



NORSK
PRESSE
HISTOR
ISKFOR
ENING

Sigurd Høst

Mye mer enn Akersgata

Norsk pressestruktur 1945-2009

Pressehistoriske skrifter nr. 12 2009

Mye mer enn Akersgata

Norsk pressestruktur 1945–2009

av

Sigurd Høst

Presseminner:

Så, du vil bli journalist du...

Av Yngvar Holm

Redaksjon for dette nummeret av

Pressehistoriske Skrifter:

Arnhild Skre (ansv. red.)

Hans Fredrik Dahl

Martin Eide

Guri Hjeltnes

Rune Ottosen

© 2009 Forfatterane

Omslag: Thomas Lewé

Trykk: Lobo07

ISBN 978-82-92587-12-6

Utgitt av Norsk Pressehistorisk Forening

Med støtte frå Norsk faglitterær forfatter og oversetterforening (NFFO)

Abonnement er gratis

Adresse:

Pressehistoriske skrifter

Norsk pressehistorisk forening

Mediebedriftenes Landsforening

Kongensg 14

0153 Oslo

Tlf (+47) 90892178

E-post arnhild@ajskre.no

Heimeside: www.pressehistorisk.no

Kjære lesar

Dette nummeret av **Pressehistoriske skrifter** markerer eit vendepunkt. Det er det siste og det åpnar for noko nytt:

Frå nyttår går skriftserien over til å bli tidsskrift under navnet **Pressehistorisk tidsskrift**. Også av andre grunnar blir 2010 eit merkeår for det pressehistoriske arbeidet i Norge.

Då Norsk Pressehistorisk Forening i 2004 bestemte seg for å starta ein skriftserie, var arbeidet med bokverket **Norsk presses historie** den umiddelbare årsaka. Store hol hadde vist seg i det som fanst av norsk pressehistorie. Arbeidet med verket ville derfor krevja omfattande ny forskning, grundige arbeid som redaksjonen i verket kunne bruka resultata av. Det trongst også fleire beretningar frå folk som hadde arbeidd i pressa, i redaksjonane, i trykkeri, administrasjon, salsavdelingar og distribusjon. Yngre og eldre pressefolk blei oppmoda om å skriva ned minne frå arbeidslivet sitt og **Pressehistoriske skrifter** blei etablert for å presentera den nye forskinga og den nye kjeldeinformasjonen.

I år er bokarbeidet fullført, produksjonsarbeidet er godt i gang og bokverket skal lanserast ein minneverdig vårdag i 2010. Men alt i sommar var bokredaksjonen ferdig med det meste av arbeidet sitt og skriftserien måtte enten stoppa eller få ei anna redaksjonell ramme. Det var då årsmøtet i Norsk pressehistorisk Forening såg sjansen til å gje arbeidet sitt eit ytterlegare løft ved å sikra eit forum for pressehistorie også i framtida. Foreningen vedtok å føra skriftserien vidare som eit tidsskrift med eigen redaktør og eit redaksjonsråd, og med samme formål som skriftserien har hatt:

Å publisera akademiske pressehistoriske arbeid, formidla innlegg og debattar på pressehistoriske seminar og trykkja profilar, minne og beretningar frå arbeidslivet i pressa.

Som fersk redaktør er det derfor ei glede for meg å varsla **Pressehistorisk tidsskrift** som kjem med første utgåve på nyåret, samtidig som eg byr lesaren dette siste nummeret av **Pressehistoriske skrifter** med Sigurd Høst si nye forskning omkring utviklinga i pressestrukturen sidan 1945, og pioneren Yngvar Holms minne frå eit journalistliv som utvikla og utfolda seg i den samme tidsbolken av norsk presses historie. Holms beretning frå læreår, utdanning og om korleis jazzjournalistikk, humorsider og ungdomsstoff blei skapt, gir vitale innblikk i noko av den produktutviklinga og profesjonaliseringa som vi kan sjå resultatet av i Høsts tabellar og grafar.

Begge er verdifulle bidrag til norsk pressehistorie og dermed også til kulturhistorien. Slik **Pressehistoriske skrifter** har vore i meir enn fem år, og **Pressehistorisk tidsskrift** tek mål av seg til å bli.

Ytre Enebakk 20. November 2009

Arnhild Skre
Redaktør

Mye mer enn Akersgata

Norsk pressestruktur 1945–2009

av

Sigurd Høst

1. Innledning	s 5
Perioder i utviklingen	
Det statistiske grunnlaget	
2. Gjenreisingsperioden 1945–1952	s 13
Start av nedlagte aviser	
Nye aviser 1945–1952	
Aviser og utgiversteder	
Opplagstall og opplagsutvikling	
Krigens betydning for avisstrukturen	
Papirrasjonering, prisregulering og subsidier	
Den geografiske fordelingen	
Politisk tilknytning	
A-pressen, krigen og den lokale konkurransen	
Debatten om Arbeiderbladet og krigen	
A-pressen og krigen – en oppsummering	
3. Et nivådelt avissystem	s 44
4. Den første aviskonsentrasjonen – 1952 til 1969	s 50
Avisdød og lokal konkurranse	
Nyetablering av aviser	
Fra fådagersavis til dagsavis	
Et mer oversiktlig avissystem	
Avisene blir tykkere og dyrere	
Opplagsutvikling	
Forholdet mellom partigruppene	
Innføring av pressestøtten	
5. 1970 til 1989 – vekst og omstrukturering	s 76
Løssalgssavisenes utvikling	
Fortsatt avisdød	
Nyetablering av aviser	
Dagsavis på nye steder	
Høyere aviskonsum	
Et nytt avissystem	
Overgang til offset	
Fra fullformat til tabloid	
En god tid for små lokalaviser	
Landslaget for Lokalaviser	
A-pressen og aviskonkurransen – et tilbakeblikk	
6. Stagnasjon og tilbakegang	s 113
Nr. 2-avisene forsvinner	
Kamp mellom lokale annonsesamkjøringer	
Enda flere aviser	
Spredningen av lokale fådagersaviser	
Opplagsutvikling – stagnasjon og tilbakegang	
Søndagsaviser	
Avisene blir dyrere	
VG og Dagbladet	
Avisene og Internett	
Farvel til fullformatet	
Gratisaviser	
Oppsummering – avisene i en ny medietid	s

1. Innledning

Ved utgangen av 2008 ble det utgitt 228 forskjellige aviser i Norge, og like mange var det året før. Dette er det høyeste tallet på aviser siden krigen. Den gamle toppnoteringen var 227 aviser i 1952.¹ Avisstatistikken for den tiden er beheftet med en viss usikkerhet, så det «riktige» tallet for 1952 kan godt være litt over 227. Derfor har det ingen hensikt å diskutere om avistallet i 2007 og 2008 er høyere enn den gamle etterkrigsrekorden – poenget er at nivået er det samme.

Dagens aviser er svært forskjellige. Det gjelder både innhold, hvilket geografisk område de dekker, hvor ofte de kommer ut, og hvor stort opplag de har. Ytterpunktene er VG og Dagbladet, som selges gjennom kiosker og dagligvarebutikker over hele landet, og små ukeaviser som bare dekker en enkelt kommune. Mellom disse ytterpunktene finner vi både store abonnementsaviser som Aftenposten, Adresseavisen og Bergens Tidende, små og mellomstore dagsaviser som Fredriksstad Blad, Tønsbergs Blad, Farsunds Avis og Harstad Tidende, og lokale to- og tredagersaviser. Det store flertall av norske aviser er lokale, og til sammen dekker de hele landet. I tillegg til løssalgssavisene og de lokale abonnementsavisene har vi også nisjeaviser som Dagens Næringsliv, Klassekampen, Morgenbladet og Fiskeribladet Fiskaren. Det er denne kombinasjonen av mangfold og lokal forankring som er det viktigste kjennetegnet ved det norske avissystemet, og den viktigste årsaken til at Norge så lenge har ligget på toppen av den internasjonale statistikken over aviskonsum.

At tallet på aviser er omtrent det samme i dag som i begynnelsen av 1950-årene, betyr ikke at vi har de samme avisene og den samme avisstrukturen som den gang. Av de 227 avisene fra 1952 er det bare 117, dvs. litt over halvparten, som også kommer ut i dag. Det har således vært en svært omfattende utskifting i perioden, med avisdød og nedleggelser på den ene siden og nyetableringer på den andre. De 117 «gamle» avisene sto imidlertid for hele 85 prosent av det samlede opplaget i 2008.

Disse tallene forteller mye om avismønsteret og om utviklingen. Fra den første etterkrigstiden og frem til i dag har vi hatt et avisystem som er åpent og lukket på samme tid. Det er lukket i den forstand at det er svært vanskelig å etablere nye dagsaviser og konkurrere med de etablerte dagsavisene. Samtidig er det åpent fordi det hele tiden har vært mulig å etablere nye aviser. Med noen få unntak har de levedyktige nykommerne vært små, lokale fådagersaviser. Det har også vært åpent i den forstand at aviser har skiftet karakter. Forvandlingen var størst for VG, som på mindre enn tjue år gikk fra å være en halvstor og konkurstruet avis i hovedstaden til å bli den første avisen som ble solgt og lest over hele landet.

De som har skrevet om de norske avisene og deres utvikling, har brukt mange forskjellige begreper. Presse og dagspresse er vanlig, både i historiske fremstillinger og offentlige utredninger. Det heter pressestøtte, ikke avisstøtte, og de første utvalgene som utredet støtten het hhv. Stat- og pressekomiteen og Dagspresseutvalget. Det historieprosjektet

¹ All statistikk i denne fremstillingen bygger på egen registrering. Registreringen og kildegrunnlaget er beskrevet i neste avsnitt: «Det statistiske grunnlaget».

som denne rapporten er en del av, heter Norsk presses historie. Min del av arbeidet ble kalt Norsk pressestruktur 1945–2010, og dette er beholdt som undertittel for rapporten.

Presse og dagspresse er gode fellesbetegnelser i mange sammenhenger. I denne rapporten kommer jeg likevel til å bruke uttrykkene avissystem, avisstruktur og avismønster. Den viktigste begrunnelsen for å velge slike begreper er at rapporten ikke handler om pressen som en enhet, men om pressen som en samling av aviser.² Den utviklingen jeg skal beskrive, er utviklingen til mange forskjellige aviser, som til sammen danner generelle tendenser.

Begrepet avissystem er brukt for å markere at avisene ikke bare er selvstendige enheter, men at de også påvirker hverandre gjensidig. Den måten de forskjellige enhetene er knyttet sammen og påvirker hverandre på, er det som utgjør strukturen i systemet. Aviskonkurranse har tradisjonelt vært den viktigste formen for påvirkning, siden vekst for en avis gjerne går på bekostning av en annen. Den betydningen som VG hadde for layout og arbeidsmåte i abonnementsavisene i 1970- og 1980-årene, er et eksempel på en annen type påvirkning.

Mange ganger kan det være vanskelig å avgjøre om avissystem eller avisstruktur er det riktige uttrykket å bruke. Da har jeg ofte valgt det litt diffuse uttrykket avismønster. Noen ganger blir det også brukt for å skape språklig variasjon.

Avissystemet kan beskrives ved hjelp av mange forskjellige kjennetegn: antall aviser, type avis, opplag, politisk tilknytning, grad av konkurranse, antall utgiversteder osv. Betydningen av disse kjennetegnene har endret seg over tid. Da A-pressen utarbeidet en oversikt over norsk presse ved utgangen av 1947, var det helt naturlig å dele avisene inn etter politisk tilknytning. Oversikten har altså en liste for Arbeiderpartiets presse, en for Høyres presse osv.³ I dag er det andre kjennetegn som gjelder, slik som opplag, utgivelsesfrekvens, konkurransesituasjon og eierforhold.

Når målet er å lage en samlet oversikt over utviklingen etter krigen, er tallet på aviser og utgiversteder og samlet opplag per husstand de mest hensiktsmessige kjennetegnene. Hvordan disse tre kjennetegnene har utviklet seg fra 1945 til i dag, er vist i figurene 1.1, 1.2 og 1.3. I figurene er det skilt mellom dagsaviser (fire til syv utgaver per uke) og fådagersaviser (en til tre utgaver). Siden registreringen er tidkrevende, er den bare foretatt for hvert tredje år mellom 1945 og 1987: 1945, 1948, 1951 osv. For hvert av disse årene er det registrert hvilke aviser som kom ut ved utgangen av året. Opplag er registrert fra 1948 og fremover⁴. Det er også en egen registrering for 1952, siden dette året er et vendepunkt i utviklingen.

Perioder i utviklingen

Utviklingen etter krigen har vært ujevn, med vekslende mellom vekst, nedgang og stagnasjon. Når vi sammenholder opplysningene om antall aviser og samlet opplag, ser vi at det er tre tydelige vendepunkter. Det første er i begynnelsen av 1950-årene, da veksten rett etter krigen ble avløst av avisdød og nedgang i aviskonsumet. Det andre vendepunktet er omkring 1970, da nedgangen ble avløst av ny vekst, og det tredje er i slutten av 1980-årene. Dette gir fire

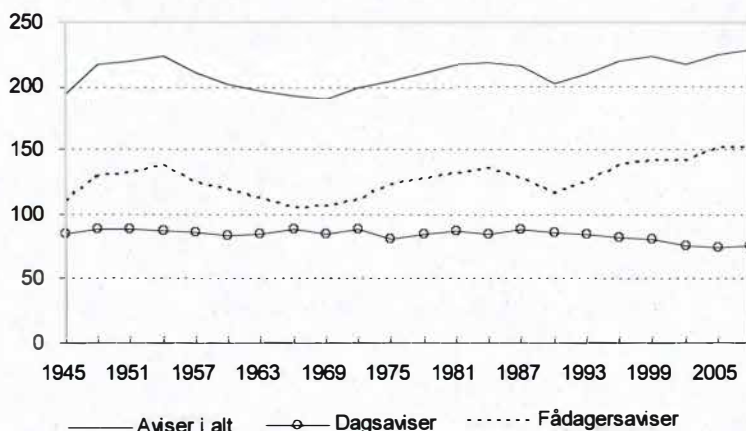
² Se Høst 1991.

³ Oversikter over norsk presse per 31.12 1947. Udatert notat A-pressen 1948 i Arbeiderbevegelsens arkiv og bibliotek.

⁴ For 1945 finnes det ikke godkjente opplagstall. Det har heller ingen hensikt å lage egne anslag, siden det er så stor forskjell mellom tiden før og etter frigjøringen.

forskjellige perioder – først vekst, så nedgang, så ny vekst og til slutt stagnasjon og nedgang. Det kan diskuteres om det også har vært et fjerde skille omkring 2000, da stagnasjonen i 1990-årene ble avløst av en sterkere tilbakegang (jf. figur 1.3). I denne framstillingen vil likevel perioden etter 1990 bli behandlet under ett. Den viktigste begrunnelsen er at mye av det som har skjedd etter 2000, er en videreføring av tendenser som også preget 1990-årene.

Figur 1.1. Antall aviser 1945–2008



Den første perioden var preget av gjenoppbyggingen etter krigen. Den dreide seg først og fremst om å gjenreise de avisene som hadde vært stengt. De aller fleste kom i gang allerede sommeren og høsten 1945, men noen brukte lengre tid. I de første etterkrigsårene ble det også startet en rekke nye aviser. To av nyetableringene fra denne tiden, Verdens Gang og Vårt Land, er blitt en viktig del av det norske avissystemet. Andre nye aviser, som Larvik Blad (1945–1946), Sunnhordland Arbeiderblad (1945–1946) eller Songa i Telemark (1946–1950), er bare blitt parenteser i avishistorien.

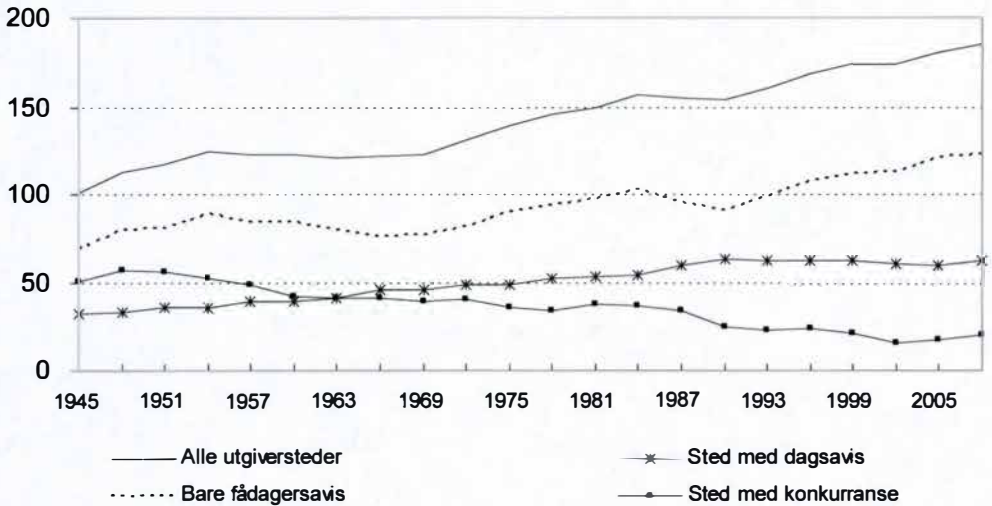
Fra 1953 og fremover er veksten avløst av nedgang. Det ble startet færre nye aviser, og samtidig var det en rekke aviser som ble lagt ned. Dette gjelder både noen av de nye avisene fra gjenreisingsperioden, og en del av førkrigsavisene. Til å begynne med var det de svakeste og minst etablerte avisene som forsvant. Senere begynte avisdøden å ramme såpass store aviser at avisenes organisasjoner ble bekymret. Opplaget målt som aviser per husstand ble også redusert etter 1952.

Skillet mellom de to periodene er det naturlig å sette ved 1952. Dette året var for det første et toppår både når det gjaldt antall aviser og opplag. Det danner også et viktig skille ved at rasjoneringen av avisepapir ble avviklet. Før 1952 var avisepapir strengt rasjonert. Det betydde at de store avisene ikke kunne bruke sine økonomiske ressurser til å lage en fyldigere og dermed mer leservennlig avis. Dette var utvilsomt en stor fordel for de svakere nr. 2-avisene. Etter 1952 var denne barrieren borte, og vi fikk en normal konkurranse. Fra 1953 og fremover ble det derfor lagt ned flere aviser enn det ble startet nye.

Nedgangsperioden etter 1952 varte helt til slutten av 1960-årene eller begynnelsen av 1970-årene. I figur 1.1 er det 1969 som representerer bunnivået med 191 aviser, men den

reelle bunnen er 1967 og 1968 med 188 aviser. Fra 1969 og fremover ble det igjen startet nye aviser, samtidig som avisdøden var kommet ned på et beskjedent nivå. Et par år senere snudde også opplagskurven, ikke minst fordi VG hadde en eventyrlig vekst.

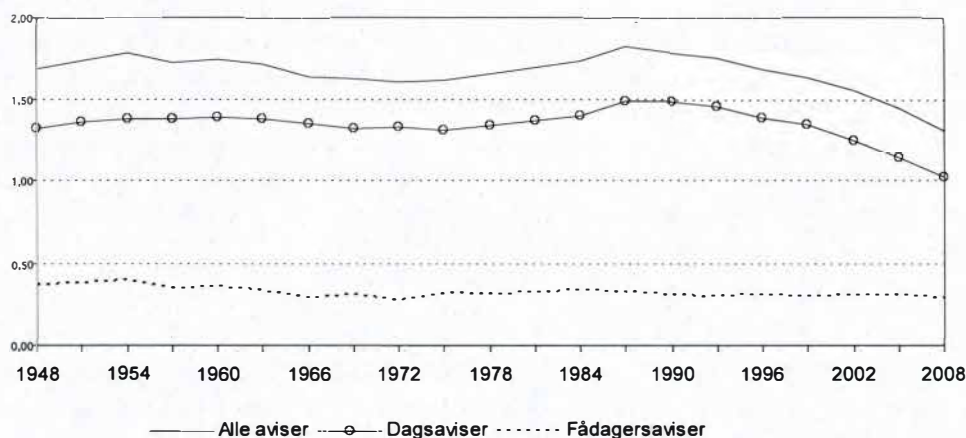
Figur 1.2. Utgiversteder 1945–2008



Hvor man skal sette grensen mellom nedgangsperioden etter 1952 og den etterfølgende veksten, kan selvsagt diskuteres. Pressestøtten ble innført fra 1969, og skapte ny optimisme i avisverdenen samtidig som den hjalp noen av de svakeste avisene til å overleve. Det tok imidlertid noen år før virkningen av støtten begynte å vise seg. Derfor er det mest naturlig å bruke overgangen til et nytt tiår som skille. Nedgangsperioden blir dermed årene fra 1953 til 1969.

Den veksten som begynte omkring 1970, varte helt frem til slutten av 1980-årene. Det ble flere aviser, og opplaget hadde en bemerkelsesverdig vekst. Veksten var sterkest for løssalgsavisene, og aller sterkest for VG. Abonnementsavisene hadde også en god periode. De frigjorde seg etter hvert fra båndene til de politiske partiene, og utviklet en mer selvstendig journalistikk. Det er derfor gode grunner til å si at 1970-årene og begynnelsen av 1980-årene var de norske avisenes moderne gullalder.

Skillet mellom denne glansperioden og den stagnasjonsperioden som fulgte etter, er ikke like entydig som de andre vendepunktene. Hvis vi bruker antall aviser som målestokk, begynte nedgangen allerede mellom 1984 (219 aviser) og 1987 (216 aviser). Det samlede opplaget fortsatte imidlertid å vokse helt til 1989, for deretter å flate ut. Avisopplag per husstand nådde «all time high» (1,82) i årene 1987 til 1989, og gikk deretter tilbake.

Figur 1.3. Samlet opplag per husstand 1948–2008

I pressepolitikken var 1989 et merkeår, i og med at pressestøtten ble utvidet til å også omfatte lokale ukeaviser. Det gikk riktignok noen år før virkningen av denne reformen begynte å vise seg. Det skjedde først fra 1993 og fremover, da økonomien ble normal igjen etter den katastrofale nedgangen rundt 1990. Siden det er vanskelig å si at ett enkelt år utgjør vendepunktet, er det igjen mest naturlig å bruke overgangen mellom to tiår som skille. Vekstperioden blir dermed årene fra 1970 til 1989, mens perioden med stabilitet og nedgang begynner i 1990.

Den inndelingen i perioder som er beskrevet ovenfor, er nesten identisk med den som Rune Ottosen, Lars Arve Røssland og Helge Østbye brukte i sin pressehistorie fra 2002. Den eneste forskjellen er at de lar gjenoppbygningsperioden slutte ved årsskiftet 1949/50 og ikke ved utgangen av 1952. Dette skyldes at alle deres perioder består av hele tiår, med 1760–1860, 1860–1920, 1920–1940 for tiden før krigen og 1950- og 1960-årene og 1970- og 1980-årene for tiden etter krigen.

Figur 1.4 Perioder i avisutviklingen etter 1945

Periode	Stikkord	Antall aviser	Opplagsutvikling
1945–1952	Gjenreising etter krigen	Økning	Økning
1953–1969	Lokal konkurranse, avisedød	Tilbakegang	Tilbakegang
1970–1989	Vekst, produktutvikling, omstrukturering, pressestøtte	Økning, tilbakegang siste del av perioden	Sterk økning for løssalgsaviser, fremgang for abonnementsaviser
1990–2009	Stagnasjon og tilbakegang, aviskonserner, kommersialisering, mediehus	Ujevn vekst	Stabilitet, deretter nedgang

Det er større avstand til den periodiseringen som Henrik Bastiansen⁵ har brukt i sin rapport om partipressen etter krigen. Bastiansen har også fire forskjellige perioder, men skillene er

⁵ Bastiansen 2009.

lagt til 1972 (EF-avstemningen), 1981 og 1991. Det betyr at han har en lang periode fra 1945 og frem til 1972 (partipressen i senit), og deretter to korte perioder fra 1972 til 1981 og fra 1981 til 1991. Forskjellen mellom min og Bastiansens inndeling viser at avisenes politiske tilnytning har utviklet seg på en helt annen måte enn presse mønsteret. Noen ganger dreier det seg om et etterslep, som når avis døden i 1950- og 1960-årene er en av de viktigste årsakene til at partiavissystemet ble svekket i 1970-årene. Men partitilknytningen har også hatt sin egen dynamikk. Splittelsen av partiet Venstre i 1972 er det beste eksemplet. Den var begynnelsen til slutten for venstrepressen som organisert avisgruppe, men hadde ingen praktisk betydning for opplaget og fremtidsutsiktene til de avisene som hadde støttet Venstre.

Det statistiske grunnlaget

Man skal ikke ha lest mange omtaler av de norske avisenes utvikling før man oppdager at tall ikke stemmer overens. Hvor mange aviser var det på et bestemt tidspunkt, og ble det flere eller færre? Selv slike enkle spørsmål blir besvart forskjellig i forskjellige fremstillinger, og noen ganger er avvikene urovekkende store. Andre har nøyd seg med omtrentlige anslag – «omtrent 200 aviser» er en formulering som går igjen⁶.

Den viktigste årsaken til forskjellene er at det ikke finnes noen felles statistikk som dekker alle aviser. I stedet har forskjellige organisasjoner og forskjellige forfattere laget tall som er tilpasset deres formål. Norske Avisers Landsforbund (NAL), nå Mediebedriftenes Landsforening (MBL), har naturlig nok laget en statistikk som gjelder deres medlemsaviser. Det er imidlertid mange aviser som ikke har vært medlemmer av denne foreningen. De som har ønsket å dekke alle aviser, har derfor laget sin egen statistikk. Dette preger både avishistoriske fremstillinger og de offentlige utredningene om pressepolitikk.

De fleste forskjellene skyldes to forhold. Det ene er definisjonen av avis, og det andre er hvilket datagrunnlag som brukes. Statistikken fra NAL/MBL er allerede nevnt. Den dekker de avisene som er medlemmer av foreningen, slik at medlemsregisteret både er en datakilde og en avisdefinisjon. I sin avhandling om Norsk presse mellom 1865 og 1965 har Svennik Høyser (1975, 1977) supplert opplysningene fra NALs Aviskatalog med opplysninger fra Postverkets lister over publikasjoner som kan sendes med avisporto. Siden ett av kravene til avisporto var at publikasjonen kom ut minst to ganger per uke, betyr det at nesten alle ukeaviser er falt bort.

De statistiske opplysningene i denne fremstillingen er hentet fra avisregister som undertegnede har arbeidet med fra 1990 og fremover⁷. Registeret skal i prinsippet dekke alle aviser som har kommet ut fra utgangen av 1939 til i dag. Som avis er regnet publikasjoner med «dagspressekarakter» som kommer ut regelmessig og minst en gang per uke, og som tar reell betaling for abonnement, løssalg og annonser. Kravene til innhold er nærmere omtalt i rapporten «Hva er en avis» (Høst 2004). I tillegg til aviser som har en bred dekning av nyheter fra inn- og utland, eller fra det lokalområdet som avisen dekker, er det også daglige økonomi- og næringslivsaviser, politiske og opinionsdannende fädagersaviser og noen andre spesialiserte fädagersaviser.

⁶ Se for eksempel Høst 1988:16.

⁷ Registeret er tidligere kalt Avisregisteret ved Høgskulen i Volda og Avisregisteret ved Institutt for Journalistikk. Disse navnene har skapt en del misforståelser, siden det dreier seg om et personlig forskningsmateriale.

Materialet til registeret er hentet fra mange forskjellige kilder. De viktigste er Aviskatalogen for de forskjellige år, Universitetsbibliotekets oversikt over Norske Aviser 1763 – 1969 (Høeg 1973), Postverkets kvartalsvis oversikt over «Innenrikske aviser og blad» («Bladlista»), Nærpressekatalogen til Landslaget for Lokalaviser (fra 1977 og fremover), og oversikter fra Statens informasjonstjeneste (nå Medietilsynet) over aviser som får pressestøtte. Alle disse kildene er uunnværlige i den forstand at de har opplysninger som ikke finnes andre steder. I tillegg er det brukt en rekke oversikter som dekker bestemte år. Noen eksempler er de oversiktene som A-pressen utarbeidet i de første etterkrigsårene og Nynorsk Bladliste som Noregs Forretningsmållag utarbeidet fra 1977 og framover. Opplysninger om enkelte kortvarige avisprosjekter er funnet gjennom systematisk gjennomgang av fagbladene Dagspressen og Journalisten.

Forskjeller i avisdefinisjon og kildegrunnlag har størst betydning for ukeavisene. Frem til Landslaget for Lokalaviser (LLA) ble stiftet i 1976, var katalogen Norske Aviser den eneste kilden som registrerte disse avisene på en systematisk måte⁸. Siden lokale ukeaviser har vært godkjent som støtteberettigede aviser fra 1989, vil det være meningsløst å si at de ikke var aviser i 1970-årene eller i den første etterkrigstiden.

I fagbladet Dagspressen for 1948 forklarte den kjente avismannen Olav Aurvoll hva datidens definisjon betydde for statistikken: «I siste nummer av Dagspressen nemnde OKI⁹ at det her i landet no er tvo vekeaviser, men at ein med ei omlegging kunne auke talet til 35. Etter det eg kan skjøne er talet på slike blad i dag minst femten, der av er ikkje mindre enn fem på Sunnmøre». Aurvoll argumenterte også for at det var innholdet og ikke frekvensen som måtte avgjøre om en publikasjon var avis eller ikke: «Vi som gir ut blad som anten regelrett eller mellombels kjem berre ein gong for veka, må finne det litt underleg at blada våre ikkje kan reknas for aviser, endå dei i innhald og utstyr er nett som dei blada som kjem tvo eller fleire gonger for veka»¹⁰.

Da Aurvoll argumenterte for at ukeavisene måtte regnes som aviser, var det ingen som visste hvor mange det var av dem. Derfor den runde formuleringen «minst femten». Når vi kan bygge på opplysningene i Norske Aviser, blir det lettere. I henhold til registeret som brukes i denne fremstillingen, kom det ut 28 ukeaviser ved utgangen av 1947. 21 av dem var rent lokale, og fem kom ganske riktig ut på Sunnmøre. Aviskatalogen for 1948, som var den første katalogen etter krigen, hadde til sammenligning opplysninger om seks ukeaviser. Ikke to, som Kirkvaag mente, ikke femten, men seks. Dette understreker vilkårligheten i de gamle kildene. Olav Aurvolls Vestlandsnytt var en av de seks ukeavisene i Aviskatalogen, og den eneste fra Vestlandet.

Selv om avisregisteret bruker en vid avisdefinisjon, er det likevel en del publikasjoner som ikke er tatt med. Den ene gruppen er publikasjoner som har kommet ut sjeldnere enn en gang per uke. Slike aviser har det ikke vært mange av i etterkrigstiden. Landslaget for Lokalaviser, som ikke har noen nedre grense for medlemskap, har nå fire medlemmer som

⁸ Ukeavisene var med i Postverkets oversikter også, men i tidsskriftdelen og ikke avisdelen. I tidsskriftdelen må man bla seg forbi svært mange foreningstidsskrifter, menighetsblader osv. for hver gang man finner en lokal ukeavis.

⁹ Signaturen OKI var Ola Kirkvaag, direktør i Norske Avisutgiveres Landsforbund.

¹⁰ «Kva slag blad er aviser?» Dagspressen nr. 4 1948 s. 10.

kommer ut sjeldnere enn en gang per uke. Dette er lokalavisene Folldals Marked (månedlig), Sirdølen (15 utgaver per år) og Øyavis (månedlig), og den flerkulturelle avisen Utrop (14 daglig). Hvis aviser har begynt med en lav utgivelsesfrekvens, for eksempel hver fjortende dag, er de blitt regnet som aviser fra det året de har kommet ut minst en gang per uke.

Det er også en del spesialiserte nisjepublikasjoner som ikke er med. Dette gjelder aviser og blader for idrett og tipping (eks. Sportsmanden (1913–1965), Tips, Stallsriket og Trav- og Galoppnytt), det gjelder spesialiserte næringsaviser som Computerworld, og det gjelder kristelige aviser som hovedsakelig dekker virksomheten i den organisasjonen som utgir dem (eks. For Fattig og Rik (1848–2001) og Korsets Seier). Disse unntakene er drøftet nærmere i rapporten «Hva er en avis» fra 2004. Flypostavisen Nytt fra Norge (1955–1995) er heller ikke med, siden den var beregnet på personer som bodde utenfor landets grenser.

2. Gjenreisingsperioden 1945–1952

Med gjenreising av avisene etter krigen tenker vi vanligvis på to forhold. Det ene er oppstartingen av aviser som hadde vært stanset eller nedlagt under okkupasjon. Siden det dreide seg om svært mange aviser, var dette et omfattende arbeid. Mange aviser befant seg praktisk talt på bar bakke, og måtte både etablere en redaksjon som fungerte, og sørge for trykking og distribusjon.

Den andre gjenreisningen gjaldt avisenes innhold. De avisene som hadde kommet ut under krigen, hadde enten vært nazikontrollert eller strengt regulert. De aller fleste av dem hadde mye mindre innhold enn før, med færre sider eller færre utgaver per uke. For disse avisene var oppgaven å komme tilbake til den rollen de hadde hatt før krigen, som brede nyhetskanaler og som talerør for politiske partier. I forhold til virksomheten under krigen betydde det en gjenreising av nyhetsformidlingen og den politiske journalistikken.

Gjenreisningen hadde også en tredje side: etablering av nye aviser. Dersom Norge ikke hadde vært okkupert fra 1940 til 1945, ville det ha vært en viss utskifting av aviser. Noen av de gamle avisene fra 1939 ville vært nedlagt, og andre hadde kommet til. Nå hadde det vært fem år uten fornyelse av avissystemet, samtidig som det hadde vært store endringer i det samfunnet som avisene skulle betjene. En ren gjenreising av det gamle ville derfor ikke være nok.

Behovet for endring er tydeligst når det gjelder den politiske tilknytningen. En del av småpartiene fra mellomkrigstiden, som Nasjonal Samling, Samfunnspartiet og Frisinnede Folkeparti, hadde forsvunnet eller mistet all innflytelse. Til gjengjeld hadde Kommunistpartiet fått en stor oppslutning, og ønsket derfor å bygge opp sin egen presse.

Start av nedlagte aviser

Rett før freden kom i mai 1945, hadde Norge omtrent 115 aviser¹¹. Dette er under halvparten av de omkring 275¹² avisene som hadde eksistert fem år tidligere. De fleste var etablerte aviser som hadde kommet ut under hele krigen. Denne gruppen besto av 95 aviser. Blant dem

¹¹ En opptelling på grunnlag av katalogen Norske Aviser 1763–1969 viser at det ble utgitt 114 forskjellige aviser i april 1945. Avisdefinisjonen som er brukt, er den samme som for 1939 og årene etter 1945. Den eneste forskjellen er at Kristiansands Avis og Ullern Avis er regnet som aviser selv om de bare kom ut hver fjortende dag på slutten av krigen. Ved årsskiftet 1944/45 registrerte pressedirektoratet at det kom ut 114 aviser, dvs. nesten samme antall (Hjeltnes 1990: 331–335). Den reelle forskjellen er litt større. Blant pressedirektoratets 114 titler er det noen publikasjoner som ellers ikke er regnet som aviser (f.eks. lavfrekvente publikasjoner og spesialpublikasjoner som Offentlige kunngjøringer, nå Norsk Lysingsblad). Det er også noen aviser i pressedirektoratets liste som innstilte før april 1945. Samtidig er det noen av de 114 avisene fra april 1945 som pressedirektoratet ikke har tatt med.

¹² Samme opptelling som for april 1945 viser at det ble utgitt 274 aviser i desember 1939. En av disse ble nedlagt ved årsskiftet, og en ny kom til, slik at det var 274 aviser også i mars/april 1940. Dette er litt mer enn det anslaget på 260 aviser som ofte blir brukt (se for eksempel Hjeltnes 1990:15). Svennik Høyer (1995, kapittel 8) brukte Postverkets lister ved sin registrering, og kom frem til at det var litt under 250 aviser ved slutten av mellomkrigstiden. Mesteparten av forskjellen fra Høyers og Hjeltnes' tall skyldes ukeavisene. Ved opptellingen for 1939 har noen ganger vært vanskelig å avgjøre hva som utgjorde selvstendige aviser. Et spesielt avgrensingsproblem gjelder noen aviser i Oslo og Trondheim som hadde spesielle landsutgaver. Landsutgavene er regnet som egne aviser hvis de hadde en annen utgivelsesfrekvens enn hovedavisen.

må vi også regne NS' avis Fritt Folk, siden den var startet i 1936. Fritt Folk var ukeavis fra 1936 til april 1940, og ble dagsavis fra nr. 12 1940. Det var også en avis (nynorskavisen Norsk Tidend) som hadde hatt en midlertidig stopp i noen av krigsårene.

Av de andre avisene fra våren 1945, var det ti lokale fellesaviser som var dannet ved tvungen sammenslåing av eksisterende aviser i 1942 eller 1943. Noen eksempler er Fredrikstad Blad og Folden som var en sammenslåing av Fredriksstad Blad (H) og Folden (A, egentlig Smaalenenes Sosialdemokrat), Hedemarkingen som var en sammenslåing av Hamar Arbeiderblad og Hamar Stiftstidende (H), Sandefjords Presse som var en sammenslåing av Sandefjords Blad (H) og Vestfold (V). Disse endringene er nærmere beskrevet i Guri Hjeltnes' bok *Avisoppgjøret etter 1945* (1990). I tillegg til disse ti var det tre andre fellesaviser som var resultat av mer normal fusjon: Nord-Trøndelag og Inntrøndelagen i Steinkjer (nå Trønderavisa), Nordtrønderen og Namdalen i Namsos og Østfold Bygdeblad i Rakkestad (nå Rakkestad Avis). De tre siste ble ikke oppløst etter krigen. Slike fusjoner som det var i Steinkjer, Namsos og Rakkestad under krigen, har det vært mange av både før og senere.

Til slutt kom en liten håndfull aviser som var startet under krigen – tre politiske ukeaviser (Norsk Arbeidsliv, Germaneren og Hirdmannen), og lokalavisen Nordstrands Blad som begynte sin virksomhet i juli 1940. Nordstrands Blad var en oppfølger av Nordstrands Avis, den ene avisen som ble nedlagt ved årsskiftet 1939/40.

I ettertid har man vært mest opptatt av hvordan de gamle avisene måtte tilpasse seg til de politiske påleggene og sensuren fra de nye myndighetene. For avisene var det også viktig at de måtte redusere volumet. De fikk færre sider, og mange hadde også færre utgaver per uke. Det siste skjedde vanligvis ved at dagsaviser ble tredagersaviser, mens tredagersaviser kom med en eller to utgaver per uke. 45 av de 95 avisene som kom ut under hele krigen, hadde en lavere utgivelsesfrekvens i april 1945 enn de hadde hatt vinteren 1939/40.

De første dagene etter frigjøringen ble det mange steder utgitt fellesaviser som en overgangsordning. Det skjedde blant annet i Oslo, Drammen og Trondheim. Hensikten med ordningen var å hindre at store aviser som hadde kommet ut under krigen, skulle få et ekstra forsprang på de konkurrentene som hadde vært innstilt. Aftenposten i Oslo var det viktigste eksemplet. Der det hadde vært fellesaviser før krigen, ble de beholdt. Overgangsordningen varte imidlertid ikke lenge, «fra tre–fire dager til to uker» (Hjeltnes 1990:27). Det overordnede målet for avisbransjen var å få de nedlagte avisene i gang så fort som overhodet mulig.

Igangsettingen av stengte og fusjonerte aviser gikk imponerende raskt. En opptelling ut fra opplysningene i katalogen Norske Aviser viser at 92 aviser som enten hadde vært stanset under krigen, eller vært en del av krigstidens fellesaviser, var kommet i gang før årsskiftet 1945/46. Journalister som hadde hatt arbeid andre steder, kom tilbake igjen, og mange nye ble ansatt. Den tekniske produksjonen fungerte også på et vis, selv om svært mange aviser forteller at det var mangel på det meste den første tiden.

En viktig forutsetning for gjenreisningen var at det fantes trykkerier som kunne brukes. Her har den vanlige oppfatningen vært at svært mange trykkerier var ødelagt – så mange at det nærmest var et mirakel at produksjonen kom i gang igjen. Denne oppfatningen bygger på de situasjonsrapportene som A-pressens disponent Johan Ona kom med høsten 1945. I et

foredrag om arbeiderpressens tekniske og økonomiske stilling fra oktober 1945, fortalte han at «de fleste av våre trykkerier ble overtatt av N.S. og ofte rasert». Dette gjaldt trykkeriene til 20 aviser, noe som betydde at A-pressen hadde «flere ødelagte trykkerier enn hele den øvrige norske politiske presse til sammen».

Tor Are Johansen, som har skrevet om avisproduksjonen under krigen, viser at dette var en svartmaling av situasjonen. De arbeideravisene som kom i gang høsten 1945, var «i hovedsak produsert ved hjelp av trykkeriutstyr som hadde overlevd krigen». En oversikt som Ona selv hadde utarbeidet i London i august 1944, viste at det bare var fem norske avistrykkerier som var blitt helt ødelagt. Tre av dem tilhørte A-pressen. Videre var det 16 trykkerier som var delvis ødelagt, og fem som hadde fått produksjonsutstyret overført til andre aviser. Syv av de som var delvis ødelagt, og alle de fem som hadde fått utstyret overført til andre, tilhørte A-pressen. En del av gjenreisingsarbeidet for A-pressens aviser besto derfor i at de reiste rundt til borgerlige aviser og siviltrykkerier og hentet tilbake gammelt utstyr.¹³

I tillegg til at stengte aviser kom i gang igjen, ble det startet ni helt nye aviser i 1945. En tiende nykommer var kommunistavisen *Ny Tid* i Trondheim, som hadde innstilt i 1939 men begynte på nytt igjen i 1945. Sammen med 94¹⁴ av de avisene som kom ut i april 1945, og en avis som hadde vært stoppet på grunn av krigshandlingene i Finnmark på slutten av krigen, gir det 198 aviser i drift ved utgangen av året.

Økningen fra 114 aviser i april 1945 til 198 aviser i desember var et imponerende krafttak. Økningen i avisproduksjon var i realiteten enda høyere enn disse tallene viser. Det var også mange av de avisene som kom ut under krigen, som økte utgivelsesfrekvensen etter frigjøringen. Mens 41 av de 114 avisene som kom ut i april var dagsaviser (36 prosent), var det 85 dagsaviser i desember (43 prosent). Antallet avisutgaver per uke økte derfor fra omkring 360 i april til omkring 740 i desember, dvs. mer enn en fordobling.

Oppstartingen av nedlagte aviser fortsatte også etter 1945, men i mindre omfang. Fem stengte aviser kom i gang igjen i 1946, fem i 1947, fire i 1948, fem i 1949, en i 1950 og to i 1951, dvs. 22 aviser til sammen¹⁵. De aller siste etternølerne var den lokale ukeavisen *Selbyggen* i Selbu (1950), todagersavisen *Innherreds Folkeblad* i Verdal og NKPs avis *Arbeideren*. *Arbeideren* var opprinnelig partiets hovedorgan i Oslo, men gjenoppsto på Brumunddal i 1951 som ukeavis for Hedmark distrikt av NKP.

At en så stor del av gjenreisningen skjedde i allerede i 1945, betyr at det var en meget sterk vilje til å gjenreise partiavissystemet fra mellomkrigstiden. Viljen til å gjenreise det gamle var aller sterkest i Arbeiderpartiet. Der var den kombinert med grundig forhåndsplanlegging, stort organisasjonstalent og politisk innflytelse. Johan Ona, disponent i Arbeiderpressens samvirke, var den som styrte det hele. I sitt foredrag fra oktober 1945 kunne

¹³ Johansen 2009, kapittel 1.

¹⁴ Bare 90 av de 95 førkrigsavisene fra april 1945 fortsatte etter frigjøringen. De som stoppet, var NS-avisen *Fritt Folk* som kom med sitt siste nummer 7/5 1945, *Dagsposten* (startet 1877) i Trondheim, *Laagen* (1924) på Lillehammer, *Dale-Gudbrand* på Tretten i Oppland og *Folketanken* i Risør. I tillegg til disse 90 kommer de fusjonerte avisene i Namsos, Steinkjer og Rakkestad og to aviser fra april 1945 som ikke hadde vært avis i hele perioden. Vestfinnmark *Arbeiderblad* hadde en midlertidig stans høsten 1945 og våren 1946.

¹⁵ Noen ganger er det ikke helt klart om avisprosjekter fra siste del av 1940-årene er gjenreising av gamle aviser eller grunnlegging av nye. Omtalen i dette avsnittet følger samme praksis som Universitetsbibliotekets katalog *Norske aviser 1763–1969*.

han glede seg over at «40 av våre aviser kommer ut igjen, og både Venstre og Høyre har i dag flere aviser som ikke er begynt å komme ut igjen enn vi har».¹⁶

At en avis ble startet opp igjen etter mai 1945, var selvsagt ingen garanti for at den ville få et langt liv. Den tradisjonsrike venstreavisen *Indlandsposten* på Kongsvinger (startet 1897) klarte seg bare en måned, fra 11. september til 10. oktober 1945. Dette var et unntak, men det var flere andre som måtte gi opp etter noen få år. I alt var det 14 stansede førkrigsaviser som hadde forsøkt seg på nytt igjen etter krigen, men som ikke overlevde frem til 1952.

Av de 274 avisene som er registrert i mars/april 1940, var det 57 som ble stanset eller nedlagt under krigen og som ikke kom i gang igjen. I ettertid har man vært mest opptatt av den politiske tilknytningen til disse avisene. Mer konkret – var det Arbeiderpartiets, Høyres, Venstres eller Bondepartiets aviser som var hardest rammet? Her er svaret helt avhengig av hvordan man regner. Hvis man ser på antall aviser, var Høyre den største taperen. Litt over ti gamle Høyreaviser var nedlagt for godt. Prosentvis var det imidlertid Bondepartiet som tapte mest. Noen av Bondepartiets tap skyldtes at avisene var overtatt av NS under krigen, og ble nedlagt i maidagene 1945. Uansett regnemåte var det A-pressen som klarte seg best. Bare to aviser (*Folkets Frihet* i Kirkenes og *Gjallarhorn* i Førde) var nedlagt for godt. A-pressen innstilte også de nasjonale tredagersutgavene av *Arbeider-Avisen* i Trondheim og *Arbeiderbladet* i Oslo.

En annen måte å vurdere nedleggelsene på, er å se på type avis i stedet for partitilknytning. I tabell 2.1 er det skilt mellom tre typer aviser: dagsaviser, dvs. aviser med minst fire utgaver per uke, to- og tredagersaviser, og ukeaviser. Denne tabellen gir et helt entydig svar: krigen gikk hardest ut over fådagersavisene. Mens 13 av de 109 dagsavisene fra mars 1940 ikke eksisterte etter krigen, var 30 av 130 to- og tredagersaviser og 14 av 35 ukeaviser blitt borte.

Forskjellen mellom dagsaviser og fådagersaviser skyldes en kombinasjon av størrelse, organisasjonsform og partitilknytning. Dagsavisene var gjerne mellomstore bedrifter med profesjonelle eiere, og de hadde et parti i ryggen. Dermed var det mange som ønsket at virksomheten skulle fortsette etter krigen, og som bidro til at det skjedde. A-pressens innsats for å gjenreise de nedlagte avisene er det beste eksemplet.

Tabell 2.1. Status for avisene fra mars/april 1940

	Dags- aviser	2–3 utgaver per uke	Ukeaviser	Alle aviser
Utkom hele krigen ¹⁾	42	44	8	94
Stanset/fusjonert	54	48	12	114
Nedlagt	13	30	14	57
Annet ²⁾	-	8	1	9
Alle aviser	109	130	35	274

1) Fem av avisene ble nedlagt i mai 1945: to dagsaviser, en todagersavis og to ukeaviser.

2) Gjelder seks fusjonerte aviser (i Steinkjer, Namsos og Rakkestad) der fusjonen ikke ble oppløst etter krigen, en avis (*Norsk Tidend*) som ikke kom ut 1943–44 og to aviser i Finnmark.

¹⁶ Arbeiderpressens tekniske og økonomiske stilling. Foredrag av Johan Ona datert 24.10 1945. Arbeiderbevegelsens arkiv og bibliotek.

Fådagerversavisene var i større grad lokale enmanns- eller fåmannsforetak, som kanskje best kan sammenlignes med et småbruk eller en liten kolonialbutikk. Avisen ga som regel lønn til den eller de som arbeidet der, men heller ikke mer. Dersom avisen var stanset, måtte redaktøren (som gjerne var den eneste redaksjonelle medarbeideren) og trykkeriet finne seg noe annet å leve av. Dermed var det slett ingen selvfølge at noen sto klar til å starte opp igjen etter krigen.

En helt annen forklaring gjelder noen aviser i periferien av det gamle partiavissystemet. På slutten av mellomkrigstiden var det en del aviser som støttet partier eller organisasjoner med liten oppslutning, som Nasjonal Samling, Fedrelandslaget, Frisindede Folkeparti, Radikale Venstre og Samfunnspartiet. De aller fleste av dem var fådagerversaviser, og de fleste ble ikke startet opp igjen.

Av de 13 dagsavisene som ble nedlagt under krigen, var det sju som sognet til Venstre. Fem av dem var fra Østfold: Fredrikstad Dagblad, Moss Dagblad, Halden, Glommen (Sarpsborg) og Østlandet (Mysen). Videre var det to Bondepartiaviser, tre Høyreaviser og den gamle storheten Tidens Tegn som ikke lenger var tilknyttet et bestemt parti.¹⁷ Bondepartiet mistet dessuten en dagsavis som hadde kommet ut under hele krigen, men som ble nedlagt i mai 1945.

Som en sammenfatning kan vi si at de politiske partiene i det store og hele klarte å gjenreise sine stengte dagsaviser etter krigen. Det eneste viktige unntaket var Venstre i Østfold, som sett med datidens øyne må ha gjort en elendig jobb. De lokale fådagerversavisene gjorde det mye dårligere. Siden mange av disse avisene hadde vært tilknyttet Høyre, Venstre eller Bondepartiet, ble resultatet at disse pressegruppene kom dårligere ut.

Dette gjelder vel å merke når vi bruker antall aviser som målestokk. Hvis vi i stedet ser på samlet opplag, blir bildet sannsynligvis et annet. For A-pressen har det vært en etablert sannhet at det var de som tapte mest. Selv om partiet maktet å gjenreise nesten alle sine gamle aviser, mente det at mange av de borgerlige konkurrentene hadde fått et forsprang under krigen som det var umulig å ta igjen. Siden opplagstallene fra mellomkrigstiden er svært mangelfulle, er det umulig å lage noe samlet regnskap over denne delen av utviklingen. For avisene i mange store og mellomstore byer er tallene likevel så gode at vi kan følge den lokale opplagskonkurransen. Dette temaet blir dekket senere.

Nye aviser 1945–1952

I tillegg til gjenreisningen av de gamle avisene foregikk det en ganske omfattende nyetablering i årene etter krigen. Flest nye aviser kom det i 1945, men etter dette er nyetableringene nokså jevnt fordelt over tid. For hele perioden fra 1945 til og med 1952 er det registrert 47 nye titler. Noen av nyetableringene fikk riktignok et kort liv, og ved utgangen av 1952 var 13 av dem forsvunnet. Syv av de nye avisene var dagsaviser, med Verdens Gang, Vårt Land og Friheten som de viktigste.

I ettertid er det etableringen av Verdens Gang som har fått mest oppmerksomhet. På en måte er den blitt selve symbolet på utviklingen i denne perioden. Dette skyldes både at den ble etablert som et alternativ til den gamle partipressen, og at den så lenge har hatt rollen som Norges største og mest fremgangsrike avis. Det er imidlertid ikke noen nødvendig

¹⁷ Tidens Tegn i Oslo (1910–1941) var opprinnelig organ for Frisinnede Venstre. Se Thommesen 2009.

sammenheng mellom disse to kjennetegnene. VG ble startet av personer med bakgrunn i Hjemmefronten og skulle være et uttrykk for Fellesprogrammets visjoner om et nytt samfunn. Etter kort tid fikk dette særpreget mindre betydning, og VG var gått over til å bli en av flere halvstore dagsaviser i hovedstaden. At den landsdekkende løssalgsavisen VG ble tuftet på dette grunnlaget, var på mange måter en tilfeldighet.

Den pressen som ble gjenreist etter krigen, var først og fremst en partipresse. Flere utgiversteder hadde tre eller fire partiaviser – enten en venstreavis, en høyreavis og en arbeiderpartiavis, eller disse tre avisene supplert med en avis som støttet Bondepartiet.

To politiske partier var i praksis ikke representert i dette systemet: Kristelig Folkeparti og NKP. NKP hadde hatt en sterk presse etter splittelsene av Arbeiderpartiet i 1920-årene. Rett før krigen var denne avisgruppen skrumpet inn til dagsavisen Arbeideren i Oslo og et par små lokalaviser.¹⁸ Kristelig Folkeparti, som var stiftet i 1933, hadde bare støtte fra den kristelige dagsavisen Dagen i Bergen. Det var derfor naturlig at disse partiene prøvde å etablere sine egne aviser etter frigjøringen. For NKP var det Friheten i Oslo som hadde størst betydning. Friheten var startet som illegal avis i 1941, men i 1945 erstattet den Arbeideren som partiets hovedorgan. NKP etablerte også flere lokale fådagersaviser, som Fridom på Herøya i Telemark (1945), Sunnhordland Arbeiderblad og Øst-Finnmark (1947) og Vardø Framtid (1949). Alle fådagersavisene til NKP hadde en kort levetid. Kristenfolket etablerte to nye dagsaviser i 1945 – Vårt Land i Oslo og Dagsavisa i Trondheim.¹⁹ Dagsavisa måtte innstille i 1954, mens Vårt Land fremdeles eksisterer som dagsavis med et kristent grunnsyn.

De partiene som allerede var godt representert i avissystemet, brukte også de første etterkrigsårene til å fylle huller i den geografiske dekningen. I 1947 etablerte Høyre dagsavisen Larvik Morgenavis som en videreføring av en partiavis som var lagt ned i april 1940. Bondepartiet startet dagsavisen Trøndelag i Trondheim i 1952. Det ble også startet en rekke fådagersaviser med partipolitisk tilknytning. Et par av dem var politiske ukeaviser som skulle dekke et fylke eller et tilsvarende stort geografisk område. Opplands Tidende på Gjøvik (Høyre) og Hedmark Folkeblad på Hamar (Venstre) er aktuelle eksempler. Dette er en avistype som aldri har slått skikkelig rot hos oss – nesten alle lokale fådagersaviser dekker et lite geografisk område.

