

Analys / Gunnar Springfeldt

Amerikansk lokalpress räknar bort annonsaffären

I USA har 1 800 tidningstitlar försvunnit sedan 2004 och forskarna uppskattar att 1 300 lokalsamhällen helt saknar journalistisk bevakning. I denna rapport tar vi upp hur medieforskningen granskar krisen för lokalpressen i USA och Europa.



» Ett genomgående tema är att krisen inte slår jämnt mot alla överallt. Många lokala medier med mindre upplaga befinner sig inte i en krissituation och utvecklingen kan påverkas av externa faktorer som takten i den digitala omställningen och en regions ekonomiska utveckling.

En annan röd tråd är att den digitala annonsmarknaden numera nästan helt räknas bort när man analyserar både dagsläget och framtidsutsikter. Google och Facebook är helt dominerande på marknaden och resterande delen utgörs av andra större internetbolag. Inte mycket finns kvar för de andra, däribland lokalpressen. Men frågan är hur mycket man kan skylla problemen på teknikjättarna och hur stort ansvar ägare, tidningsledning och journalister själva har? I både forskar- och mediekretsar talas nu allt mer om behovet av förnyelse av journalistiken, som till exempel storytelling, och betydligt närmare läsarkontakt.

Gemensamt för de amerikanska studierna är att man betonar behovet av intäktsdiversifiering. Företagen är, vilket understryks av de många intervjuer med mediefolk som gjorts, i stort behov av nya intäkter och dessa kan komma från områden som Medievärlden Premium beskrivit många gånger: lokala möten och konferenser, nya typer av lokala marknadstjänster och donationer. Två intäktskällor skiljer ofta USA från Europa: donationer och filantropi. Det är här i Europa som digitala prenumerationer, i sig ett slags stöd för kvalitetsjournalistik som kostar, har fungerat bäst. Det gäller i synnerhet Sverige och Norge, men också på andra håll. Världstidningar och pionjärer inom digitala prenumerationer som New York Times, Washington Post och Financial Times ligger långt före lokaltidningarna. Det gäller också, som bekant, brittiska Guardian som nu, enligt färsk siffror, får 12 procent av intäkterna från medlemmar och siktar på 20-procentsnivån inom kort.



GUNNAR SPRINGFELDT

Tidigare utvecklingschef, först i Göteborgs-Posten och sedan i Stampen Media Group. I den egenskapen följde han den amerikanska tidningskrisen noga. Numera driver han den egna firman Springfeldt Media AB.

"DET ÄR HÄR I EUROPA SOM DIGITALA PRENUMERATIONER [...] HAR FUNGERAT BÄST"

**Medie
världen**
Premium

Här följer kortfattat resultat från några forskningsinstitutioner och medianalytiker:

University of North Carolina's School of Media and Journalism (UNC)

I USA är det många som har kartlagt tidningskrisen. Den sannolikt mest ambitiösa genomgången har gjorts av en forskargrupp om 14 personer vid UNC under ledning av Penelope Muse Abernathy. Denna grupp har kommit fram till att en femtedel av alla lokala och regionala tidningstitlar har försvunnit sedan 2004, omkring 1 800 från totalt 9 000. Av dessa har de flesta endagsutgivning, men även dagstidningar ingår. En del tidningar är helt enkelt nedlagda medan andra har "försvunnit" i samgåenden med närliggande titlar.

Nedbemanning har skett nästan överallt, men ytterligare hundratals tidningar har minskat sin journalistiska bevakning så mycket att de kategoriseras som "spöktidningar". På några orter har lokalpressens redaktionella bevakning kompenseras av lokal-tv eller nyhetstjänster på internet. Räknas de bort menar UNC-forskarna att redaktionell bevakning av 1 300 lokala samhällen i USA saknas. Det behöver inte gälla hela kommuner (countyn), utan kan vara mindre samhällen inom en kommun. 200 kommuner saknar tidning helt. UNC:s siffror har ifrågasatts på detaljnivå, bland andra av Joshua Benton vid Harvard, men det är ingen tvekan om att mediekollapsen är total på många håll.

