

TID FÖR TIDSKRIFT

KARIN FALLENIIUS HANNAH ENGBERG KARIN EURENIUS

JOURNALISTPROGRAMMET
INSTITUTIONEN FÖR JOURNALISTIK, MEDIER OCH KOMMUNIKATION
GÖTEBORGS UNIVERSITET
VT- 2010
HANDLEDARE: JOHANNES BJERLING



KONTAKT

Karin Fallenius: gusfalleka@student.gu.se
Hannah Engberg: engberghanna@hotmail.com
Karin Eurenus: guseurka@student.gu.se

Innehåll:

BAKGRUND OCH TIDIGARE FORSKNING

Inledning 5

När tidskrifter ger ont i magen..... 6

Vem sätter agendan?..... 7

Klass – inte bara pengar..... 8

Demokratis krav..... 9

METOD OCH MATERIAL

Från höger till vänster..... 10

Frågeställning och metod..... 11

RESULTAT

Tidskrifter– politik eller ”sköna stories”14

Signalen om klass.....17

Var finns debatten?.....19

KOMMENTAR

Stryp inte stödet –
tankar om kulturtidskriftstödet.....25

RESULTAT

Dagspressen om genomslaget.....26

ANALYS

Det offentliga samtalet –
spelplan för fri debatt?.....30

Slutdiskussion.....35

TANDLÖS OPPOSITION

NEO JOURNAL





"TIDSKRIFTERNA PÅMINNER RÄTT MYCKET OM SVERIGE"

Det sa Mattias Göransson, Filters chefredaktör, när vi träffade honom. Han menade att den gemensamma plattformen har försvunnit. Idag förenar inte Hylands hörna längre svenska folket, nu finns istället en mer nischad marknad. Den gemensamma plaskdammen har blivit till djupa brunnar.

Och visst kan det påminna om Sverige. Debatten pågår inte på en öppen arena, snarare i gömda vrår. I takt med att den fördjupande, debatterande och specialinriktade journalistiken flyttar ut från dagspressen, flyttar också idéer och tankar om vårt samhälle från allmänhetens medvetande till den lilla nischade skarans. Tidskrifter och övrig media berättar något om vilket samhälle vi har- eller vill ha. Demokratin kräver samtal, och risken finns att det samtalet begränsas till den lilla skara som aktivt väljer att vara en del i det. Vem bestämmer dagordningen för det offentliga samtalet idag? Har nischad elitmedia ett inflytande över vad vi tänker, eller skriker de om sitt för döva öron?

Vi ville försöka ta reda på vilken opinionsbildande effekt kultur- och samhällstidskrifter har i det offentliga samtalet och om de bestämmer dagordningen i dagspressen, vilket vi har antagit att de gör. Vi hade en bild av att tidskrifterna var elitistiska och enbart vänder sig till en viss social grupp. Det kan i sin tur påverka det offentliga samtalet och vår demokrati. Därför ville vi veta vilket genomslag tidskrifterna har i den bredare dagspressen, vilka de skriver för och vilka de vänder sig till genom sina ämnesval och sin språkliga nivå.

Vi har granskat fem viktiga kultur- och samhällstidskrifter för att se hur de speglar samhället. Du kommer möta fem engagerade chefredaktörer och höra deras syn på sitt genomslag i dagspressen. Dessutom har vi frågat nyckelpersoner i svensk dagspress hur de använder tidskrifterna i sitt opinionsbildande arbete.

TREVLIG LÄSNING!

Karin Fallenius

Hannah Engberg

Karin Eurenus



NÄR TIDSKRIFTER GER ONT I MAGEN

Tidskrifterna utgör idag ett viktigt komplement till dagspress och idag finns närmare sexhundra titlar i Sverige. Behovet av fördjupning tycks vara stort och samhällstidskrifter säger sig ofta erbjuda ett bredare perspektiv på frågor som dagspress skyndar förbi. Ämnen får nya infallsvinklar och fördjupas till debatter, som ibland plockas upp i dagspressen.

Den så kallade Arenadebatten startade sommaren 2009 då DN publicerade en artikel av Kajsa Ekis Ekman som handlade om tidskriften Arena och hur den gav henne "ont i magen". Hon menade att Arena skriver på ett sätt som skapar ett klimat där endast marginaliserade människor ges tillträde till debatten. Hon syftade då på att sexualitet och etnicitet fick stor plats i innehållet och kritiserade därmed Arena för sitt postmoderna perspektiv. Hennes poäng var att för att någon ska kunna legitimera sig själv som marginaliserad och analysera den positionen, krävs tillgång till kunskap och sociala koder som de människor som faktiskt är marginaliserade inte har. Hon menade då att "den intellektuelle" är den mest marginaliserade av alla idag – enligt den intellektuelle själv. Hennes inlägg fick stöd i början av 2010 då Daniel Suhonen och Dan

Josefsson stämde in i kritiken och publicerade en artikel i Aftonbladet.

"Verklighetens folk" är ett begrepp myntat av Göran Hägglund (Kd) och med det startade han en annan debatt i somras som berör samma tema som kritiken av Arena. Bland annat anklagade han vissa medieredaktioner, politiska partier och "kulturvännerna" för att driva en offentlig debatt om frågor som inte berör vanliga människor och dessutom tala om för dessa hur de ska leva. Han menade att det finns en växande klyfta mellan folk och etablissemang och att det i grunden är en fråga om demokrati. Dessutom har kulturtidskriftstödet varit i blåsväder sedan kulturpropositionen kom förra hösten. Den snäva definitionen av kulturtidskrift skapade en debatt om vad kulturtidskrifter egentligen ska vara och om staten ska finansiera smala tidskrifter som skriver för få personer.

De här debatterna har väckt vårt intresse för vad Sveriges ledande samhällstidskrifter skriver om och vilka det är som läser dessa tidningar. Vi har en bild som stämmer överens med flera röster i debatten, nämligen att det är en liten intellektuell elit som tar del av tidskrifterna och att innehållet inte

är tillgängligt för gemene person. Vi tror att det kan påverka det offentliga samtalet och i förlängningen Sveriges demokrati. Det finns alltså ett samhälleligt värde i att granska tidskrifterna eftersom de utgör ett komplement till dagspressen och kan ha en påverkan på dess dagordning. Framför allt är det intressant att se om ledande samhällstidskrifter inte har ett så starkt inflytande som har hävdats i debatten. Vad gäller det inomvetenskapliga perspektivet tycker vi att det finns en så kallad "vit lucka" på detta område. Ytterst lite forskning är gjord på tidskrifter, särskilt utifrån våra ingångar som berör innehållet kontra läsare och dagordning. För att citera medieforskaren Ingela Wadbring: "Det är ett svart hål".

De tidskrifter vi valt att granska är Arena, Axess, Filter, Neo och Ordfront och vi utgick från tre antaganden. Ett var att tidskrifterna påverkar dagspressens dagordning, ett andra var att dessa tidskrifter är elitistiska. Detta kan i sin tur ha en effekt på det offentliga samtalet. Eftersom vår ansats till ämnet angränsar till sociologi och demokratiforskning finns många möjliga infallsvinklar på ämnet. Våra valda utgångspunkter ska vi nu presentera.

KARIN FALLENIIUS
HANNAH ENGBERG

DEM SÄTTER AGENDAN?

Varje morgon läser 81 procent av svenskarna en dagstidning. Den är fortfarande en av våra absolut viktigaste källor till information om aktuella händelser. Men varför blir vissa händelser nyheter när andra ratas? Ett av våra antaganden var att de tidskrifter vi valt att undersöka har en betydelse för samhällsdebatten, att de influerar andra medier och i viss mån bestämmer deras dagordning.



Nyhetsmedia skapar vår bild av världen. Det hävdade journalisten Walter Lippman 1922 vilket lade grunden för den mediateori som femtio år senare kom att kallas agenda setting, eller på svenska dagordningsteori. Vilka frågor som tas upp i media skapar en bild av vad som är viktigt och formar därmed människors tankar om samhället och bildar i förlängningen opinion. I forskningen kring opinionsbildning förekommer olika synsätt. En gemensam nämnare är ofta att samhällets eliter anses ha en betydande påverkan på den allmänna opinionen. Paul Lazarsfeld menade att information från massmedia först plockas upp av elit och att eliten i sin tur påverkar den allmänna opinionen (media > elit > folk). Denna modell för opinionsbildning introducerades 1944. Under 1980-talet har bland annat David Fan hävdat att eliter visserligen har ett stort inflytande över folket, men att den allmänna

opinionen snarare står under direkt inflytande av massmedia än makteliten. Eliters influens på den allmänna opinionen avgörs av möjligheten att påverka media (elit > media > folk).

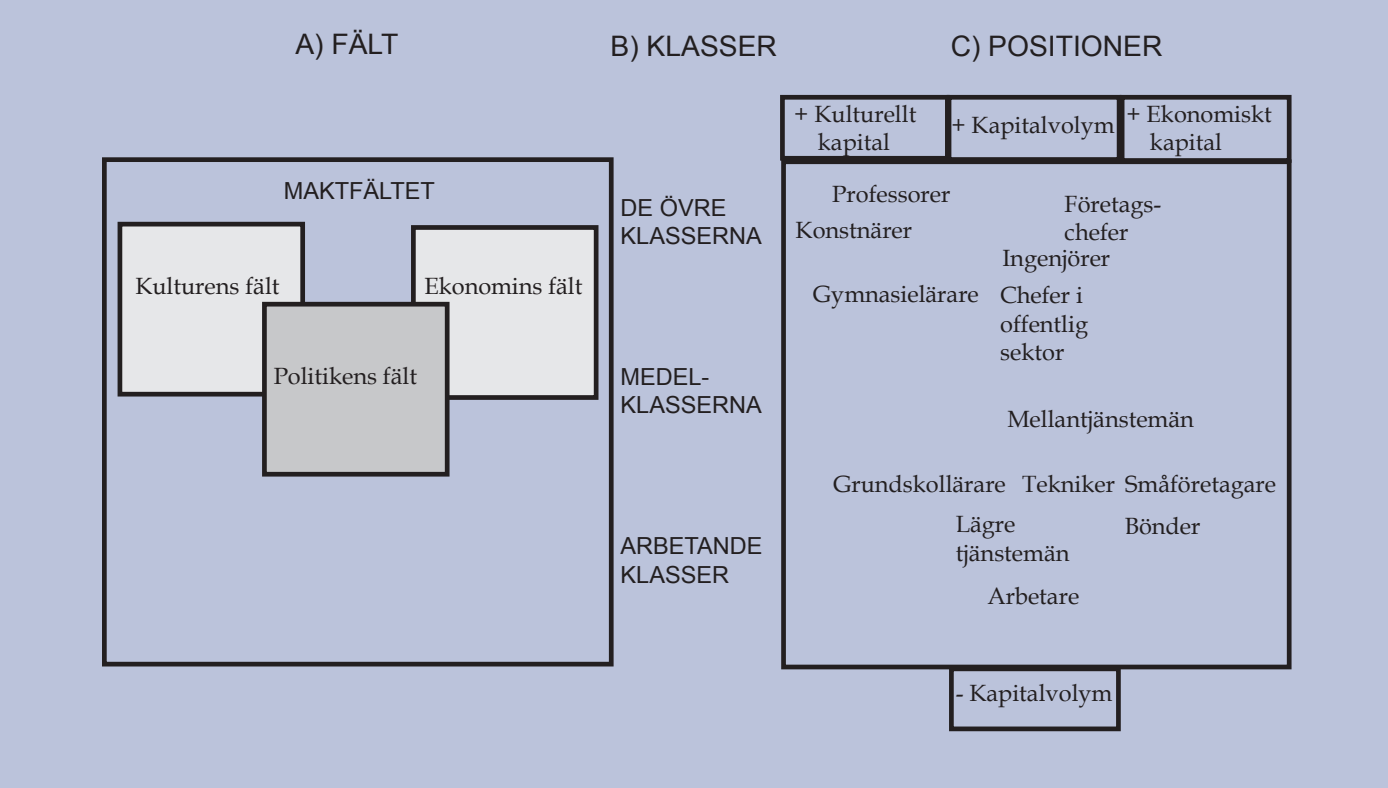
Vad som blir en viktig fråga i en stor tidning tenderar att sprida sig till andra tidningar. Flera undersökningar på området har visat att elitidningar har stor makt över andra mediers agenda, i USA har till exempel New York Times bevakning av vissa ämnen visat sig ha stor betydelse för omfattningen av andra tidningars bevakning. Fenomenet kallas med en engelsk term inter-media agenda setting och har visat sig fungera på liknande sätt över hela världen. Förhållandet mellan tidskrifter och dagspress kan antas vara likvärdigt, dagspress och tidskrifter sneglar på varandra för att hitta intressanta ämnen och infallsvinklar.

Vilka ämnen som behandlas i medierna är grundläggande i dagordningsteori, men attityden

till ett ämne har minst lika stor betydelse för att bilda opinion i en fråga. Dagordningsteori finns på två nivåer. På den första nivån undersöker man främst om vilka ämnen det skrivs och hur mycket utrymme ett ämne får. Detta blir i praktiken också de ämnen som människor tycker är viktiga.

På den andra nivån av dagordningsteori tittar man snarare på hur ett ämne gestaltas. Medias attityder och förhållningssätt till ett ämne tenderar på samma sätt att sprida sig till mediakonsumenter och färga människors attityd till vissa frågor. I vår undersökning har vi valt att knyta an till båda dessa nivåer. Vi har dels studerat vilka ämnen som är de mest förekommande i tidskrifterna samt vilka aktörer som figurerar i artiklarna, för att på nästa nivå undersöka vilket förhållningssätt tidskrifterna har till klass och social status.

KLASS – INTE BARA PENGAR



Det sociala rummets fält, klasser och positioner.
Figuren inspirerad av *Sociologiska perspektiv* Engdahl och Larsson, 2006

De allra flesta kultur- och samhällstidskrifter säger själva att de skriver för en bred och nyfiken publik. Men för att försöka ta reda på vad som krävs av en läsare och för att se vem den potentielle läsaren är tar vi hjälp av den franske sociologen Pierre Bourdieu.

Ett av våra antaganden var att dessa tidningar skulle vara elitistiska i avseende på vilka ämnen de tar upp, hur de skriver om klass och vilken språklig ton som används. Vi menar att det är så mycket mer än förhållandet till pengar som påverkar våra val och möjligheter i livet. Pierre Bourdieu menar att samhället, eller snarare det sociala rummet, är uppbyggt av flera olika *fält* och att dessa utgörs av människor som förhåller sig till varandra utifrån olika positioner. Varje fält är kodat med specifika värderingar och förhållningssätt och människorna inom det förenas för att de delar dessa. De har samma typ av

livsstil som innebär att det är vissa intressen, smaker och kunskaper som anses vara mer "rätt" än andra. De som definierar och aktivt reproducerar den korrekta livsstilen är de som har störst makt och det är människor på de högsta positionerna – elitpersonerna.

Varje fält har sin egen elit och den position en person besitter beror på tillgången av olika typer av *kapital*. Pengar är en typ av kapital som människor har olika stor tillgång till, men det finns också andra viktiga resurser som *socialt*, *kulturellt* och *symboliskt* kapital. Det sociala kapitalet utgörs av de nätverk som en person ingår i och de sociala kontakter denne har. Det kulturella kapitalet kan vara rent materiellt så som böcker, tekniska prylar och utbildningsbevis, men också mer abstrakt som kunskap och hur stor inblick en person har i den så kallade "finkulturen". Till sist har vi det symboliska kapitalet som är direkt kopplat till makt och status. Det är sådant kapital som erkänns och legitimeras av andra

och det kan skilja sig åt mellan de olika fälten. Hur man för sig i olika sociala sammanhang är ett exempel, där språket är ett mycket viktigt uttrycksmedel. Ett akademiskt och därmed tungt språk med många svåra ord och vetenskapliga referenser, kan inte "vem som helst" förstå. Det gäller att ha en viss förståelse som bygger på mycket kulturellt kapital och samma referensramar människorna inom det fältet har.

Enligt dessa principer och fältens logik finns det inte bara tre klasser eftersom pengar inte är det enda som avgör. Snarare finns det: De övre klasserna, medelklasserna och de arbetande klasserna. Livsstilarna som präglar dessa klasser handlar till exempel om konsumtion av mat och kläder och val av yrke. Poängen med att prata om kapital och fält är för att visa på de gränsmarkörer som vi människor använder oss av gentemot varandra. Tidskrifter är exempel på en sådan markör som

signalerar vilken typ av människa man är, eller vill vara, eftersom de bland annat fungerar som en indikator på smak och intressen. De arbetande klassernas livsstil styrs enligt Bourdieu av "en smak för det nödvändiga", medan de övre klasserna präglas av en "känsla för distinktion". Både välbärgade och högutbildade har över lag andra vanor än lågutbildade och personer med lite ekonomiskt kapital.

HANNAH ENGBERG



MER OM PIERRE BOURDIEUS BEGREPP

Klass: "En struktur av relationer mellan betydelsefulla egenskaper" (Pierre Bourdieu, ur *Den kvinnliga klassresan* s. 110 av Ulla-Britt Wennerström).

Fält: Samhället utgörs av olika fält och dessa består av människor och relationerna mellan deras positioner. Varje fält styrs av specifika livsstilar. Exempel på fält är: ekonomi, vetenskap, litteratur, konst, musik, journalistik, och idrott. Det går också att slå ihop vissa fält till exempelvis kulturens eller politikens fält för mer generalisering.

Kapital: De tillgångar en människa har avgör vilken position denne har i samhället. Det finns inte bara ekonomiskt kapital, utan också kulturellt och socialt. Sådant som ger makt och status kallas för symboliskt kapital. Skiljer sig åt i olika fält.

Elit: "En teknisk beteckning för en grupp som avviker i ett bestämt hänseende, nämligen ifråga om makt och inflytande" (Maktutredningen s. 306). En elit kan vara sluten eller öppen beroende på graden av samstämmighet och exklusivitet inom den. En viktig aspekt av samstämmigheten är en gemensam livsstil och referensram. Ett demokratiskt samhälle förutsätter att det finns många eliter och att dessa är öppna. Att de är öppna betyder att positionerna inom eliten ska vara tillgängliga för alla grupper i samhället med hänsyn till bland annat kön, etnicitet, klass, utbildningsnivå och geografisk härkomst.

DEMOKRATISKA KRAV

Det demokratiideal som den svenska riksdagen eftersträvar ställer höga krav på media och journalistiken. Journalistiken ska bland annat stimulera medborgare att delta i det offentliga samtalet och låta olika aktörer komma fram i debatten. Men hur bidrar Sveriges kultur- och samhällstidskrifter till att uppfylla kraven på det offentliga samtalet?

I dag finns det inte många som ifrågasätter demokratin som styrelseskick i det svenska samhället, trots att mer antidemokratiska strömningar figurerar. Demokratin skyddas bland annat i grundlagen, och år 2000 kom demokratiutredningen ut som skulle "belysa de nya förutsättningar, problem och möjligheter som det svenska folkstyret möter inför 2000-talet". För att ha en välfungerande demokrati måste det bland annat finnas ett offentligt samtal vilket i sin tur påverkar politiken och folkstyret. Media och fri tillgång till information är viktiga delar av det offentliga demokratiska samtalet. För att analysera våra antaganden om att tidskrifterna skulle kunna påverka det offentliga samtalet i Sverige, har vi tittat på några olika demokratiska modeller. Det finns olika demokratimodeller som avhandlar *vem* som borde styra, *vad* de ska styra över och *hur* de bör styra.

Demokratiutredningen beställdes i syfte att ligga till grund för regeringens framtida åtgärder och överväganden i demokratiarbetet. Utredningen förespråkar en deltagardemokrati med samtalsdemokratiska kvalitéer, en tanke som länge varit ett ideal i svensk politik.

I en deltagardemokrati innebär det att man ser människan inte bara som individ utan också som en social varelse. Hon ska ha rätt att kunna utveckla sin potential och kunna garanteras medverkan i den praktiska politiken. Om de rättigheterna ska vara effektiva krävs det att medborgarna visar engagemang och införskaffar den kunskap som krävs för att kunna bilda sina egna åsikter och påverka samhället. Intresset och engagemanget från medborgarna är nödvändigt för att demokratin inte ska gå under. I samtalsdemokratin betonas vikten av samtalet och argumentens grundläggande betydelse för samhället. Demokratin ger en spelplan för en fri debatt, därför är offentliga arenor för samtal av högsta värde för samhället. Samtalen ska bygga på politisk jämlikhet, strävan efter en gemensam förståelse, lyssnande och intellektuell öppenhet, ingen strävan efter dominans och rationella och sakliga argument.

En sådan modell ställer också höga krav på medierna och journalistiken. Med utgångspunkt i de kraven kommer vår studie att försöka belysa hur de tidskrifter vi granskat påverkar ett offentligt samtal och en levande demokrati.

Kraven som ställs är bland annat att journalistiken inte ska ägna sig för mycket åt den politiska eliten och det politiska spelet utan istället skriva om saker som stimulerar medborgare att delta i offentliga angelägenheter. Medierna och journalistiken ska skapa ett forum för debatt och diskussion. De ska jobba för en stor mängd kvalitativ journalistik, och se till att den informerande journalistiken inte försvinner i all underhållningsjournalistik. Man ska gestalta politik som en angelägenhet för alla och låta olika grupper av aktörer komma till tals på lika villkor även i politiska debatter, vilket är en av anledningarna till att vi har valt att undersöka vilka aktörer som kommer till tals i de olika tidskrifterna. Demokratimodellen ställer också krav på dagordningen i medierna. I valet av olika dagordningar ska journalistiken utgå från medborgarnas dagordning. Därför är det en viktig del av vår undersökning att närmare undersöka dagordningen på de två nivåerna som beskrivits tidigare.