Selv om en del av de nye fådagersavisene hadde en politisk tilknytning, var det likevel et flertall som regnet seg som upolitiske eller uavhengige. I noen få tilfeller var dette uttrykk for den samme felleskapstenkningen som Verdens Gang representerte. Dette gjaldt for eksempel Raumnes i Nes kommune i Akershus, som ble startet i 1947 av en lokal aviskomité med bakgrunn fra Hjemmefronten. De ville lage en «partipolitisk uavhengig avis til vern om bygdenes interesser».²⁰ Det vanlige var imidlertid at den partipolitiske uavhengigheten var en videreføring av den lokalavistradisjonen som allerede eksisterte i distriktet. Mange lokale fådagersaviser fra mellomkrigstiden hadde vært uten tilknytning til et politisk parti, og da var det naturlig at de som startet nye aviser, valgte den samme løsningen.

¹⁸ Rønning 2004.

¹⁹ I den avisoversikten som A-pressen lagde i 1948, står det at Vårt Land, Dagsavisa og Dagen «gir uttrykk for ikke å være organ for noe politisk parti, Kristelig Folkeparti innbefattet, men vi tror allikevel det er riktig å karakterisere disse som organer for Kristelig Folkeparti». Kilde: Udatert notat Arbeiderpartiets presse per 31/12 1947 i Arbeiderbevegelsens arkiv og bibliotek.

²⁰ Rødland 2000 s. 28.

Aviser og utgiversteder

Utviklingen fra slutten på mellomkrigstiden til slutten på gjenoppbyggingsperioden er en uoversiktlig blanding av stengning, nedleggelse, gjenreising, nyetablering og tradisjonell avisdød. Noen av de viktigste tendensene er beskrevet foran. Hvis vi vil ha et samlet bilde av hva endringene har betydd for avissystemet, er det enklest å sammenligne situasjonen ved utgangen av 1939 med situasjonen ved utgangen av 1952. Dette er gjort i tabellene nedenfor, som gjelder aviser etter utgivelsesfrekvens (tabell 2.2) og utgiversteder etter avistilbud (tabell 2.3).

Antall aviser rett før krigen er anslått til 274. Etter at gjenoppbyggingen var avsluttet i 1952, var tallet 227. Netto resultat var altså en samlet nedgang på 47 aviser. Nedgangen var nokså jevnt fordelt på dagsaviser (-15), tredagersaviser (-12) og todagersaviser (-14), mens tallet på ukeaviser var overraskende stabilt. Relativt sett betyr denne utviklingen at dagsavisene utgjorde en litt større del av antall titler i 1952 enn de hadde gjort før krigen.

Tabell 2.2. Aviser etter utgaver per uke, 1939, 1945 og 1952

	1939	1945	1952	Endring 1939–1952
Dagsavis, 6 utg. per uke	102	84	87	-15
Dagsavis, 5 utg. per uke	0	1	0	0
Dagsavis, 4 utg. per uke	7	0	3	-4
Tredagersavis	68	37	56	-12
Todagersavis	62	48	48	-14
Ukeavis	35	28	33	-2
Alle aviser	274	198	227	-47

Rett før krigen er det registrert 102 vanlige dagsaviser, dvs. aviser med seks utgaver per uke. Det var dessuten syv firedagersaviser, også dette dagsaviser etter den definisjonen som brukes i internasjonal statistikk. Resten av avisene, 165 i alt, var fådagersaviser. Fådagersavisene var altså dominerende når vi ser på antall titler. Det store flertall av fådagersavisene kom ut to eller tre ganger per uke, mens ukeaviser var mindre vanlig.

For arbeidet i redaksjon og trykkeri har det alltid vært en stor fordel å ha et likt antall arbeidsdager per utgave. Fire utgaver per uke er lite praktisk, siden det forskyver den vanlige produksjonsrytmen. Når en avis har denne frekvensen, er det ofte som et trinn på veien fra fådagersavis til dagsavis. Noen ganger ble firedagersutgave også brukt som virkemiddel i den lokale konkurransen. Dette er tydeligst når to konkurrerende tredagersaviser har delt uka mellom seg, slik at den ene kommer ut mandag, onsdag og fredag, den andre tirsdag, torsdag og lørdag. Når den ene konkurrenten går over til firedagersutgave, blir det mindre naturlig for publikum å kjøpe begge.

To utgaver per uke har tradisjonelt vært regnet som minimum for å kunne kalles avis, og for å kunne sendes med avisporto. To- og tredagsavisene derfor vært regnet som en fullverdig del av det norske avissystemet, mens ukeavisene utgjorde en slags underskog med uklar status. Dette er årsaken til at det var så få ukeaviser i forhold til to- og tredagersaviser.

I 1952 sto dagsavisene for 78 prosent av samlet opplag. Når vi bruker opplag og ikke antall aviser som målestokk, er det altså dagsavisene som dominerer. Noe tilsvarende regnestykke er det ikke mulig å lage for 1939, siden det bare var et lite mindretall av aviser som hadde godkjente opplagstall. For 1938 gjaldt det 50 av de 200 avisene som var representert i den første utgaven av Aviskatalogen.²¹ Det er imidlertid mest sannsynlig at det hadde skjedd en viss, men ikke særlig sterk, forskyvning i dagsavisenes favør. Selv om det var blitt færre dagsaviser fra 1939 til 1952, var det hovedsakelig de minste og svakeste som hadde forsvunnet, mens mange av de andre hadde hatt en sterk vekst.

Avisene i 1939 ble utgitt på 121 forskjellige steder. 43 av stedene hadde en eller flere dagsaviser, mens 78 steder hadde fådagersavis (tabell 2.3). På 30 av stedene med dagsavis var det konkurranse mellom to eller flere dagsaviser, og det var faktisk et flertall av disse stedene som hadde minst tre aviser. Det var elleve dagsaviser i Oslo, seks i Bergen, fem i Stavanger og fem i Trondheim, men også tre aviser i relativt små byer som Halden, Gjøvik og Kongsvinger. Bare fem dagsaviser var uten lokal konkurranse. På steder med fådagersaviser var det mest vanlig at avisen var alene på stedet – «åleine kråke om kornet» som redaktør Olav Aurvoll i avisen Grenda uttrykte det.

Tabell 2.3. Utgiversteder etter avistilbud, 1939, 1945 og 1952

	1939	1945	1952
Minst tre dagsaviser	20	12	12
To dagsaviser	10	15	17
Dagsavis og fådagersavis (er)	8	1	2
En dagsavis	5	4	5
To eller flere fådagersaviser	29	23	24
En fådagersavis	49	46	63
Dagsaviskonkurranse	30	27	29
Annen lokal konkurranse	37	23	26
Sted med avismonopol	54	51	68
Sted med dagsavis	43	32	36
Sted med fådagersavis	78	69	87
Utgiversteder i alt	121	101	123
Aviser i alt	274	198	227

Tallet på utgiversteder var praktisk talt det samme i 1952 som det hadde vært rett før krigen – 123 mot 121 i 1939. Det hadde imidlertid vært en viss utskifting av steder i perioden. Ti av utgiverstedene fra 1939 hadde ikke avis i 1952, og tolv av utgiverstedene fra 1952 hadde ikke

²¹ Katalogen dekket bare aviser som var tilsluttet Oslo-avisenes forening og Norsk bladeierforening. De 50 avisene med godkjente tall hadde et samlet opplag på 554 000, dvs. omtrent halvparten av samlet opplag som er anslått til 1 020 000 rett før krigen (Hjeltnes 1990:45).

hatt avis rett før krigen.²² Utsiftingen gjaldt bare steder med fådagersavis, altså den mest perifere delen av avissystemet.

Med færre aviser og omtrent samme antall utgiversteder sier det seg selv at det var blitt mindre lokal konkurranse. Dette har både skjedd ved at flere steder hadde avismonopol (68 i 1952 mot 54 i 1939), og ved at det var færre konkurrenter på mange av de stedene som hadde flere aviser.

Det danske avissystemet fra den første etterkrigstiden blir ofte karakterisert som et firebladssystem, der nesten alle utgiversteder hadde dagsaviser som representerte de fire partiene Højre, Venstre, Det radikale Venstre og Socialdemokratiet. Vårt avissystem må i stedet karakteriseres som et politisk to- og trebladssystem, men dette systemet var kombinert med et stort antall fådagersaviser med lokalt monopol. Selv om det var fire relativt store politiske pressegrupper i årene etter krigen, hørte det med til unntakene at alle fire var representert på samme sted. Mange av de lokale monopolavisene regnet seg som upolitiske eller politisk uavhengige, men det var også mange som hadde en politisk signatur.

Oslo har hele tiden stått i en særstilling som utgiversted. Dersom Aftenposten Aften regnes som egen avis, hadde byen elleve forskjellige dagsaviser både i 1939 og 1952. I 1952 hadde Oslo partiaviser for Arbeiderpartiet, Bondepartiet og NKP, to konservative dagsaviser (Aftenposten og Morgenbladet), Dagbladet som støttet Venstre, den fellesborgerlige Verdens Gang, kristenfolkets Vårt Land, næringslivsavisen Norges Handels- og Sjøfartstidende (nå Dagens Næringsliv) og Morgenposten. Avistilbudet i Oslo var således mye mer enn en ren partipresse. Utenfor Oslo er det bare Bergen og Trondheim som har hatt mer enn et politisk tre- eller firebladssystem. Bergen hadde seks dagsaviser i 1939 og fire i 1952, mens Trondheim hadde fem dagsaviser begge år.

Nedgangen i antall aviser fra 1939 til 1952 hadde forskjellige konsekvenser for de forskjellige delene av avissystemet. Blant dagsavisene var det en tydelig forskyvning fra et treavissystem og over mot et toavissystem. I 1939 var det 20 steder som hadde minst tre dagsaviser. Disse stedene hadde 107 aviser i alt, og 76 forskjellige dagsaviser. I 1952 var antall steder med tre eller flere aviser redusert til tolv. På disse stedene var det 61 aviser i alt, og 49 dagsaviser. Blant fådagersavisene hadde det vært en klar økning av aviser som var alene på utgiverstedet.

Opplagstall og opplagsutvikling

Kontrollerte opplagstall slik vi kjenner dem, hører etterkrigstiden til. Det fantes nok tall både fra mellomkrigstiden og tidligere, men de ga ofte et altfor positivt bilde av avisens situasjon. Kravet om at opplagstall måtte være korrekte, kom opprinnelig fra reklamebyråene. De ville vite hvor mange de kunne nå gjennom de forskjellige avisene, dvs. hva det egentlig var de betalte for. De første opplagsreglene ble innført av Norsk Bladeierforening i 1934, og gjaldt bare aviser som selv hadde offentliggjort sine opplagstall. De fikk plikt til å la opplaget bli

²² Definisjonen av utgiversted er den samme som er brukt for perioden frem til i dag. Som regel er det kommune eller by (slik inndelingen var i 1990-årene) som regnes som utgiversted. Dette betyr at mindre geografiske forskyvninger ikke er fanget opp. Avisen Grenda som ble startet i 1951 i Rosendal i Hardanger, er for eksempel regnet som avis med samme utgiversted som Folgefonn (1939–1941) i Uskedalen, siden både Rosendal og Uskedalen ligger i Kvinnherad kommune.

kontrollert av Norsk Bladeierforenings styre hvis en annen avis (vanligvis en konkurrent) eller en annonsør forlangte det. Ordningen var altså laget for at avisene skulle bli mer edruelige i markedsføringen.

Senere ble avisenes organisasjoner mer aktive. Norske Avisers Representantskap (en forløper for NAL) lagde et opplegg for standardisert opplagskontroll i 1936. Ordningen ble brukt av 39 aviser i 1937, som var det første året. I 1946 var det 54 aviser som brukte ordningen, og i 1948 var det 99²³. En viktig grunn til at utviklingen gikk så fort, var at Aviskatalogen ikke godtok annet enn kontrollerte opplagstall. Den første Aviskatalogen ble utgitt i 1939, og hadde opplagstall for 49 av 200 aviser. Den neste katalogen kom i 1948, og deretter har katalogen vært årlig.

Fra slutten av 1948-årene har NAL også forsøkt å anslå det samlede opplaget for norske aviser. Disse anslagene finnes i årsmeldingene fra Norske Avisutgiveres Landsforbund. Fra begynnelsen av 1950-årene blir anslagene også brukt til å vise utviklingen over tid. Dette er gjort ved at opplaget for bestemte år er oppgitt som prosent av opplaget i et bestemt startår. Opprinnelig ble 1947 brukt som utgangspunkt, men senere var det opplaget i 1939 som utgjorde 100 prosent.

De prosentene og opplagstallene som finnes i årsmeldingen for 1956, viser at NAL den gangen mente det samlede opplaget i 1939 var omtrent 990 000. Dette stemmer svært godt med det anslaget som Guri Hjeltnes har i sin bok om avisoppgjøret. Hennes kilde er Hans Moser, leder for Rikskommisariatets presseavdeling, som mente at opplaget i 1940 var 1 020 000²⁴. Dette anslaget er også brukt av andre.

For 1948 har jeg registrert eller anslått opplagstall for alle aviser. Tallene er hentet fra flere forskjellige kilder. For de 99 avisene der det er oppgitt opplagstall for 1948 i Aviskatalogen, er det disse som er brukt. Disse avisene hadde et samlet opplag på 1 310 000, som er 81 prosent av det samlede anslaget på 1 621 000. For de andre avisene har jeg hentet tall eller anslag fra flere forskjellige kilder. A-pressen har interne dokumenter med opplagstall for deres aviser. NAL (nå MBL) har en samling med gamle kartotekkort der det er ført inn anslag for de avisene og årene der det ikke finnes godkjente tall.²⁵ Mange tall er også hentet fra det oversiktsnotatet som A-pressen lagde i 1948, selv om disse tallene strengt tatt gjelder 1947 og ikke 1948. Enkelte avisbiografier har også opplagstall for de første etterkrigsårene som er bedre enn det som finnes andre steder. Der jeg ikke har funnet noen tilgjengelige kilder, er opplaget anslått ut fra avisens utgivelsesfrekvens og dekningsområde. Hvis man antar at en liten lokal ukeavis hadde 1000 i opplag i 1948, kan dette ikke være så langt fra det riktige. Selv om anslaget skulle bomme med noen hundre, betyr det ikke mye for totalen.

Ved å kombinere de forskjellige anslagene for 1948 blir det samlet resultat 1 621 000 (tabell 2.4). Tallet stemmer ganske godt med NALs eget anslag for 1948, som er 1 581 000. Som nevnt tidligere har NAL bare tatt med noen få ukeaviser, og denne forskjellen i definisjon er nok til å forklare hele forskjellen mellom de to anslagene. Begge tallene gir et overdrevent inntrykk av nøyaktighet. Omtrent 1,6 millioner er en bedre beskrivelse.

²³ Erichsen 1960: 64.

²⁴ Hjeltnes 1990: 45.

²⁵ Anslagene er brukt til å beregne samlet opplag for det enkelte år. Håndskriften på kortene og forholdet mellom de kontrollerte og de anslåtte opplagstallene viser at de er laget eller redigert i ettertid.

Selv om totaltallene må tas med et visst forbehold, er det ingen tvil om at aviskonsumet i den første etterkrigsperioden var mye høyere enn ved slutten av mellomkrigstiden. NAL anslo selv at økningen fra 1939 til 1947 var 56 prosent.²⁶ Økningen har sannsynligvis flere årsaker. For det første var det en sterk interesse for nyheter i den første etterkrigstiden, og avisene var det viktigste nyhetsmediet. Pris og sidetall har også spilt en rolle. På grunn av papirrasjoneringsen var avisene svært tynne, og prisreguleringen gjorde at de var billige (jf. omtalen i avsnittet om papirrasjoneringsen). Derfor var det mange som ikke nøyde seg med å kjøpe en avis.

Tabell 2.4. Opplagsutvikling 1948–1952 i tusen

	1948	1952	Endring i prosent
Dagsavis, 6 utg. per uke	1267	1365	8
Dagsavis, 4 utg. per uke	0	16	-
Tredagersavis	192	206	7
Todagersavis	109	116	6
Ukeavis	53	63	19
Alle aviser	1621	1766	9
NALs anslag ¹⁾	1581	1703	8
Antall aviser	217	227	5

1) Tall fra NALs årsmeldinger 1948 og 1952.
NALs anslag omfatter nesten ingen ukeaviser.

Fra 1948 til 1952 økte opplaget med ni prosent (tabell 2.4). Økningen var sterkest de to siste årene, dvs. 1951 og 1952.

Krigens betydning for avisstrukturen

Avissystemet i begynnelsen av 1950-årene var i hovedsak en videreføring av den partipressen vi hadde før krigen. Av de 227 avisene som ble utgitt ved utgangen av 1952, var 189 startet før 1940. Disse avisene hadde 92 prosent av det samlede opplaget. Dette betyr ikke at krigen var uten betydning. Tre endringer er særlig viktige.

Den ene er at mange av avisene fra våren 1940 aldri kom i gang igjen. Dette gjaldt særlig aviser som hadde vært tilknyttet Høyre og Venstre. Venstre mistet for eksempel alle sine gamle aviser i Østfold. Mange andre steder hadde opplevd en lignende innskrenkning av det lokale avistilbudet, men det kunne like gjerne være en høyreavis som en venstreavis som ikke var kommet i gang. Det samlede resultatet var mindre konkurranse mellom borgerlige aviser.

En annen følge av krigen var at styrkeforholdet mellom lokale konkurrenter kunne være forskjøvet. Etter krigen ble dette oppfattet som en udiskutabel sannhet. De avisene som hadde kommet ut under hele krigen, hadde fått et forsprang når det gjaldt lesere og annonser som det var umulig for konkurrentene å hente inn. A-pressen, som hadde vært hardest rammet av nedleggelsene under krigen, var spesielt opptatt av denne effekten.

²⁶ NALs årsmelding 1955.

Einar Olsen, som var leder for Norsk Arbeiderpresse fra 1975 til 1986, uttrykte det slik i en artikkel fra 1982: «I fellesprogrammets ånd ble det ikke gjort noe med de mange aviser som hadde skodd seg grovt på den annen verdenskrig og sikret en konkurranseposisjon som skulle trygge deres tilværelse gjennom resten av hundreåret»²⁷. Selv om Olsen observerte den lokale avis konkurransen på nært hold, kan vi ikke ta det for gitt at han beskriver hele sannheten. Etter krigen var det også omtaler av borgerlige aviser som hadde tapt så mye tillit at konkurrenten fra A-pressen fikk en lett match etter frigjøringen. Spørsmålet om hva krigen betydde for den lokale konkurransen, blir nærmere omtalt senere.

En tredje virkning av krigen gjaldt de lokale fådagersavisene. Mange av de minste fådagersavisene ble lagt ned under krigen, ofte så tidlig som i 1940. Resultatet var i mange tilfeller at stedet ikke lenger hadde noen avis. I april 1945 var tallet på utgiversteder redusert til 86, dvs. 39 færre enn i 1939. I desember 1945 var tallet på utgiversteder steget igjen, men bare til omtrent 100. Den store innsatsen i 1945 dreide seg altså om å gjenreise de politiske partienes dagsaviser.

Veksten for de små lokalavisene skjedde i stedet i årene etter 1945. I 1952 var tallet på utgiversteder faktisk litt høyere (123) enn det hadde vært i 1939. Etableringen av nye fådagersaviser skjedde både på steder som hadde hatt en avis før krigen, og på nye steder. Det samlede resultatet ble altså en viss omlokalisering. De geografiske forskyvningene har ofte hatt personlige årsaker. Små lokale fådagersaviser var gjerne avhengige av en person eller av en gruppe lokale ildsjeler. Dermed var det slett ingen selvfølge at den gamle eieren ville starte opp igjen etter et opphold på fem-ti år, eller at de som hadde lyst til å starte en ny avis i årene etter krigen, valgte et gammelt utgiversted.

Av nyordningene under krigen var det nesten ingen spor igjen. Tre aviser som var dannet ved fusjon under krigen, valgte å fortsette som en felles avis også etter 1945. Ett av de nye navnene lever også videre. Kongsvinger Arbeiderblad kom ut under hele krigen, men redaktøren ble byttet ut i 1943 og navnet endret til Glåmdalen. Den gamle redaktøren Aksel Zachariassen kom tilbake igjen i 1945, men navnet Glåmdalen ble beholdt.

Hva så med de nye avisene? I ettertid er det nærliggende å oppfatte etableringen av Verdens Gang som et viktig resultat av fellesskapstenkningen etter krigen. På begynnelsen av 1950-årene var det ikke mange som ville tenke slik. Økonomien i avisen var elendig, og opplaget var litt under 30 000. Med dette konkurrerte den med Morgenbladet (opplag 30 000 i 1952) om rollen som Oslos femte største avis. Langt foran dem var Aftenposten (148 000 i 1952), Dagbladet (89 000) og Arbeiderbladet (65 000). Det var også et godt stykke opp til Morgenposten (50 000), som også var en politisk uavhengig dagsavis.

Av de andre nye dagsavisene var Vårt Land nesten på høyde med Verdens Gang i opplag, og den hadde en sikrere stilling ved at den hadde en så tydelig ideologisk forankring. Friheten hadde for lengst hatt sin storhetstid, og var på rask retur på samme måte som partiet NKP.

²⁷ Olsen 1982:56, se også Olav Brunvand sitert av Hjeltmes 1990:249: «arbeiderpressen brakk ryggen to ganger: først under partisplittelsene i 1920-årene da flere arbeideraviser forlot moderpartiet, dernest under den tyske okkupasjonen, ved å bli stoppet».

Papirrasjonering, prisregulering og subsidier

Under krigen var avisepapir strengt rasjonert. Reguleringen skjedde i flere etapper i 1942 og 1943. I henhold til Edmund Norén, som har redegjort for avisenes utvikling i den første etterkrigstiden, sank det samlede forbruket av avisepapir fra 25,5 tusen tonn i 1939 til 10,7 tusen tonn i 1944.²⁸

Etter frigjøringen ble papirrasjoneringen beholdt. Økonomien i de første etterkrigsårene var preget av planøkonomi og regulering, og papir var en viktig eksportartikkel. Derfor var det nødvendig å begrense konsumet innenlands. Rasjoneringen gjaldt både avisepapir og annet papir. For avisene skjedde reguleringen ved at myndighetene (Forsyningsdepartementet frem til 1950) fastsatte en samlet kvote for hvert enkelt år. Denne kvoten ble fordelt på avisene gjennom det som ble kalt formatrasjonering, dvs. en bestemmelse om hvor mye papir som kunne brukes per eksemplar. I praksis var det en regulering av sidetallet. Etablering av nye aviser eller økt forbruk på grunn av større opplag ble ikke begrenset av reguleringen.

De årlige kvotene for avisepapir ble stadig endret. Norén skriver at det var syv forskjellige formatreguleringer fra 15. juli 1945 til våren 1952. De fleste endringene var små, så små at det i dag er naturlig å spørre om det var bryet verdt. Fagbladet Dagspressen for oktober 1948 kunne således melde at «Forsyningsministeren har etter forhandling med representanter for avisene gått med på å oppheve bestemmelsen om 10 prosent reduksjon av papirkvoten i månedene november og desember. Et annet forslag om at avisene skal få adgang til å bruke det papir som ble spart i sommertiden, er det ennå ikke tatt stilling til»²⁹.

Siden endringene var små, var det samlede papirforbruket nokså stabilt. Det svingte mellom 23 og 24 tusen tonn i årene 1946 til 1948, og økte til litt over 27 tusen tonn i begynnelsen av 1950-årene³⁰. Dette er omtrent samme nivå som rett før krigen, men mye lavere enn i nabolandene Sverige og Danmark. Iflg. Norén hadde de svenske avisene et samlet papirkonsum på 113 tusen tonn, dvs. fire ganger så mye som de norske.

Selv om de fleste endringer var lettelser, hendte det også at kvoten ble satt ned. Dette skjedde både i 1947, da Forsyningsdepartementet påla avisene å redusere årsforbruket fra 24 750 til 22 000 tonn, og i 1950/51. Bakgrunnen for den første endringen var akutt valutamangel – Norge trengte penger³¹. I 1950 og 1951 var det verden som trengte avisepapir.

Papirmangelen i 1950 og 1951 skyldtes at produksjonskapasiteten i Canada ikke var stor nok til å dekke etterspørselen i USA. USA sto den gang for nesten to tredjedeler av det samlede konsumet av avisepapir, og Canada var den viktigste leverandøren³². Resultatet var en akutt mangel på verdensmarkedet, og en dramatisk økning av prisen.

²⁸ «Rimelig papirforbruk og lav pris nøkkelen til sunn norsk avisøkonomi». Foredrag på Norsk Redaktørforenings årsmøte 1952, gjengitt i Dagspressen nr. 5 1952 s. 7–9. Rolv Werner Erichsen (1960: 82) beskriver en enda sterkere nedgang i NALs jubileumsbok fra 1960 – «en total reduksjon på 66,75 prosent sammenlignet med februar 1942 da avisene og andre grunner forlengst hadde skåret formatet sterkt ned!».

²⁹ Dagspressen nr. 11 1948 s. 5.

³⁰ Hvis man beregner papirforbruket for den enkelte avis ved hjelp av opplagstall og årgangsvekt, blir resultatet et samlet konsum på 25,1 tusen tonn i 1952. Siden det er en del svin i produksjonen og en del trykte eksemplarer som ikke blir solgt, er dette et svært godt samsvar.

³¹ «Nedskjæring av papirforbruket». Dagspressen nr. 7 1947 s. 8.

³² Referat av artikkel i Svenska Dagbladet av Børje Steenberg, sjef for cellulose- og avisepapirinstituttet ved Sveriges tekniske høyskole. Dagspressen nr. 4 1951 s. 8.

For å utnytte situasjonen krevde de norske papirfabrikkene at det innenlandske forbruket skulle reduseres fra 27 tusen til under 20 tusen tonn. Samtidig krevde de at prisen på avisepapir skulle økes fra 400 til 570 kroner per tonn. Etter forhandlinger mellom myndighetene, papirfabrikkene og avisene ble resultatet et meget spesielt kompromiss. Avisene gikk med på å redusere forbruket med ti prosent fra 1. april 1951, mot at prisen ikke ble forhøyet³³. Som kompensasjon fikk papirfabrikkene et tilskudd fra prisreguleringsfondet på 250 kroner per tonn. Tilskuddet fungerte altså som en offentlig subsidiering av de norske avisene. For 1951 utgjorde pristilskuddet 6,75 millioner kroner.

Avisene i andre land slapp ikke så lett. Den internasjonale avisorganisasjonen FIEJ behandlet papirspørsmålet på et møte i London i mai 1951, og der måtte de norske representantene forklare hvorfor papirprisene ikke hadde steget hos oss. Danske avisfolk reagerte også sterkt. Fagbladet Dagspressen gjengir en dansk artikkel med overskriften «Papirstigning siden krigen på 500 pct.», der det står at det nå er blitt en splittelse mellom de nordiske landene. «I Sverige er prisen saaledes ca. 40 øre per kilo eller 53 danske øre, i Norge 38 øre og i Finland tilsvarende for hjemmeforbruget, medens danske aviser, der jo dog ogsaa er en slags nordisk familiemedlem, betragtes som en fremmed og derfor efter den forhøjelse, der nu træder i kraft, kommer til at betale 110 øre per kilo». Redaktør Harry Hjörne i Göteborgsposten brukte enda sterkere ord i sin kritikk av de svenske myndighetene: «Det tråkiga er at den svenska regeringen i en tid da det talas så mycket om nordisk samarbete, i hög grad bidrager till att knäcka ryggen på dansk dagspress»³⁴.

Den internasjonale papirkrisen varte ikke lenge. Den norske papirrasjoneringen kunne derfor oppheves høsten 1952. Samtidig fikk papirfabrikkene lov til å øke prisen. For at de nye papirprisene ikke skulle ødelegge økonomien til avisene, ble ordningen med subsidier på avisepapir forlenget. Det som opprinnelig hadde vært en byttehandel, ble altså gjort om til en ensidig støtte. Reglene ble imidlertid endret slik at storparten av subsidiene gikk til små og mellomstore aviser.

De nye satsene var 250 kroner per tonn for de første 55 tonn, og 150 kroner per tonn for de neste 130. For forbruk over 185 tonn måtte avisene betale papirfabrikkenes maksimalpris. Høsten 1952 var det 650 kroner per tonn. Grensene var satt slik at de aller fleste avisene hadde stor nytte av ordningen. Omtrent 165 aviser brukte mindre enn 55 tonn i året, og fikk således full støtte for hele forbruket. Denne gruppen besto av alle fådagersaviser (muligens unntatt Asker og Bærums Budstikke), og en god del små dagsaviser. Omtrent 35 aviser brukte mellom 55 og 180 tonn, mens litt under 30 aviser brukte over 185 tonn slik at de måtte betale full pris for en del av forbruket. Aftenposten kom i en særstilling med omtrent seks og et halvt tusen tonn for sine to utgaver, men det var flere andre store aviser som brukte mellom ett tusen og to tusen tonn.³⁵ Opplegget med graderte papirsubsidier varte fra 1. oktober 1952 og ut første halvår 1954. Det skjedde riktignok en liten innstramning det siste året, ved at

³³ På begynnelsen av 1950-årene var den samlede norske produksjonen omtrent 175 000 tonn per år. Av dette gikk omtrent 25 000 tonn til norske aviser, mens 150 000 tonn gikk til eksport. Dagspressen nr. 8 1951 s. 2.

³⁴ Begge artikler sitert i Dagspressen 1951 nr. 4.

³⁵ Den enkelte avis' papirforbruk er anslått ut fra opplag og årgangsvekt. Anslagene avviker litt fra det kvantum som avisene faktisk brukte.

grensene ble senket fra 55 til 30 og fra 185 til 120 tonn. Erfaringen med disse subsidiene var et viktig utgangspunkt da opplegget for pressestøtte ble utarbeidet i slutten av 1960-årene.

Den økonomiske styringen av pressen gjaldt ikke bare papirforbruket. Myndighetene fastsatte også prisen på abonnement, løssalg og annonser. Frem til 1952 sendte utgiverorganisasjonene (NAL fra 1947) en lang rekke søknader om prisforhøyelser til Prisdirektoratet, og underbygget kravene med grundige oversikter over avisenes økonomi. NALs historie for tiden frem til 1960 har en detaljert oversikt over disse henvendelsene, som ofte endte med avslag.³⁶ Da papirrasjoneringen ble opphevet 1. oktober 1952, sluttet også reguleringen av prisen på abonnement, løssalg og annonser. Det eneste kravet var at prisendringer ble rapportert til NAL og registrert der.

Papirrasjoneringen og prisreguleringen betydde at de norske avisene var tynne, men også billige. I et foredrag fra 1951 om «Norsk presse balanserer i dag på knivseggen» mente Edmund Norén, som var formann i Osloavisenes Forening, at de lave prisene var en av årsakene til at de norske avisene hadde hatt en positiv opplagsutvikling³⁷. Med lave priser og en generell økning i levestandarden fikk mange nye familier råd til «å holde ikke bare en, men flere aviser». Dette i motsetning til mellomkrigstiden, da det var «titusener av hjem som av økonomiske grunner var avskåret fra regelmessig avishold». Derfor var han redd for hva som ville skje hvis reguleringene ble opphevet, og viste til dårlige erfaringer fra Sverige og Danmark:

«Om vi tenker oss at norsk presse skulle gå over til å dyrke førkrigsformater, eller svenske og danske formater av i dag og skulle bli tvunget til å betale svensk eller dansk papirpris, så ville stillingen med en gang totalt forandres. Vi måtte da, for å dekke utgiftsøkningen, gå til så drastiske prispålegg at vi nok minst ville registrere en nedgang svarende til de 17 prosent som København-avisene har hatt siden 1948³⁸.»

Her var Norén sannspådd, i hvert fall når det gjelder papirforbruk og pris. Fordi prisreguleringen og rasjoneringen av avisepapir ble opphevet, ble 1952 et vendepunkt i de norske avisenes utvikling. Spådommen om minst 17 prosent opplagsnedgang traff ikke like godt.

Den geografiske fordelingen

Dagsavisene har tradisjonelt vært utgitt i store og mellomstore byer, og dekket det geografiske området som sogner til utgiverstedet. Utgivelse av dagsaviser er således en senterfunksjon, på linje med offentlig administrasjon, spesialiserte forretninger osv. Hva som utgjorde byens omland, ble opprinnelig definert rent administrativt, ved at byens borgere hadde enerett på handel i et bestemt distrikt. Slike byprivilegier forsvant i løpet av 1800-årene. I dag er det i stedet størrelsen på byen, tilbudet av private og offentlige tjenester og de lokale kommunikasjonsforholdene som avgjør hva som er byens omland.

Tidligere var også utgivelse av lokale fådagere aviser en senterfunksjon. De fleste slike aviser ble utgitt i småbyer og sentrale tettsteder, og det som avgjorde om en avis skulle være

³⁶ Erichsen 1960: 120–125.

³⁷ Dagspressen nr. 4. april 1952.

³⁸ Dagspressen 1952 nr. 4, s. 13.

dagsavis eller fådagersavis, var størrelsen på dekningsområdet. Aviser i store og mellomstore byer var som regel dagsaviser, mens aviser på små steder med et lite omland var fådagersaviser. De fådagersavisene som ble utgitt i byer med dagsavis, hadde nesten alltid en politisk eller ideologisk tilknytning. De skulle altså være et ideologisk supplement til de lokale dagsavisene.

Kommunikasjonsforholdene har også spilt en rolle. Norge er langstrakt og tynt befolket, med fjell og fjorder som skaper store hindringer for landtrafikken. Tradisjonelt har sjøen vært den viktigste transportveien for store deler av befolkningen. Så sent som i 1950-årene var mange kommuner uten veiforbindelse med resten av landet. De var ikke veiløse, men veien gikk bare ned til fjorden og dampskipskaien.³⁹ I de tettbygde områdene på Østlandet var det i stedet jernbanen som sto for den viktigste forbindelsen med omverdenen.

Dårlige kommunikasjoner gjorde at det mange steder i landet ikke var mulig å utgi en dagsavis om man aldri så gjerne ville. Hordaland utenom Bergen er et godt eksempel. I 1961 mente avismannen Olav Aurvoll at avisene Hordaland på Voss og Sunnhordland på Stord hadde så stort opplag at de kunne vært dagsaviser, men at det var «uråd å finne ein stad der eit dagblad kan kome fram til alle stader i fylket like snøgt som blada frå byane i vest og sør».⁴⁰

Avissystemet har endret seg over tid, og samtidig har det vært en stadig utvikling av kommunikasjonsforholdene og av byer og tettsteder. Ved å se nærmere på situasjonen i 1952, får vi et godt bilde av hvordan avislandskapet så ut i den første etterkrigstiden. Situasjonen i 1952 er også et godt utgangspunkt for å beskrive endringer.

Som vist tidligere, hadde 36 utgiversteder minst en dagsavis i 1952. 87 steder hadde (minst en) fådagersavis (tabell 2.3 foran). Spørsmålet er altså hva slags steder dette var – hvor de hørte hjemme i systemet av byer og tettsteder, og hvor i landet de lå.

Folketallet betydde mye for om byen hadde en dagsavis eller ikke, men sammenhengen er litt spesiell. I praksis gikk det en grense ved omtrent 9000 innbyggere. Av de 27 byene som hadde mer enn 9000 innbyggere ved folketellingen i 1950, var det bare én (Sandnes) som ikke hadde minst en dagsavis. Disse byene hadde 74 dagsaviser til sammen. Det store flertall av dagsaviser ble altså utgitt i det som den gang var våre største byer.

For byene under grensen på ca. 9000 innbyggere var det byens rolle som lokalt sentrum som betydde mest. Noen små byer med 3000–4000 innbyggere hadde egne dagsaviser, men samtidig var det byer med mellom 4000 og 8000 innbyggere som bare hadde en fådagersavis.

Tabell 2.5 gir en oversikt over avistilbudet i de 27 største byene. Byene er sortert etter antall innbyggere i selve tettstedet, dvs. bykjernen og den sammenhengende bebyggelsen rundt bykjernen. I 1950-årene hadde mange byer vokst ut over sine gamle administrative grenser, slik at folketallet i bykommunen ofte ga et helt misvisende inntrykk av størrelsen.

Fem byer hadde mer enn tre dagsaviser i 1952: Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Kristiansand. Kristiansand kom bak Drammen og Fredrikstad når byene ble rangert etter innbyggertall, men har alltid spilt en viktigere rolle som administrativt sentrum. Da Arne Rideng i Statistisk Sentralbyrå klassifiserte norske kommuner etter nivå i 1974, kom

³⁹ Førsund 1998, Ulstein mfl. 1995

⁴⁰ Bygdepressa i Hordaland nitti år. Artikkel i Grendas jubileumsnummer 29.12 1961.

Kristiansand på det øverste nivået sammen med Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger. Drammen og Fredrikstad var blant de 28 tettstedene på nivået under⁴¹.

De aller fleste av våre store og mellomstore byer hadde to eller tre dagsaviser i 1952. Bare Porsgrunn og Narvik hadde en, og Sandnes hadde ingen. Narvik hadde til gjengjeld tre fådagersaviser i tillegg til Fremover (A) som nettopp var blitt dagsavis: Ofotens Tidene (H), Ofoten Folkeblad (V) og Nordland Arbeiderblad (NKP). At Sandnes skiller seg ut som en relativt stor bykommune uten egen avis, henger sammen med nærheten til Stavanger og konkurransen fra avisene i Stavanger.

Tabell 2.5 Avistilbud i byer med minst 9000 innbyggere, 1952

	Fylke	Innbyggere 1950, 1000¹⁾	Dags- aviser	Fådagers- aviser	Aviser i alt
Oslo	Oslo	492	11	9	20
Bergen	Hordaland ³⁾	138	4	1	5
Trondheim	Sør-Trøndelag	80	5	1	6
Stavanger	Rogaland	62	4	0	4
Drammen	Buskerud	42	2	0	2
Fredrikstad	Østfold	39	2	0	2
Kristiansand	Vest-Agder	30	4	1	5
Sarpsborg	Østfold	28	2	0	2
Tønsberg	Vestfold	26	2	1	3
Haugesund	Rogaland	22	3	0	3
Ålesund	Møre og Romsdal	21	2	1	3
Skien	Telemark	20	3	0	3
Porsgrunn	Telemark	19	1	0	1
Moss	Østfold	19	2	1	3
Sandefjord	Vestfold	18	3	0	3
Arendal	Aust-Agder	17	3	0	3
Halden	Østfold	15	2	0	2
Hamar	Hedmark	15	2	0	2
Kristiansund	Møre og Romsdal	15	3	0	3
Tromsø	Troms	15	2	0	2
Larvik	Vestfold	14	3	0	3
Horten	Vestfold	13	2	0	2
Narvik	Nordland	13	1	3	4
Bodø	Nordland	11	2	0	2
Gjøvik	Oppland	10	2	1	3
Sandnes	Rogaland	10	0	0	0
Lillehammer	Oppland	9	2	0	2
Aviser i alt		-	74	19	93

1) Folketallet er hentet fra Myklebost 1960. Det gjelder den sammenhengende bybebyggelsen, ikke bykommunen.

2) Bergen var eget fylke i 1952, men er senere slått sammen med Hordaland.

Mens det var de største og mest sentrale byene som hadde fire eller flere dagsaviser i 1952, er det ingen tendens til at byene med tre dagsaviser var større enn de som bare hadde to. Det var for eksempel tre dagsaviser i Larvik, Sandefjord og Kristiansund fra den nederste halvdel av listen, men bare to i Drammen, Fredrikstad og Tønsberg. Alle forskjellene mellom byene

⁴¹ Rideng 1974:30.

på listen skyldes de borgerlige avisene. Noen byer hadde to borgerlige aviser (som regel en høyreavis og en venstreavis) i tillegg til den lokale arbeiderpartiavisen, andre hadde bare en. Forklaringen på disse forskjellene må søkes i den politiske avishistorien i den enkelte by. Som Svennik Høyer har vist, har det hatt stor betydning når de forskjellige borgerlige avisene ble etablert. Styrkeforholdet mellom de borgerlige partiene har også spilt en rolle, det samme har innsatsen til de som drev avisene.

I tillegg til byene med mer enn 9000 innbyggere, var det ti mindre byer og tettsteder som hadde egne dagsaviser i 1952. Dette var Molde med tre, Kongsvinger, Notodden, Rjukan og Harstad med to og Elverum, Hønefoss, Steinkjer, Namsos og Svolvær⁴² med en. Namsos hadde politiske fådagersaviser i tillegg til dagsavisen. For disse stedene var det kommunikasjonsforholdene og stedets rolle som lokalt sentrum som betydde mest. Molde var administrasjonssentrum for Møre og Romsdal fylke, og den eneste byen i Romsdal. Svolvær var en viktig havn for Hurtigruta og utgiversted for Lofotposten, som ble solgt langs kysten fra Sunnmøre i sør til Kirkenes i nord.

De 87 stedene som hadde en eller flere fådagersaviser (tabell 2.3), kan plasseres i tre forskjellige kategorier. Den første er byer og større tettsteder som var litt for små til å ha sin egen dagsavis. Noen typiske eksempler er tradisjonsrike byer som Drøbak, Holmestrand, Kragerø, Grimstad, Røros og Hammerfest. Etablerte bygdebyer som Volda og Ørsta på Sunnmøre hører også til denne kategorien.

En annen kategori er små tettsteder som lå sentralt plassert i forhold til datidens viktigste kommunikasjoner: jernbane og rutebåt. I innlandet på Østlandet ble alle fådagersavisene utgitt i en stasjonsby, dvs. et lite tettsted med en jernbanestasjon. Bjørkelangen og Årnes i Akershus, Mysen i Østfold, Brandbu og Fagernes i Oppland, Moelv i Hedmark og Ål i Buskerud er noen eksempler⁴³. Store områder på Vestlandet og i Nord-Norge var fremdeles uten veiforbindelse med omverdenen.⁴⁴ Der spilte rutebåten og kaia samme rolle som jernbanen og stasjonen på Østlandet.

Det var også en liten gruppe fådagersaviser som ble utgitt i kommuner uten noe tradisjonelt sentrum. Varingen med postadresse Rotnes i Nittedal, Akershus; Frostingen i Frosta i Nord-Trøndelag og Selbyggen i Selbu, Sør-Trøndelag er aktuelle eksempler. Slike aviser var sjeldne i 1952, men er blitt mer vanlig senere.

Et trekk som mange av fådagersavisene hadde felles, var at de ble utgitt på steder som lå så langt borte fra byer med dagsavis at de ikke hørte med til byavisenes dekningsområde. Dette området var ofte overraskende lite. Rundt Oslo (dvs. i Akershus, Indre Østfold og søndre del av Oppland) fantes det for eksempel en rekke fådagersaviser. I disse områdene, som ligger en time eller to med toget fra Oslo, hadde Osloavisene en relativt beskjeden utbredelse.

Det lokale avistilbudet varierte mye fra det ene fylket til det andre. Noen fylker hadde mange byer med dagsavis og få steder med fådagersavis. I andre fylker var det motsatt – få eller

⁴² Av de små og mellomstore stedene som hadde dagsavis i 1952, hadde alle utenom Elverum og Rjukan formell status som by. Arne Rideng regnet Harstad, Hønefoss, Molde, Rjukan og Steinkjer som tettsteder på det nest høyeste nivået (nivå 2), mens Elverum, Kongsvinger, Namsos, Notodden og Svolvær var på nivå 3.

⁴³ Flere av utgiverstedene lå ved sidebaner som nå er nedlagt. Verken Bjørkelangen, Brandbu eller Fagernes er stasjonsbyer i dag.

⁴⁴ NOU 1992:15 s. 120

ingen dagsaviser og mange steder med fådagersavis. Disse forskjellene kommer tydelig frem i tabell 2.6, som viser den geografiske fordelingen av utgiversteder. I tabellen er noen nabofylker med et likt avistilbud slått sammen. Det gjelder for eksempel Oppland og Hedmark, de tettbygde fylkene rundt Oslofjorden og de to nordligste fylkene Troms og Finnmark. Hensikten er å gjøre tabellen mer oversiktlig.

Tabell 2.6. Utgiversteder 1952 etter fylke og avistilbud

	Type avistilbud			Utgiver- steder i alt	Antall aviser	Per 100 000 innb.	
	Dags- avis	(Bare) fådag- ers- avis	Aviskon- kurranse			Utgiver- steder	Aviser
Akershus	0	9	3	9	13	5	7
Oslo	1	0	1	1	20	0,2	5
Hedmark og Oppland	5	5	4	10	15	3	5
Oslofjordområdet ²⁾	14	9	15	23	43	4	7
Aust- og Vest-Agder	2	8	6	10	21	6	12
Rogaland	2	3	2	5	10	2	5
Hordaland	1	8	5	9	17	3	5
Sogn og Fjordane	0	10	1	10	12	10	12
Møre og Romsdal	3	10	4	13	20	7	10
Sør- og Nord-Trøndelag	3	9	5	12	21	4	7
Nordland	3	10	5	13	20	6	9
Troms og Finnmark	2	6	4	8	15	4	8
Hele landet	36	87	55	123	227	4	7

1) Østfold, Buskerud, Vestfold og Telemark.

Det var ekstra mange byer med dagsavis i det sentrale Østlandsområdet, dvs. Østfold, Hedmark, Oppland, Vestfold og Telemark. For øvrig var stedene med dagsavis fordelt nokså jevnt utover landet, men med noen klare unntak. I 1952 var det ingen steder med dagsavis i Akershus, Sogn og Fjordane og Finnmark.⁴⁵ Akershus og Sogn og Fjordane hadde til gjengjeld svært mange fådagersaviser. Det var også mange utgiversteder for fådagersaviser i Møre og Romsdal og Nordland, men i disse fylkene var det også byer med dagsavis.

Den høyre delen av tabellen viser antall utgiversteder og antall avistitler per 100 000 innbyggere.⁴⁶ Gjennomsnittet for hele landet var fire utgiversteder og syv aviser per 100 000 innbyggere. De fleste fylkene befant seg nokså nær dette gjennomsnittet, men det var også noen klare avvik.

Sogn og Fjordane skilte seg ut som det mest desentraliserte avisfylket. Det er et av våre minste fylker i folketall, men hadde likevel ti utgiversteder og tolv aviser til sammen i 1952. Alle var fådagersaviser, og de aller fleste hadde en politisk signatur. Forklaringen på dette mangfoldet er at fylket ikke hadde noen by eller tettsted som var så stort at det ga grunnlag for en dagsavis. Florø var den eneste byen, men hadde ikke mer enn 1800 innbyggere i 1950. Samtidig er det så stor avstand til Bergen og Ålesund at avisene derfra hadde en begrenset

⁴⁵ Tabellen viser at Troms og Finnmark hadde to steder med dagsavis til sammen. Dette var Harstad og Tromsø, begge i Troms.

⁴⁶ Folketall per 1. desember 1950.

utbredelse. Dermed var det behov for lokale aviser som også kunne ivareta den partipolitiske debatten.

Et annet særtrekk var at fylket hadde mange små lokale sentra som konkurrerte med hverandre, både i Sogn (eks. Leikanger, Balestrand, Sogndal, Vik og Høyanger), Sunnfjord (Florø og Førde) og Nordfjord (Nordfjordeid, Måløy, Sandane og Stryn). Resultatet ble et stort tilbud av fådagersaviser, og en avishistorie som er en uoversiktlig blanding av politikk og geografi, og av nyetableringer, avisdød og fusjoner.⁴⁷

Sogn og Fjordane utmerket seg også med mange avistitler i forhold til folketallet. Mens landsgjennomsnittet var syv aviser per 100 000 innbyggere, hadde både Sogn og Fjordane og Agderfylkene tolv. Agderfylkene hadde litt flere utgiversteder per 100 000 innbyggere enn landet som helhet, og i noen av byene ble det utgitt mange konkurrerende aviser. Både Arendal og Flekkefjord hadde tre aviser, mens Kristiansand hadde fem.

Det var også mange aviser per 100 000 innbyggere i Møre og Romsdal. Her var forklaringen at fylket hadde tre byer med dagsaviskonkurranse og dessuten mange utgiversted for fådagersavis. Siden alle deler av fylket var dekket av byaviser med en politisk signatur, valgte fådagersavisene å være upolitiske eller politisk uavhengige. Selv om nabofylkene Sogn og Fjordane og Møre og Romsdal begge hadde et rikt tilbud av lokale fådagersaviser, dreide det seg altså om to forskjellige avistradisjoner.

Politisk tilknytning

Både før og etter krigen var et stort flertall av avisene partiaviser, dvs. de var tilknyttet et politisk parti eller støttet et politisk parti. Måten dette skjedde på, varierte en god del mellom avisene og avisgruppene. Situasjonen var enklest for Arbeiderpartiets aviser. De var eid av arbeiderbevegelsens organisasjoner (vanligvis en kombinasjon av partilag og fagforeninger), de var medlemmer av A-pressens organisasjoner, de støttet Arbeiderpartiet redaksjonelt og de brukte en entydig politisk signatur (A) i Aviskatalogen.

For avisene som støttet andre partier, varierte situasjonen mye mer. Siden de vanligvis ikke var eid av partiet eller partiets organisasjoner, sto de friere til å velge tilknytningsform. Noen var nesten like avhengige av sitt parti som A-presseavisene. Det gjaldt særlig aviser som hadde dårlig økonomi og ble støttet av partiet. Andre hadde en løsere tilknytning, slik det går frem av denne omtalen av tredagersavisen Indre Smaalenenes Avis: «Redaktøren i Indre (...) stilte til valg i Mysen for partiet Høyre og ble ordfører i seks år fra 1948–51 og 1956–58. Dette bidro nok til at avisen ble enda mer nøytral og forsiktig i journalistikken. Indre var med i Høyres pressegruppe, men var på ingen måte noen partiavis. Arne Løken (dvs. redaktøren, min anm.) slapp med lett hjerte meldingene fra Høyres Pressebyrå i kurven. Bare i valginnspurten hendte det at sjefen kom inn i redaksjonen og så om han ikke kunne friske opp en overskrift eller to slik at velgerne kanskje bestemte seg for hans parti».⁴⁸

I Aviskatalogen fra denne perioden var det en rekke aviser som signaliserte en viss uavhengighet gjennom betegnelser som «borgerlig», «liberal konservativ», «uavhengig

⁴⁷ For en detaljert oversikt, se Eggum 2009.

⁴⁸ Zakariassen 2001: 148.

venstre» osv. i stedet for de rene partibetegnelsene H, V eller B. Dette gjaldt også Indre Smaalenenes Avis, som brukte betegnelsen Bg.

Selv om partipressen dominerte, var det også mange aviser som regnet seg som upolitiske eller politisk uavhengige. Hvis de var medlem av Norsk Bladeierforening eller Oslo-avisenes forening og dermed representert i Aviskatalogen, ble den uavhengige stillingen gjerne markert gjennom betegnelsene U (upolitisk) eller Uavh. Rubrikken for politisk tendens kunne også være tom.

Slik betegnelsene U eller Uavh. ble brukt i den første etterkrigstiden, betydde de ikke nødvendigvis at avisene var det vi i dag vil regne som politisk nøytrale. To illustrerende eksempler er Lofotposten i Svolvær og fådagervisen Raumnnes (Nes kommune i Akershus). Begge brukte U i Aviskatalogen. Lofotposten var tilknyttet Høires Pressekontor frem til 1956, og brukte stoff derfra, men ville likevel ikke regnes som Høyreavis. Dette ble godtatt som et unntakstilfelle. Høyre mente at dersom pressekontoret brøt med Lofotposten, mistet de en tjener. «En upålitelig tjener riktignok, men likevel en støtte som partiet kunne ha god bruk for».⁴⁹

For Raumnnes var det i stedet redaktørens politiske sympati som preget avisen. Avisen var startet i 1947 og skulle være en «en partipolitisk uavhengig avis til vern om bygdenes interesser» som det står i vedtektene fra 1955. Trygve Brynildsen, som var redaktør fra 1951 og helt frem til 1992, var imidlertid aktiv venstremann. Nes kommune hadde et klart arbeiderpartiflertall, mens venstrefolk var «like sjeldne som grevlinger i disse bygdene». De få som fantes i Nes, var derfor «samlet omkring Raumnnes», som det står i jubileumsboken.⁵⁰ Brynildsens politiske polemikk gjorde det vanskelig for mange arbeiderfamilier å akseptere at Raumnnes var deres lokalavis.

Tabell 2.7 nedenfor, som viser avisenes politiske tilknytning fra 1939 til 1952, bygger hovedsakelig på de signaturene som er brukt i Aviskatalogen. Opplysningene i Aviskatalogen stemmer som regel med det som finnes i andre kilder, som Norske Aviser 1763–1969⁵¹ og A-pressens interne notater med oversikt over de politiske avisgruppene⁵². I noen få tilfeller er det åpenbart at signaturen i Aviskatalogen er gal, og da er opplysningene rettet. Ideelt sett burde opplysningene for de borgerlige avisene vært kontrollert mot mange forskjellige kilder, men det er bare gjort for noen aviser og noen tidspunkter. Tall som gjelder de borgerlige avisgruppene, må derfor taes med et visst forbehold.

De avisene som har brukt en nyansert politisk signatur (som uavhengig konservativ, borgerlig osv.), er plassert i den kategorien (H, V eller B) der de organisasjonsmessig hørte hjemme. Det er også en egen kategori for de avisene som støttet to forskjellige borgerlige

⁴⁹ Andersen 1981:51.

⁵⁰ Rødland 2000:32.

⁵¹ Norske aviser har knappe opplysninger om avisenes politiske tilknytning. Som regel står det bare en politisk signatur (A, H, V osv.), eller en kort angivelse av at partitilknytningen er endret (som «V, senere konservativ» for Varden i Skien). Avisenes undertitler er derimot gjengitt nøyaktig. I noen tilfeller har de gode angivelser av politisk tendens.

⁵² Notater A-pressen 1948 og 1952.

partier, som regel Venstre og Bondepartiet.⁵³ Kategorien «andre partier» dekker alt fra Nasjonal Samling til NKP før krigen, og fra KrF til NKP etter krigen.

Selv om Høyre hadde mistet en del av sine aviser under krigen, hadde Høyre den største pressegruppen i 1952 både når det gjaldt antall aviser og opplag. Høyre var støttet av 53 aviser, og disse avisene hadde 35 prosent av samlet opplag. I disse tallene er Aftenpostens Aftenutgave regnet med. Hvis den holdes utenfor, blir Høyres andel redusert fra 35 til 30 prosent, mens Venstres og A-pressens andel øker med ett prosentpoeng hver.