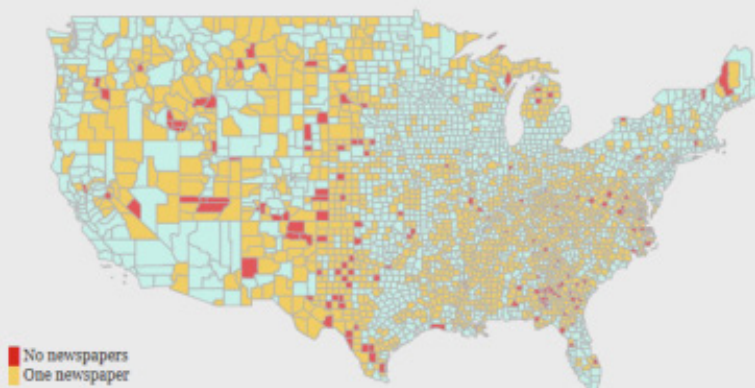
Oavsett nedläggning är de krympande nyhetsredaktionerna en ständig källa till oro. Undersökningsteamet vid Pew Research Center har funnit att antalet anställda vid amerikanska tidningars nyhetsredaktioner nära nog halverats under åren 2007-2017.

"ANTALET ANSTÄLLDA VID AMERIKANSKA TIDNINGARS NYHETSREDAKTIONER HAR NÄRA NOG HALVERATS UNDER 2007-2017"



Do You Live in a News Desert?

In the U.S., 171 counties do not have a local newspaper. Nearly half of all counties - 1,449 - have only one newspaper, usually a weekly.



Källa: UNC School of Media and Journalism

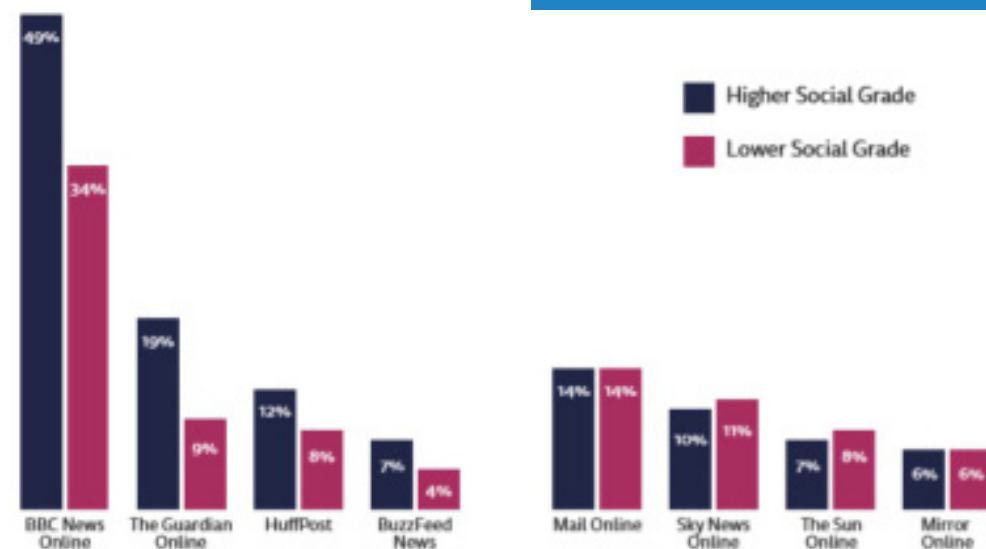
I USA benämns orter utan lokal journalistik som "nyhetsöknar" (news deserts). Och forskarna konstaterar att människorna som bor där ofta är de mest sårbara, de fattigaste med lägst utbildning och mest isolerade. Tidningskrisen är ett högt spel och utvecklingen ett hot mot demokratin, inte minst i dag med "fake news" och en stark politisk spricka i landet, enligt rapporten.

