

Lennart Weibull

Mediebransch och medieforskning 1965-1980

Några erfarenheter och perspektiv

Svensk forskning om massmedier fick sitt stora genombrott under 1970-talet. Framväxten påverkades framför allt av utvecklingen inom det samhällsvetenskapliga området, men det fanns många faktorer som stimulerade medieforskningen. Det kritiska opinionsklimatet och expansionen inom medieområdet medförde ett ökat intresse för studier av press, radio och tv. Medieforskare medverkade i offentliga utredningar och arbetade ofta i nära kontakt med mediebranschen. Under perioden utvecklades även det akademiska medieämnet. I det följande är det min avsikt att belysa detta samspel i ljuset av periodens samhällsförändringar.¹

År 1969 hölls ett heldagsseminarium om medieforskning på dåvarande Hotell Standard i Norrköping. Jag var vid den tiden ännu inte klar med min kandidatexamen men hade enrollerats i ett presshistoriskt projekt vid statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet. Projektansvarig var docent Stig Hadenius, senare professor i journalistik vid Stockholms universitet, och på hans initiativ och i hans bil åkte projektgruppen till seminariet.

Norrköpingsseminariet var anordnat av Svenska Tidningsutgivareföreningen (TU). Det hade föregåtts av en inventering av aktuell svensk forskning om press, radio och tv.² De inbjudna kom från institutioner och grupper som identifierats som tillhörande fältet. Jag minns inte så mycket av anförandena utom att Karl Erik Wärneryd, senare professor i ekonomisk psykologi vid Handelshögskolan i Stockholm, höll en föreläsning där hans huvudtes var vikten av att göra en distinktion mellan den strukturorienterade massmedieforsk-

ningen och den processororienterade masskommunikationsforskningen.

I ett längre perspektiv är det intressanta att initiativet till både kartläggningen och seminariet kom från branschorganisationen Svenska tidningsutgivareföreningen (TU) och genomfördes av TU:s kommitté för masskommunikationsforskning. Arbetet hade initierats av dess forskningsintresserade direktör Ivar Hallvig. Seminariet blev en plattform för kontakter mellan forskare och mellan forskning och bransch. Seminariet är därför en bra utgångspunkt för några iakttagelser om mediebranschens betydelse för medieforskningens framväxt i Sverige.

Men för att bilden ska bli fullständig är det viktigt att först säga något om den svenska massmedieforskningens framväxt.

Tidig svensk massmedieforskning

Vad som läggs i begreppet medieforskning är givetvis bestämt av vad man menar med medier. Forskning om medier är inte med nödvändighet knuten till något enskilt ämne. Medier kan studeras från språklig eller litterär syn-

Lennart Weibull, professor emeritus i massmedieforskning och seniorprofessor vid SOM-institutet, Göteborgs universitet.

punkt, liksom deras ekonomiska, politiska och tekniska villkor kan analyseras. Det var också inom sådana etablerade ämnesinstitutioner som det första studiet av medier växte fram.

Litteraturvetenskapen står för den längsta traditionen av mediestudier i Sverige. Det handlade vanligen om historiska studier av dagspress. Redan 1896 publicerade litteraturvetaren Otto Sylwan vid Lunds universitet en historisk översikt av den svenska pressen, men han gjorde senare även jämförande analyser av den aktuella tidningsstrukturen i olika länder. Den äldre traditionen av mediestudier fördes vidare av litteraturvetenskapen, framför allt vid Lunds universitet som 1965 skapade en avdelning för pressforskning. Det hindrade inte att studier av medier förekom även inom historia och språkvetenskap.³

Medan den äldre humanistiska traditionen hade en tonvikt på mediernas framväxt och innehåll hade de samhällsvetenskapliga ämnena ett markerat intresse för samtiden och för publikens beteende. Skillnaden hade även en administrativ sida genom att samhällsvetenskap skiljdes ut som egen fakultet 1964. Bakgrunden var delvis en skillnad i metodansats: redan 1942 hade Statens råd för samhällsforskning etablerats med det uttalade motivet att nya, kvantitativa metoder krävde annan kompetens och ökade resurser.

Internationella influenser

Eftersom massmedier och masskommunikation uppfattades som viktiga element i efterkrigstidens samhälle var det naturligt att samhällsvetare var intresserade av att studera dess betydelse. Synsättet var påverkat av nordamerikanska mediestudier och det var därifrån de nya perspektiven hämtades både teoretiskt och metodologiskt. Eftersom massmedierna betraktades som en central del av samhällets kommunikationssystem gällde forskningsfrågorna hur människor använde medierna, hur de påverkades av deras innehåll samt vilka budskap medierna förmedlar och vad som bestämmer dem. Svenska samhällsforskare var i hög grad påverkade av de nordamerikanska synsätten hos forskare som Shannon

och Weaver,⁴ Hovland,⁵ Schramm⁶ samt Katz och Lazarsfeld.⁷

I den nya terminologin var masskommunikation, efter engelskspråklig förebild, det centrala begreppet: massmedierna är del i en process mellan sändare och mottagare, betraktad i ett socialt sammanhang. De teoretiska perspektiven utvecklades och undersökningstekniken förfinades. Det nya perspektivet krävde nya metoder, där surveyundersökningar och kvantitativa innehållsanalyser blev de nya redskapen och svenska forskare besökte USA för att lära sig.⁸

Erfarenheter från USA kom att påverka även forskningsorganisationen. Ensamforskaren fick nu ge vika för projektgrupper efter USA-modell. Den första svenska läroboken på området – *Masskommunikation* – kom 1965 och skrevs av sociologiprofessorn Gunnar Boalt, Stockholms universitet, och snart följdes den av Kjell Nowaks och Karl Erik Wärneryds introduktionsbok *Kommunikation och påverkan* (1968).