Tabell 2.7 Aviser etter politisk tilknytning 1939, 1945 og 1952

	Antall aviser			Avisopplag 1952	
	1939	Des 1945	1952	1000 eks.	Prosent
A	45	39	44	333	19
H ¹⁾	63	44	53	613	35
V	51	35	36	367	21
B	28	15	14	68	4
Borgerlig felles	1	2	4	33	2
Andre partier	19	10	5	38	2
Livssyn, meningsavis	9	8	7	47	3
Upolitisk, uavhengig	58	44	64	268	15
Aviser i alt	274	197²⁾	227	1766	100

1) Aftenposten Aften er regnet som egen avis.

2) Moss Tilskuer ikke klassifisert

Etter Høyre fulgte Venstre og A-pressen med hhv. 36 og 44 aviser og 21 og 19 prosent av samlet opplag. For Venstre var det særlig Dagbladet med nesten 90 000 i opplag, Bergens Tidende (51 000) og Stavanger Aftenblad (32 000) som bidro til at det samlede opplaget ble så høyt. A-pressen hadde bare en stor avis på den tiden – Arbeiderbladet med 66 000. Nest størst var Arbeider-Avisa i Trondheim med nesten 21 000, mens det store flertall av A-pressens aviser hadde mindre enn 10 000 i opplag.

Fra Venstre og A-pressen var det et langt sprang ned til Bondepartiet som hadde 14 aviser og fire prosent av samlet opplag. Bondepartiet hadde bare to aviser med litt størrelse – Nationen med 25 000 og Østlendingen på Elverum med 14 000. Ingen av de andre hadde mer enn 5000. Selv om Bondepartiet også var representert i de fire borgerlige fellesavisene, var avstanden likevel svært stor frem til de andre politiske avisgruppene. Det var derfor Bondepartiet, og ikke Arbeiderpartiet, som med størst rett kunne si at dets pressegruppe hadde brukket ryggen under krigen.

Styrken til de politiske avisgruppene var ikke bare bestemt av opplag og antall aviser. Den lokale konkurransesituasjonen er også viktig. I dag er det vanlig å skille mellom tre grupper av aviser: de som er alene på utgiverstedet, nr. 1-aviser og nr. 2-aviser. Nr. 2-aviser er alle aviser som har en større lokal konkurrent, dvs. også aviser som i realiteten er nummer tre

⁵³ Det klassiske eksemplet er Trønderavisa i Steinkjer, som støttet Venstre og Senterpartiet og hadde en redaktør fra hvert parti. Avisen hadde delt ukedagene mellom partiene, dvs. den var venstreavis den ene dagen og senterpartiavis den neste. Hvordan ordningen fungerte i praksis, er beskrevet i Ivar Andenæs' (2006) biografi over Thorbjørn Wale, som var Venstres redaktør fra 1959 til 1972.

eller fire av avisene på stedet. Denne terminologien bygger på teorien om opplagsspiralen, som ble formulert av den svenske forskeren Lars Furhoff i 1967.

Datidens norske avisfolk var også opptatt av avisenes konkurranseposisjon, men var ikke like oppmerksomme på at alle aviser som ikke var størst, hadde en utsatt stilling. Dette er først blitt klart etter at avis døden hadde satt sitt preg på utviklingen fra 1960-årene og fremover. Det lokale styrkeforholdet varierte mye. Noen få nr. 2-aviser var nesten like store som konkurrenten, og kunne gi dem en fullverdig konkurranse. I 1952 var det slik konkurranse i byer som Gjøvik, Kristiansund, Mo i Rana, Bodø og Tromsø (jf. tabell 2.8 i neste avsnitt). Andre steder var det større prosentvis avstand mellom konkurrentene, men den største nr. 2-avisen var likevel en stor avis etter norske forhold. Slik konkurranse var det for eksempel i Oslo der Arbeiderbladet hadde et opplag på 66 000 i 1952 mot 148 000 for Aftenposten, i Trondheim der Arbeider-Avisa hadde 21 000 mens Adresseavisen hadde 48 000, og i Drammen, Bergen og Stavanger. Andre nr. 2-aviser var små og helt underlegne i forhold til førsteavisen. I alt var det 30 av nr. 2-avisene som hadde et opplag (kontrollert eller anslått) på 2000 eller mindre i 1952. Flere av dem var i realiteten nummer tre eller fire på utgiverstedet.

Skillet mellom aleneaviser, nr. 1-aviser og nr. 2-aviser gjelder lokal konkurranse. Derfor er det en del aviser som ikke passer inn i denne klassifiseringen. Det gjelder løssalgsavisene, de nasjonale og regionale nisjeavisene (både daglige og fådagere) og bydelsavisene i Oslo. Disse avisene er derfor holdt utenfor i tabell 2.8, som viser forholdet mellom politisk tilknytning og konkurransesituasjon. I alt er det 26 av de 227 avisene i 1952 som ikke er tatt med i denne tabellen.

Tabell 2.8 Vanlige storby- og lokalaviser¹⁾ 1952 etter politisk tilknytning og konkurransesituasjon

	Antall aviser				Opplag	
	Nr. 1	Nr. 2	Alene	Alle	1000 eks.	Prosent som nr. 1 og alene
A	13	30	1	44	333	31
H ¹⁾	17	19	13	49	467	76
V	17	13	5	35	278	84
B	0	8	4	12	42	50
Borgerlig felles	2	1	1	4	33	72
Andre partier	0	1	0	1	9	0
Upolitisk, uavhengig	7	7	42	56	184	69
Aviser i alt	56	79	66	201	1345	64
Samlet opplag, 1000	661	482	203	1345	-	-
Prosent av opplag	49	36	15	100	-	-

1) Løssalgsavisene, nisjeaviser, bydelsaviser og Aftenposten Aften er ikke regnet med.

Av de politiske avisgruppene hadde venstrepressen den beste konkurransesituasjonen. Partiet hadde 17 aviser som var størst på utgiverstedet, 13 nr. 2-aviser og fem aleneaviser. Bortsett fra dagsavisen Porsgrunns Dagblad var aleneavisene små fådagere som ikke bidro mye til det samlede opplaget. Venstres nr. 1- og aleneaviser hadde til sammen 84 prosent av det

samlede opplaget til Venstres lokalpresse. I tillegg til alle de sterke lokalavisene ble Venstre støttet av Dagbladet med nesten 90 000. Også den var størst i sitt marked.

Høyres presse hadde en litt svakere situasjon, med litt flere nr. 2-aviser enn førsteaviser. Høyre hadde også et stort antall aleneaviser, men med ett unntak (Ringerikes Blad på Hønefoss) var de lokale fådagersaviser. Høyres nr. 1- og aleneaviser hadde 76 prosent av opplaget til de Høyreavisene som er med i tabellen, dvs. en litt lavere andel enn for Venstres aviser.

Bondepartiet hadde uforholdsmessig mange nr. 2-aviser blant sine lokalaviser – åtte av tolv. Den eneste ledende dagsavisen var Østlendingen på Elverum (14 000) som var uten vanlig lokal konkurranse⁵⁴. Siden nr. 2-avisene var små, sto Østlendingen og de tre andre aleneavisene for halvparten av opplaget til Bondepartiets lokalaviser.

Mens Bondepartiets avisgruppe var liten og hadde et stort innslag av små nr. 2-aviser, var Arbeiderpartiets avisgruppe både sterk og svak på samme tid. Den besto av mange aviser og hadde et høyt samlet opplag, men de fleste avisene hadde en vanskelig konkurranse situasjon. Bare 14 av 44 aviser var nr. 1 eller alene på utgiverstedet. Disse avisene hadde mindre enn en tredjedel av A-pressens samlede opplag. Sammenlignet med konkurranseposisjonen til Venstres og Høyres avisgrupper var dette et alvorlig problem. På den andre side – 14 nr. 1- og aleneaviser var like mange lokale aviser som Bondepartiet hadde til sammen, og disse 14 avisene hadde et samlet opplag som var mer enn dobbelt så høyt som Bondepartiets lokalpresse.

A-pressen, krigen og den lokale konkurransen

Både i gjenoppbygingsperioden etter krigen og senere har A-pressen ment at det som skjedde under krigen, var den viktigste årsaken til at så mange av deres aviser var nr. 2. Denne oppfatningen ble ikke god tatt uten videre i de første etterkrigsårene. Avisutvalget av 1945, som representerte de avisene som ikke ble stoppet, kunne vise til at det samlede opplaget til A-pressen var mye høyere høsten 1945 enn det hadde vært våren 1940: 352 000 mot 220 000. Til kravet om at konkurranse situasjonen måtte bli slik den hadde vært før krigen, kunne Arbeidsutvalget spørre om arbeiderpressen også ville «tilbake til de gamle opplagstall»⁵⁵. Senere er det A-pressens versjon som er blitt stående. Ledende partifolk som Olav Brunvand og Einar Olsen gjentok den gang på gang, med stor styrke og uten motforestillinger. Først med Guri Hjeltne's bok *Avisoppgjøret* fra 1990 begynte spørsmålsteget å dukke opp igjen. I et avsnitt om «Varige virkninger» konkluderte Hjeltne med at man må studere utviklingen i flere tiår etter 1945 for å få en skikkelig vurdering av de langsiktige konsekvensene. Hun håpet også at «noen vil ta opp trådene herfra, og finne de varige konsekvensene systematisk inn i etterkrigstiden»⁵⁶.

Jubileumsboken fra 2008, *Norsk Arbeiderpresses historie*, viser at holdningen er blitt mer nyansert også innad i A-pressen. Forfatteren Guttorm Lyshagen er riktignok ikke konsekvent. I avsnittet «Lagt i grus» beskriver han ødeleggelsene under krigen, og

⁵⁴ Østlendingen var alene på utgiverstedet Elverum, men i resten av Østerdalen hadde den konkurranse fra Hamar Arbeiderblad. I Solør konkurrerte den med Glåmdalen fra Kongsvinger.

⁵⁵ Hjeltne 1990:229–230.

⁵⁶ Hjeltne 1990:230–234.

konkluderer med at «Fem års okkupasjon av landet vårt ble en prøvelse, men trass iherdige forsøk greide ikke tyskerne å skape varige endringer i det norske samfunnet på vesentlige områder, bortsett fra pressemønsteret, som aldri igjen ble slik det hadde vært før krigen». Den eneste varige endringen i det norske samfunnet, intet mindre. To sider senere kom imidlertid motforestillingene, i avsnittet «Leselystent folk»: «Spørsmålet om hva dette [dvs. ødeleggelsene under krigen] kom til å bety i et langsiktig perspektiv vil vi aldri få nøyaktig svar på. Innad i A-pressen er det en utbredt oppfatning at krigen var det som endret avismønsteret dramatisk i disfavør av A-pressen. Det er en omdiskutert hypotese, men ikke helt uten støtte i fakta».⁵⁷

Omtalen i dette og et senere kapittel er et forsøk på å belyse spørsmålet om langtidsvirkninger på en systematisk måte. I dette kapitlet kommer først en omtale som gjelder alle aviser, og så et eget avsnitt om Arbeiderbladet som var A-pressens største og viktigste avis. Fremstillingen bygger for en stor del på boken *Aviskonkurransen*.⁵⁸

Nesten alle de avisene som A-pressen hadde i 1940, var etablert på steder der det allerede fantes borgerlige aviser. Disse avisene hadde hatt lang tid til å innarbeide seg både hos leserne og annonsørene. All erfaring tilsier at når en avis først er blitt størst på utgiverstedet, er det vanskelig for nye aviser å overta førsteplassen. Dette er tydelig i dag, men det var også slik i mellomkrigstiden. Den nynorske avismannen Hans Aarnes hadde denne beskrivelsen i 1928:

*«Noko som dei fleste forreknar seg paa ved nye bladtiltak er at dei skal trengja undan eldre blad. Det heiter ofte um eldre blad at dei er ringt styrde, at det er stor misnøgje med den politikk dei fører og at eit nytt blad skal taka tingarane frå det gamle o.s.b. Røynsla syner likevel i dei fleste høve at folk er meir vanebundne enn ein skulle tru. Hev eit blad vore lese i eit hus i 20-30 aar, skal det mykje til at dei kvittar seg med det. Dei eldre vil i vissa helst hava dei blad som dei er oppvaksne med anten desse bladi gjeng med eller mot deira syn. (...) Naar det gjeld lysingar vil eldre blad i alle høve hava eit stort fyresprang berre fordi bladnamnet er kjent og innarbeidt»*⁵⁹.

Vanskelighetene med å innarbeide seg på nye markeder ble forsterket gjennom partisplittelsene i 1921 og 1923. Mange av de gamle avisene forlot Arbeiderpartiet, slik at partiet måtte starte nye aviser for å holde stillingen. I en periode var det derfor to konkurrerende sosialistaviser på samme sted. Av de 39 gamle A-presseavisene som er tatt med i tabell 2.8, var 17 etablert i splittelsesperioden i 1920-årene. Det er derfor mer relevant å spørre hvordan tolv av A-pressens aviser hadde maktet å erobre den lokale førsteplassen rett før eller rett etter krigen, enn å beklage seg over at mange fremdeles var nummer to.⁶⁰

Den viktigste årsaken til at A-pressens aviser kunne overta den lokale førsteplassen, var støtte fra partiets medlemmer og velgere. Velgerstøttens betydning er tidligere studert av Svennik Høyer, som har skrevet *Norsk presse mellom 1865 og 1965*.⁶¹ I henhold til det han kalte faseteorien, bestemte tidspunktet for etablering både avisenes partitilknytning og deres

⁵⁷ Lyshagen 2008: 24–26.

⁵⁸ Høst 1996.

⁵⁹ Aarnes 1928: 4. Moderne lesere må ikke la seg villedes av Aarnes' konservative nynorsk. Det han skriver om, er aviser, politisk tilknytning, abonnenter og annonser.

⁶⁰ De 13 A-presseavisene som var nr. 1 i 1952, var også nr. 1 i 1947.

⁶¹ Høyer 1975 og 1977.

mulighet til å hevde seg i den lokale konkurransen. Best stilt var de avisene som ble etablert tidlig i ekspansjonsperioden etter 1880, og som ofte ble organer for Venstre. Disse avisene kunne støtte seg på den nye middelklassen i byene, og fikk dermed en større leserkrets enn de eldste avisene som støttet Høyre. Samtidig hadde de fått en så sterk lokal posisjon da arbeiderbevegelsen begynte å bygge opp sin presse at det ble vanskelig for arbeideravisene å hevde seg.

Svennik Høyer mente videre at i distrikter der arbeiderklassen sto spesielt sterkt, kunne støtte fra velgerne oppveie fordelene til den borgerlige nr. 1-avisen. For å teste hvordan dette passer med utviklingen i den første etterkrigstiden, er det i tabell 2.9 vist hvordan forholdet mellom stemmestøtte og konkurranseposisjon var for A-pressens aviser i 1952. Tabellen gjelder de 39 A-presseavisene som var etablert før krigen, og som kom ut på steder der det var lokal konkurranse.⁶²

Som mål for den politiske støtten er brukt stemmeandeler ved stortingsvalget i 1953. Et problem med dette valget, som ved de andre valgene rett etter krigen, er den sterke oppslutningen om Kommunistpartiet. Dette var for en stor del velgere som hadde soknet til Arbeiderpartiet rett før krigen, og som senere vendte tilbake igjen. De fleste hadde også en sterk tilknytning til den lokale fagbevegelsen, og var dermed en del av det organiserte støtteapparatet for arbeiderpartiavisen. Løsningen som er brukt, er å vise både stemmeandelen for Arbeiderpartiet og den samlede oppslutningen om de to sosialistiske partiene.

For enkelhets skyld gjelder stemmetallene bare utgiverkommunen. Hvis avisen har dekket et stort distrikt, eller hvis datidens bykommune bare utgjorde en liten del av det egentlige tettstedet, er dette et grovt mål for arbeiderbevegelsens styrke. Blant datidens utgiversteder var det både steder som Kongsvinger, et lite tettsted i et distrikt der arbeiderbevegelsen sto meget sterkt, og industribyer som var omgitt av landbrukskommuner.

Selv om målene ikke er ideelle, viser de at det er en sterk sammenheng mellom stemmeandelen for arbeiderpartiene og avisens konkurranseposisjon. Av de tolv utgiverstedene der A-presseavisen var nr. 1, var det hele ti der Arbeiderpartiet og NKP hadde hatt en samlet oppslutning på 60 prosent eller mer. Av de 27 stedene der arbeiderpartiavisen var nr. 2, var det bare syv der stemmeandelene kom over den samme grensen. På fire av disse syv stedene – Namsos, Narvik, Mo i Rana og Kristiansund – tok det for øvrig bare noen år før arbeiderpartiavisen hadde overtatt førsteplassen. Også disse stedene er altså med på å bekrefte at partistøtten har vært helt avgjørende for avisens konkurranseposisjon.

Hva er det som gjør at aviser med 60 prosent partistøtte eller mer har klart seg så godt, mens et flertall på 50 eller 55 prosent ikke er tilstrekkelig? Den svenske forskeren Jörgen Westerståhl skille mellom «överspridda» og «inomspridda» aviser gir en forklaring som i hvert fall virker rimelig.

I henhold til Westerståhl og Jansson⁶³ har sosialdemokratiske aviser en tendens til å være «inomspridda», dvs. at de bare når ut til partiets tilhengere og knapt nok det. De borgerlige avisene, som også er de eldste og mest etablerte, når i større grad ut over partigrensene. Med

⁶² Tre av A-pressens nr. 2-aviser fra 1952 var etablert etter krigen: Risør Arbeiderblad (1945), Agder Folkeblad (1948) i Flekkefjord og Firdaposten (1948) i Florø. Sogn Folkeblad på Høyanger var alene på utgiverstedet. Den siste A-presseavisen i 1952 var Romerikes Blad på Jessheim i Ullensaker. Siden Ullensaker også var dekket av bondepartiavisen Romerike som kom ut på Kløfta, er Romerikes Blad regnet som nr. 1-avis i tabell 2.7.

⁶³ Westerståhl og Jansson 1958.

et slikt mønster sier det seg selv at partistøtten må være vesentlig høyere enn 50 prosent for at den sosialdemokratiske avisen skal erobre førsteplassen.

Tabell 2.9. Situasjonen for gamle A-presseaviser i 1952

Avisens navn	Utg. sted	Når startet	Opplag 1952		Innb. på utg.-sted 1950, 1000	Oppsi. valg 53	
			A-presse-avisen	Største konk.		DNA	DNA+ NKP
NR. 1 ELLER ALENE							
Hamar Arbeiderblad	Hamar	1925	15670	8000	15	60	66
Glåmdalen	Kongsvinger	1926	14636	3000	3	51	55
Nordlys	Tromsø	1902	14950	10697	15	47	54
Opland Arbeiderblad	Gjøvik	1924	9981	9236	10	56	63
Sarpsborg Arbeiderblad	Sarpsborg	1929	9775	3000	28	58	65
Akershus Arbeiderblad	Lillestrøm	1913	8249	1300	9	59	69
Halden Arbeiderblad	Halden	1929	5728	4314	15	61	64
Vestfinnmark Arbeiderblad	Hammerfest	1913	5022	1500	4	55	70
Finnmarken	Vadsø	1899	3915	3000	3	46	62
Arbeidets Rett	Røros	1907	3532	2454	3	56	70
Helgeland Arbeiderblad	Mosjøen	1929	3249	1430	3	62	66
Rjukan Arbeiderblad	Rjukan	1923	2467	1400	6	55	64
NR. 2-AVISER ¹⁾							
Arbeiderbladet	Oslo	1884	65619	148300	492	43	49
- Arbeider-Avisa	Trondheim	1924	20601	48086	80	50	61
- Fremtiden	Drammen	1905	18897	27187	42	53	59
Bergens Arbeiderblad	Bergen	1927	17336	50998	138	46	53
1ste mai	Stavanger	1899	12263	31930	62	47	52
+Telemark Arbeiderblad	Skien	1921	9686	16101	20	49	59
- Vestfold Arbeiderblad	Tønsberg	1909	7589	14624	26	48	52
+Tidens Krav	Kristiansund	1906	7000	8219	15	54	60
Demokraten	Fredrikstad	1906	6566	12193	39	52	57
+Nordlands Framtid	Bodø	1910	6458	8092	11	53	56
- Sørlandet	Kristiansand	1906	5275	18547	30	42	44
- Dagningen	Lillehammer	1924	5204	11737	9	51	57
+Fremover	Narvik	1903	4996	7247	13	57	68
- Sunnmøre Arbeideravis	Ålesund	1921	4781	20695	21	46	48
- Tiden	Arendal	1906	4770	10338	17	45	47
- Folkeviljen	Harstad	1911	3776	7585	8	40	46
- Nybrott	Larvik	1911	3000	7520	14	55	64
- Haugaland Arbeiderblad	Haugesund	1926	3000	13045	22	40	42
Moss Arbeiderblad	Moss	1912	2900	7016	19	58	65
+Rana Blad	Mo i Rana	1902	2900	3056	6	61	74
+Namdal Arbeiderblad	Namsos	1917	2800	4500	5	56	64
+Hardanger Folkeblad	Odda	1919	2676	2790	7	50	69
- Romsdal Folkeblad	Molde	1928	2630	7228	7	42	45
- Folkets Røst	Askim	1917	1700	5174	5	54	56
- Horten Arbeiderblad	Horten	1929	1604	4449	13	53	55
- Vestfold Fremtid	Sandefjord	1924	1601	6744	18	36	37
- Follo Arbeiderblad	Ski	1929	1000	3430	4	49	54
Gjennomsnitt utgivervkommuner	-	-	-	-	-	51	58

1) + foran avisnavnet betyr at avisen er blitt nr. 1, - at den er nedlagt

På et sted med et klart sosialistisk flertall rett etter krigen betydde flertallet mye mer enn at partiet dominerte i kommunestyret og valgte en partifelle til ordfører. Den organiserte arbeiderbevegelsen ville også være toneangivende sosialt og kulturelt, både gjennom sitt

antall og ved sin nye selvbevissthet. Sannsynligvis ville stedet også ha et sterkt forbrukersamvirke. For avisen betydde det at den kunne bli distriktets ledende avis selv om den begrenset seg til å betjene sine egne tilhengere. Tilhengerne var nok ikke like velstående som borgerskapet, men de var likevel så mange og så kjøpesterke at alle lokale annonsører var nødt til å bruke partiavisen.

Selv om sammenhengen mellom stemmestøtte og konkurransesituasjon er svært tydelig, er det likevel noen få steder som bryter mønsteret. I den øverste delen av tabellen er det Kongsvinger og Tromsø, der Glåmdalen og Nordlys var blitt nr. 1 til tross for en moderat stemmestøtte. I den nederste delen er det Trondheim, Larvik og Moss, der A-presseavisen aldri klarte å erobre den lokale førsteplassen selv om stemmeandelen for de sosialistiske partiene var over 60 prosent.

Glåmdalen, som opprinnelig het Kongsvinger Arbeiderblad, var blitt den største avisen på Kongsvinger i 1930-årene. Den kom derfor ut under hele krigen. I dette tilfellet er det åpenbart at stemmetallet på utgiverstedet ikke gir et riktig bilde av velgerstøtten. Kongsvinger var et lite tettsted, men var likevel servicesentrum for et stort distrikt. I dette distriktet hentet A-presseavisen sine abonnenter blant skogsarbeidere, ikke industriarbeidere. Aksel Zachariassen, som ble redaktør i 1932, beskrev strategien på denne måten: «vi satset på ytterområdene og kunne etter hvert innringe sentrum som det dermed ble lettere å vinne»⁶⁴.

Nordlys' suksess skyldes sannsynligvis et sammenfall av flere forskjellige forhold. Før krigen var konkurrenten Tromsø en klar nummer en, med et godkjent opplag i 1938 på 8006 mot 3618 for Nordlys. Under krigen var Nordlys stengt, mens Tromsø kom ut. Stikk i strid med A-pressens generelle resonnement var det Nordlys som tjente på dette. Tromsø fikk en tvangsinnsett NS-redaktør og ble gjort til NS-organ, og tapte lokal tillit. Nordlys kunne derimot starte opp med en stor moralsk kapital og et godt trykkeri. Under krigen var det brukt av den tyske avisen Polarzeitung, og hadde derfor hele det gamle utstyret intakt pluss noen nye maskiner som tyskerne hadde anskaffet. Det tekniske personalet hadde vært med hele tiden, og sørget for vedlikehold og nyanskaffelser. Etter krigen fikk avisen en entusiastisk mottakelse – «folk var helt ville» skrev Sverre Nilssen etterpå. I slutten av juli 1945 skal opplaget ha økt til mer enn 13 000⁶⁵. Etter krigen fulgte likevel noen år med hard konkurranse om den lokale førsteplassen. Først i 1948, da avishuset til Tromsø ble ødelagt av brann, fikk Nordlys det som viste seg å bli et avgjørende forsprang.

I *Nordlys' historie* viser Christensen og Tjelmeland at den politiske støtten betydde mye for veksten etter krigen. På samme måte som Glåmdalen i Kongsvinger hentet Nordlys sin viktigste støtte utenfor selve byen. En oversikt fra juli 1946 viser at bare en fjerdepart av opplaget til Nordlys ble solgt i selve Tromsø. Omtrent halvparten ble solgt i Troms fylke utenfor Tromsø, mens den siste fjerdeparten gikk til Finnmark⁶⁶. Ved Stortingsvalget i 1949 fikk Arbeiderpartiet og NKP 63 prosent av stemmene i Troms utenom Tromsø, og 76 prosent av stemmene i Finnmark.

⁶⁴ Zachariassen 1978: 142.

⁶⁵ Utrykt notat fra Sverre Nilssen 1986, brev fra disponent Petter Hansen til Arbeiderpressens Samvirke, begge sitert etter Christensen og Tjelmeland 2002: 230.

⁶⁶ Christensen og Tjelmeland 2002: 235.

Av avisene fra den nederste delen av tabellen hadde både Moss Arbeiderblad (nå Moss Dagblad) og Nybrott i Larvik en dårlig start etter krigen til tross for sterk lokal stemmestøtte. I Moss kan mye av forklaringen ligge i at avisen brukte lang tid på å komme ordentlig i gang. Den gamle redaktøren ville heller være kinosjef, og det tok lang tid å skaffe en ny.

Trondheim hadde mange konkurrerende aviser både før og etter krigen. Rett før krigen var avstanden mellom Arbeider-Avisa og Adresseavisen nokså beskjedent. Iflg. Guri Hjeltnes hadde Adresseavisen et opplag på 16 200, mens Arbeider-Avisa hadde 10 500. Adresseavisen kom ut under hele krigen, sammen med Dagsposten som var overtatt av NS, mens Arbeider-Avisa og Nidaros (V) måtte innstille. Rett etter krigen hadde Arbeider-Avisa en sterk økning av opplaget. I 1947 var det 21 800, dvs. en dobling siden 1939. Dette var likevel ikke nok, siden Adresseavisen hadde økt til mer enn 40 000.

Når vi ser opplagsutviklingen og den lokale stemmestøtten i sammenheng, peker Trondheim og Arbeider-Avisa seg ut som et eksempel på at stans under krigen kan ha hindret A-presseavisen fra å vinne den lokale førsteplassen. Sikker kan man likevel ikke være. Som det går frem av tabell 2.9, var alle A-pressens nr. 1-aviser relativt små og kom ut på små eller mellomstore steder. Hamar Arbeiderblad, Glåmdalen og Nordlys var de største nr. 1-avisene med et opplag på omkring 15 000, mens Sarpsborg med 28 000 innbyggere var det suverent største utgiverstedet. At stemmestøtten på slike steder gjorde at A-presseavisen kunne overta den lokale førsteplassen, betyr ikke nødvendigvis at samme grad av støtte ville vært tilstrekkelig i store byer med et stort annonsemarked og et stort geografisk omland.

Debatten om Arbeiderbladet og krigen

Spørsmålet om hva krigen betydde for Arbeiderbladet, har vært mye diskutert. I bind II av Arbeiderbladets historie fortalte Bjørn Bjørnsen hvordan Arbeiderbladet var i ferd med å bli Norges største avis, og hvordan krigen ga Aftenposten et avgjørende forsprang. Mens «avisen pustet Aftenposten med sine 90 000 ubehagelig i nakken» i 1939, klarte den ikke å holde opplaget «over 60 000-streken» i 1946 og 1947. Aftenposten hadde samtidig økt opplaget kraftig, fra omtrent 90 000 i 1939 til 133 000 i 1946. Bjørnsen mente forklaringen var at arbeiderne hadde vent seg til å holde Aftenposten eller Morgenposten under krigen, og fortsatte å gjøre det etterpå. «Folk spyttet på disse avisene i fem år, men kunne ikke la være å lese dem det sjette», forklarte Haakon Lie⁶⁷.

I Nytt Norsk Tidsskrift avviste Asle Rolland Bjørnsens oppfatning, som han kalte «myten om hva krigen gjorde med Arbeiderbladet»⁶⁸. Hans viktigste argument var netto opplagstall for de siste mellomkrigsårene. De viste at opplaget til Arbeiderbladet ikke passerte 65 000 i 1938, slik Bjørnsen påsto, men stagnerte på et nivå rett under 60 000. Rollands tall er senere avvist av Einar Olsen, som mente at opplagstallene var mindre pålitelige enn Rolland antok, og at det var mange sider ved konkurranseforholdet de ikke fanget opp.

Olsens innvendinger til tross: Notarialbekreftede nettotall er utvilsomt bedre enn ukontrollerte bruttotall. Når målet er å forklare Arbeiderbladets stilling etter krigen, er diskusjonen om opplagstall i 1930-årene likevel en avsporing. Selv om opplaget i 1938–39

⁶⁷ Bjørnsen 1986: 213, 264. Haakon Lie sitert etter Lyshagen 2008: 24.

⁶⁸ Rolland, Asle: Myten om hva krigen gjorde med Arbeiderbladet. Nytt Norsk Tidsskrift vol 4, 1987.

hadde vært omtrent 65 000 slik Bjørnsen mente, ville avstanden til Aftenposten med sitt kontrollerte opplag på 85 000 i 1938 fremdeles være svært stor. For å ta igjen Aftenposten trengtes det enten en kraftig vekst over en lang periode, eller et dramatisk gjennombrudd slik enkelte arbeiderpartiaviser opplevde rett etter krigen.

Etter krigen var Aftenpostens forsprang blitt mye større. I 1947 hadde Aftenposten et opplag på 131 000, dvs. mer enn 50 prosent økning siden 1938. Arbeiderbladet hadde 57 000, altså det samme som rett før krigen. Etter krigen hadde også nye aviser gjort konkurransen i Oslo mye vanskeligere. Det viktigste var at kommunistavisen Friheten gjorde det svært godt etter frigjøringen, med et anslått opplag på litt over 100 000 høsten 1945.⁶⁹

Hva hvis Aftenposten ikke hadde vokst så mye under krigen, slik forspranget hadde vært 25 000–30 000 i stedet for omtrent 75 000 i de første etterkrigsårene? Det mest sannsynlige er at Aftenposten likevel ville beholdt førsteplassen. Arbeiderpartiet og kommunistene hadde en samlet oppslutning på 51 prosent ved stortingsvalget i 1949, og 49 prosent ved stortingsvalget i 1953. Ingen andre steder der oppslutningen var såpass begrenset, klarte arbeiderpartiavisen å erobre førsteplassen i gjenreisingsårene etter krigen.

Bjørnsens og Haakon Lies beklagelser over at arbeiderne hadde lært seg å godta Aftenposten og Morgenposten under krigen, bestyrker troen på at Arbeiderbladet ikke ble frarøvet sjansen til å bli byens og landets største avis. Det Bjørnsen skriver, er jo at Arbeiderbladet var helt avhengig av det konkurransehinderet som den politiske lojaliteten utgjorde. Fordi det skjermede markedet ikke var stort nok, kunne Arbeiderbladet heller ikke overta førsteplassen.

A-pressen og krigen – en oppsummering

Krigen har hatt svært forskjellig betydning for A-pressens aviser. De 13 avisene som var nr. 1 i 1952, var det også i 1947. Minst seks av dem hadde vært nr. 1 allerede før krigen, og ble derfor ikke stanset. Noen, slik som Glåmdalen i Kongsvinger og Arbeidets Rett på Røros, fortsatte som distriktet eneste lokalavis. Hamar Arbeiderblad og Akershus Arbeiderblad ble i stedet slått sammen med den borgerlige konkurrenten. Blant A-pressens førsteaviser fra 1947 og 1952 var det også noen som hadde vært nr. 2 før krigen, og som passerte konkurrenten rett etter frigjøringen. I tillegg til Nordlys gjaldt det Halden Arbeiderblad, Opland Arbeiderblad på Gjøvik og Helgeland Arbeiderblad i Mosjøen⁷⁰.

For disse tretten avisene er det tydelig at hendelsene under krigen ikke hadde tatt fra dem den lokale førsteplassen, eller hindret dem i å erobre den. I noen få tilfeller kan det se ut til at krigen har vært en direkte fordel, ved at den borgerlige avisen tapte så mye tillit at A-presseavisen fikk en lett oppgave etter frigjøringen. Dette var for eksempel tilfelle i Halden. «Folk ville ha HA, folk ville lese HA. Og opplaget steg hurtig mot nye høyder» står det i

⁶⁹ Tall er hentet fra Johan Onas beretning til Arbeiderpartiets landsmøte i 1949 (side 51). Guri Hjeltmes (1990:229) og Trond Bergh (1988:95) skriver at Friheten hadde et opplag på 130 000, men i henhold til Håkon Lie (1985:22) gjaldt det bare noen få valgkamputgaver. Lie mener at opplaget til Friheten bare var 70–80 000.

⁷⁰ Siden opplagstallene for årene før krigen var mangelfulle, er det et par tilfeller der det er vanskelig å avgjøre om A-presseavisen ble nr. 1 rett før eller rett etter krigen.

Halden Arbeiderblads historie. En av årsakene var at «det store publikum hadde mistet tilliten til Amtstidende som kom ut under hele krigen. Tilliten ble aldri gjenvunnet.»⁷¹

Det som måtte finnes av negative, langsiktige effekter, gjelder avisene fra den nederste halvdel i tabell 2.9. Her kan man skille mellom tre mulige virkninger. Den mest alvorlige er om avbruddet under krigen har hindret noen aviser fra å erobre førsteplassen. Aviser som Moss Arbeiderblad, Nybrott i Larvik, Arbeider-Avisa i Trondheim og Fremtiden i Drammen forble nummer to selv om de hadde en sterk lokal stemmestøtte. Det er likevel ikke sikkert at krigen var den eneste, eller den viktigste, årsaken. Tvilen som gjelder Arbeider-Avisa er allerede nevnt. Vi vet også at Moss Arbeiderblad må ta en del av skylden for at den sto så svakt rett etter krigen. Mens A-pressens aviser vanligvis gjorde en imponerende innsats, tok det tid før Moss Arbeiderblad fikk organisasjonen på plass.

En annen, mer kortsiktig effekt kan det ha vært blant de syv nr. 2-avisene som erobret førsteplassen etter 1952. Disse avisene er merket med + foran avisnavnet i tabell 2.9. Uten stansen under krigen kunne det muligens tatt litt mindre tid før de passerte den borgerlige konkurrenten, og krevd mindre innsats. I forbindelse med avisoppgjøret etter krigen mente Tidens Krav at den hadde vært den ledende avisen på Nordmøre rett før okkupasjonen, og mistet denne posisjonen til Romsdalsposten (V) som ikke ble stoppet. Tidens Krav ble nr. 1 i Kristiansund igjen rundt 1960, men konkurransen var svært jevn fra den første etterkrigstiden og helt frem til begynnelsen av 1970-årene. Hvis det er riktig at Tidens Krav var størst rett før krigen, var effekten av krigen at den fikk femten år som knepen nummer to i stedet for femten år som knepen nummer en⁷².

For resten av de avisene som var nr. 2 i 1952, var det nærmest forutbestemt at de aldri ville erobre den lokale førsteplassen. De var startet på steder som allerede hadde godt innarbeidete borgerlige aviser, og de manglet den stemmestøtten som kunne løftet dem frem til førsteplassen. Etter hvert kom de inn i den nedadgående delen av opplagsspiralen, og et flertall av dem er nedlagt (merket med minus i tabell 2.9). Denne skjebnen deler de med nesten alle de borgerlige nr. 2-avisene. Den mulige effekten for disse avisene er at tilværelsen som nr. 2-avis ville vært litt lettere, og nedleggelsen kommet litt senere, hvis det ikke hadde vært for okkupasjonen. Det er lett å skjønne at denne virkningen har skapt stor bitterhet blant de avisene det gjaldt. Noen varig effekt av krigen er det imidlertid ikke.

Sett med dagens øyne kan det virke litt håpløst at A-pressen grunnla aviser i områder der Arbeiderpartiet sto svakt, og at den senere gjorde en stor innsats både organisatorisk og økonomisk for å holde dem i live. Det store flertall av datidens avisfolk hadde imidlertid en politisk, ikke en økonomisk begrunnelse for sin virksomhet. Når arbeiderbevegelsen startet aviser i borgerlige bastioner som Sandefjord, Kristiansand eller Haugesund, var det ikke med en forventning om at disse avisene en gang skulle få den rollen som Sandefjords Blad, Fædrelandsvennen og Haugesunds Avis har i dag. Målet var i stedet å skape størst mulig oppslutning om Arbeiderpartiets politikk. For å nå dette målet måtte partiet ha et nett av aviser som dekket hele landet.

⁷¹ Dalastøl 1979: 58.

⁷² De offisielle opplagstallene viser at Tidens Krav lå så vidt foran konkurrenten i 1960, at Nordmørsposten var størst igjen i 1961, og at Tidens Krav hadde et lite forsprang gjennom resten av 1960-årene.

3. Et nivådelt avissystem

Når vi skal beskrive hvordan avissystemet har utviklet seg fra mellomkrigstiden og frem til begynnelsen av 1950-årene, er det tilstrekkelig å skille mellom dagsaviser og fådagersaviser og mellom aviser med forskjellig partitilknytning. For resten av perioden er det behov for en annen inndeling. Skillet etter politisk tilknytning fikk etter hvert mindre betydning, og fra begynnelsen av 1990-årene har det falt helt bort. Til gjengjeld har den geografiske dimensjonen blitt stadig viktigere.

I dag er det utgiverstedet og dekningsområdet som avgjør hva slags journalistisk profil de aller fleste aviser får. Aviser i de største byene har et bredt tilbud av nasjonale, internasjonale og lokale nyheter, aviser i mellomstore byer har mindre telegramstoff og legger hovedvekten på det lokale, og avisene på de minste stedene er rendyrkede lokalaviser. Slik var det ikke tidligere. Frem til midten av 1980-årene var det vanlig at lokale fådagersaviser brukte nasjonale og internasjonale nyheter fra NTB i tillegg til sitt egenproduserte lokalstoff, dvs. de lignet mye mer på dagsavisene enn de gjør i dag.

Den avistypologien som blir brukt for perioden fra 1952 til i dag, ble opprinnelig laget for Dagspresseutvalget av 1990, og er brukt i utredningen «Mål og midler i pressepolitikk-en».⁷³ Fra 1994 og fremover har jeg brukt den til å lage en årlig avisstatistikk. Typologien er så generell at den også kan brukes for periodene før 1990.

Typologien bygger på to kjennetegn. Det første er avisenes geografiske nivå – om de er nasjonale eller om de dekker et større eller mindre lokalt område. Her er det skilt mellom fire forskjellige nivåer: et nasjonalt nivå (løssalgsaviser og nisjeaviser), et nivå for aviser i de største byene, et for lokale dagsaviser (minst fire utgaver per uke) og et for lokale fådagersaviser.⁷⁴ Utgivelsesfrekvens er ikke noe geografisk kjennetegn, men i praksis viser det seg at det er et godt mål for dekningsområdets størrelse. De lokale dagsavisene dekker vanligvis en mellomstor by og dens nærmeste omland, mens en fådagersavis dekker en liten by (f.eks. sørlandsbyene Grimstad og Lillesand) eller et lite tettsted. Etter hvert er det også blitt vanlig med fådagersaviser som har kommunen, og ikke utgiverstedet, som sin viktigste geografiske referanse.

Det andre kjennetegnet er avisenes konkurransesituasjon, dvs. om de er den ledende avisen på utgiverstedet (nr. 1 eller alene) eller nr. 2. Dette skillet sto sentralt i arbeidet til Stat- og pressekomiteen (Hellerud-komiteen) som ble nedsatt i 1966, og har vært det viktigste kriteriet for pressestøtten. Skillet etter konkurransesituasjon er bare brukt for de to midterste nivåene, dvs. storbyaviser og lokale dagsaviser. Systemet med aviser på forskjellige geografiske nivåer blir ofte beskrevet ved hjelp av den såkalte paraplymodellen. Modellen er hentet fra amerikansk avisforskning, der den først er brukt av avisøkonomen James Rosse. Senere har den fått et visst gjennomslag både i Norge og andre europeiske land.⁷⁵

⁷³ NOU 1992:14. En typologi som Norske Avisers Landsforbund brukte i heftet «10 teser om pressestøtten» fra 1990 var et viktig utgangspunkt for utvalgets arbeid.

⁷⁴ Skillet mellom dagsaviser og fådagersaviser bygger på UNESCOs avisdefinisjoner.

⁷⁵ Se Compaine 1980, Rosse 1975, Rosse og Dertouzos 1978, Høst 1987, Lundby og Skogerbø 1988, Roppen 1991, Kopper 1995, Weibull 1995.

Figur 3.1 viser en utgave av paraplymodellen som er tilpasset det norske avissystemet. De vide buene som representerer dagsavisene, skal symbolisere to forhold. Det første er at disse avisene ofte dekker områder der det også finnes aviser på et lavere geografisk nivå. Det andre er at avisenes husstandsdekning vanligvis er høyest på utgiverstedet og i de nærmeste nabokommunene, og lavest i utkanten av dekningsområdet. De doble buene skal markere at noen utgiversteder har konkurrerende nr. 1- og nr. 2-aviser, og at disse avisene gjerne dekker samme geografiske område. Siden nr. 2-avisene har lavere opplag enn konkurrentene, er buene for disse avisene tynnere. Det er også lagt inn en del «huller» i strukturen. De skal markere at det finnes områder som enten mangler en lokal dagsavis eller en fådagersavis.

Figur 3.1 Skjematisk oversikt over avissystem med fire nivåer

Den øverste buen representerer riksavisene, buene på linjen under storbyaviser (landsdelsaviser), deretter lokale dagsaviser og lokale fådagersaviser.



Buene som representerer de lokale dagsavisene, har forskjellig størrelse, og buene for lokale fådagersaviser er ujevnt fordelt. Dette skal vise at lokale fådagersaviser ikke er like vanlig i alle deler av landet, og at det ofte er mange fådagersaviser under den vide paraplyen til en stor lokal dagsavis. I nyere tid har Sunnmøre vært det mest typiske eksemplet på et distrikt som både har en stor lokal dagsavis (Sunnmørsposten i Ålesund) og mange lokale fådagersaviser.

Tanken om at avisene opererer på forskjellige geografiske nivåer, er ikke ny. Den har tidligere vært brukt av Dagspresseutvalget av 1972, som tok den med i sin definisjon av begrepet differensiert dagspresse. Utvalget opererte riktignok med tre i stedet for fire nivåer. Det øverste var «en egen avistype med riksavispreg», det midtre var «de såkalte mellomstore aviser» som gjerne dekket et fylke eller en region, og det nederste var «den rene lokalavis».⁷⁶

⁷⁶ NOU 1973:22, se særlig s. 12–13.

Beskrivelsen av nivåene var ment som en illustrasjon, og utvalget brukte ikke nivådelingen til å lage statistikk. Da Dagspresseutvalget av 1972 diskuterte nivådelingen av avisene, manglet landet fremdeles «store riksaviser i spredningsmessig forstand». Det varte imidlertid ikke lenge før løssalgssavisene hadde utviklet seg til fullverdige riksaviser. Av hensyn til sammenlignbarheten er de regnet med til det øverste, nasjonale nivået også for 1952. De forskjellige nisjeavisene (dvs. dagsaviser av typen Dagens Næringsliv, Klassekampen og Vårt Land og nasjonale fådagersaviser) hører også med på dette nivået.

I 1952 var 17 aviser plassert på det nasjonale nivået: to løssalgssaviser, seks daglige nisjeaviser og ni fådagersaviser (tabell 3.1). Disse avisene hadde et samlet opplag på omtrent 302 000. Dette er 19 prosent av totalopplaget (uten Aftenposten Aften) som var på 1,63 millioner, og tilsvarer 0,30 aviser per husstand. Nivået under riksnivået består av storbyavisene, dvs. de vanlige dagsavisene i Oslo, Bergen, Trondheim og Stavanger.⁷⁷ Det er disse avisene Dagspresseutvalget hadde i tankene da det skrev om «en egen avistype med riksavispreg» som ble utgitt i de største byene. Storbyavisene dekker både et videre geografisk område, har større redaksjonelle ressurser og større ambisjoner for dekning av nasjonale og internasjonale nyheter enn vanlige lokale dagsaviser. I 1952 var det 15 slike aviser: Aftenposten (148 000), Bergens Tidende (50 000), Adresseavisen (48 000) og Stavanger Aftenblad (32 000) sammen med elleve nr. 2-aviser. Samlet opplag var omtrent 500 000. De fire største hadde et samlet opplag på 280 000, mens nr. 2-avisene hadde 220 000 til sammen.

På nivået for vanlige lokale dagsaviser var det 66 aviser i 1952. De hadde et samlet opplag på omtrent 520 000, som var 32 prosent av samlet opplag uten Aftenposten Aften. Disse avisene får vanligvis mindre oppmerksomhet enn storbyavisene og de nasjonale avisene, men i kraft av sitt antall og sitt samlede opplag peker de seg likevel ut som en viktig del av det norske avissystemet. Litt over halvparten av avisene i denne gruppen var nr. 2-aviser.

De lokale fådagersavisene som utgjør det nederste nivået, var den mest tallrike gruppen med 122 forskjellige representanter i 1952. Samlet opplag er anslått til 304 000, dvs. omtrent like mye som for avisene på det nasjonale nivået.

En liten gruppe av lokale fådagersaviser passer ikke inn i det vanlige geografiske mønsteret. Det er politiske fådagersaviser som kommer ut i en mellomstor by og som dekker et (minst) like stort geografisk område som dagsavisene i byen. I Sverige har denne avistypen vært ganske tallrik i hele etterkrigstiden. I Norge har den derimot vært svært sjelden. Rundt 1990 var det bare én slik avis igjen, senterpartiavisen Fylket som kom ut i Molde og dekket hele Møre og Romsdal fylke. Den ble derfor ikke skilt ut som egen kategori selv om den hadde en helt annen karakter enn andre lokale fådagersaviser.

Tidligere var det litt flere slike aviser, og derfor er det tatt med en kategori for «regionale fådagersaviser» i tabell 3.1. I 1952 var det seks aviser i denne kategorien. Det var NKP-avisene Arbeideren i Brumunddal og Nordland Arbeiderblad i Narvik, Bygdenes Blad (Bondepartiet) i Tønsberg, Opplands Tidende (H) i Gjøvik og de to kristne avisene

⁷⁷ Det er ingen etablert praksis for hvordan man behandler avisene i de største byene. Oslo og Aftenposten blir ofte behandlet for seg, mens Bergens Tidende, Adresseavisen (Trondheim), Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen (Kristiansand) kommer i neste gruppe («de fire store»). Fædrelandsvennen er mye mindre enn de tre andre avisene, og likner mer på fylkesaviser som Drammens Tidende.

Kristiansands Avis og Samleren (Mandal). Bygdenes Blad, Nordland Arbeiderblad og Samleren hadde tre utgaver per uke, Kristiansand Avis hadde to, mens Arbeideren og Opplands Tidende var ukeaviser.

Tabell 3.1. Antall aviser, opplag og opplag per husstand i 1952, etter type avis

	Antall	Opplag, 1000 eks	Opplag per husstand
Løssalgssaviser	2	118	,12
Storbyaviser	4	279	,28
Nr. 2-aviser i de største byene	11	220	,22
Riksspredte meningsaviser	6	123	,12
Ledende lokale dagsaviser	31	340	,34
Lokale nr. 2-aviser	35	179	,18
Lokale 2–3-dagersaviser	97	276	,28
Lokale ukeaviser	25	28	,03
Regionale fådagersaviser	6	16	,02
Nasjonale fådagersaviser	9	65	,07
Aftenposten Aften	1	122	,12
Dagsaviser i alt	90	1381	1,38
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	46	399	,40
Fådagersaviser i alt	137	385	,38
Alle aviser	227	1766	1,76

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

Aftenpostens aftennummer er også skilt ut som egen kategori, siden den har en helt annen karakter enn de andre storbyavisene⁷⁸. Resultatet er dermed en typologi med elleve forskjellige kategorier.

I den amerikanske avisforskningen er paraplymodellen brukt til å studere konkurransen mellom aviser på forskjellige geografiske nivåer. Stikkordet som gjerne brukes, er «inter-layer competition». Det sentrale spørsmålet er altså om aviser fra et høyere geografisk nivå vil vokse på bekostning av aviser fra nivået under, eller om det er de små som klarer seg best. Den svenske avisforskeren Karl Erik Gustafsson⁷⁹ mener det siste er tilfelle, og bruker uttrykket «strength from below» om en utvikling der lokale dagsaviser øker stoffmengden og dermed skyver de nasjonale og regionale dagsavisene bort fra sitt område.

Hos oss har konkurransen mellom aviser fra forskjellige geografiske nivåer ikke vært noen viktig del av avisutviklingen. Aviser på forskjellige geografiske nivåer vil ofte utfylle hverandre, og dermed bli oppfattet som en lokal avispakke snarere enn som direkte konkurrenter. Det er nok et element av konkurranse også, men denne konkurransen har en helt

⁷⁸ Det er ingen selvfølge at Aftenpostens aftennummer (nå Aften) skal behandles særskilt. Andre plasserer den i en av kategoriene for lokale dagsaviser. Dette vil nødvendigvis skape problemer når man skal lage historisk statistikk. Aftenposten ble lenge regnet som en avis med to forskjellige utgaver. Det er først i Aviskatalogen for 1988 at Aftenposten aften er oppført som en egen avis. Det vil imidlertid være meningsløst å si at i det året økte det samlede avisopplaget med 190 000. Når Aftenposten Aften er med for hele perioden, er det lettere å se hvordan det reelle avisforbruket har utviklet seg over tid.

Et annet argument for å behandle Aftenposten Aften for seg, er at den har en annen og mer uklar geografisk forankring enn vanlige storbyaviser. Selv om den etter hvert er blitt mer lokal, er den fremdeles en mellomting mellom en byavis for Stor-Oslo og en regionavis for en større del av det sentrale Østlandsområdet.

⁷⁹ Gustafsson 1996:91.

annen karakter enn konkurransen mellom nr. 1- og nr. 2-aviser. Norske arbeider som bruker paraplymodellen, har derfor ikke brukt den som en teori om avis konkurranse, men som et hjelpemiddel for å beskrive avissystemet. Til dette formålet har den fungert godt. Den danner grunnlaget for en avistypologi som fungerer, og den gjør det lettere å beskrive resultater som bygger på denne typologien.

Selv om paraplymodellen er hentet fra avisøkonomien, er det mest fruktbart å oppfatte den som en geografisk modell. Geografer har en lang tradisjon for å studere forholdet mellom små og store sentra. Et klassisk bidrag er sentralstedsteorien til den tyske geografen Walter Christaller. Utgangspunktet til Christaller var at sentra med forskjellig størrelse og forskjellige servicetilbud (dvs. storbyer, andre byer, landsbyer og små tettsteder) skulle plasseres mest mulig effektivt i et homogent landskap. Da blir resultatet et regelmessig mønster av sekskantede markeder med et senter i midten, der markedet for et senter på et høyere nivå er sammensatt av delmarkeder som også har et senter på lavere nivå. Sentrene danner altså et hierarkisk system. Paraplymodellen til Rosse er nøyaktig den samme modellen. Den eneste forskjellen er at Rosse har sett systemet fra siden i stedet for ovenfra, og at han har brukt buer i stedet for sekskantede flater for å beskrive markedene.

Når vi bruker paraplymodellen som en geografisk modell, blir det naturlig å stille litt andre spørsmål enn det som er vanlige i avisforskningen. Det første gjelder hva slags sammenheng det er mellom avissystemet og systemet av byer og tettsteder. Avsnittet om «den geografiske fordelingen» i forrige kapittel viste at det var en nær forbindelse mellom de to strukturene i den første etterkrigstiden. Det som er kalt «huller» i den norske versjonen av paraplymodellen, kunne som regel forklares med geografiske hindringer, slik som dårlige kommunikasjoner, spredt bosetting og en mangelfull senterstruktur. Hvis slike hindringer faller bort eller får mindre betydning, kan vi forvente at noen av de gamle hullene i avismønsteret vil bli fylt.

En annen type spørsmål gjelder hva aviser på forskjellige geografiske nivåer betyr for leserne og for samfunnet. I den geografiske modellen er det åpenbart at sentra på forskjellige nivåer dekker forskjellige behov. En slik rollefordeling må det være for avisene også, selv om skillet mellom forskjellige nivåer av aviser ikke er like tydelig. Det er også naturlig å tro at rollefordelingen mellom forskjellige typer aviser kan endre seg raskere og på en annen måte enn forholdet mellom små og store byer og tettsteder.

I Norge tar vi det nærmest for gitt at vi har et avissystem med nasjonale aviser, store, mellomstore og små lokale dagsaviser og små lokale fådagere. Bortsett fra at det nasjonale nivået manglet eller var svært dårlig utbygd, har det vært slik siden mellomkrigstiden og den første etterkrigstiden. Hvis vi sammenligner med andre land, ser vi fort at et slikt avissystem ikke er noen selvfølge. Vi skal ikke lenger enn til Sverige for å finne et avissystem der det nesten ikke finnes lokale fådagere. Det vi regner som fådagere avisenes oppgaver, blir i stedet dekket av egne sider i de lokale dagsavisene. I mange andre europeiske land står lokalpressen enda svakere.