Här får man stöd från den ideella gruppen The Center for Cooperative Media som också menar att välståndet i kommunen korrelerar med huruvida sajten är ekonomiskt framgångsrik. Därför dras slutsatsen att stöd krävs utifrån för att säkerställa att lokal nyhetsförmedling ska fungera även i fattigare samhällen. I USA betyder det mer donationer, här hemma skulle vi tala om presstöd, en form av statlig inblandning som i USA bara förekommer i New Jersey.

UNC-forskarnas databas är tillgänglig för alla och kan brytas ned på delstats- och ortnivå (länk finns i slutet av denna analys).

Oxford: Reuters Institute for the study of journalism

I USA spelar uppenbarligen en Orts ekonomiska ställning roll för graden av medienärvaro. Det faktum att social ställning påverkar nyhetskonsumtionen, i synnerhet i digitala kanaler, är ett känt faktum även i Europa. Senast visade forskare vid Reuters Institute vid Oxford-universitet att ojämlikheten i nyhetskonsumtion är mer ojämnt fördelad än inkomst när man mäter antalet nyhetskällor per vecka. Reuters-forskarna menar att ojämlikheten ökar i digitala medier och antar därför att en ökning av ojämnligheten kommer att ske totalt sett över tid. En fjärdedel besöker inga nyhets sajter alls medan bara 13 procent inte läser eller ser nyheter i analoga kanaler.



Q5b. Which of the following brands have you used to access news online in the last week (via websites, apps, social media, and other forms of internet access)? Please select all that apply (Base: higher social grade (ABC): 1292 / lower social grade (CDE): 759).

"I USA SPELAR
UPPENBARLIGEN EN ORTS
EKONOMISKA STÄLLNING
ROLL FÖR GRADEN AV
MEDIENÄRVARO"

Skillnaderna i nyhetskonsumtion mellan olika sociala grupper är större på internet än vad gäller papperstidningen. Därför kommer ojämlikheten för nyheter att öka, menar forskarna.

Källa: Reuters Institute

AVERAGE LEVEL OF TRUST IN SELECTED NEWS BRANDS BY POLITICAL LEANING – USA



Q1F. Some people talk about 'left', 'right', and 'centre' to describe parties and politicians. With this in mind, where would you place yourself on the following scale? Q6_2018. How trustworthy would you say news from the following brands is? Use the scale below, where 0 is 'not at all trustworthy' and 10 is 'completely trustworthy'. Base: Left/Centre/Right: US = 567/970/550. Note: People who indicated that they have not heard of a brand were excluded.

Duke University

En annan studie, från Duke University, visar att även i lokalsamhällen där tidningen finns kvar är läget illa. I ett slumpmässigt urval på 100 orter noterades att bara 17 procent av det redaktionella innehållet handlade om just det samhälle i vilket tidningen var utgiven.

Harvard: Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy

En mycket intressant rapport om läget för lokala digitala medier och jakten på en hållbar affärsmodell kommer från Harvard. Det är Shorenstein Center som i maj 2018 samlade ett antal experter från hela landet och förde protokoll över diskussionerna och drog slutsatser.

Enligt Shorenstein identifierade mötet fem behov och möjligheter som kan förnya lokal nyhetsbevakning:

★ **Ökat investeringskapital för nystartade bolag.** Här menar gruppen att det dyker upp affärsmöjligheter i och med att det lokala journalistiska uppdraget blir tydligt för människorna. Men det räcker inte, fler intäcksströmmar måste till utöver att läsarna betalar för journalistiken.

★ **Mer donationer/filantropi** (typiskt amerikanskt och näppeligen inte överförbart till Europa annat än för nischade medier).

★ **Tillväxtkapital för existerande nyhetsorganisationer.** Här framgår att det i USA finns ett missnöje mot, vad man menar, hänsynslösa kapitalister som suger ut de tidningar de äger utan att investera i lokal journalistik. Glädjande

Spännvidden mellan olika politiska grupper i USA är som minst för förtroende för lokala tv-nyheter.