Samtidigt är det viktigt att påminna sig att de nya strömningarna bidrog till att även utveckla tillämpade massmediestudier utanför akademien. Såväl den statliga Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, som Sveriges Radios avdelning för publik- och programforskning och den expanderande kommersiella undersökningssektorn tog till sig de nya metoderna. Beredskapsnämnden initierade efter förebild från USA studier av medier och propaganda.⁹ Marknadsforskning om konsumentbeteende växte snabbt liksom den kommersiella opinionsforskningen på exempelvis Sifo och Marknadssociologen skapade det som kom att bli den dominerande kommersiella mediemätningen i Sverige, Orvesto, som formellt startade 1972.¹⁰

Forskare och forskningsområden

Även om samhällsvetenskapen kom att präglats mycket av den nya medieforskningen blev den inget sammanhållet ämnesområde. Det karaktäristiska för forskning om massmedier vid svenska universitet och högskolor under 1960- och 1970-talen var att den inte hörde hemma inom en egen disciplin, utan medier

studerades inom olika ämnen och vanligen i relation till det egna ämnets frågeställningar. Dessutom bedrevs medieforskning utan att forskarna hade någon större kontakt med varandra. De var litteratur- eller språkvetare, filmvetare, ekonomer, statsvetare eller sociologer som alla hade sin egen ämnestradition och sina vetenskapliga fora. Deras medieforskning speglade främst ett personligt intresse för området, låt vara att det efter hand även utvecklades en disciplinöverskridande, tvärvetenskaplig forskning.

En kartläggning av svensk medieforskning för åren 1965-1975, genomförd inom ramen för en statlig utredning, visade att det fanns 271 personer vid universitet eller högskolor som var forskningsaktiva minst något under den studerade tioårsperioden. Det var en knapp övervikt av medieforskare från det humanistiska ämnesområdet. Dessa kom främst från litteraturvetenskap som också var det enskilt största ämnesområdet. Inom samhällsvetenskap var statsvetenskap och sociologi i stort sett jämnstora. Inom den så kallade sektorssektorn fanns knappt ett hundra forskare, varav närmare hälften fanns inom Sveriges Radios publik- och programforskning (PUB).

När det gällde forskningens objekt handlade det framför om vad som kallades ”Kommunikation i flera medier eller masskommunikation allmänt”, därnäst pressmedier, medan studier av radio-tv utgjorde en förhållandevis liten del av den akademiska forskningen. En stor del av projekten hade fokus på studier av tidningsinnehåll, främst kultur och politik.

De största finansierarna var i kronor räknat de statliga forskningsråden, offentliga myndigheter samt stiftelser och fonder. Forskningsråden stod för drygt 40 procent, myndighetssektorn för en fjärdedel och stiftelserna för en femtedel. Mindre andelar föll på offentliga utredningar och enskilda företag.

Det har senare gjorts flera uppföljningar av hur medieforskningen utvecklats, inte minst genom Nordicoms försorg, och de visar i huvudsak samma mönster.¹¹ Det var inom de samhällsvetenskapliga ämnesinstitutionerna, främst sociologi och statsvetenskap, och vid Handelshögskolan i Stockholm som svensk

massmedieforskning fortsatte sin expansion under slutet av 1970-talet och 1980-talet. Forskningen bedrevs nu allt oftare inom ramen för stora projekt och finansieringen sker både genom akademiska rådsmedel och genom bidrag från mediebranschen.¹²

Under 1980-talet skedde en förskjutning av perspektivet genom att medie- och kommunikationsvetenskap – något senare även journalistik – inrättades som akademiskt ämne, först i Göteborg och senare i Lund, Stockholm och Umeå. Ämnesetableringen hade på samtliga universitetsorter föregåtts av en ökad lokal samverkan över traditionella ämnesgränser. Det senare var ett uttryck för att medieforskarna stärkts i sin ämnesidentitet. Genom att det inrättades professurer blev det nu möjligt att bedriva forskarutbildning. Det ändrade villkoren och det kom efter hand att skapas större medieforskningsmiljöer.¹³

Mediebranschen och forskningen

När det gäller frågan om branschens roll i medieforskningens framväxt har det ofta framförts att den tidiga samhällsvetenskapliga massmedieforskningen i Sverige till stor del byggde på uppdrag – från politik, myndigheter och medieföretag. Visserligen visar den relativt höga andelen extern finansiering att det kan finnas visst stöd för påståendet, men bilden är betydligt mer komplex.

Redan det inledningsvis nämnda forskarseminariet år 1969 illustrerar att branschintresset hade andra former. För en branschorganisation som TU handlade möten med forskare om att orientera sig om ett nytt och viktigt område, för forskarna om ett intresse att skapa legitimitet för medieforskning.

Samtidigt påverkades samspelet mellan forskning och bransch på 1970-talet av många gynnsamma faktorer. I det följande ska jag försöka ge min bild av vad som kännetecknade perioden fram till mitten 1980-talet.¹⁴

En tid av samhällsförändring

Både mediernas och medieforskningens utveckling från slutet av 1960-talet var i hög

grad påverkad av dåtidens opinionsvindar. Under 1950-talet växte framtidsoptimismen i ett expansivt Sverige och 1960-talet har ofta beskrivits som rekordåren. Både samhälle och medier expanderade. I det optimistiska opinionsklimatet passade de nya teorier och metoder som importerats från USA väl in. Visserligen kom opinionsvinden att svänga under slutet av decenniet och mycket av de tidigare värderingarna kom att ifrågasättas, inte minst i en ström av mediekritiska debattböcker.¹⁵ Men det mest utmärkande för opinionsklimatet var att mycket i samhället var i rörelse.¹⁶ Det kritiska opinionsklimatet stimulerade samhällsforskningen i allmänhet, samtidigt som debattens fokus på medierna ökade intresset för medieforskning.