Det nivådelte norske avissystemet er altså spesielt i internasjonal målestokk. Det er også forklaringen på at avisforbruket er så høyt. Fra slutten av 1980-årene og frem til 2005 var Norge aller øverst på den internasjonale statistikken over dagsaviser per tusen innbyggere. Da de svenske forskerne Karl Erik Gustafsson og Lennart Weibull sammenlignet avisforbruket i

forskjellige europeiske land i 1994, konkluderte de med at oppskriften på et høyt nivå er «a strong local press, besides a fairly strong national press».⁸⁰

Utviklingen fra den første etterkrigstiden og frem til midten av 1990-årene har gjort at det norske avissystemet er blitt mer komplett. Det er også blitt en klarere rollefordeling mellom nivåene. Forklaringen på at det har gått slik, må ligge i samspillet mellom avissystemet og det desentraliserte norske samfunnet. Her har det norske kommunesystemet en sentral rolle. Vi har et stort antall kommuner i forhold til folketallet, og kommunene har ansvaret for en stor del av de offentlige tjenestene. Det som skjer på rådhuset og i kommunestyresalen, har således direkte betydning for folks hverdag. Vi har også hatt en kultur som understreker verdien av lokal forankring og lokal identitet.

⁸⁰ Høst og Severinsson 1997, Gustafsson og Weibull 1996.

4. Den første aviskonsentrasjonen – fra 1952 til 1969

I 1952 ble papirrasjoneringsen opphevet, og avisene kunne igjen bestemme hvor mye stoff de skulle inneholde. Det betydde at de økonomisk sterke avisene kunne bruke sine ressurser til å utvikle avisproduktet. En slik utvikling hadde A-pressens disponent Johan Ona fryktet lenge. Allerede høsten 1945 advarte han om at konkurrentene «står parat til å omgjøre sin fortjeneste i større og bedre aviser», og anbefalte at papirrasjoneringsen måtte opprettholdes. Nå, syv år senere, var denne barrieren falt. Også andre enn Johan Ona var bekymret for avisenes fremtid. På det niende nordiske presse-møtet i 1950 beskrev Edmund Norén, formann i Oslo-avisenes forening, en utviklingstendens som han kalte kvantumsspiralen⁸¹:

«Aviser som hadde en gunstig utgangsstilling da moderniseringen og effektiviseringen av avisutgivelsen tok til, har høstet de fordeler som kvantumsspiralen legger inn i avisdriften. – Stort opplag gir mange annonser, mange annonser gir enda større opplag osv. – Slik har det utviklet seg en gruppe av stadig mer framtrepende aviser – den eller de som er størst på hvert sted – og som har hva man kan kalle stjerneøkonomi. Kvantumsspiralen arbeider som en toppladet magnet – den trekker til seg fremgang på alle områder – ja den virker så sterkt at man kan tale om en bestemt lovmessighet. (...) Denne utviklingen kan synes uavvendelig, og er den det, da kan vi like godt innstille oss på at under veien framover vil avis etter avis tre ut av rekkene og bli stående igjen som døde monumenter, mens et stadig færre antall aviser fortsetter marsjen videre framover. Men vi ønsker ikke en slik utvikling, og vi tror heller ikke at den er uavvendelig».

Utviklingen fra 1952 og framover ble ganske riktig preget av at de ressurssterke avisene vokste. Det gjaldt både sidetall og opplag, i noen tilfeller også utgivelsesfrekvens. Mange av de svake avisene gikk tilbake, og flere måtte innstille. Avisdød ble for alvor et tema for avisenes organisasjoner. Mot slutten av perioden ble det derfor nedsatt en komité – Stat- og pressekomiteen – som skulle utrede hva som kunne gjøres for å motvirke denne utviklingen.

Fra utgangen av 1952 til utgangen av 1969 ble tallet på aviser redusert fra 227 til 191, dvs. et netto bortfall på 36 aviser (tabell 4.1 og tabell 4.2).⁸² Antallet nedlagte aviser var vesentlig høyere, siden det også ble startet nye aviser i perioden. 19 av de 191 avisene som kom ut ved utgangen av 1969, var startet etter 1952. Nedgangen i antall aviser var sterkest fra 1952 til 1960, litt svakere fra 1960 til 1969 (tabell 4.3).

Siden antall aviser gikk sterkt tilbake, er det litt overraskende at tallet på utgiversteder var konstant. Det ble utgitt avis på 123 steder i 1952, 123 steder i 1960 og 123 steder i 1969. Dette betyr at avisdøden hovedsakelig har rammet aviser som hadde en eller flere lokale konkurrenter. Det ble nok nedlagt noen fådagere aviser som var alene på utgiverstedet også, men dette ble oppveid ved at det ble startet fådagere aviser på andre steder.

⁸¹ Det Niende Nordiske Presse-møte i Norge juni 1950. Beretning s. 64. Omtalen av kvantumsspiralen er gjentatt på Oslo Redaktørforenings årsmøte i 1952 (Dagspressen nr. 4-6 1952)

⁸² Fra 1950 til 1965 sank tallet på aviser som var tilknyttet Norske Avisers Landsforbund fra 191 til 160. Disse tallene finnes i innstillingen fra Stat- og pressekomiteen og er gjentatt i mange andre fremstillinger.

For 1952 var det samlede opplaget anslått til omkring 1 760 000 (tabell 4.3). I 1969 var det omkring 2 070 000, dvs. en økning på 17 prosent.

Avisdød og lokal konkurranse

Av avisene fra 1952 var 53 nedlagt før utgangen av 1969⁸³. Ikke alt dette bør regnes som avisdød. Noen av avisene hadde bare eksistert en kort tid, fra noen få måneder til et par år. Slike tilfeller er det riktigere å kalle mislykket nyetablering. For denne perioden er det nyttig å skille mellom førkrigsaviser og aviser som ble etablert etter krigen. Når aviser fra før krigen ble nedlagt etter 1952, må det åpenbart regnes som avisdød. I alt var det 39 slike nedleggelsler mellom 1953 og 1969. Resten av nedleggelsene gjaldt etterkrigsaviser, men også blant dem var det en liten håndfull som hadde eksistert så lenge at avisdød er den riktige betegnelsen. Det gjelder for eksempel Dagsavisa i Trondheim som levde i ni år etter at den ble etablert i 1945, og Larvik Morgenavis (H), som ble etablert i 1947 og nedlagt i 1965.

De nedleggelsene som vakte størst oppmerksomhet i samtiden, gjaldt dagsaviser i byene. Slike nedleggelsler var det 13 tilfeller av i perioden.⁸⁴ Utviklingen var mest dramatisk i Trondheim, som hadde fem forskjellige dagsaviser i 1952. Dette var Adresseavisen (H), Arbeideravisa (A), Dagsavisa (KrF), Nidaros (V) og Trøndelag (Bondepartiet). Seks år senere var det bare to dagsaviser igjen: Adresseavisen og Arbeideravisa. Dagsavisa (nedlagt 1954) og Trøndelag (1957) var forsvunnet for godt. Den tradisjonsrike venstreavisen Nidaros eksisterte fremdeles, men bare som lokal ukeavis⁸⁵.

Tabell 4.1. Utgiversteder etter avistilbud, 1952, 1960 og 1969

	1952	1960	1969
Minst tre dagsaviser	12	6	5
To dagsaviser	17	21	21
Dagsavis og fådagersavis (er)	2	2	4
En dagsavis	5	10	16
To eller flere fådagersaviser	24	13	9
En fådagersavis	63	71	68
Dagsaviskonkurranse	29	27	26
Annen lokal konkurranse	26	15	13
Sted med avismonopol	68	81	84
Sted med dagsavis	36	39	46
Sted med (bare) fådagersavis	87	84	77
Utgiversteder i alt	123	123	123
Aviser i alt	227	202	191

⁸³ Det var også tre aviser som ikke var selvstendige aviser i 1969, men som ble det igjen senere.

⁸⁴ Det var også tre tilfeller der daglige nr. 2-aviser gikk over til å bli fådagersaviser, dvs. en samlet nedgang fra 47 til 31 daglige nr. 2-aviser slik det går frem av tabell 7.

⁸⁵ Nidaros gikk konkurs i januar 1957. Senere har den gjenoppstått flere ganger som fådagersavis før den sluttet for godt i 1990. I fagbladene Journalisten og Dagspressen er den både sammenlignet med fuglen Fønix og bibelens Lasarus.

De fleste dagsavisene som ble lagt ned, ble gitt ut på steder som hadde tre eller flere dagsaviser. I 1952 hadde tolv steder slik konkurranse, jf. oversikten i tabell 2.4. I 1969 var det bare fem slike utgiversteder igjen – Oslo, Bergen, Stavanger, Kristiansand og Arendal. Den overgangen fra et treavis- til et toavissystem som hadde skjedd fra 1939 til 1952, fortsatte altså gjennom 1950- og 1960-årene.

Alle de tolv stedene som hadde tre eller flere dagsaviser i 1952, hadde minst to borgerlige aviser pluss en arbeiderpartiavis. Som regel var en av de borgerlige avisene størst, A-presseavisen nest størst og en borgerlig avis nummer tre. Bortsett fra i Haugesund, der arbeiderpartiavisen Haugaland Arbeiderblad ble lagt ned i 1955, rammet avisdøden på disse stedene de svakeste av de borgerlige avisene. I tillegg til avisene i Trondheim var det Fylkesavisen (Skien, H) i 1954, Fylkesavisen Møre Dagblad (Kristiansund, H) i 1955, Vestfold (Sandefjord, V) i 1958, Stavangeren (H) i 1964 og Larvik Morgenavis (H) i 1965. I Molde førte konkurransen i stedet til at senterpartiavisen Fylket reduserte frekvensen fra seks til tre utgaver per uke, mens Romsdals Budstikke (V) og Romsdal Folkeblad (A) fortsatte som dagsaviser.

En del av de fådagersavisene som ble lagt ned i perioden, lignet de nedlagte dagsavisene i den forstand at de hadde en større og mer vellykket lokal konkurrent. Konkurrenten hadde ofte brukt sin styrke til å øke utgivelsesfrekvensen, og tjent på det, mens den som ble nedlagt, fortsatte med to eller tre utgaver per uke. Resultatet var en sterk nedgang i steder som hadde konkurrerende fådagersaviser, fra 24 i 1952 til 9 i 1969.

I dag blir avisdød på grunn av lokal konkurranse gjerne forklart ut fra teorien om opplagsspiralen. Denne teorien ble formulert av svenske Lars Furhoff i 1967. I opplagsspiralen er det bare to grupper av aviser: nr. 1-avisen som er den største av konkurrentene på utgiverstedet, og nr. 2-avisene som er alle de andre. Når vi ser på opplagstallene fra denne perioden, er det tydelig at dette er en grov forenkling. Blant nr. 1-avisene var det både aviser som hadde en helt overlegen stilling i forhold til sine konkurrenter, og aviser som hadde et beskjedent forsprang. Blant nr. 1-avisene som hadde et beskjedent forsprang, var det flere som senere mistet førsteplassen.

Blant nr. 2-avisene var det på samme måte et stort spenn, fra aviser som nesten var på høyde med konkurrenten til små aviser som var håpløst akterutseilt. Situasjonen i Trondheim og Haugesund er gode eksempler. I 1952 hadde Adresseavisen et opplag på 48 000, mens den nærmest konkurrenten var Arbeider-Avisa med 20 600. Nidaros (V) hadde 13 500, Dagsavisa (KrF) nesten 9000, mens Bondepartiets avis Trøndelag hadde litt under 3000. I Haugesund var det Haugesunds Avis (V) som hadde førsteplassen med 13 000, med Haugesunds Dagblad (H) på en svært god andreplass med litt over 9000. Haugaland Arbeiderblad hadde bare 2700.

På steder med konkurranse var det hovedsakelig de mest underlegne nr. 2-avisene som ble nedlagt i denne perioden. Dagsavisa i Trondheim og Stavangeren (H, nedlagt 1964) var de største, begge med et godkjent opplag på litt over 8000. Noen få andre hadde mer enn 4000, mens de fleste hadde et opplag på 3000 eller mindre. Trøndelag i Trondheim og Haugaland Arbeiderblad var typiske representanter for denne gruppen.

En tredje gruppe nedleggelses fra denne perioden gjaldt små, privateide bygdeaviser. Her var nedleggelsene gjerne knyttet til enkeltpersoner. Aviser kunne innstille fordi den gamle eieren og redaktøren døde og det var umulig å finne noen som ville overta, fordi den

ansvarlige gikk over i annet arbeid, eller fordi det skjedde noe som gjorde at avisen måtte velge mellom nyinvestering og nedleggelse. Forklaringen på nedleggelsene kan ofte minne om forklaringen på nedleggelse av små gårdsbruk: de var for små, arbeidskrevende og lite lønnsomme til at folk i etterkrigstiden syntes det var meningsfullt å drive dem.

For å ta et konkret eksempel: Ukeavisen Vestlandsnytt i Fosnavåg på Sunnmøre kom ikke ut på vanlig måte fra 1953 og noen år fremover. Året i forveien hadde den gamle redaktøren Olav Aurvoll flyttet til Hardanger og startet avisen Grenda. Frantz G. Frantzen var ansatt som ny bladstyrer, men lønnen var dårlig slik at han måtte spe på med lærarvikariat og arbeid ved sildekontoret. «Frantz G. Frantzen hadde også interesse for skulen og skulearbeid», står det i jubileumsboka, «og då han ei natt klokka 3 kom heim frå trykkeriet med bly på kleda, oppgjeven og trøyt, bestemte han seg for å ta lærarutdanning». ⁸⁶

I tillegg til redaktørene var typografene en sentral gruppe. Da papirrasjoneringen var slutt i 1952, økte de store avisene i byene sidetallet og trengte flere typografer. De ble ofte hentet fra små lokalaviser som ikke kunne tilby like gode arbeidsvilkår og like god lønn. Flere aviser ble lagt ned i 1950-årene fordi typografen var gått over til en større avis og det var umulig å skaffe noen ny.

Ved begynnelsen av 1950-årene ser det ut til at minimumsgrensen for en liten, privatdrevet avis har ligget mellom 1200 og 1500 eksemplarer. Midt i 60-årene var denne grensen steget til mellom 1600 og 1800 eksemplarer. Det er riktignok svært vanskelig å anslå slike grenser. Begrunnelsen for å si at minimumsgrensen har økt, er for det første at mange av de minste avisene faktisk gikk inn, og at nedleggelsene skyldtes dårlig økonomi. For det andre vet vi at mange av de avisene som fortsatte å komme ut selv om opplaget var lavere enn 1600–1800, klarte seg på grunn av støtte utenfra eller fordi de som arbeidet med avisen, ikke skulle ha vanlig betaling. Noen av de minste avisene var fremdeles lokale dugnadsprosjekter.

Som oppsummering kan vi si at avisdøden i denne perioden både gjaldt de svakeste og mest underlegne avisene på steder med konkurranse, og små og svake fådagarsaviser på steder uten konkurranse. Siden de nedlagte avisene var så små, hadde avisdøden liten betydning for det samlede aviskonsumet. De 53 avisene som ble nedlagt fra 1953 til 1969, hadde et samlet opplag på omtrent 120 000 i 1952. Dette var syv prosent av totalopplaget. Effekten av avisdøden må ha vært litt mindre enn dette, siden mange av de nedlagte avisene hadde en negativ opplagsutvikling fra 1952 og frem til det tidspunktet da de måtte stoppe.

Nyetablering av aviser

Selv om perioden som helhet var preget av avisdød, ble det også startet nye aviser. 20 nye aviser fra 1953 til 1959, 14 fra 1960 til 1964 og 9 fra 1965 til 1969 (tabell 4.2). Med unntak av Troms Folkeblad, som raskt gikk opp til fem utgaver per uke, og Stavanger Morgenavis, som var en kortlivet oppfølger av dagsavisen Stavangeren, var de andre fådagarsaviser. Flertallet var upolitiske lokalaviser, men det var også noen forsøk på å etablere regionale fådagarsaviser. Dette var fremdeles i partipressens tid, og når partiet hadde mistet en lokal

⁸⁶ Rabben 1995: 57–58. Det hører med til historien at Frantz G. Frantzen kom tilbake til avisen i 1957, og var med på å gjøre Vestlandsnytt til den veldrevne lokalavisen den er i dag.

dagsavis, eller syntes det manglet et lokalt talerør, var det nærliggende å prøve lykken med en politisk fådagersavis.

Tabell 4.2. Nyetablering av aviser 1953–1969

	Nye aviser ¹⁾	I drift ved utgang av		Prosent i drift	
		1969	2008	1969	2008
1953–1959	20	7	3	37	15
1960–1964	14	6	2	43	14
1965–1969	9	6	3	67	33
I alt	43	19	8	45	19

1) Som startår er regnet det året avisen først tilfredstilte kravet til avis. Noen publikasjoner hadde vært i drift før det registrerte startåret.

Det ble også etablert tre nasjonale fådagersaviser i perioden. Ny Tid (1954–1967) var en nasjonal ukeavis for NKP. Orientering ble startet som organ for den radikale fløyen i Arbeiderpartiet i 1953. De første årene kom den ut hver fjortende dag og er derfor ikke tatt med i statistikken. Fra 1961 ble den ukeavis og talerør for det nystartede Sosialistisk Folkeparti. Orientering var en viktig stemme i den politiske debatten helt til frem til 1975. Da ble Sosialistisk Venstreparti opprettet, og Orientering tatt inn i den nye partiavisen Ny Tid. Den tredje nasjonale nykommeren var nynorskfolkets Dag og Tid som ble startet i 1962 og ble ukeavis fra 1964.

Sammenlignet med årene før og etter, var perioden fra 1952 til 1969 en dårlig tid for nyetablering. Det ble ikke startet så mange nye aviser, og mer alvorlig – de fleste forsøkene fikk en kort levetid. Av de 43 nye avisene som er registrert mellom 1953 og 1969, var bare 19 i drift ved utgangen av 1969. I dag er bare åtte av dem igjen: Bygdeposten (1954) i Vikersund, Ságat (1957), Akers Avis/Groruddalen (1958), Dag og Tid (1962/64), Fosna-Folket (1964), Troms Folkeblad (1965), Strilen (Hordaland 1961/1967) og Altaposten (1969).

Den viktigste forklaringen på den manglende suksessen er at perioden alt i alt var en dårlig tid for lokale fådagersaviser. Varehandelen og den lokale annonseringen hadde et beskjedent omfang, og da var det økonomiske grunnlaget for de nye avisene heller ikke til stede. Grunnen til at Strilen greide seg gjennom 1960-årene, var for eksempel at den ble drevet som et slags dugnadsprosjekt. Det har også vært viktig at de lokale fådagersavisene ble oppfattet som en marginal del av avissystemet, som en avistype uten fremtid.

Fra fådagersavis til dagsavis

I 1950- og 1960-årene var skillet mellom dagsaviser og fådagersaviser mindre tydelig enn det er i dag. Etter hvert som økonomien ble bedre, gikk en del av tredagersavisene fra begynnelsen av 1950-årene over til fire, fem eller seks utgaver per uke. I alt dreide det seg om elleve forskjellige aviser. Alle fådagersaviser som gikk over til å bli dagsaviser i denne perioden, var tilknyttet et politisk parti. Frekvensøkning var således et virkemiddel som partiene brukte for å styrke stillingen. A-pressen var mest aktiv, med syv overganger. I tillegg

til Akershus Arbeiderblad på Lillestrøm gjaldt det Sogn Folkeblad⁸⁷ i Sogn og Fjordane og partiets aviser i Namsos, Mosjøen, Mo i Rana, Hammerfest og Vadsø. Denne geografiske fordelingen sier mye. Det var særlig i Nord-Norge og på Vestlandet at de bedrede kommunikasjonsforholdene gjorde det mulig å øke frekvensen, og da var A-pressen med Johan Ona i spissen ikke sen om å benytte anledningen.

Opplysningene om utgiversteder (tabell 4.1) viser at det var 36 utgiversteder som hadde dagsavis i 1952, og 46 steder i 1969. Det betyr at nesten alle overgangene skjedde på steder som ikke hadde noen dagsavis fra før. Det eneste unntaket er Namsos, der den borgerlige Fellesavisa allerede var dagsavis mens Namdal Arbeiderblad var tredagersavis frem til 1964.

Ti nye steder med dagsavis kan virke som en betydningsfull endring. Det var imidlertid ikke alle overgangene som var like viktige. Det som betydde mest, var utviklingen i Lillestrøm i Akershus og Hammerfest og Vadsø i Finnmark. Akershus Arbeiderblad i Lillestrøm fikk etter hvert rollen som dagsavis for Romerike, mens Finnmark Dagblad i Hammerfest og Finnmarken i Vadsø ble dagsavis for hver sin halvdel av Finnmark fylke. Tre andre steder med endring var de ekspanderende industristedene Høyanger i Sogn og Fjordane og Mosjøen og Mo i Rana i Nordland.

Et mer oversiktlig avissystem

Det samlede resultatet av nedleggelsene, nyetableringene og endringene i utgivelsesfrekvens går frem av den venstre delen av tabell 4.3. Nedgangen i antall aviser gjelder først og fremst to kategorier av aviser. Den første er dagsaviser som ikke er størst på utgiverstedet, der antallet gikk ned fra 47 til 31. De aller fleste nedleggelsene gjaldt den minste av to borgerlige aviser, dvs. de ga redusert lokal konkurranse og ikke lokalt monopol.

Tabell 4.3. Antall aviser og opplag per husstand 1952, 1960 og 1969, etter type avis

	Antall aviser		Opplag i tusen		Opplag per husstand	
	1952	1969	1952	1969	1952	1969
Løssalgsaviser	2	2	118	167	,12	,13
Storbyaviser	4	4	279	388	,28	,30
Nr. 2-aviser, store byer	11	7	220	171	,22	,13
Riksspredte meningsaviser	6	5	123	84	,12	,07
Ledende lokale dagsaviser	31	42	340	548	,34	,43
Lokale nr. 2-aviser	35	24	179	169	,18	,13
Lokale 2–3-dagersaviser	97	71	276	264	,28	,21
Lokale ukeaviser	25	25	28	43	,03	,03
Regionale fådagersaviser	6	3	16	10	,02	,01
Nasjonale fådagersaviser	9	7	65	69	,07	,05
Aftenposten Aften	1	1	122	157	,12	,12
Dagsaviser i alt	90	85	1381	1683	1,38	1,32
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	46	31	399	340	,40	,27
Fådagersaviser i alt	137	106	385	386	,38	,30
Alle aviser	227	191	1766	2069	1,76	1,62

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

⁸⁷ Da avisen ble seksdagersavis i 1965, skiftet den navn fra Sogn Folkeblad til Sogn Dagblad.

Den andre kategorien som har gått sterkt tilbake, er de lokale to- og tredagersavisene. Her var det en omfattende avisdød, særlig på steder med flere fådagersaviser. På disse stedene førte avisdøden som regel til at konkurranse ble erstattet med lokalt monopol.

Den tallmessige nedgangen for denne gruppen henger også sammen med at tidligere tredagersaviser har økt frekvensen slik at de er blitt dagsaviser. Dette forklarer hvorfor gruppen av «ledende lokale dagsaviser» har økt så mye i perioden, fra 31 i 1952 til 42 i 1969. Det forklarer også hvorfor det er blitt så mange flere steder med bare en dagsavis.

Sett med dagens øyne har utviklingen gjort at avissystemet var enklere og mer oversiktlig i 1969 enn det var i 1952. Den gangen var det en blanding av et politisk treavis- og toavissystem på store og mellomstore utgiversteder, og en blanding av politiske fådagersaviser (ofte i konkurranse) og upolitiske bygdeaviser på mindre steder. I 1969 var det normale to konkurrerende dagsaviser på de mellomstore utgiverstedene, og fådagersaviser med monopol på mindre steder.

Avisene blir tykkere og dyrere

På grunn av papirrasjoneringsen var avisene fra den første etterkrigstiden svært tynne sett med dagens øyne. Aviskatalogen for 1952 viser at det bare var et lite mindretall som hadde mer enn ti sider. Dagsavisene hadde gjerne seks–åtte sider, mens fådagersavisene hadde fire. Det siste betyr et stort ark brettet på midten. Selv om sidene var i fullformat, med tett skrift og lite luft, var det likevel begrenset hvor mye stoff hver utgave kunne inneholde.

Sidetallene i Aviskatalogen er så omtrentlige at de ikke kan brukes til å studere utvikling over tid. Heldigvis finnes det et mer nøyaktig mål. Det er avisenes årgangsvekt, altså vekten av alle utgaver fra et bestemt år. Dette mål har alltid har vært viktig for Postverket. I papirrasjoneringsen tid var det også viktig for rasjoneringsmyndighetene. Opplysninger om årgangsvekt finnes i «Postverkets fortegnelser over Innenrikske blad og tidsskrifter» (Bladlista).⁸⁸ Fra 1968 og fremover er de også med i Aviskatalogen.

For de fleste av oss er det uvant å bruke brevvekt når vi skal studere avisenes utvikling. Det er likevel flere forhold som gjør at årgangsvekt er et bedre mål enn sidetall, i hvert fall for perioden frem til slutten av 1980-årene. Nøyaktigheten er allerede nevnt. Årgangsvektene er angitt med en desimal, og de ble ofte endret for de avisene som hadde en endring i volumet. Siden årgangsvekten ble brukt ved beregning av avisporto, passet både avisene og Postverket på at tallene var nøyaktige.

En annen fordel ved å bruke årgangsvekten er at den finnes for alle aviser, mens sidetallet bare er oppgitt for de avisene som var medlemmer av NAL. Og til sist – årgangsvekten er et mål som ikke påvirkes av størrelsen på sidene. Det kan nok være små variasjoner på grunn av papirtykkelse, men de betyr lite i forhold til at avisene ikke har samme størrelse på sidene.

I 1952 var den gjennomsnittlige årgangsvekten 7,5 kilo. Aftenposten var tyngst med en vekt på 45,9 kilo for de to daglige utgavene. Morgenutgaven veide sannsynligvis omtrent 33 kilo. Arbeiderbladet (25,8), Adresseavisen (23,4), Bergens Tidende (22,7), Morgenposten

⁸⁸ Bladlista ble utgitt hvert kvartal frem til 1977, og er en viktig kilde til opplysninger om avisene.

(20,4), Morgenbladet og Dagbladet (begge 20,3) har også bidratt til å trekke gjennomsnittet opp. På den andre siden av skalaen kommer små firesiders ukeaviser, med en vekt på litt under eller litt over en kilo. Gruppen av lokale dagsaviser hadde en gjennomsnittlig årgangsvekt på elleve kilo. Dette tilsvarer omtrent syv sider per utgave, dvs. et godt samsvar med sidetallene i Aviskatalogen.

Hvordan den gjennomsnittlige årgangsvekten har utviklet seg for de 153 avisene som tilhørte samme kategori i 1952 og 1969, går frem av tabell 4.5. Tabellen viser to meget tydelige tendenser. Den første er at avisene ble tyngre. Mens den gjennomsnittlige vekten var 7,5 kilo i 1952, var den 13,1 kilo i 1969. Dette er en økning på 75 prosent.

Den andre tendensen er at det var de store avisene som økte mest. De lokale nr. 1-avisene var blitt dobbelt så tunge i perioden, og storbyavisene hadde økt enda mer enn det. Løssalgsavisene og de lokale nr. 2-avisene økte vekten med omtrent 75 prosent. Det siste betyr at nr. 2-avisene (dvs. de nr. 2-avisene som fortsatt eksisterte) tapte litt i forhold til sine lokale konkurrenter, men ikke foruroligende mye.

Tabell 4.5. Gjennomsnittlig årgangsvekt 1952 og 1969 for aviser som har tilhørt samme gruppe begge år

	Antall aviser	Årgangsvekt 1952, kilo	Årgangsvekt 1969, kilo	Endring, prosent ¹⁾
Løssalgsaviser	2	19	33	75
Storbyaviser	4	23	55	133
Nr. 2-aviser, store byer	7	18	27	53
Riksspredte meningsaviser	5	18	21	20
Ledende lokale dagsaviser	30	11	22	98
Lokale nr. 2-aviser	22	11	19	79
Lokale 2–3-dagersaviser	60	3	4	40
Lokale ukeaviser	17	1	1	27
Regionale fådagersaviser	1	-	-	-
Nasjonale fådagersaviser	4	3	5	52
Aftenposten Aften ²⁾	1	-	-	-
Alle aviser	153	7,5	13,1	75

1) Det er brukt desimaltall, ikke hele kilo, ved beregning av prosentvis endring.

2) Sidetall for Aftenposten Aften økte fra seks i 1952 til 22 i 1969.

Mest beskjedne var gruppen av riksspredte meningsaviser (pluss 20 prosent) og de lokale fådagersavisene. To- og tredagersavisene økte fra 3,0 til 4,2 kilo (40 prosent), mens ukeavisene gikk opp fra 1,1 til 1,4 kilo. Mange aviser i disse gruppene hadde samme lave vekt (0,8 til 1,1 kilo per ukentlig utgave) begge årene. Det betyr at de hadde holdt fast ved det gamle formatet – et stort ark brettet på midten i 1952, og et stort ark brettet på midten i 1969.

Den manglende utviklingen blant de små lokalavisene er et resultat av den samme mangelen på ressurser som gjorde at en del av dem ble nedlagt i 1950-årene. De var foretak med liten stab, hardt slit og dårlig økonomi. En statistikk fra fagbladet Dagspressen i 1954 utdyper bildet. Den viser at de to fylkene Hordaland (utenom Bergen) og Sogn og Fjordane hadde 18 aviser til sammen – alle fådagers. Disse avisene hadde 17 redaktører (en redaktør har styrt to aviser), men bare syv journalister og fotografer. I et flertall av avisene var det altså

bare en person som sto for alt det redaksjonelle arbeidet. En av dem sendte et oppgitt leserbrev til Journalisten i 1958, der han klaget over at han gjorde to manns innsats for mindre enn vanlig tarifflønn. Brevet var undertegnet «Alenemann om fire-sidig avis tre ganger i uka».

På samme måte som papirforbruket hadde prisene på abonnement, løssalg og annonser vært strengt regulert. Aviskatalogen for 1952 viser at Aftenposten var dyrest med 76 kroner for et årsabonnement. Konkurrenten Arbeiderbladet kostet 64 kroner, Bergens Tidende 45 kroner, mens den høyeste prisen for vanlige lokale dagsaviser var 40 kroner. Selv om kroneverdien var en helt annen den gang, var dette likevel billig sett med dagens øyne. 76 kroner i 1952 tilsvarer 995 kroner i 2008, 40 kroner tilsvarer 524 kroner. Drammens Tidende, Tønsbergs Blad eller Varden for litt over 500 kroner – i 2008 kostet de det firedobbelte.

Tabell 4.6 gir en oversikt over hva avisene kostet i 1952. Prisene er både uttrykt i datidens priser og omregnet til 2008-kroner. Forholdet mellom avistypene var det samme som det er i dag. Storbyenes dagsaviser kostet mest, med omtrent 50 kroner i gjennomsnitt for de ledende storbyavisene, nr. 2-avisene og nisjeavisene. For de vanlige lokale dagsavisene var gjennomsnittet 30 kroner, mens det var 15 kroner for de lokale to–tre-dagersavisene og ni kroner for ukeavisene. Sammenlignet med de lokale dagsavisene hadde fådagersavisene en pris som sto sånn noenlunde i forhold til utgivelsesfrekvensen. Ukeavisene var riktignok litt dyrere per ukentlig utgave enn to- og tredagersavisene og de lokale dagsavisene.

Prisreguleringen ble opphevet i 1952. NALs årsmelding for 1952 gir et godt uttrykk for forskjellen mellom det gamle og det nye systemet. Først viser den til en kjennelse i lønnsnemnda i desember 1951, som ga avisene anledning til å øke prisene med inntil tre prosent. Bakgrunnen var at det var innført et nytt dyrtidstillegg til arbeidere og funksjonærer. Prisøkninger måtte altså begrunnes, og rammene var svært beskjedne.

Tabell 4.6. Gjennomsnittlig abonnementspriser ¹⁾ for forskjellige avistyper, 1952 og 1969

	Løpende kroner		2008-kroner		Endring, prosent ¹⁾
	1952	1969	1952	1969	
Storbyaviser	51	177	668	1345	101
Nr. 2-aviser, store byer	46	167	602	1269	111
Riksspredte meningsaviser	55	213	720	1649	129
Ledende lokale dagsaviser	30	105	393	798	103
Lokale nr. 2-aviser	30	107	393	813	107
Lokale 2–3-dagersaviser	15	42	196	319	63
Lokale ukeaviser	9	21	118	160	36
Regionale fådagersaviser	12	25	157	190	21
Nasjonale fådagersaviser	12	47	157	357	127
Alle aviser	23	74	295	562	91

1) Løssalgssavisene Dagbladet og VG og Aftenpostens aftennummer er ikke med.

Senere på året, etter at reguleringen var opphevet, ble avisene «stillet fritt når det gjelder fastsettelsen av sine egne priser». Det eneste kravet var at de måtte gi myndighetene beskjed

om hvilke endringer som ble foretatt. Mens det var 57 aviser som syntes det var bryet verdt å øke prisen med inntil tre prosent, var det 95 som benyttet anledningen etter frislippet.

Utviklingen mot slutten av 1952 ble begynnelsen på en sterk, sammenhengende prisøkning. Denne veksten varte helt frem til slutten av 1970-årene⁸⁹. I 1969 var den gjennomsnittlige prisen for alle aviser steget til 74 kroner, mens den hadde vært 23 kroner i 1952. Justert for prisstigningen var dette en økning på omtrent 90 prosent.

Økningen var ikke jevnt fordelt på alle grupper av aviser. De forskjellige kategoriene av dagsaviser hadde økt litt mer enn gjennomsnittet, det samme hadde de nasjonale fådagrsavisene. De lokale fådagrsavisene hadde vært mer tilbakeholdne, med pluss 63 prosent for lokale to–tre-dagersaviser og pluss 36 prosent for lokale ukeaviser.

For noen avistyper var det godt samsvar mellom prisøkningen og økningen i årgangsvekt. Samsvaret er best for den store gruppen av ledende lokale dagsaviser. De hadde en gjennomsnittlig prisøkning på 103 prosent, mens den gjennomsnittlige årgangsvekten økte med 98 prosent. Bak vektøkningen ligger det både en økning i den redaksjonelle innsatsen og i annonsevolumet. Dagsavisene hadde fått større redaksjoner i perioden, og kunne dermed gi sine lesere mer stoff.

De lokale ukeavisene hadde også et godt samsvar mellom vekt og pris, men på en annen måte. De hadde bare økt prisen litt mer enn det som trengtes for å kompensere for prisstigningen, men de hadde ikke fått flere sider heller. Tynne og billige – i 1969 fremsto ukeavisene som en gammeldags avistype.

For de andre avistypene var det større forskjell mellom utviklingen av vekt og pris. Resultatet er en endring av konkurranseforholdet blant dagsavisene. Mens storbyavisene styrket stillingen gjennom en ekstra sterk økning i årgangsvekten, var nr. 2-avisene blitt svekket. De hadde økt prisen omtrent like mye som sine lokale konkurrenter, men holdt ikke følge når det gjaldt volum. VG brukte slagordet «mer avis – samme pris» da den økte sidetallet for fredags- og søndagsutgavene i 2004. Storbyavisene og de ledende lokale dagsavisene kunne med god rett brukt det samme slagordet i 1969 – de kostet omtrent det samme som nr. 2-avisene, men hadde mye mer stoff. En del av forskjellen kan nok forklares med annonsene, men ikke alt. De riksspredte meningsavisene skilte seg enda klarere ut. De hadde nesten samme volum i 1969 som i 1952, men var likevel den gruppen av aviser som hadde økt abonnementsprisen mest.

Opplagsutvikling

I begynnelsen av 1950-årene hadde Edmund Norén, som var formann i Osloavisenes Forening, fremhevet at lave prisene var en viktig forklaring på at det norske avisopplaget var så høyt. Fra 1955 var han direktør for Avisenes Informasjonskontor og kunne følge utviklingen nærmest fra dag til dag. Norén må utvilsomt ha vært bekymret over den prisstigningen som begynte i 1952. Opplagstallene viser imidlertid at det gikk mye bedre enn man kunne fryktet. For 1952 var det samlede opplaget anslått til omkring 1 760 000. I 1969 var det omkring 2 070 000, dvs. en økning på 17 prosent. Dette var ikke nok til å holde følge

⁸⁹ Utviklingen er nærmere beskrevet i Høst og Severinsson 1997.

med befolkningsøkningen, jf. omtale senere i avsnittet, men betydde likevel at avisene konsoliderte stillingen i denne perioden.

Endringene i samlet opplag fra 1952 til 1969 er et resultat av tre forskjellige faktorer. Den viktigste er vekst eller tilbakegang for de avisene som kom ut på begge tidspunktene. Dette var 172 aviser til sammen. Disse avisene hadde et anslått opplag på 1 637 000 i 1952. I 1969 var opplaget steget til 2 020 000, dvs. en økning på 23 prosent. Den andre faktoren er nedgang på grunn av avisdød, og den tredje er økning på grunn av nyetablering. Verken avisdød eller nyetablering hadde noen stor betydning i denne perioden. De avisene som ble nedlagt, hadde som før nevnt et samlet opplag på 117 000 i 1952, mens de nye avisene bare hadde snautt 50 000 i 1969.

Tabell 4.7. Opplagsutvikling 1952 til 1969 for aviser som har tilhørt samme gruppe begge år

	Antall aviser	Opplag 1952, 1000	Opplag 1969, 1000	Endring, prosent
Løssalgsaviser	2	118	167	42
Storbyaviser	4	279	388	39
Nr. 2-aviser, store byer	7	187	171	- 9
Riksspredte meningsaviser	5	109	84	- 23
Ledende lokale dagsaviser	30	332	458	38
Lokale nr. 2-aviser	22	135	156	16
Lokale 2-3-dagersaviser	60	191	241	26
Lokale ukeaviser	17	22	31	41
Regionale fådagersaviser	1	(4)	(2)	-
Nasjonale fådagersaviser	4	41	45	10
Aftenposten Aften	1	122	157	29
Dagsaviser i alt	71	1283	1580	23
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	29	322	327	2
Fådagersaviser i alt	82	258	318	23
Alle aviser	153	1541	1898	23

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

Opplagstallene for avisgrupper i tabell 4.7 er nettotall. Det betyr at de er påvirket av avisdød, nyetableringer og skifte av utgivelsesfrekvens. For å få et riktig bilde av opplagsutviklingen, må vi se på de 153 avisene som tilhørte samme kategori begge år. Disse avisene hadde et samlet opplag på omtrent 1 540 000 i 1952 og 1 900 000 i 1969, dvs. en gjennomsnittlig vekst på 23 prosent (tabell 4.7).

Tre grupper av aviser hadde en utvikling som var vesentlig bedre enn gjennomsnittet. Det var løssalgsavisene med pluss 42 prosent, storbyavisene med pluss 39 prosent og ledende lokale dagsaviser med pluss 38 prosent.⁹⁰ Tallet for løssalgsavisene er riktignok litt misvisende. I 1969 hadde Verdens Gang allerede begynt den opplagsveksten som i løpet av noen år skulle gjøre den til landets største avis. Tre år tidligere, i 1966, hadde løssalgsavisene et samlet opplag på 128 000, bare åtte prosent høyere enn i 1952.

⁹⁰ Det var også en sterk prosentvis vekst for de 17 lokale ukeavisene som er med i tabellen, men her er tallene mer usikre enn for de andre gruppene.

At de to gruppene av daglige nr. 1-aviser (storbyaviser og ledende lokale dagsaviser) hadde en gunstig opplagsutvikling, er som forventet ut fra tankegangen i kvantumsspiralen og opplagsspiralen. Det er også som forventet at de syv nr. 2-avisene i store byer som hadde unngått avisdøden, hadde tilbakegang. De riksspredte meningsavisene, som den gang var mer direkte konkurrenter til storbyavisene enn de er i dag, hadde en enda dårligere utvikling (minus 23 prosent) enn de andre nr. 2-avisene i storbyene⁹¹. Som vist i forrige avsnitt skilte de riksspredte meningsavisene seg også ut ved at de var tynnere og dyrere enn andre dagsaviser. Dette er en sårbar kombinasjon.

Mens nr. 2-avisene og meningsavisene i de største byene gikk tilbake, klarte de vanlige nr. 2-avisene seg overraskende godt. En gjennomsnittlig vekst på 16 prosent var riktignok litt lavere enn gjennomsnitt for alle aviser, og mindre enn halvparten av veksten til de lokale konkurrentene. Å vokse litt mindre enn konkurrenten er likevel noe helt annet enn å gå tilbake, slik teorien om opplagsspiralen tilsier.

I Norge er det en lang tradisjon for at opplagstall ikke skal vurderes isolert, men settes i sammenheng med befolkningsutviklingen. Det er også akseptert at antall husholdninger gir det riktigste bildet av befolkningsutviklingen.⁹² Aviskatalogen har hatt opplysninger om antall husholdninger siden begynnelsen av 1950-årene, og har brukt dem til å regne ut de enkelte avisenes husstandsdekning. Regnestykket ble først foretatt for hele fylker, men fra 1969 er avisenes dekningstall regnet ut på kommunenivå.

Frem til opplagsnedgangen begynte midt i 1990-årene, var målet for avisene å opprettholde husstandsdekningen eller aller helst å øke. Senere er det opplagstallene som har fått størst oppmerksomhet. Når de fleste avisene går tilbake, er det som å gni salt i sårene å si at den reelle tilbakegangen er enda sterkere enn det opplagstallene viser.

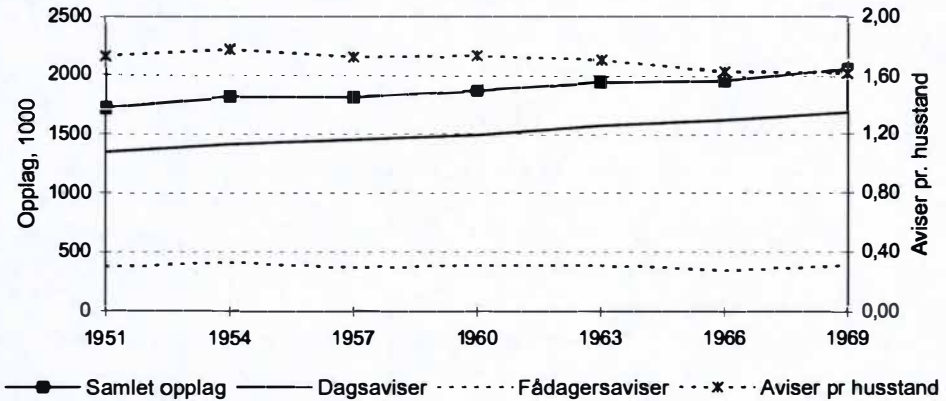
Fra 1952 til 1969 økte middelfolkemengden fra 3 328 000 til 3 851 000, dvs. 16 prosent. Det hadde også vært en nedgang i familiestørrelse og en endring i husholdningenes sammensetning. Antall husholdninger hadde derfor økt atskillig mer enn folketallet. Mens det var omkring en million husholdninger i 1952, var tallet økt til 1 297 000 ved folketellingen i 1970.⁹³ Dette er en økning på omtrent 30 prosent.

⁹¹ Nedgangen for denne gruppen skyldes særlig Morgenbladet i Oslo, som hadde en halvering av opplaget fra 1952 til 1969. De rene spesialavisene Nationen, Norges Handels- og Sjøfartstidende (nå Dagens Næringsliv), Dagen og Vårt Land gikk tilbake med 13 prosent.

⁹² Internasjonale organisasjoner bruker ikke husstandsdekning, men opplag per tusen innbyggere i sin avisstatistikk. Årsaken er ganske sikkert at dette målet er enklere å bruke. Siden det er store forskjeller i husholdningsstørrelse mellom landene, kan statistikken gi rare utslag. Sverige var for eksempel «verdensmester i aviskonsum», dvs. øverst på rangeringen til World Association of Newspapers, gjennom en stor del av 1980-årene. Rett for Norge overtok førsteplassen, var realiteten i stedet at Sverige var «verdensmester i små familier». (Ved folketellingene i 1990 var den gjennomsnittlige husholdningsstørrelsen 2,1 personer i Sverige og 2,4 i Norge. Forholdet mellom opplag og opplag per husstand i de nordiske landene er nærmere beskrevet i Høst 1986).

⁹³ Beregning av antall husholdninger er komplisert. Opplysninger om husholdninger blir bare samlet inn ved folketellingene, dvs. i 1950, 1960, 1970 osv. Ved folketellingene er det brukt forskjellige definisjoner, kosthusholdning og bohusholdning. Kosthusholdning er definert som personer som både bor i samme bolig og har felles husholdning, dvs. minst spiser middag sammen. Bohusholdning er personer som bor i samme bolig/leilighet. Spesielt i tidligere tider, da familier hadde tjenestefolk eller leieboere som hadde sin egen husholdning, var det flere kosthusholdninger enn bohusholdninger. Heldigvis har noen av folketellingene registrert begge typer.

Tall for husstandsdekning i denne fremstillingen gjelder bohusholdninger. For de årene det ikke er folketelling, er antall bohusholdninger anslått. Anslagene er mest usikre for de første årene, dvs. før folketellingen i 1960.

Figur 4.1. Utvikling av opplag og aviser per husstand, 1951 til 1969

Aviskonsumet målt som aviser per husstand var 1,76 i 1952. I 1969 var det sunket til 1,62. (tabell 4.3). Nedgangen var sterkest i årene fra 1960 til 1966 (figur 4.1).

Et høyt aviskonsum blir vanligvis oppfattet som positivt, som et uttrykk for at avisene er viktige for befolkningen. Nedgangen i husstandsdekning fra 1952 til 1969 kan dermed oppfattes som en svekkelse. Når vi tar hensyn til avisene hadde fått flere sider og mer stoff, blir vurderingen en annen. Da ser vi at det egentlig har vært en meget sterk økning av aviskonsumet i denne perioden.

Aviskonsumet i 1952 var på 25,1 tusen tonn. Dette tallet er kommet frem ved å multiplisere opplag og årgangsvekt for alle aviser, jf. omtalen av papirrasjonering i kapittel 2. Med omtrent en million husholdninger betyr det at gjennomsnittshusholdningen kjøpte 25 kilo avis det året. Et tilsvarende regnestykke for 1969 viser at gjennomsnittet var steget til 46 kilo, altså nesten en fordobling.

Den avis pakken som gjennomsnittshusholdningen kjøpte i 1952, kostet omtrent 66 kroner. I 1969 var prisen steget til nesten 220 kroner. Omregnet til 2008-kroner var utgiftene omtrent 860 kroner i 1952 og 1660 kroner i 1969, dvs. en økning på over 90 prosent.

Til tross for at både pris og volum økte, kjøpte altså gjennomsnittshusholdningen i 1969 nesten like mange aviser som før. Dette skyldes en kombinasjon av flere forskjellige forhold. Det som er enklest å forklare, er at de ikke lot seg hindre av volumet. Det gjennomsnittlige forbruket i 1952 tilsvarte 16 sider i fullformat for hver avis dag, dvs. dager utenom søndager og helligdager. Det er ganske beskjedent. I 1969 var gjennomsnittet økt til nesten 30 sider i fullformat. Sett med dagens øyne er heller ikke dette særlig mye. I 2000, dvs. kort tid før de gikk over til tabloidformat, hadde Sunnmørsposten 32 sider i gjennomsnitt, mens Agderposten hadde 29. Bergens Tidende hadde 52. Det var nok mer tekst på de gamle sidene

Den gjennomsnittlige husholdningsstørrelsen er anslått til 3,3 i 1952, mot 3,0 i 1970. Årsaken til nedgangen var både at barnekullene ble mindre, og at det ble mindre vanlig med tjenestefolk, enslige slektninger og leieboere som bodde sammen med den egenlige kjernefamilien. Utviklingen i retning av mindre husholdninger har fortsatt frem til i dag. Ved folketellingen i 2001 var det i gjennomsnitt 2,3 personer per bohusholdning.

og mindre bilder, overskrifter og luft, men likevel... Datidens pakke på 30 fullformatsider var dessuten mer variert enn en moderne fullformatavis med samme sidetall, siden den vanligvis besto av forskjellige aviser med forskjellig omfang, utgivelsesfrekvens og redaksjonell profil.

En annen forklaring er den sterke økonomiske veksten i 1950- og 1960-årene. Nettoinntekten per innbygger målt i faste priser økte med omtrent 80 prosent fra 1952 til 1969.⁹⁴ Det betyr at de fleste hadde råd til å kjøpe flere aviser, så sant de syntes at avisene var attraktive nok. Her har produktutviklingen spilt en viktig rolle. Hvis man i begynnelsen av 1950-årene hadde vent seg til å lese en avis da den var tynn og hadde lite stoff, var det naturlig å fortsette etter hvert som den fikk flere sider. Den ble nok dyrere etter hvert, men samtidig opplevde leseren at han eller hun fikk mer igjen.

En tredje forklaring er at det skjedde en geografisk utjevning i perioden, slik at nedgang i store og mellomstore byer ble oppveid av vekst i perifere områder. Ved hjelp av spredningstall fra Aviskatalogen har Ivar Andenæs studert utviklingen i perioden fra 1955 til 1975. Han fant at det opprinnelig var ganske store forskjeller mellom sentrale og perifere kommuner når det gjaldt kjøp av lokale dagsaviser. For de områdene og de avisene han studerte, var gjennomsnittet 1,31 aviser per husstand i sentrale områder og 0,83 aviser i perifere områder i 1955. I løpet av de tjue årene han studerte, ble denne forskjellen borte.⁹⁵

Både for 1952, 1969 og senere vet vi at de avispakkene som husholdningene kjøpte, var varierte og dekket mange forskjellige behov. Folks lesevaner var riktignok avhengig av hvilke aviser som var tilgjengelige på stedet, og det varierte fra område til område. Forskjellene går tydelig frem hvis man legger en linjal loddrett over paraplymodellen i figur 3.1 og følger den nedenfra og opp. Noen steder krysser den buene til to lokale aviser i tillegg til buene som representerer det nasjonale nivået, men tallet på lokale aviser kan også være fire eller fem.

Fra det lokale avistilbudet har den enkelte husholdning satt sammen sin egen pakke. Basis i pakken var nesten alltid en lokal dagsavis, dvs. en storbyavis for dem som bodde i eller rett utenfor de største byene og en vanlig dagsavis for alle andre. Dagsavisen kunne så suppleres på mange forskjellige måter alt etter husholdningens interesser og avistilbudet på stedet. Dersom kommunen hadde en liten fådagersavis, var det naturlig å kjøpe den i tillegg. Man kunne også legge til en avis av politiske grunner, eller kjøpe en storbyavis dersom den lokale dagsavisen ikke var nok til å dekke behovet for nasjonale og internasjonale nyheter.⁹⁶ Blant innflyttere var det også noen som kjøpte den lokalavisen de hadde vokst opp med, i tillegg til avisen for det stedet de bodde.

Forholdet mellom partigruppene

1950- og 1960-årene var en gullalder for den partipolitiske pressen. Avisene sto helt sentralt i de politiske partienes kamp for politisk innflytelse, og dominerte den offentlige debatten. Samtidig var det en tid da mange aviser kjempet for å overleve. Mye av innsatsen til de

⁹⁴ Historisk Statistikk 1994 tabell 11.1.

⁹⁵ Andenæs 1978 kapittel 3.

⁹⁶ Beskrivelsen av den lokale avispakken bygger på egne analyser av publikumsundersøkelser fra 1979, 1980 og 1983, se Høst 1981 og Høst 1988. Paraplymodellen ble først brukt som hjelpemiddel ved analyse av publikumsdata.

politiske pressegruppene handlet om å støtte opp under de svakeste medlemmene, og ofte viste det seg at innsatsen var forgjeves.

Aktiviteten til de politiske presseorganisasjonene er grundig beskrevet av Henrik Bastiansen. Her er hensikten å vise hvordan det gikk. Var det noen vinnere og noen tapere i denne perioden, og mer sentralt – hva betydde utviklingen for avislandskapet som helhet?

Hvis vi ser på opplysningene om antall aviser (venstre del av tabell 4.6), er den viktigste konklusjonen at det var de politiske avisene som var taperne. Alle fire politiske avisgrupper hadde færre representanter i 1969 enn i 1952, mens tallet på upolitiske og uavhengige aviser var tilnærmet stabilt.

Som vist ovenfor, var det hovedsakelig aviser med lokale konkurrenter som ble lagt ned. Siden disse avisene som regel hadde en politisk tilknytning, var resultatet en tilbakegang for den partipolitisk pressen. Man kunne tenke seg at denne tendensen var motvirket gjennom etablering av nye partiaviser eller ved at upolitiske aviser ble partiaviser, men dette skjedde i svært liten grad.

De aller fleste nedlagte partiaviser var små. Nedleggelsene hadde derfor liten betydning for styrkeforholdet mellom partigruppene. For å bruke A-pressen som eksempel: denne gruppen mistet åtte av de 44 avisene den hadde i 1952⁹⁷. Åtte av 44 høres alvorlig ut, men disse avisene hadde bare et samlet opplag på 16 000 i 1952. Dette var fem prosent av A-pressens samlede opplag det året.

Selv om de nedlagte avisene var små, hadde nedleggelsene likevel en strategisk betydning for A-pressen. Partiet hadde som overordnet mål at det skulle være representert i alle deler av landet. Dette skulle skje gjennom et desentralisert avismønster, med lokalaviser som helst ikke hadde et større dekningsområde enn deres borgerlige konkurrenter. Her skilte den norske A-pressen seg fra den svenske og danske, som i stedet satset på store, fylkesdekkende partiaviser.

Tabell 4.6. Aviser etter politisk tilknytning, 1952 og 1969

	Antall aviser		Samlet opplag, 1000		Pst av samlet opplag	
	1952	1969	1952	1969	1952	1969
A	44	37	333	430	19	21
H ¹⁾	53	38	613	721	35	35
V	36	30	367	430	21	21
Sp	14	10	68	65	4	3
Borgerlig felles	4	6	33	55	2	3
Andre partier	5	3	38	31	4	2
Livssyn, meningsavis	7	6	47	56	1	3
Upolitisk, uavhengig	64	61	268	282	15	14
Aviser i alt	227	191	1766	2069	100	100

1) Tall for Aftenposten Aften er med i oversikten. Uten denne avisen synker høyreprensens andel av samlet opplag til 30 prosent både i 1952 og 1969, mens A-pressens andel øker til hhv. 20 og 23 prosent.

⁹⁷ Tabell 4.6 viser en nedgang på syv aviser, fra 44 til 37. Forskjellen skyldes at A-pressen hadde skaffet seg en ny avis i perioden – Aura Avis på Sunndalsøra, som ble kjøpt i 1954.

Når målet var å dekke hele landet, betydde nedleggelse av en lokal avis at dekningsområdet måtte overtas av en annen avis fra samme område. Rent formelt skjedde dette ofte ved at aviser ble fusjonert. Haugaland Arbeiderblad ble således fusjonert med 1ste mai i Stavanger til den nye Rogalands Avis (1955), og Folkeviljen i Harstad ble fusjonert med Nordlys i 1956. Når man ser på utviklingen fremover, har slike utvidelser av dekningsområdet vanligvis betydd en svekkelse og ikke en styrking av den gjenværende avisen.