Källa: Reuters Institute

nog finns också undantag och nyligen har flera teknikmiljardärer investerat i nyhetsmedier, Washington Post och Time till exempel.

✳ **Förbättrat samarbete inom och mellan nyhetsorganisationer och plattformar (som Facebook).** Man talade om att flera medier skulle gå samman för att stödja utbildningsinsatser för nya entreprenörer i branschen. Men även i existerande organisationer saknar många journalister förståelse för affärssidans krav. Det krävs också samarbete för att sänka kostnaderna för publiceringsystem (CMS) och kunddatabaser (CRM).

✳ **Mer betoning på mångfald, pressetik och deltagande.** Här handlar det om, vilket diskuteras också i Sverige, att redaktionerna bättre måste spegla den etniska sammansättningen i det samhälle som de verkar i. I samband med debatten om medlemskap har läsarnas deltagande i den redaktionella processen kommit upp och flera medieföretag är numera betydligt öppnare mot sin publik. Shorenstein diskuterar också hur journalistiken kan bli mer engagerande. Vilka typer av "storytelling" blir framgångsrika? Vilka produkter är det lämpligt att små lokala redaktioner experimenterar med?

Som Medievärlden Premium tidigare beskrivit finns i USA ett antal initiativ som stimulerar lokala nyheter. Dessa organisationer kan bidra både med startkapital, strategiskt tänkande och/eller teknisk infrastruktur. Det är organisationer som News Revenue Hub, Membership Puzzle Project, Civil och Knight-Lenfest Newsroom Initiative.

Den journalistiske forbindelse

Journalister har tillåtelse att ta ut svängarna mer än forskare. Och det gör sannerligen de båda danska journalisterna Per Westergård, tidigare chefredaktör för Fyns Stiftstidende, och Søren Schultz Jørgensen i boken Den journalistiske forbindelse (Gyldendals). Underrubriken "Sådan genopfinder nyhedsmediet sin relation til borgerne og sin relevans for demokratiet" säger vad det handlar om. För att finna vägar ur nyhetsmediernas kris har författarna besökt 54 redaktioner i USA och i nio europeiska länder, däribland Sverige, Norge och Danmark förstås. De menar att det inte bara är Google och Facebook som är förklaringen till mediernas kris, utan de själva och de dogmer som styr journalistiken. Dessa dogmer måste utmanas, anser författarna.

Primärt ifrågasätter danskarna den grundläggande idén att journalistik främst handlar om att transportera nyheter och information från A till B. De nyhetsmedier som kommer att lyckas bäst med att skapa och underhålla sin relation med läsarna, lyssnarna eller tittarna kommer i allt högre grad att vara medier som vågar utmana några av förra århundradets journalistiska dogmer, skriver författarna och räknar upp dem: armlängds avstånd till publik och samhälle, neutral hållning och objektivitet samt tron på att journalister har en särskild förmåga att välja ut vad som är viktigt för medborgarna.

Westergård och Schultz Jørgensen efterlyser en mer varierad, mer levande, mer mångfacetterad journalistik och större öppenhet gentemot medborgarna. De anser att krisen för journalistiken och traditionella medieföretag är



LÄS OCKSÅ:
"Mediekoncernen som vill bli bygdens 'alltiallo'"