Det var även en tid av snabb medieexpansion. Tillkomsten av TV2 1969 innebar att en ny generation medarbetare nu tog plats.¹⁷ Men förändringens vindar gällde inte bara radio och tv utan professionaliseringen av journalistiken skedde även inom dagspressen. Visserligen var tidningsnedläggelserna många men införandet av det statliga presstödet gav förhoppningar om framtiden för dagspressen.¹⁸ Förändringarna kom på olika sätt att stimulera branschintresset för den akademiska medieforskningen.

Också inom universitet och högskolor pågick ett generationsskifte. Stora grupper av unga samhällsengagerade studenter ville pröva nya arbetsmodeller och göra det i samverkan med samhället. Under andra hälften av 1970-talet skedde stora förändringar av svensk högskolepolitik. Universiteten fick i ökande grad möjlighet att själva bestämma över både utbildningsutbud och utbildningsinnehåll, vilket gjorde att man på ett helt annat sätt än tidigare kunde profilera sig. Särskilt högskolans informations-, medie- och journalistikutbildningar växte kraftigt och ställde krav på vetenskapligt grundad kunskap.

Forskningspolitiskt blev det på 1970-talet vanligt att tala om sektorsforskning. Med det menades forskning som framför allt myndigheter beställde från universitet för att utveckla sina respektive politikområden. Tanken med sådan forskning var att myndigheterna skulle

bygga upp en kunskapskultur som i sin tur skulle stärka deras kompetens.¹⁹

Mest offentlig sektor

Den expanderande samhällsforskningen hade lätt att fogas in i en sådan ram. Både samhällsrelevans och metodik gjorde att medieforskningen blev mycket efterfrågad.²⁰ Det blev den offentliga sektorn som till en början kom att dominera medieforskarnas externa projekt. Flera av de största projekten enligt forskningsöversikten 1965-1975 passar in i en sådan bild. Projektet Effekter av trafikinformation hade stöd från den statliga högertrafikkommissionen som administrerade omläggningen till högertrafik 1967, projektet Informationsstrategier – analys och utvärdering av u-landsinformation studerade opinionsbildning i u-landsfrågor med stöd från biståndsorganet Sida och det så kallade Propan-projektet hade stöd från Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar för analyser av utlandspropaganda riktad mot Sverige. Beredskapsnämnden lade dessutom ut undersökningsuppdrag på sociologer och statsvetare på universiteten.

Medieforskare medverkade dessutom i tidens många medieutredningar. Redan i den första pressutredningen, tillkallad 1962, kom statsvetaren Jörgen Westerståhls studier av förhållandet mellan politik och press att prägla kunskapsbilden,²¹ i den andra var det ekonomisk-historikern Lars Furhoff som initierade en frågeundersökning om svenskarnas medievanor²² och i den tredje medverkade forskare från ekonomisk-psykologi, företagsekonomi, sociologi och statsvetenskap i flera olika projekt.²³ Inom reklamutredningen genomförde främst ekonomer och ekonomisk-psykologiska forskare studier av bland annat tv-reklam²⁴ och 1974 års radioutredning anlätade forskare för att belysa olika problemställningar, exempelvis internationella nyheter i radio och tv.²⁵ Medieforskare var också efterfrågade i utredningar av vad som kallades nya medier. Studier av hur lokal kabel-tv fungerade genomfördes av en grupp sociologiska forskare vid Umeå universitet i samverkan med publikforskare från PUB.²⁶

Och forskningen om film hade nära kontakt med filmpolitiken.²⁷

Men givetvis fanns det även forskningsuppdrag som kom direkt från medieföretag. Ett av de tidiga exemplen var ett projekt inom den av Karl Erik Wärneryd bildade forskargruppen i ekonomisk psykologi vid Handelshögskolan i Stockholm. Forskare vid Handelshögskolan var engagerade i studier av mediepåverkan och medievanor. Projekten finansierades av bland annat Bonnierägda veckotidningsförlaget Åhlén & Åkerlund och en större annonsbyrå. Ekonomiska forskningsinstitutet (EFI) vid Handelshögskolan gav ut resultaten i två stora volymer. Dessa sammanfattade forskningsläget i fråga om mediepåverkan och medieanvändning.²⁸ Huvudresultaten från den senare utgavs även i en populärversion direkt anpassad för branschen med den tidtypiska titeln *Vårt behov av press, radio och tv*.²⁹

Branschnära forskning i offentlig regi

Handelshögskolans forskargrupp utgör ett undantag när det gäller forskningsfinansiering genom mediebranschen. Det som möjligen kan överraska är att branschintresset verkar ha varit så begränsat, i varje fall mätt i ekonomiska bidrag. Det är inte minst oväntat med tanke på vad som ibland sagts om kommersialiseringen av medieforskningen.

Förklaringen till de enskilda medieföretagens relativa frånvaro är att mediasystemet i 1960- och 1970-talens Sverige inte var särskilt kommersiellt. Radion och televisionen hade ensamrätt och var offentligt reglerad.³⁰ Visserligen hade dagspressen på 1950- och 1960-talen kännetecknats av många tidningsnedläggningar och ökande lokal marknadskoncentration men den partipolitiska traditionen inom svensk dagspress innebar att förändringar på tidningsmarknaden i stor utsträckning mer blev en politisk än en ekonomisk fråga. Under perioden resulterade det i tre pressutredningar som samtliga lade ut forskning, inte minst 1972 års utredning.³¹ Som vi sett var det inte sällan statsvetare och sociologer som engagerades men ekonomer från akademien

kom att ge avgörande bidrag för förståelsen av tidningsmarknadens mekanismer.³²

Forskningen inom de olika utredningarna skedde dessutom i mycket nära kontakt med branschen. Både i press- och radioutredningarna medverkade representanter för branschen som hade direkt tillgång till de studier som forskarna genomförde. Det handlade således om en branschnära forskning, ofta i samverkan med branschen, men den skedde formellt i offentlig regi. Utredningsforskningen gällde inte bara dagspress. I själva verket var forskare engagerade på många medieområden. Det gällde bland annat kabel-tv och video. De projekt som lades ut från de många utredningarna kom i sin tur att få stor betydelse för etableringen av mediastudier som forskningsområde, både kunskapsmässigt, ekonomiskt och organisatoriskt.