FRÅN HÖGER TILL VÄNSTER

Fem tidskrifter, fem karaktärer. Marknaden för samhälls- och kulturtidskrifter kan vara svårnavigerad. För att testa våra antaganden och undersöka vår frågeställning har vi valt att granska fem tidskrifter.

AXESS OM AXESS: "Tanken är att Axess ska fungera som en kontaktyta mellan vetenskapen och publicister. Vi är en idétidning, men ändå opolitisk så tillvida att vi vill avpolitiserat forskningen" Johan Lundberg chefredaktör

STARTADES: år 2002

UTKOMMER: 9nr/år

UPPLAGA: ca 7000 (enl. Axess)

ÄGARSTRUKTUR: Axess utges av Axess Publishing AB som ägs av Nordstjärnan Kultur och Media, ett företag i Ax:son Johnson-sfären.

FINANSIERING: Finansieras av Axess Publishing

KULTURTIDSKRIFTSTÖD: Nej

EXEMPEL PÅ ÄMNET I AXESS

2009: Politik är ett mycket vanligt ämne i Axess, ofta med en viss tyngdpunkt på utrikes. Utrikespolitiskt skriver man bland annat om Islam och Västerlandet, Tyskland och 20-årsjubileet efter murens fall, Obama och USA sedan presidentvalet och nationalism i Japan. Exempel på ämnen när man talar om inrikespolitik kan vara finanskrisens orsaker och konsekvenser och hur integration angrips från höger- och vänsterhåll.

ARENA OM ARENA: "Vi är de enda i vårt slag, och är extremt oberoende utan lojaliteter åt något håll. Vi försöker inte göra annonsörer eller bidragsgivare nöjda med oss." Devrim Mavi chefredaktör

STARTADES: 1994

UTKOMMER: 6nr/år

UPPLAGA: ca 5000/mån (enl. arena)

FINANSIERING: Utöver annonser och prenumaranter kommer runt 15-

20 procent av intäkterna från abonnenter. Tidskriftsstödet är ungefär 10 procent av finansieringen.

ÄGARSTRUKTUR: Tidskriften Arena är en del av Arenagruppen, en ideell förening. De verkar enligt sig själva i en radikal och progressiv tradition.

KULTURTIDSKRIFTSTÖD: får 200 000 år 2010.

EXEMPEL PÅ ÄMNET I ARENA

2009: I Arena berör politiska artiklar oftast inrikespolitik, exempel kan vara Rosengårdsrapporten, svenska skolan, porrindustrin och äktenskap ur ett feministiskt perspektiv. Utrikespolitik behandlas också i Arena, då kan exempel vara Obamas insatser efter att han blev vald, EU och flyktingpolitik, Rwanda och tiden efter folkmordet. Arenas teman kan röra feminism, radikalitet, islamism, mediebild av Kongo. Politik är i fokus.

FILTER OM FILTER: "Tidningen är allmänt skeptisk bara, en klassisk journalistisk hållning snarare än politisk. Vi har inte gett oss in i det där, vi har haft fullt upp med att berätta sköna stories" Mattias Göransson chefredaktör

STARTADES: år 2008

UTKOMMER: 6nr/år

UPPLAGA: ca ungefär 25 000/nr (enl. filter)

FINANSIERING: Finansieras genom delägarna och som ett vinstdrivande företag på marknaden.

Ägarstruktur: Filter är helt privatägda, bland annat är medarbetarna delägare. Andra ägare



är bland annat Leif Pagrotsky och fotbollsspelaren Kenneth Andersson.

KULTURTIDSKRIFTSTÖD:

Nej (däremot fick offside stödet de två första åren)

EXEMPEL PÅ ÄMNET I FIL-

TER 2009: Filter skriver om till exempel musiker, skådespelare och andra kulturpersoner eller kulturyttringar. Inom media och samhällsfrågor kan man exempelvis skriva om ämnen som svenskhet, grisuppfödning och utfiskning i haven. Filter är främst centrerad kring populärkultur och de flesta av de kulturella företeelser och personer som beskrivs är moderna.

NEO OM NEO: "Vårt stora mål är att göra Sverige mer liberalt, det handlar om att påverka Sverige mot en liberal riktning", Paulina Neuding chefredaktör

STARTADES: år 2006

UTKOMMER: 6nr/år

UPPLAGA: 9000 (enl. neo)

FINANSIERING: Förutom annonser och prenumaranter finansierar



Stiftelsen Fritt Näringsliv Neo och det förekommer mycket privata donationer.

ÄGARSTRUKTUR: Neo är ett aktiebolag där chefredaktören Paulina Neuding äger 51 procent och VD:n äger 49 procent.

KULTURTIDSKRIFTSTÖD:

Nej, är principiellt emot statligt stöd till tidskrifter.

EXEMPEL PÅ ÄMNEN I NEO 2009:

Det finns en relativt jämn fördelning mellan in- och utrikespolitik och exempel på ämnen inrikespolitiskt kan vara invandring, familjepolitik, systembolagets monopol och idrottsrörelsen. Utrikespolitiskt berör man bland annat murar som delar tex Usa/Mexiko och Israel/Palestina, gasledningen mellan Ryssland och Tyskland, upploppen i Iran och EU-politik.

ORDFRONT OM ORDFRONT:

"Ordfrontmagasin är en besserwissrig röst från vänsterkanten" Johan Berggren chefredaktör

STARTADES: Föreningen ordfront startades 1969

UTKOMMER: 7nr/år

UPPLAGA: 13 000/nr (enl. ordfront)

FINANSIERING: Den finansieras i första hand av bidrag från föreningen Ordfront. Av medlemsavgiften går cirka 80-90 procent till Ordfront magasin, resten är annonser.

ÄGARSTRUKTUR: Tidskriften ges ut av föreningen Ordfront.

KULTURTIDSKRIFTSTÖD: Fick det första gången i år, ett bidrag på 200.000 kr.

EXEMPEL PÅ ÄMNEN I ORDFRONT 2009: I inrikespolitiska frågor kan exempel på ämnen vara jämlikhet i svenska skolan, kritik mot kulturpolitik, ekonomi, miljöfrågor som energiförbrukning och klimat-hotet, skogsindustrin, bostadssituationen och hyresrätter och bibliotek. Även utrikespolitik behandlas i tidningen och då rör ämnena exempelvis folkrörelsen på Island efter finanskrisen, svåra situationer i U-länder, globalisering, nykolonialism, bistånd och ökad frihet i Japan.

KARIN FALLENIIUS

FRÅGESTÄLLNINGAR:

1. Vad skriver tidskrifterna om?
 - Vilka ämnen och personer får utrymme?
 - Hur är den språkliga och begreppsliga tillgängligheten i tidskrifterna?
2. Vilka skriver tidskrifterna för?
 - Vilken är den uttalade målgruppen?
 - Vilka målgrupper signalerar tidskrifternas innehåll?
3. Vilket genomslag har tidskrifterna i den bredare dagspressen enligt nyckelpersoner inom svensk dagspress och enligt tidskrifternas själva?

METOD:

Innehållsanalys av tidskrifterna Arena, Axess, Filter, Neo och Ordfront. Vi har analyserat fem nummer av varje titel, utifrån sociologen Pierre Bourdieu. Med hans begreppsapparat i ryggen kunde vi bland annat ta hänsyn till den språkliga och begreppsliga tillgängligheten i artiklarna.

Intervjuer med de utvalda tidskrifternas chefredaktörer för att ta reda på vad de hade för syn på sitt genomslag i dagspressen. Vi ville även veta vilka de skriver för.

Webbenkät till opinionsbildare inom svensk dagspress (Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Sydsvenska Dagbladet, Göteborgs-Posten, Aftonbladet, Expressen, Dala-Demokraten, Sundsvalls Tidning, Norrländska Socialdemokraten, Värmlands Folkblad och Smålandsposten), för att försöka besvara vilket genomslag tidskrifterna har och vilken betydelse de har för opinionsbildningen.

Vårt syfte är här att försöka visa på en tendens. Vi är medvetna om att vi inte kan undersöka tidskrifternas verkliga genomslag inom ramen för detta arbete. Det finns tyvärr ingen tid till att även göra en innehållsanalys av dagspressen. Vi tror dock att vår studie ger en fingervisning om tidskrifternas betydelse för svenska kultur- och ledarskribenter.



RESULTAT

- 
- ÄR SPRÅK VERKLIGEN MAKT?
INNEHÅLLSANALYSEN VISAR ATT EN VISS
ELITISM PRÄGLAR DE GRANSKADE
TIDSKRIFTERNA.
 - I INTERVJUDELEN MÖTER DU FEM
CHEFREDAKTÖRER SOM ANSER ATT
DE PÅVERKAR DAGSPRESSENS AGENDA.
 - MEN VAD TYCKER OPINIONSBILDARNA
INOM DAGSPRESSEN?
LÄS RESULTATET AV VÅR WEBBENKÄT.

Fyra tidskrifter med viljan att påverka opinionen, en med önskan att berätta "sköna stories". Tillsammans utgör de fem viktiga samhälls- och kulturtidskrifter i Sverige.

Vi valde inte att titta på tidskrifterna utifrån deras politiska färg, men var ändå medvetna om den under läsningen och har också upptäckt att den många gånger påverkar tidskrifternas angreppssätt i olika ämnen.

TIDSKRIFTER – POLITIK ELLER "SKÖNA STORIES"?

Obama, svensk politik och kultur. Många ämnen återkommer i de tidskrifter vi undersökt, de stöts och blöts med utgångspunkt i olika ideologier och utifrån olika perspektiv. I vår undersökning har vi enligt principerna om agenda setting arbetat på två nivåer. En första ambition har varit att titta på vad tidskrifterna skriver om för att sedan se på hur dessa ämnen har gestaltats. Frågan har då varit om tidskrifterna ger uttryck för elitism.

Fyra av de tidskrifter vi tittat på har politik i fokus, nämligen Axess, Arena, Neo och Ordfront. Vilka aspekter av ämnet som tas upp skiljer sig från tidskrift till tidskrift även om ämnena i sig ofta är desamma. Att värna om de svaga i samhället har traditionellt sett varit ett typiskt angreppssätt från vänsterkanten, vilket också märks i ämnesvalen som tidskrifterna med uttalade vänstersympatier gör. I vänstertidskriften Ordfront finns en uttalad maktkritik som också synliggörs i ämnesvalet. Ett citat från en artikel om EU illustrerar både Ordfronts vurm för utsatta och kritik mot rådande maktnormer:

"... I Kavalla bor en romsk familj i ett ofärdigt hus, tak och bara två väggar, blöjbarn tultar i mörkret bland byggmaterial. En kvinna rotar i soptunnan. Detta leder fram till min önskelista, kolla här EU: 1. Asfattiga romer diskrimineras i Europa. Gör nåt NU. ..." (Ordfront nr 4/2009 s. 15)

Tematiskt sett finns en inriktning mot rättvisa och solidaritet i tidskriften. Många artiklar fokuserar på detta och berör utsatta människors situation. Den rika världens ekonomiska diskriminering av den fattiga återkommer i fler av artiklarna, också svensk fattigdom berörs.

Det här är typiska teman som också känns igen i vänstertidskriften Arena, dock skiljer sig angreppssätten åt. Bland annat genom att man i Arena inte tar upp sakfrågor eller låter berörda människor komma till tals i texterna. I Ordfront omskrivs människor på olika positioner i samhället, både elitpersoner och vanliga människor kommer till tals. De som skriver i Ordfront är främst journalister och författare, politiskt engagerade på vänsterkanten och redaktörer för hjälporganisationer. Om man även ser skribenten som en elitaktör, vilket här är motiverat eftersom skribentens åsikter genomsyrar artiklarna, så finns en övervikt mot elitpersoner. De tar del i ett offentligt samtal och har då makt att påverka. I Arena däremot finns nästan enbart elitpersoner representerade och sällan talar man med berörda människor när man skriver om en fråga utan omskriver snarare människor som kollektiv. Artiklarna är nästan alltid opinionsmaterial, de driver en tes och skribentens åsikter lyser tydligt igenom. Författare, akademiker och journalister är vanligt förekommande som skribenter. På samma sätt som i Ordfront är tonen ofta maktkritisk. Alliansregeringen ifrågasätts ofta men även kritik av socialdemokraterna och en del av vänstern är vanligt. Artiklarna är många gånger ideologiskt genomsyrade där feminism och normkritik är ett återkommande perspektiv. I artikeln "Varför gifter sig feminister?" skriver exempelvis Anna Adenji om könsneutrala äktenskap:

"... Med detta har gayrörelsen och ett otal privatpersoner som gärna vill gifta

sig lyckats driva igenom en förändring som visar att homosexuella har samma rätt till tvåsam borgerlig kärlek som heterosexuella har..." (Arena nr 5/2009. s. 42)

Både Ordfront och Arena har också artiklar om kulturyttringar, även om de inte väger lika tungt utrymmesmässigt. Då kan det handla om politisk teater, litteratur, poesi och film. Oftast finns politiska undertoner även i kulturmateriallet.

I Axess och Filter väger kulturen tyngre. Den tidskrift som märker ut sig i fråga om ämnesval är Filter. De flesta av artiklarna rör sig inom det kulturella området, särskilt populärkultur, men även media och samhällsfrågor får stort utrymme. Ämnesvalet är dock brett och det finns inte tydliga tendenser i vilka ämnen som berörs mest. Vissa av artiklarna rör politik men inte många. Det finns ingen politisk ton, ambitionen är snarare att berätta om verkligheten på ett dramatiserat sätt. Artiklar följer en uttänkt dramaturgi och har ett nästan skönlitterärt berättande:

"... När han låste upp den tunga, plåtklädda porten lade kyrkvaktmästare Leif Lindström märke till ett par leriga fotspår på golvet innanför. Han tänkte att de kom från någon av gårdagens besökare och fortsatte sin vanliga morgonrunda tillsammans med säsongsarbetaren Ingegerd Edholm..." (Filter nr. okt/nov 2009. s 80)

I konservativa Axess är kultur också ett viktigt ämne även om det angrips lite annorlunda. I Axess finns ett klassiskt ideal och ett ständigt historiskt återblickande. Man har en ambition att berätta historien från början, något som möjligen kan underlätta analysen av samtiden.

Många artiklar inom områdena politik, ekonomi och kultur vinklas ofta historiskt, ämnen och personer som berör allt från 1800-talet och framåt är vanligt. Framför allt kultursidorna präglas av ett klassiskt tänkande där allt från klassisk musik till tysk romantisk bildkonst behandlas.

Vid sidan av kultur är politik och ekonomi de två ämnen som får mest utrymme i Axess. Den språkliga och begreppsliga tillgängligheten i artiklarna är till skillnad från övriga tidskrifter ofta upplysande. Skribenterna efterlyser många gånger en högre bildningsnivå i samhället och menar att det finns en bristande kunskap inom de områden de själva anser vara viktiga. I nummer 2 från 2009 skriver Karin Stensdotter om den franska författaren Colette: *"... Idag är Colette en snudd på bortglömd författare i Sverige, medan hon fortfarande läses och diskuteras i Frankrike. Kanske är hennes romaner lite för vackra för att passa svenskarna..."* (sid. 50)

Neo i sin tur har ofta en positiv och framåtblickande ton. Man vill komma med nya vetenskapliga rön och fäster stor vikt vid vetenskap. Ett bra exempel på det är det stående inslaget "Det blir bättre steg för steg" där man redogör för utvecklingen på olika områden i kortform. I artikeln "Synen på människan revolutionerar hennes framtid" skriver Mauricio Rojas:

"... Aldrig tidigare har en majoritet av människorna på jorden kunnat leva utan att dagligen uppleva fattigdomens ok, och aldrig har en majoritet kunnat läsa och skriva, haft tillgång till säkert vatten och kunnat fira sin 60-årsdag. Aldrig tidigare har vi haft en så stor andel av mänskligheten som kunnat välja sin regering, läsa vad den vill och uttrycka sig fritt..." (Neo nr 6/2009 s. 45)

Tidskriften Neos ämnesfokus ligger liksom Axess på politik och ekonomi. Det finns i Neo också ett tydligt tema kring mer liberala värden, så som företagsamhet, fri rörlighet och ifrågasättande av statens intervention i medborgarnas liv. En annan tendens är att tonen ofta är kritisk mot Ryssland och kommunismen i de forna öststaterna, något som också är tydligt i Axess.

Neo kommer människor på olika positioner i samhället till tals. Även "vanliga" människor får uttala sig i artiklar, men ofta omskrivs också människor som kollektiv. Som skribenter är elitpersoner överrepresenterade och generellt sett är det fler elitpersoner än vanliga människor som uttalar sig i artiklarna. Ledarskribenter från andra tidningar, journalister, politiskt engagerade inom det liberala fältet och forskare är vanligt förekommande skribenter i Neo. I Axess verkar samma strävan finnas men med akademiker i fokus. Många av skribenterna är professorer, överläkare, doktorander, journalister, och författare. Här förekommer nästan enbart aktörer på en elitnivå. Berörda människor kommer inte till tals i tidskriften, de omskrivs som kollektiv men får inte en röst. Artiklarna är inte heller uppbyggda som journalistiska artiklar i bemärkelsen att det inte förekommer berörda människor som själva kommer till tals.

Även på detta område skiljer Filter ut sig som har en mer traditionell journalistisk inriktning med "neutrala" texter. I Filter är aktörerna väldigt blandade, det finns en övervikt mot elitpersoner om man tittar på helheten, men ofta handlar de längre reportagen om "vanliga" människor. Då tidskriften är av mer journalistisk karaktär än de andra är det också naturligt att människor kommer till tals. Men trots att det inte är opinionsmaterial i Filter tar skribenten ofta stor plats själv i de längre texterna. Personen är en synlig agent i texten och är nästan alltid journalist.

Hur ämnen gestaltas är en annan viktig del av teorin om agenda setting. På denna andra nivå har vi ju dels valt att titta på hur man närmar sig olika ämnen och vilken språklig och begreppslig tillgänglighet som finns i artiklarna, men även hur tidskrifterna skriver om klass och social status. För att undersöka vårt antagande om huruvida tidskrifterna är elitistiska eller ej ville vi också undersöka hur tidskrifterna själva skriver om status. I alla tidskrifterna förekommer att man använder klassbegreppet i traditionell mening, och där menar vi en tolkning ur marxistiskt

och ekonomiskt perspektiv som innefattar arbetarklass, medelklass och överklass. För att kunna titta mer specifikt på hur tidskrifterna gestaltar klass, har vi också enligt Bourdieus teori om att människan besitter olika kapital letat efter statusmarkörer. Hur man gestaltar social status skiljer sig mellan tidskrifterna, och vilket kapital som tillskrivs störst vikt varierar. I Ordfront skriver man explicit om klasser och människors position i det ekonomiska fältet framhålls. I följande citat skriver Marianne Steinsaphir om folkbiblioteken: *"... Närheten till biblioteken är avgörande, små barn kan inte knalla iväg ensamma och för dagis är det långt att gå. Det är en plats där människor från alla samhällsklasser kan vistas. Särskilt viktigt för barn och unga från mindre välbeställda miljöer..."* (cit. Ordfront nr 5/2009 s.5)

Många av artiklarna i Ordfront handlar på detta sätt om rika och välbeställda gentemot de som har mindre ekonomiska medel. Varken språk eller resonemang i Ordfront är enligt oss särskilt avancerat och begrepp förklaras, i det avseendet behöver läsaren inget stort kulturellt kapital. När det gäller Bourdieus definition av "smak" och smak som ett uttryck för en social grupps livsstil så förväntas Ordfronts läsare vara intresserad av samhälls- och rättvisefrågor.

Den andra tidskriften med vänsterinriktning, Arena, har ett annat sätt att gestalta social status. Begreppsapparaten i tidskriften kräver en viss förkunskap. Ofta förekommer begrepp och -ismer som inte ges någon närmare förklaring, läsaren förväntas ha en kulturell förståelse där dessa begrepp ingår. Olav Fumarola Unsgaard skriver i en artikel på temat radikalitet:

"... I globaliseringsdebatten glöms ofta postmodernismen bort (...) Det handlar om att erkänna det postmoderna tillståndet utan att falla i vare sig den identitetspolitiska eller marxistiska fällan. Förra årets Aftonbladetdebatt om begreppet queer hamnade just i denna motsättning mellan klass och kön. Athena Farrokzhad och Tova Gerge lyckades inte förklara hur begreppet queer inom sig och helt självklart rymmer ett intersektionalistiskt och radikalt synsätt..." (cit. Arena nr 4/2009 s.29)

Utifrån Bourdieus teorier om kapital anser vi att Arena fäster störst vikt vid det kulturella kapitalet hos sina läsare, då en grundlig begreppsförståelse många gånger är en förutsättning för att läsa texterna. Det sociala och kulturella sammanhang man ingår i blir dessutom oftare belyst ämnesmässigt, än det ekonomiska sammanhanget.