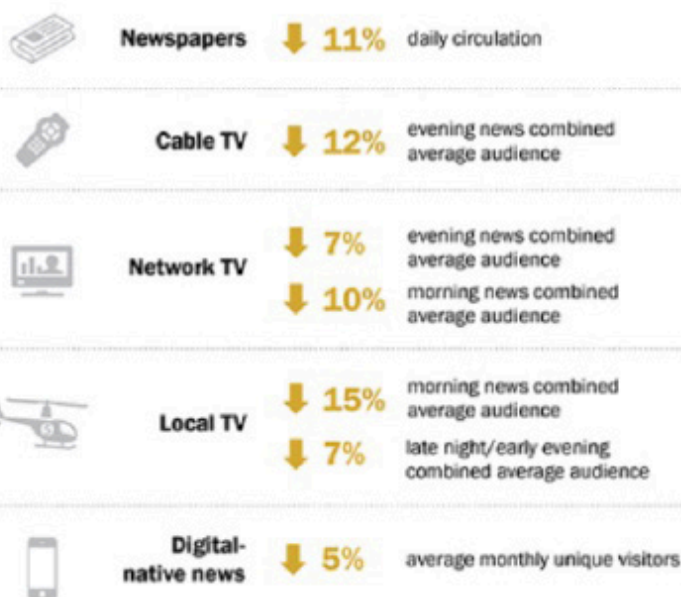
strukturell och inte bara en fråga om tekniska utmaningar och sönderslagna affärsmodeller. När västlänternas invånare vänder nyhetsjournalistiken ryggen behöver vi kritiskt granska själva journalistiken. Författarna anser vidare att journalistiken måste bli mer konstruktiv och menar att en lösningsinriktad journalistik skapar mer engagemang bland läsarna.

I tyska Braunschweig har Westergård och Schultz Jörgensen hittat tidningen som kallar sig "medborgartidning" och lyssnar på sina läsare genom många fysiska, lokala möten och varje dag lägger redaktionella resurser på att täcka ämnen som är efterfrågade av läsarna. I linje med detta måste redaktionerna minska avståndet till sina läsare. Att använda sociala medier kan, om det görs på rätt sätt, bli ett sätt att samarbeta med publiken.

University of Oregon, Tow Center for Digital Journalism at Columbia University

I Oregon i nordvästra USA verkar britten Damian Radcliffe som skrivit flera forskningsrapporter om lokala medier (se länkregistret). I korthet konstaterar han att trots ny teknik är lokal journalistik fortsatt "otroligt viktig" för det lokala samhället och kan mätta behovet av information på en rad vitt skilda områden från politik och kultur till sport och lokala profiler.

Key annual audience trends, 2017 vs. 2016



Sources: Pew Research Center analysis of Alliance for Audited Media data; comScore TV Essentials®, 2016 and 2017, U.S.; comScore StationView Essentials®, 2016 and 2017, U.S.; comScore Media Metrix Multi-platform, unique visitors, October-December 2016 and 2017.

PEW RESEARCH CENTER

Key annual economic trends, 2017 vs. 2016



Sources: Pew Research Center analysis of year-end SEC filings of publicly traded newspaper companies; SNL Kagan; Kantar Media; Pew Research Center analysis of MEDIA Access Pro & BIA Advisory Services data.

PEW RESEARCH CENTER

I rapporten "Small market newspapers in the digital age" definierar Damian Radcliffe och hans medförfattare, Christopher Ali, hur lokaltidningen skapar värde för samhället:

* Värde för demokratin

Det kan handla om alltifrån röstningsbenägenheten till att stimulera ekonomisk tillväxt. Radcliffe/Ali citerar andra forskare som kommit fram till att det politiska engagemanget och valdeltagandet är högre i kommuner med högre mediekonsumtion. De framhåller också andra viktiga funktioner som att vara primär lokal nyhetskälla, att definiera den lokala dagordningen och skapa en lokal vi-känsla, enligt de demokratiska funktioner som Penelope Muse Abernathy vid UNC lyft fram.

* Värde för samhället

En tidning kan göra invånarna mer fästa vid sin hemort genom att informera och berätta om grannarnas dagliga liv och kanske också förmedla en känsla av välbefinnande. Lokaltidningen är ju den som skriver bygdens historia. Här finns förstås en svår balansgång i att bevaka det samhälle som man också är delaktig i. Forskarna menar att journalistrollen ibland får anpassas till att bli "en god granne i stället för en attackhund". För att göra det måste man ofta fokusera lösningar i stället för att bara identifiera problem.