Når vi bruker samlet opplag og ikke antall aviser som målestokk, er konklusjonen at styrkeforholdet mellom de forskjellige grupperingene har vært overraskende stabilt. Det samlede opplaget økte med 18 prosent i perioden. A-pressen gjorde det bedre enn dette, med pluss 29 prosent. Dermed økte den sin andel av samlet opplag fra 19 til 21 prosent. Høyre- og venstrepressen holdt stillingen, mens senterpartipressen gikk litt tilbake. De upolitiske og uavhengige avisene hadde en samlet opplagsøkning på fem prosent, mens andelen av samlet opplag gikk tilbake fra 15 til 14 prosent.

Den nynorske pressemannen Hans Aarnes skrev i heftet «Bladdrift. Den økonomiske sida» fra 1928 at avisene ikke lenger var opptatt av å drive med overskudd. «No er det viktigaste at bladet strider for ei oppgaa, er talerøyr for et parti». For avisene i 1950- og 1960-årene er det ingen tvil om at det fremdeles var talerørsfunksjonen som dominerte. Omkring 85 prosent av det samlede opplaget tilhørte aviser som var talerør for politiske partier, eller representerte et livssyn slik som kristendom eller avholdssak. Dette forholdet endret seg ikke i perioden.

Innføring av pressestøtten

Forslaget til offentlig pressestøtte ble behandlet i Stortinget 13. juni 1969. Utgangspunktet for debatten var Sttingsproposisjon nr. 121 for 1968–69: Om tiltak for å opprettholde en differensiert dagspresse. Det mest kontroversielle punktet i proposisjonen var forslaget til papirsubsidiar. Her var administrasjonskomiteen delt, med et flertall som besto av representantene for Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Kristelig Folkeparti. De sørget for at forslaget ble vedtatt med et solid flertall, 76 mot 30 stemmer.⁹⁸ Den endelige gjennomføringen skjedde i statsråd 12. oktober og 17. oktober 1969. Da ble forskriftene for papirsubsidiene vedtatt, og støtteutvalget for dagspressen oppnevnt. Med disse vedtakene var pressestøtten på plass. Det eneste unntaket var Statens lånekasse for aviser, som ikke ble opprettet før i 1972.

Det samarbeidet mellom pressen og myndighetene som førte frem til vedtaket i 1969, består av tre klart atskilte faser. Den første fasen begynte våren 1965, og varte frem til Stat- og pressekomiteen (Hellerud-komiteen) avga sin innstilling i september 1967. I denne perioden var det presseorganisasjonene, dvs. Norsk Presseforbund, Norsk Redaktørforening, Norsk Journalistlag og Norske Avisers Landsforbund (NAL) som dominerte. Etter dette gikk saken over til statsadministrasjonen og politikerne⁹⁹. Fase nummer to var den interne

⁹⁸ Det var separate avstemninger om noen av detaljene i forslaget, og der kunne stemmetallene avvike litt. På grunn av problemer med et nytt voteringssystem, har Stortinget ikke registrert hvilke representanter som stemte mot forslaget.

⁹⁹ Utviklingen fra våren 1965 til høsten 1969 er godt dokumentert. I tillegg til offisielle dokumenter og omtaler i avisene og fagbladene Dagspressen og Journalisten, er prosessen beskrevet av Thorbjørn Wale i hovedoppgaven

saksbehandlingen i regjeringen og departementet, som varte frem til stortingsmeldingen (St. meld. nr. 58 (1967–68)) var ferdig. Denne fasen varte bare et halvt år. Den tredje og siste fasen var prosessen fra stortingsmeldingen forelå i april 1968 og frem til støtten var vedtatt et drøyt år senere. I denne fasen var det stortingspolitikerne som hadde hovedrollen, selv om også regjeringen og pressen spilte en rolle.

Prosessen startet ved at de tre presseorganisasjonene Norsk Presseforbund, Norsk Redaktørforening og Norsk Journalistlag behandlet spørsmålet om «statsstøtte til pressa» på møter 5. og 6. april 1965. Dette var i god tid før stortingsvalget i 1965, dvs. før man visste hvem som kom til å danne regjering. Bakgrunnen for initiativet var at organisasjonene fryktet en omfattende avisdød og ville gjøre noe før det var for sent. Avisdød var ikke noe nytt fenomen, men hittil hadde den bare rammet de minste og svakeste avisene. Fra midten av 1960-årene viste utviklingen i Sverige og Danmark at også store aviser kunne bli nedlagt. Referatene i fagbladet Journalisten viser at organisasjonene ikke ønsket direkte statsstøtte, men tenkte på andre statlige tiltak som kunne lette avisenes situasjon. Økt statlig annonsering, lavere avisporto, utbygging av journalistutdanning og presseforskning var noen av mulighetene.¹⁰⁰

Etter møtet i april 1965 henvendte de tre organisasjonene seg til NAL for å samarbeide om kontakten med myndighetene. Denne henvendelsen ble først avvist. Resultatet var at regjeringen Borten fikk to forskjellige henvendelser fra presseorganisasjonene. Presseforbundet ved formannen Vegard Sletten kontaktet statsminister Per Borten allerede høsten 1965. Litt senere, i januar 1966, sendte Norske Avisers Landsforbund og Norsk Redaktørforening et brev til regjeringen der de ba om at myndighetene gjorde noe for å «lette avisenes arbeidsvilkår». De viste til at antall aviser var gått ned fra 191 i 1950 til 160 i 1965, og at mange av de gjenværende «sliter med store vanskeligheter»¹⁰¹. Derfor foreslo de at det ble opprettet et utvalg som «får i oppdrag å utrede forholdet mellom stat og presse og å fremme forslag om tiltak»¹⁰².

Regjeringen reagerte raskt og positivt. 26. januar 1966 var statsminister Per Borten på et møte i Oslo Journalistklubb, der han fortalte at det ville bli nedsatt et utvalg for å utrede pressens situasjon. Litt senere, 1. og 2. mars 1966, arrangerte Norsk Presseforbund og Norske Avisers Landsforbund en stor konferanse på Holmenkollen Turisthotell der både regjeringen

«Fjerde statsmakt eller den annen partimakt?» fra 1972 og av Vegard Sletten i boka «Pressestøtte og pressefrihet» fra 1979. Vegard Sletten var formann i Norsk Presseforbund på den tiden, og ansvarlig for den kontakten med regjeringen Borten som ledet frem til møtet på Holmenkollen i mars 1966. Thorbjørn Wale, senere leder for Institutt for Journalistikk, hadde vært redaktør for Trønderavisa (S og V) fra 1959 til 1972. Omtalen av myndighetenes behandling av saken er hovedsakelig hentet fra Wale. Senere har Einar Olsen (1998) gitt en annen versjon enn den offisielle i rapporten «...og regien var ved Johan Ona. Pressestøttens ukjente sider».

¹⁰⁰ Journalisten 1965 s. 65, 135 og 136.

¹⁰¹ Tallene 191 aviser i 1950 og 160 aviser i 1965 som går igjen i de forskjellige dokumentene om pressestøtten, gjelder NALs medlemsaviser. Registeret som brukes i denne fremstillingen, viser at det var 220 aviser ved utgangen av 1951 og 193 ved utgangen av 1966. Nivået er altså høyere, men nedgangen omtrent den samme.

¹⁰² Brevet er blant annet gjengitt i Dagspressen februar 1966 s. 3 og 22. Konflikten mellom presseorganisasjonene ble formelt skrinlagt våren 1966 ved at presseforbundet og NAL samarbeidet om den store Holmenkollkonferansen i mars 1966. All bitterhet ble likevel ikke borte, slik alle kan se av Vegard Slettens (1979: 17–21) omtale av Holmenkollkonferansen.

og presseorganisasjonene stilte med sine fremste representanter¹⁰³. Konferansen fungerte som en åpen høring om avisenes situasjon, og la på mange måter premissene for det videre arbeidet. Stockholms-Tidningen som hadde et opplag på mer enn 100 000, var nedlagt noen få dager før konferansen, og det satte utvilsomt sitt preg på diskusjonen. Thorbjørn Wale¹⁰⁴ mener at møtet ga en «klargjørende oppsummering» av situasjonen, og at det hadde «ryddet av veien de siste småhindringene for å få igangsatt en offentlig komitéutredning».

Komiteen ble oppnevnt 10. juni 1966, og fikk det litt spesielle navnet «Stat- og pressekomiteen». Navnet viser at den skulle gi en bred oversikt over forholdet mellom stat og presse, og at den var en direkte oppfølger av Holmenkollkonferansen som hadde tittelen «Presse – stat». Komiteen fikk et mandat med tre punkter:

1. Å gi ei utgreiing om situasjonen i norsk dagspresse i dag, om utviklingstendensene og årsakene til disse.
2. Å foreta en vurdering av avisenes oppgave i vårt samfunn og gi en fremstilling av forutsetningene for å opprettholde en differensiert dagspresse.
3. Å utarbeide forslag om tiltak og virkemidler i samsvar med målsettingen i punkt 2. Herunder bør vurderes hva pressen selv kan gjøre, og om og i tilfelle i hvilken form en medvirkning fra det offentlige kan komme på tale.

Dette er et vidt mandat, og noen punkter er uklare. Det gjelder særlig begrepet «differensiert dagspresse» i punkt to, og koblingen mellom punktene to og tre. Siden omtalen av «tiltak og virkemidler» i punkt tre er så vid, er det lett å forstå hvorfor komiteen endte opp med en lang oppregning av mulige forslag i stedet for å konsentrere oppmerksomheten om de viktigste.

Formann for komiteen var Oddvar Hellerud, som da var innenriksredaktør i NTB. Seks av de åtte andre medlemmene var også aktive pressefolk: redaktør Jon Arnøy i Stavanger Aftenblad (V), redaktør Arthur Berg i den kristne avisen Dagen, disponent Ivar Iversen i Harstad Tidende (H), redaktør Arne Løken i Indre Smaalenenes Avis, direktør Edmund Norén i Avisenes Informasjonskontor og direktør Johan Ona i Norsk Arbeiderpresse. Arne Løken var foreslått av NAL som representant for lokale fådagarsaviser uten partitilknytning¹⁰⁵. Han hadde tidligere vært formann i NAL, og hadde også en bakgrunn som lokalpolitiker for Høyre. Den syvende var statssekretær Odd Bye, som både representerte senterpartipressen (han kom fra stillingen som redaktør i partiets pressekontor) og statsadministrasjonen. Ved valget av disse medlemmene ble det lagt vekt på at alle pressegrupper skulle være representert, og at utvalget skulle ha den nødvendige pressefaglige kompetansen. Kompetansen var det Johan Ona og Edmund Norén som sto for¹⁰⁶. Den siste medlemmet var professor Nils Christie, som representerte forskningen. Christie var bestyrer for Institutt for

¹⁰³ Konferansen ble arrangert i forlengelsen av det årlige Holmenkollmøtet. For å unngå sammenblanding: Holmenkollmøtet er navnet på de faste, årlige møtene som presseorganisasjonene hadde på Holmenkollen Turisthotell, Holmenkollkonferansen er den store konferansen 1. og 2. mars 1966.

¹⁰⁴ Wale 1972: 50–52.

¹⁰⁵ Wale 1972. s. 56.

¹⁰⁶ «Med Norén og Ona i komiteen hadde man sikret seg toppekspertisen. Det var neppe noen i Norge som ville være i stand til å ta opp en strid med komiteen på presse-økonomisk/tekniske premisser» skrev Wale (1972: 55), og det er ingen grunn til å være uenig.

presseforskning ved Universitetet i Oslo, men fagfeltet var kriminologi og ikke presseforskning. Norén hadde oppgaven som komiteens sekretær.

Innstillingen fra utvalget var ferdig 28. september 1967. I spørsmålet om papirsubsidiær var utvalget delt. Et flertall på seks ønsket at denne støtten skulle gå til alle aviser med opplag under 10 000, og til nr. 2-aviser med opplag mellom 10 000 og 40 000. Støtten skulle være 500 kroner per tonn for et forbruk på inntil 400 tonn. Hensikten med disse reglene var at støtten skulle gå til de avisene som trengte det mest, og at tildelingen skjedde etter enkle, objektive prinsipper. På denne måten unngikk man en behovsprøving av den enkelte avis.

Et mindretall på to (Arnøy og Iversen) ville i stedet ha papirstøtte til alle aviser, men bare for de første 200 tonn. Et annet mindretall, Arne Løken, ville ikke ha papirsubsidiær. Han var redd for at subsidiær ville rokke ved pressens uavhengighet i forhold til myndighetene, og gjøre at «den enkelte avis i sin virksomhet blir mer eller mindre avhengig av Stortingets bevilgninger».¹⁰⁷ Løkens standpunkt ble senere videreført av Høyres representanter i Stortinget.

Siden 1970-årene har det vært vanlig å forklare avisdød ved hjelp av opplagsspiralen. Dette er en teori som har fått sin mest kjente utforming i Lars Furhoffs rapport «Opplagespiralen» fra 1967. Teorien sier at nr. 1-avisene, dvs. de avisene som er størst på utgiverstedet, kommer inn i «en god sirkel mellom opplaga og annonser», mens nr. 2-avisene kommer inn i en tilsvarende ond sirkel. Resultatet er at avstanden mellom de to avisene blir stadig større, «och på lång sikt finns det på en och samma marknad endast utrymme för en bärkraftig tidning».¹⁰⁸

Hellerud-komiteen brukte ikke uttrykket opplagsspiral i sin utredning, men tankegangen var den samme. I redegjørelsene for avisenes opplagsutvikling og økonomi ble det skilt mellom tre grupper av aviser: De som er størst, de som ikke er størst, og de som er alene på utgiverstedet. Komiteens materiale viste tydelig at skillet mellom lønnsomme og ulønnsomme aviser gikk mellom «aviser som ut fra et konkurransesynspunkt har en fordelaktig posisjon, og aviser som er sin stedlige konkurrent underlegen i opplag» (s. 24). Mest utsatt var de avisene som var nr. 2 eller nr. 3 i store og mellomstore byer. De kunne ha et «forholdsvis stort opplag etter norske forhold», men på grunn av konkurransesituasjonen hadde de likevel en svak økonomi. Komiteen bekreftet dermed det mange norske avisfolk hadde fremhevet i lang tid – at det var den lokale konkurransen og den ulike fordelingen av annonseinntekter som gjorde at noen aviser måtte innstille. Vegard Sletten brukte uttrykket «avisdød-spiralen» da han innledet på Holmenkollkonferansen i 1966, og mente den mekanismen «som løfter *ei* avis høgare opp og samtidig så ofte klemmer siste livskrafta ut av dei mindre avisene på same staden».

Hvis man skulle hindre at den lokale konkurransen tok livet av nr. 2-avisene, var det ikke nok å gi papirsubsidiær til alle aviser. Støtten måtte være selektiv, slik at gapet mellom de lokale konkurrentene ble mindre. Komiteen uttrykte det slik: «En støtte til *alle* aviser vil i beste fall opprettholde status quo i et stedlig konkurranseforhold, og som oftest øke konkurransepresset overfor de ikke-ledende og vanskeligstilte aviser. Den vil således ha motsatt virkning av det som en statlig subsidiering til norsk presse må ta sikte på» (s. 24).

¹⁰⁷ Stat- og pressekomiteen s. 28.

¹⁰⁸ Furhoff 1967: 32–33.

Innstillingen fra Hellerud-komiteen har fått stor betydning i ettertid. I den første stortingsmeldingen om pressestøtten ble komiteens forslag gjengitt nesten uten endringer. Komiteens definisjon av avisbegrepet¹⁰⁹ og redegjørelsen for avisenes oppgaver i samfunnet har vært et viktig holdepunkt for pressepolitikken hele tiden siden. Omtalen av «Strukturtenninger og avisøkonomi i årene 1950–1965» (s. 10–17) er en god oppsummering av det kartleggingsarbeidet som NAL hadde foretatt gjennom den første etterkrigstiden.

Etter at Hellerud-komiteen var ferdig med sitt arbeid, begynte den politiske gjennomføringen. Siden en del av Høyres statsråder var skeptiske, ville det ikke vært utenkelig at utredningen hadde havnet i en skuff. At det ikke gikk slik, skyldes engasjementet til statsminister Borten og statsrådene fra Senterpartiet. Saksbehandlingen ble lagt til Pris- og lønnsdepartementet, der Dagfinn Vårvik var statsråd. Vårvik kom fra stillingen som redaktør i Senterpartiets avis *Nationen*. Derfor kviet han seg litt for å behandle akkurat denne saken, men ble likevel overbevist om at den hørte inn under hans departement. En viktig grunn var at Statens informasjonstjeneste lå under dette departementet, og i Hellerud-komiteens utredning var det flere forslag som gjaldt statens informasjonsvirksomhet. I departementet var det Odd Strand, leder for Statens informasjonstjeneste, som fikk ansvaret for fremdriften. Einar Østgaard, som den gangen var en av våre få presseforskere, ble engasjert for å hjelpe til. Strand skrev det meste av meldingen, mens statsråd Vårvik sto for formuleringene av noen punkter som kunne skape problemer i regjeringen.¹¹⁰

Strand, Vårvik og Østgaard arbeidet både raskt og effektivt. Selv om saksbehandlingen inkluderte en høringsrunde der svarfristen var 31. desember 1967, passerte stortingsmeldingen om saken (St. meld. nr. 58 1967–68) statsråd så tidlig som 5. april 1968. Dette var akkurat tidsnok til at den kunne behandles i vårsesjonen. Pressestøtten ble imidlertid regnet som en vanskelig sak, slik at Stortinget vedtok å utsette behandlingen til høsten.

I stortingsmeldingen ble det beskrevet en lang rekke tiltak. De viktigste var større bevilgninger til offentlige kunngjøringer, støtte til telekommunikasjoner, kontroll med avisportoene, subsidiering av avisepapir, opprettelse av en statlig lånekasse for aviser og støtte til utdanning og etterutdanning. Tvils- og grensetilfeller skulle avgjøres av et eget organ – Norsk presseråd. Meldingen hadde også en sekkepost for «andre mulige statlige tiltak», der de mest konkrete forslagene var innkjøp av aviser til offentlige kontorer, bruk av aviser som læremiddel i samfunnskunnskap, økt satsing på presseforskning og flere aviser til sjøfolk i utlandet. Til slutt kom en kort oversikt over tiltak som pressen selv kunne gjennomføre. Papirsubsidiene, som vi oppfatter som den egentlige pressestøtten, var altså bare ett av mange elementer i en omfattende pakke¹¹¹.

Administrasjonskomiteen i Stortinget var ferdig med sin innstilling 7. desember 1968 (innst. S. nr. 82). Komiteen gikk enstemmig inn for de fleste forslagene i meldingen, men på

¹⁰⁹ Finansdepartementet og skattemyndighetene bruker fremdeles Hellerud-komiteens avisdefinisjon ved vurdering av hvilke publikasjoner som skal få momsfritak. Definisjonen var derfor sentral da Se og Hør krevde momsfritak som avis høsten 2003.

¹¹⁰ Wale 1972 s. 66.

¹¹¹ Ordningen for støtte er endret flere ganger etter 1969. Først ble papirsubsidiene omgjort til et rent produksjonstilskudd. Bakgrunnen var at tilskuddet hadde økt slik at det kunne være høyere enn avisens utgifter til papir. Papirkonsumet ble likevel beholdt som grunnlag for beregningen av støtte. Fra 1985 ble støtten i stedet beregnet ut fra antall eksemplarer, dvs. gjennomsnittlig opplag multiplisert med antall utgaver per år. Samtidig ble taket for støtte til nr. 1- og aleneaviser senket fra 10 000 til 6000.

samme måte som Hellerud-komiteen var den delt i synet på papirsubsidiær. Medlemmene fra Senterpartiet og Arbeiderpartiet støttet flertallsforslaget fra Hellerud-komiteen, medlemmene fra Venstre og KrF hadde et forslag som lignet, men med litt andre grenser¹¹², og medlemmene fra Høyre var mot.

Noen av Høyres pressefolk hadde opprinnelig vært positive til papirsubsidiær, ikke minst gjaldt det Torolf Kandahl i Aftenposten. Samme dag som administrasjonskomiteen avga sin innstilling, hadde imidlertid Norsk Høyrepresse, Høyres Pressebyrå og Den Konservative Presses Forening erklært at de støttet redaktør Arne Løkens synspunkter.¹¹³ Nå var det altså fullt samsvar mellom Høyres stortingsrepresentanter og Høyres aviser.

I Stortinget ble det en lang debatt, der både prinsipielle spørsmål og forslagene til støtteordninger ble belyst. Debatten viste at det var en utbredt velvilje overfor pressen, og stor oppslutning om de tiltakene som ville komme alle aviser til gode. Den positive holdningen skyldtes at alle partier hadde svake og nedleggingstruede aviser som de ønsket å hjelpe. Jon Leirfall fra Senterpartiet sa det slik: «Det er vel så at alle parti og dei fleste representantar har si sjuke mor som dei vil prøve ein ny medisin på». Mange politikere hadde arbeidet i små partiaviser, eller vært med på aksjoner for å redde dem, og var derfor opptatt av denne saken.

Siden administrasjonskomiteen var delt i synet på papirsubsidiær, sto dette spørsmålet helt sentralt i debatten. Talerne fra Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Høyre støttet sine partifeller i administrasjonskomiteen. Talerne fra Venstre og KrF kom i en mellomstilling. De samlet seg ikke om ett forslag, men hadde forskjellige oppfatninger om hvilke kriterier som burde brukes, og hvor grensene skulle settes. Flere ga uttrykk for tvil og usikkerhet.

Et poeng som flere av talerne fra Høyre brukte, var at avisdød ikke nødvendigvis var uheldig. Bortfall av svake nr. 2-aviser kunne også føre til at man fikk større og dermed bedre aviser på mange utgivesteder. De mente også at større politisk åpenhet i de gjenværende avisene (dvs. indre differensiering) var en bedre måte å oppnå idealet om en differensiert dagspresse på enn fortsatt konkurranse mellom partiløje aviser.

Etter debatten gikk saken tilbake til regjeringen, som utarbeidet et konkret forslag til støtte.¹¹⁴ I proposisjonen var den lange forslagslisten fra stortingsmeldingen (og Hellerud-komiteen) redusert til syv punkter: offentlige kunngjøringer, telekommunikasjoner, avisporto, subsidiering av avisepapir, lånekasse for aviser, Norsk presseråd og støtte til etterutdanning. For de fire punktene offentlige kunngjøringer, telekommunikasjoner, papirsubsidiær og etterutdanning hadde regjeringen forslag til bevilgninger¹¹⁵. Forslaget om lånekasse for aviser skulle utredes av en egen komité, mens spørsmålet om avisporto ble utsatt. Norsk Presseråd, som mange hadde vært kritiske til i Stortinget, ble erstattet med et støtteutvalg for dagspressen.

I Stortinget hadde et samlet Høyre vært mot papirsubsidiene. Det kan derfor virke overraskende at fire av Høyres seks statsråder stilte seg bak regjeringens forslag. Bare handelsminister Kåre Willoch og justisminister Elisabeth Schweigaard Selmer reservert seg.

¹¹² Deres forslag var at opplagsgrensen for nr. 2-avisenes skulle være 30 000 i stedet for 40 000, mens grensen for subsidiert forbruk skulle være 300 og ikke 400 tonn.

¹¹³ Andersen 1981: 132.

¹¹⁴ St. prp. nr. 121 for 1968–69.

¹¹⁵ Forslaget som gjaldt etterutdanning, var en tilleggsbevilgning på 60 000 kroner til Norsk journalistkole. Av Hellerud-komiteens forslag om støtte til pressforskning og grunnutdanning var det ingenting igjen.

De viste først til stortingsdebatten 14. januar, og ville derfor ikke «ta opp igjen spørsmålet om avispapirsubsidiert er et egnet virkemiddel». Reservasjon gjaldt i stedet «de reglene om fordelingen av subsidiene som Lønns- og prisdepartementet foreslår». Willoch og Schweigaard Selmer mente forslaget åpnet for skjønn, og fryktet at det ville gi myndighetene «en innflytelse over enkelte avisers økonomi som disse statsråder finner prinsipielt uheldig».

Sett utenfra og i ettertid virker dette som en svært forsiktig markering. Det er likevel ingen tvil om at utspillet var vel gjennomtenkt. På den ene siden var det så forsiktig at det ikke utfordret samholdet i regjeringen. Siden det var Stortingsvalg høsten 1969, var dette hensynet svært viktig. Reservasjonen fra Willoch og Schweigaard Selmer var likevel så tydelig at den ga Høyres stortingsrepresentanter mulighet til å fortsette sitt arbeid mot forslaget.

Da saken kom tilbake til Stortinget, var den borgerlige motstanden mot selektive papirsubsidiert blitt sterkere. Etter intense forhandlinger i administrasjonskomiteen ble resultatet en innstilling med to alternativer. Flertallet, som besto av representantene for Arbeiderpartiet, Senterpartiet og Kristelig Folkeparti, mente at subsidiene skulle gå til alle aviser med mindre enn 10 000 i opplag og dessuten til nr. 2-aviser med opplag mellom 10 000 og 27 500. Bortsett fra at øvre grense var redusert fra 40 000 til 27 500, er dette den samme ordningen som regjeringen og flertallet i Hellerud-komiteen hadde foreslått. Endringen av den øvre grensen betydde at én avis falt ut av ordningen – Morgenposten i Oslo som hadde et opplag på 30 807 i 1968 og 29 299 i 1969¹¹⁶.

Mindretallet besto nå av representantene fra Høyre og Venstre. Høyre hadde funnet frem til et kompromiss som Venstre kunne akseptere, og som også hadde vært fristende for Kristelig Folkeparti¹¹⁷. Forslaget var at det skulle gis papirstøtte til alle aviser med mindre enn 27 500 i opplag, og at øvre grense skulle være 200 tonn i stedet for 400 tonn som flertallet foreslo. Forslaget betydde at støtten til mellomstore nr. 2-aviser ville bli redusert, samtidig som nr. 1- og aleneaviser med opplag mellom 10 000 og 27 500 ville komme med i ordningen. Dermed forsvant den selektive virkningen som var hele poenget med flertallets forslag. Administrasjonskomiteen foreslo også at det skulle innføres en egen støtte til de politiske partienes pressekontorer. Dette punktet hadde ikke vært med i de tidligere dokumentene, men «synes å være kommet rekende på ei fjøl» som statssekretær Bye uttrykte det i intervju med Thorbjørn Wale i 1971.

For 1969 skulle støtten være 500 kroner per tonn avisepapir, men med en øvre grense på 400 tonn per år. Små aviser som brukte mindre enn 25 tonn papir per år, fikk 750 kroner per tonn. For de små avisene var kravet at de tilfredsstilte datidens avisdefinisjon, som var minst to utgaver per uke. Det ble riktignok gjort unntak for ukeaviser med et idémessig eller politisk grunnlag, mens vanlige lokale ukeaviser fikk ikke støtte. Blant ukeavisene «med et idémessig

¹¹⁶ Morgenposten var politisk uavhengig og manglet derfor støttespillere blant politikerne. Den hadde dessuten fått en ny eier i 1967 – industrimannen Sverre Munck fra Bergen. I Morgenpostens historie skriver Gunnar Jermann (1999 s. 54) at Munck ønsket seg en avis «hvor han ikke risikerte å få refuset innlegg og artikler der han tilkjennega sine særegne synspunkter og kontroversielle politiske oppfatninger».

¹¹⁷ I et rundskriv fra Norsk Arbeiderpresse 5. juni 1969 skriver Johan Ona at både Venstre og KrF sluttet seg til kompromissforslaget fra Høyre, og at det var en reell mulighet for at saken ville bli utsatt. Sluttresultatet ble likevel at KrF sikret flertall for regjeringens forslag sammen med Senterpartiet og Arbeiderpartiet (rundskriv nr. 24/1969. Arbeiderpressens arkiv og bibliotek, Dg – 0004, Stat og presse 1967–1971).

eller politisk grunnlag» som fikk støtte, var både SVs avis Orientering, Folkets Framtid (KrF) og avholdsbevegelsens avis Folket.

På forhånd var det anslått at papirsubsidiene ville koste 5,4 millioner kroner for 1969, som var det beløpet som ble bevilget¹¹⁸. Dette tilsvarer omtrent 41 millioner 2008-kroner. Til sammenligning: Dagsavisen var den største støttemottakeren i 2008, med et produksjonstilskudd på 39,5 millioner.

I tillegg til papirsubsidiene ble det bevilget 750 000 kroner som tilskudd til telekommunikasjoner, og 490 000 som tilskudd til de politiske pressekontorene. Det ble også vedtatt at statens kunngjøringer skulle trappes kraftig opp. Dette gjaldt både kunngjøringer av lover og administrative tiltak, stillingsannonser og generelle informasjonstiltak. Fra 560 000 kroner i 1968 økte denne posten til 2,4 millioner i 1969 og 7,7 millioner i 1970.

Det tradisjonelle synet på pressestøtten er at initiativet og de praktiske forslagene kom fra pressen selv, mens Senterpartiet sørget for den politiske gjennomføringen. Pressen betydde i dette tilfellet både de sentrale presseorganisasjonene (Norsk Presseforbund, NAL, Norsk Redaktørforening og Norsk Journalistlag), de politiske presseorganisasjonene og en lang rekke aviser og pressefolk som hadde tatt saken opp i spaltene. Når pressen virket sammen på denne måten, skapte det et formidabelt trykk.

Synet på pressens rolle står sentralt i Thorbjørn Wales hovedoppgave «Fjerde statsmakt eller den annen partimakt?» fra 1972. Denne oppgaven gir fremdeles den beste oversikten over beslutningsprosessen. I tillegg til å studere de offisielle dokumentene, har han foretatt personlige intervjuer med sentrale aktører. Som tidligere redaktør for Trønder-Avisa, som var organ for Senterpartiet og Venstre, hadde Wale fulgt prosessen på nært hold. Han var dessuten en person med et stort kontaktnett, både blant pressefolk og politikere.

I Maktutredningens rapport om massemedier vurderte Sverre Høyen saken på samme måte som Wale. For ham var innføringen av pressestøtten et eksempel på at pressen hadde overtatt kontrollen over en politisk prosess. Han mente også at det var «mindre enn en tilfeldighet at tre senterparti-politikere står sentralt i saken. De kjenner spillregler fra jordbruksforhandlingene. Det som skiller behandlingen av pressestøtten fra liknende saker er styrkegraden av bransjens representasjon, av dens medvirkning på alle trinn i beslutningsgangen, og på fraværet av endringer i de opprinnelige og bransjeinspirerte forslag».¹¹⁹

I rapporten «... og regien var ved Johan Ona» fra 1998 har Einar Olsen lansert en annen versjon. Olsens påstand er at A-pressen, representert ved sin dynamiske leder Johan Ona, er den egentlige opphavsmannen til pressestøtten. Einar Olsen var en sentral person i A-pressen fra siste del av 1960-årene og fremover, og leder for Norsk Arbeiderpresse fra 1975 til 1986. Han har således god oversikt over A-pressens arbeid med saken.

Einar Olsen viser at de interne utredningene i arbeiderbevegelsen startet i juni 1964, da samarbeidskomiteen mellom LO og DNA satte ned et eget avisutvalg med Johan Ona som formann. Dette var ett år før de første vedtakene i presseorganisasjonene. Deltakere på møtet

¹¹⁸ Regnskapstall viser at det bare ble utbetalt 3,75 millioner i 1969. Det skyldes at noen aviser ikke fikk oppgjøret for 1969 før i 1970. Samlet utbetaling for 1969 var omtrent 5,9 millioner, dvs. litt mer enn det som var bevilget. (St. meld. Nr. 67 (1979–71) s. 1 og 10).

¹¹⁹ Høyen 1982: 191–192.

var Einar Gerhardsen, Trygve Bratteli, Haakon Lie og Reidar Hirsti fra Arbeiderpartiet og Konrad Nordahl, Alf Andresen og Parelius Mentsen fra LO, en innflytelsesrik forsamling for å si det forsiktig. Det sentrale mandatet var «å gi en analyse av de aktuelle forhold og av utviklingstendensene i vår presse og særlig vurdere de fremtidige muligheter for norsk arbeiderpresse». Ut fra vurderingen av den aktuelle situasjonen skulle utvalget «drøfte behovet for og hensiktsmessigheten av offentlige tiltak – eksempelvis en økt statlig annonsering i våre aviser og en indirekte form for statsstøtte gjennom bladdistribusjon og lav avisporto»¹²⁰.

Resultatet av avisutvalgets arbeid var en innstilling på 18 sider med tittelen «PM om statsstønad til pressen». Innstillingen var utvilsomt Johan Onas verk. Den ble undertegnet av ham 3. mars 1966, dvs. dagen etter at Holmenkollkonferansen var ferdig, og behandlet i samarbeidskomiteen 1. juli 1966. Komiteen vedtok at innstillingen skulle «legges til grunn for det videre arbeid med saken». Einar Olsen (1998 s. 44) kaller innstillingen «de detaljerte planer for innføring av pressestøtte som Samarbeidskomiteen hadde utarbeidet i regi av Johan Ona», og den er grunnlaget for påstanden om at «nøkkelfolk i A-pressen for lengst satt med fasit».

Einar Olsens versjon er gjentatt og forsterket i boken *Norsk mediehistorie* som Henrik Bastiansen og Hans Fredrik Dahl utga i 2003. I omtalen av pressestøtten gjengir de først Olsens oppfatning om at pressens initiativ overfor regjeringen Borten i 1965 og 1966 var det «siste ledd i en forhistorie som strakte seg flere år tilbake – og at de presseideologiske prinsippene for en statlig pressestøtte var gjennomtenkt og klarlagt i forkant av den innflytelsesrike sjefen i Norsk Arbeiderpresse AS, Johan Ona».

Litt senere i fremstillingen gjorde de Olsens oppfatning til sin, uten forbehold eller motforestillinger: «Pressestøtten hadde altså en sosialdemokratisk opprinnelse i arbeiderpressen før dens bærende idé ble grepet av pressens organisasjoner og løftet frem for Per Bortens borgerlige firepartiregjering» står det som innledning til omtalen av Hellerud-komiteens og Stortingets behandling. Avslutningen er like uforbeholden: «Som pressestøttens norske opphavsmann hadde Johan Ona grunn til å være fornøyd med resultatet».¹²¹

Fremstillingen til Einar Olsen inneholder mye ny og viktig informasjon, men er likevel misvisende på flere punkter. Den måten Bastiansen og Dahl bruker rapporten på, gjør at beskrivelsen blir enda mindre dekkende. Deres forsøk på å revidere den etablerte sannheten bør derfor ikke bli stående som den endelige historien om pressestøtten.

Det første problemet med Olsens fremstilling er at han overdriver likheten mellom samarbeidskomiteens planer og den pressestøtten som til slutt ble vedtatt. Dette er tydeligst når det gjelder papirsubsidiene, dvs. den viktigste og mest kontroversielle delen av støtten. Her foreslo flertallet i Hellerud-komiteen at subsidiene bare skulle gå til aviser med opplag under 10 000, og til nr. 2-aviser med opplag mellom 10 000 og 40 000. Samarbeidskomiteens avisutvalg foreslo derimot at «samtlige aviser, uansett deres størrelse eller økonomiske stilling, bør få de samme subsidier som de øvrige aviser for de første 300 tonn som kjøpes. Det vil ikke være mulig å foreta noen behovsprøving, og da der er mange aviser med et

¹²⁰ Protokoll fra møte i samarbeidskomiteen mellom DNA og LO 26. juni 1964. Arbeiderbevegelsen arkiv og bibliotek, Det norske arbeiderparti, Da. Alfabetisk saksarkiv 1964 (S).

¹²¹ Bastiansen og Dahl 2003: 425–428.

forbruk utover 300 tonn som har dårlig økonomi, vil det være uriktig at aviser som forbruker mer enn 300 tonn per år ikke skal få kjøpt subsidiert avisepapir inntil dette kvantum» (s. 9). Dette er ikke å foregripe Hellerud-komiteens innstilling, snarere tvert imot. På dette avgjørende punktet hadde samarbeidskomiteens avisutvalg samme standpunkt som Hellerud-komiteens mindretall Arnøy og Iversen, og den var enda mindre restriktiv overfor de store avisene enn Høyres og Venstres mindretall i Stortinget!

Den første svakheten ved nytolkningen til Olsen, Bastiansen og Dahl er altså at de overvurderer betydningen av det utredningsarbeidet som foregikk i A-pressen fra 1964 til 1966. Den andre er at de undervurderer, eller har for dårlig kjennskap til, det langsiktige arbeidet som presseorganisasjonene hadde gjort for å bedre avisenes situasjon. Da samarbeids-komiteen nedsatte sitt utredningsutvalg i 1964, brukte den økt statlig annonsering og lav avisporto som eksempler på offentlige tiltak. Dette er tiltak som presseorganisasjonene hadde arbeidet med siden mellomkrigstiden.

Innstillingen fra samarbeidskomiteens avisutvalg har en interessant bekreftelse på at presseorganisasjonene hadde en tradisjon for å arbeide med slike spørsmål. Utvalget (dvs. Ona) viser først til den ordningen som nettopp var innført i Sverige, med en støtte som ble kanalisert gjennom partiene og var proporsjonal med antall representanter i Riksdagen. Deretter står det at utvalget «viker tilbake for å anbefale en tilsvarende løsning i vårt land». Årsaken er at «samtlige presseorganisasjoner har, i hvert fall inntil nå, gått imot enhver form for direkte støtte og krever at støtten må bli indirekte, bl.a. i form av lavere bladporto, subsidier til avisepapir, reduserte telefonsatser og økt offentlig annonsering. Det er derfor grunn til å tro at det vil bli en politisk belastning dersom arbeiderbevegelsen alene skal kreve en direkte støtte over skatteseddelen» (s. 5).

Det er ingen tvil om at Johan Ona hadde en stor faglig tyngde, og at han brukte den både internt i Hellerud-komiteen og i det senere arbeidet med å få støtteordningene vedtatt. I Hellerud-komiteens innstilling kan man finne formuleringer som er hentet direkte fra rapporten til samarbeidskomiteens avisutvalg. Som eksemplet med papirsubsidiene viser, er det likevel galt å si at Ona satt med noen ferdig fasit. Arbeidet fra Holmenkollkonferansen og fremover har i stedet vært en prosess der mange har bidratt, både pressefolk og politikere. I denne prosessen hadde Johan Ona ikke noe monopol på faglig innsikt. Dette ser vi tydelig i referatene fra Holmenkollkonferansen, der flere hadde en god forståelse av den mekanismen som vi i dag kaller opplagsspiralen¹²². Vi ser det også i alle de redegjørelsene for avisdød, avisøkonomi og avisenes forhold til myndighetene som andre pressefolk har levert gjennom årene.

Den viktigste inspirasjonen til presseorganisasjonenes arbeid fra 1965 og fremover er ikke A-pressens interne utredningsarbeid, men erfaringene fra gjenoppbygningsperioden fra 1945 til begynnelsen av 1950-årene. Den gangen var avisene nødt til å arbeide tett sammen med myndighetene om fastleggelse av papirkvoter og priser. De hadde også erfaring med at grundig dokumentasjon gjorde det mulig å vinne frem. Dette var aller tydeligst fra 1952 til 1954, da staten subsidierte avisepapir for å skjerme avisene mot prisøkningen på

¹²² Selv om opplagsspiralen har fått sin endelige formulering av svenske Lars Furhoff i heftet «Opplagespiralen» fra 1967, hadde mekanismene i opplagsutviklingen vært beskrevet av Edmund Norén og andre norske avisfolk siden begynnelsen av 1950-årene. Norén brukte uttrykket kvantumsspiralen, jf. sitat i innledningen til kapittel 4.

verdensmarkedet. (Se omtale under avsnittet Papirrasjonering, prisregulering og subsidier i kapittel 2).

Etter at gjenoppbyggingen var ferdig, fikk avisene det fulle ansvaret for sin egen økonomi. Dersom driften gikk med underskudd, var støtte fra eierne den eneste muligheten til å unngå konkurs. Mange aviser fikk slik støtte i 1950- og 1960-årene, men etter hvert viste det seg at dette ikke var nok. I denne situasjonen var det helt naturlig å se hva staten kunne bidra med.

I tillegg til statsannonsering, teletakster og porto som avisene hadde vært opptatt av hele tiden, dukket tanken om papirsubsidier opp igjen. Da NALs direktør Ola Kirkvaag skrev om «Avisdøden – årsak, virkninger og botemidler» vinteren 1964¹²³, var «subsidiering av et visst basiskvantum avisepapir» med på listen over mulige tiltak. Aftenpostens redaktør Torolv Kandahl gjentok forslaget to år senere, på det møtet i Oslo Journalistklubb 26. januar 1966 der Per Borten innledet. Hans forslag var at staten burde subsidiere «et visst minstekvantum papir», for eksempel ved at den betalte 50 prosent av prisen for inntil 200 tonn.

De fleste pressefolkene som arbeidet med pressestøtten fra 1965 og fremover, hadde erfaring fra samarbeidet mellom presse og stat i den første etterkrigstiden. Hellerud-komiteens sekretær Edmund Norén er den fremste representanten for denne tradisjonen. Norén var disponent i Arbeiderbladet fra 1947 til 1955, men også formann i NAL fra 1950 til 1951 og fra 1952 til 1954. Fra 1955 var han leder for Avisenes informasjonskontor. I tillegg til å gjøre en stor innsats som organisasjonsmann, leverte han mange innsiktsfulle oversikter over avisenes situasjon. Beskrivelsen av det han kalte kvantumsspiralen på det niende nordiske pressemøtet i 1950, er bare ett av mange eksempler.

Som leder av Arbeiderpressens samvirke var Johan Ona en del av det samme faglige miljøet. Oppgaven var å forsvare A-pressens interesser, men han visste at dette ofte måtte skje gjennom samarbeid med andre pressefolk. Dokumenter fra begynnelsen av 1950-årene viser at Ona og Norén arbeidet sammen om forslagene til papirsubsidier.¹²⁴ I Hellerud-komiteen fikk de anledning til å samarbeide igjen. Når Thorbjørn Wale skriver at Norén hadde beregnet konsekvensene av 17 forskjellige alternativer for papirstøtte, er det ikke vanskelig å se likheten med arbeidet til Norén og Ona i begynnelsen av 1950-årene.

Vegard Sletten var en annen bærer av den samme tradisjonen. Han var formann i Norsk Presseforbund fra 1962 til 1971, og hadde vært med i styret helt siden 1946. Torolv Kandahl var formann i Norsk Presseforbund både før og etter krigen. Slik kan man fortsette. Forbindelsen fra gjenoppbygingsperioden etter krigen til arbeidet med pressestøtten i slutten av 1960-årene er således mye mer enn en oppfrisking av gamle ideer. Den bygger også på erfaringene til personer som var sentrale i norsk presse gjennom hele perioden.

¹²³ Dagspressen nr. 1 1964 s. 5.

¹²⁴ Arbeiderbevegelsens arkiv og bibliotek. Norsk arbeiderpresse. Arkivboks Da-0013, mappe 2.56, papirrasjoneringen 1949–1956.

5. 1970 til 1989 – vekst og omstrukturering

I 1988 vakte Per Olav Reinton, som da var rektor ved Norsk Journalisthøgskole, stor oppmerksomhet gjennom artikkelen «Hvor blir det av den differensierte presse?». Der oppsumerte han utviklingen de siste tjue årene med en rekke spissformulerte utsagn, som dette fra innledningen:

«I 1969 erklærte Stortinget det norske avislandskap verneverdig. Ved vedtak om pressestøtte ble de norske aviser et naturreservat. Landskapet besto av et par hundre lokalaviser, og det ble i praksis forbudt å etablere nye.»

Påstanden om manglende forandring ble gjentatt og utdypet senere i artikkelen. De eneste endringene på 20 år var etableringen av Klassekampen (en «rød orkidé») og «noen få småaviser som er visnet bort og noen få småaviser det er blitt liv i».¹²⁵

Det som faktisk skjedde etter at pressestøtten var innført i 1969, var det motsatte av fredning og stillstand. 1970- og 1980-årene var preget av flere forskjellige endringer, som hver på sin måte hadde stor betydning for avismønsteret og avisenes redaksjonelle profil. Til sammen førte de til en grunnleggende endring av det norske avissystemet.

Den mest synlige endringen var VGs utvikling. I midten av 1960-årene var VG en mellomstor osloavis med elendig økonomi. Tjue år senere var den blitt Norges suverent største avis. Den var også vår første egentlige riksavis i den forstand at den ble kjøpt og lest over hele landet og i alle deler av befolkningen. Gjennom sin opplagsvekst, og ved at den var synlig hver dag fra avisstativer over hele landet, påvirket den også journalistikken og presentasjonsmåten i abonnementsavisene.¹²⁶

En annen tendens som fikk stor oppmerksomhet, var at avisdøden fortsatte. Denne gangen var det ikke bare «småaviser som visnet bort», slik Reinton uttrykte det. Avisdøden rammet betydelig hardere enn i perioden foran – både fordi mange av de avisene som ble nedlagt, var ganske store, og fordi nedleggelsene gjorde at det bare var en avis igjen på utgiverstedet.

En tredje endring, som ikke var like synlig, var veksten for de lokale fådagersavisene. Mens 1950- og 1960-årene hadde vært en dårlig tid for denne avisgruppen, skjedde det en sterk oppblomstring fra 1970 og fremover. Det ble startet atskillig flere slike aviser enn det ble lagt ned, og mange av de etablerte avisene fikk flere abonnenter og bedre økonomi. På grunn av nyetableringene økte tallet på aviser fra 191 ved utgangen av 1969 til 212 ved utgangen av 1989. Antallet utgiversteder økte enda mer – fra 123 til 158 (tabell 5.3).

At veksten for lokalavisene ikke vakte større oppmerksomhet da den skjedde, kan forklares med at nykommerne var små og helt lokale. En ny avis i Vanylven på Sunnmøre det ene året, en i Haram året etter, og en tredje på Ørskog året etter der – slikt blir normalt ikke

¹²⁵ Reinton 1988.

¹²⁶ Forholdet mellom VG og de lokale abonnementsavisene var sammensatt. Samtidig som avisene hentet ideer fra VG når det gjaldt presentasjon, ønsket de å holde avstand fra VGs «tabloide» journalistikk. Selv etter 2000 mente noen av de avisene som skiftet fra fullformat til tabloid, at de måtte forsikre sine lesere om at de var like seriøse som før. Det som skjedde i 1970- og 1980-årene, var at VG fungerte som en slags idébank. Der kunne avisene hente inspirasjon, men de vurderte selv hva som passet med deres redaksjonelle profil.

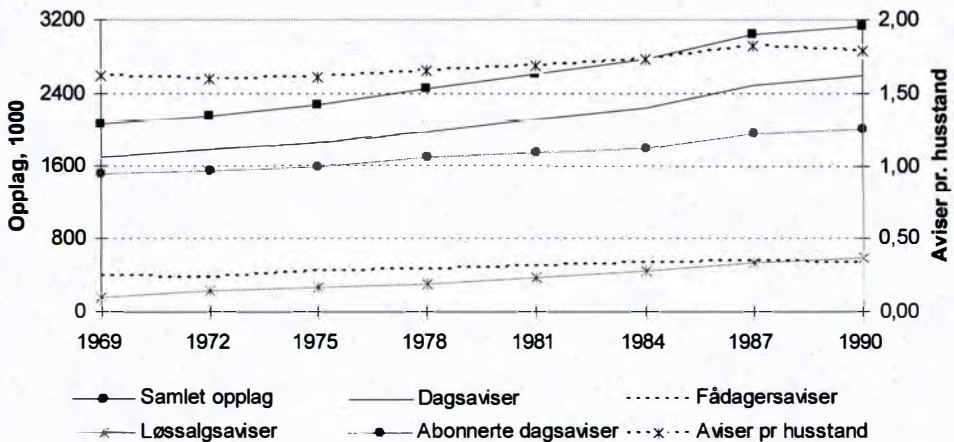
registrert utenfor de kommunene det gjelder. Det var dessuten en god del av de nye prosjektene som ikke fikk noe langt liv. En må altså telle systematisk og ha et langsiktig perspektiv for å se at nyetablering av fådagrsaviser var et viktig kjennetegn ved utviklingen i denne perioden.

En siste viktig utvikling gjaldt avisenes politiske tilknytning. I løpet av perioden var partiavistradisjonen i ferd med å bli historie, slik Reinton også var inne på: «Fargene har endret seg noe. Vi har ikke blå og grønne aviser lenger, og selv de røde legger mer vekt på journalistikk enn partifarge». Henrik Bastiansen, som har skrevet om partipressens utvikling, har kalt perioden fra 1972 til 1981 for «partipressen i krise» mens perioden fra 1981 til 1991 er «det store oppbruddet».¹²⁷

Samtidig med endringen i avisstrukturen og partitilknytningen skjedde det mye med innholdet i avisene. De fleste avisene var blitt fyldigere, med mer plass til egenprodusert lokalt stoff. Overgangen til offsettrykking og tabloidformat og mer bruk av bilder bidro også til at avisene ble mer leservennlige enn før.

De moderniserte avisene ble godt mottatt av leserne, og mange opplevde en kraftig vekst. Resultatet var en sterk økning av aviskonsumet. Mens samlet opplag er anslått til 2 070 000 i 1969, var det omtrent 3 140 000 i 1989. Dette er en økning på mer enn 50 prosent. Til sammenligning økte opplaget med 17 prosent fra 1952 til 1969. Opplagsøkningen gjaldt både løssalgaviser, abonnerte dagsaviser og fådagrsaviser (figur 5.1), selv om det var løssalgavisene med VG i spissen som økte mest.

Figur 5.1. Utvikling av opplag og aviser per husstand, 1969 til 1990



Femti prosent økning er betydelig mer enn det som trengtes for å holde følge med befolkningsøkningen. Antall aviser per husstand økte derfor fra 1,60 i 1972 til 1,82 i 1989. Dette betyr at det ble solgt flere aviser per husstand i slutten av 1980-årene enn i begynnelsen av 1950-årene – den gangen avisene var så tynne at man måtte kjøpe flere hver dag for å være sikret nok lesestoff.

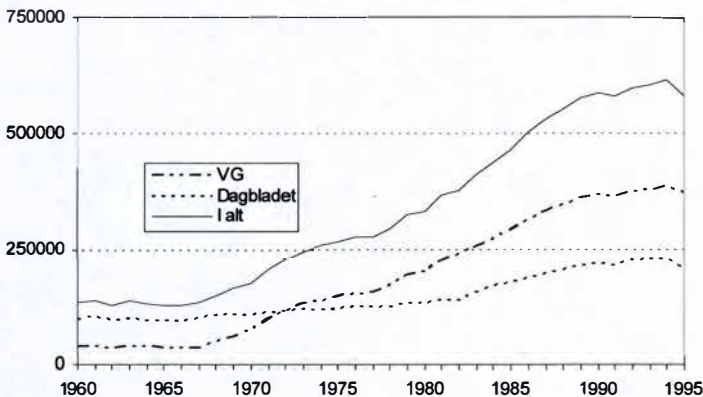
¹²⁷ Bastiansen 2009.

Mens aviskonsumet økte i Norge, gikk det tilbake i de fleste andre vestlige land. Resultatet var at Norge plasserte seg helt på toppen av den internasjonale avisstatistikken. Det er altså utviklingen etter 1969, og det avismønsteret og den avistradisjonen som ble etablert i denne perioden, som har gjort at vi så lenge har kunnet kalle oss «verdensmester i aviskonsum».

Løssalgsavisenes utvikling

I 1968 økte VGs opplag med over tretti prosent, fra 36 233 i 1967 til 47 518. Dette var begynnelsen på en langsiktig og eventyrlig vekst. Konkurrenten Dagbladet ble passert i 1972 da begge hadde et opplag på litt over 115 000, og i 1981 gikk VG forbi Aftenposten og overtok rollen som Norges største avis. Forspranget VG hadde til Aftenposten økte gjennom resten av 1980-årene og begynnelsen av 1990-årene. I denne perioden var VG ikke bare størst, den var også den avisen som økte mest. Dermed ble den en avis som alle andre måtte forholde seg til. VGs oppskrift var ikke bare store titler og store bilder. Innholdet og skrivemåten var også annerledes. «Rett-på-sak. Kjapt og korrekt» er to av karakteristikene i VGs historie.¹²⁸ Dette var en oppskrift som andre aviser kunne like eller mislike, men som de ikke kunne ignorere.

Figur 5.2 Opplagsutvikling for VG og Dagbladet, 1960 til 1995



Opplagsutviklingen for VG og Dagbladet fra slutten av 1960-årene til begynnelsen av 1990-årene er vist i figur 5.2. Figuren gjelder hele perioden fra 1960 til 1995. Dette er gjort for at VGs overgang fra stillstand til sterk og langvarig vekst skal komme tydeligere fram.

Bak suksessen fra 1968 og fremover ligger det både en langvarig produktutvikling og en optimistisk satsing. Da VG ble grunnlagt i 1945, var den en vanlig abonnementsavis. Den første omleggingen skjedde allerede i 1952, da avisen gikk over fra morgenavis til middagsavis. Det betydde at den hovedsakelig skulle selges i løssalg. Det betydde også at den først og fremst skulle konkurrere med Dagbladet, som frem til da hadde vært enerådende på

¹²⁸ Eide 1995: 269.

dette markedet. Dagbladet hadde et opplag på 74 000 i 1951, og det aller meste av dette (62 000) var løssalg. Selv om VG bare var tredjeparten så stor, virket konkurransen med Dagbladet likevel som en mer overkommelig oppgave enn en fortsatt tilværelse som underlegen abonnementsavis i hovedstaden.

VGs første omlegging var vellykket i den forstand at løssalget faktisk ble den viktigste salgsformen. Før omleggingen ble mindre enn 30 prosent av opplaget solgt i løssalg. I 1962 var andelen over 80 prosent. Samlet opplag hadde også økt, fra mindre enn 27 000 i 1951 til 35 000 i 1962. VGs økonomi i begynnelsen av 1960-årene var imidlertid like dårlig som den hadde vært ti år tidligere.

Det neste vendepunktet skjedde i januar 1963, da VG skiftet til tabloidformat. Samtidig ble trykkingen flyttet til Aftenpostens trykkeri. Med det nye formatet burde det være lettere å lage en moderne, leservennlig avis. Noen opplagsøkning ble det likevel ikke. Etter et løft på noen få tusen i 1963 og 1964, var opplaget tilbake på 1962-nivået i 1966. Den viktigste hindringen for avisen var økonomien, som gjorde det umulig å satse på produktutvikling og bedre distribusjon.