Aven i Axess tillskrivs kulturellt kapital en stor vikt, särskilt vad gäller innehållets språkliga och begreppsliga tillgänglighet. De referensramar skribenterna rör sig inom kräver framför allt ett specifikt kulturellt kapital av läsaren, som vi också menar är det kapital Axess fäster störst vikt vid. Det finns i Axess, bland andra, en tendens att analysera vilka attribut som är associerat med olika klasser. Det finns exempel där man pratar om klasser som är spekulativa, Johan Hakelius skriver i en krönika: "... Det hela är mycket enkelt: den jämlikhetsmani som föddes ur franska revolutionen har resulterat i att stora samhällsklasser, som saknar den självbehärskning som följer med god uppfostran, fått fri tillgång till mat. Resultatet har blivit vad som idag öppet kallas en fetmaepidemi..." (Axess nr 2/2009. s. 74)

Både språk och resonemang ligger på en avancerad nivå i Axess, i enlighet med Bourdieus fältteorier och teori om kulturellt kapital är det tydligt att Axessläsare bör tillhöra ett visst socialt fält för att intressera sig och ta sig igenom texterna. I en artikel om Turkiets medlemskap i EU skriver Ingmar Karlsson:

"... Nyligen utökades dessutom det franska territoriet med ön Mayotte utanför Afrikas östkust. Voila les frontières de l'Europe!" (nr 6/2009. s.16)

Att fraser inte översätts på det här sättet är vanligt och ord med franskt ursprung förekommer också i Axess, exempelvis horor, fäbless och skabrös. Axessläsaren förväntas ha kunskaper i andra språk.

Aven i Neo finns många markörer kring social status. Ämnesvalet signalerar att läsaren bör ingå i en viss social grupp, i en artikel skriver tidskriftens grundare Sofia

Nerbrand om diskussionen kring målgrupp när tidskriften startades: "... vi vände oss till personer som uppskattar krämig cappuccino och halvfranska band..." (Neo nr 6/2009. s. 32).

Generellt vill inte skribenterna öppet tillskriva ekonomiskt kapital så stor vikt, många pekar istället på att kulturella och sociala faktorer i Bourdieus mening är viktigare i människors liv. Samtidigt visar man att det ekonomiska kapitalet är självklart genom subtila signaler. I artikeln "Fler skruvar och mindre korkat" skriver Per Karlsson:

"... Om jag behöver en flaska vin till min poulet-frites eller min boeuf bourguignon händer det att jag slinker in till min Monoprix, Frankrikes motsvarighet till Ica. Eftersom jag tycker om vin, och tycker om gott vin, så blir det nog ingen box..." (Neo nr 4/2009 s.52)

Språk och resonemang ligger inte på en direkt avancerad nivå i Neo och begrepp och bakgrund förklaras ibland i faktarutor. I likhet med Ordfront behövs därför inte ett stort kulturellt kapital i avseendet språk och utbildning hos läsaren.

Även när det gäller klass och social status märker Filter ut sig. Man analyserar inte klassbegreppet på samma sätt som övriga tidskrifter. Det förekommer dock en hel del markörer i texterna som enligt Bourdieus teorier kan slå fast vilket kapital man fäster störst vikt vid. I Filter är det vanligt att beskriva intervjuobjektens bakgrund och sociala bild väldigt ingående, där föräldrarnas arbeten under uppväxten till exempel ofta nämns. Ofta redovisas hela människans liv och det sociala sammanhanget tillskrivs stor vikt. Utseende är en annan faktor som tillskrivs stor vikt i Filter, i många av reportagen beskriver man människors utseenden och kläder även då detta inte är huvudämne för artikeln. Vad man har för materiella resurser är också ett exempel på kulturellt kapital. I en artikel om Johann Neumann, även känd som Ipenmannen, skriver Erik Almqvist: "... Johann kliver in i garderoben och drar med handen över galgarna med ytterkläder innan han plockar fram en beige rock från Barbour. Han låter blicken svepa över sina 54 par skor och väljer ett par handsydd läderloafers. Sedan hänger han på sig en halsduk i kashmir från Nepal..." (Filter nr. juni/juli 2009. s.56)

Genom sina ämnesval kan Filter identifieras med en viss social grupp. Populärkulturella referenser signalerar

ett visst kulturellt kapital och inte minst måste läsaren tilltalas av berättarstilen för att ta sig igenom tidskriften vilket förmodligen kräver en viss läsvana.

För att ytterligare kunna analysera vem tidskrifterna faktiskt vänder sig till har vi också sammanfattat vilka annonser som förekommer i dem. Ofta är det snarlika annonser för varje nummer. I Ordfront syns teatrar, bokförlag, miljöförbund, filmfestivaler, biståndsgivare, olika grupper som jobbar för social och ekonomisk rättvisa, resor och museum. Tidskriften Axess är däremot mer sparsmakad när det gäller annonser, de som finns är främst för de egna produktionerna inom Ax: son Jonson-sfären som Axess Tv och Axess-bloggen. I övrigt finns det några få reseannonser och annonser för bokförlag. I Arena är det också ganska lite annonser, men där finns annonser för olika fackförbund, kulturhändelser som filmfestivaler, Arenagruppens egna evenemang och boksläpp. Även Aftonbladet och Svenska Spel annonserar i flera nummer.

I Neo och Filter är annonserna mer inriktade på konsumtion. Neo har inte lika många, men exempelvis annonser för olika vinklubbar, Timbros bokhandel och tidskrifter om näringsliv. Filter är dock den mest konsumtionsinriktade av alla tidskrifterna när det gäller annonser. Olika klädmärken, teknikföretag, alkohol och kulturevenemang är vanligast förekommande. Det signalerar vilket kulturellt kapital som läsaren bör investera i för att vara "rätt" och passa in i målgruppen – även om den inte alltid är uttalad.

En av anledningarna till att vi från början intresserade oss för tidskrifterna och deras funktion i det offentliga samtalet, var de debatter som har florerat. Själva kommenterar tidskrifterna relativt frekvent på debatter och hänvisar i några fall till varandra. Debatten om verklighetens folk kan vi se har haft stor genomslagskraft i alla tidskrifter utom Filter. De i sin tur kommenterar sällan på andras debatter, men lyfter ofta fram när de själva får ett genomslag i annan press. Något som är ovanligt i de andra tidskrifterna.

SIGNALEN OM KLASS

Är du en sådan som gillar att dricka vin och läsa om näringslivet? Eller vill du gå på ett forum för mänskliga rättigheter? Annonserna är bara ett sätt som en tidskrift signalerar vilken social grupp deras läsare förväntas tillhöra. Trots att det kan vara svårt att generalisera kring status i tidskrifterna är vissa mönster synliga.

Ett av våra antaganden var att de fem tidskrifter vi granskat skulle vara elitistiska utifrån hur de skriver, vad de skriver om och vilka de låter komma till tals. Det har dock visat sig vara ganska svårt att generalisera kring detta. Hög utbildning signalerar ett högt kulturellt kapital och i samtliga tidskrifter presenteras alltid skribentens yrkesmässiga bakgrund och titlar på ett noggrant sätt. På så sätt är majoriteten av dem som kommer till tals i tidskrifterna elitpersoner. Vi kan konstatera att en viss form av elitism förekommer, men den syns på olika sätt och tidskrifterna hamnar i olika fält i det sociala rummet.

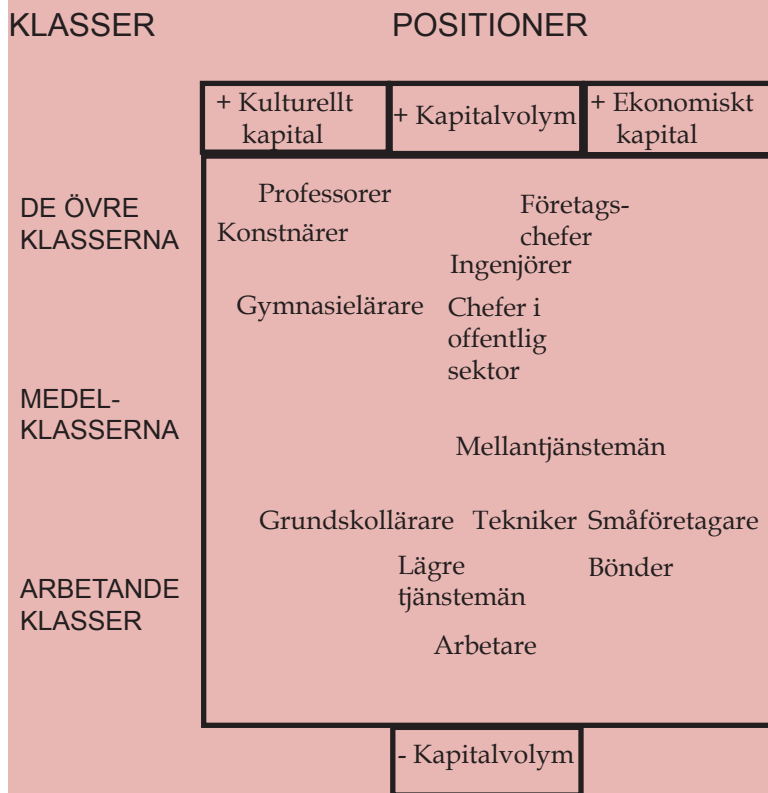
Genom innehållsanalysen kunde vi utläsa att de flesta tidskrifter skriver om snarlika ämnen, men att de angriper dem från olika håll. Enligt Bourdieus teorier om fältens logik kan vi få en tydligare bild av vilka ämnesområden, eller fält, som prioriteras högst i respektive tidning. Konservativa Axess är upplysande och värnar klassiska ideal, de blickar

gärna mot historien för att kunna analysera sin samtid. Axess rör sig ämnesmässigt inom det politiska, ekonomiska och kulturella fältet. Kulturellt berör man en mer klassiskt orienterad kulturvärld. Vänstertidskriften Ordfronts angreppssätt är att uppmana till handling ur ett rättviseperspektiv. För det allra mesta syns skribenten i texterna, särskilt i de politiskt färgade tidskrifterna. Ordfront rör sig även de inom det politiska, kulturella och ekonomiska fältet. Vänstertidskriften Arena är snarare postmodern och vill presentera radikala åsikter som en alternativ röst i debatter. De rör sig främst inom det politiska, ekonomiska och sociala fältet när man tittar på ämnen. Det sociala fältet då Arena fäster en stor vikt vid att analysera marginaliserade människor och deras plats i det sociala rummet. I liberala Neo finns ett framåtblickande angreppssätt, man vill visa upp andra sanningar och hänvisar ofta till naturvetenskapen. Här är politik, vetenskap och ekonomi de viktigaste fälten.

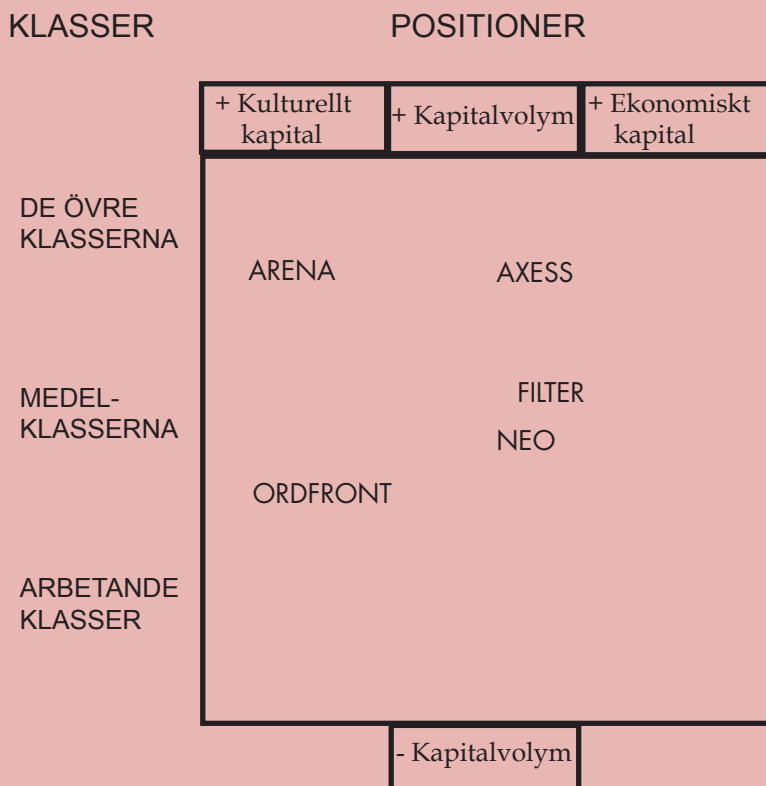
Filter har ett berättande perspektiv utan politisk agenda, det finns en tydlig dramaturgi där händelsen och inte ämnet står i centrum. Tidningen rör sig främst inom det kulturella och sociala fältet. Att vi tolkar dem som tillhörande det sociala fältet beror på att man i ämnesvalet väljer att lyfta fram intervjupersoners sociala plats i tillvaron. Social tillhörighet är viktigt i Filter.

Man bör dock observera att det kulturella fältet har en tendens att bli väldigt brett. Kultur kan vara både den klassiska kultur som Axess intresserar sig för, vilket skiljer sig markant från vad som anses vara kultur i Filter. Där anses kultur snarare vara den moderna popkulturen. Vi ser ett behov att vidga Bourdieus kulturella fält och även lägga till ett populärkulturellt fält. Genom sin tillhörighet till olika fält signalerar tidskrifterna vilka ämnen de anser vara centrala. För att tillgodogöra sig innehållet i respektive tidskrift krävs självklart ett intresse för området och ett visst

■ DET SOCIALA RUMMETS KLASSER OCH POSITIONER



■ BETYDELSEFULLA KAPITAL HOS TIDSKRIFTERNAS LÄSARE



Figuren inspirerad av *Sociologiska perspektiv* Engdahl och Larsson, 2006

mått av olika kapital.

I Axess och Arena krävs ett stort mått av kulturellt kapital. Begreppsvärlden i tidningarna är avancerad och det förekommer ofta ord och begrepp som inte förklaras. Utbildning tillskrivs i Axess dessutom stort värde, vilket även det är en del av det kulturella kapitalet. Det ekonomiska kapitalet signaleras också som viktigt men på mer subtila sätt. För att kunna konsumera den kultur som förespråkas som viktig i Axess krävs bland annat ett visst ekonomiskt kapital, där tänker vi bland annat på den konst som refereras till.

I Ordfront och Neo krävs inte ett kulturellt kapital i lika hög utsträckning. Begreppsvärlden är inte särskilt avancerad i någon av tidningarna. I Neo finns dock en tendens att betrakta ekonomiskt kapital som självklart. I Filter är det kulturella kapitalet inte heller särskilt viktigt om man ser till språk och begreppsvärld. Bakgrund ges ofta och texterna är lättillgängliga. Däremot är det en viss typ av materiellt kulturellt kapital som läsaren bör ha, så som specifika klädesmärken eller tekniska prylar. Det kan kopplas till det sociala kapitalet som är viktigt i Filter. Det förutsätts att du tillhör en viss social grupp för att förstå de populärkulturella referenser som är vanliga i tidningen.

Men även annonserna ger signaler vilket fält och vilket kapital läsaren förväntas besitta. Då vi tittar på annonserna kan vi dra slutsatsen att varje tidskrift har en tydlig målgrupp. Där märker Filter ut sig som den tidning som fäster störst vikt vid det ekonomiska kapitalet då annonserna främst är inriktade på konsumtion av mode, teknik, alkohol och liknande produkter. Axessläsaren förväntas snarare åka på historiska resor och läsa böcker på de stora europeiska språken. Arenaläsaren är intresserad av fackförbunden och att gå på filmfestivaler, medan Ordfronts läsare vill gå med i föreningar som handlar om rättvisa och miljö och gå på teater. Neos läsare vill dricka vin och läsa om näringslivet. Trots att en del av chefredaktörerna inte alltid vill definiera sin läsarskara kan vi ändå se att annonsörerna är överens om vem som läser tidningen.

HANNAH ENGBERG
KARIN EURENIUS

VAR FINNS DEBATTEN?

”Alla kulturtidskrifter tycker att de bidrar till det demokratiska samtalet”. I alla fall om man ska tro Devrim Mavi, en av chefredaktörerna på tidskriften Arena. För att ta reda på hur de tidskrifter vi valt att undersöka upplever sin egen funktion i medielandskapet, lät vi dem ge sin syn på var debatten om demokratin finns i Sverige idag. Vi har träffat fem chefredaktörer med en önskan att nå ut.

ARENA

Devrim Mavi på vänstertidskriften Arena anser att det finns både ekonomiska och fysiska möjligheter att komma till tals i Sverige. Hon är inte rädd för att vara en obekväm röst som rör upp i debatten .

Upplever du att ni har ett genomslag i andra medier?

Ja, det tycker jag. Andra medier diskuterar och debatterar det vi skriver. Det kan vara både personer som är upprörda och håller med, men det är oss man pratar om. Skribenter kan hänvisa till oss både på ledar- och kultursidor. I Aftonbladet har vi till exempel debatterats hela vintern. Innan det var det under sommaren i DN då Kajsa Ekis Ekman ansåg att vi gick åt höger och gjorde en sådan läsning av oss. Jag håller inte med om hennes kritik och tycker att hon med flit gör felläsningar. Hon och andra vänsterkritiker upprörs av att vi står för en annan vänster än vad de vill se. Vi står för en frihetlig och oberoende vänster. De kanske borde skapa en egen tidning, vi kan ju inte leverera den tidning som de vill ha. Men de här debatterna handlar ju mycket om att folk läser oss och på något sätt också måste förhålla sig till oss.

Vilka är era influenser?

Det är andra tidningar, andra medier, utländska medier. Det handlar om att man hela tiden måste hänga med i debatten och läsa till exempel ledarsidor och kultursidor och försöka göra en analys av de debatter som pågår och de saker som skrivs.



Man kan säga att vi försöker läsa av tiden, samtidigt måste vi också prata väldigt mycket med varandra.

Vem skriver ni för, alltså vilka är er läsare?

Våra läsare är människor som är intresserade av fördjupad samhällsdebatt. Vi kan skriva från olika vinklar om ämnen, exempelvis migration. Våra läsare vill ha politiska fördjupade texter som inte levererar det förväntade. Det är det som också måste vara en idédebatt, att man hela tiden frågar sig om en fråga kan ställas på ett annat sätt. Om vi exempelvis pratar om feminism, kan man då kanske tänka sig att ha en text som försvarar prostitution?

Kan vem som helst läsa Arena?

Jag tror inte att någonting görs för vem som helst, alla tidningar görs för en krets av människor. Arena läses av de som orkar ta sig igenom en lång artikel. Man måste vara beredd på att ägna tid åt att läsa och tänka att det kanske inte är något man gör på kafferasten som man läser kvällstidningen. Vi tänker inte så mycket på läsaren utan mer på vad vi själva skulle vilja ha med i nästa nummer. Vilka frågor vi tycker är aktuella är det viktigaste.

Vilka frågor driver ni?

Arena driver inga frågor, vi bedriver inte kampanj-journalistik. Vi försöker snarare ana tendenser och vartåt det går. När vi till exempel gjorde en intervju om konservatism för ett och ett halvt år sedan med en av den svenska konservatismens största

försvarare så var det många som undrade hur vi kunde ha belägg för att konservatismen var på väg tillbaka trots att det bara var en person som sagt det. Men sen har vi ju sett hur det har följts av andra röster. Det är ett typiskt exempel på när vi anade en tendens. Vi försöker göra en analys av vad som händer i

"KULTURTIDSKRIFTER FYLLER EN JÄTTEFUNKTION, DET ÄR DÄR IDÉER STÖTS OCH BLÖTS, MAN TAR SPJÄRN MOT VARANDRA OCH OLIKA FÖRETEELSER I SAMHÄLLET."

olika debatter men det är inte alltid vi lyckas se rätt tendenser, det är jättesvårt. Men generellt gäller det att hitta ämnen före andra, det har Arena gjort flera gånger. Till exempel intervjuade vi Anders Borg långt innan han blev finansminister. Vi försöker se både vad som är på gång men samtidigt se in i framtiden vad som kommer att hända. Därmed påverkar man ju också samtalet.

I vilka forum anser du att det offentliga samtalet pågår idag?

Ett viktigt forum är medierna, där kulturtidskrifter fyller en jättefunktion. Det är där idéer stöts och blöts, man tar spjörn mot varandra och olika företeelser i samhället. I ett land som Sverige pågår ju också samtalet i folkrörelser, det är en premis för det demokratiska samhället

att det finns folkrörelser. Allt från fackföreningar till frivilligorganisationer. Här finns både fysiska och ekonomiska möjligheter

att driva organisationer och demokratiska möjligheter att komma till tals. För oss är det självklart men om vi tittar på hur det ser ut i världen är det ju absolut inte självklart. Vi behöver inte ens gå särskilt långt bort, i till exempel Ryssland och Italien är ju medier hårt styrda och det finns enorma lojalitetskrav med makten. Därför är det viktigt att vi har alla de här möjligheterna att komma till tals i Sverige.

Kan förändringarna i kulturtidskriftstödet förändra den offentliga debatten?

Det handlar inte bara om det demokratiska samtalet för mig, utan snarare om att det måste finnas en balans i vad man bevakar. Om det anses okej att man sitter på en fotbollsmatch och skriver om den och att det anses som ett bra arbete, medan det inte är samma sak att läsa en bok och skriva om den så är det ju en demokratisk fara. Vad får vi för samhälle om vi prioriterar bort konsten och kulturen. Det påverkar såklart det demokratiska samtalet men också hur vi ser på kulturyttringar, exempelvis på hur man pratar om film och hur man gör film.

Varför är Arena en viktig tidning?

Vi är de enda i vårt slag, och är extremt oberoende utan lojaliteter åt något håll. Vi försöker inte göra annonsörer eller bidragsgivare nöjda med oss.

KARIN EURENIUS

AXESS

Johan Lundberg på konservativa Axess tvekar inte att gå mot strömmen. Problemet i dagens debatt handlar enligt honom om att den stora majoriteten kulturskribenter idag ser det som sin plikt att tysta avvikande röster.

Vilket genomslag har ni i andra medier?