* Värde för det mediala ekosystemet

Lokaltidningen i USA, liksom i Sverige förstås, är en viktig och integrerad del i ekosystemet för nyheter. Lokaltidningen står för nyhetsrapportering i original. Lokalt kan de vara den enda rösten. I rapporten citeras amerikansk forskning som säger att lokal nyhetsrapportering står för en mycket stor del av nyhetsrapporteringen på en ort (även om siffrorna varierar mellan 48 procent och 85 procent). Slutsatsen är ändå, som undersökningsföretaget Nielsen har uttryckt det, att lokalpressens nedgång har "allvarliga ekologiska konsekvenser som når långt bortom dess egen publik".

Många amerikanska medieforskare tar upp det faktum att de försvinnande, eller försvagade, etablerade lokaltidningarna skulle kunna ersättas av nystartade lokala nyhetssajter eller med bevakning från lokala tv-kanaler. Problemet är bara att många av de små nya nyhetssajterna ofta söker sig till storstadsområdenas utkanter och sällan når ut på den verkliga landsbygden. Därigenom kompenseras inte orter som tappat traditionella medier med nystartade internetbolag.

Icke desto mindre än det en klar trend i USA att starta nya lokala redaktioner, antingen som ett kommersiellt företag eller, vilket är vanligare, att göra det utifrån en ideell (non profit) plattform. Det är talande att när det ytterst trendiga livsstils- och teknikmagasinet Wired tidigare i år beskrev krisen för lokala medier (se länk nedan) gjorde man det genom att besöka en konferens för nystartade nyhetstjänster på internet:

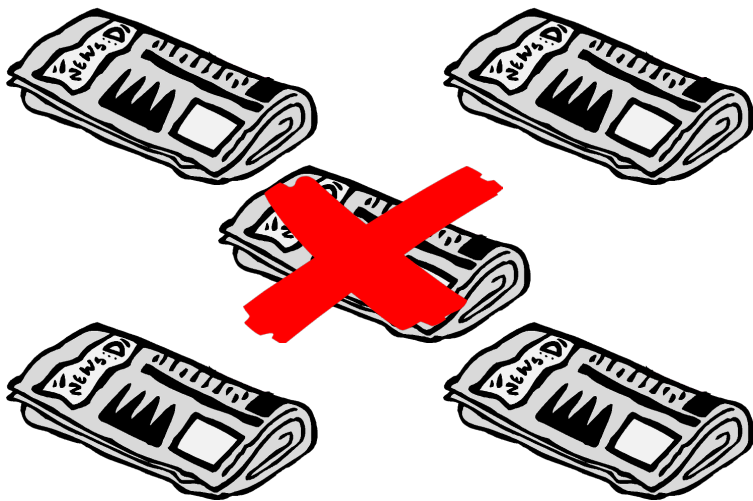


"Nu ska jag se framtidens lokaljournalistik", skrev reportern Henri Gendreau om sitt besök på en konferens för nystartade lokala medier i Arizona, USA. Gendreau, som själv är lokaltidningsreporter, hade som utgångspunkt kontrasten mellan stora journalistiska landvinningar och hårdhänt nedbemanning. Efter att Digital Firsts tidning i Oakland, East Bay Times, fått ett Pulitzer-pris för sin rapportering om en tragisk storbrand där 36 personer dog aviserade ägarna att bemanningen ska minskas. Igen. Den nyheten kom inte som en överraskning för någon, skriver Henri Gendreau.

Den tongivande mediedebattören Margaret Sullivan, kolumnist i Washington Post, får slutordet. Hon skriver att "problemet är att vi inte kommer att få veta det vi inte vet. Korruptionen kan blomstra, skatterna stiga och offentligt anställda kan missbruka sin ställning. I vår förskräckligt delade nation behöver vi den lokala tidningen som kan ge oss alla samma information, en uppsättning fakta som alla kan erkänna och utifrån det debattera".