Betaling for trykkingen skjedde for en stor del gjennom kreditt fra Aftenpostens eiere, dvs. Schibstedfamilien. Denne kreditten ble brukt opp raskere enn forventet. I stedet for å fortsette seigpiningen, ble løsningen at Schibsted overtok VG. Dette skjedde fra 1. juni 1966. I VGs historie forteller Martin Eide hvordan Aftenpostens statistikere hadde analysert opplagstallene til VG, og funnet mange positive tendenser¹²⁹. Aftenposten og VG hentet også inspirasjon fra Sverige, der de to løssalgavisene Expressen og Aftonbladet etter hvert hadde utviklet seg til å bli aviser for hele landet¹³⁰.

Med nye eiere som hadde penger og som trodde på avisen, fikk VG anledning til å realisere sine planer. Martin Eide forteller hvordan Schibsteds direksjon bevilget penger til mange påkrevde tiltak den første høsten. Avisen fikk nye settemaskiner, «redaksjonens budsjett økes med 200 000 kroner ut over det som går med til lønnsøkninger, VG ønsker å utvide sidetallet og direksjonen sier værsgod, her er 100 000 kroner». Direksjonen bevilget også 50 000 kroner per år til en ny distribusjonsrute, en bilrute som endte i Kongsberg. I alt skal Schibsted ha støttet VG med nærmere 10 millioner kroner fra 1962 til 1970¹³¹. Etter dette greide avisen seg selv, og ble snart en økonomisk gullgrube.

Før VGs vekst begynte, var Dagbladet og VG først og fremst aviser for Oslo-området. Uttrykket boulevard-avis var i grunnen en god beskrivelse – de ble først og fremst solgt fra aviskiosker i Oslo og andre byer mens de hadde svært liten spredning utover landet. I 1966 ble 47 prosent av Dagbladets opplag og 56 prosent av VGs opplag solgt i selve Oslo.

Med Schibsteds penger i ryggen satset VG målbevisst på å bygge opp en bedre distribusjon. Dette betydde flere utsalgssteder, spredning til nye områder og raskere transport ut til utsalgsstedene. I 1969 hadde avisen omtrent 2500 utsalgssteder. Tre år etter var tallet nesten 5000, dvs. en fordobling. Utvidelsen av distribusjonsnettlet ble fulgt opp gjennom aktiv

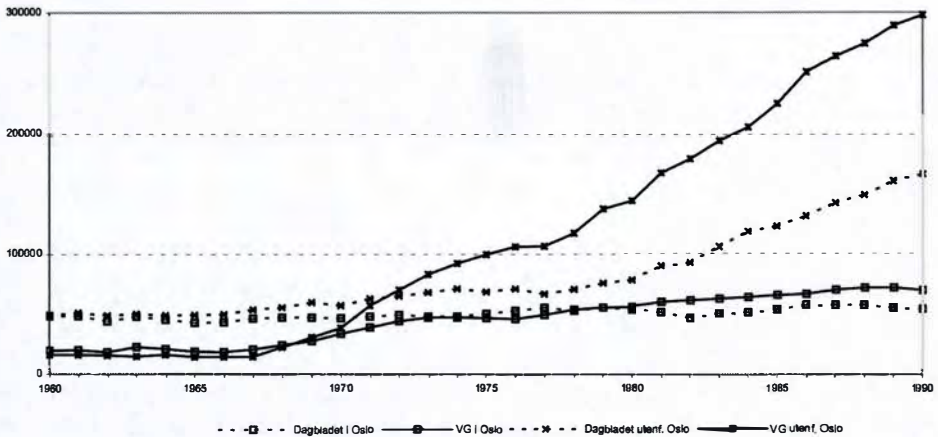
¹²⁹ Eide 1995, se særlig s. 239–240.

¹³⁰ Påvirkningen fra Sverige er omtalt flere steder i VGs historie. Se også Karl Erik Gustafssons (1986) artikkel «Expressens förebilder – Expressen som förebild».

¹³¹ Eide 1995: 244.

markedsføring gjennom skilt, plakater, salgsstativer osv¹³². Den raske veksten fortsatte gjennom det neste tiåret, til nærmere 9000 utsalgssteder i 1982. Med dette hadde det moderne salgsapparatet funnet sin form. I 1990 hadde VG 11 500 utsalgssteder, og omtrent like mange salgspunkter er det i dag.

Figur 5.3. Opplag for Dagbladet og VG fordelt på Oslo og landet ellers, 1960–1990



Før veksten begynte, ble VG og andre aviser hovedsakelig solgt gjennom Narvesen og andre frukt- og tobakskiosker, men også hos bokhandlere utenfor Oslo. Utvidelsen av forhandler-nettet skyldtes for en stor del at man begynte å selge avisen på helt nye steder, som dagligvarebutikker, bensinstasjoner, kafeer og hoteller. Som det står i årsrapporten for VG distribusjon fra 1971: «Tradisjonelt var den lokale bokhandel ute i landet det sted der man fikk kjøpt sin Oslo-avis, men denne rollen som «kulturformidler» er nå overtatt av den lokale kolonialforretning». Filosofien var at avisen skulle være tilgjengelig på steder som folk likevel oppsøkte i løpet av dagen, og at den skulle være der så tidlig som mulig.

Det første salget gjennom dagligvarebutikker begynte i 1969¹³³. Det tok imidlertid noen år før dette ble en viktig salgsform. Detaljert statistikk over salgssteder viser at mer enn 70 prosent av opplaget gikk til Narvesen og andre kiosker i 1972. I 1982 var andelen sunket til litt over 40 prosent, og i 1990 var den omkring 25 prosent. Da var andelen som ble solgt gjennom dagligvarebutikker og varehus, steget til omtrent 50 prosent¹³⁴.

Utvidelsen av salgsnettet begynte med nærområdene til Oslo, der transporten ut til salgsstedene kunne skje med bil og jernbane. Etter hvert ble målet at avisen skulle være til stede over hele landet, og da fikk flytrafikken større betydning. For å nå morgenflyene fra Fornebu ble trykkingen etter hvert flyttet fremover i tid, fra kl. 11.00 i 1967 til kl. 08.00 gjennom mesteparten av 1970-årene og kl. 06.30 fra 1979.

¹³² De nye markedsføringstiltakene er omtalt i VGs årsmelding for 1969.

¹³³ Eide 1995: 253.

¹³⁴ Opplysninger om type utsalgssted er hentet fra interne notater fra distribusjonsavdelingen; en statistikk som dekker årene 1972, 1975 og 1982, og en som gjelder situasjonen i 1990.

Tabell 5.1 Husstandsdekning for VG i forskjellige deler av landet, 1966 til 1990

	1966	1972	1978	1984	1990
Oslo	10	23	28	28	29
Oslos handelsdistrikt ellers	2	9	15	20	25
Resten av Østlandet	2	8	12	17	23
Sørlandet	2	5	9	14	20
Vestre handelsfelt	1	5	9	13	19
Midtre Handelsfelt	1	4	7	12	19
Nordre handelsfelt	1	6	10	15	20
Hele landet	3	9	13	17	22
Opplag, 1000	35	117	177	267	365

Den første ekspansjonen skjedde både i og utenfor Oslo (figur 5.3 og tabell 5.1). I 1972 hadde VG nesten innhentet Dagbladet i Oslo, og den hadde fått et lite overtak i resten av Østlandet. Utenfor Østlandet sto avisene omtrent likt, men husstandsdekningen var ikke høyere enn omkring fem prosent i de forskjellige geografiske områdene. Deretter har VGs økning i Oslo vært nokså beskjeden, mens veksten fortsatte for fullt i resten av landet. I områdene utenfor Østlandet økte husstandsdekningen jevnt fra omtrent fem prosent i 1972 til omtrent 20 prosent i 1990 (tabell 5.1). Andelen av VGs opplag som ble solgt i selve Oslo, sank fra 56 prosent i 1966 via 39 prosent i 1972 til 28 prosent i 1980 og 19 prosent i 1990.

Veksten gjennom 1970- og 1980-årene betyr at VG ble vår første egentlige riksavis. Den henvendte seg til lesere fra hele landet, den var tilgjengelig i dagligvarebutikker, bensinstasjoner og kiosker over hele landet, og den ble kjøpt og lest av alle grupper av befolkningen. Mens Dagbladet tradisjonelt har hatt sitt beste publikum blant de høyutdannede, har VG-leseren vært nokså lik gjennomsnittsnordmannen. Den eneste viktige forskjellen var at det tok tid før VG slo gjennom hos de eldste. At de eldste er tilbakeholdne med å tilegne seg noe nytt, er en tendens som også er godt dokumentert for andre nye medier. I 1960-årene og begynnelsen av 1970-årene gjaldt det fjernsynet, nå gjelder det Internett.

Mens VG økte sterkt fra 1968 og fremover, tok det lang tid før det skjedde noe med Dagbladet. I 1972 var opplaget omtrent 115 000 for begge løssalgsavisene. Ti år etter hadde VG vokst til 240 000, dvs. mer enn en fordobling. Dagbladet hadde bare økt til 139 000. Dette var bare litt mer enn det som trengtes for å holde følge med befolkningsutviklingen. Frem til slutten av 1970-årene hadde det heller ikke skjedd noen endring av Dagbladets geografiske profil. Til tross for at kommunikasjonene var blitt stadig bedre, og VG hadde vist hvilket potensial som lå utenfor Oslo og de største byene, ble nesten halvparten av Dagbladets opplag solgt i selve Oslo gjennom mesteparten av 1970-årene. Mens VG arbeidet målbevisst for å bli en riksavis, var Dagbladet fremdeles en osloavis med en viss spredning utover landet. I Oslo var den fremdeles like stor som VG, men utover landet ble avstanden stadig større.

Dagbladets viktigste svar på konkurransen kom ikke før i april 1983, da den også gikk over til tabloidformat. Samtidig med formatskiftet skjedde det en omfattende omlegging av innholdet. Det hele var resultatet av en lang – meget lang – planleggingsprosess. Prosessen begynte for alvor med at det ble nedsatt et eget utvalg (Avisutredningen) i 1978, som avga sin

innstilling i begynnelsen av 1979. Deretter fulgte det som «i bortimot fire år skulle oppta avisens folk, nemlig diskusjonen for og mot overgangen til tabloid».¹³⁵

Etter formatskiftet fulgte noen år med sterk opplagsvekst. Dagbladet økte faktisk litt mer enn VG i 1983 og 1984, og veksten fortsatte, men med litt lavere takt helt til 1990. Nesten hele denne veksten skjedde utenfor Oslo, dvs. samme utvikling som VG hadde hatt ti år tidligere (figur 5.3 og tabell 5.3). Veksten betydde at også Dagbladet begynte å bli en riksavis. Allerede nokså tidlig i VGs ekspansjonsperiode begynte de to avisene å samarbeide om distribusjonen, de brukte de samme utsalgsstedene og hadde felles salgsstativer.

Tabell 5.2 Husstandsdekning for Dagbladet i forskjellige deler av landet, 1966–1990

	1966	1972	1978	1984	1990
Oslo	23	25	27	23	26
Oslos handelsdistrikt ellers	8	7	7	12	15
Resten av Østlandet	6	7	7	9	11
Sørlandet	4	5	6	7	9
Vestre handelsfelt	3	5	5	7	9
Midtre Handelsfelt	3	5	5	9	11
Nordre handelsfelt	4	6	6	9	13
Hele landet	8	9	9	11	13
Opplag, 1000	92	116	129	169	218

I 1950-årene og første del av 1960-årene hadde Dagbladet vært den suverene eneren på løssalgsmarkedet. I 1982, det siste året før omleggingen, var Dagbladets opplag bare 58 prosent av opplaget til konkurrenten. Hvis avstanden hadde fortsatt å øke, er det ingen tvil om at Dagbladet snart ville fått alvorlige økonomiske problemer. Nå fulgte det i stedet en periode der begge avisene vokste, og den relative avstanden var konstant. Fra 1985 og frem til toppåret 1994 hadde Dagbladet omtrent 60 prosent så stort opplag som VG. Dette er et styrkeforhold som det så ut til at Dagbladet godt kunne leve med.

Fortsatt avisdød

Da pressestøtten ble innført i 1969, var det viktigste formålet å hindre avisdød. Nedleggelsene i begynnelsen av 1970-årene må derfor ha vært litt av en kalddusj. Morgenposten i Oslo var det første offeret – den kom med sitt siste nummer 31. mars 1971.¹³⁶ I de neste årene forsvant en rekke borgerlige dagsaviser i mellomstore byer. I motsetning til de avisene som ble nedlagt i 1950- og 1960-årene, var Morgenposten stor etter norske forhold. I sine velmaktsdager rundt 1900 hadde den tradisjonsrike «Svæarta» faktisk vært Norges største avis.¹³⁷ I begynnelsen av

¹³⁵ Klausen 1985: 122

¹³⁶ Morgenposten var så stor i 1968 at den ikke fikk pressestøtte. I 1967 var den ikke tilhenger av offentlig støtte heller. Redaktøren begrunnet standpunktet med at det var for meget med 160 aviser i Norge, og at «noen bør avgå ved en stille død». «Han fikk sitt ønske oppfylt ikke så svært lenge etterpå,» skrev Thorbjørn Wale (1971:62).

¹³⁷ I 1905 skal den ha hatt 38 599 abonnenter og vært Norges største. (Se Holm (red. 1999) s. 19–21.

1950-årene hadde den rundt 50 000 i opplag, og konkurrerte med Bergens Tidende om posisjonen som Norges fjerde største avis. I en tid da nesten alle dagsaviser var tilknyttet politiske partier, var Morgenposten en upolitisk lokalavis for vanlige folk i Oslo¹³⁸. Nedgangen begynte da det kom nye folk i ledelsen som hadde ambisjoner ut over dette. De ville at avisen skulle ha politiske meninger, og omdefinerte den fra «upolitisk» til «et partipolitisk uavhengig organ» (Johansen 1999 s. 55). Avisen satset også mer på utenrikspolitikk og kultur.¹³⁹ Resultatet var at opplaget falt fra omkring 50 000 i perioden 1950–1955 til 26 991 i 1969, som var det siste året med godkjente opplagstall. Året før var opplaget 30 807, dvs. litt over den øvre grensen for pressestøtten som var 27 500. Selv om Morgenposten etter hvert var blitt en skygge av sitt gamle jeg, var den likevel en opplagsmessig kjempe sammenlignet med de avisene som ble nedlagt i 1950- og 1960-årene.

Sett med dagens øyne virker den gamle oppskriften «upolitisk lokalavis for vanlige folk i Oslo» som et fornuftig alternativ til datidens partipolitiske aviser. Det er også åpenbart at den nye strategien med vekt på politikk, utenriksnyheter og kultur gjorde at avisen fjernet seg fra den gamle leserkretsen. Avisen ville derfor klart seg lengre enn til 1971 om den hadde valgt å fortsette som før. Enda bedre kunne det gått hvis den hadde klart å fornye seg på en måte som var i tråd med leserkretsens interesser. Det som var godt lesestoff for vanlige folk i Oslo i 1930-årene og begynnelsen av 1950-årene, var ikke nødvendigvis godt stoff for de samme gruppene etter 1960, så den gamle oppskriften var ingen oppskrift på evig liv.

Den neste dagsavisen som måtte innstille, var høyreavisen Hamar Stiftstidende. Den gikk konkurs i desember 1971, og etter et par forsøk på å lage en levedyktig etterfølger var det endelig slutt i februar 1973¹⁴⁰. En annen høyreavis, Haugesunds Dagblad, ble nedlagt ved årsskiftet 1972/73. Dette var den andre avisnedleggelsen i byen etter begynnelsen av 1950-årene. Sett i ettertid var dette mer alvorlig enn at Haugaland Arbeiderblad ble borte syv år tidligere. Det skyldes både at Haugesunds Dagblad var en mye større avis (opplag omtrent 9000 i 1971) enn Haugaland Arbeiderblad, og at Haugesund nå bare hadde en avis igjen.

Fra 1973 og et par år fremover var det også aviskrise og mislykkede redningsaksjoner på Sørlandet. Først ble de to høyreavisene Sørlandske Tidende i Arendal (som het Vestlandske Tidende frem til 1966) og Christianssands Tidende slått sammen til en ny Sørlandske Tidende som kom ut i Kristiansand. Dette forsøket varte i to år. Den siste utgaven kom ut 4. oktober 1975, med «Takk for oss» i store typer på forsiden.

De siste dagsavisene som ble lagt ned i denne runden, var Teledølen (V) på Notodden, som ble nedlagt i 1973, og den tradisjonsrike Smaalenenes Amtstidende (Amta) i Halden, som stoppet i 1975. I tillegg til den upolitiske Morgenposten var det altså lagt ned seks borgerlige nr. 2-aviser i byene i begynnelsen av 1970-årene. I Hamar, Haugesund, Notodden og Halden betydde nedleggelsen at den lokale aviskonkurransen var erstattet med et lokalt

¹³⁸ «Sværtas lesere hørte hjemme i Oslo, eller rettere sagt i de sentrale og østlige bydeler. Det var deres verden. En vellykket lokalavis måtte først og fremst avspeile denne virkelighet. Morgenposten var i sin storhetstid en meget god lokalavis,» skrev avisens tidligere journalist Jahn Otto Johansen i avisens historie.

¹³⁹ I avisens historie skriver Finn Jor, som ble ansatt som kulturjournalist i 1955, at «det som i 1955 var både [redaktør] Asbjørn Engens og min stolthet, nemlig satsingen på å gjøre avisen til et ledende kulturorgan i hovedstaden, antakelig var den største feil Morgenpostens redaksjon begikk» (1999 s. 71).

¹⁴⁰ Etterfølgerne var Nye Stiftstidende i 1971–72 og deretter Hedmark som skulle være en felles avis for Høyre, Venstre og Kristelig Folkeparti.

monopol. Siden de gjenværende avisene fremdeles var partiaviser, ble slike monopoler oppfattet som et demokratisk problem. Det ville innskrenke den politiske debatten på lokalnivå, og det ville begrense «enkeltmenneskets demokratiske rett til selvstendig valg av avis» som Dagspresseutvalget av 1972 uttrykte det i sin innstilling.¹⁴¹

De to andre stedene som mistet en dagsavis i denne perioden, var Arendal og Kristiansand. I disse byene hadde den minste av to borgerlige aviser gått inn, slik at det var en venstreavis og en A-presseavis igjen. Fra midten av 1970-årene ble denne konstellasjonen, med en borgerlig avis og en A-presseavis, den vanlige formen for lokal konkurranse.

Avisnedleggelsene i begynnelsen av 1970-årene viste at den pressestøtten som var innført i 1969, ikke var stor nok til å løse nr. 2-avisenes problemer. Norske Avisers Landsforbund sendte derfor et brev til regjeringen 27. oktober 1971 der de pekte på at det hadde «skjedd en betydelig forverring i dagspressens økonomiske stilling» siden pressestøtten ble innført, og ba om at det ble opprettet en ny stat- og pressekomité for å vurdere situasjonen. Den nye komiteen, som ble kalt Dagspresseutvalget, ble oppnevnt allerede 28. januar 1972 og avgav sin første innstilling 26. mars 1973. Resultatet av utvalgets forslag var en rask opptrapping av produksjonstilskuddet, fra 7,9 millioner for 1973 til 22,0 millioner i 1974, 32,2 millioner i 1975 og 40,4 millioner i 1976. Den sterke veksten fortsatte også de neste årene, til 68 millioner i 1978 og 110 millioner i 1982. Deretter flatet det ut, og i 1988 var tilskuddet 133,7 millioner (Andenæs 1988 s. 8).

Økningen i støtte i 1974 og 1975 kom for sent til å redde Morgenposten, Hamar Stiftstidende og de andre nr. 2-avisene som ble nedlagt i begynnelsen 1970-årene. Derimot så det ut til at den kunne holde liv i de nr. 2-avisene som var igjen. Etter at Amta i Halden og Sørlandske Tidende var nedlagt i 1975, fulgte seks år der det ikke ble nedlagt en eneste dagsavis.

Seks rolige år, men ikke mer. Fra 1982 og fremover fulgte en ny runde med avisdød blant nr. 2-aviser i byene. Tiden (A) i Arendal og Vestfold Fremtid (A) i Sandefjord ble nedlagt i 1982, deretter fulgte Morgenavisen (H) i Bergen og Nybrott (A) i Larvik i 1984, Sunnmøre Arbeideravis (A) i Ålesund i 1985, Sørlandet (A) i 1986¹⁴², Romsdal Folkeblad (A) i Molde i 1987, og Vestfold Arbeiderblad (A) i Tønsberg og Rogaland (Sp) i Stavanger i 1988. På disse syv årene var åtte aviser blitt borte, og på alle utgiverstedene unntatt Bergen og Stavanger betydde nedleggelsen at byen bare hadde en avis igjen.

Bølgen av nedleggelser i begynnelsen av 1970-årene hadde først og fremst rammet Høyres aviser. Denne gangen var A-pressen den store taperen. A-pressen hadde mistet sine tre aviser i Vestfold, begge avisene på Sørlandet og to av tre dagsaviser i Møre og Romsdal. Nedleggelsene har derfor ført til en viss debatt innad i A-pressen om hvem som hadde skylden. Mer konkret: Kunne avisene vært reddet hvis de hadde fått mer støtte fra A-pressen sentralt, og hvem hadde ansvaret for at overføringene ble stoppet?

Sett i ettertid er det åpenbart at ingen i A-pressen i 1980-årene hadde «skylden». Fem av de syv avisene som ble lagt ned (Nybrott, Tiden, Sunnmøre Arbeideravis, Sørlandet og Vestfold Fremtid), var helt underlegne sine borgerlige konkurrenter og hadde lenge befunnet

¹⁴¹ NOU 1973:22 s. 13.

¹⁴² Sørlandet gikk konkurs og ble oppgitt av A-pressen i 1986. Den ble forsøkt videreført av forskjellige eiere (Trygve Hegnar, Otto Risanger og andre) med forskjellige strategier før det var helt slutt i 1990. Ved utgangen av 1989 kom Sørlandet ut med to utgaver per uke.

seg i en nedadgående spiral med synkende opplag og synkende annonseinntekter. Den femte var Romsdals Folkeblad i Molde, som ikke lå spesielt langt etter konkurrenten Romsdals Budstikke gjennom storparten av 1970-årene. I 1978 hadde Romsdals Budstikke et godkjent opplag på 9726, mens Romsdals Folkeblad hadde 7152. Deretter gikk det nedover for Romsdals Folkeblad, mens Romsdals Budstikke vokste. I 1986, det siste året med godkjente tall for begge aviser, hadde Romsdals Budstikke et opplag på mer enn 15 000, mens Romsdals Folkeblads opplag var på under 5000. Noen har åpenbart gjort noe riktig, og noen har gjort noe galt i Molde i slutten av 1970-årene og begynnelsen av 1980-årene, men når forskjellen mellom avisene var blitt så stor som den var litt ut i 1980-årene, var det umulig for A-pressen sentralt å redde situasjonen.

Vestfold Arbeiderblad i Tønsberg var størst av de nedlagte A-presseavisene, med et opplag på omtrent 10 000 i 1987. Siden Tønsbergs Blad hadde 29 500, var det vanskelig for Vestfold Arbeideravis å fremstå som en likeverdig konkurrent. Nedleggelsen av de andre A-presseavisene i Vestfold hadde dessuten gjort at Vestfold Arbeiderblad var blitt en avis for hele fylket, mens Tønsbergs Blad bare dekket Tønsberg-distriktet og den nordre delen av fylket. Den nye rollen som fylkesavis hadde nok gitt en viss opplagsvekst i 1980-årene, men gjorde samtidig at Vestfold Arbeiderblad hadde fått en helt umulig geografisk profil.

De to bølgene av nedleggelser i 1970- og 1980-årene betydde at antall steder med dagsaviskonkurranse ble redusert fra 26 i 1969 til 17 i 1989 (tabell 5.5). Samtidig var det gamle systemet med tre eller fire konkurrerende partiaviser helt avvirket. Oslo og Bergen hadde fremdeles mer enn to dagsaviser, men de avisene som kom i tillegg til Aftenposten og Arbeiderbladet (nå Dagsavisen) i Oslo og Bergens Tidende og Bergensavisen (BA) i Bergen, var spesialaviser (nisjeaviser) og ikke vanlige nr. 2-aviser.

I tillegg til de 16 dagsavisene som ble nedlagt mellom 1970 og 1989, var det mange fådagrsaviser som måtte innstille. Av de 191 avisene som kom ut i 1969, var 42 lagt ned før utgangen av 1989. På samme måte som i forrige periode, var de nedlagte fådagrsavisene en blanding av aviser som hadde en større konkurrent, svake monopolaviser med et litt for lite opplag, og mislykkede nyetableringer. I den første gruppen kom for eksempel tradisjonsrike aviser som Flekkefjordsposten (H, 1893–1973), Fjell-Ljom (V) på Røros (1886–1979),¹⁴³ Stjørdalingen (Sp, 1924–1985) og Horda Tidend (Sp, 1929–1989) på Voss. Disse nedleggelsene var også med på å redusere den partipolitiske konkurransen.

Nyetablering av aviser

I de tjue årene fra 1970 til 1989 er det registrert 128 nye aviser (tabell 5.3). I 1960-årene ble det til sammenligning bare startet 23 nye aviser. Avisene fra 1970- og 1980-årene hadde dessuten en større sannsynlighet for å overleve. I dag er det bare fem av nykommerne fra 1960-årene som fremdeles eksisterer (jf. tabell 6 foran), mot 44 av nykommere fra 1970- og 1980-årene. Det har altså vært et tydelig omslag mellom disse to periodene. Første halvdel av 1980-årene var riktignok en dårligere tid enn årene før og etter, med litt færre nyetableringer og lavere overlevelsesprosent.

¹⁴³ Fjell-Ljom er etablert på nytt i 1993.

Tabell 5.3. Nyetablering av aviser 1970–1989

	Nye aviser ¹⁾	I drift ved utgang av		Prosent i drift	
		1989	2008	1989	2008
1970–1974	34	15	13	44	38
1975–1979	31	16	11	52	35
1980–1984	27	9	7	33	26
1985–1989	36	21	13	58	36
I alt	128	61	44	48	34

1) Som startår er regnet det året avisen først tilfredstilte kravet til avis. Noen publikasjoner hadde vært i drift før det registrerte startåret.

De aller fleste nye avisene – 108 av 128 – var lokale fådagersaviser. Av de andre var halvparten nasjonale fådagersaviser, seks var dagsaviser og fire var regionale fådagersaviser. I den siste gruppen kommer to fylkesdekkende aviser i Vestfold som skulle representere hhv. Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet, en radikal fådagersavis for Harstad og Sør-Troms (Ny-Avisa Folkebladet) og en søndagsavis for Møre og Romsdal med mye vekt på sport. I ettertid er det lett å se at disse forsøkene ikke var særlig realistiske.

Forsøkene på å starte nye dagsaviser fikk også en kort levetid. To av de seks prosjektene var oppfølgere til gamle partiaviser som hadde gått inn (Hedmark og en omorganisert utgave av Sørlandske Tidende). Det viste seg fort at de økonomiske tyngdelovene som hadde satt en stopper for forgjengerne, virket like nådeløst på etterkommerne. De fire andre prosjektene var Blikk (1977) og Osloavisen (1988) i Oslo, Vestkysten i Stavanger (1987) og Polar Tidende (1978) i Narvik.

Både Vestkysten og Osloavisen var vanlige abonnementsaviser, og begge rakk å tape store penger før de måtte innstille. Blikk var i stedet et forsøk på å skape en alternativ løssalgavis. Mannen bak prosjektet var Trygve Hegnar, og forretningsideen var at den skulle produseres med mindre stab og dermed lavere kostnader enn VG og Dagbladet. Etter 49 utgaver var det slutt. Polar Tidende i Narvik hadde en enda kortere levetid – den måtte gi opp etter 16 dagers drift¹⁴⁴.

Selv om alle forsøk på å starte nye dagsaviser var mislykkede, har vi likevel en dagsavis fra denne perioden som fortsatt lever. Klassekampen begynte sin virksomhet i 1969 som lavfrekvent tidsskrift, ble ukeavis fra 1973 og dagsavis i 1977. Selv om spranget fra ukeavis til dagsavis var stort, er det alltid en fordel å kunne bygge på en organisasjon som allerede er i gang. Som dagsavis er Klassekampen en av meget få nykommere etter 1945, og sammen med Finansavisen fra 1992 den eneste med nasjonale ambisjoner. De andre nye dagsavisene er lokale fådagersaviser som etter hvert har økt utgivelsesfrekvensen.

Av de nasjonale fådagersavisene som ble etablert i denne perioden, var de fleste organer for politiske partier. Det gjaldt for eksempel SVs Ny Tid, Arbeiderpartiets Aktuelt Perspektiv og Fremskrittspartiets Fremskritt. Denne avistypen var godt hjulpet av pressestøtten, og hadde sin glansperiode fra midten av 1970-årene og fremover. I dag er nesten alle enten avviklet eller gjort om til rene partitidsskrifter. Det eneste unntaket er Ny Tid, som ble gjort om fra partiavis til nyhetsmagasin i 2006.

¹⁴⁴ Journalisten november 1978 s. 31.

Tiden rundt 1970 var preget av politisk og kulturell nyorientering. Radikaliseringen av store ungdomsgrupper, med hippiebevegelsen, protestene mot Vietnamkrigen og dannelsen av AKP (ml) er en side ved utviklingen, debatten omkring EF-avstemningen i 1972 er en annen. Denne debatten førte til at det ble skapt en ny interesse for lokalsamfunnet og lokalsamfunnets verdier. En måte å omsette denne interessen i praktisk arbeid på, var å starte lokale aviser. Mange av dem som startet avis i 1970-årene, var aktive EF-motstandere, og oppfattet arbeidet i en liten lokalavis som et naturlig utløp for sitt engasjement.¹⁴⁵ Det politiske engasjementet var ofte knyttet til målsaken. Spesielt på Vestlandet var nynorsk et symbol på grasrotas motstand mot Oslo og de andre store byene. Personer med bakgrunn i målbevegelsen sto derfor bak mange av de fådagersavisene som ble startet på Vestlandet i 1970-årene. Dette var folk som både hadde lokal tillit og erfaring fra organisasjonsarbeid. Hans Olav Tunesvik, som var formann i den arbeidsgruppen som startet avisen Grannar i 1973, er en av mange representanter for denne gruppen. På slutten av 1960-årene var han formann i Noregs Mållag. Senere ble han stortingsrepresentant for Kristelig Folkeparti.

I denne perioden var det bare aviser med minst to utgaver per uke og 2000 i opplag som fikk pressestøtte. Det er derfor litt overraskende å registrere at flertallet av de nye fådagersavisene (68 av 108) var ukeaviser, og at det dessuten er ukeavisene som har klart seg best. Det gjelder både de som startet som ukeaviser og økte frekvensen etter hvert, og de som valgte å forbli ukeaviser. For den siste gruppen har det hatt stor betydning at grensen for pressestøtte ble senket til en utgave per uke og 1000 i opplag. Dette skjedde i 1989, etter en lang politisk prosess. I årene rett før 1989 har muligheten til å oppnå støtte vært en viktig oppmuntring for små ukeaviser som slet med økonomien.

Dagsavis på nye steder

I begge periodene etter 1952 har mange tidligere fådagersaviser økt utgivelsesfrekvensen slik at de er blitt dagsaviser. Antall steder med dagsavis steg derfor fra 36 i 1952 til 62 i 1989. Dermed var denne delen av avisutviklingen avsluttet. Fra 1990 og fremover har antall steder med dagsavis vært påfallende stabilt. De små variasjonene som har vært, skyldes for det meste at noen få tredagersaviser har prøvd seg med fire eller fem utgaver i en avgrenset periode.

Økningen i steder med dagsavis henger sammen med den generelle utviklingen av byer og tettsteder. Ved folketellingen i 1950 bodde 52 prosent av befolkningen i tettbygde strøk. I 1990 var andelen økt til 70 prosent. Økningen har både skjedd ved at eksisterende byer og tettsteder er blitt større, og ved at nye steder har kommet over den grensen som Statistisk sentralbyrå bruker i sin statistikk¹⁴⁶. 47 byer og tettsteder hadde nå mer enn 9000 innbyggere, mot 27 steder i 1950.

Bedre kommunikasjoner har også spilt en rolle. Fra 1950-årene og fremover har det vært en meget omfattende utbygging og forbedring av det offentlige veinettet. Samtidig har privatbilismen økt kraftig. Mens det var mindre enn fem prosent av husholdningene som

¹⁴⁵ Se Bø, Dalland og Stugu 1974 og Snøfugl 1990.

¹⁴⁶ Definisjonen av tettsted er en hussamling med minst 200 personer der avstanden mellom husene normalt ikke overstiger 50 meter. Etter hvert kommer svært mange hussamlinger over denne grensen. Ved begynnelsen av 2008 var det registrert 922 tettsteder, og 360 av dem hadde tusen innbyggere eller mer.

hadde egen bil i 1950, var andelen økt til omtrent en tredjedel i 1967 og til tre fjerdedeler i 1990. Enklere og raskere kommunikasjoner betyr at byene er knyttet tettere sammen med omlandet enn før¹⁴⁷.

Blant byene og tettstedene er det noen som skiller seg ut ved at de har fått en ny rolle som servicesentra for et større geografisk omland. Lillestrøm i Akershus og Førde i Sogn og Fjordane er de viktigste eksemplene. På grunn av veksten for disse stedene har de lokale avisene vokst ut av sin gamle rolle. I 1952 var Akershus Arbeiderblad (nå Romerikes Blad) en stor tredagersavis med omtrent 8000 i opplag. Midt i 1980-årene var den blitt en av våre største lokale dagsaviser, og konkurrerte med Drammens Tidende om rollen som Norges tiende største avis. Firda i Førde var opprinnelig en av mange fådagersaviser i Sogn og Fjordane, og ikke den største. Olav-Johan Øye har skrevet om Firdas utvikling, og knytter veksten til at Førde utviklet seg «frå vegkryss til fylkessenter». ¹⁴⁸ I dag er Firda fylkets ledende dagsavis med et opplag på 14 000.

De utgiverstedene som har fått dagsavis etter 1952, er en blanding av gamle og etablerte byer med et relativt stort omland, nye ekspansive sentra, og folkerike tettsteder uten viktige sentrumsfunksjoner. Kongsberg, Mo i Rana, Hammerfest og Vadsø er eksempler på den første gruppen, Lillestrøm og Førde er allerede nevnt som eksempler på den andre, mens Drøbak, Eidsvoll og Brandbu kan stå som representanter for den tredje gruppen.

I 1952 var det en sterk sammenheng mellom dagsavisutgivelse og størrelsen på utgiverstedet. Med unntak av Sandnes hadde alle byer med mer enn 9000 innbyggere sin egen dagsavis, mens bare ti byer under 9000 hadde en slik avis.

Siden byene har vokst så mye, er det litt overraskende å registrere at det også i 1989/90 gikk en klar grense ved omtrent 9000 innbyggere. Av de 47¹⁴⁹ stedene som hadde mer enn 9000 innbyggere ved folketellingen i 1990, var det 43 som hadde (minst en) en dagsavis. Dette var 34 av de 37 stedene som hadde dagsavis i 1952, og ni nye steder som både hadde fått dagsavis og mer enn 9000 innbyggere i perioden.¹⁵⁰

18 steder med mindre enn 9000 innbyggere hadde også egen dagsavis i 1990. Tre av dem var gamle utgiversteder for dagsavis: Namsos (8400), Svolvær (4000) og Rjukan (3800). Av de andre små stedene med dagsavis var både Hammerfest (6600) og Vadsø (4800) viktige kommunikasjonssentra for et stort distrikt. Dette var imidlertid unntakene. De fleste var små tettsteder uten noe stort naturlig omland, og avisene kom gjerne ut fire eller fem ganger per uke og hadde et opplag på 4000–6000.

¹⁴⁷ Utviklingen av kommunikasjonene er blant annet diskutert i NOU 1992:15.

¹⁴⁸ Firda hadde et opplag på omtrent 5200 i 1952, mens Sogn og Fjordane i Leikanger hadde 7400. Firdas utvikling er beskrevet i Øye 1993.

¹⁴⁹ I Statistisk sentralbyrås statistikk er Lillestrøm og Sandvika ikke regnet som selvstendige tettsteder, men som en del av den sammenhengende bebyggelsen rundt Oslo. Her er Lillestrøm regnet som eget tettsted, som i 1952.

¹⁵⁰ De ni nye stedene (sortert etter størrelse) var Lillestrøm, Mo i Rana, Kongsberg, Askim, Ski, Alta, Leirvik på Stord, Drøbak og Mosjøen. Stedene uten dagsavis var Sandnes, der innbyggertallet hadde økt fra 10 000 i 1952 til 33 000 i 1990, Askøy utenfor Bergen (14 000), Nesoddtangen (9000) i Akershus og Stjørdalshalsen (9000) i Nord-Trøndelag. Nesoddtangen og Askøy er ikke tradisjonelle tettsteder, men områder med forstadsbebyggelse som tilfredsstillter tettstedsdefinisjonen fordi de er atskilt fra hhv. Oslo og Bergen av en fjord.

En av dagsavisene fra 1989 skilte seg ut ved at den ikke var knyttet til et bestemt utgiversted. Det er Asker og Bærums Budstikke, nå Budstikka. At avisens geografiske forankring gjelder dekningsområdet og ikke utgiverstedet, ble tydelig i 1983 da avisen flyttet fra kommunesenteret Sandvika i Bærum til et nytt avishus på Billingstadsletta i Asker.

Om en lokalavis var dagsavis eller fådagersavis, var ikke bare bestemt av størrelsen på utgiverstedet. Avisens opplag var også viktig. Rundt 1990 gikk det en klar grense ved omtrent 10 000 eksemplarer. Nesten alle lokale nr. 1- og aleneaviser med opplag over 10 000 var dagsaviser. Som regel hadde de seks utgaver per uke. De eneste unntakene fra denne regelen var tredagersavisene Jærbladet på Bryne (opplag 13 000 i 1989) og Hordaland på Voss (11 000).

Opplagsintervallet fra 10 000 til litt under 6000 var en slags mellomsonen. Noen få av avisene med denne størrelsen valgte å være fådagersaviser, mens andre var dagsaviser. Hvis de var dagsaviser, var fire eller fem utgaver per uke mest vanlig. For avisene i denne gruppen er det ofte vanskelig å forklare hvorfor de har valgt den ene eller den andre utgivelsesfrekvensen. Avisene i de tre nabobyene Mandal, Farsund og Flekkefjord er en god illustrasjon. Både Lindesnes i Mandal og Farsunds Avis er blant de nye seksdagersavisene, mens Agder i Flekkefjord har holdt fast ved tre utgaver per uke. Dette har den gjort selv om den er størst av de tre, med et opplag på 9100 i 1989 mot 7000 for Lindesnes og 6000 for Farsunds Avis. Geografien og konkurransen fra en avis på høyere nivå gir heller ingen forklaring. Alle tre byene dekkes også av Fædrelandsvennen fra Kristiansand. Siden Flekkefjord ligger lengst fra Kristiansand, er det der konkurransen fra Fædrelandsvennen er svakest.¹⁵¹

Tabell 5.4. Utgiversteder med dagsavis etter fylke, 1952, 1969 og 1989

	Steder med dagsavis			Endring	Steder per 100 000 innb.	
	1952	1969	1989		1952	1989
Akershus	0	1	5	5	0	1
Oslo	1	1	1	-	0,2	0,2
Hedmark og Oppland	5	5	7	2	2	2
Oslofjordområdet ²⁾	14	14	17	3	2	2
Aust- og Vest-Agder	2	4	4	2	1	2
Rogaland	2	2	2	-	1	1
Hordaland	1	1	2	1	0,3	0,5
Sogn og Fjordane	0	1	3	3	0	3
Møre og Romsdal	3	3	4	1	2	2
Sør- og Nord-Trøndelag	3	4	5	2	1	1
Nordland	3	5	6	3	1	3
Troms og Finnmark	2	5	6	4	1	3
Hele landet	36	46	62	26	1,1	1,5

2) Østfold, Buskerud, Vestfold og Telemark.

¹⁵¹ I 1989 hadde Fædrelandsvennen en husstandsdekning på 53 i Mandal, 39 i Farsund og 30 i Flekkefjord.

I 1952 var det ekstra mange steder med dagsavis i det sentrale østlandsområdet utenom Akershus, og ingen dagsaviser i de tre fylkene Akershus, Sogn og Fjordane og Finnmark. Tabell 5.4 foran viser hvordan den geografiske fordelingen har utviklet seg frem til 1989.

Mer enn halvparten av de nye stedene med dagsavis (14 av 26) lå i fylkene Akershus, Sogn og Fjordane, Nordland og Finnmark. Sogn og Fjordane har alltid manglet en by som kunne måle seg med Ålesund og Bergen. Etter hvert har Førde fått rollen som viktig lokalt sentrum, og i tråd med dette er Firda blitt dagsavis. I 1989 var det også dagsaviser i Høyanger og Florø¹⁵². I Nordland og Finnmark er bedre kommunikasjoner en viktig årsak til at fådagersaviser i byene er blitt dagsaviser. At så mange fådagersaviser i Akershus også gikk over til å bli dagsaviser, henger sammen med den sterke befolkningsveksten i fylket.

I den parapyllmodellen som er presentert tidligere, utgjør de lokale dagsavisene det tredje, nest laveste nivået. Utviklingen fra begynnelsen av 1950-årene til slutten av 1980-årene betyr at dette nivået i avissystemet har funnet sin form. Det er blitt flere steder med dagsavis, og disse stedene er jevnere fordelt rent geografisk. I noen tilfeller betyr utviklingen at noen åpenbare hull i avismønsteret fra 1952 er fylt igjen. Det gjelder områder som tidligere ikke hadde noen dagsavis, eller som var dekket av en stor dagsavis fra en by langt borte.

Andre av de nye utgiverstedene utgjør en slags mellomsonen mellom det tredje og det fjerde avisnivået. Dette er steder som ikke betjener noe stort geografisk omland, og der den lokale dagsavisen gjerne har et opplag på mellom 6000 og 10 000.

Siden det er var så mange steder som fikk dagsavis i 1970- og 1980-årene, er det litt overraskende at mønsteret har vært så stabilt etter det. Når den sterke opplagsveksten etter hvert ble avløst av stagnasjon og tilbakegang, var det nærliggende å tro at det også ble færre steder med egen dagsavis. Dette kunne skjedd på to måter. Den mest nærliggende er at utviklingen frem til slutten av 1980-årene ble satt i revers, dvs. at små dagsaviser med fire eller fem utgaver per uke ville gått tilbake til tredagersutgivelse. Slike overganger har det vært i noen tilfeller, men ikke så mange at de utgjør noen merkbar trend.

Den andre muligheten er at små eller mellomstore naboaviser ville slå seg sammen for å skape et større avisdistrikt. Etter 1990 har det vært ett tilfelle av slik fusjon. Den gjaldt de to avisene i Indre Østfold – Øvre Smaalenene i Askim og Indre Smaalenenes Avis på Mysen – som gikk sammen til den nye dagsavisen Smaalenene Avis¹⁵³. Siden Øvre var femdagersavis mens Indre var tredagers, har denne fusjonen ikke ført til at det er blitt færre steder med dagsavis.

Mange steder, særlig på Østlandet, er det liten avstand mellom de byene som har egen dagsavis. Noen steder har naboavisene også samme eier. Det beste eksemplet er Vestfold, der Orkla Media (nå Edda Media) har dagsaviser i Horten, Tønsberg og Sandefjord. Fra Tønsberg

¹⁵² Sogn og Fjordane fylke har litt over 100 000 innbyggere, og er delt mellom de tre områdene Sogn, Sunnfjord og Nordfjord. Florø i Sunnfjord (grunnlagt i 1860) var lenge eneste by. I dag er både Førde og Sogndal større og viktigere enn Florø som lokale sentra. Firdaposten i Florø prøvde seg en tid som dagsavis med fire utgaver per uke, men har gått tilbake til tre utgaver. Sogn Dagblad i Høyanger ble lagt ned i 1997. Senere har fylket fått dagsavisen Sogn Avis gjennom fusjon av de to tredagersavisene Sogn og Fjordane Sogningen/Sogns Avis. Sogn Avis kommer ikke ut i tettstedet Sogndal, men i Leikanger litt lenger vest, som er administrasjonssentrum for Sogn og Fjordane.

¹⁵³ Fusjonen skjedde egentlig i to trinn. Først ble Indre Smaalenenes Avis en parallellutgave av Øvre Smaalenene, med eget tittelhode og noe utskifting av stoff. Dette skjedde i 1997. Neste trinn kom i 2002, da de to parallellavisene ble erstattet av Smaalenenes Avis.

som ligger i midten, er det bare 19 kilometer med bil til Horten og 25 kilometer til Sandefjord. Fusjoner av den typen som skjedde i Indre Østfold, vil imidlertid svekke de følelsesmessige båndene det er mellom avisen og distriktet. Lokalpatriotismen er en viktig kraft i den norske avisverdenen, og den har vært en effektiv sperre mot geografiske fusjoner.

Høyere aviskonsum

Veksten for løssalgsavisene førte til en betydelig økning av aviskonsumet. I 1966, rett før veksten for VG begynte, hadde VG og Dagbladet et samlet opplag på 128 000. Tre år etter var det steget til 167 000, i 1978 var det 295 000 og i 1989 var det 575 000. Målt som solgte aviser per husstand betydde det en økning fra 0,11 i 1966 til 0,33 i 1989. Sagt på en annen måte: Salget økte fra en avis for hver niende husholdning til en avis for hver tredje. Som vist tidligere, skjedde mesteparten av veksten for løssalgsavisene utenfor Oslo.

Når folk rundt om i landet begynte å kjøpe løssalgsaviser fra Oslo, var det slett ingen selvfølge at de ville holde fast ved sine gamle aviser. Det vi ser, er imidlertid at abonnementsavisene også hadde en positiv opplagsutvikling. Fra 1969 til 1989 økte samlet opplag med 35 prosent (tabell 5.5). Dette kan virke beskjedent sammenlignet med den eksplosive veksten for VG og Dagbladet, men var akkurat nok til å holde følge med befolkningsutviklingen. Veksten for løssalgsavisene har således ikke gått på bekostning av de lokale abonnementsavisene, men er kommet som et tillegg til de gamle avisvanene.

Tabell 5.5. Opplag 1969, 1978 og 1989, etter type avis

	Opplag, 1000			Pst. endr. 1969-89	Opplag per husstand		
	1969	1978	1989		1969	1978	1989
Løssalgsaviser	167	295	575	344	,13	,20	,33
Storbyaviser	388	430	523	35	,30	,29	,30
Nr. 2-aviser i de største byene	171	130	114	-33	,13	,09	,07
Riksspredte meningsaviser	84	84	106	26	,07	,06	,06
Ledende lokale dagsaviser	548	714	937	71	,43	,48	,54
Lokale nr. 2-aviser	169	140	138	-18	,13	,09	,08
Lokale 2-3-dagersaviser	264	324	376	42	,21	,22	,22
Lokale ukeaviser	43	55	56	30	,03	,04	,03
Regionale fådagersaviser	10	6	10	-	,01	,00	,01
Nasjonale fådagersaviser	69	80	111	61	,05	,05	,06
Aftenposten Aften	157	188	194	24	,12	,13	,11
Dagsaviser i alt	1683	1981	2586	54	1,32	1,34	1,50
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	340	270	251	-26	,27	,18	,15
Fådagersaviser i alt	386	465	553	43	,30	,31	,32
Abonnementsaviser	1902	2151	2564	35	1,49	1,45	1,48
Alle aviser	2069	2447	3139	52	1,62	1,65	1,82

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

Utviklingen har ikke vært den samme for alle grupper av abonnementsaviser. De daglige nr. 2-avisene gikk tilbake, minus 33 prosent for nr. 2-avisene i de store byene og minus 18 prosent for andre nr. 2-aviser. Nedgangen skyldtes både at enkelte nr. 2-aviser ble lagt ned, og at mange av de gjenværende gikk tilbake. Dette er opplagsspiralen i praksis.

På den positive siden kommer særlig gruppen «ledende lokale dagsaviser». Disse avisene hadde en økning på over 70 prosent. Målt som eksemplarer per husstand betydde det en økning fra 0,43 til 0,54. Økningen skyldes både at det var blitt flere slike aviser i perioden, og at de fleste hadde en positiv opplagsutvikling. I den samme perioden som løssalgssavisene etablerte seg som aviser for hele landet, har altså de lokale dagsavisene befestet stillingen som en betydningsfull del av det norske avissystemet. De lokale fådagersavisene gjorde det også litt bedre enn gjennomsnittet for alle abonnementsaviser.

De ledende storbyavisene, dvs. Aftenposten, Adresseavisen, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad, hadde en samlet vekst på 35 prosent. Samtidig gikk deres lokale konkurrenter tilbake med 33 prosent. Det samlede resultatet er en viss svekkelse av dette nivået av aviser.

Tallene for de forskjellige storbyavisene viser at Adresseavisen (pluss 20 prosent) og Bergens Tidende (pluss 27 prosent) hadde en svakere vekst enn Aftenposten og Stavanger Aftenblad. Dette henger sammen med at Adresseavisen og Bergens Tidende fikk en annen geografisk profil. Endringen var aller sterkest for Adresseavisen, som tradisjonelt har hatt rollen som landsdelsavis for Midt-Norge.

Hvis vi definerer dekningsområdet som de kommunene der Adresseavisen hadde en husstandsdekning på fem prosent eller mer, besto det i 1969 av 74 forskjellige kommuner fordelt på fire fylker. Ytterpunktene var Mosjøen i Nordland i nord, Tynset og Alvdal i Hedmark i sør og Molde og Vestnes i Møre og Romsdal i vest. Etter hvert er det reelle dekningsområdet blitt mindre, slik at det begrenser seg til Sør-Trøndelag og de kommunene i Nord-Trøndelag som sogner til Trondheim.

Med et mindre dekningsområde får avisen nødvendigvis en annen karakter, med mindre vekt på det nasjonale og internasjonale stoffet og en sterkere betoning av det lokale. Som tidligere redaktør Gunnar Flikke uttrykte det på slutten av 1990-årene, skulle Adresseavisen være avis for det området der folk holdt med fotballklubben Rosenborg og handlet i City Syd. (City Syd ligger i utkanten av Trondheim og var på den tiden Norges største kjøpesenter.) Storbyavis er dermed en mer dekkende betegnelse enn landsdelsavis.

En lignende innskrenkning av dekningsområdet har det vært for Bergens Tidende, men utslagene er ikke fullt så sterke. Den geografiske tilbaketrekningen har særlig skjedd i den delen av Sogn og Fjordane som ligger nord for Sognefjorden.¹⁵⁴

I den forrige perioden, fra 1952 til 1969, var det en sterk økning av avisenes sidetall og årgangsvekt. Aviskonsumet målt som kilo per husholdning gikk derfor opp selv om opplaget ikke holdt følge med befolkningsutviklingen. Økningen i volum fortsatte etter 1969, riktignok ikke i samme tempo. Toppen ble nådd omkring 1987, dvs. på slutten av jappetiden og rett før den økonomiske nedgangen. I 1987 var den gjennomsnittlige årgangsvekten for ledende lokale dagsaviser 29 kilo, mot 19 kilo i 1969. For storbyavisene hadde økningen vært atskillig sterkere.

¹⁵⁴ Endringene i dekningsområder er nærmere beskrevet i mine rapporter «Løssalgsvest og markedsdeling» fra 1987 og «Det lokale avismønsteret» fra 2005.

Aftenposten hadde en årgangsvekt på 110 kilo i 1987, Bergens Tidende hadde 89,7, Stavanger Aftenblad 87,9 og Adresseavisen 67,8. Volumøkningen kombinert med økning i opplag betydde at gjennomsnittshusholdningen kjøpte litt over 75 kilo aviser i 1987, mot 46 kilo i 1969.

Et nytt avissystem

Perioden fra 1970 til 1989 har vært preget av mange forskjellige tendenser. Det var for det første en sterk opplagsvekst for løssalgssavisene og en litt svakere vekst for lokale nr. 1- og aleneaviser. Til tross for pressestøtten rammet avisdøden mange lokale nr. 2-aviser, men samtidig ble det etablert svært mange lokale fådagersaviser. Gode tider for fådagersavisene gjorde også at mange økte utgivelsesfrekvensen. Hva de forskjellige endringene har betydd for avissystemet, er sammenfattet i tabellene 5.6 og 5.7 som gjelder hhv. utgiversteder og antall aviser.

Tabell 5.6. Utgiversteder etter avistilbud, 1969, 1978 og 1989

	1969	1978	1989
Minst tre dagsaviser	5	3	2
To dagsaviser	21	20	15
Dagsavis og fådagersavis (er)	4	1	9
En dagsavis	16	28	36
To eller flere fådagersaviser	9	10	4
En fådagersavis	68	84	92
Dagsaviskonkurranse	26	23	17 ¹⁾
Annen lokal konkurranse	13	11	13
Sted med avismonopol	84	112	128
Sted med dagsavis	46	52	62
Sted med (bare) fådagersavis	77	94	96
Utgiversteder i alt	123	146	158
Aviser i alt	191	211	212

1) Hamar er regnet som utgiversted med konkurranse selv om nr. 2-avisen Hamar Dagblad ikke var selvstendig avis, men en spesialutgave av Østlendingen på Elverum.

Opplysningene om utgiversteder viser at nedgangen i lokal dagsaviskonkurranse har fortsatt etter 1969. I 1969 var det fremdeles mer enn halvparten av utgiverstedene med dagsavis som hadde minst to dagsaviser. I 1989 gjaldt det bare 16 av 62 steder – 17 hvis vi tar med Hamar der Hamar Arbeiderblad hadde konkurranse fra Hamar Dagblad som var en spesialutgave av Østlendingen på Elverum. Veksten i antall dagsavismonopoler skyldes både bortfallet av nr. 2-aviser, og at mange steder hadde en fådagersavis som gikk over til å bli dagsavis. På disse stedene var det som regel bare en avis.

På grunn av de nye fådagersavisene har antall utgiversteder økt fra 123 i 1969 til 158 i 1989. Dette er en bemerkelsesverdig utvikling. Som vist tidligere, har tallet på utgiversteder vært påfallende stabilt helt siden slutten av mellomkrigstiden. Krigen og årene rett etter krigen

var det eneste unntaket, men disse årene fremstår bare som en parentes i avisutviklingen. Etter 1969 var stabiliteten plutselig avløst av en sterk økning. Etableringen av aviser på nye steder betyr at det norske avissystemet ble mer desentralisert. Denne utviklingen var særlig sterk i 1970-årene, men fortsatte også fra 1978 til 1989.