Vi får oftast bra respons från ledarredaktionerna på Svd, DN och Expressen. Vi blir kommenterade mer på ledarsidor än på kultursidor, alltså vi citeras mer löpande på ledarsidor. Ofta är det ett citat som lyfts upp och diskuteras. På kultursidan är det DN som skriver om oss rätt ofta och då är det både positiva och negativa reaktioner. Aftonbladet kommenterar också på kultursidorna, men där är det mest negativt. Ett exempel på vad som plockats upp från oss på Axess var när vi hade ett tema om skönhet hösten 2008. Liksom debatten om figurativ konst som vi initierade och som gavs ett stort genomslag i kulturvärlden.

Tycker du att ni har ett tillräckligt genomslag?

20



Vi har ett hyfsat genomslag men det kunde vara bättre så klart. Sen har ju jag initierat debatter i Expressen bland annat, men det är ju på mitt eget bevåg.

Hur ser den typiske Axessläsaren ut?

Den typiska Axessläsaren är densamme som den typiska P1-lyssnaren. Det är nog mer män än kvinnor och de är ofta över 45

år. De är ofta högutbildade och bor i storstäder med anknytning till universiteten, och i Stockholm kommer de ofta från de mer välbärgade förörterna som till exempel Djursholm. De är nog ofta höginkomsttagare också.

Var hämtar ni inspiration ifrån?

Vi sneglar mycket på utländska tidskrifter, mestadels mot USA och Europa. Bland annat Economist,

Standpoint, Atlantic, TLS, New York Review of books, Prospect, Spectator är viktiga.

Finns det några svenska tidskrifter som ni hämtar inspiration eller uppslag ifrån?

Nej

Hämtar ni idéer eller uppslag från annan svensk media?

I väldigt liten utsträckning. Eller man kanske ska säga att övrig media på det hela taget fungerar avskräckande. Vi försöker gå åt ett annat håll, anläggand andra infallsvinklar.

Var uppfattar du att det offentliga samtalet finns idag?

Alltså det är ju helheten av de opinionsbildande organen, debatterna som förs överallt, ledar- och kultursidor i dagspressen. Allt som händer med bloggar. Det skapar grunden för det demokratiska samtalet. Axess spelar stor roll för den demokratiska debatten genom att kunna säga saker som inte är allenarådande. Det som egentligen är direkt farligt

för demokratin är hur debatten förs idag. Det finns ett demoniserande av åsikter som jag reagerar väldigt starkt på, när folk klistrar på åsikter på andra, istället för att verkligen bemöta vad man säger. Det offentliga samtalet är hotat av att det finns så få alternativa plattformar, åtminstone om man ser till den opinionsbildande verksamhet som sker via kultursidor. Avvikande röster saknas inte helt; utan framförallt är problemet att den stora majoriteten kulturskribenter ser det som sin plikt att tysta avvikande röster. Det handlar inte ens om speciellt kontroversiella frågor utan det kan röra sig om att måla figurativt med utgångspunkt i en klassisk tradition, eller att skriva rimmad poesi. Framförs dessa åsikter är risken stor att du blir utmålade som en högextrem mörkerman som fiskar i grumliga vatten. Vi vill skapa en alternativ kanon. Problemet är att det finns så få fristående, heltidsavlönade kritiker, som har möjlighet att ifrågasätta konsensus. Detta fanns för 10-20 år sedan. Nu är

alla kritiker extremt dåligt betalda och måste ta bisysslor för att försörja sig: skriva förord till antologier, moderera debatter, jobba extra som lektörer åt förlag. I det läget är man livrädd för att få fiender, vilket leder till att en rädslans kultur

"DET OFFENTLIGA SAMTALET ÄR HOTAT AV ATT DET FINNS SÅ FÅ ALTERNATIVA PLATTFORMAR, ÅTMINSTONE OM MAN SER TILL DEN OPINIONS BILDANDE VERKSAMHET SOM SKER VIA KULTURSIDOR"

breder ut sig, vilket är en fara för det demokratiska samtalet: ingen vågar utmana konsensus.

Vilka andra tidskrifter är viktiga för det offentliga samtalet?

Ur ett demokratiskt perspektiv är väl Neo viktig i så fall, och Filter också till en viss del. Men jag tycker inte att Ordfront och Arena fyller samma funktion. De bidrar inte till pluralismen på samma sätt eftersom de representerar åsikter som går att finna på ställen som DN kultur.

KARIN FALLENIOUS

FILTER

Sköna stories ska stå i fokus i Filter. Chefredaktören Mattias Göransson berättar om hur det opolitiska samhällsmagasinet lyckats nå ut med flera av sina historier i dagspress.

Får ni ofta ett genomslag i dagspress?

För det mest skulle jag säga. I vårt senaste nummer hade vi ett reportage om en jägare, och efter det var det en vegan som fick tokspel på Aftonbladet Kultur. Vissa jobb har en större kraft, när vi gjorde en lång Carolaintervju så var den överallt. Vår intervju med Killinggänget för ett tag sedan blev också extremt citerade eftersom de inte hade gjort intervjuer på väldigt länge. Vi har väldigt mycket journalister bland läsarna vilket nog underlättar att vi blir citerade mycket. Andra tidningar anlitar PR-byråer för att få ut sina stories, det behöver inte vi göra. Vi vet att vi blir lästa.

Ni har börjat ett samarbete med DN också. Varför då?

Vi får se var det landar. Det var



ett samarbete för tre nummer och de tre numren har nu gått. Det var en marknadsmässigt rätt idé när vi gjorde det, vi behövde växa och nå ut till människor. De allra flesta som är medievana konsumenter har ju trots allt ingen aning om vad Filter är. Det finns nog jättemånga som egentligen vill läsa den bara de visste vad det var. Samarbetet var på bådas

initiativ och det har gett oss många nya prenumeranter, säkert tusen stycken bara på den banner vi fick i DN under samarbetet.

Vad plockar ni upp från andra medier? Var får ni inspiration och idéer?

Korta grejer kommer ofta från andra medier. Men de roligaste

sakerna kommer faktiskt aldrig från andra medier, de kommer alltid av en slump för att någon har träffat någon rolig figur. Till exempel så älskar vår skribent Ika Johannesson flygplan och så sprang hon på en av Carl Bildts pressekreterare som berättade att Carl också är besatt av flygplan. Det blev en story och det mesta kommer till på det sättet. Men mycket är ren kalenderjournalistik, typ "snart kommer den boken ut". Det där gör ju alla.

Men finns det några exempel på när ni plockat upp saker från dagspressen?

Ofta känns det ju helt otroligt att dagspress inte skrivit om det vi skriver, ofta är det bortglömda ämnen. Men ibland kan det vara någon notis i dagspress som får oss intresserade. Vi gör också metastories ibland, vi har bland annat skrivit om Flashback. Det var en tid med mycket anonymiserade skandaler där källan alltid var Flashback. Då kände vi att någon måste gå till botten med Flashback.

"OFTA KÄNNES DET JU HELT OTROLIGT ATT DAGSPRESS INTE SKRIVIT OM DET VI SKRIVER, DET ÄR BORTGLÖMDA ÄMNEN"

Hur ser den typiska Filterläsaren ut?

Vi gjorde en undersökning under första hösten. Andra kan de där siffrorna bättre än jag, jag brukar inte bry mig så mycket. Men jag tror att de flesta är väldigt lika Offsideläsarna även om Filterläsarna är fifty fifty män och kvinnor. Men det är akademiker och medelklass i Stockholm, Göteborg och Malmö mellan 35 och 40. Och de har många universitetspoäng.

Är det er målgrupp också?

Vi tänker inte riktigt på målgrupp på det sättet. Jag tänker mig mer en målsituation. När vi skissade på tidningen utgick vi från ett landskap där magasin och tidskrifter var nischade. Det kunde vara antingen ett specialintresse som båtar eller en politisk ståndpunkt. Tidigare i Sverige fanns det någon slags gemensam agenda och plattform med TV 1 och TV 2 och där alla visste vem Hyland var. Det har försvunnit idag, nu har vi en mer nischad marknad. Tidskrifterna påminner rätt mycket om Sverige, folk har sina specialintressen. Istället för den tidigare gemensamma dammen har vi nu djupa brunnar. Vi ville göra en tidning som var för fackidioter, den skulle vara välskriven och smart och fördjupande, men vi vill gå tillbaka

till den gemensamma dammen igen. Tanken är att Filter ska ge fackidioterna något att prata om när de träffas

Var ser du att samhällsdebatten och det offentliga samtalet pågår idag?

Det pågår väl precis överallt, hemma hos folk och i en massa medier. Men det är intressant hur vissa frågor blir stora och dominerande, de kan ju uppstå på lite otippade sätt. Debatten om vanvårdade grisar förra året är ett typiskt exempel på när ett samtal startar i medierna. Det var ju inte så att någon bara började prata om grisar plötsligt. När vi skrev om det började det med att jag åt middag på Årets Kock-galan där jag hamnade bredvid en kvinna som hade varit grisfarmare och hon hade levererat grisköttet till galan. När Jan Björklund höll pristalet och hävdade att Sveriges sjukhus och skolor var de största kunderna av detta kött blev hon jättesur. Hon berättade att de köper allt griskött i Danmark. Då tänkte jag att det här måste vi skriva om. Där var det ju hon som startade den debatten genom att sitta och vara arg.

Men anser du att tidskrifter är viktiga i samhällsdebatten?

Inte i jämförelse med dagstidningar. Det är en storleksfråga egentligen, ibland gör vi ju saker som andra fångar upp.

Vilka andra svenska magasin tycker du bidrar med något?

Jag får erkänna att jag på allvar bara prenumererar och läser amerikanska tidningar. Men jag läser väl VI, Sonic och Populär Historia. Ibland Ordfront, det jag kommer över helt enkelt.

Har ni någon politisk ståndpunkt?

Nej, ingen medveten hållning. Tidningen är allmänt skeptisk bara, en klassisk journalistisk hållning snarare än politisk. Vi har inte gett oss in i det där, vi har haft fullt upp med att berätta sköna stories. Min förebild är alltid gamla Rolling Stone, musiktidningen som var något helt annat, ett slags counter culture. Vi vill vara ständigt ifrågasättande, medan politiska tidningar bara är ifrågasättande inom ett visst sökarljus vilket enligt mig är tråkigt. Läs Ordfront går ju inte, även om man håller med dem innerst inne, de är för enkelspåriga. Vi är mer berättelseorienterade än ämnesorienterade.

KARIN EURENIUS



NEO

Idag kan fler människor komma till tals än innan, tycker Paulina Neuding på liberala Neo. Hon efterlyser dock en öppnare debatt där man inte behöver tassa på tå.

Vilket genomslag upplever du att Neo har i andra medier?

Vi har ett väldigt stort genomslag, men det beror lite på. Vårt senaste nummer har redan blivit citerat på flera ställen. Bland annat DN:s ledarsida och Smålandspostens ledarsida och det kom ut i förra veckan. Så det blir ofta ett ganska stort genomslag tycker jag. Klimatfrågan och islamismen skrev många om efter att vi tagit upp det.

Vilken typ av genomslag har det varit – positivt eller negativt?

Det är lite olika. Alltså Neo brukar ju uppröra och skapa en del ilska också, för att vi upplevs som nyliberala helt enkelt. Men det har jag absolut inga problem med, jag är gärna nyliberal. DN:s kommentar nu senast handlade om vår artikel med Maria Wetterstrand där de tyckte att vi var lite taskiga, medan Fredrik Federley tyckte i sin blogg att vi var för snälla.

Hur mycket plockar ni själva upp från dagspress till era egna uppslag?

Det där är ju en växelverkan, framför allt på bloggen där vi skriver om den dagsaktuella debatten. Vi kommenterar dem och de kommenterar oss. Neo har också varit en mediekritisk produkt och vi har sagt från början att det finns en vänstervridning inom svensk media och därmed har vi varit mediegranskande. Så där har det

funnits en extra växelverkan med oss och till exempel DN Kultur, där vi då tycker att de är vänstervridna.

Vilka skriver ni för, vilka är era läsare?

Vi tänker oss en bred borgerlighet, men jag vet att vi går hem bäst hos medelålders män. Så min ambition är att nå fler, till exempel unga tjejer som jag själv. Tidningen har en väldigt feminin layout, med fjärilar och krusiduller, så det är märkligt att det är så många män som läser den. Men vi har ju skrivit om tunga ämnen som Rysslands utrikespolitik och islamisthotet och liknande. Nu försöker vi vara breda i ämnesvalen genom att göra den mera tillgänglig. Du ska liksom kunna läsa Neo utan att vara redo att läsa fem långa essäer. Mer korta saker och mer ämnen som tjejer är intresserade av. Jag hoppas att det slår igenom.

Vilka ämnen är det som ni vill ta upp och skriva om? Vilka frågor driver ni?

Vi kör ganska brett om politik. Om vi tar det senaste numret så har vi brottsbekämpning, prostitution, EU, kulturpolitik och lite allt möjligt. Så vi har väl inga frågor som vi direkt driver, men det finns frågor som vi varit först på bollen med. Det är integritetsfrågan, klimatalarmismen och islamismen också till viss del, där vi profilerat oss för att vi har varit tidiga. Men vi försöker vara så breda som möjligt.

Var tänker du att det offentliga samtalet finns idag?

Det fantastiska är det som händer på nätet där folk interagerar på Twitter och på bloggar och bollar idéer med varandra. Det tycker jag är helt underbart. Tidningarna förlorar där hela tiden och kommer att göra det mer och mer. Jag vet ju det, som

har varit ledarskribent, att har man en lucka i sitt resonemang så får man veta det av bloggofären direkt och så var det inte för fem år sen. På det sättet har det verkligen hänt någonting med kvaliteten. Det känns som om det är fler människor som deltar i debatten och vissa vet inte ens vad en ledarsida är, men de diskuterar på bloggar för att de har ett intresse och vill se vad som händer.

Tycker du att det offentliga samtalet fungerar i Sverige idag?

Det fungerar i avseendet att det finns en bredd som inte fanns innan där fler människor får komma till tals. Men sen kan jag tycka att debatten i Sverige är så oerhört snäv. Vi har så mycket tabun och så mycket politisk korrekthet. Vi behöver en öppnare debatt därför att idag blir folk så kränkta hela tiden och allting är så känsligt. Jag skulle hellre se att vi kunde bryta argument mot varandra, ta det på det sättet.

Hur ser du på utbudet av de tidskrifter som finns då, inte bara i dagspressen?

När Neo började fanns det inga liberala tidningar över huvud taget. Axess finns ju och den är konservativ, men det är klart att det finns en övervikt åt vänster även där. Och så kan jag störa mig på Filter som är en väldigt bra tidning, men som ofta angriper politiska problem ifrån vänster. Det naturliga opolitiska perspektivet är liksom att vara vänster.

På vilket sätt kommer det fram?

Det är ämnena, det är hur man angriper problem. Delvis har du de här tidningarna Arena och Ordfront som är uttalat vänster, men det är också hur det skrivs om

ett problem och hur det kan lösas. Skriver man om prostitution till exempel så blir det om lagstiftningar och förbud. Eller hur man pratar om klimatproblemen, där det inte handlar om att marknaden kan lösa problemen, utan hur vi ska reglera bort dem. Det visar DN prov på hela tiden tycker jag.

Kan du ge några exempel på vart ni får idéer från i svenska medier och inte bara amerikanska?

Ja, vi gjorde ju ett jobb om Maria Wetterstrand i senaste numret om hur alla medier är så snälla mot henne hela tiden och där vi använder DN som exempel. Jag läser ju dagstidningar och så läser jag The Economist och så försöker jag läsa alla svenska magasin. Sen har jag en google reader som är full av bloggar, det finns ju så himla många.

Vad tänker du att Neo kan bidra

"VI BEHÖVER EN ÖPPNARE DEBATT DÄRFÖR ATT IDAG BLIR FOLK SÅ JÄVLA KRÄNKTA HELA TIDEN OCH ALLTING ÄR SÅ KÄNSLIGT."

med?

Att bredda debatten och säga att "har ni tänkt på att det här kan vara en lösning?" I det senaste numret har vi en artikel om FN-toppmöten. Det är ju så att vart femte år träffas medlemsländerna för att bekämpa fattigdomen och ta bort hungern och så har det varit sedan 60-talet. Det är alltid lika fina formuleringar, men det händer ingenting. Därför att fattigdom försvinner om man har marknadsekonomi och fri ekonomi, det försvinner inte av att världens ledare bestämmer sig för att den ska det. Det är ett typiskt exempel på ett högerperspektivs lösning på problem.

HANNAH ENGBERG

ORDFRONT

Johan Berggren på vänstertidskriften Ordfront önskar ett större genomslag i dagspress. Idag tycker han att debatten snarare handlar om att förolämpa motståndaren än att ha en åsikt.

Hur upplever du att ert genomslag i andra medier ser ut?

Ganska litet. Jag måste säga att jag tycker att vi är ganska lite refererade till och lite recenserade. Vi är ju ändå Sveriges största

samhällsdebattstidning och det är väldigt sällan vi blir anmälda eller ens sågade. Om de inte gillar oss så kan de väl skriva det, typ "kolla Ordfront, nu ljuger de igen". Men det kan de ju inte göra och därmed skriver de ingenting. Ett tag kunde folk ändå hacka på Ordfront, men det kan kännas som att vi har blivit lite utskrivna.

Och då menar du att det är så just på grund av att det är Ordfront?

Ja. Fast det här är ju naturligtvis helt omöjligt att leda i bevis, det är en observation liksom. Jag är inte helt galen och jag kan bedöma en nyhet. Det kan också vara så att vi skriver om någonting och efter två veckor tas det upp i DN eller någon annanstans utan att vi blir refererade. Men med just oss känns det som att det har att göra med en beröringsskräck. Men den dagen vi skriver något som inte stämmer kommer de att skriva om oss. Men i vissa kretsar

har vi ett jättestort genomslag. Som biståndsfolkrelserna och i hela vänstermedia-svängen är vi ju en jätte. Jag skulle vilja se ett mer konkret genomslag i dagspressen. Inte bara med Ordfronts varumärke, utan jag menar att våra artiklar som tar upp tunga och angelägna prylar borde få mer genomslag.

Men upplever du att andra tidskrifter får ett genomslag, eller är det just tidskrifter som sådana som inte får ett genomslag i annan media?

Det finns några gullegrisar. Arena är en gullegris och jag skulle säga att Filter har gynnats väldigt mycket av DN bland annat, och sedan också i viss mån Bang. Och det är till viss del bra. Men de kunde låta bli att inte haka fast vid just tre stycken. Det är väldigt sällan som jag ser Ottar nämnd också. Jag tror inte att detta är helt medvetet såklart, utan det går lite trend i det.

Upplever du att Ordfront hade ett annat genomslag förut?

Ja. Det förändrades efter den här Jugoslavienartikeln 2004. Det var en intervju med Diana Johnstone om att bosnierna minsann var lika goda kålsupare som serberna under kriget. Jag tycker att hon har fel, liksom många andra. Maceij Zarembo myntade då det saftiga uttrycket "brunvånster". Det var någonting jag visste när jag fick jobbet, att Ordfront har ett solkat varumärke, men någon måtta får det ju vara.

Hur mycket uppslag får ni från dagspress? Var får ni era idéer ifrån?

Dels har vi ett nätverk med skribenter och en styrelse som är kunnig. Vi har en redaktion och vi läser utländska böcker och reportage. Men från svenska dagsmedier får vi nästan ingenting. De är re-writes. Alltså den smarta artikeln du läste i DN i morse stod i New York review of books. Det är jag säker på. Jag kan visa var den kom ifrån i nio fall av tio. Sen får vi förslag från frilansare som är väldigt duktiga.



journalistik från grunden. Därifrån får vi inspiration ibland.

Om vi tänker på era läsare, vilka skriver ni för?

Vi brukar få brydda miner när vi pratar med marknadsförare om reklam, för vi har ingen målgrupp. Inte ens reklamsidan har en målgrupp. Utan det är den här gamla mossiga folkbildningstanken: Det ska vara för den som är vuxen och ungdomar som är intresserade. Vi skriver om exporten av miljöfarligt avfall till Afrika och då gör vi det långt och nyanserat, men utan svåra ord, så att den som är intresserad av den här frågan kan läsa och förstå. Det är ingen målgrupp, det är 56-åringar i Umeå och 16-åringar i Lund, liksom det är högutbildade och svetsare som knappt har gått folkskola. Att ha en målgrupp och vara folkbildande går emot varandra.

Om ni inte har någon målgrupp, vilka ämnen skriver ni om?

Demokratifrågor, välfärd och rättvisa. Det är på tre arenor, dels globalt, EU och inrikes. Sen så är det ju en vänstertidning. Mer en antiborgerlig eller antimakt-tidning än en socialistisk tidning. Vi börjar ju liksom inte varje tidning med att sjunga hymnen till Marx, utan det kan

finnas mycket kritik mot totalitära kommunistiska system. Jag skulle säga att vi är en oberoende, bred vänster, socialdemokratisk idétidning. Samtidigt måste man ha en grundton som läsarna kan

känna till och utgå ifrån. Ordfront magasin är väldigt kritisk till den kapitalistiska världsordningen, det kommer inte att förändras. Samtidigt betyder inte det att vi skriver Fidel-lojala texter.

Var tycker du att det offentliga samtalet förs någonstans?

Det förs väl i viss mån på kultursidor i dagstidningar. I viss mån, lite halvdan och stammande men ändå. Och radio tycker jag kan ha det alltså P1 och P3. Tyvärr handlar dagens debatt inte om att ha en åsikt, utan bara om att kunna framföra den genom att förolämpa motståndaren på ett stilt sätt. Och det tycker inte jag är ett demokratiskt samtal.

Men tycker du att Ordfront är med i det offentliga samtalet då?