Forskningen om radio och tv skiljde ut sig något. För public serviceverksamhetens behov hade det redan på 1950-talet skapats en särskild avdelning för publik- och programforskning (PUB) inom Sveriges Radio. Inom PUB bedrevs studier med stor bredd. Det rörde sig om allt från traditionella publikräkningar, om än inte löpande, till avancerade studier av nyhetsförståelse och studier av hur publiken väljer program. Ett stort projekt gällde hur tv-publiken valde mellan TV1 och TV2.³³

Till skillnad från den utredningsfinansierade forskningen var PUB-studierna inte alltid offentligt tillgängliga. Det fanns en oro inom public serviceverksamheten att den kunde missbrukas. Som en följd av de pågående medieförändringarna ökade dock kontakterna mellan PUB och akademien och i mitten av 1970-talet initierades även gemensamma projekt om bland annat lokal kabel-tv och lokal radio.

En kommersiell sektor

Att om medieforskningen under perioden inte fick några större finansiella bidrag från privata aktörer har delvis sin förklaring i att det efter hand byggdes upp en relativt stark kommersiell undersökningssektor i Sverige med framför allt Sifo och Marknadssociologen, senare Tes-

tologen. Avståndet till akademien var ofta inte särskilt långt. Sociologen Hans L Zetterberg, med en akademisk karriär från USA, blev 1970 forskningschef på Sifo, där han bland annat introducerade olika mediemätningar.³⁴ Marknadssociologens undersökningsmodell byggde på grundarens avhandling i sociologi.³⁵

Undersökningsföretagen Testologen och Sifo användes av både dags- och veckopressföretag för studier av exempelvis dagstidningsläsning och effekter av annonskampanjer. Testologen introducerade genom sin Orvestomätning en årlig studie av pressens räckvidd. Däremot genomfördes inga studier av radio och tv.

Den kommersiella undersökningssektorn hade även kontakter med akademiska forskare för olika analyser, mest när det gällde metodfrågor. Däremot fanns det knappast någon formell koppling till forskningen vid universitet och högskolor utom i enskilda fall – Sifochefen sociologen Hans Zetterberg rörde sig exempelvis regelbundet mellan kommers och akademi.

Branschens betydelse

Den indikator som ofta har använts för att bedöma mediebranschens forskningsintresse har varit finansiering av projekt. Men projektbidrag är givetvis bara en typ av samverkan. Om vi ännu en gång vänder tillbaka till det Norrköpingsseminarium som nämndes i början så var det finansierat av branschorganisationen TU. TU hade dessutom inför seminariet haft en forskare anställd som gjort en sammanställning av svensk forskning om press, radio och tv som utgavs i TU:s skriftserie.³⁶

Seminariet och förarbetet var ett klart uttryck för branschorganisationens forskningsintresse, men det speglade nog framför allt TU-direktören Ivar Hallvigs engagemang. Han hade initierat en kommitté för masskommunikationsforskning. Hans forskningsintresse under tiden som chef för TU 1954-1975 är väl dokumenterat. När Institutionen för journalistik, medier och kommunikation i Göteborg efter hans död som donation fick ta emot

hans personliga bibliotek, visade sig detta vara imponerande heltäckande i fråga om samtidens forskning. Engagemanget visade sig även i hans intresse att publicera forskning i TU:s skriftserie. Ett par delar av Lars Furhoffs doktorsavhandling *Upplagespiralen* kom att publiceras där³⁷ och 1968 publicerade TU populärversionen av EFI-boken om medieanvändning.³⁸ År 1977 anordnade TU:s kommitté för masskommunikationsforskning en debatt om objektivitetsmätningar som publicerades i *Statsvetenskaplig Tidskrift* (1977). Att stödet i forskningsbidrag var begränsat torde ha hängt samman med att TU-ledningens forskningsintresse inte alltid mötte gensvar bland de mindre tidningsföretagen.

Nordicom och PUB

TU:s stora intresse för forskningen handlade således till största delen om att bidra till infrastrukturen men också att stimulera forskning. Det var givetvis ett egenintresse: man ville dammsuga forskningen på det som kunde vara relevant för branschen. Intresset var inte begränsat till Sverige. Även på nordisk nivå drev Ivar Hallvig frågan om samverkan mellan de nordiska tidningsutgivarna för att utveckla en kunskapsdatabas om tidningsbranschens utveckling. På nordisk nivå hade public serviceföretagen redan ett motsvarande samarbete.³⁹ TU bidrog med stöd för att tillsätta en svensk projektledare. Uppgiften var att bygga upp en databas över forskningen och verksamheten knöts till Handelshögskolan i Stockholm.⁴⁰ TU och public serviceföretagen medverkade till att det söktes nordiska anslag för verksamheten.

Den nordiska medieforskningsdatabasen blev starten av Nordicom som då benämndes den nordiska dokumentationscentralen för masskommunikationsforskning. Verksamheten byggdes upp med en dokumentalist i varje nordiskt land, i Sverige utvecklades dessutom en nationell informationsverksamhet med nyhetsbrevet *Nordicom-Nytt*. Efter en nordisk utredning, avgiven 1976,⁴¹ permanentades Nordicom år 1978 med medel från både nordisk och nationell nivå.