Opplysningene om antall aviser (tabell 5.7) viser de samme tendensene, men uttrykt på en litt annen måte. Det er blitt flere dagsaviser som er alene på utgiverstedet, det har vært en halvering av antall nr. 2-aviser, og det har vært en tydelig økning i antall fådagersaviser. Økningen gjelder både lokale to–tre-dagersaviser (fra 71 til 78), lokale ukeaviser (fra 25 til 33) og nasjonale fådagersaviser (fra 7 til 12). Når vi vurderer tallene som gjelder lokalaviser, må vi ta hensyn til at det har vært ganske mange overganger fra to–tre-dagersavis til dagsavis og fra ukeavis til to–tre-dagersavis.

Tabell 5.7. Antall aviser 1969, 1978 og 1989, etter type

	1969	1978	1989
Løssalgsaviser	2	2	2
Storbyaviser	4	4	4
Nr. 2-aviser i de største byene	7	6	4
Riksspredte meningsaviser	5	6	6
Ledende lokale dagsaviser	42	48	58
Lokale nr. 2-aviser	24	17	12
Lokale 2–3-dagersaviser	71	84	78
Lokale ukeaviser	25	30	33
Regionale fådagersaviser	3	2	2
Nasjonale fådagersaviser	7	11	12
Aftenposten Aften	1	1	1
Dagsaviser i alt	85	84	87
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	31	23	16
Fådagersaviser i alt	106	127	125
Alle aviser	191	211	212

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

Sett under ett betyr endringene i opplag, utgiversteder, antall aviser og partitilknytning at det har skjedd en grunnleggende omlegging av avismønsteret i perioden. Før 1970 hadde vi et avissystem med tre i stedet for fire geografiske nivåer, og et klart skille mellom aviser med forskjellig politisk tilknytning. Ved slutten av perioden var den politiske dimensjonen i ferd med å forsvinne. Dette skjedde både ved avisdød, som gjorde at mange av de gamle partiavisene forsvant, og ved at de gjenværende avisene ga avkall på partitilknytningen. Samtidig var den geografiske nivådelingen blitt mye tydeligere.

Veksten for løssalgsavisene betydde at landet for første gang hadde fått aviser på det øverste, nasjonale nivået. På det neste nivået skjedde det også en viss utvikling, ved at Adresseavisen og Bergens Tidende innskrenket dekningsområdet slik at de ble storbyaviser mer enn landsdelsaviser. På nivået for vanlige lokale dagsaviser ble mange av de gamle hullene fylt igjen ved at fådagersaviser ble dagsaviser. Det hadde også skjedd en sterk utvidelse av tilbudet på det laveste, «superlokale» nivået.

Den geografiske ekspansjonen for løssalgsavisene er noe som bare hører denne perioden til. Økningen i antall steder med dagsavis var fortsettelsen på en utvikling som hadde begynt

før 1970. I løpet av 1980-årene var denne delen av utviklingen avsluttet. Den avisdøden som gjorde at det ble stadig mindre lokal konkurranse, har derimot fortsatt etter 1990. Det samme har veksten for de små lokale fådagervisene.

Når vi ser opplagsutviklingen og utviklingen av avisproduktet under ett, er det ingen tvil om at perioden fra begynnelsen av 1970-årene til slutten av 1980-årene må regnes som den norske dagspressens moderne gullalder. I internasjonal sammenheng er dette helt spesielt. Det vanlige er at avisene har hatt sin sterkeste oppslutning rett før eller rett etter andre verdenskrig. Når amerikaneren George G. Douglas forteller om «The Golden Age of the Newspaper», er det utviklingen frem til 1930-årene han er opptatt av. Danske avisforskere skriver fremdeles nostalgisk om pressereformen i 1905, og om den gode perioden som fulgte i kjølvannet av denne reformen. Perioden varte fra første verdenskrig og frem til midten av 1950-årene, med et aviskonsum som var stabilt på nivået 1,1 aviser per husstand. Etter dette har det bare gått nedover. I Sverige nådde avisene toppen omkring 1970, dvs. 15–20 år tidligere enn i Norge.¹⁵⁵

Overgang til offset

1. februar 1965 kunne disponent Johan Ona trykke på startknappen, og offsetpressefi til Rana Blad var i gang. Dette var begynnelsen på en teknisk utvikling som har revolusjonert produksjonen av norske aviser. Selv om starten skjedde midt i 1960-årene, var det gjennom 1970-årene at det store flertall av aviser begynte å bruke den nye teknikken. Overgangen til offset har vært en viktig forutsetning for den produktutviklingen som skjedde i 1970-årene, og den gjorde det lettere å starte nye lokalaviser. Derfor er det naturlig å behandle innføringen av offset i dette kapitlet.

I ettertid har det vært en viss diskusjon om hvem som var først ute. Det skyldes de to fådagervisene Bygdeposten i Vikersund og Jarlsberg i Holmestrand. Begge begynte med offset våren 1964. «Jarlsberg blir vår første offset-avis» skrev fagbladet Dagspressen i februarnummeret 1964, og intervjuet redaktør Bent Harris Evandt om det som skulle skje. Jarlsberg og Evandt ble imidlertid slått med noen dager av Bygdeposten, som kom med sin første offsetutgave 24. mars.¹⁵⁶ Bygdeposten og Jarlsberg var produsert på små kontorlegg som ikke var beregnet på avisproduksjon. Den tekniske kvaliteten var derfor ikke imponerende. Rana Blad hadde derimot en fullverdig offsetrotasjonspresse. Spørsmålet om hvilken avis som var først, har dermed to forskjellige svar. Bygdeposten var den første som trykket i offset, mens Rana Blad var den første med offsetrotasjon.

Før overgangen til offset ble avisene produsert i høytrykk. (Unntakene var noen små bygdeblader som kunne nøye seg med stensiltrykk). Satsen ble først laget i bly, linje for linje, og deretter montert til ferdige sider. De aller fleste avisene brukte mekaniske settemaskiner til satsproduksjonen, evt. kombinert med håndsats for produksjon av overskrifter.¹⁵⁷ Siden settemaskinene støpte satsen i bly, blir den gamle teknologien gjerne omtalt som varmsats.

¹⁵⁵ Douglas 1999, Søllinge 1999, Høst og Severinsson 1997.

¹⁵⁶ Johansen 2009, avsnittet «Hvem var egentlig først ute?», Gjerding 1990, Tollnes 1992: 173.

¹⁵⁷ «Alle blad anten dei er store eller små lytha setjemaskinor,» skrev Hans Aarnes i heftet Bladarbeid fra 1928. «Det går for seint utan og vert for dyrt medhandsats.» Det var likevel noen som ikke fulgte Aarnes' råd. Den siste avisen som satte sidene for hånd, var Salten på Fauske i Nordland. Den ble nedlagt i 1960.

Selve trykkingen skjedde ved at papiret ble presset mot en trykkform av bly som var innsatt med trykksverte.

Ved offset ble fargen i stedet overført i to trinn: først fra en trykkplate til en gummivalse, og deretter over til papiret. Den umiddelbare fordelene ved den nye metoden var at trykkkvaliteten ble bedre. Dette gjaldt spesielt for bilder, og for fargetrykk. Når offset ble kombinert med nye teknikker for satsproduksjon, såkalt kaldsats, ga det også mye større muligheter for utforming av sidene. Utgangspunktet for trykking i offset var ferdige sider som var montert på papir. Etter monteringen ble sidene fotografert i et reprokamera, og filmene ble deretter kopiert over på trykkplatene.

De første årene var det mange aviser som valgte å beholde sine gamle settemaskiner etter at de hadde skiftet presse. Rana Blad fortalte således at den «tar sikte på en gradvis overgang fra varmsats til kaldsats, selv om den er kommet til at for eksempel setting av rubrikkannonser med fordel bør skje på vanlige settemaskiner».¹⁵⁸ Satsen fra settemaskinen ble da brukt til å lage et avtrykk i papir som ble brukt ved monteringen av sidene. Der kunne avtrykket kombineres med papiroriginaler som var laget på andre måter, alt fra fotosats til stoff som var klippet fra andre aviser. Etter hvert som metodene for produksjon av kaldsats ble bedre og maskinene billigere, forsvant slike blandede løsninger.

De første metodene for satsproduksjon som ikke brukte bly, var fotosettere og en slags skrivemaskin som het Justowriter. Med Justowriter kunne man lage justert spaltesats (dvs. spaltesats med rette marger) på papir. Senere fulgte mange andre løsninger. Det har derfor vært en lang og komplisert utvikling frem til de metodene som avisene bruker i dag. Nå skrives stoffet først inn på PC, så går det til ombrekking på skjerm og deretter rett til trykkeriet. Det eneste som er igjen fra den første delen av utviklingen, er den såkalte filmsatsparagrafen. Dette er en avtale som Norsk Typografforbund inngikk med arbeidsgiverne i 1966, og som ble oppdatert gjennom en dom i Arbeidsretten i 1978. Avtalen gir faglært grafisk arbeidskraft enerett på å betjene produksjonsutstyret ved ombrekking av avissider.

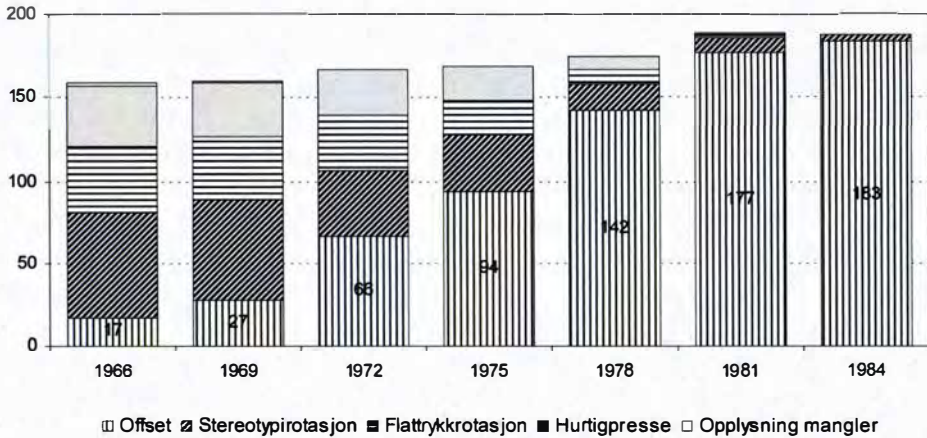
Det vi litt forenklet kaller overgang til offset, var altså en sammensatt prosess som omfattet både trykkemetode og satsproduksjon. Tor Are Johansen har gitt en grundig oversikt over utviklingen i sin rapport til Norsk pressehistorie.¹⁵⁹ Endringen av trykkemetode er den delen av prosessen som det er lettest å tidfeste, og som vi har best opplysninger om. Fra midten av 1960-årene har Aviskatalogen opplysninger om hva slags trykkeri avisen bruker, om det er R (stereotypirotasjon), F (flattrykkrotasjon), H (hurtigpresse) eller O (offset).¹⁶⁰ Opplysningene om trykkemetode var også med i de første katalogene som ble utgitt av Landslaget for Lokalaviser (fra 1977). Ved å supplere disse to datakildene med opplysninger fra jubileumsskrifter og andre kilder, kan vi få en nesten fullstendig oversikt over forløpet. Opplysningene i figur 5.8 gjelder riktignok bare aviser med minst to utgaver per uke, siden det er disse vi har best opplysninger om.

¹⁵⁸ Dagspressen nr. 9 1964.

¹⁵⁹ Johansen 2009.

¹⁶⁰ Stereotypirotasjon er det vi vanligvis tenker på som et typisk avistrykkeri, med papir fra ruller som blir matet mellom to runde valser. Avtrykket kom fra en buet stereotypiplate som er festet på den ene valsen. Flattrykkrotasjonspresser brukte også papir fra ruller, men her var satsen flat, og trykkingen skjedde ved at en sylinder presser papiret ned mot satsen. Hurtigpressene brukte i stedet løse ark som ble mates over en flat trykkplate. Med hurtigpresse måtte en vanligvis nøye seg med de fire sidene som er så karakteristisk for småavisene fra 50- og 60-årene, dvs. et stort ark brettet på midten.

Figur 5.8. Type trykkpresse for norske aviser, 1966 til 1984.
Gjelder aviser med to til seks utgaver per uke



Før omleggingen begynte midt i 1960-årene, var teknologien den samme som Hans Aarnes hadde beskrevet i mellomkrigstiden: Stereotypotasjon for de største avisene, dvs. de med mer enn ca. 10 000 i opplag, flattrykkrotasjon for de mellomstore med opplag 6000–10 000, og hurtigpresse for de minste.¹⁶¹ Ofte dreide det seg også om de samme pressene. Avishistorien fra den første delen av etterkrigstiden er full av beretninger om kjøp av gamle utrangerte presser, og om ombygging og reparasjon. Mange av pressene var derfor i en dårlig forfatning.

Da Rana Blad gikk over til offset, mente leverandøren at det ville ta fem år før Norge hadde 15 offset-trykte aviser.¹⁶² Det viste seg å gå mye fortere. Allerede året etter hadde 17 av i alt 159 to- til seksdagersaviser gått over til offset. Av de øvrige var det 64 som brukte stereotypotasjon, altså den mest avanserte typen, 40 brukte flattrykkrotasjon og nesten like mange (35) nøyde seg med en hurtigpresse.

Etter den første bølgen av nyanskaffelser i 1965 og 1966 gikk det litt langsommere de neste årene. I 1969 er det registrert at 27 aviser brukte offset, dvs. ti flere enn i 1969. Deretter var det et stort sprang til 66 aviser i 1972, en litt svakere vekst til 94 aviser i 1975, og så et nytt sprang til 142 aviser i 1978. I 1984 var det bare fire aviser som brukte høytrykk.

De første offsetpressene egnert seg bare for små og mellomstore aviser. Goss Community som Rana Blad kjøpte, kunne trykke 10 000 eksemplarer per time. Presser med så stor kapasitet at de kunne brukes av de store byavisene, var fremdeles på utviklingsstadiet. Prisen på de forskjellige elementene i trykkeprosessen (klisjéframstilling, trykksverte, maskiner) var også slik at det gikk mange år før offset ble billigere enn stereotypotasjon for de store

¹⁶¹ Aarnes 1928.

¹⁶² Dagspressen nr. 2 1965:10.

avisene.¹⁶³ Dette har gitt et helt spesielt spredningsmønster som skiller seg klart fra det «sentrum til periferi»-mønsteret vi vanligvis finner ved innføring av ny teknologi.

Først ute var de små dagsavisene. Mange av disse avisene hadde vokst ut av sin gamle, nedslitte presse og var helt avhengig av å skaffe noe nytt. For slike aviser ble de nye og billige offsetanleggene den beste løsningen på et akutt teknisk-økonomisk problem. Det var også viktig at A-pressen med Johan Ona i spissen hadde stor tro på den nye teknikken, det samme hadde Rolf Loennechen i Norsk Høyrepress. Av de 27 avisene som var gått over til offset i 1969 var det 22 dagsaviser. Femten av dem tilhørte A-pressen, de syv andre var Høyreaviser eller borgerlige aviser som samarbeidet med Høyreaviser.

Etter de små dagsavisene fulgte de lokale fådagersavisene. For dem var det flere veier over til den nye teknologien. Noen hadde egne trykkerier og skiftet ut maskinene der. Et tidlig eksempel var Hardanger Folkeblad i Odda (A-pressen), som fikk en ny Goss Community offsetrotasjon i 1968. Siden de små avisene hadde små budsjetter, var det begrenset hvor mye de kunne bruke på nye maskiner. De hadde heller ikke behov for å trykke 10 000 eksemplarer på en time, som var kapasiteten til Goss Community. Derfor var en del som valgte mindre anlegg, mer i slekt med kontormaskinene til Bygdeposten og Jarlsberg enn med rotasjonspressene til Rana Blad og Hardanger Folkeblad. Etter noen år oppsto det også et marked for brukte offsetmaskiner.

Den andre veien til offset var å trykke hos andre. Når en liten eller mellomstor avis hadde skaffet seg et offsetanlegg, hadde den som regel kapasitet til å trykke mange aviser. Hardanger Folkeblad er et godt eksempel på en lokal avisfabrikk. Det ble også etablert selvstendige trykkeribedrifter som spesialiserte seg på å trykke fådagersaviser. To viktige eksempler er Fotosentrum i Arna utenfor Bergen som trykket mange aviser fra området rundt Bergen, og Cylindertrykk i Sykkylven på Sunnmøre. Cylindertrykk kjøpte en liten ark-offsetmaskin av merket Heidelberg Kord så tidlig som i 1967, og fra 1969 ble Sykkylvsbladet produsert på dette anlegget. «Mykje kan tyde på at Sykkylvsbladet var den første avisa på Sunnmøre, kanskje også i fylket som vart trykt i offset,» står det i jubileumsberetningen til Sykkylvsbladet.¹⁶⁴ I løpet av noen få år fulgte resten av fådagersavisene på Sunnmøre etter.

I 1972 var det bare 19 av 79 to- og tredagersaviser som hadde gått over til offset. Deretter gikk utviklingen svært raskt for denne gruppen. I 1975 brukte halvparten av dem offset (44 av 89), og i 1978 gjaldt det tre av fire.

De største dagsavisene gikk stort sett over til offset i siste halvdel av 70-årene, dvs. på samme tid som ettermølerne blant småavisene. Arbeiderbladet (nå Dagsavisen) var den første av de store avisene i Oslo. Den innviet sitt nye trykkeri på Hasle utenfor sentrum våren 1976. I desember samme år åpnet Aftenposten sitt nye anlegg på Linderud, og etter noen måneders innkjøring foregikk all trykking av Aftenposten og VG der. Dagbladet («alltid foran») overtok da Aftenpostens gamle presse, og brukte den helt frem til 1989.¹⁶⁵

Den viktigste forklaringen på at mange av de store avisene ventet så lenge, var at de hadde moderne og oppdaterte trykkerier som de kviet seg for å skifte ut. På denne tiden ble det dessuten lansert metoder som gjorde det mulig å bruke kaldsats på disse trykkeriene. Flere

¹⁶³ Se f.eks. Carlson 1966.

¹⁶⁴ Høidal 2006: 67.

¹⁶⁵ Høyer 1993: 50–51.

av de store avisene, som Drammens Tidende, Varden og Stavanger Aftenblad, valgte å satse på denne teknologien. Det viste seg imidlertid at dette var et blindspor. De ombygde trykkeriene ga ikke samme kvalitet som offsettrykkeriene, og ble derfor skiftet ut etter noen år. Bergens Tidene var mest standhaftig – den kjøpte en ny høytrykkspresse i 1981 og gikk ikke over til offset før i 1998/99.¹⁶⁶

Siden de store avisene var relativt sent ute, tok det ganske lang tid før mer enn halvparten av samlet opplag ble trykket i offset. Det skjedde først i 1976 eller 1977. De 94 avisene som brukte offset i 1975, hadde et samlet opplag på litt over 800 000. Dette var ikke mer enn fjerdeparten av det samlede opplaget (utenom ukeaviser). I 1978 var opplaget for offsetavisene steget til 1,9 millioner, dvs. 80 prosent av samlet opplag.

Fra fullformat til tabloid

Da VG gikk over til tabloid 2. januar 1963, var det begynnelsen på en utvikling som gjorde at tabloidformatet etter hvert er blitt enerådende blant norske aviser. Tabloidformatet var imidlertid ingen nyhet, snarere tvert imot. Aviser med små sider var heller noe som hørte fortiden til.

Av de avisene fra 1960 som vi har formatopplysninger om, var det ti som brukte tabloid (tabell 5.8). Fire av dem var dagsaviser: Friheten (NKP), Lofotposten, Nordtrønderen og Namdalen og Ringerikes Blad. Blant fådagersavisene i tabloid var det både nisjeaviser som Folket (edruskap) og Ukens Nytt («det beste fra Aftenposten»), og vanlige lokalaviser. Flere av de avisene som ikke brukte fullformat, var så små at de ikke kunne fylle vanlige avissider.

Den viktigste tabloidavisen på denne tiden var Lofotposten i Svolvær. Lofotposten ble distribuert med Hurtigruta og dekket kysten fra Sunnmøre og helt opp til Kirkenes. Gjennom 1950-årene og frem til begynnelsen av 1960-årene hadde den over 20 000 i opplag og var landsdelens største avis. Den gikk over til tabloid i 1943 på grunn av papirrasjoneringen under krigen, og valgte å fortsette med dette formatet etter at rasjoneringen var opphevet. Produksjonen var etter hvert blitt tilpasset til tabloid, og avisen mente at dette formatet var godt likt blant leserne. Gjennom 1950- og 1960-årene arbeidet Lofotposten bevisst for å utnytte tabloidformatets fortrinn.

Da løssalgsavisene skiftet format, var ett av argumentene at tabloid egnet seg godt for lesing på trikk eller buss. Slikt var det ikke mye av langs kysten, men det lille formatet passer også i en fiskerbåt eller en rorbu. Lofotposten sto spesielt sterkt blant fiskeribefolkningen, og solgte ekstra mye under de store sesongfiskeriene i Lofoten og på Finnmarkskysten¹⁶⁷.

I 1960-årene begynte den utviklingen som etter hvert har gjort at tabloidformatet er blitt helt enerådende i den norske avisverdenen. Denne utviklingen har tatt svært lang tid. Etter at VG hadde skiftet format i 1963, tok det noen år før andre aviser fulgte etter. Den endelige avslutningen på prosessen kom ikke før i november 2007, da Møre-Nytt i Ørsta som den aller siste gikk over til tabloidformat.

Selv om overgangen til tabloid begynte i 1960-årene, er det først i 1970- og 1980-årene at utviklingen virkelig skjøt fart. I denne perioden ble tabloidformatet etablert som det

¹⁶⁶ Se Johansen 2009.

¹⁶⁷ Gjerstad 1996:45. Opplysninger fra Odd Gjerstad juli 2009.

normale formatet for norske aviser, dvs. det formatet som ble brukt av et flertall av avisene. Spredningen fortsatte med omtrent samme tempo frem til midten av 1990-årene (tabell 5.9). Deretter fulgte noen år med tilnærmet stabilitet, før det kom en ny bølge av formatskifter fra 2001 og fremover.

Overgangen fra fullformat til tabloid følger ikke den inndelingen i perioder som er brukt i denne fremstillingen. Det meste har nok foregått mellom 1970 og 1990, men disse årene utgjør ikke noen vendepunkter i utviklingen. Egentlig finnes det bare ett vendepunkt, og det ligger rett etter år 2000. Den løsningen som er valgt, er å dele omtalen av formatskiftet i to. Den første delen, som i praksis dekker perioden fra 1963 til 1996, kommer her. Den siste delen av utviklingen, dvs. tiden etter 1996, blir omtalt i neste kapittel.

Aviskatalogen har detaljerte opplysninger om format for hele etterkrigstiden. Det som oppgis for den første tiden, er antall spalter på siden, spaltebredde og spaltehøyde. Inndelingen i standardformatene fullformat, tabloidformat og berliner ble ikke tatt med i katalogen før i 1995. For tiden før 1995 er klassifiseringen av format foretatt ut fra opplysningene om antall spalter, spaltebredde og spaltehøyde.

I dag er standard for fullformat 56 cm høyde og 39 cm bredde. Tabloidformat er det samme som fullformat brettet på midten, dvs. 39 cm høyde og 28–29 cm bredde. Med normal spaltebredde (47 eller 49 mm) betyr det syv spalter for fullformat og fem spalter for tabloid. Berlinerformatet er en mellomting mellom disse formatene, med seks spalters bredde (31,5 cm) og 48 cm høyde.

Opplysningene for de første årene viser at det kunne være ganske store avvik fra dagens standardformater. I 1966 hadde de fleste fullformatavisene en (netto) spaltehøyde på 510 eller 520 mm, men det var også noen med større og noen med mindre høyde. Tilsvarende var det for tabloidformat. Ved klassifiseringen er det tillatt en god del avvik fra det vanlige, men enkelte aviser har vært så forskjellige fra standardformatene at de er plassert i en kategori for «annet». Der kommer også aviser som brukte A4 eller et tilsvarende lite format.

Tabell 5.8. Aviser etter format, 1960–1996

	1960	1966	1972	1978	1984	1990	1996
Fullformat	163	148	120	99	68	46	28
Berliner ¹⁾	12	14	11	9	7	7	6
Tabloid ²⁾	10	23	58	87	136	146	184
Annet	4	6	4	6	3	2	1
Opplysning mangler	13	2	6	10	5	1	1
Alle aviser	202	193	199	211	219	202	220
Tabloid, prosent av aviser	5	12	29	41	62	72	84
Tabloid, prosent av opplag	4	8	20	25	41	52	60

1) Også andre størrelser mellom fullformat og tabloid.

2) Også aviser med samme bredde men litt større høyde enn vanlig tabloid.

Som det går frem av tabell 5.8, har antall aviser med tabloidformat økt gjennom hele perioden fra begynnelsen av 1960-årene til midten av 1990-årene. Målt som prosent av antall titler var økningen ekstra sterk fra 1966 til 1972, og fra 1978 til 1984. Tallet på fullformatavisar har sunket tilsvarende. Berlinerformatet ble brukt av litt mer enn ti forskjellige aviser frem til

1972, og av litt under ti aviser mellom 1978 og 1996. I motsetning til i Sverige, der berlinerformatet ofte fungerte som en mellomstasjon på veien fra fullformat til tabloid, har dette formatet aldri slått ordentlig gjennom i den norske avisverdenen.

Overgangen til tabloidformat har skjedd på to forskjellige måter. Den første er at eksisterende aviser skifter format, slik VG gjorde i 1963. Den andre er at aviser som er startet etter midten av 1960-årene, har valgt å bruke tabloidformat. For avishistorien er det utvilsomt den første mekanismen som er mest interessant. Rent tallmessig har imidlertid den andre mekanismen betydd nesten like mye. Av de 184 avisene som brukte tabloidformat i 1996, er omtrent 40 prosent startet etter 1966. De aller fleste har brukt tabloidformat hele tiden.

I tillegg til VG hadde noen få andre aviser skiftet til tabloidformat i første halvdel av 1960-årene. Den viktigste var Oppland Arbeiderblad på Gjøvik, som skiftet i november 1965. Dette skjedde samtidig som den begynte å trykke i offset. I datidens omtaler var det overgangen til offset som fikk nesten all oppmerksomhet¹⁶⁸. Mens offset var en helt ny teknikk for avisfremstilling, ble formatskifter ikke oppfattet som noen viktig nyhet.

På den tiden var det også aviser som gikk den andre veien, fra tabloid eller et tilsvarende lite format og over til fullformat. Ringerikes Blad er et godt eksempel. Den fikk ny avispresse i 1951, og skiftet samtidig til et format som var «tilnærmet tabloid med fem spalter». I en leder kommenterte redaktøren det nye formatet, «som vi finner hendig», og ba samtidig om tilbakemeldinger, «særskilt om det nye formatet».

Avisens Duplexpresse fra 1951 kunne maksimalt trykke tolv sider i tabloidformat, og etter hvert ble det for lite. Trykkingen var dessuten tungvint og tok lang tid. En ny og større presse (stereotypirotasjon) ble tatt i bruk 16. januar 1963, dvs. to uker etter at VG hadde gått over til tabloid. Samtidig gikk Ringerikes Blad over til vanlig fullformat med syv spalter. Dette ga rom for mer stoff: «seks sider i det nye formatet utgjorde 35 prosent større spalteplass enn åtte sider tabloid». Avisens kommentar til formatskiftet var at «den nye avis virker kanskje litt fremmed, men vi vil forsøke å legge den så nær opp til det gamle mønster som vanlig. (...) Vårt mål er å lage en bedre og mer leseverdig avis i pakt med tidens krav».¹⁶⁹ Avisen fortsatte med fullformatet, som den tydeligvis oppfattet som leseverdig og «i pakt med tidens krav» helt til september 2003.

På samme måte som Oppland Arbeiderblad skiftet VG format samtidig med at avisen byttet trykkeri. Trykkingen foregikk nå hos Aftenposten, og var del av en økonomisk redningsaksjon. Aftenposten brukte stereotypirotasjon, dvs. en tradisjonell presse med blysats. Det er således ingen nødvendig sammenheng mellom trykkemetode og valg av format. Utviklingen fra 1965 og fremover viser likevel at mange aviser valgte å gå over til tabloidformat samtidig som de skiftet til offset, eventuelt etter at det nye trykkeriet hadde hatt en innkjøringsperiode på noen år.

Opplysningene om formatskifte fra 1966 og frem til 1996 viser at det ikke er tilfeldig når de forskjellige avisene valgte å skifte til tabloid. Nr. 2-aviser har hatt en tendens til å skifte tidligere enn nr. 1- og aleneavisene, fådagrsaviser tidligere enn dagsaviser, og små aviser

¹⁶⁸ Bergsvein Bønes ved Institutt for presseforskning, Universitetet i Oslo, skrev en magisteravhandling i 1968 om de første norske avisenes overgang til offset. I avhandlingen blir det så vidt nevnt at noen samtidig gikk over til tabloidformat.

¹⁶⁹ Røste 1995: 279 og 311.

tidligere enn store aviser innen samme kategori. Spesialavisene (nisjeavisene) var også tidlig ute. Selv om sammenhengene er tydelige, er det lett å finne unntak. Som det går frem av omtalen i neste kapittel, var Møre-Nytt slett ikke den eneste lokale fådagersavisen som brukte fullformat etter 1996.

I 1984 brukte mer enn halvparten av avisene tabloidformat, og tabloidavisene hadde mer enn 40 prosent av samlet opplag. En sammenligning av type avis og avisformat for dette året gir et godt inntrykk av hvilke grupper som var tidligst ute (tabell 5.9).

Tabell 5.9. Aviser 1984 etter type og format

	Tabloid	Full-format	Annet, ukjent	Antall aviser	Prosent i tabloid
Løssalgsaviser	2	0	0	2	100
Storbyaviser ⁴⁾	0	5	0	5	0
Nr. 2-aviser, store byer ¹⁾	3	1	1	5	60
Riksspredte meningsaviser ¹⁾	3	2	1	6	50
Ledende lokale dagsaviser, store ²⁾	2	19	2	23	9
Ledende lokale dagsaviser, små ²⁾	14	13	0	27	52
Lokale nr. 2-aviser	10	5	1	16	63
Lokale 2–3-dagersaviser ³⁾	72	23	2	97	74
Lokale ukeaviser	20	0	6	26	77
Nasjonale fådagersaviser	10	0	2	12	83
Dagsaviser i alt	34	45	5	84	40
Fådagersaviser i alt	102	23	10	135	76
Alle aviser	136	68	15	219	62

1) Arbeiderbladet og Klassekampen brukte berlinerformat i 1984.

2) Skillet er satt ved 14 000 eksemplarer.

3) Også regionale fådagersaviser.

4) Også Aftenposten Aften.

Blant dagsavisene var det fremdeles mer enn halvparten (45 av 84 aviser) som brukte fullformat. Overvekten skyldtes de abonnementsavisene som var nr. 1 eller alene på utgiverstedet, både storbyavisene og de store og mellomstore nr. 1- og aleneavisene. Blant nr. 2-avisene og de riksspredte meningsavisene var det et lite flertall som brukte tabloid.

I tabellen er nr. 1- og aleneavisene delt inn i to grupper etter opplag. Grensen er satt ved 14 000 eksemplarer. Av de 23 nr. 1- og aleneavisene som kom over denne grensen, var det bare to som var gått over til tabloid. I tillegg til pioneren Oppland Arbeiderblad (opplag 24 500 i 1984), var det Sarpsborg Arbeiderblad (16 000). Blant de 27 med opplag under 14 000, hadde halvparten valgt tabloid.

Et lignende skille etter opplag var det også blant de lokale to- og tredagersavisene. Elleve av de 17 avisene som hadde mer enn 6000 i opplag, brukte fullformat, altså et klart flertall. Blant de 80 som hadde opplag under 6000, var det bare tolv.

Overgangen til tabloidformat fortsatte i nesten samme tempo fra 1984 og frem til midten av 1990-årene. Den gjaldt nesten alle grupper av aviser, men med ett viktig unntak: de store nr. 1- og aleneavisene. De fire storbyavisene brukte fremdeles fullformat, og fortsatte å gjøre det også etter år 2000. Blant de vanlige lokale dagsavisene ble grensen mellom tabloid og fullformat flyttet et godt stykke oppover. Mens det gikk et tydelig skille ved omtrent 14 000 i opplag i 1984, var grensen flyttet til omtrent 30 000 i 1996. Den eneste nr. 1-avisen over

denne grensen som brukte tabloidformat i 1996, var Nordlys (opplag 32 600 i 1996). Nordlys hadde skiftet format ved nyttår 1990. Etter Nordlys på listen over nr. 1- og aleneaviser med tabloidformat fulgte tabloidpioneren Oppland Arbeiderblad (28 500) og de andre innlandsavisene Hamar Arbeiderblad (28 000), Østlendingen (25 400) og Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer (22 400).

VGs overgang til tabloidformat skjedde etter en kortvarig og lite dramatisk prosess. I VGs historie skriver Martin Eide at «Sjelequalene hadde VG i stor monn lagt bak seg gjennom populariseringslinjen utover 50-årene. Formatskiftet var en kurant sak, uten ideologiske overtoner».¹⁷⁰

Oppland Arbeiderblad brukte heller ikke lang tid på formatvalget. Etter påtrykk fra Johan Ona i Norsk Arbeiderpresse hadde avisen kjøpt en offsetpresse som var klar til bruk i november 1965. Med den nye pressa sto avisen fritt til å velge format. Etter en kort intern utredning, som blant annet omfattet besøk hos Västernorrlands Allehanda i Sverige, valgte avisen tabloid. Argumentet var at lesere i Sverige hadde likt det lille og hendige formatet, og at det ville bli tydeligere for leserne at avisen brukte en ny teknikk som ga bedre trykk og bilder. Motforestillingene kom fra annonseavdelingen, som fryktet at det nye formatet ville gi mindre inntekter fra helsides annonser.¹⁷¹

Da Dagbladet gikk over til tabloidformat i 1983, var situasjonen en helt annen. På grunn av VGs store suksess gjennom 1970-årene og begynnelsen av 1980-årene, var tabloidformatet blitt assosiert med en egen form for journalistikk. «Tabloidisering» og «tabloidjournalistikk» var blitt vanlige merkelapper i mediedebatten, og de hadde ikke noen positiv klang. Merkelappene kunne også brukes om andre medier enn avis, som når Georg Apenes i 1987 advarte mot at NRK skulle bli et tabloid-TV: «Det skal være kjekt, det skal være knapt, det skal være uærbødig og det skal gå rett til hjertet – uten omveien om hjernen».¹⁷²

De som koblet tabloidformatet med en bestemt type journalistikk, hentet ofte inspirasjon fra utlandet, der tabloidformatet i større grad enn hos oss var knyttet til populære løssalgsaviser med stor vekt på bilder og omtale av kjente personer. Denne korte omtalen i Aschehougs konversasjonsleksikon fra 1972 var typisk:

«Tabloid (eng. eg. tablett), avis som bringer sitt stoff i konsentrert, lettfattelig form, ofte med bilder og sensasjonsoverskrifter. Formatet er ca ½ vanlig norsk avisside».

Omtalen ble gjentatt ordrett i Store norske konversasjonsleksikon fra 1982, den eneste forandringen var at oppslagsordet var endret fra tabloid til tabloidavis.

Dagbladets skifte av format var med på å styrke oppfatningen om at tabloidformatet var mindre seriøst enn fullformatet. Før skiftet gikk avisen gjennom en lang og turbulent prosess, som er godt dokumentert både i Arne Martins Klausens bok *Med Dagbladet til tabloid* fra 1986 og i Andreas Homplands kapittel «Symbol i tabloid» i Dagbladets jubileumsbok fra 1993. «Formatendringa tok lang tid og vekte sterke kjensler – både i avishuset og utanfor,» skrev Hompland. «Det blei oppfatta som ein kamp om Dagbladets sjel: Nyheter mot debatt, sensasjonar og underhaldning mot kultur og seriøse kommentarar.» Hompland mente

¹⁷⁰ Eide, Martin 1995: 211.

¹⁷¹ Paulsberg 1999. Bind II s. 71.

¹⁷² Apenes, Georg (1987): NRK i ferd med å bli et tabloid-TV? Kronikk, Aftenposten 6. april 1987.

riktignok at tabloidformatet hadde fått en symbolverdi som det ikke var grunnlag for, og at i den grad «Dagbladet hadde tatt skade på si sjel i kampen med VG, skjedde syndefallet i stort format».¹⁷³

Tabloidformatet ble også knyttet til en bestemt måte å utforme sidene på, det Arne Martin Klausen kalte tabloidestetikk. Den enkle versjonen er at tabloid betyr store bilder og store, sensasjonspregede overskrifter. En mer nyansert versjon er idealet om at hver side skal ha ett og bare ett hovedoppslag, og at det skal markeres både gjennom størrelse, plassering på siden og bruk av bilder og overskrifter. Dette idealet for layout kan også praktiseres av aviser med et nøkternt utseende.

Det er ingen tvil om at det skjedde en dramatisk utvikling av utseendet til norske aviser fra midten av 1960-årene til slutten av 1980-årene. Dersom vi ser på aviser fra begynnelsen av perioden, er hovedinntrykket ikke at de mangler det markskrikereske vi forbinder med løssalgsavisene, men at de var så rotete og lite leservennlige. Sidene var overlessede og sammenklemte, med mye brødtekst og lite luft. Artiklene var verken ordnet tematisk eller etter viktighet, men spredt rundt omkring i avisen uten noe overordnet system. Artikler over flere spalter hadde gjerne vekslende spaltelengde, og var flettet inn i andre artikler slik at de var vanskelige å følge.¹⁷⁴

Overgangen fra gammel til ny layout var en langvarig og sammensatt prosess, der flere forskjellige faktorer har spilt inn. Selv om formatvalget og påvirkning fra VG har spilt en rolle, er det ingen tvil om at overgangen til offset har betydd mest. Offset gjorde utformingen av sidene enklere enn før, og det ble mye lettere og billigere å bruke bilder. Fordelen var størst for de minste avisene, som ikke hadde egne klisjémaskiner og derfor måtte få laget bildene hos andre. Men også for de store avisene var offsetteknikken et avgjørende vendepunkt.

Astrid Gynnild, som har bakgrunn fra Adresseavisen i Trondheim, uttrykte det slik i boka *Avisene fangar blikket* fra 1990: «Det var moderne teknikk som fornya presentasjonsforma i Adresseavisen midt på 70-talet, ikkje konkurranse frå andre aviser eller nye tankar om journalistikk».¹⁷⁵ Hun forklarer hvordan teknologien påvirket alle sider ved utformingen, også tittelspråket: «No byrja ein eksperimenteringsfase med fleire og større bilde og fargerammer og fargeliner i layouten. Dermed vart det mindre plass til titlar og tekst, samstundes som titteltypane vaks seg større og større. Titlane måtte gjerast enda kortare. (...) Skulle titlane bli hørt mellom dei mange og store bilda, måtte dei også få ei språkform som fenga meir».¹⁷⁶

En god tid for små lokalaviser

Det kulturelle klimaet på begynnelsen av 1970-årene kan forklare hvorfor så mange prøvde å starte lokale fådagrsaviser. I den samme perioden skjedde det også mye som gjorde det lettere å drive slike aviser. Det ser vi best på de fådagrsavisene som allerede eksisterte. De fleste av dem hadde ikke vært med på den veksten som dagsavisene opplevde gjennom 1950-

¹⁷³ Hompland 1993: 516, 521–22.

¹⁷⁴ Se Evenrud og Solvang 1989, Gynnild 1990: 149, Høst 1993.

¹⁷⁵ Gynnild 1990: 22.

¹⁷⁶ Gynnild 1990: 42.

og begynnelsen av 1960-årene, men nøydt seg med det samme sidetallet og den samme lille staben som de hadde hatt i den første etterkrigstiden.

Fra midten av 1960-årene skjedde det flere ting som forandret situasjonen. For det første var det vekst og utvikling i den lokale varehandelen, slik at avisene fikk større annonseinntekter. Med høyere inntekter kunne avisene ansette nye medarbeidere og utvide produksjonen av lokalt stoff. Tidligere var det mange fådagersaviser som ikke hadde andre redaksjonelle medarbeidere enn redaktøren. Firda i Førde i Sogn og Fjordane, en av de fådagersavisene som senere er blitt dagsavis, ansatte sin første journalist i 1964 (Øye 1993:52).

Bedre økonomi gjorde også at enkelte aviser økte utgivelsesfrekvensen, enten fra tre til fire eller fem utgaver per uke slik at de ble dagsaviser, eller fra en til to eller tre utgaver slik at de tilfredsstilte datidens avisdefinisjon. Muligheten til å få pressestøtte var en viktig drivkraft for de ukeavisene som ble todagersaviser i 1970- og 1980-årene.

En annen utvikling som gagnet småavisene, var utviklingen av avisteknologien. Da avisene gikk over til offset, ble alle deler av avisproduksjonen enklere: sats, bildebehandling, layout og trykking. Virkningen var dramatisk for alle grupper av aviser, men det var likevel de små avisene som merket overgangen best. For de som hadde eget trykkeri, er behandlingen av bilder det beste eksemplet. I blysatsens tid hadde de store avisene egen klisjéavdeling, og de kunne derfor lage bilder relativt raskt. For småavisene var det verre. Avisen Grenda i Hardanger måtte for eksempel sende sine bilder til Bergen eller Haugesund – det tok minst et par dager, og det var dyrt. En halvsides illustrasjon kostet 300–400 kroner, svært mye for en avis med årsbudsjett på 300 000 kroner. «Med det utstyret vi har nå kan vi lage biletet sjølve til ein pris av toppen 5 kroner og på 5–6 minutt,» skrev redaktør Aurvoll i Grenda i 1976, året etter at avisen var gått over til offset.

For de som trykket hos andre, var fordelene enda større. Før innføringen av offset måtte de sende alt innholdet til trykkeriet, og overlate sats og montering til andre. Med offset og kaldsats kunne de i stedet produsere og montere sidene selv. Dette var billigere, og det ga avisene større kontroll over det ferdige produktet. Fotosats var dyrt, men på slutten av 1960-årene og begynnelsen av 1970-årene fantes det også enklere metoder for satsproduksjon. Aller enklest var en spesialisert skrivemaskin kombinert med Letraset-bokstaver. Saksen var også et viktig redskap.

Det neste trinnet i den tekniske utviklingen var PC-revolusjonen fra midten av 1980-årene. Igjen var det de små avisene som tjente mest. En liten avis kunne man lage med et par PC-er og en laserskriver, mens de store avisene fremdeles måtte bruke dyre stormaskiner. De små avisene hadde heller ingen organiserte typografer å ta hensyn til. I denne fasen var det derfor de små avisene som var først ute.

En tredje endring i perioden var omlegging og utvidelse av kommunenes virksomhet. Kommunereformen i 1960-årene førte til at antall kommuner ble redusert fra 744 til omtrent 450 (454 fra 1978 til 1988, litt færre 1974–1978 og etter 1988). Hensikten var å skape kommuner som var så store at de kunne ha sin egen ungdomsskole og en profesjonell administrasjon.

Etter reformen fulgte en sterk vekst for kommunene. De fikk nye institusjoner og nye anlegg – skoler, sykehjem, svømmehaller og rådhus, og de fikk flere ansatte. Dette var en god

tid for lokaldemokratiet, og for den lokale journalistikken. Det skjedde mye på rådhuset og i kommunestyresalen, med store og viktige utbyggingssaker som ga et godt utgangspunkt for lokal debatt. Skulle kommunen bygge ny skole eller nytt sykehjem, og minst like viktig: hvor skulle den nye institusjonen ligge? Lokaliseringsspørsmål har alltid vært et viktig innslag i norsk politikk, og nå var det plutselig mye som skulle etableres i kommunene. Utviklingen i kommunene har hatt betydning for alle små og mellomstore lokalaviser, dvs. både dagsaviser og fädagersaviser.

I perioden skjedde det også to ting som hadde stor betydning for de minste. I 1976 dannet de sin egen forening, den som nå heter Landslaget for Lokalaviser (jf. neste avsnitt). Tretten år senere, i 1989, ble den nedre grensen for pressestøtte endret fra to til en utgave per uke og fra 2000 til 1000 i opplag. For de minste ukeavisene betydde støtten at de kunne ta spranget fra dugnadsinnsats og dårlig betalt deltidsarbeid til profesjonell drift med en eller flere medarbeidere på heltid.

Landslaget for lokalaviser

Lokale ukeaviser ble tradisjonelt ikke regnet som fullverdige aviser, jf. omtalen av avisdefinisjon i kapittel 1. De ble ikke sendt med avisporto, de var ikke medlemmer av Norske Avisers Landsforbund, og de kom ikke med i den pressestøtteordningen som ble innført i 1969. De gamle og etablerte ukeavisene hadde lært seg å akseptere denne situasjonen, men mange av de avisene som ble etablert i 1970-årene, oppfattet den som en urimelig forskjellsbehandling.

En av de nye avisene var Grannar i Hardanger. Den var startet i 1973, og høsten 1975 søkte den om medlemskap i Norske Avisers Landsforbund. NAL viste til regelen om to utgaver per uke, og at dispensasjon bare kunne gis til publikasjoner som hadde «et klart idémessig og/eller politisk formål».

Grannar hadde en utgave per uke, og ingen annen ideologi enn å være et upolitisk bygdeblad på nynorsk. Brevet ble derfor oppfattet som et avslag. Siden NAL ikke ivaretok interessene til de minste avisene, tok Grannar initiativ til å samle dem i en egen forening. Det begynte med at Ingolv Vevatne, som var sekretær for styret i Grannar, sendte et brev til andre lokalaviser med spørsmål om de ville være med på å lage en egen forening. Dette skjedde i mars 1976. I brevet sto det at «einskildvis er vi små, og våre krav ville ikkje bli lagt særleg merke til. Men vi kan gå saman i ein landsskipnad for å få meir tyngde bak krava våre». Brevet viste også til at Stortinget skulle drøfte pressestøtten i vårsesjonen dette året, og at de små avisene ville «vera tryggare og stå sterkare ved at vi, som har dei same vilkår og dei same interesser, samlar kreftene».¹⁷⁷

Den nye foreningen ble stiftet på Vossevangen Hotell den 15. mai 1976. På møtet deltok utsendinger fra 15 forskjellige aviser. Nesten alle kom fra Vestlandet – de eneste fra resten av landet var Telemarking (Bø i Telemark) og Selbyggen (Selbu i Sør-Trøndelag). Den nye foreningen ble opprinnelig kalt Landslaget for norske Bygdeblad og Bydelsaviser (LNBB), men fra 1983 har navnet vært Landslaget for Lokalaviser (LLA). Ved utgangen av 1976 hadde foreningen 25 medlemmer.

¹⁷⁷ Brev fra Ingar Vevatne til omtrent 80 små lokalaviser, gjengitt i Espeland 2001:29.

Foreningens viktigste oppgave de første årene var å påvirke myndighetene slik at medlemmene fikk bedre økonomi og bedre arbeidsvilkår. Det viktigste kravet var at ukeavisene skulle få pressestøtte, men foreningen ønsket også at de minste avisene skulle få statsannonser og bedre vilkår hos Postverket. Foreningen ønsket dessuten å gjøre medlemmene bedre kjent, ikke minst blant annonsørene. Allerede i 1977 utarbeidet den en liten medlemsoversikt som skulle være et slags motstykke til Aviskatalogen. Dette er begynnelsen på det som senere er blitt Nærpressekatalogen.

Arbeidet med å få pressestøtte til de minste avisene var vanskeligere og tok mye lengre tid enn initiativtakerne hadde trodd. En viktig årsak var motstand blant de andre presseorganisasjonene. Foreningen kunne derfor ikke vise til så mange konkrete resultater de første årene. I ettertid er det imponerende å se hvordan en liten og svak forening arbeidet systematisk år etter år for å få gjennomslag for sitt syn. Det endelige gjennombruddet kom under behandlingen av statsbudsjettet høsten 1988. Selv om departementet ville beholde de gamle grensene, vedtok Stortinget at den nedre grensen for pressestøtte skulle senkes til en utgave per uke og 1000 i opplag. Foreningens jubileumsskrifter fra 1986, 1996 og 2001 gir en god oversikt over arbeidet frem mot dette resultatet.¹⁷⁸

Utvidelsen av pressestøtteordningen betydde ikke bare at de minste avisene fikk et økonomisk løft. Den betydde også at de små ukeavisene var godkjent som en fullverdig del av den norske avisfamilien. Ingolv Vevatne beskrev det han kalte «grensestriden» på denne måten i jubileumsskriftet fra 1986: «Er du over grensa, vert du definert som *avis*, og kan få stønad og hjelp på mange måtar. Er du under grensa, vert du gjerne samanlikna med eit «menighetsblad» eller omtala som ein kultur-raritet på bygdene, som kanskje burde få stønad over kulturbudsjettet. Det er denne grensa og desse definisjonane LLA har teke opp kampen imot».

Selv om LLAs krav om støtte til ukeaviser ble innfridd i 1988, var foreningen ikke representert i det Dagspresseutvalget som ble oppnevnt i februar 1991. Oppgaven med å tale småavisenes sak skulle i stedet ivaretas av undertegnede, som var tilknyttet utvalget som sakkyndig uten stemmerett. LLA reagerte sterkt på at de ikke var representert, og da utredningen forelå, utarbeidet tidligere formann Egil Hyldmo en alternativ pressestøttemelding som protest.¹⁷⁹ Den politiske behandlingen av utredningen viste imidlertid at LLA var etablert som en sterk pressgruppe med gode kontakter i Stortinget. Sluttresultatet ble ikke en nedskjæring av støtten til fådagrsavisene, slik utvalget hadde foreslått, men en økning.

Utnevnelsen av Dagspresseutvalget av 1991 var den siste gangen LLA ikke var representert i offentlige utvalg eller komiteer som behandler pressespørsmål. Kort tid etter ble foreningen med i Støtteutvalget for dagsavisene, Kontaktutvalget mellom dagspressen og staten, og Kontaktutvalget mellom Posten og dagspressen. Foreningen var også med i det Dagspresseutvalget som ble nedsatt i 1999, og er med i det Mediestøtteutvalget som ble oppnevnt høsten 2009.

¹⁷⁸ Vevatne 1986, Hyldmo 1996 og Espeland 2001.

¹⁷⁹ Det var forslaget til fordeling av støtten som foreningen reagerte mot, ikke beskrivelsen av avisenes situasjon. Undertegnede fikk LLAs hederspris for 1994, og i begrunnelsen heter det at «han har framheva lokalavisene sin viktige del i mediebildet og spesielt som kulturberarar».

Fra starten og frem til slutten av 1980-årene var LLA først og fremst en organisert pressgruppe, med påvirkning av myndighetene som sitt overordnede mål. Etter dette har foreningen gjort mye for å skape et faglig miljø og bidra til faglig utvikling blant medlemmene. Dette har ikke minst skjedd gjennom en omfattende kursvirksomhet. Prisen til Årets lokalavis er et annet uttrykk for de faglige ambisjonene. Prisen ble utdelt for første gang i 1990, og har etter hvert fått stor prestisje. Utdelingen av prisen, sammen med begrunnelsene fra juryen, har gitt medlemsavisene noe å strekke seg etter og en pekepinn om hva en god lokalavis bør være.

De tydeligste bevisene på at LLA har maktet å skape et faglig miljø, er økningen i antall medlemmer og oppslutningen om foreningens årsmøter. I løpet av de ti første årene økte tallet på medlemsaviser bare fra 25 til 35. Deretter begynte en kraftig vekst, til 51 medlemmer i 1990, 77 i 2000 og 110 i 2009.

Oppslutningen om årsmøtene har økt enda mer. De første årene samlet de bare en liten kjerne av ildsjeler, omtrent 15 var nokså vanlig. Det betydde at omtrent halvparten av medlemsavisene var representert. Fra slutten av 1980-årene begynte årsmøtene å få en annen karakter – de ble en faglig og sosial begivenhet. Det første gjennombruddet kom i 1989, da møtet hadde femti deltakere fra 24 aviser. Deretter har møtene blitt større og større. Landsmøtet i Stavanger i 2001 hadde nesten 150 deltakere, og de siste årene har deltakertallet vært over 300. I jubileumsberetningen fra 1996 brukte Egil Hyldmo uttrykket «fra menighetsmøte til kongress» for å beskrive utviklingen, men slektsstevne er nok en bedre betegnelse enn kongress.

Forholdet mellom LLA og NAL, nå MBL, var lenge ganske dårlig. Dette hadde flere årsaker. Den mest forståelige var at NAL oppfattet den nye foreningen som unødvendig, og at den selv ivaretok interessene til alle norske aviser. Det var også mange, både i foreningen og i medlemsavisene, som var skeptiske til de nye lokalavisene som ble etablert i 1970-årene. De etablerte avisene mente at nykommerne ikke var seriøse nok, og dessuten betydde de sterkere konkurranse om annonseinntektene.

Einar Eriksen, som da var reportasjesjef i Bergens Tidende, gikk sterkt ut mot de nye avisene på et redaksjonslederkurs i Sandefjord i 1974. Innledingen og debatten etterpå er omtalt i Journalisten for april 1974 under overskriften «En ny flora av småaviser en fare for norsk presses kvalitet». Dette var altså to år før LLA ble etablert. Hvis vi skal tro referatet, brukte Eriksen sterke ord:

«Den journalistiske profesjon skal bety noe. Vi skal være såpass selvbevisste, såpass yrkesstolte som informasjonsformidlere at vi ikke i en slags misforstått lojalitet overfor et diffust demokratibegrep går hen og aksepterer det journalistiske diletterteri, den differensierte presse på kjøkkenbenkens premisser. Hva jeg mener? Jo – det farefulle ved at avisutgiving som folkesport i ytringsfrihetens og støtteordningens navn tiltrekker seg geskjeftige sosiologistudenter, husmødre og forretningsspekulanter».

Den arrogansen overfor de minste avisene som Eriksen ga uttrykk for, var han ikke alene om. I en periode bidro også dårlig personkjemi til å skape avstand mellom de to foreningene. Det gjaldt særlig da Knut Fossum var direktør for NAL (til 1992) mens Egil Hyldmo var formann (1986–87) og landssekretær (1987–1990) for LLA. Dette var sterke personligheter med svært forskjellig gemytt. Mens Fossum (født 1929) kan karakteriseres som en konservativ herre som

ikke likte store forandringer, var Hyldmo (født 1943) pågående og uformell. Senere er forholdet mellom foreningene blitt et helt annet.

