålsson, Pontus (2017) 20 år av lokaljournalistik i Strömsund. Södertörns högskola, C-uppsats i journalistik
- Tegnér, Jenny (2013) I demokratins namn – om kommunbevakningens utveckling i Lindesberg 1995-2013. C-uppsats i journalistik. Södertörns högskola
- Tenor, Carina (2016) Kommunerna om lokala medier som medspelare och motpart. In Truedson, Lars (ed) Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2015/2016 Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Tenor, Carina (2017) Kommunerna om tillståndet för den lokala journalistiken. Ur Truedson, Lars (red) Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2016/2017. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Tenor, Carina and Nygren, Gunnar (2017) Local public communication filling the gap from vanishing local media. A democracy dilemma in Sweden. I Wachkova-Cisariva, Lenka (red) Voice of the Local. Brno: Masaryk Univeristy Press.
- Weibull, Lennart (2000) Svenska tidningshus i ett nytt medielandskap. I Wadbring and Weibull (ed) Tryckt. Göteborg: JMG Göteborgs universitet
- Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela och Ohlsson, Jonas (2018) Det svenska medielandskapet. Stockholm: Liber.