Även publik- och programforskningen på Sveriges Radio bidrog efter hand till infrastrukturen för medieforskningen i Sverige genom sin fast organiserade forskning. Den relativa slutenhet som till en början präglade kontakterna med forskare inom akademien minskade efter hand. Bland PUB-forskarna fanns det ett starkt stöd för samverkan med akademien. Den förändrade vinden märktes inte minst när det gällde deltagandet i forskningskonferenser. Vid den nordiska forskarkonferensen i Oslo 1973 (nedan) utgjorde forskarna från PUB en stor del av deltagarna.

Forskare och branschföreträdare

Bilden blir missvisande om det indirekta forskningsstödet enbart skulle uppfattas som ett initiativ från branschen. I själva verket präglades perioden av en nära samverkan mellan forskning, politik och bransch. På personnivå fanns många kopplingar mellan samhälls- och branschföreträdare och enskilda forskare. En annan viktig förklaring var att det rörde sig om en relativt liten grupp människor där många träffades regelbundet i olika sammanhang. De första forskarkonferenserna var brett sammansatta med deltagare både från forskarsamhället och från mediebranschen. Inom den ramade agerade forskarna för att bygga upp och utveckla massmedier som forskningsområde.

Det som kan betecknas som den första forskarkonferensen skedde inte på nationell utan på nordisk nivå och ägde rum på konferensgården Voksenåsen i Oslo i juni 1973. Den var ett uttryck för det aktiva nordiska forskningssamarbete som kännetecknade 1960- och 1970-talen. Deltagarlistan omfattade 82 namn, varav 33 svenskar. Flertalet medieforskningsmiljöer i Sverige var representerade, men även företrädare för branschen var där. Konferensen blev en viktig plats för nätverksbyggande, där många idéer om fortsatt samverkan kunde diskuteras.⁴² Det gällde inte minst de för forskning och bransch gemensamma intressena. Fortsatt rörde det sig främst om offentlig sektor. I rapporten från den andra nordiska konferensen 1975 noterades om svensk forskning att denna ännu

hade en liten koppling till den kommersiella mediesektorn.⁴³

Forskningen etableras

Under 1970-talet skedde en successiv etablering av fältet. De stora tillämpade projekten hade satt medieforskningen på den vetenskapliga kartan. Visserligen fanns det ännu inte några ämnesföreträdare eller någon fast organisation för området men det stora intresset för forskningen och det ännu större intresset för den tidigare nämnda utbildningen i informationsteknik – inrättad som terminskurs 1971 och utbyggd till helårstudium några år senare – gav området både inomvetenskaplig och utomvetenskaplig status.

Internationaliseringen av fältet medförde att stora och viktiga forskningsprogram kunde byggas upp i samverkan med forskare i andra länder. Vid sociologiska institutionen vid Lunds universitet kom under 1970-talet det tvärvetenskapliga Kulturindikatorprogrammet och studierna av barns tv-vanor inom Media-panel, båda under ledning av professor Karl Erik Rosengren, att skapa en fruktbar forskningsmiljö. Vid Göteborgs universitet startade 1976 det så kallade Världsbildsprojektet av Jörgen Westerstahl och i slutet på decenniet bildades vid Stockholms universitet Centrum för masskommunikationsforskning samlat kring forskningsprogrammet Televisionens idévärld med professor Kjell Nowak som ansvarig.

Utvecklingen på enskilda orter var i hög grad präglad av samverkan mellan enskilda personer, men också av deras förmåga att skapa tvärvetenskapliga forskningsplattformar. Sådana plattformar kom att bli mycket viktiga för att även inomvetenskapligt stärka den långsiktigt syftande medie- och kommunikationsforskningen, men också för att bygga upp kontakter med mediebranschen – och slutligen för att skapa en disciplinär infrastruktur.

En utredning om massmedieforskning

I slutet av 1970-talet fanns det stora förhoppningar om att ett akademiskt medieämne

snabbt skulle etableras. En enmansutredning hade tillsatts 1976 med uppdrag att pröva möjligheten av en fast organisation för medieforskningen. Utredningen föreslog att forskningen skulle få en fast struktur med egna professurer. Utredningen bedrevs i nära kontakt med medieforskningens avnämnares – både politiker och mediebransch. I argumentationen för sitt förslag talades det om att ge beslutsfattarna ”bättre beslutsunderlag” inför förväntade förändringar inom medieområdet.⁴⁴

I remissomgången fick utredningsförslaget överlag ett starkt stöd, inte minst från mediebranschen.⁴⁵ Generellt positiva var bland andra Publicistklubben och Svenska Arbetsgivarreföreningen samt Handelshögskolan i Stockholm. Också Svenska Journalistförbundet och Tidningsutgivareföreningen hade en allmänt positiv inställning men pekade på vikten av anknytning till grundutbildningen inom medieområdet. Trots den positiva remissopinionen kom utredningens förslag aldrig att genomföras. Det bedömdes på politiskt håll vara för kostsamt, särskilt vid en tidpunkt där huvuddelen av den akademiska expansionen i Sverige var riktad mot uppbyggnaden av den tvärvetenskapliga forskningsverksamheten vid Linköpings universitet.

I Nordicoms nyhetsblad *Nordicom-Nytt* inbjöds bland annat Ivar Hallvig som företrädare för mediebranschen kommentera utfallet. Han framhöll att han var mycket positiv till förslaget och beklagade därför att det inte fått stöd, men kunde ändå förstå att det fanns en statsfinansiell tvekan. Kjell Nowak, Handelshögskolan i Stockholm, kommenterade som forskningsföreträdare och menade att det var förståeligt att regeringen inte ville ha fler centrala forskningsorgan men hade ”helt avvikande uppfattning” om att lokala professurer och seminarier skulle kunna vara ett hinder för masskommunikationsforskningens utveckling.

Trots stark lobbying från forskarna och ett aktivt stöd från mediebranschen kom det att dröja tio år till dess att ämnesområdet formellt etablerades.