Ja, absolut. Men, alltså till och med Neo är med i det offentliga samtalet. Varenda spritt medium är väl med i det offentliga samtalet, vilket jag tycker borde mana till ett större ansvarstagande hos många av dem.

Vad tycker du att Ordfront bidrar med i det offentliga samtalet?

Helt klart en noga påläst besserwissrig röst från vänster. Som handlar om samhället och inte om debatten. I motsats till Arena som liksom skriver om debatten. Om de skriver om feminism så frågar de tio kända feminister var debatten finns, medan om vi skickar vi ut reportrar till grundskolor i landet och kollar hur tjejnerna har det.

KARIN FALLENIOUS

"VI ÄR JU ÄNDÅ SVERIGES STÖRSTA SAMHÄLLSDEBATTSTIDNING OCH DET ÄR VÄLDIGT SÄLLAN VI BLIR ANMÄLDA ELLER ENS SÅGADE. OM DE INTE GILLAR OSS SÅ KAN DE JU SKRIVA DET, TYP ATT "KOLLA ORDFRONT, NU LJUGER DE HÄR IGEN"."

Hur ser det ut med andra svenska medier då, till exempel radio och tv?

Möjligtvis en del från Ekot och Studio ett och Korrespondenterna i SVT och Konflikt i P1. Där kan jag känna att det görs en del riktig

Stryp inte stödet

- tankar om
kulturtidskriftstödet



"Det är bra att Alliansregeringen har försökt att se över kulturen och komma med nya idéer, men det är en farlig utveckling när man ska strypa och tycker att kulturen får för mycket statliga medel" menar Devrim Mavi, chefredaktör på tidskriften Arena.

Kritiska röster höjdes och en oro över en snävare debatt med färre röster hördes när regeringen kom ut med kulturpropositionen "Tid för kultur" förra hösten. Kritiken riktades mot de förslag på ändringar i stödet som skulle innebära att endast kulturtidskrifter som behandlade rena kulturfrågor skulle kunna söka. I utredningen stod det att stödet skulle delas ut till "(...)tidskrifter vars huvudsakliga inriktning är kulturell debatt samt analys inom de skilda konstarternas områden" Det skulle, åtminstone i teorin, innebära att flera tidskrifter skulle få extremt pressade situationer, och att samhällsdebatten skulle bli hotad. Men inte heller innan utredningen var alla odelat positiva till stödet.

"Stödet var konstigt formulerat, andemeningen var att om du försöker öka din upplaga för mycket blir du av med stödet" säger Mattias Göransson, chefredaktör Magasinet Filter.

Och om man resonerat så som Mattias Göransson gör, kan det positiva med den nya utformningen vara att det tidigare kravet på att tidskrifterna som får stöd måste gå med förlust, nu kommer att tas bort. Kanske kan det bidra till en fortsatt mångfald inom den svenska tidskriftsmarknaden. För det är ju ändå det som är poängen med kulturtidskriftstödet, det hoppas i alla fall författarna till rapporten. Även inom branschen ses mångfald som något värdefullt och eftersträvänt.

"Jag har inget emot stödet i sig, det finns ett demokratiskt värde i det eftersom det bidrar till pluralismen" säger Johan Lundberg, chefredaktör Axess Magasin. Han menar dock att faran med kulturtidskriftstödet är att det finns en

konsensus bland de som delar ut stödet och att det ofta är samma typ av tidskrifter som får ta emot stödet. Pluralism i all ära, men den liberala tidskriften Neos chefredaktör tycker ändå inte att staten ska betala något mer än polis, rättsväsende och sjukvård. Trots det tycker hon att innehållet i tidskrifterna är viktigt.

"Det demokratiska behovet av att få tillgång till information är tillgodosett(...) Staten ska inte ägna sig åt att stödja glossiga magasin som folk vill unna sig" Paulina Neuding, chefredaktör Neo.

Att saker förändras när ett land byter regering är kanske lätt att förutsäga, men det är kanske inte alltid lätt att planera ekonomin för det. Därför finns det även en viss återhållsam inställning till stödet även hos de som är positiva.

"Rent principiellt och strukturellt så är det inte så smart att lita på bidrag, för det kan ju komma en annan regering och förändringar i bidrag." Johan Berggren, chefredaktör Ordfront Magasin.

Regeringen valde senare att vidga formuleringen om vilka som ska få stödet så att det även kan delas ut till de mer samhällsorienterade tidskrifterna. Den nya formuleringen har också lett till diskussioner. Men oavsett formulering så kräver den deltagardemokrati med samtalsdemokratiska inslag som demokratiutredningen förespråkar att det måste finnas forum för debatt och diskussion. Det ska finnas en rik mängd informerande journalistik som ska väga upp den stora mängden underhållningsjournalistik. Där har kulturtidskriftstödet en viktig funktion att fylla.

DAGSPRESSEN OM GENOMSLAGET

De tidskrifter vi granskar är ingen stor inspirationskälla till dagspressens åsiktsmaterial och de spelar heller inte en avgörande roll för opinionsbildningen. Inte om du frågar ledar- och kulturskribenterna själva. Arena läses av flest och tillsammans med Axess har de störst effekt på dagspressens dagordning.

Dagspress är tillsammans med radio och tv de absolut viktigaste källorna för att hålla sig uppdaterad om aktuella samhälls- och kulturhändelser. Svenska tidskrifter kommer därefter, snäppet före informella nätverk och utländsk press. För uppslag till egna krönikor och ledare ansåg de tillfrågade att svenska tidskrifter i allmänhet gav minst idéer. Det egna intresset för en fråga, ett ämnes aktualitet och den politiska ideologin på den tidning man jobbar för är viktigare. Liksom om ämnet figurerar i dagspressen

i övrigt. 90 procent tyckte att ett ämnes aktualitet var oerhört eller mycket viktigt för idéuppslag. Det är dock svårt att avgöra varifrån informationen kommer som gör att ett ämne är på tapeten. Det borde rimligtvis vara inspiration från omvärlden och medier i allmänhet, dit även tidskrifter räknas.

När det kommer till de fem tidskrifter vi har granskat har vi en mer nyanserad bild av själva läsningen. Fler än hälften av de tillfrågade hävdade att de har tillgång till alla

fem tidskrifterna i sitt arbete. Cirka 70 procent har Arena och strax över 50 procent har tillgång till Filter. De övriga hamnar där emellan. Vi tolkar det som att de utvalda tidskrifterna har en ganska stor *möjlighet* att påverka dagspressens opinionsmaterial eftersom majoriteten har tillgång till dem. Frågan är då om de gör det?

Majoriteten har läst flest nummer av Arena under det senaste året. Därefter kommer Filter och Axess då nästan 50 procent har läst hälften

eller fler av dessa två. Neo och Ordfront läses inte av majoriteten av dagspressens opinionsbildare.

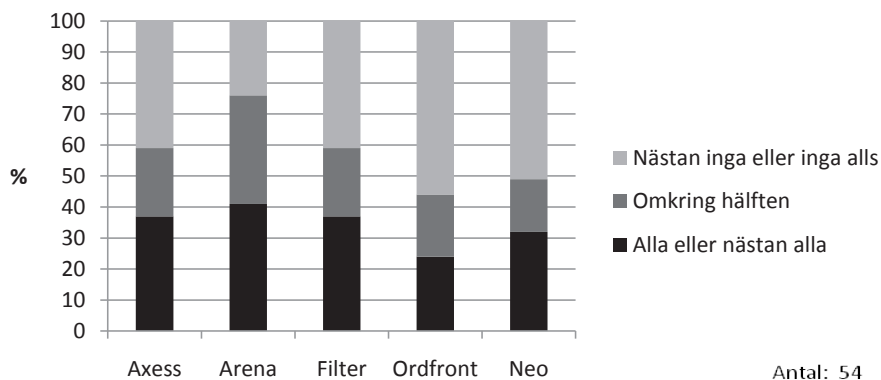
Bara för att de tillfrågade hävdar att de har läst en av tidskrifterna, betyder inte det att de har tagit del av hela innehållet. Det är olika för vilka tidskrifter som läses från pärm till pärm. 40 procent hävdar att de läser mer än hälften eller allt i Filter. Ungefär en tredjedel tar del av samma mängd i Arena och nästan lika många i Axess. Omvänt är det cirka två tredjedelar som inte läser något eller endast enstaka delar ur Neo och Ordfront.

Arena blev alltså läst i störst utsträckning, men det är bara en tredjedel som tar del av allt material i tidskriften. Så även om många av de tillfrågade hävdar att de läser dessa tidskrifter, verkar det som att de främst bläddras igenom.

Arena är också den tidning som har blivit citerad mest under det senaste året. Citering av Axess erkänns också till viss del. När de svarande själva anger vad de har refererat till de gånger de har gjort det, är det spridda skurar även om det mesta har med politik och höger-/vänsterskalan att göra. De flesta minns dock inte vad de har kommenterat. Några menar att de har skrivit om den så kallade "Arenadebatten", medan vissa inte är så tydliga i sina formuleringar och anger teman som feminism, litteratur, konservatism och skola. Ett par personer preciserar sig: "Frågan om konstens topplista i Axess, Filters artikel om hunddressyr" och "Senaste bildningsnumret i Axess och posthumanistnumret i Arena". Ordfront eller Neo nämns inte, men tabellen ovan visar att ungefär var tredje person ändå har refererat till dessa tidskrifter någon gång.

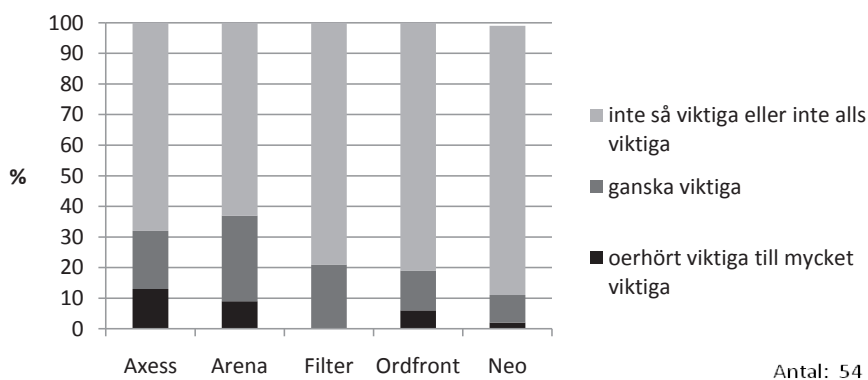
Vi konstaterar att Axess och Arena generellt sett betyder mest för den svenska dagspressens ledar- och kulturskribenter. Vad gäller kvaliteten hamnar dock inte Arena överst. Högst kvalitet på innehållet har Filter följt av Axess. Allra sämst kvalitet anses Neo ha, medan Ordfront är lite bättre. Arena hamnar mitt emellan och anses överlag ha "ganska hög"-

Hur många nummer av följande tidskrifter har du läst/bläddrat i de senaste 12 månaderna?



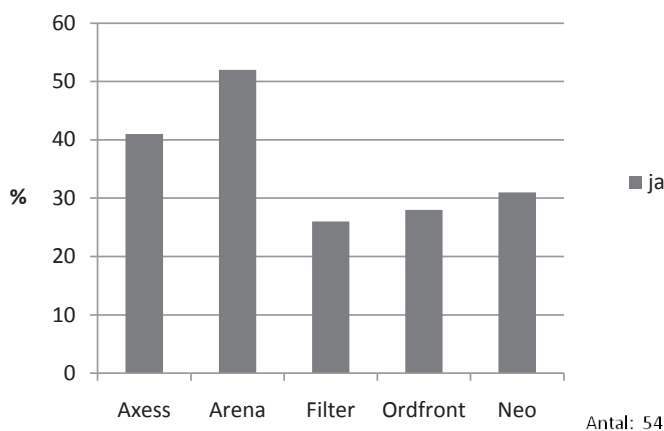
Kommentar: Arena har blivit läst i högst utsträckning då nästan 80 % har läst hälften eller fler nummer det senaste året. Medan Ordfronts och Neos nummer har minst antal läsare då majoriteten för dessa inte har läst så många eller inga alls. Filter och Axess har blivit lästa i lika stor utsträckning och fler än 50 procent har läst hälften av alla deras nummer eller fler. Det tolkar vi som att de tidningar vi granskar har en ganska stor läsekrets bland dagspressens opinionsbildare.

Hur viktiga är följande tidskrifter för idéer och uppslag till ditt eget bidrag/textproduktion till tidningen?



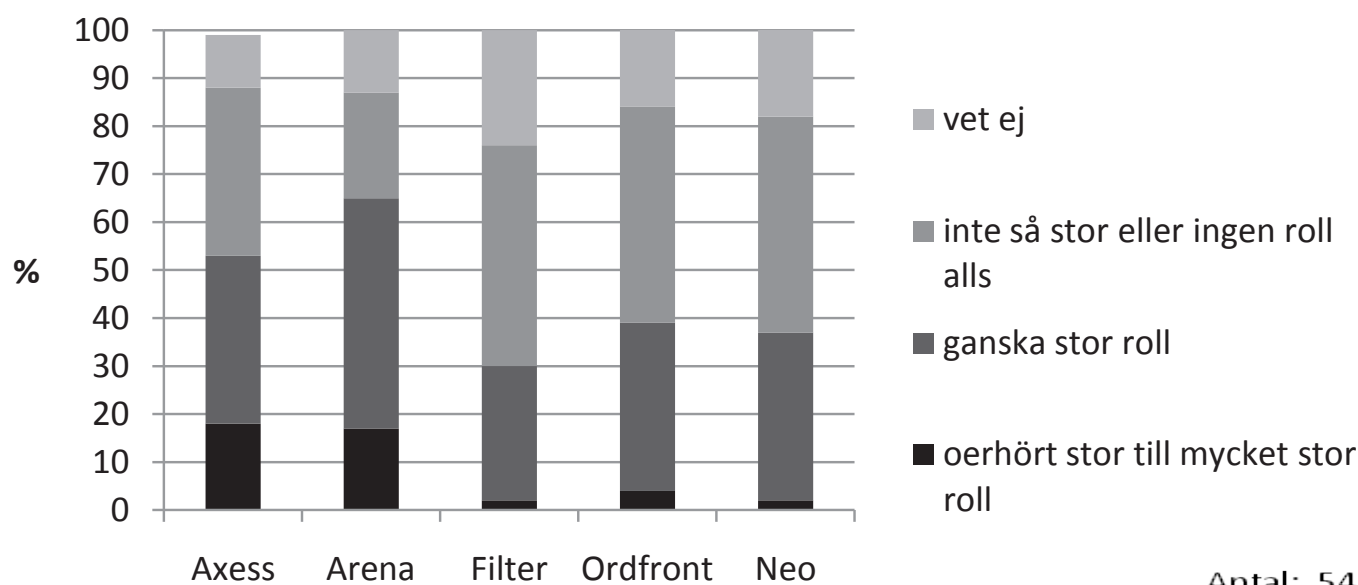
Kommentar: Bland de tidskrifter vi granskar påverkar Axess och Arena de tillfrågade ledar- och kulturskribenterna mest. Men vi kan konstatera att tidskrifterna överlag inte anses vara en stor inspirationskälla, särskilt inte Filter, Neo och Ordfront. Ingen av de svarande hävdar att Filter är mycket viktig för idéer till deras egen textproduktion.

Har du citerat eller kommenterat någon av följande tidskrifter de senaste 12 månaderna?



Kommentar: Fler än hälften har någon gång refererat till Arena det senaste året och den kan därför sägas ha fått mest genomslag i dagspressens opinionsmaterial, genom att bli omnämnd. Axess har också lyfts upp i relativt stor utsträckning, men det är svårt att avgöra hur stort det verkliga genomslaget i dagspressen är. Vi vet inte hur många gånger de svarande har kommenterat dessa tidskrifter, det kan vara så att det endast är en gång.

Hur stor roll anser du att följande tidskrifter spelar för opinionsbildningen?



Kommentar: Arena och Axess har störst effekt på opinionsbildningen av de fem tidskrifter vi har tittat på. De övriga har högst noteringar på alternativen inte så stor och "inte någon alls", men ungefär var tredje svarande hävdar ändå att de är "ganska viktiga". 10-20 procent av de svarande inte kan avgöra hur stor roll dessa tidskrifter spelar för opinionsbildningen.

- kvalitet. Värt att notera är att mellan 15-25 procent inte har någon uppfattning om kvaliteten på någon av de fem tidskrifterna.

Dock vill vi trycka på att de tidskrifter vi har tittat närmare på inte har ett stort genomslag i dagspressen. Det inte är så många som tar del av stora delar av deras innehåll. Men det går inte att veta i hur stor utsträckning svaren stämmer överens med verkligheten. De utgörs av subjektiva upplevelser och det de svarande har angett kan lika gärna vara en indikation på hur de *vill* tycka, som hur de faktiskt tycker. Givetvis påverkas vi människor av hela vår omgivning, till exempel sådant vi läser i tidningar. Det är i princip omöjligt att veta varifrån en idé kommer, men att ställa frågor till ledar- och kulturskribenter ger ändå en indikation på hur viktiga de här tidskrifterna anses vara för dagspressens opinionsbildande material. I det öppna kommentarfältet tycker flera av de svarande att vi har gjort ett snävt urval av tidskrifter och de menar att det finns många fler på marknaden

som har större påverkan på dem som ledar- och kulturskribenter. Exempel på sådana tidskrifter som nämns

är Fokus, 00-tal och Offside, liksom några utländska.

HANNAH ENGBERG



VILKA HAR SVARAT PÅ VÅR ENKÄT

Vi har skickat ut en webbenkät till 114 personer som arbetar som ledar- och kulturskribenter på svenska dags- och kvällstidningar. Vi fick in 54 svar vilket ger en svarsfrekvens på 47 procent. Det anses vara bra för den här typen av enkät. Men vi är medvetna om att vi inte kan dra några generella slutsatser över svensk press i allmänhet. Vår studie visar snarare på en tendens. Av de svarande är:

- 10 stycken ledarredaktörer, 10 kulturredaktörer, 9 ledarskribenter, 12 kulturskribenter och 11 stycken frilansar mot både ledare och kultur.

- Könsfördelningen kvinnor och män ligger på 43/52 procent eftersom tre personer valt alternativet "Annat".

- En tredjedel anger att de jobbar för en socialdemokratisk tidning, övriga menar att tidningen är moderat (15 %) eller liberal (56 %).

- 65 procent skriver för en tidning som har en upplaga på över 90 000 exemplar. En tredjedel jobbar för en som har mellan 15 000 - 40 000, övrigas upplaga är 41 000 - 90 000.

ANALYS



DET OFFENTLIGA SAMTALET – SPELPLAN FÖR FRI DEBATT?

Svenska samhälls- och kulturtidskrifter är inte så viktiga för dagspressens agenda. Trots det fyller de en viktig funktion i den svenska demokratimodellen då de bidrar till det offentliga demokratiska samtalet. Att de tidskrifter vi tittat på enligt Bourdieus teorier är elitistiska, är inget problem så länge det offentliga samtalet är öppet för alla. Demokratin måste ge en spelplan för fri debatt.

Syftet med vår undersökning var att kartlägga några ledande svenska samhälls- och kulturtidskrifter och att försöka undersöka vilken opinionsbildande effekt de har. Vi intresserade oss för vem som bestämmer dagordningen för det offentliga och demokratiska samtalet i Sverige idag och hade ett antagande om att de tidskrifter vi har valt att titta på har en påverkan på dagspressens agenda. Samtidigt upplever vi att det offentliga samtalet är begränsat till vissa arenor, där samhälls- och kulturtidskrifter utgör en av dem. Ett andra antagande var att bara vissa personer kan ta del av dessa tidskrifter, vilket innebär att tidskrifternas bidrag till det offentliga samtalet endast skulle vara tillgängligt för en intellektuell elit som besitter en viss begreppsapparat. Ett tredje antagande har varit att en sådan begränsning i det offentliga samtalet i längden också kan vara ett problem för den demokratimodell vi har i Sverige. Därför var våra frågeställningar:

1. Vad skriver tidskrifterna om?

(Vilka ämnen och personer får utrymme? Hur är den språkliga och begreppsliga tillgängligheten i tidskrifterna?)

2. Vilka skriver tidskrifterna för? (Vilken är den uttalade målgruppen? Vilka målgrupper signalerar tidskrifternas innehåll?)