LÄS OCKSÅ:
**"Strategier för
att öka läsarnas
lojalitet"**



SAMMANFATTNING:

- * 1 800 dagliga eller endagarstidningar har försvunnit i USA sedan 2004, omkring var femte tidning. 1 300 orter i USA har ingen journalistisk bevakning alls och utgör, vad medieforskarna kallar, "nyhetsöknar".
- * Krisen för lokala medier i USA är på en och samma gång dramatisk, nedslående och till och med motsägelsefull när vissa tidningar mjölkas på resurser för att maximera ägarnas vinster. Det är ett faktum som inte passerar obemärkt i den amerikanska debatten. Liksom i Sverige finns en stark oro över att demokratin påverkas.
- * Det går inte bara att skylla mediekrisen på Google och Facebook, menar danska medieanalytiker. Det är lika mycket en journalistik kris som kräver ett vässat journalistiskt uppdrag, och mer lyssnande journalister som producerar en mer lösningsinriktad journalistik.
- * Medieforskarna är ganska eniga om lokaljournalistikens roll för demokratin. Nu varnas för ökad korruption och ökat maktmissbruk från offentligt anställda.

Länkar

1 300 orter saknar helt journalistisk bevakning

- › <http://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-news-desert/>
- › http://amp.poynter.org/news/about-1300-us-communities-have-totally-lost-news-coverage-unc-news-desert-study-finds?__twitter_impression=true

Nyhetskonsumtion och sociala skillnader

- › <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-10/Kalogeropolous%20Social%20Inequality%20in%20News%20FINAL.pdf>

Business Models for Local News (Shorenstein/Harvards)

- › <https://shorensteincenter.org/business-models-field-scan/>

Den journalistiske forbindelse

- › <https://litteratursiden.dk/anmeldelser/den-journalistiske-forbindelse-af-soren-schultz-jorgensen-og-westergard>
- › <http://www.niemanlab.org/2018/07/54-newsrooms-9-countries-and-9-core-ideas-heres-what-two-researchers-found-in-a-yearlong-quest-for-journalism-innovation/>

Small market newspapers in the digital age

- › https://www.cjr.org/tow_center_reports/local-small-market-newspapers-study.php/

The future of US local news

- › <https://damianradcliffe.wordpress.com/2018/08/14/slides-and-audio-from-my-talk-on-local-newspapers-at-newsrewired-last-month/>

State of US news media in 5 charts

- › <https://whatsnewinpublishing.com/2018/09/the-health-of-us-news-media-in-five-charts/>

Pew Research Center om redaktionell bemanning

- › <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/30/newsroom-employment-dropped-nearly-a-quarter-in-less-than-10-years-with-greatest-decline-at-newspapers/>

Artikeln i Wired om tidningskrisen

- › <https://www.wired.com/story/dont-stop-the-presses-why-big-tech-should-subsidize-real-journalism/amp>

Margaret Sullivans krönika i Washington Post

- › https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/the-local-news-crisis-is-destroying-what-a-divided-america-desperately-needs-common-ground/2018/08/03/d654d5a8-9711-11e8-810c-5fa705927d54_story.html



LÄS OCKSÅ:
"Lokala mediers styrkor i USA"

För intresserade av lokala medier följer här ytterligare några länkar till en del av de rapporter som skrivits i ämnet:

Reuters Institute: The Digital Transition of Local News

› <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/research-digital-transition-local-news>

CJR: Digital adaption of local news

› https://www.cjr.org/tow_center_reports/digital-adaptation-in-local-news.php/

What happens when local news disappears

≈ <http://thegroundtruthproject.org/local-news/>

› https://streetfightmag.com/2018/08/16/a-probing-look-at-local-news-comes-to-some-disturbing-conclusions/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+StreetFight+%28Street+Fight%29

Report for America (om lokalpressens kris)

› <https://www.reportforamerica.org/>

The narrow path for local news (rapport)

› <https://narrowpathforlocalnews.org/>



LÄS OCKSÅ:
**"Den digitala
läsarrelationen"**