Erfarenhet och perspektiv

Seminarier i Norrköping 1969 hölls vid en tid då medieforskningen var ett ämne som sökte sin identitet. Tio år senare kändes området etablerat även om det saknade en formell akademisk struktur. I min miljö på statsvetenskapliga institutionen i Göteborg hade vi i slutet av 1960-talet bara varit en handfull intresserade, men i slutet av 1970-talet fanns en grupp forskare och lärare som dessutom fått ansvaret för den nya informationsutbildningen och höll regelbundna seminarier tillsammans med litteraturvetare, ekonomer och ekonomihistoriker vid Göteborgs universitet.

Vår grupp hade relativt stor erfarenhet av branschkontakt. Vi hade fått mycket stor uppskattning, både av forskare och bransch, för de studier vi genomfört för bland annat 1972 års pressutredning och Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar. Det bidrog till ett ökat intresse för vår medieforskning. När jag bläddrar i gamla papper ser jag att vi under dessa år hade en rad forskningsuppdrag, bland annat från Beredskapsnämnden för psykologiskt försvar, den statliga tidskriftsutredningen, Kommunala informatörers förening och Sveriges Television.

Dagspresskollegiet

Det var överlag intressanta uppdrag men bidrog knappast till att skapa någon ämnesmässig forskningsplattform. Det var mycket mer intressant när vi från TU fick en förfrågan om vi kunde presentera huvudresultaten från de studier av läsvanor och läsmönster som vi genomfört för pressutredningsstudierna 1973-74. Det blev en rapport som utgavs av TU:s marknadsbolag Dagspressens marknadsinformation.⁴⁶ Den fick ett positivt mottagande och ledde till att vi gjorde ytterligare en rapport som underlag för en diskussion med TU om framtida samarbete.

Diskussionen med Tidningsutgivarna resulterade i att statsvetenskapliga institutionen fick i uppdrag göra en årlig rapport om

dagstidningsläsningens utveckling i Sverige. Utgångspunkten bedömdes vara att det inte skulle vara frågan om bara ett eller två år, utan om en längre tidsperiod, i första hand fem år. Ett sådant projekt var vetenskapligt intressant i första hand genom att det skulle resultera i tidsserier att analysera. Genom samverkan med Testologens datainsamlingsorganisation (postenkäter) kunde vi dessutom ta del av tidigare erfarenheter av läsarstudier. Vid samma tid blev vi även kontaktade av PUB på Sveriges Radio om samverkan i en planerad en årlig frågeundersökning – *Mediebarometern* – där vi skulle få medverka med frågor om dagspress samtidigt som vi skulle få tillgång till data om radio- och tv-vanor.⁴⁷ Vi var mycket positiva till att vara med i *Mediebarometern* dels för att den byggde på en annan teknik (telefonintervjuer med frågor om gårdagen) och därmed gav möjligheter till metodutveckling, dels för det var bra att samverka med både tidningsbranschen och Sveriges Radio.

Vid halvårsskiftet 1979 hade den nya projektorganisationen kommit på plats och på hösten startade *Dagspresskollegiet* – då kallat Dagspressprojektet. Idén bakom Dagspresskollegiets studier var att de skulle vara viktiga från såväl en akademisk utgångspunkt som från tidningsbranschens perspektiv; från akademisk synpunkt fanns intresset att analysera den långsiktiga medieutvecklingen, medan branschens perspektiv var att få en bild av årliga fluktuationer.

Under 1980-talet växte Dagspresskollegiets verksamhet. En första fördjupning kom i avhandlingen *Tidningsläsning i Sverige*⁴⁸ och har senare följts upp i ett mycket stort antal böcker, artiklar och rapporter.⁴⁹ Vid sidan av de årliga nationella undersökningarna introducerades även lokala undersökningar i samverkan med enskilda tidningar och närradio genomförda i vår egen regi. Det gav möjlighet att belysa betydelsen av tidnings- och samhällsegenskaper i olika delar av Sverige. Dagspresskollegiet började även organisera seminarier i samverkan med branschen med syfte att presentera forskningsresultat.

Bransch och akademi

Dagspresskollegiet – som finns kvar efter nästan fyra decennier men med annan finansiering – är för mig ett exempel på hur det går att bygga upp en produktiv samverkan mellan mediebransch och akademi. De undersökningar som genomfördes resulterade inte bara i beskrivningar av dagstidningsläsningens utveckling i Sverige och lokala tidningars sätt att fungera på sina marknader, utan de möjliggjorde fördjupade analyser av medievanor. De senare kunde bidra till vetenskaplig belysning av dagspressens – och digitala mediers – roll i opinionsbildningen.

Projektet var ett av många inom svensk massmedieforskning från andra hälften av 1970-talet och det därpå följande decenniet där bransch och akademi samverkade. En sådan samverkan möjliggjorde anställningar av doktorander för kortare eller längre tid. Det var viktigt i en tid då doktorandfinansieringen var begränsad. Många doktorander inom medieområdet har haft en direkt eller indirekt finansiering från branschmedel. Det fanns dessutom ett stort intresse att publicera forskning om generella utvecklingslinjer, medan det däremot fanns en betydande tveksamhet att redovisa läsarsiffror för enskilda företag.

För mig är Dagspresskollegiet exempel på branschens betydelse för uppbyggnaden av ett forskningsområde. Det visade sig vara möjligt att skapa en samverkan där det fanns en ömsesidig respekt mellan bransch och forskning. Den byggde på att forskarna förstod branschens villkor och branschens insikt i forskarnas roll. Enligt min erfarenhet fungerade samverkan mellan bransch och forskning överlag mycket bra och var en faktor som bidrog till att medievetenskap under denna tid utvecklades till en disciplin. Samtidigt bör det tillfogas att 1970-talet var en sällsynt positiv period för samverkan. Opinionsklimat, samhällsengagemang och en expansiv ekonomi var viktiga framgångsfaktorer som skapade en sällsynt god jordmån för samverkan över traditionella gränser.