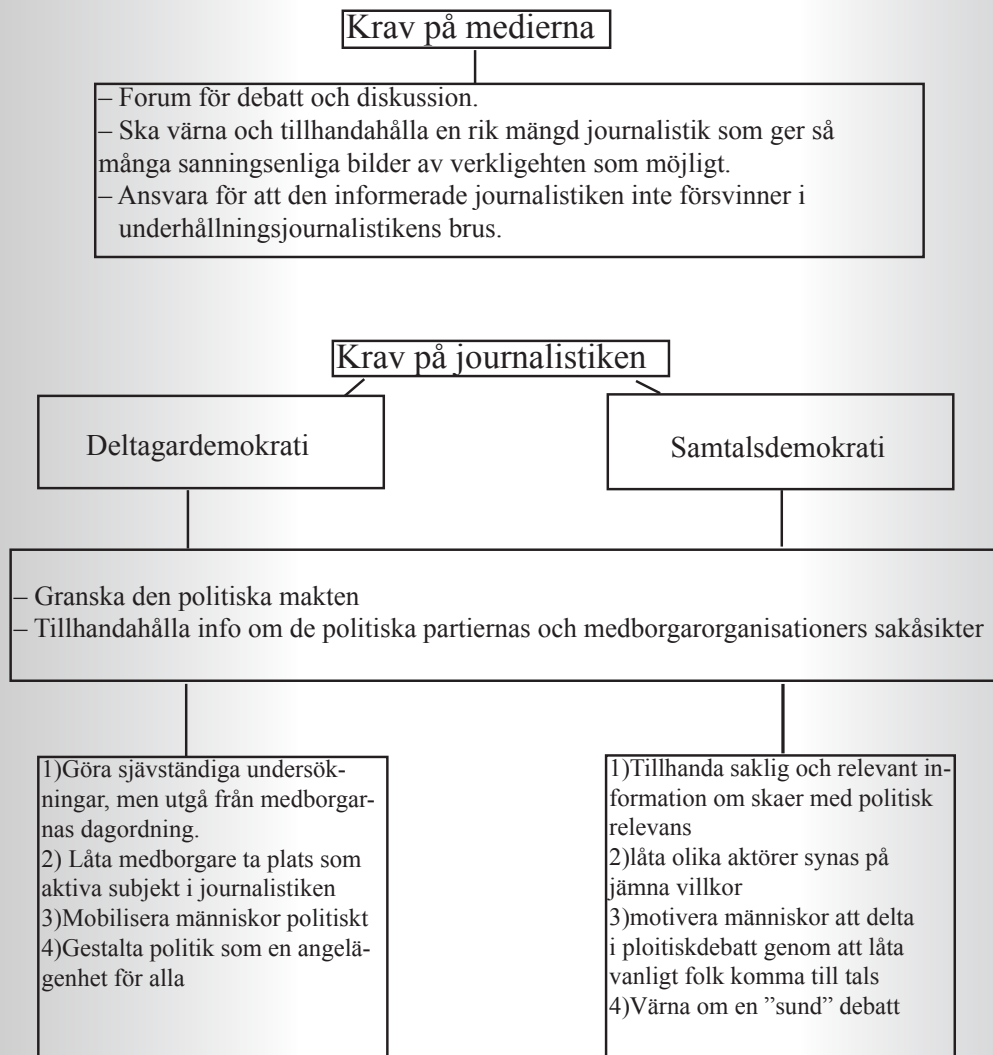
3. Vilket genomslag har tidskrifterna i den bredare dagspressens opinionsmaterial enligt nyckelpersoner inom svensk dagspress och enligt tidskrifternas själva?

För att undersöka detta har vi använt oss av tre olika metoder, detta då frågeställningarna kunde tyckas abstrakta och behövde belysas från olika håll. Vi anser nu att vårt viktigaste resultat är det som vi undersökt i den tredje frågeställningen, nämligen vilket genomslag de fem tidskrifterna har på dagspressens opinionsmaterial. Enligt den webbenkät vi skickat till ledar- och kulturskribenter i Sverige är tendensen att tidskrifterna inte har särskilt stor betydelse för

deras agenda. De läses till viss del och hävdas ha en viss effekt, men litteratur och samtal med allmänheten är nästan lika viktiga inspirationskällor. Allra viktigast för idéuppslag var dagspress, radio och tv. På grund av detta resultat har frågeställning ett och två (tidskrifternas ämnen och målgrupp) blivit sekundära i vårt huvudresultat. Det spelar egentligen ingen roll om tidskrifterna signalerar elitism eller inte, i sitt ämnesval och i sin gestaltning av social status, förutsatt att alla människor har en möjlighet att komma till tals och att det finns en fri debatt i samhället. Huruvida det finns en fri debatt eller inte är inget vi kan undersöka i vårt arbete, utan är något vi utgår ifrån. Men vad fyller då samhälls- och kulturtidskrifter för funktion?

Demokratiutredningen förespråkar en deltagardemokrati med samtalsdemokratiska kvaliteter. Enligt Jesper Strömbäcks teorier om demokrati och journalistik medför detta vissa krav på medierna

Krav på medier och journalistik i en deltagardemokrati med samtalsdemokratiska inslag



ARENA



–Uppfyller alla krav utom att låta medborgare ta plats som aktiva subjekt, låta vanligt folk komma till tals

AXESS



–Uppfyller alla krav utom att låta medborgare ta plats som aktiva subjekt, låta vanligt folk komma till tals

FILTER



–Uppfyller alla krav utom de politiska, eftersom de inte har den ambitionen

NEO



–Uppfyller delvis de flesta kraven. Vanligt folk kommer inte till tals i stor utsträckning

ORDFRONT



–Uppfyller delvis de flesta kraven. Vanligt folk kommer inte till tals i stor utsträckning

”VI UPPTÄCKTE ATT DET VERKAR FINNAS EN TENDENS ATT INTE VILJA DEFINIERA EN MÅLGRUPP HOS TIDSKRIFTERNA SJÄLVA. SAMTIDIGT UPPLEVER VI ATT TIDSKRIFTERNA VÄNDER SIG TILL MÄNNISKOR MED VISSA KUNSKAPER”

och journalistiken. Det ska dels finnas forum för debatt och även en rik mängd journalistik. En pluralism är med andra ord viktig och därför fyller alla tidskrifterna gemensamt en viktig funktion. Givetvis är det så att hela medielandskapet inklusive dagspress, teve, radio och internet bidrar i minst lika hög grad till en pluralism, men eftersom vi inte har undersökt dessa medier så tar vi inte hänsyn till dem i analysen. Här fyller vänstertidskrifterna Arena och Ordfront en viktig funktion då större delen av den svenska dagspressen är borgerlig. Fler röster behövs. Å andra sidan fyller de liberala tidskrifterna också en viktig funktion då stora delar av journalistkåren uppger att de har vänstersympatier. Det som kan uppfattas som motsägelsefullt är att chefredaktörerna för de fem tidskrifterna vi har tittat på, utom Ordfront, uppfattar sitt genomslag i andra medier som stort. Detta höll inte dagspressens opinionsbildare med om, trots att de medgav ett visst genomslag. Att tidskrifterna överhuvudtaget citeras i dagspress kan ha en möjlig förklaring i att tidningar med samma politiska färg tenderar att hålla varandra om ryggen. Samtidigt kan det i lika hög utsträckning bero på att tidningar har en önskan att peka ut andra

med motsatt åsikt. Att polemisera debatten. Journalistvärlden är dessutom en värld av täta nätverk där flera skribenter arbetar för många medier, vilket kan innebära att redaktioner bevakar vissa tidskrifter i högre utsträckning än andra. Tidskriftsläsandet i Sverige ökar, men det behöver inte betyda att det gynnar det offentliga samtalet. Det faktum att denna typ av tidskrifter finns, stärker dock yttrandefriheten och fri opinionsbildning. Några av de chefredaktörer vi har intervjuat efterlyste ett rikare utbud av just samhälls- och kulturtidskrifter. Fler röster skapar en livligare debatt.

Frågeställningarna om innehållet i tidskrifterna och om deras läsare har som tidigare nämnts blivit sekundära, men trots det var de viktiga att undersöka. Detta då intervjuerna visade att tidskrifterna har en ambition att påverka det offentliga samtalet vilket de också gör i en viss mån. De bidrar också till att skapa en identitet hos läsaren och genom sin agenda bestämmer de vilka ämnen läsarna ska uppfatta som centrala i samhället. Enligt teorin om agenda setting har även medias sätt att gestalta ämnen en påverkan på sina läsare. Sättet att

skriva om social status smittar av sig på läsaren men troligtvis finns också redan en cementserad bild av social status i varje läsargrupp.

I innehållsanalysen har vi bland annat fokuserat på vilka ämnen som förekommer och hur social status framställs. Vi har utgått från fyra olika ämnesområden: ämne, klass/ social status, aktörer och annonser. I den här delen av undersökningen var sociologen Pierre Bourdieus teorier om klass viktiga för att kunna analysera texterna och ta reda på om det förekommer en elitism i tidskrifterna. Vi såg att de ämnen som generellt sett dominerar i tidskrifterna är politik, ekonomi och kultur. Att fyra av tidskrifterna är tydligt politiska innebär att de har en uttalad agenda vilket givetvis påverkar innehållet. Den politiska färgen på tidskriften har dock inte varit ett av våra fokusområden utan vi har koncentrerat oss på hur man skriver om människor, särskilt i aspekten klasstillhörighet och social status.

Av vårt resultat kan vi dra slutsatsen att det finns gemensamma värderingar om vilka ämnen som bör behandlas i kultur- och samhällspressen. Anledningen till att tidskrifterna, åtminstone de fyra som är uttalat politiska, berör

samma ämnen kan förklaras med inter-media agenda setting. Man kan anta att varje tidskrift vill ge sitt perspektiv av olika debatter och att de skriver om samma ämnen under samma period då de sneglar på varandra och på dagspress.

In analysen lade vi även vikt vid vilka människor som faktiskt representeras i tidskrifterna. Enligt den deltagande- och samtalsdemokratiska modellen, som råder i Sverige, ska alla typer av människor finnas med. Det visade sig att de som är representerade i tidskrifterna oftare är elitpersoner än "vanliga" människor. För att definiera elit har vi använt oss av den definition som maktutredningen använder. Arena och Axess var de tidskrifter som har färre "vanliga" människor i sina texter. Vi tror att anledningen till det är att de i högre utsträckning är idébyggande. Deras syfte verkar inte vara att beskriva hur världen ser ut genom berörda människors perspektiv. De vill snarare plantera nya idéer och diskutera gamla, medan de övriga tidskrifterna tenderar att vilja förklara eller skildra samhället och att det då faller sig mer naturligt att berörda människor förekommer.

Det förekommer ofta i de undersökta tidskrifterna att texterna är uppbyggda så att skribenterna själva driver en tes och inte låter berörda människor komma till tals. Skribenterna är dessutom ofta akademiker, författare, politiker. Dessa har vi valt att betrakta som elitpersoner då de besitter ett stort kulturellt kapital och har ett stort inflytande i det offentliga samtalet. Den bedömningen grundar vi i Bourdieus teori om att samhället är ett socialt rum med olika fält

där dessa elitpersoner har höga positioner inom respektive fält och därmed möjlighet att påverka.

Ansatsen till många ämnen ligger på en teoretisk och akademisk nivå, främst i Arena och Axess. Detta präglar naturligtvis den språkliga och begreppsliga tillgängligheten genom kravet på förkunskap hos läsaren. Av läsaren förväntas ofta ett stort kulturellt kapital eftersom det behövs en förkunskap som man bara kan förutsätta att vissa grupper i samhället har, exempelvis de med högre utbildning. Läsaren förväntas med andra ord vara en del av det skikt i det sociala rummet där kulturellt kapital tillskrivs stor vikt. Intressant är att Arena och Axess är de tidskrifter som dagspressens opinionsbildare anser har störst påverkan på deras eget material, samt är mest relevanta för opinionsbildning. Enligt de tillfrågade i vår webbenkät. Ordfront, Neo och Filter har inte samma svåra språk och försöker ofta förklara begrepp, vilket gör att deras läsare inte behöver ha ett lika stort kulturellt kapital. Återigen kan det förklaras med att Axess och Arena har andra ansatser, mer teoretiska.

För att komplettera den bild vi fick genom analysen av vilka läsare tidskrifterna vänder sig till, frågade vi chefredaktörerna vilken målgrupp de hade. Vi upptäckte att det verkar finnas en tendens att inte vilja definiera en målgrupp hos tidskrifterna själva. Samtidigt upplever vi att tidskrifterna vänder sig till människor med vissa kunskaper. När vi analyserade annonserna i respektive tidskrift

bekräftades den bild som fanns i texterna genom intresse för vissa ämnen och social status. Det tycks alltså finnas en rädsla hos tidskrifterna för att skrämja bort människor genom att dra gränser för målgruppen utåt. För att definiera sin produkt använder de istället mer svepande begrepp som till exempel "ledande samhällsmagasin". På så sätt garderar de sig för att ses som alltför snäva, trots att innehållet kan peka mot att de faktiskt är det.

Av vår undersökning kan vi dra slutsatsen att de flesta av de undersökta tidskrifterna i viss mån tenderar att vara elitistiska, fast på olika sätt. Axess och Arena är det främst genom sitt sätt att uttrycka sig och vilket angreppssätt man har på sina ämnen. Axess gör även anspråk på att definiera "rätt" smak genom att exempelvis presentera god konst. Neo uttrycker också i viss mån vad "det goda livet" innebär genom att referera till vissa konsumtionsmönster som självklara. Filter har i sin tur mer populärkulturella referenser och det signalerar vilken målgrupp de vänder sig till. Det är just det som gör det svårt att generalisera över elitismen i dessa fem tidskrifter, då det även handlar om vilka målgruppen de vänder sig till. Vissa av tidskrifterna förutsätter dock en kunskapsmässig och språklig nivå av sina läsare. Det är en viktig aspekt av de gränsmarkörer som råder mellan de olika positionerna i det sociala rummet.

KARIN FALLENIIUS
HANNAH ENGBERG
KARIN EURENIUS

svenska dagstidningar
radio/tv
svenska tidskrifter
informella nätverk

dagspress

allmän
opinion

I inledningen av det här magasinet, i teoridelen presenterade vi en modell för opinionsbildning: Elit > Media > Folk. Eliter är en viktig influens för vad media skriver vilket i sin tur påverkar folket. Elitbegreppet inbegriper flera olika grupper i samhället, men det vi främst intresserat oss för i undersökningen är medieeliten och de fem tidskrifternas kraft i opinionsbildningen. I vår webbenkät undersökte vi viktiga influenser för journalister på opinionsbildande positioner inom svensk dagspress. Här kan vi få en något tydligare bild, av hur uppslagen till texter kan se ut.

SLUTDISKUSSION

Ett demokratiskt samhälle måste hålla det offentliga samtalet levande genom att skapa utrymme för nya röster att höras. Ett ständigt ifrågasättande, men också ett sakligt och nyttigt utbyte av idéer. Genom vår undersökning har vi kunnat konstatera att ett av alla forum för det offentliga samtalet, några samhälls- och kulturtidskrifter, tenderar att gå mot en viss elitism. Enligt dagspressens opinionsbildare sätter de inte dagordningen, men deras värde ligger i att bidra med pluralism till det offentliga samtalet. Och det är en av grundpelarna i en välfungerande demokrati. Det måste finnas möjligheter för människor med intresse för en djupare politisk analys att kunna fördjupa sig utan att behöva berätta allting från början. Även om dessa människor sitter på elitpositioner för att de har ett stort kulturellt kapital att ösa ur, är det i viss mån dessa personer som driver diskussionen framåt. Det finns egentligen inget problem med att det finns elitistiska tidskrifter, så länge de inte är de enda på marknaden. Djupa, kvalitativa diskussioner måste också ges utrymme. Om alla inlägg i det offentliga samtalet ska vara breda, hamnar vi i något som liknar en omvänd elitism. Vi vill dock poängtera att vi ser ett problem i att skriva *om* människor utan att låta dem komma till tals. Det finns stor risk i att reproducera sociala skillnader och därmed stigmatisera grupper i samhället.

Eliter måste också bli mer öppna så att positionerna inom dem görs tillgängliga för fler typer av människor än idag. Flera av chefredaktörerna menade att sociala medier är en ny viktig arena för samtal. Rösterna därifrån ökar kvaliteten på journalistiken genom att säga ifrån när resonemangen inte håller och att bidra med andra perspektiv. I flera fall kommer dessa röster från berörda

människors strupar och en del personer plockas upp som skribenter. Det är ett exempel på hur elitpositioner blivit något mer tillgängliga för allmänheten och därmed öppnat upp möjligheten att bredda eliterna. Kanske är det ett tecken på hur det offentliga samtalet skapas i framtiden? Vi hoppas det. Det kommer att bli allt viktigare att värna om debatten i dagspress. Fortfarande når den en stor del av den svenska befolkningen, men vad som händer på den punkten återstår att se när "gratisgenerationen" växer upp. Det finns en risk att det blir människor med ekonomiskt och kulturellt kapital som då har råd att betala för och verktygen att kunna ta del av en stor del av det offentliga samtalet. Vi måste därför aktivt jobba för att dagspressen inte styrs av elitpersoner genom att vara vaksam på vilka det egentligen är som bestämmer dagordningen. Här är det viktigt att fortsätta studera vilka som utgör journalistkåren och vilka de vänder sig till för att få inspiration.

Vårt bidrag till detta är bland annat att visa en tendens över vilka de största inspirationskällorna för opinionsbildarna är och det visade sig vara främst dagspress och därefter radio/tv. Dagspress läser alltså dagspress. När det kommer till tidskrifter så kanske det finns ett gynnsamt samarbete här. Samarbete mellan tidskrifter och dagspress kan göra att de mer elitistiska medierna når ut till allmänheten som i sin tur kan komma med respons. Att ett verklighetsförankrat samtal faktiskt sker i den gemensamma dammen och kan fungera som vägvisare in till de djupa brunnarna. Kanske är Filters samarbete med DN banbrytande och visar vägen för det framgångsrika konceptet? Vad det får för konsekvenser i praktiken går bara att sia om.



Arbetsrapport

TITEL: Tid för tidskrift

AV: Karin Eurenus, Karin Fallenius och Hannah Engberg

GÖTEBORGS UNIVERSITET

JMG, Journalistprogrammet 180 hp, VT-2010

HANDLEDARE: Johannes Bjerling

KONTAKT: guseurka@student.gu.se;engberghanna@hotmail.com;gusfalleka@student.gu.se

Metod

Vår undersökning baseras på tre olika delar: En kvalitativ innehållsanalys av fem samhälls- och kulturtidskrifter, fem intervjuer – en chefredaktör för varje tidning, samt har vi skickat ut en webbenkät till ledar- och kulturskribenter inom den svenska dagspressen.

Innehållsanalysen

Eftersom vi hade ett antagande om att våra valda tidskrifter var elitiska ville vi titta på hur klass och social status framställdes på olika sätt i innehållet. Vi anser att klass idag handlar om mycket mer än ekonomiska resurser och valde att utgå från sociologen Pierre Bourdieu. Med hans begreppsapparat i ryggen kunde vi ta hänsyn till bl.a. språket och tonen och formulerade fyra frågor, eller snarare punkter/ämnen, som vi skulle titta på: Aktörer, Ämnen, Klass/Social status och Annonser. Genom att se vilka typer av människor som är skribenter, vilka som kommer till tals, vilka ämnen som anses viktiga, om det finns perspektivmarkörer utifrån Bourdieu och vilka annonser som tas in, anser vi att vi får en god bild om huruvida det finns en elitism eller inte. Vi delade upp tidskrifterna jämnt emellan oss och läste sedan var och en på sitt håll och analyserade utifrån den kodblankett vi skrev ihop. Sedan träffades vi med jämna mellan och hade såklart kontakt under tiden för att diskutera hur vi gjort och tänkt. Varje nummer av varje tidskrift sammanfattades utifrån kodblankettens frågor/punkter på ungefär en sida vardera som alla har läst och tillsammans har resultatet diskuterats fram.

(Se kodblankett i Bilagor för analysens frågor och definition av elitism i teori och bakgrundsartikeln om Bourdieu).

Möjliga problem med metoden:

Vi är tre olika människor med olika förståelse för de tidskrifter och det innehåll som vi skulle analysera. Det är ju ur en aspekt subjektiva analyser, trots att vi använt Bourdieus verktyg för att skapa en gemensam grund att analysera utifrån. Vi har ändå tyckt och tänkt förvånansvärt lika oftast, vilket kan ses som en styrka i vårt resultat. Det var även svårt att verkligen sätta fingret på de underliggande värderingarna som vi tyckte oss se i tidskrifterna. Trots att vi har haft definitionen av klass klar för oss, är det svårt att konkretisera det i undersökningen. Metoden har även varit mer tidskrävande än vi hade räknat med. Sättet att tolka innehållet förändrades efter hand och vi preciserade mer och mer vad vi letade efter och hur vi kunde förstå våra teman och frågor.

Hur vi bemött problemen:

Under arbetets gång har vi hela tiden fört diskussioner med varandra för att vara säkra på att vi analyserat på samma sätt och hur vi kan förstå våra tolkningar. Vi har även fått hjälp och tips av vår handledare.

Intervjuerna

Vi ville veta vad personerna bakom tidskrifterna hade för syn på sitt genomslag i dagspressen och valde därför att intervjua en chefredaktör för varje tidskrift. Vi kontaktade dem via mail och telefon och bokade in intervjuer på respektive kontor/redaktion. Alla jobbar i Sthlm, utom Filter, och alla ställde upp utan problem. Vi åkte upp till Stockholm och gjorde två intervjuer var under några dagar, vilket innebar att vi var två och två per tillfälle. Det kändes bra att inte vara helt ensam, det minskade risken att missa någon relevant fråga och information. Filterintervjun gjordes på redaktionen i Göteborg. Varje intervju tog cirka 40 minuter och spelades in och transkriberades efteråt. Sedan har vi valt ut de delar vi fann relevanta för att kunna besvara arbetets frågeställning. (För info om chefredaktörerna se Källförteckning).

Möjliga problem med metoden:

Intervjuerna har fungerat som ett komplement till våra andra två undersökningar, men även utgjort ett viktigt material för oss. Även här finns naturligtvis risken att vi tolkat saker olika, men vi har försökt att undvika missförstånd genom att efter intervjuerna diskutera vad vi fått svar på och hur detta kunde användas i arbetet. Att åka till Stockholm var tidskrävande, men kvaliteten på intervjuerna blev troligtvis större än om vi hade gjort dem via telefon. Det var lärorikt att intervjua chefredaktörerna som alla är etablerade journalister vilka vi har respekt för. Svårt var att ställa kritiska följdfrågor till de vi personligen höll med och svårt att inte hamna i en argumentation när vi inte höll med. Inspelningen av Axess-intervjun krånglade så vi fick ringa upp i efterhand för att förtydliga vissa svar.