Noter

1. Artikeln bygger till viss del på min uppsats Medieämnets etablering i Sverige (Weibull 2015). För detaljer om 1960- och 1970-talets medieforskning hänvisas dit. Jag tackar Ulla Carlsson för värdefulla synpunkter på en tidigare version.
2. Lundberg (1969).
3. Hallingberg (1973).
4. Shannon & Weaver (1949).
5. Hovland (1953).
6. Schramm (1954).
7. Katz & Lazarsfeld (1955).
8. Nowak (1963).
9. Tubin (2003).
10. Cerha (1973).
11. Hultén & Weibull (1977), Weibull (1985).
12. Carlsson (1987).
13. Weibull (2015).
14. Jmf. även Weibull (1985, 2003, 2015)
15. Palm (1968), Hellmark m.fl. (1969).
16. Östberg (2002).
17. Engblom (1998).
18. Hultman (1968).
19. Benner (1993).
20. Hyvönen m.fl. (2015).
21. SOU (1965:22).
22. SOU (1968:48).
23. SOU (1975:79).
24. SOU (1973:10).
25. DsU (1976:13).
26. DsU (1975:8).
27. Vesterlund (2014).
28. Nowak m.fl. (1966), Lundberg & Hultén (1968).
29. Broman (1968).
30. SOU (1965:21).
31. SOU (1975:78).
32. Gustafsson (1978).
33. Cronholm m.fl. (1993).
34. Zetterberg & Alfredsson (1972).
35. Cerha (1967).
36. Lundberg (1969).
37. Furhoff (1966, 1967).
38. Broman (1968).
39. NU (1976:33).
40. Hultén (2010).
41. NU (1976:33).
42. Hallingberg (1973), Vesterlund (2014), Weibull (2015).
43. Hultén & Weibull (1977).
44. SOU (1977:11).
45. Proposition (1977/78: 100: 357 ff).
46. Weibull (1977).
47. Cronholm (2010).
48. Weibull (1983).
49. Weibull & Björkqvist (1989), Weibull & Kratz (1995), Weibull & Wadbring (2000).

Referenser

- Benner, Mats (1993). *Forskning, samhälle och stat: en studie av nya forskningsområden och samhälleliga kunskapsnätverk*. University of Lund: Research Policy Institute.
- Boalt, Gunnar (1965). *Masskommunikation*. Stockholm: Aldus-Bonniers.
- Broman, Sven (red.) (1968). *Vårt behov av press, radio och tv*. Stockholm: Svenska Tidningsutgivareföreningen.
- Carlsson, Ulla (1987). Masskommunikationsforskning i Sverige 1977-1987. En översikt. I *Masskommunikation och kultur*. Symposium 4-6 maj 1987. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Carlsson, Ulla (2014). NordMedia. A Vital Venue, Then as Now. Reflections on Media Research 1973-2013. *Nordicom Review* (35)2, Special Issue: 265-271.
- Cerha, Jarko (1967). *Selective mass communication*. Avhandling. Umeå universitet.
- Cerha, Jarko (1973). *Masskommunikation med de jämlika*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Cronholm, Margareta (2010). Mediebarometern – 30 år i forskarnas och mediernas tjänst. I Broddason, Þorbjörn & Kivikuru, Ullamajja & Tufte, Birgitte & Weibull, Lennart & Østbye, Helge (red.) *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Cronholm, Margareta & Nowak, Lilian & Höijer, Birgitta & Abrahamsson, Ulla B. & Rydin, Ingegerd & Schyller, Ingela (1993). *I allmänhetens tjänst*. Ett kvartssekel med publik- och programforskningen vid Sveriges Radio. I Carlsson, Ulla & Anshelm, Magnus (red.) *MedieSverige 1993*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- DsU (1975: 8). *Kabelvision Kiruna: försök med en ny kanal*. Stockholm: Kommittén för den fortsatta verksamheten med radio och television inom utbildningsväsendet / TRU II.
- DsU (1976: 13). *TV:s utlandsrapportering: en undersökning avseende perioden 1 februari – 1 juli 1975 utförd på uppdrag av Radioutredningen*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- DsU (1976: 15). *Massmedieforskning i Sverige*. Stockholm: Utbildningsdepartementet.
- Engblom, Lars-Åke (1998). *Radio- och TV-folket: rekryteringen av programmedarbetare till radion och televisionen i Sverige 1925-1995*. Stockholm: Rabén-Prisma.
- Furhoff, Lars (1966). *Dagstidningskonkurrensen i Norrköping 1900-1965*. Stockholm: Aktuellt från TU.
- Furhoff, Lars (1967). *Vardagskonsumtionen av dagstidningar i Sverige 1945-1965*. Stockholm: Aktuellt från TU.
- Furhoff, Lars (1967). *Upplagespiralen*. Uppsala: Ekonomisk-historiska studier, Uppsala universitet.