Webbenkäten

För att bäst kunna besvara tidskrifternas genomslag i dagspressen valde vi att skicka en webbenkät till opinionsbildare på några större dagstidningar. Vi ville ha en viss geografisk och politisk spridning och vi försökte även ta hänsyn till upplagan för att ta första tidningen i varje område, eftersom vi antog att de större tidningarna är de som har mest resurser och en större ambition att föra/leda en debatt. Vi beslöt att försöka få en jämn fördelning mellan kultur- och ledarskribenter.

Möjliga problem:

Vi letade mailadresser på internet och ringde runt till olika redaktioner för att få dessa. Det var tidsödande och svårt att få tag i mailadresser till alla skribenter eftersom flera inte hade en adress knuten till tidningen. Tidningen i sin tur ville inte lämna ut sina skribenters personliga mail av princip. Det var klurigt att formulera enkäten, och vi la ner rätt mycket tid på att få precisa frågor och ett trevligt och informationsfyllt presentationsbrev. Det var svårt att skapa frågor som inte går att misstolka. Vi har stött på en fråga som indikerar att flera personer missförstått. Det var frågan "Hur viktiga är följande källor för dig när det gäller att skaffa sig och bibehålla en god allmänorientering som ledarskribent/kulturredaktör/kulturskribent?". Två av alternativen var "informella nätverk" och "annat". Vi upptäckte när folk beskrev vad "annat" var att de skrev sådant som vi ansåg hörde till informella nätverk. Vi har även upptäckt att ett par frågor skulle anpassats mer till att de tidskrifter vi undersöker utkommer månadsvis eller varannan månad.

Det var svårt att få in många svar. Av de vi skickat webbenkäten är det flera som hört av sig och påpekat att de inte haft tid att delta i enkäten eller att de av princip inte svarar på enkäter. Ett annat problem har varit de påminnelser vi skickat ut på webbenkäten. Vi omformulerade inte det förprogrammerade brevet för påminnelsen i websurvey-programmet vilket ledde till att många hörde av sig till oss och klagade på den uppfodrande tonen.

Hur vi bemött problemen:

Problemet med att komma åt skribenter som inte hade någon specifik mailadress knuten till tidningen gällde främst GP och Expressen. Expressen var inte särskilt hjälpsamma, men med GP kunde vi lösa det så att vi mailade vårt syfte och annan info till kulturchefen som i sin tur vidarebefordrade det till sina skribenter, som sedan hörde av sig till oss. Det funkade till viss mån. Vi skickade ut 3 påminnelser för att jaga svar, det kom in några fler per gång. Vi tar hänsyn till bortfallsanalysen och till underökningens storlek när vi tittar på resultaten. Vi tror att enkätresultatet indikerar något, inte att det är representativt för precis alla journalister och alla sammanhang. Vissa av de kritiska mail vi fick svarade vi på för att förklara oss.

Bortfallsanalys för webbenkät:

54 personer utav 114 svarade. Vår svarsfrekvens på 47 procent är rätt hög för webbenkäter trots att vi satsade på 60 %, men vi beslöt att sluta skicka påminnelser efter det fjärde utskicket. Vi har fått en relativt jämn fördelning över skribenternas olika funktioner. Av de 54 personerna som svarade är 10 stycken ledarredaktörer, 10 kulturredaktörer, 9 ledarskribenter, 12 kulturskribenter och 11 stycken frilansar mot både ledare och kultur.

Även könsfördelningen är relativt jämn. Kvinnor och män ligger på 43/52 procent eftersom tre personer valt alternativet "Annat". Något färre kvinnor alltså.

Det är, naturligt nog, fler skribenter som jobbar på en liberal tidning eftersom det finns fler liberala än vänsterorienterade dags- och kvällstidningar. Eftersom det är en naturlig spegling av medielandskapet är det inget jätteproblem, men det kan påverka resultatet. Vi har troligen en övervikt av socialdemokratiska tidningar relativt sett om man jämför med det faktiska medielandskapet, vilket också kan vara ett problem för enkätresultaten. Det är en klar övervikt av skribenter från storstadstidningar. Det gör att vi inte kan ge en rättvis bild av tidskrifternas genomslag i hela Sveriges dagspress. Resultaten av vår enkät visar tendenser hos dagspressens opinionsbildare, men det går inte att generalisera för hela journalistkåren. Vi kunde ha skickat enkäten till ledar- och kulturredaktioner på alla svenska dags- och kvällstidningar, men det var för tidskrävande att leta upp allas mailadresser. Men de tendenser vi tyckte var viktiga att fånga upp var tydliga i resultatet.

Metodens styrkor och svagheter

Vi är medvetna om att den metod vi valt inte är den enda som kan användas för att undersöka den opinionsbildande kraften hos tidskrifter. Ett större urval och antal deltagande i webbenkäten hade naturligtvis gett ett säkrare resultat. En styrka är att vi använt flera metoder som kompletterat varandra. Intervjuerna har låtit tidskrifterna själva ge sin syn på sin opinionsbildning, medan webbenkäten kan visa vilken genomslagskraft de faktiskt har. Innehållsanalysen har hjälpt oss att ge en bild av vad tidskrifterna faktiskt skriver om. Återigen vill vi poängtera att vi är tre personer med i viss mån olika referensramar som har tolkat innehållet i tidskrifterna och att det givetvis påverkar resultatet. Dock har vi i mångt och mycket tyckt likadant.

Material

Vårt intresse började med att vi ville granska tidskrifter eftersom vi anser att de är ett viktigt komplement till dagspressen och annan daglig media. Vi enades om att samhälls- och kulturtidskrifter är särskilt intressanta och även aktuella med tanke på diskussionen om tidskriftsstödets vara eller icke vara. Vi tänkte främst på Arena som blivit omskrivna den senaste tiden och Filter som blivit otroligt populär på kort tid. Sedan försökte vi få en jämn fördelning över det politiska spannet och insåg då att det inte finns så många tidskrifter inom den genren med ett liberalt perspektiv. Axess hade vi koll på och den var ett självklart val, men Neo dök upp efter ett tag och det kändes då som att den passade bra in. I början av 00-talet var Ordfront oerhört stor, men har idag tappat mycket. Vi ville därför ha med den, men också för att de är det största magasinet i den genren vad gäller upplaga, liksom att den ligger åt vänster/socialdemokratin precis som Arena. Filter representerar någon slags neutralitet. Även om den inte har opinionsmaterial som de övriga är den viktig att granska då den får ett stort genomslag bland annat genom sitt samarbete med DN. Den är också unisont hyllad.

Det kändes som om fem tidskrifter var en rimlig mängd och för att inte överösa helt valde vi att läsa fem nummer av varje tidning från år 2009. Tre nummer kändes för lite, men att läsa till exempel sju nummer av varje tidning, från pärm till pärm, kändes för mastigt för den perioden som var utsatt för projektarbetet. Vi har alltså läst 25 tidningar. Dock vill vi understryka att för att känna oss trygga i vår analys av tidningarna har vi även läst 3-4 nummer extra av varje titel. Dessa är inte granskade lika grundligt, men vi har tittat igenom innehållet och skummat i texterna för att försäkra oss om att våra tolkningar även gäller för andra nummer.

Våra tidskrifter

- Axxess: nr 7 oktober 2009, nr 2 mars 2009, nr 8 november 2009, nr 3 april 2009, nr 6 september 2009
- Ordfront: nr 4 2009, nr 5 2009, nr 6 2009, nr 3 2009, specialutgåva (litteratur) dec 2009
- Filter: juni/juli 2009, april/maj 2009, augusti/september 2009, oktober/november 2009, december/januari 2008/09
- Neo: nr 3 maj/juni 2009, nr 6 november/december 2009, nr 2 mars/april 2009, nr 4 juli/augusti 2009, nr 5 september/oktober 2009
- Arena: nr 1 februari 2009, nr 4 september 2009, nr 2 april 2009, nr 5 november 2009, nr 6 2009

Webbenkätens tillfrågade

De personer vi valde att skicka webbenkäten till för att undersöka tidskrifternas genomslag, var helt enkelt de som skrev opinionsbildande material på de dags- och kvällstidningar vi valde, alltså därmed på ledar- och kultursidor. Tidningarna var: Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, Sydsvenska Dagbladet, Göteborgs-Posten, Aftonbladet, Expressen, Dala-Demokraten, Sundsvalls Tidning, Norrländska Socialdemokraten, Värmlands Folkblad och Smålandsposten. De är spridda geografiskt från norr till söder, är både storstads- och landsortspress och har kultur- och ledarsidor. De är även politiskt spridda vilket är viktigt att ta hänsyn till på grund av tidskrifternas politiska inriktningar. Vad gäller val av intervjupersonerna från tidningarna är motivering överflödig. Chefredaktörerna borde ha bäst koll på sin produkt.

Begränsningar i materialet och konsekvenser:

Till att börja med vill vi säga att det inte finns så mycket forskning på tidskrifter, vilket gör det svårt att undersöka dessa, men det fungerade också som en motivation förr oss att verkligen genomföra vår idé. På grund av den tidsbegränsning som finns i arbetet har vi varit tvungna att begränsa antalet tidskrifter vi granskade. Det får naturligtvis konsekvensen att resultatet inte är lika generaliserbart som om vi hade tittat på flera tidningar. Men vi valde nummer från olika delar under året och tittade igenom några extra nummer för varje tidskrift.

Vad gäller webbenkäten önskar vi såklart att vi hade en högre svarsfrekvens än 47 %, men den säger ändå något. Vi stör oss på att vi inte fick tag i alla skribenter eftersom deras personliga mail ej lämnades ut av redaktionerna. Expressen var ett sådant exempel.

Övriga begränsningar har vi tidigare nämnt.

Arbetets gång vecka för vecka

v.9

Vad vi har gjort:

Denna första vecka har ägnats åt att utforma vårt PM, leta och börja läsa in oss på litteratur, bestämma och samla in material (beställa tidningar) och utveckla vår metod. Vi har jobbat parallellt med att göra webbenkäten, utforma variabler/kodschema för innehållsanalysen och söka samt läsa in oss på litteratur. Det känns som om vi ligger bra till tidsmässigt. Vi hade även ett möte med en bibliotekarie på Campus Linné som hjälpte oss med litteratursökning.

Eventuella problem och funderingar:

Det har varit svårt att bestämma frågeställning och material, alltså vilka tidskrifter vi ska undersöka och vilka personer vi ska intervjuas för att få bäst svar på våra frågor. Vi kom fram till att vi ville ha fem tidskrifter, två "röda", två liberala och en neutral. Vidare tänker vi att fem nummer av varje tidning kan ge en bra bas att längre fram dra slutsatser av. För att besvara vår tredje fråga i frågeställningen bestämde vi oss för att göra kvalitativa intervjuer med chefredaktörerna på våra valda tidningar,

samt utforma en webbenkät till nyckelpersoner på ledande dagstidningar i Sverige. Det blir för omfattande att göra innehållsanalys även av dagspressen och hur skulle vi genom en sådan egentligen kunna avgöra hur/om tidskrifterna påverkat deras agenda?

Likaså är det svårt att hitta relevant litteratur för oss då det faktiskt finns så lite forskning på tidskrifter ("ett svart hål" som Ingela Wadbring sa). Men vi har fått hjälp av Jonas Ohlssons D-uppsats.

Tidningarna var hjälpsamma och har skickat oss de gamla nummer vi velat ha, vissa mot betalning. Några tidningar har vi också fått av klasskamrater som haft prenumeration av dessa.

v.10

Vad vi har gjort:

Vi började veckan med att fortsätta leta litteratur och att läsa in oss på den. Vi delade upp inläsningen på alla tre som sedan berättade för varandra vad vi hittat. PM 2 gjordes klart till torsdagen med en längre text om vårt ämne och den forskning vi lutar oss tillbaka på och vi tycker nu att vi har hittat bra grejer. Det gäller bara att specificera och renodla. Förutom att jobba med vårt PM gjorde vi klart webbenkäten och började leta upp namn, via tidningarnas hemsidor, på alla de vi ska skicka ut den till. Det tog längre tid än väntat, därför gör vi klart detta på måndag nästa vecka. Vi bestämde även vilka frågor/punkter vi vill använda oss av i den kvalitativa innehållsanalysen och den påbörjades sedan på fredagen och under helgen. Enligt vår tidsplan skulle vi ha hittat intervjuobjekten den här veckan, men det har vi inte hunnit och får skjuta upp det till nästa vecka. Känns dock inte som ett problem.

Eventuella problem och funderingar:

Webbenkäten hade flera delar vi var tvungna att fundera några extra varv på och fråga om hjälp hos Jonas Ohlsson. Frågeställningarna i enkäten måste omfatta så många som möjligt av de skribenter vi skickade ut till, därför var det viktigt att formulera alla frågor på ett sådant sätt att alla hade möjlighet att svara på frågorna, det vill säga att något alternativ alltid stämde. Vi hade även en del tekniska problem med hur vi skulle utforma enkäten, men det gick trots det bra. Arbetet var dock mer tidsödande än vi trodde. Vi har utgått från de enkätfrågor som Jonas använde sig av till sin D-uppsats, då de berör ungefär samma tema.

Det tog längre tid än vi trodde att bestämma vilka vi ska skicka ut enkäten till och att hitta deras namn. Vi bestämde oss för alla ledarskribenter och alla på kulturredaktionerna då det är svårt att veta vilka som skriver krönikor och hur frekvent, men mycket på kultursidorna är ju opinionsmaterial utöver det. Problemet med att hitta mailadresserna till kulturmedarbetarna var att alla inte hade personliga sådana synliga på internet och därför bestämde vi oss för att kontakta redaktionscheferna. Vi jagar vidare på måndag och hoppas att redaktörerna är hjälpsamma att lämna ut adresserna till oss, annars får vi komma på hur vi ska lösa det mellan Websurvey och SPSS, om de endast vill vidarebefordra till sina anställda. Vi diskuterade även hur vi skulle göra med den snedfördelning det blir då mindre tidningar kanske bara har en eller några stycken på sina kulturredaktioner, medan Expressen t.ex. har ca 30 stycken. Vi bestämde oss för att skicka ut till så många som möjligt, men att ha med denna aspekt i analysen.

Vad gäller den kvalitativa innehållsanalysen så kommer vi att ha fått alla tidningar till på måndag och då fördelar vi resten av dem. Alla ska läsa alla, men ansvarar för 8-9 stycken (blandat mellan alla titlar för bästa möjliga objektivitet i tolkningen). De punkter/frågor vi valt att titta på i innehållet är provisoriska nu vid den första inläsningen och kommer säkerligen att förändras något efterhand som vi läser. Svårt att veta exakt nu vad texterna kommer att säga oss.

v.11

Vad vi har gjort:

På måndagen gick vi igenom de kompletteringar till maillistan som vi fått under helgen och enkäten skickades ut. Det fattas dock en del adresser från stora redaktioner, bland annat Expressen som inte

vill lämna ut adresser till sina kulturskribenter. Vi har en skev fördelning mellan storstads- och landsortspress, vilket vi är medvetna om. Vi har dock bestämt oss för att ta hänsyn till det när vi analyserar resultaten istället för att lägga ned mer tid på att leta mailadresser. Enkäten har skickats till 114 personer. Undersökningen är ju inte på tidningsnivå utan personnivå, vilket gör att det egentligen inte är viktigt att ha en helt jämn fördelning mellan större och små tidningar. Vi tänker dessutom att vår frågeställning i större utsträckning berör journalister inom storstadspress som många gånger har en mer levande debatt.

Vi har också fördelat tidskrifterna mellan oss och kompletterat schemat för innehållsanalysen. Det behövs en del förklaringar till varje område vi vill undersöka i tidningarna för att konkretisera själva undersökningen.

Eventuella problem och funderingar:

Enkäten var måndagens stora problem. Det är svårt att få tag i adresser och göra ett vettigt urval. Dessutom strulade det med enkäten för en av deltagarna, som mailade oss att länken inte gick att öppna, vilket gjorde att vi blev rädda att det kan beröra fler. Det får framtiden utvisa. Vi fick även en del negativa reaktioner från journalister som inte ville svara på enkäter över huvud taget.

v.12

Vad vi har gjort:

Denna vecka jobbade vi med innehållsanalysen intensivt. Vi läste tidningar på var sitt håll och försökte bilda oss en uppfattning om varje tidning. Under arbetets gång fördes anteckningar för att sammanställa senare. Vi förberedde oss även en del inför de intervjuer som väntade veckan därpå. Bland annat sammanställde vi fakta om varje tidskrift som skulle intervjuas och delade upp det praktiska arbetet med intervjuerna mellan oss. Tidskriften Neo ville ha frågorna innan intervjun, därför mailade vi över några huvudfrågeställningar till chefredaktören Paulina Neuding.

Eventuella problem och funderingar:

Vi upptäckte att det var betydligt mer tidsödande än vi trott att jobba med innehållsanalysen. Varje tidning tog lång tid att läsa, artiklarna var många gånger väldigt komplicerade att ta till sig och att dessutom ta hänsyn till våra frågeställningar gjorde det svårare. Arbetet krävde mycket noggrannhet. Vi hade gjort en alldeles för positiv uppskattning av tiden och räknat med att vara klar med innehållsanalysen den här veckan, vilket inte blev fallet.

v.13

Vad vi har gjort:

Den här veckan tillbringade vi i Stockholm för att genomföra fyra av fem intervjuer. På måndagen besökte vi Arena och Ordfront, på tisdagen hade vi möte om hur det hade gått och hur vi skulle kunna göra intervjuerna bättre. Vi diskuterade även om vi fick ut de saker vi ville få ut av intervjuerna, med utgångspunkt i våra antaganden och frågeställningar. På onsdagen besökte vi Neo och Axxess och genomförde intervjuerna med dem. Mellan intervjuerna analyserade vi tidskrifter och transkriberade vissa intervjuer. Vi hade hela tiden en dialog om vi verkligen fick svar på frågeställningarna. Vi började även skissa på en artikelsamling och sammanställde en mycket preliminär lista på vad som skulle vara med. Webbenkäten kördes parallellt med nya utskick.

Eventuella problem och funderingar:

Inga större problem utöver en del missöden med inspelade intervjuer som sen inte fungerade. Lärdomen var att alltid ta detaljerade anteckningar. Positivt var dock att vi gjorde intervjuerna två och två vilket gjorde att en helt och hållet kunde koncentrera sig på att anteckna och den andra på samtalet med intervjupersonen. Webbenkäten har vållat en del upprörda känslor bland dem vi skickat den till, många blir irriterade över att bli påmind om en andra gång. En del av det hade vi kunnat undvika genom att själva formulera brevet i påminnelsen, websurvey-programmets egna formuleringar är inte idealiska.

v.14

Vad vi har gjort:

Innehållsanalysen har fortsatt och alla har jobbat mer eller mindre på var sitt håll. På torsdagen genomfördes intervjun med Mattias på Filter. Helgen tillbringades på stadsbiblioteket där vi läste fler nummer av tidskrifterna utöver dem som vi innehållsanalyserat. Detta för att se att de nummer vi tittat på i analysen inte har varit helt missvisande. Intervjuer har transkriberats. Vi har också skrivit en slutsynopsis som lämnats in till handledaren inför handledningen på måndag.

Eventuella problem och funderingar:

En del funderingar kring olika texter i arbetet, till exempel hur vi skulle lägga upp texten om innehållsanalysen.

v.15

Vad vi har gjort:

I måndags hade vi sista handledarträffen vilket var behövligt och gick då igenom strukturen för hur arbetet ska se ut. Vi har skissat sidor och uppslag över vad som kommer var. Vi har försökt utnyttja att vi är tre stycken genom att dela upp bördan jämnt emellan oss. Vi började alltså vår textproduktion den här veckan och har jobbat varje dag på skolan fram till söndagen. Alla texter utom slutdiskussionen var då påbörjade eller färdiga. Webbenkäten avslutades officiellt till alla deltagares stora lättnad. Resultaten började analyseras i SPSS och tabeller gjordes i Excel.

Eventuella problem och funderingar:

Ja, det har såklart funnits en del. Det svåra är att göra en fungerande struktur för arbetsprocessen och för hur slutprodukten ska se ut. Det har varit svårt att förstå hur produkten ska se ut eftersom det motsvarar en c-uppsats och är uppbyggd efter en sådan vad gäller de delar som ska vara med, men ändå ska resultatet redovisas i en artikelsamling. Vad kommer in under vad o.s.v. har vi diskuterat länge och väl och stött och blött dagligen. Vi har haft en hel del diskussioner kring resultaten av våra undersökningar och hur vi ska tolka dem. Analystexten var en av de tyngsta och mest tidskrävande texterna som krävde många samtal.

v.16

Vad vi har gjort:

Under måndagen slutfördes många texter, men det är alltid smågrejer som behövs dubbelkollas och formuleras om. Målet var att få klart alla texter för att kunna läsa igenom dem till tisdagen och börja med redigeringen då. Det höll vi ganska bra.

Eventuella problem och funderingar:

Stressigt och svårt att strukturera upp "magasinet". Vi har försökt få tag på Monica Djerf-Pierre för att hon skulle kommentera resultatet, men tyvärr har hon varit väldigt upptagen och vi har inte lyckats få någon skriftlig kommentar heller. Hannah lyckades dock prata med henne i veckan och fick information till bakgrundsmaterial, men vi har alltså inte lyckats få en direkt kommentar vilket givetvis är tråkigt.

Arbetsfördelning

Vi har gjort mycket gemensamt och det är svårt att redogöra för vem som har gjort vilka delar. Vi upplever att vi har gjort lika mycket, även om någon då och då tagit tag i en större del och de två övriga styrt upp flera små grejer. När vi läste in oss på teorin tog vi några böcker och artiklar var och återberättade det som var av relevans. I största möjliga mån har vi försökt läsa allt i lika stor utsträckning.

Innehållsanalysen delades upp så att vi ansvarade för en tredjedel var, sedan har vi försökt att läsa varandras nummer, men framför allt har vi då tittat på det som varit av relevans för våra frågor. Vad gäller själva slutprodukten står namnen under texterna på den som har ansvarat för respektive, men alla har läst igenom och kommit med tips och funderingar. I flera fall har vi lämnat över ett utkast till någon annan som fortsatt och på så vis är flera texter skrivna tillsammans.

Målgrupp, tänkt publicering

Då vår undersökning handlar om journalistik är det naturligt att tänka sig publicering i ett forum för journalister, exempelvis tidningen Journalisten. Vi tror att våra resultat kan vara av intresse för framför allt dagspress och tidskrifter.

Källförteckning/referenslista

Tryckta källor – direkt refererade

- *Setting the agenda*, Maxwell McCombs, Polity Press 2004 (kap 8)
- *Sociologiska perspektiv – grundläggande begrepp och teorier*, Oskar Engdahl, Bengt Larsson, Studentlitteratur Lund, 2006 (Kap 15)
- *Den kvinnliga klassresan*, Ulla-Britt Wennerström, GU Sociologiska Institutionen 2003 (s.110)
- *Maktutredningens huvudrapport – Demokrati och makt i Sverige*, SOU 1990 (kap 9.2)
- *Den medialiserade demokratin*, Jesper Strömbäck, SNS Förlag 2004 (Kap 3, 4)
- *Demokratiutredningen* <http://regeringen.se/content/1/c4/06/24/1c43643c.pdf> (kap Demokratiteorier och Medialisering)
- *Maktens kön*, Anita Göransson (Red.), Nya Doxa 2007 (Kap 1:19)
- *Handbook of journalism studies*, Karin Wahl-Jorgensen och Thomas Hanitzsch, Routledge 2009, (Kap: "Agenda Setting", Renita Coleman m.fl., "Journalism and Democracy", Brian McNair)
- *Mediesverige*, Carlsson och Facht, Nordicom 2007 (Kap: Tidskrifter och Dagspress)
- "Elite opinion and media diffusion: Exploring environmental attitudes", Jun Yin, Published by SAGE 1999 (*The Harvard International Journal of Press/Politics*)
<http://hij.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/3/62>

Tryckta källor – bakgrund/research

- *Pennan, penningen och politiken*, Ulla Carlsson, Nordicom 2003 (Kap: "Populärpressen möter nya hot och möjligheter", Helene Hafstrand Kolås)
- *The nature and origins of mass opinion*, John R. Zaller, Cambridge University press, 1992
- *Journalism Quarterly*, Raymond B. Nixon (Editor), The Association for Education in Journalism, 1955 (Kap: Newspaper 'Opinion Leaders' and Processes of Standardization, Warren Breed)
- "Uses of Media", J. Robinson och D. Davis, International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, Published by Science Direct, 2001
- *An introduction to sociology – Feminist perspectives*, Abbot, Wallace och Tyler, Routledge: Third edition 2005
- *Metodpraktikan*, Peter Esaiasson m.fl., Norstedts Juridik AB: Tredje upplagan 2007
- *Journalism Quarterly vol.32*, Warren Breed, The association for education in journalism, 1955
- *Partiernas press*, Jonas Ohlsson, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, 2006

Artiklar – direkt citerade

- "Vänsterns arena går åt höger" av Kajsa Ekis Ekman, DN debatt 090713
<http://www.dn.se/kultur-noje/debatt-essa/kajsa-ekis-ekman-vansterns-arena-gar-at-hoger-1.910543>
- "Arena – helt utan rörelse" av Dan Josefsson och Daniel Suhonen, Aftonbladet 100112
<http://www.aftonbladet.se/kultur/huvudartikel/article6413622.ab>
- "Sveriges radikala elit har blivit den nya överheten" av Göran Hägglund, DN debatt 090917
<http://www.dn.se/debatt/sveriges-radikala-elit-har-blivit-den-nya-overheten-1.954221>

Artiklar – bakgrund/research

- "Arenadebatten: Ängslig vänster" av Klas Gustavsson, Tidskrifterna.se 100222
<http://www.tidskriftenarena.se/text/2010/02/angslig-vansterdebatt>
- "Arena och 'sektvänstern' vs. 'postmodernisterna'" av Alva Dahl, Tidskrift.nu 100118
<http://www.tidskrift.nu/artikel.php?id=6361>
- "Tidskriftsfajt. Bråket mellan Arena och Tvärdrag friskar upp", av Göran Greider, DN Kultur 100115
<http://www.dn.se/kultur-noje/kronikor/goran-greider-tidskriftsfajt-braket-mellan-arena-och-tvardrag-friskar-upp-1.1027017>

Muntliga källor – citerade

- Chefredaktör Arena: Devrim Mavi, devrim.mavi@arenagruppen.se. Intervjuades av Hannah och Karin Eurenus.
- Chefredaktör Axess: Johan Lundberg, 0703-738 980 johan.lundberg@axess.se. Intervjuades av Karin och Karin.
- Chefredaktör Ordfront: Johan Berggren, 0707-91 52 81, johan.berggren@ordfront.se. Intervjuades av Karin Fallenius och Hannah.
- Chefredaktör Neo: Paulina Neuding, 0735-07 45 62, paulina@magasinetneo.se. Intervjuades av Karin Fallenius och Hannah.
- Chefredaktör Filter: Mattias Göransson, 0707-70 69 03, mattias@magasinetfilter.se. Intervjuades av Karin och Karin.
- Medieforskare och universitetslektor, JMG: Ingela Wadbring, ingela.wadbring@jmg.gu.se, 031 786 4975

Muntliga källor – bakgrund/research

- Professor, JMG: Monika Djerf Pierre, monika.djerf-pierre@jmg.gu.se, 031-786 1208

Bilder

Alla bilder i magasinet har vi tagit själva utom följande:

- Paulina Neuding (Neo). Hämtad från tidskriftens hemsida som vi fick tillåtelse att göra på
<http://www.magasinetneo.se/om-neo/redaktion/Paulina3.jpg>
- Sverige kartan: <http://z.about.com/d/geography/1/0/w/H/sweden.jpg>

Modellerna/figurerna har vi gjort själva, förutom en som är gjord med inspiration från boken *Sociologiska perspektiv – grundläggande begrepp och teorier* (s.236, se Källförteckning).

Bilagor

Kodschema

Ett exempel på hur vi har skrivit om tidskrifterna (utdrag ur kodboken)

Intervjufrågor
Extra tabellmaterial
Webbenkät

Kodschema: Innehållsanalysens fokus

- **Vilka ämnen finns i artiklarna?**

Vad signalerar dessa ämnen? På vilket sätt?

- **Klass och social status – vad signaleras?**

Hur? (exempelvis: tonen i språket, ordval, begrepp)

Omnämns olika samhällsklasser och vad skrivs då om dessa?

Vilka andra typer av markörer kring status syns i artiklarna?

- **Aktörer – vem/vilka förekommer i artiklarna?**

Skribenter och vilka omnämns/omskrivs

- **Vilka annonserar i tidskriften?**

Vad signalerar det om målgruppen?

Ett utdrag ur kodboken – Axess nr 8, nov/ 2009

Ämnen i artiklarna: Temat på detta nummer är "Tyska drömmar" och knyter han till 20-årsjubileet av murens fall. Flera andra artiklar berör tyskland och temat upplösning vs. förening. Axess är uppdelat i åtta olika avdelningar som jag antar är desamma i alla nummer: Samhälle, Frizon, Opinion, Intervju, Tradition, Kultur, Recensioner och Världens gång. Jag undrar vad som menas med Tradition? I det här numret finns en essä om en fransk poet.

Jag upplever att mycket av ämnena i det här numret är av politisk och historisk karaktär. Givetvis är valet av tema på numret det som gör den så politisk, men även andra texter har den tonen. Nästan allt i detta nummer berör Europa, men lite USA, Japan och Kina. Många texter verkar ha som syfte att upplysa och bilda sina läsare genom att de allra flesta har någon form av historisk tillbakablick och referenser till -ismer och kända författare, konstnärer, tonsättare o.s.v.

Det finns tolv bokrecensioner i slutet som alla är väldigt långa, berättande, informativa och av bildande karaktär. Böckerna behandlar främst historia, politik, avhandlingar och forskning och handlar ofta om Tyskland i detta fall.

Språket är ofta avancerat och internt i detta nummer, på så vis att det kräver kunskap om ämnet som omskrivs för att kunna hänga med bra, det verkar därmed förutsättas hos läsaren. Svåra ord och idéhistoriska begrepp flödar och namn "name dropas" utan att förklaras som om läsaren skulle veta vilka alla var/är.

Klass och social status: Jag tycker att det både är lätt och svårt att uttrycka mig kring detta. Lätt för att det finns perspektivmarkörer på flera ställen i tidningen, och just därför svårt att sammanfatta och exemplifiera dem. Framför allt är det ämnena i sig som signalerar vad Axessläsaren bör veta och vara intresserad av. Det är politik, historia, vetenskap, litteratur, konst, klassisk musik m.m. Vad gäller tycke och smak finns några signaler, men det är svårt att sätta fingret på dem. Ofta tycker jag dock att skribenterna skriver om sådana frågor fast utan att definiera vad som är god smak. Men att det är viktigt liksom. Ett stående inslag på kultursidorna är Therese Bohman som gör en "lista över världens bästa målningar" för att "en gång för alla komma till rätta med frågan om konstens kvalitet" och en annan text lyfter fram "god musik".

Jag tycker mig se en liten kritisk ton mot den akademiska världen som då anses ha monopol på vad som är rätt sätt att se på omgivningen, t.ex. genusperspektivet och det strukturella med hänsynen till etnicitet, klass, sexualitet, funktionshinder o.s.v. I en artikel under vinjetten Frizon skrivs: "en hel forskningsindustri och dess hangarounds på kultursidorna talar om Den Andre hela tiden" och att det mest blivit ett "akademiskt varumärke". Personligen tänker jag att många inom akademien som sysslar med sådana frågor är mer politiskt åt vänster, liksom den kulturella vänstereliten. Vad säger ni? Johan Hakelius har en spalt långt bak och i den kryllar det av markörer som jag inte har utrymme att återge här. Jag visar när vi ses!

Aktörer: Mycket skribentnärvaro på så vis att de flesta texter är opinionsmaterial, essäer och recensioner. Redaktörerna tar ganska stor plats genom opinionsmaterial och recensioner där deras egna åsikter och tankar kommer fram. Skribenterna uttrycker kritik mot bl.a. kommunismen, Sven Wollter och "medias gullande" med vänsterextremister, genusforskning, akademikers letande efter "den andre" kopplat till ifrågasättande av abort, betygssystemet m.m.

Det finns bara två intervjuer med pratminus och de är gjorda med en "tysk intellektuell" (filmskapare) och med Jan Björklund om kulturpolitik.

Det finns en lista med skribenterna inledningsvis och alla är antingen kulturjournalister, kritiker, författare eller har en tung akademisk titel.

Annonser: Finns bara en annons: Svenska kulturresor AB och ett par andra handlar om Axess själva (typ tv, gamla nr och så). Vem betalar för Axess? Ägare?

/Hannah

Intervjufrågor till chefredaktörerna

Huvudfråga: Vad skriver tidningarna om?

Vilka frågor driver ni?

Vilka ämnen tycker ni är viktiga?

Huvudfråga: Vilka skriver tidskrifterna för? Och Vilka läser?

Vem vänder ni er till?

Hur ser er genomsnittliga läsare ut?

Huvudfråga: Vilket genomslag har tidskrifterna i andra medier?

Vilket genomslag har ni i annan press/media?

Vad plockar ni upp från annan press/media?

Var hittar ni uppslag och idéer till er tidskrift?

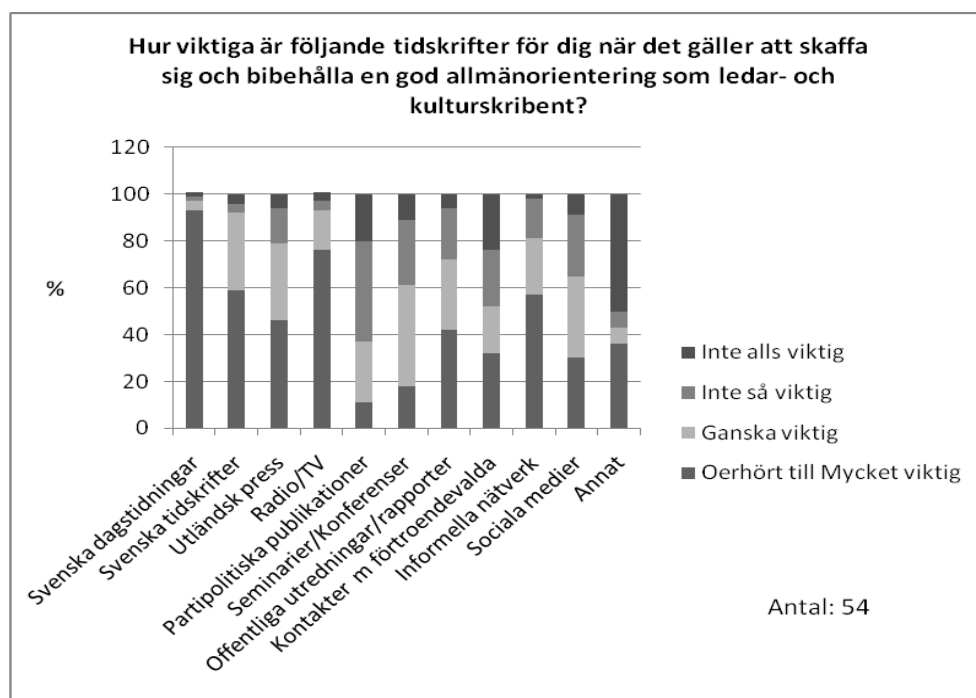
Övriga frågor:

Hur finansieras tidskriften?

Hur ser ägarstrukturen ut bakom tidskriften?

Enligt er, var finns den demokratiska debatten idag? Alltså i vilket forum förs dialogerna som driver på den demokratiska utvecklingen i Sverige?

Extra tabeller



Enkätfrågor bilaga

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



Tack för att Du deltar i enkäten! Om Du arbetar som frilans så ber vi Dig att utgå från vilken tidning Du anlitas mest av. Vi vill påminna om att enkäten är anonym.

Fråga 1. Hur viktiga är följande källor för dig när det gäller att skaffa sig och bibehålla en god allmänorientering som ledarskribent/kulturredaktör /kulturskribent?

	Oerhört viktig	Mycket viktig	Ganska viktig	Inte så viktig	Inte alls viktig
Svenska dagstidningar	☐	☐	☐	☐	☐
Svenska tidskrifter	☐	☐	☐	☐	☐
Utländska tidningar och tidskrifter	☐	☐	☐	☐	☐
Radio/TV	☐	☐	☐	☐	☐
Partipolitiska publikationer	☐	☐	☐	☐	☐
Seminarier och konferenser	☐	☐	☐	☐	☐
Offentliga utredningar och rapporter	☐	☐	☐	☐	☐
Egna intervjuer	☐	☐	☐	☐	☐
Direkta kontakter med politiker/förtroendevalda	☐	☐	☐	☐	☐
Informella nätverk	☐	☐	☐	☐	☐
Sociala medier	☐	☐	☐	☐	☐
Annat	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 2. Om du kryssade i "annat", vänligen skriv vad här

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



Fråga 3. Hur stor inverkan har följande faktorer för ditt val av ledarämnen/kulturämnen?

	Mycket stor inverkan	Stor inverkan	Ganska stor inverkan	Liten inverkan	Mycket liten inverkan
Mitt eget intresse för frågan	☐	☐	☐	☐	☐
Ämnets aktualitet	☐	☐	☐	☐	☐
Ämnet har behandlats i annan dagspress	☐	☐	☐	☐	☐
Ämnet har behandlats i svenska tidskrifter	☐	☐	☐	☐	☐
Viktigt för den politiska ideologi vår tidning identifierar sig med	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 4. Hur många svenska tidskrifter uppskattar du att du läser under en normal vecka?

☐ 0 ☐ 1-5 ☐ 6-10 ☐ 11-20 ☐ fler än 20

Föregående sida

Enkäten innehåller ytterligare 15 frågor av totalt 19.

Nästa sida

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



Fråga 5. Har du i ditt arbete regelbunden tillgång till följande tidskrifter?

	Ja	Nej	Vet ej
Arena	☐	☐	☐
Axess	☐	☐	☐
Filter	☐	☐	☐
Neo	☐	☐	☐
Ordfront	☐	☐	☐

Fråga 6. Ungefär hur många nummer av följande tidskrifter har du läst eller bläddrat i de senaste 12 månaderna?

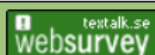
	Ej läst något	Nästan inga	Omkring hälften	Nästan alla	Alla
Arena, 6 nr/år	☐	☐	☐	☐	☐
Axess, 9 nr/år	☐	☐	☐	☐	☐
Filter, 6 nr/år	☐	☐	☐	☐	☐
Neo, 6 nr/år	☐	☐	☐	☐	☐
Ordfront, 10 nr/år	☐	☐	☐	☐	☐

[Föregående sida](#)

Enkäten innehåller ytterligare 13 frågor av totalt 19.

[Nästa sida](#)

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



Fråga 7. Ungefär hur mycket uppskattar du att du brukar läsa av följande tidskrifter?

	Brukar aldrig läsa något	Enstaka delar	Ungefär hälften	Mer än hälften	Allt eller nästan allt
Arena	☐	☐	☐	☐	☐
Axess	☐	☐	☐	☐	☐
Filter	☐	☐	☐	☐	☐
Neo	☐	☐	☐	☐	☐
Ordfront	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 8. Hur viktiga är följande tidskrifter för uppslag och idéer till ditt eget bidrag/textproduktion till tidningen?

	Oerhört viktig	Mycket viktig	Ganska viktig	Inte så viktig	Inte alls viktig
Arena	☐	☐	☐	☐	☐
Axess	☐	☐	☐	☐	☐
Filter	☐	☐	☐	☐	☐
Neo	☐	☐	☐	☐	☐
Ordfront	☐	☐	☐	☐	☐

[Föregående sida](#)

Enkäten innehåller ytterligare 11 frågor av totalt 19.

[Nästa sida](#)

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



Fråga 9. Hur viktiga är följande tidskrifter för uppslag och idéer till ditt eget bidrag/textproduktion till tidningen?

	Oerhört viktig	Mycket viktig	Ganska viktig	Inte så viktig	Inte alls viktig
Arena	☐	☐	☐	☐	☐
Axess	☐	☐	☐	☐	☐
Filter	☐	☐	☐	☐	☐
Neo	☐	☐	☐	☐	☐
Ordfront	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 10. Har du under det senaste året på ledar/kultursidorna citerat eller kommenterat någon av följande tidskrifter?

	Ja	Nej
Arena	☐	☐
Axess	☐	☐
Filter	☐	☐
Neo	☐	☐
Ordfront	☐	☐

Fråga 11. Vilken eller vilka frågor eller ämnen var det då som du citerade/kommenterade?

[Föregående sida](#)

Enkäten innehåller ytterligare 8 frågor av totalt 19.

[Nästa sida](#)

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



Fråga 12. Om du gör en helhetsbedömning av de fem tidskrifterna, vilken är din uppfattning om den allmänna kvalitén på deras innehåll?

	Mycket hög kvalitet	Hög kvalitet	Ganska hög kvalitet	Inte så hög kvalitet	Dålig kvalitet	Ingen uppfattning
Arena	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Axess	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Filter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Neo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ordfront	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Fråga 13. Hur stor roll tycker du att följande tidskrifter spelar för opinionsbildningen?

	Oerhört stor roll	Mycket stor roll	Ganska stor roll	Inte så stor roll	Inte någon roll alls	Ingen uppfattning
Arena	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Axess	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Filter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Neo	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ordfornt	☐	☐	☐	☐	☐	☐

[Föregående sida](#)

Enkäten innehåller ytterligare 6 frågor av totalt 19.

[Nästa sida](#)

Kultur- och samhällstidskrifter- attityder och förhållningsätt.



 Fråga 14. Vilken funktion har du på tidningen?

- | | |
|---|---|
| ☐ Ledarredaktör | ☐ Kulturredaktör |
| ☐ Ledarskribent | ☐ Kulturskribent |
| ☐ Frilans främst mot ledare | ☐ Frilans främst mot kultur |
| ☐ Annan | |

 Fråga 15. Ungefär hur stor upplaga kommer den tidning du arbetar för ut i?

- | | | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ -15 000 ex | ☐ 15 100 - 40 000 | ☐ 40 100 - 90 000 | ☐ 90 001 ex - |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|

 Fråga 16. Vilken ideologisk tillhörighet ligger närmast den tidning du arbetar för?

- | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|--|---|---------------------------------|
| ☐ Moderat | ☐ Liberal | ☐ Centerpartistisk | ☐ Socialdemokratisk | ☐ Opolitisk |
| ☐ Annat | | | | |

 Fråga 17. Hur gammal är du?

- | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 18-30 | ☐ 31-40 | ☐ 41-50 | ☐ 51-60 | ☐ Äldre än 60 |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|

 Fråga 18. Vilket kön är du?

- | | | |
|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| ☐ Kvinna | ☐ Man | ☐ Annat |
|------------------------------|---------------------------|-----------------------------|

 Fråga 19. Om du har synpunkter på enkäten är vi tacksamma om vi får ta del av dessa