- Gustafsson, Karl Erik (1978). The circulation spiral and the principle of household coverage. *The Scandinavian economic history review*, (26): 1-14.
- Hallingberg, Gunnar (1973). Svensk massmedieforskning. Ett humanistiskt perspektiv. I *Mediaforskning: kommunikasjon og samfunnsanvar*. Rapport från en konferens i Oslo 18-21 juni 1973. Oslo: Institutt for presseforskning.
- Hellmark, Christer & Lindberg, Bernt & Nilsson, Karl-Ola (1969). *Ni har väl läst tidningen idag? En kritisk analys av nyhetsförmedlingens innehåll och syften*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Hovland, Carl I. & Janis, Irving L. & Kelley, Harold H. (1953). *Communication and persuasion: psychological studies of opinion change*. New Haven: Yale University Press.
- Hultman, Harald (1968). *Lokaltidningen i framtiden: landsortspressens roll i massmediabilden*. Norrtälje: Norrtälje Tidning.
- Hultén, Olof (2010). Har satt Norden på kartan. I Broddason, Þorbjörn & Kivikuru, Ullamaija & Tuftu Birgitte & Weibull, Lennart & Østbye, Helge (red.) *Norden och världen. Perspektiv från forskningen om medier och kommunikation*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Hultén, Olof & Weibull, Lennart (1977). Mass Communication Research in Sweden. In Berg, Mie et al. (red.) *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Grenå: GMT.
- Hyvönen, Mats & Snickars, Pelle & Vesterlund, Per (red.) (2015). *Massmedieproblem. Mediastudiets formler*. Lunds universitet: Mediehistoriskt perspektiv.
- Katz, Elihu & Lazarsfeld, Paul F. (1955). *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. A report of the Bureau of applied social research, Columbia University. Glencoe, Ill: The Free Press.
- Kronvall, Kai (1976). *Massmedieforskning i Sverige: rapport från Massmedieforskningsutredningen*. Stockholm: Liber Förlag/Allmänna förlaget.
- Lundberg, Dan & Hultén, Olof (1968). *Individen och massmedia*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Lundberg, Dan (1969). *Svensk massmediaforskning: med speciell hänsyn till pressmedia*. Stockholm: Svenska Tidningsutgivareföreningen.
- Nowak, Kjell (1963). *Masskommunikationsforskning i Sverige: en översikt samt en annoterad bibliografi*. Stockholm: Företagsekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Nowak, Kjell & Carlman, Benny & Wärneryd Karl Erik (1966). *Masskommunikation och åsiktsförändringar*. Stockholm: Ekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Nowak, Kjell & Wärneryd, Karl Erik (1968). *Kommunikation och påverkan*. Stockholm: Prisma.
- NU 1976:33. *Nordiskt samarbete inom massmedieforskningen*. Nordisk utredningsserie. Stockholm: Fritzes hovbokhandel.
- Palm, Göran (1968). *Indoktrineringen i Sverige*. Stockholm: PAN/Norstedt.
- Proposition 1977/78: 100 *Förslag till statsbudget för budgetåret 1978/79*.
- Schramm, Wilbur (ed.) (1954). *The process and effects of mass communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana, Ill.: University of Illinois Press.
- SOU 1965:21. *Radiens och televisionens framtid i Sverige*. II. Bildnings- och undervisningsverksamhet. Forskning. 1960 års radioutredning. Stockholm: Statens Offentliga utredningar.
- SOU 1965:22 *Dagstidningarnas ekonomiska villkor*. Betänkande av pressutredningen. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1968:48 *Dagspressens situation*. Betänkande avgi- vet av 1967 års pressutredning. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1973:10 *Reklam IV. Reklamens kostnader och bestämningfaktorer*. Betänkande från reklamutredningen. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1975:78 *Pressens funktioner i samhället. En forskningsrapport*. Stockholm: Statens offentliga utredningar.
- SOU 1975:79 *Statlig presspolitik*. Betänkande av 1972 års pressutredning. Stockholm Statens offentliga utredningar.
- SOU 1994:146 *Massmedieforsning för bransch och samhälle*. Utredningen om sektoriell massmedieforskning. Stockholm: Fritze.
- Statsvetenskaplig tidskrift (1977). Referat av den av Svenska Tidningsutgivareföreningens masskommunikationsforskningskommitté anordnade objektivitetsdebatten i Stockholm 1977-01-25. *Statsvetenskaplig tidskrift*, nr 3.
- Tubin, Eino (2003). *Förfäras ej. 50 år med det psykologiska försvaret – en biografi om en svensk myndighet*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
- Vesterlund, Per (2014). När medier blev vetenskap: Om tre nordiska massmediekonferenser 1972-1974. I Cronquist, Marie & Lundell, Patrik & Snickars, Pelle (red.) *Återkopplingar*. Lunds universitet: Mediehistoriskt arkiv.
- Weibull, Lennart (1977). *Tidningsläsning. En explorativ studie på grundval av två delundersökningar inom forskningsprojektet Pressens funktioner*. Statsvetenskapliga institutionen, Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (1983). *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber Förlag.
- Weibull, Lennart (1985). *Masskommunikationsforskningen i Sverige. Några reflektioner om läget 1988*. VII. Nordiske konferens för massekommunikationsforskning, Fuglso 18-21 augusti 1985.

- Weibull, Lennart (1991). Masskommunikation som ämnesområde. Ett försök till empirisk bestämning. I Carlsson, Ulla & Lindblad, Anders (red.) *Forskning om journalistik, medier och kommunikation. Ämnesområdet idag och i framtiden*. Göteborg: Nordicom-Sverige.
- Weibull, Lennart (2015). Medieämnets etablering i Sverige. I Hyvönen, Mats & Snickars, Pelle & Vesterlund, Per (red.) *Massmedieproblem. Mediestudiets formering*. Lunds universitet: Mediehistoriskt perspektiv.
- Weibull, Lennart & Kratz, Charlotta (1995). *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik och masskommunikation,
- Weibull, Lennart & Björkqvist, Karin (1989). *Dagspressen och dess läsare. Empiriska studier kring dagspressens utveckling under 1980-talet*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
- Weibull, Lennart & Wadbring, Ingela (2000). *Tryckt*. Göteborgs universitet: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.
- Zetterberg, Hans L. & Alfredsson, Hans (1972). *Introduktion av Obläs: en undersökning av tidningsläsning i Malmö 1970-71*. Stockholm: SIFO/SAFO.
- Östberg, Kjell (2002). *1968 när allting var i rörelse: sextiotalsradikaliseringen och de sociala rörelserna*. Stockholm: Prisma i samarbete med Samtidshistoriska institutet vid Södertörns högskola.