Det første tegnet på tilnærming så man på LLAs årsmøte i 1993, da NAL var representert blant gjestene. Nå aksepterer foreningene at de har forskjellig medlemsgrunnlag og forskjellige roller, og de samarbeider på en måte som utnytter begge foreningenes sterke sider. Fra 2004 har LLA leid kontorlokaler hos MBL i Oslo, og det var nærmest en selvfølge at foreningen skulle følge med da MBL flyttet til nye kontorer høsten 2009. Fordi foreningene dekker forskjellige oppgaver, er ganske mange av LLAs medlemmer også med i MBL. Høsten 2009 gjelder det 44 av 110 aviser.

A-pressen og aviskonkurransen – et tilbakeblikk

Av de politiske pressegruppene var det A-pressen som hadde den mest utsatte konkurranseposisjonen i 1952. 30 av partiets 44 aviser var ikke størst på utgiverstedet, og disse avisene sto for nesten 70 prosent av A-pressens samlede opplag.

I perioden frem til 1969 ble seks av A-pressens nr. 2-aviser nedlagt. I den samme perioden klarte fire av dem å overta den lokale førsteplassen. Dette var Fremover i Narvik, Tidens Krav i Kristiansund, Hardanger Folkeblad i Odda og Rana Blad. Både Mo i Rana og Odda var industristeder som hadde en sterk vekst etter krigen. Også i Narvik og Kristiansund kunne arbeideravisen støtte seg til en sterk arbeiderbevegelse. I Narvik måtte Fremover riktignok konkurrere med NKPs avis Nordland Arbeiderblad (1945–1958), i tillegg til Ofotens Tidende (H) og Ofoten folkeblad (V). Suksessen for Fremover, Tidens Krav, Hardanger Folkeblad og Rana Blad var en fortsettelse av den veksten som A-pressen opplevde rett før og rett etter krigen. Den var bare litt forskjøvet i tid, jf. omtalen foran om krigens betydning.

Tabell 5.10 Situasjonen for A-pressens aviser, 1952–1989¹⁾

	1952	1969	1989
A-presseaviser i 1952			
Nr. 1	12	9	9
Nr. 2	30	19	10
Alene	2	8	11
I alt	44	36 ²⁾	30
Opplag gamle aviser, 1000	333	428	499
Andel fra nr. 1- og aleneaviser, prosent	31	44	61
Nye aviser etter 1952			
Antall		1	7
Opplag, 1000		2	38
Samlet opplag A-pressen, 1000	333	430	536
A-pressens andel av totalopplag	18,9	20,8	17,1

1) Arbeiderbladet i Oslo er med selv om den formelt var eid av Arbeiderpartiet sentralt.

2) Romerikes Blad på Jessheim ble slått sammen med Akershus Arbeiderblad i Lillestrøm mellom 1952 og 1969. Risør Arbeiderblad og Østfold-Posten i Askim var ikke nedlagt i 1969, men kom ikke ut som selvstendige aviser.

Til tross for nedleggelsene fremstår perioden fra 1952 til 1969 som en god tid for A-pressens aviser. Konkurransesposisjonen var blitt bedre, med færre nr. 2-aviser og en litt mindre del av samlet opplag fra nr. 2-aviser. A-pressens andel av det samlede avisopplaget hadde også økt, fra 19 prosent i 1952 til 21 prosent i 1969 (tabell 4.6 og 5.10).

Den neste perioden var dårligere. Syv av A-pressens nr. 2-aviser ble nedlagt i 1980-årene. Både fordi det gjaldt større aviser, og fordi nedleggelsene førte til at de borgerlige konkurrentene ble alene på utgiverstedet, var denne bølgen av nedleggelser et større tilbakeslag for A-pressen enn nedleggelsene før 1970.

En viktig konsekvens sett med datidens øyne var at A-pressen ikke lenger dekket hele landet. Tidligere hadde nedleggelser ofte foregått som fusjon mellom naboaviser, som da Folkeviljen i Harstad ble slått sammen med Nordlys i Tromsø i 1956. Dette sikret at partimedlemmer i Harstadområdet fremdeles hadde en lokal partiavis, i hvert fall i teorien. Ambisjonen om å dekke hele landet går tydelig frem av en oversikt som A-pressens Annonsekontor lagde i 1961. Her var det tegnet et Norgeskart som viste de forskjellige avisenes dekningsområder, og på dette kartet var det ingen huller. I 1989 ville et tilsvarende kart hatt hvite felter i Vestfold, Agderfylkene og på Sunnmøre.

I denne perioden ble bortfallet av nr. 2-aviser ikke kompensert av vekst for de gjenværende avisene. A-pressens andel av samlet opplag sank derfor fra 21 prosent i 1969 til 17 prosent i 1989 (tabell 5.10). Litt av nedgangen ble motvirket ved at A-pressen hadde kjøpt eller etablert noen nye aviser.¹⁸⁰ Uten disse avisene ville A-pressens andel av samlet opplag vært 16 og ikke 17 prosent.

Også i denne perioden var det noen av A-pressens nr. 2-aviser som passerte den lokale konkurrenten. Det var Firdaposten i Florø i 1970, Telemark Arbeiderblad i Skien i 1975 og Nordlands Framtid i Bodø i 1989. Firdaposten og konkurrenten Firda Folkeblad (V) var små fådagrsaviser, og da Firdaposten ble størst, hadde den et opplag på omtrent 3500. I Skien og Bodø dreide det seg derimot om relativt store dagsaviser, som hadde vært nesten like store gjennom en lang periode. Bak suksessen lå det langsiktig og systematisk arbeid fra nr. 2-avisenes side. For Telemark Arbeiderblad ble gleden riktignok ikke langvarig. Den var nr. 1 i Skien fra 1975 til 1987, men tapte førsteplassen igjen i 1988. De fleste som har kommentert utviklingen i Skien, mener at det var forskjellige feil fra TAs side som gjorde at Varden igjen kunne overta førsteplassen.

Det normale har vært at den avisen som var størst på utgiverstedet i 1952, har beholdt førsteplassen hele tiden etter det. I tillegg til de syv A-presseavisene er det bare én av de 81 lokale nr. 2-avisene fra 1952 som har overtatt førsteplassen. Det er tredagersavisen Agder (V) i Flekkefjord, som lenge knivet med Flekkefjordsposten (H) om førsteplassen i byen. Konkurransen endte i 1973, da Flekkefjordsposten plutselig innstilte virksomheten. Begge avisene hadde da litt over 3000 i opplag. Den viktigste årsaken til nedleggelsen var at flere typografer i Flekkefjordsposten ble pensjonert samtidig, og det var umulig å skaffe nye. «Det

¹⁸⁰ A-pressen kjøpte Aura Avis på Sunndalsøra i 1954 og gjorde den til partiavis. Fra 1979 til 1989 kjøpte A-pressen syv aviser, og startet fem. Syv av de tolv var i virksomhet ved utgangen av 1989. Bortsett fra Akershus Amtstidende i Drøbak var alle lokale fådagrsaviser.

var en tilfeldighet at det ble «Flekkefjordsposten» og ikke *Agder* som bukket under i 70-årene,» mente Egil Remi Jensen, som skrev Agders jubileumshistorie fra 1997¹⁸¹.

Det tilfeldige ved Agders førsteplass, og det faktum at ingen andre aviser utenfor A-pressen (utenom Varden med sin gjenerobring) klarte å passere en lokal konkurrent i etterkrigstiden, sier det meste om A-pressens innsats. For A-pressens aviser var det sterk stemmestøtte, økonomisk og organisatorisk støtte fra A-pressen sentralt og langsiktig arbeid med produktutvikling som lå bak suksessen. Her har Johan Onas innsats for oppgradering av det tekniske utstyret i avisene spilt en svært viktig rolle. Det tydeligste uttrykket for satsingen var at A-pressens aviser var tidlig ute med overgang til offset.

I 1969 var et flertall av A-pressens aviser nr. 2 på utgiverstedet. Tjue år etter var de fleste enten nr. 1 eller alene. De ti nr. 2-avisene som var igjen, hadde imidlertid en utsatt posisjon. Avisene var blitt mer omfangsrike siden den første etterkrigstiden, og hadde mer egenprodusert stoff. Dermed ble det vanskeligere for nr. 2-avisene å lage et konkurransedyktig produkt. Pressestøtten ble etter hvert et viktig bidrag til økonomien, men var likevel ikke nok til å kompensere for det forspranget som førsteavisen hadde på annonsemarkedet.

Den økonomiske krisen på slutten av 1980-årene og begynnelsen av 1990-årene ga en sterk nedgang i annonseinntektene. Nedgangen begynte allerede høsten 1987, og var mest alvorlig for nr. 2-avisene. De av A-pressens nr. 2-aviser som fremdeles var igjen, opplevde derfor en dramatisk forverring av økonomien. «Det verste avisåret» er karakteristikken i *Norsk Arbeiderpresses historie*: «Det var ikke et eneste styremøte i Norsk Arbeiderpresse i 1988 uten at man drøftet røde tall, og hvordan pressegruppen best kunne møte den krisen som nå sterkere og sterkere rammet avisbransjen».¹⁸²

De økonomiske problemene på slutten av 1980-årene gjorde at A-pressen begynte å lete etter en bedre organisasjonsmodell. Alf Hildrum var blitt ny leder for A-pressen fra februar 1988. I samarbeid med LO, som hadde støttet A-pressen økonomisk i alle år, kom han frem til at den beste løsningen var å gjøre A-pressen om til et konsern. Dette betydde at avisene skulle gå fra å være selvstendige lokale aksjeselskaper til å bli datterselskaper i konsernet.

Erfaringene med aviskrigen i Kristiansund har også påvirket beslutningen. Det som skjedde, var at Dagbladet kjøpte Nordmørsposten (tidligere Romsdalsposten) ved utgangen av 1986, og satset tungt på å erobre førsteplassen. Denne satsingen var nær ved å lykkes. Da Dagbladet avblåste krigen i 1990 ved å legge ned Nordmørsposten, var de to avisene nesten like store. Hvis Tidens Krav ikke hadde fått en ekstraordinær støtte fra A-pressen og LO, er det mest sannsynlig at Nordmørsposten hadde vunnet. I ettertid er det anslått at Dagbladet tapte omtrent 30 millioner kroner på sin satsing, mens A-pressen hadde brukt nesten 20 millioner¹⁸³. Det sier seg selv at A-pressen ikke ønsket lignende angrep på andre nr. 1-aviser. En sterk organisasjon med et solid økonomisk fundament ville i seg selv virke avskrekkende på pengesterke konkurrenter.

¹⁸¹ Jensen 1997: 198.

¹⁸² Lyshagen 2008: 133.

¹⁸³ Lyshagen 2008: 132.

Arbeidet med å samle A-pressens aviser til et felles konsern ble fullført i løpet av 1990. LO bidro til prosessen gjennom en bevilgning på 158 millioner kroner. Samtidig fikk A-pressen beskjed om at den heretter måtte klare seg selv.

Fundamentet for det nye konsernet var A-pressens aviser slik de var i 1989. Styrken var de mange nr. 1- og aleneavisene, som enten klarte seg godt økonomisk allerede, eller som hadde gode muligheter til å gjøre det. Selv om grunnlaget var der, har det likevel krevd mye arbeid før denne delen av A-pressen ble de veldrevne overskuddsbedriftene de er i dag.

Svakheten for konsernet var de ti nr. 2-avisene. Denne svakheten har etter hvert fått mindre betydning. Noen av nr. 2-avisene er nedlagt. Moss Dagblad og Demokraten i Fredrikstad ble gjort om til lokale tredagersaviser i 2001. Dermed fikk de mindre kostnader og mindre risiko for store underskudd. For Moss Dagblad var dette ikke nok, den ble nedlagt våren 2009. I dag har konsernet A-pressen bare tre vanlige nr. 2-aviser igjen: Bergensavisen (BA), Rogalands Avis i Stavanger og Telemark Arbeiderblad i Skien. Telemark Arbeiderblad er nesten like stor som konkurrenten Varden og har en solid økonomi, mens de to andre er helt avhengige av pressestøtten.

6. Stagnasjon og tilbakegang

I årene rett før og rett etter 1990 skjedde det svært mye som påvirket avisenes situasjon. Endringene gjaldt både avisene selv, andre medier og samfunnet rent generelt.

For avisene var den viktigste endringen at mange fikk kommersielle eiere. Denne utviklingen begynte i midten av 1980-årene, men fortsatte med full tyngde frem til midten av 1990-årene. Etter hvert utviklet det seg en situasjon med tre store aviskonserner: Schibsted, A-pressen og Orkla Media.¹⁸⁴ Orkla Medias aviser er senere solgt til det engelske investeringsselskapet Mecom og navnet endret til Edda Media. Fra 2008 er Polaris Media kommet til som en litt mindre kjede med en regional forankring.

Kommersielle eiere betyr at kravet om overskudd og utbytte er blitt det overordnede målet for driften. For de gamle partiavisene var dette en stor overgang. Den nye måten å tenke på viser seg tydeligst når det er nedgang i annonsemarkedet. En slik nedgang var det fra høsten 2001. Mange aviser iverksatte da omfattende sparetiltak. I tidligere perioder var sparing og nedskjæring noe avisene gjorde for å unngå underskudd og konkurs – nå måtte de spare for at overskuddet skulle bli stort nok. Sparetiltakene etter nedgangen i 2001 ble fulgt av mange andre, selv om økonomien var god helt frem til høsten 2008. Den nedgangen som begynte da, har gitt et dramatisk fall i annonseinntektene for mange aviser og ført til nye og mer drastiske spare- og nedbemanningsprogrammer.

I radio og fjernsyn hadde det vært en viss utvikling helt siden 1981, da vi fikk de første forsøkene med nærradio og lokal-TV. I begynnelsen av 1980-årene var det mange som snakket om medierevolusjon eller medieeksplosjon. Det virkelige vendepunktet kom imidlertid ikke før det landsdekkende, kommersielle TV2 ble opprettet i 1992. Etter at TV2 var kommet ordentlig i gang, fikk konkurransen om seerne en helt ny karakter. Året etter TV2 kom den landsdekkende og kommersielle radiokanalen P4, samtidig som NRK utvidet radiotilbudet fra to til tre kanaler. Med kommersiell konkurranse i radio og fjernsyn ble lytter- og seertall ganske snart det dominerende målet for suksess. Det som skjedde i radio og fjernsyn, bidro utvilsomt til å forsterke den utviklingen mot sterkere markedstenkning som samtidig pågikk i avisene.

Internett hadde sitt egentlige gjennombrudd i 1995, og etter noen få år var det etablert som en viktig informasjonskanal for et flertall av befolkningen. For avisene har Internett både vært en trussel og en mulighet. Helt fra starten har mange vært opptatt av «papiravisens død». Avisene var tidlig ute med å lage sine egne nettutgaver, for ikke å bli ofre for en utvikling de selv ikke var med på. I mesteparten av tiden etter 1995 har VG og Dagbladet hatt de mest leste sidene på Internett.

I tillegg til å satse på Internett har mange av de store og mellomstore avisene også satset på lokalradio og lokal-TV. Mange avisbedrifter har gått over til å kalle seg lokale mediehus i

¹⁸⁴ Utviklingen går tydelig frem av de to offentlige utredningene NOU 1988:36 fra Eierstrukturutvalget og NOU 1995:3 fra Eierskapsutvalget. I 1988 hadde Orkla så vidt begynt å bygge opp sin avisportefølje, og A-pressen var fremdeles en gruppe av selvstendige aviser og ikke et konsern. I 1995 var A-pressen for lengst omgjort til et kommersielt konsern, og konkurrerte med Orkla om å kjøpe uavhengige aviser. Ved utgangen av 1995 var det bare seks av de lokale dagsavisene (utenom storbyavisene) med mer enn 10 000 i opplag som ikke var eid av A-pressen eller Orkla Dagspresse.

stedet for aviser. Dette er en utvikling som fremdeles er preget av usikkerhet, prøving og feiling. På grunn av den økonomiske nedgangen som begynte høsten 2008, har flere aviser nå lagt ned sine lokale TV-sendinger og i stedet gjort videoproduksjonen til en del av tilbudet på Internett. Hvordan dette har påvirket tenkningen omkring mediehus og publisering på flere plattformer, er det for tidlig å si noe sikkert om.

Innføringen av kommersiell radio og kommersielt fjernsyn og fremveksten av Internett har betydd mye for avisenes virksomhet etter 1990. Starten på perioden ble imidlertid preget av et helt annet forhold – den økonomiske krisen på slutten av 1980-årene og begynnelsen av 1990-årene. De mest dramatiske utslagene var bankkrisen som gjorde at to av de største bankene ble overtatt av Statens Banksikringsfond i 1991, og et sammenbrudd i boligmarkedet fra 1988 og fremover. Det var også en markert økning i arbeidsløsheten. For avisene betydde krisen en sterk nedgang i annonseinntektene. Fra 1989 og fremover gjorde de derfor mye for å redusere kostnadene, med mindre sidetall, færre ansatte, rasjonalisering av den tekniske produksjonen og beskjedne lønnsøkninger.

Kort tid etter at Internett ble tilgjengelig for et bredt publikum, holdt Pål Leveraas et foredrag på Norsk Redaktørforenings vårmøte der han varslet om papiravisens snarlige død. Foredraget vakte stor oppmerksomhet, og Leveraas' spådom ble fulgt av mange andre.¹⁸⁵ Etter hvert er tidspunktet for avisdøden skjøvet stadig lengre ut i tid, men likevel har utfordringen fra Internett ligget som en skygge over avisene hele tiden.

Utviklingen siden slutten av 1990-årene viser at spørsmålet om avismediets fremtid ikke kan avfeies uten diskusjon. Men den viser også at tendensene ikke er entydige. Avisdøden har fortsatt, og aviskonsumet går tilbake. Tilbakegangen har vært sterkest de siste årene. Likevel ser vi at det fremdeles blir startet nye aviser, og at avistallet øker slik at det nå er like høyt som i den første etterkrigstiden.

Nr. 2-avisene forsvinner

Det Dagspresseutvalget som avga sin innstilling i mai 1992, måtte konstatere at det hadde vært en omfattende avisdød gjennom 1980-årene. Utvalget fastholdt likevel at det var et sentralt mål for pressepolitikken «å bidra til lokal aviskonkurranse på flest mulig steder». Siden mange nr. 2 – aviser hadde økonomiske problemer, og utvalget ikke hadde mandat til å foreslå noen økning av støttebeløpet, var løsningen å gi en større del av støtten til nr. 2-avisene.¹⁸⁶ Nr. 2-avisene fikk 77 prosent av støtten i 1989 – utvalget foreslo å øke andelen til 91 prosent.

De små lokalavisene hadde liten sans for dette forslaget. Etter en aktiv lobbyvirksomhet fra LLA, ble sluttresultatet at pressestøtten økte. Dermed kunne nr. 2-avisene få mer uten at de små avisene fikk mindre. Dette er en løsning som stemmer godt med det materialet som ble lagt frem i utredningen, og som utvalget sannsynligvis ville foreslått hvis den ikke hadde vært i strid med mandatet.

¹⁸⁵ Foredraget ble holdt 30. april 1996. Bård Michalsen har et tilbakeblikk på møtet i Dagspressen nr. 5 2004, med tittelen «Fremtiden ble ikke det den var». Der skriver han at de som var til stede, bråvåknet, at «selv redaktører uten hår fikk en anelse bakoversveis», og at møteleder Thor Viksveen regnet ut hvor lenge det var igjen til pensjonsalderen.

¹⁸⁶ NOU 1984:14 s. 12

Tabell 6.1. Antall aviser 1989, 1999 og 2008, etter type avis

	1989	1999	2008
Løssalgsaviser	2	2	2
Storbyaviser	4	4	4
Nr. 2-aviser i de største byene	4	3	3
Riksspredte meningsaviser	6	6	8 ²⁾
Ledende lokale dagsaviser	58	58	56
Lokale nr. 2-aviser	12	7	2
Lokale to–tre-dagersaviser	78	78	78
Lokale ukeaviser	33	49	66
Regionale fådagersaviser	2	1	0
Nasjonale fådagersaviser	12	15	8
Aftenposten Aften	1	1	1
Dagsaviser i alt	87	81	76
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	16	10	5
Fådagersaviser i alt	125	142	152
Alle aviser	212	223	228

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

2) De samiske avisene Ávvir og Sárgat er regnet som dagsaviser i 2008 selv om de var fådagersaviser mer enn halve året.

Ved utgangen av 1989 var det 16 daglige nr. 2-aviser igjen (tabell 6.1). I tillegg kom seks dagsaviser som utvalget med et nyord kalte «riksspredte meningsbærende aviser». Dette er de daglige spesial- eller nisjeavisene som Vårt Land, Nationen, Klassekampen osv. Da utvalget avlevorte sin innstilling i mai 1992, var allerede tre av de 16 nr. 2-avisene forsvunnet. Sarpen (tidligere H) i Sarpsborg og Nordmørsposten (tidligere V) i Kristiansund var nedlagt, mens Østfold-Posten (A-pressen) i Askim var fusjonert med konkurrenten Øvre Smaalenene.

Selv om støttebeløpet økte, fortsatte avisdøden gjennom resten av 1990-årene og begynnelsen av 2000-årene. Etter Sarpen i 1991 fulgte Nordtrønderen og Namdalen (tidligere V og S) i Namsos i 1994, Arbeider-Avisa i Trondheim i 1996¹⁸⁷, Dagningen (A-pressen) i Lillehammer i 1997, Samhold (tidligere S og V) på Gjøvik i 1998, Fremtiden (A-pressen) i Drammen i 2000 og Nordlandsposten i Bodø (tidligere H) i 2002. Hvis vi følger den terminologien som biologer bruker om truede arter, betyr utviklingen etter 1990 at de daglige nr. 2-avisene har endret status fra «sårbar» til «kritisk truet».

Avisnedleggelsene i Namsos, Trondheim, Gjøvik og Drammen var tradisjonell avisdød. Nr. 2-avisene i disse byene hadde gått tilbake, mens nr. 1-avisene Namdal Arbeiderblad, Adresseavisen, Oppland Arbeiderblad og Drammens Tidende hadde vokst. Til slutt var situasjonen blitt så vanskelig for nr. 2-avisene at nedleggelse var uunngåelig.

Utviklingen på Lillehammer og i Bodø var annerledes. Der sto nr. 2-avisen fremdeles så sterkt at konkurransen kunne ha fortsatt i lang tid fremover. I stedet valgte eierne å slå avisene sammen, slik at det ble dannet felles aviser med nytt navn. På Lillehammer ble Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer og Dagningen slått sammen til Gudbrandsdølen

¹⁸⁷ Avisen skiftet navn til Avisa Trondheim i 1993, og prøvde å finne en nisje som byavis for Trondheim.

Dagningen, mens Nordlands Framtid og Nordlandsposten i Bodø ble til Avis Nordland. I Bodø ble den nye avisen utgitt av et nytt selskap der også eierne av nr. 2-avisen var med.

Fusjonene mellom konkurrerende dagsaviser er et tydelig uttrykk for at partipressens tid var forbi, og at de økonomiske vurderingene hadde overtatt. Så lenge en avis blir utgitt på et politisk grunnlag, vil eieren normalt gjøre alt for at driften skal fortsette. Avishistorien frem til slutten av 1980-årene har derfor mange eksempler på subsidiering og redningsaksjoner. For en kommersiell eier, derimot, er det utenkelig å drive en avis med underskudd over lengre tid. Å beholde noen av verdiene i en nr. 2-avis gjennom en fusjon er derfor mer fristende enn å fortsette helt til boet ender i skifteretten.

Kommersielle nr. 1-aviser har også en økonomisk interesse av å avblåse konkurransen. Det lokale annonsemarkedet er begrenset, og det samme er tallet på mulige abonnenter. Fortjenesten vil derfor bli større når det lokale markedet dekkes av en avis i stedet for to.

I tillegg til de seks nr. 2-avisene som ble nedlagt eller fusjonert etter 1992, var det to som valgte å redusere frekvensen slik at de ikke lenger var dagsaviser. Dette var Demokraten i Fredrikstad og Moss Dagblad. Begge gikk over til tredagersutgivelse rett før sommeren 2001, og samtidig senket de abonnementsprisen til hhv. 300 og 290 kroner per år. Dette er langt under halvparten av det vanlige nivået for tredagersaviser. Disse endringene betydde at den vanlige dagsaviskonkurransen i Fredrikstad og Moss var avsluttet. Demokraten og Moss Dagblad har i stedet gått inn i rollen som lokale supplementsaviser, og i tråd med dette har de satset mest på familienyheter og annet helt lokalt stoff. I Moss varte dette forsøket frem til våren 2009, da Moss Dagblad ble nedlagt.

I perioden var det to mislykkede forsøk på å skape nye nr. 2-aviser: Larvik Morgenavis i 1995 og Hamar Dagblad i 1999. I motsetning til tidligere nyetableringer var disse nr. 2-avisene ikke startet ut fra noe politisk motiv. Begge prosjektene fikk en kort levetid. Som navnet sier kom Larvik Morgenavis ut om morgenen, og meningen var å supplere Østlands-Posten som var ettermiddagsavis. Det som kunne vært en nisje for den nye avisen, sørget Østlands-Posten for å stenge ved å gå over til morgenutgivelse et par uker før den nye avisen var kommet i gang. Larvik Morgenavis klarte seg derfor bare et halvt år, fra 18. november 1995 til 8. mai 1996. Ser man på avisens egne kalkyler, var det særlig annonseinntektene som sviktet.

Mens Larvik Morgenavis var et helt nytt prosjekt, var Hamar Dagblad en opptrapping av en virksomhet som allerede var i gang. Hamar Dagblad hadde lenge vært en spesialutgave av Østlendingen på Elverum. Fra desember 1999 utvidet den det egenproduserte stoffet slik at den ble en selvstendig dagsavis. Dermed var den også kvalifisert for pressestøtte. Forsøket på å være en vanlig nr. 2-avis for Hamar varte frem til sommeren 2003, da den gikk over til tre utgaver per uke. Fra 2005 har Hamar Dagblad vært en ukentlig gratisavis.

Det samlede resultatet av nedleggelsene, fusjonene og skifte av frekvens, er at det fra 2002 og fremover bare har vært fem vanlige nr. 2-aviser igjen. Dette er Dagsavisen i Oslo, Bergensavisen (BA) i Bergen, Rogalands Avis i Stavanger, Telemarksavisa (TA) i Skien og avisen Tromsø i Tromsø. Det er altså lokal konkurranse i tre av de fire største byene, og i to mellomstore byer (tabell 6.2). Med den utviklingen vi har hatt de siste tiårene, er det en reell fare for at noen av de gjenværende nr. 2-avisene forsvinner. Sannsynligheten for at vi får noen nye i stedet, er helt mikroskopisk. Da det forrige Dagspresseutvalget formulerte målet om å «bidra til lokal avis konkurranse på flest mulig steder» i 1992, var det neppe en slik situasjon utvalget forestilte seg.

Tabell 6.2. Utgiversteder etter avistilbud, 1989, 1999 og 2008

	1989	1999	2008
Minst tre dagsaviser	2	2	2
To dagsaviser	15 ¹⁾	8	3
Dagsavis og fådagersavis (er)	9	8	9
En dagsavis	36	44	48
To eller flere fådagersaviser	4	3	6
En fådagersavis	92	109	117
Dagsaviskonkurranse	17 ¹⁾	10	5
Annen lokal konkurranse	13	11	15
Sted med avismonopol	128	153	165
Sted med dagsavis	62	62	62
Sted med (bare) fådagersavis	96	112	123
Utgiversteder i alt	158	174	185
Aviser i alt	212	223	228

- 1) Hamar er regnet som utgiversted med konkurranse selv om nr. 2-avisen Hamar Dagblad ikke var selvstendig avis, men en spesialutgave av Østlendingen på Elverum.

Kampen mellom lokale annonsesamkjøringer

Den lokale avis konkurransen har tradisjonelt dreid seg om to (evt. tre eller fire) aviser som kommer ut på samme sted og konkurrerer om de samme leserne og annonsørene. I noen områder har imidlertid konkurransen hatt en helt annen karakter. Der er det lokale annonsesamkjøringer, ikke enkeltaviser, som har vært de viktigste aktørene. Da er det ikke lenger styrkeforholdet til den lokale konkurrenten som avgjør nr. 2-avisens skjebne, men hvor viktig den er for sin annonsesamkjøring, og hvor mye penger samkjøringen kan bruke på å holde den i live.

De første annonsesamkjøringene dukket opp allerede i 1950- og 1960-årene, men hver samkjøring besto da av bare to–tre små aviser som samarbeidet om å skaffe riksdekkende og regionale annonser. Senere har utviklingen gått i retning av flere og sterkere enheter. Mange aviser deltar også i flere forskjellige samkjøringer.

For lokale annonsesamkjøringer er det helt avgjørende at de er representert i alle deler av dekningsområdet, og at de har en høy husstandsdekning. Samkjøringenes områder er større enn dekningsområdet til den enkelte avis (det er dette som er selve poenget med samkjøringer), men de bør heller ikke være altfor store. Lokale og regionale annonsesamkjøringer, gjerne med flere versjoner slik at annonsørene kan velge hvilken som passer best, har derfor større betydning enn landsdekkende samkjøringer.

Samkjøringene fungerer vanligvis som en støttefunksjon for avisene ved at de gir dem riksdekkende eller regionale annonser som de ellers ikke ville fått. I noen tilfeller er rollene byttet om, slik at det er samkjøringene og deres interesser som dominerer. Avisene er dermed blitt redusert til brikker i et større økonomisk spill. Kampen mellom annonsesamkjøringene i Østfold og Nord-Norge er de viktigste eksemplene på en slik utvikling. De konkurrerende samkjøringene i Mjøregionen hadde også stor betydning frem til slutten av 90-årene. Både i

Lillehammer, Østfold og Nord-Norge har forholdet mellom samkjøringene vært den direkte årsaken til at aviser er nedlagt eller fusjonert.

Det viktigste virkemiddelet for konkurrerende samkjøring har vært å knytte til seg nye aviser. Dette kan både skje gjennom avtaler om annonsesamarbeid, ved oppkjøp av aviser og ved nyetablering. Både i Østfold og Nord-Norge har samkjøringene stått bak etablering av nye aviser, enten betalte fådagersaviser eller gratisaviser. Målet er å fylle igjen «hull» i samkjøringsmønsteret, dvs. områder der en konkurrerende samkjøring har monopol. I spesielle tilfeller kan en enkelt avis være nok til å snu opp ned på styrkeforholdet mellom to konkurrerende samkjøring. Det var dette som skjedde i Østfold i 2000 da Halden Arbeiderblad skiftet fra A-pressens Østfoldsamkjøring til Orklas Medias Oslofjordsamkjøring.

I Lillehammer ble A-pressens nr. 2-avis Dagningen solgt til eierne av Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer i 1997 (se foran). En del av avtalen var at den fusjonerte avisen skulle bli med i A-pressens lokale annonsesamkjøring. I tillegg til Dagningen omfattet den Hamar Arbeiderblad, Glåmdalen (Kongsvinger) og Oppland Arbeiderblad (Gjøvik). Gudbrandsdølen Lillehammer Tilskuer hadde tidligere tilhørt en konkurrerende samkjøring som blant annet omfattet Østlendingen på Elverum og Samhold (nedlagt 1998) på Gjøvik. Når Gudbrandsdølen hadde skiftet side, ville Østlendingen være nesten alene igjen. Dette er en av årsakene til at Østlendingen fikk Orkla Media inn på eiersiden i 1997 gjennom en rettet emisjon. Dette ga avisen en større egenkapital, og gjorde at Østlendingen ikke lenger var overlatt til seg selv.

Det viktigste resultatet av konkurransen mellom samkjøringene i Hedmark og Oppland var altså en avisfusjon og et eierskifte. Utviklingen i Østfold og Nord-Norge var mer komplisert. Den dreide seg om flere lokale markeder og flere aviser, og den varte mye lenger.

Østfold har tradisjonelt bestått av fem forskjellige avismarkeder: Indre Østfold pluss de områdene som sognet til Fredrikstad, Halden, Moss og Sarpsborg. Nr. 2-avisen i Halden ble lagt ned i 1975, mens de andre områdene hadde to aviser. Konkurransen i disse områdene ble etter hvert en del av kampen mellom de fylkesdekkende annonsesamkjøringene til A-pressen og Orkla Media (nå Edda Media). Midt i 1990-årene var navnene Østfoldsamkjøringen (A-pressen) og Oslofjordsamkjøringen.

I 1990 var de to samkjøringene omtrent like store i Østfold. Oslofjordsamkjøringen besto av Fredriksstad Blad, Moss Avis, Sarpen og Øvre Smaalenene med et samlet opplag på 48 000, og i tillegg kom Østlandets Blad på Ski (18 000). Østfoldsamkjøringen omfattet A-pressens fem aviser: Sarpsborg Arbeiderblad, Halden Arbeiderblad, Demokraten i Fredrikstad, Moss Dagblad og Østfold-Posten (Askim). Samlet opplag var 51 000.

Etter 1990 fulgte en rekke endringer som styrket Østfoldsamkjøringen og/eller svekket Oslofjordsamkjøringen. Sarpen ble lagt ned i 1991, og A-pressen hadde gjennom oppkjøp og samarbeidsavtaler fått overført alle avisene i Indre Østfold til Østfoldsamkjøringen. I 1998 hadde Østfoldsamkjøringen et samlet opplag på 61 000, mens Oslofjordsamkjøringen bare hadde 38 000 i Østfold. I stedet for tilnærmet likhet var det altså blitt et stort gap i Østfoldsamkjøringens favør.

Oslofjordsamkjøringens aviser oppfattet dette som en trussel og bestemte seg for å svare. Det første tiltaket var å innføre søndagsutgave for Fredriksstad Blad, slik at den ble styrket i

forhold til Demokraten (se omtale senere). Et par år senere (september 1999) innledet Oslofjordsamkjøringen et annonsesamarbeid med den nystartede gratisavisen Sarpsborg I Dag. Dermed kunne den tilby annonsørene dekning i Sarpsborg. Samarbeidet mellom Oslofjordsamkjøringen og Sarpsborg I Dag var det første organiserte annonsesamarbeidet mellom etablerte dagsaviser og en gratisavis, og ble derfor møtt med mange negative reaksjoner.

Litt senere på høsten 1999 vedtok Halden Arbeiderblad å bytte annonsesamkjøring. Halden Arbeiderblad hadde et opplag på 10 500, og var således en viktig brikke i det lokale spillet. Som største eier (41 prosent) forsøkte A-pressen å omgjøre vedtaket, men ble stemt ned av de andre aksjonærene som var lokale partilag og fagforeninger. De ansatte i Demokraten og Moss Dagblad oppfattet skiftet som en trussel mot deres aviser, og arrangerte demonstrasjonstog i Halden for å påvirke prosessen. Temperaturen i debatten var høy, for å si det forsiktig. Siden forsøket på å beholde Halden Arbeiderblad i Østfoldsamkjøringen ikke førte frem, startet A-pressen like godt en ny avis i byen. Det var gratisavisen Halden Dagblad, som kom ut to ganger per uke.

I 2000 og begynnelsen av 2001 var det tydelig at endringene hadde gitt Oslofjordsamkjøringen (nå omdøpt til Mediasite Oslofjord) et økonomisk overtak. I 1999 var annonseinntektene omtrent 40 millioner for Oslofjordsamkjøringen, 70 millioner for Østfoldsamkjøringen. Året etter hadde Mediasite Oslofjord økt til 69,5 millioner, mens Østfoldsamkjøringen bare fikk 48 millioner.¹⁸⁸

A-pressens svar på den nye situasjonen var uventet. I april 2001 kjøpte konsernet 66 prosent av selskapet som eide Sarpsborg I Dag. Hensikten var å fjerne Sarpsborg I Dag fra Mediasite Oslofjord. I sitt brev til Eierskapstilsynet argumenterte A-pressen med at de ville «opprettholde en betydelig markedsposisjon i markedet totalt sett, for derigjennom fortsatt å kunne utgi avisene Demokraten og Moss Dagblad». Kjøpet betydde at A-pressen hadde to aviser i Sarpsborg: den betalte dagsavisen Sarpsborg Arbeiderblad og gratisavisen Sarpsborg I Dag. For sikre at Mediasite Oslofjord fremdeles hadde et fotfeste i Sarpsborg, startet Fredriksstad Blad en ny gratisavis: SarpsborgAvisa. Litt senere forsøkte Orkla Media seg også med en gratisavis i Indre Østfold, men den ble nedlagt etter kort tid. Siden A-pressen ikke fikk det forventede annonsemonopolet i Sarpsborg, ble Sarpsborg I Dag nedlagt i 2003.

Fra et bedriftsøkonomisk synspunkt var samkjøringskonkurransen i Østfold lite rasjonell. Den fortsatte imidlertid uten vesentlige endringer frem til våren 2009, da A-pressen og Edda Media begynte å snakke sammen. Det foreløpige resultatet er at Moss Dagblad, Halden Dagblad og SarpsborgAvisa ble lagt ned med noen få dagers mellomrom. De to samkjøringene fortsetter enn så lenge, men konkurransen mellom dem har fått en annen karakter. Siste nytt er at Halden Arbeiderblad skal gå tilbake til A-pressens samkjøring fra nyttår 2010.

På samme måte som i Østfold har utviklingen i Nord-Norge vært en historie om vekst og avvikling. De sentrale aktørene var Media Nor og Nord-Norge Samkjøringen. Media Nor var først og fremst en samkjøring for A-pressens aviser i Nord-Norge, mens Nord-Norge Samkjøringen var et samarbeid mellom borgerlige og uavhengige aviser der Harstad Tidende etter hvert ble den dominerende parten.

¹⁸⁸ Rapport fra Eierskapstilsynet om A-pressens kjøp av Decade, eierselskapet bak Sarpsborg I DAG.

I 1990 omfattet Media Nor åtte forskjellige aviser med et samlet opplag på 115 000. Nord-Norge Samkjøringen hadde seks aviser med 68 000 til sammen. Dessuten hadde den fem samarbeidende tilleggssaviser med 24 000 i samlet opplag, dvs. 92 000 til sammen. Dette var ikke så mye lavere enn Media Nor.

Etter 1990 knyttet Media Nor til seg tre nye aviser. Det var Lofotposten og Lofot-Tidende som A-pressen kjøpte i hhv. 1995 og 1998, og Bladet Harstad som den var med på å etablere i 1997. Lofotposten hadde tidligere vært med i Nord-Norge Samkjøringen. Siden Lofotposten har et opplag på omtrent 10 000, betydde denne overgangen mye.

Utvidelsen av Nord-Norge Samkjøringen var mer omfattende. I 1999 besto samkjøringen av 14 forskjellige aviser og fire tilleggssaviser, dvs. syv aviser flere enn i 1990. De fleste nykommerne var små fådagersaviser. Veksten hadde skjedd gjennom samarbeidsavtaler, nyetableringer og oppkjøp. Etableringen av det som ble Harstad Tidende-gruppen (nå en del av Polaris Media), er nært knyttet til denne utviklingen.

Selv om målet for begge samkjøringene var å dekke hele Nord-Norge, hadde de en helt forskjellig profil. Media Nor besto hovedsakelig av ledende dagsaviser i byene, mens Nord-Norge Samkjøringen hadde et stort innslag av nr. 2-aviser (Bladet Tromsø, Nordlandsposten i Bodø, Ofotens Tidende i Narvik) og små lokale fådagersaviser. Denne forskjellen hadde stor betydning for økonomien. Samlet opplag i 1999 var omtrent 120 000 for begge samkjøringene, men inntekten var 64 millioner for Media Nor og 41 millioner for Nord-Norge Samkjøringen.

64 millioner i omsetning for en samkjøring med et samlet opplag på over 120 000 var imidlertid ikke noe godt resultat – Østfoldsamkjøringen hadde omtrent samme omsetning i 1999 selv om opplaget bare var 61 000. Sammenliknet med det Sigurd Allern har kalt «de økonomisk feite områdene rundt Oslofjorden», var annonsemarkedet i Nord-Norge magert.

I 2000 kom de første tegnene til at konkurransen ble trappet ned. Da la Harstad Tidende-gruppen ned Ofotens Tidende og Ranaposten, mens A-pressen la ned Bladet Harstad. Alle tre var små fådagersaviser i byer der den andre samkjøringen hadde en dagsavis. Året etter fulgte meldingen om at bodøavisene Nordlands Framtid og Nordlandsposten skulle slås sammen til den nye Avisa Nordland. Avtalen mellom A-pressen og Harstad Tidende-gruppen gjaldt også samkjøringene, som ble slått sammen til en ny og mer slagkraftig utgave av Media Nor.

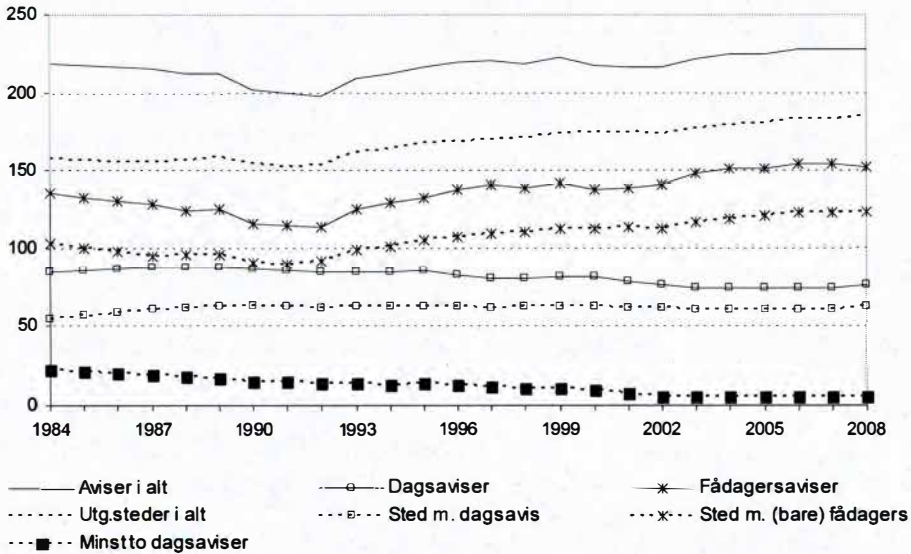
Den siste utviklingen i Østfold, der en intens kamp om representasjon i de forskjellige delmarkedene er erstattet med fredelig sameksistens, markerer slutten på en epoke. Gjennom tjue år, fra begynnelsen av 1990-årene og frem til i dag, har konkurransen mellom lokale annonsesamkjøringer vært en viktig drivkraft for avisutviklingen i noen deler av landet. Den har også hatt betydning for eierforholdene.

Enda flere aviser

Selv om tiden mellom 1970 og 1990 var en god tid for norske aviser, var det likevel noen svakhetstegn mot siste del av 1980-årene. Opplagsveksten stoppet opp, og det var flere nedleggelser enn nyetableringer. Tallet på aviser gikk derfor ned fra 219 i 1984 til 212 i 1988 og 1989 (se figurene 1.1 og 6.1). Nedgangen i antall aviser fortsatte i begynnelsen av 1990-årene. Det var 202 aviser ved utgangen av 1990, 200 i 1991 og bare 198 i 1992. Deretter

snudde utviklingen brått, og mot slutten av perioden har avistallet nærmet seg 230. Dette betyr at vi er tilbake til nivået fra toppåret 1952.

Figur 6.1 Antall aviser og utgiversteder 1984–2008



For perioden fra 1990 og fremover er det i alt registrert 102 nye aviser. 58 av dem var i virksomhet ved utgangen av 2008 (tabell 6.3). Dette betyr at mer enn halvparten av de nye prosjektene har overlevd. De som er startet mot slutten av perioden, er fremdeles inne i den første etableringsperioden, slik at det er for tidlig å si om alle har livets rett. Ut fra erfaringene fra tidligere perioder må vi regne med at noen vil innstille eller gå over til å bli gratisaviser i løpet av de nærmeste årene.

Blant de avisene som ble startet i 1970- og 1980-årene, var det en overvekt av lokale ukeaviser. I den neste perioden var dominansen enda sterkere. En av årsakene er at ukeavisene nå var berettiget til pressestøtte, og dermed ble oppfattet som fullverdige aviser. Erfaringen fra tidligere nyetableringer har også vært viktig. Mens det var mange nye ukeaviser som klarte seg, har de fleste forsøk på å etablere dagsaviser eller to- og tredagersaviser vært mislykket.

Tabell 6.3. Nyetablering av aviser 1990–2008

	Nye aviser ¹⁾	I drift ved utgang av 2008	Prosent i drift
1990–1994	27	15	56
1995–1999	36	17	47
2000–2004	17	11	65
2005–2008	22	15	68
I alt	102	58	57

1) Som startår er regnet det året avisen først tilfredstilte kravet til avis. Noen publikasjoner hadde vært i drift før det registrerte startåret.

I perioden har det bare vært seks forsøk på å starte nye dagsaviser. Nr. 2-avisene Larvik Morgenavis og Hamar Dagblad er allerede nevnt. Tre av de andre hadde en helt annen karakter, og er egentlig ikke det vi vanligvis regner som nyetablering. Det som skjedde, var at to eksisterende fådagersaviser ble slått sammen, og endret navn og utgivelsesfrekvens. Sogn Avis ble etablert i 1993 som en fusjon mellom Sogningen/Sogns Avis og Sogn og Fjordane. Kragerø Blad Vestmar (1998) var en fusjon mellom Kragerø Blad og Vestmar, og den nye samiske dagsavisen Ávvir (2008) er en fusjon mellom Min Áigi og Ássu. I Kragerø varte det for øvrig ikke lenge før den nye dagsavisen gikk tilbake til tre utgaver per uke.

Finansavisen, som ble startet av Trygve Hegnar i 1992, har derimot vært en genuin og vellykket nyetablering. Ved planleggingen av det nye prosjektet har Hegnar dratt nytte av sine tidligere erfaringer, både fra det vellykkede finanstidsskriftet Kapital og fra avisene Blikk, Sørlandet og Porsgrunns Dagblad¹⁸⁹. Avisens oppskrift var profesjonell økonomijournalistikk kombinert med moderne, rasjonell produksjon. Finansavisen fylte raskt en rolle som konkurrent og supplement til Dagens Næringsliv. I 1993 var opplaget 4800 for Finansavisen, 52 000 for Dagens Næringsliv. Etter dette har begge vokst mye, men Dagens Næringsliv er fremdeles mye større enn konkurrenten. I 1999 var opplagstallene 69 000 for Dagens Næringsliv og 16 500 for Finansavisen, og i 2008 83 000 mot 25 000. Situasjonen med to spesialiserte næringslivsaviser finner vi også i andre nordiske land.¹⁹⁰ Dette nisjemarkedet fungerer åpenbart annerledes enn vanlige lokale markeder, der det er svært vanskelig for etablerte nr. 2-aviser å klare seg og helt umulig å starte nye.

I perioden er det også etablert en rekke nisjeaviser med en eller to utgaver per uke. Lettestavisen Klar Tale (1990) kommer i en kategori for seg. Andre eksempler er de kristelige avisene Magazinet (avis fra 1996, fusjonert med Dagen i 2008) og Norge IDAG (startet 1999, avis fra 2000), de samiske Ássu og Min Áigi¹⁹¹ og Ukeavisen Ledelse (avis fra 2001).

Samtidig som det ble startet mange nasjonale fådagersaviser, var det mange som forsvant. Det har altså foregått en omfattende utskifting blant de små nasjonale nisjeavisene. Bare fire aviser tilhørte denne kategorien både i 1989 og 2007: Dag og Tid, Friheten, Ny Tid og Ságat. Frafallet gjaldt særlig de politiske partienes ukeaviser. Dette var en avistype som hadde sin storhetstid i perioden før 1990. I stedet for de politiske ukeavisene, har gruppen vært dominert av spesialiserte næringslivsaviser, kristne fådagersaviser (som Magazinet og Norge I DAG) og samiske aviser.¹⁹² Den mest vellykkede nykommeren er likevel Morgenbladet. I 1989 var Morgenbladet en femdagersavis med under 2000 i opplag. Etter skifte av eier er den blitt en seriøs ukentlig kommentaravis. Sterk vekst de siste årene har gjort at opplaget var mer enn 20 000 i 2008.

¹⁸⁹ Trygve Hegnar startet løssalgssavisen Blikk i Oslo i 1977, jf. omtale tidligere. I 1980-årene kjøpte han de to nedleggingstruede avisene Sørlandet og Porsgrunns Dagblad, og satset på å øke opplaget og pressestøtten gjennom en dramatisk senking av abonnementsprisen. Forbruker- og administrasjonsdepartementet svarte på denne satsingen ved å innføre en regel om at pressetøtten ikke kunne overstige 50 prosent av abonnementsprisen. Etter dette ble avisene solgt. Sørlandet ble nedlagt kort tid etter, mens Porsgrunns Dagblad eksisterer fremdeles.

¹⁹⁰ Volden 1996.

¹⁹¹ Ássu (Karasjok) og Min Áigi (Kautokeino) ble begge startet i 1993 som oppfølgere av Sámi Áigi som ble nedlagt samme år.

¹⁹² Ukeavisen Ledelse er kommet til, og Fiskeribladet og Fiskaren har gått fra å være organer for fiskerorganisasjonene til å bli aviser med vanlig betalt opplag.

Selv om det skjedde en omfattende utskifting, var tallet på nasjonale fådagersaviser nesten det samme i 2007 (13) som det hadde vært i 1989 og 1999. I 2008 ble tallet redusert til åtte (tabell 6.1). Dette skyldes ikke avisdød, men fusjoner og økning av frekvens. Den kristne tredagersavisen *Magazinet* ble slått sammen med dagsavisen *Dagen* til *DagenMagazinet*. De to fiskeriavisene *Fiskaren* i Bergen og *Fiskeribladet* i Harstad slo seg sammen under navnet *Fiskeribladet Fiskaren*. Det er for tidlig å si om disse fusjonene er begynnelsen på en ny trend.

De andre endringene skjedde blant de samiske avisene. Sametinget og Norske Samers Riksforbund hadde lenge ønsket en samisk dagsavis, og etter hvert fikk de kulturdepartementet til å bevilge penger. Resultatet var at de samiske todagersavisene *Ássu* i Kautokeino og *Min Áigi* i Karasjok gikk sammen for å danne den samiske dagsavisen *Ávvir*, mens tredagersavisen *Ságat* i Lakselv økte frekvensen slik at den også ble dagsavis.

De 58 avisene som er nye siden 1990 og som eksisterer fremdeles, utgjør fjerdeparten av alle aviser som ble utgitt i 2008. Samlet opplag i 2008 var 184 000. Dette er nesten syv prosent av samlet opplag dette året. Av nykommerne er *Finansavisen* desidert størst med sitt opplag på 25 000. *Klar Tale* hadde 12 000, *Sogn Avis* og *Norge I DAG* begge omkring 10 000, og *Ukeavisen* ledelse 8400. Av de andre var det ingen som hadde mer enn 5000 i opplag, og nesten halvparten hadde under 2000.

Spredningen av lokale fådagersaviser

Utviklingen av avisgeografien etter krigen har vært en kombinasjon av to forskjellige prosesser med hver sin kronologi. Den første er overgangen fra fådagersavis til dagsavis, dvs. utbyggingen av det nest nederste nivået i avissystemet. Denne utbyggingen begynte med gjenreisningen etter krigen, og varte frem til slutten av 1980-årene. Den andre er etablering av lokale fådagersaviser på nye steder. Denne utviklingen begynte for alvor rundt 1970, og er enda ikke avsluttet. Som følge av nyetableringene har tallet på utgiversteder økt fra 123 i 1969 via 158 i 1989 til 185 ved utgangen av 2008 (tabell 6.2). Dette er en meget sterk endring.

Etableringen av nye fådagersaviser hadde en midlertidig stopp i den økonomiske nedgangstiden på slutten av 1980-årene og begynnelsen av 1990-årene. I tiden frem til denne pausen skjedde en stor del av nyetableringene i de tre vestlandsfylkene Rogaland, Hordaland og Møre og Romsdal (tabell 6.4). Alle gjaldt ganske små aviser som dekket en eller noen få kommuner der en stor eller mellomstor dagsavis allerede hadde en sterk stilling. De store avisene i området var *Stavanger Aftenblad* (opplag 46 000 i 1969), *Haugesunds Avis* (22 000), *Bergens Tidende* (78 000) og *Sunnmørsposten* i Ålesund (29 000). Det var også en viss etablering av nye fådagersaviser i Trøndelag og Troms og Finnmark.

Utviklingen i denne perioden gjorde at *Sunnmøre* ble den delen av landet der systemet med en overordnet dagsavis og mange små fådagersaviser fantes i sin mest rendyrkede form. *Sunnmøre* består av 17 forskjellige kommuner, og på slutten av 1960-årene hadde området seks fådagersaviser i tillegg til *Sunnmørsposten* og *Sunnmøre Arbeideravis* i Ålesund. Siden fådagersavisene bare dekket utgiverstedet og dets nærmeste omland, dvs. en eller to kommuner, hadde området som helhet et svært ujevnt avistilbud. Den nye utviklingen begynte med etableringen av *Synste Møre* i Vanylven kommune i 1970. Deretter fulgte *Haramsnytt* i

1971, Bygdebladet i 1972, Storfjordnytt (opprinnelig Norddal Bygdeblad) i 1979 og Øy-Blikk (1985). Med etableringen av Øy-Blikk var alle de gamle hullene i avissystemet blitt fylt.

I flatbygdene på Østlandet hadde fådagersavisene en helt annen utvikling. Dette er tydeligst i Akershus. I 1952 hadde fylket 13 forskjellige fådagersaviser, og de ble utgitt på ni forskjellige steder. I løpet av 1960-årene forsvant fem av avisene og ett av utgiverstedene, slik at fylket hadde åtte aviser og åtte utgiversteder igjen. De fleste avisene i fylket har hatt en kraftig vekst, og fem er etter hvert blitt dagsaviser. I ekspansjonsperioden i 1970- og 1980-årene ble det startet noen nye fådagersaviser i Akershus også, men alle forsvant etter få år. I 1992 hadde fylket bare tre utgiversteder med fådagersavis.

Tabell 6.4. Utgiversteder for lokale fådagersaviser etter fylke, 1952 til 2008

	1952	1969	1989	2008	Endring 1969– 2008	Steder per 100 000 innbyggere	
						1952	2008
Akershus	9	7	4	6	-1	5	1
Hedmark og Oppland	5	4	4	8	4	2	2
Oslofjordområdet ¹⁾	9	12	9	15	3	1	2
Aust- og Vest-Agder	8	6	7	12	6	5	4
Rogaland	3	5	8	13	8	1	3
Hordaland	8	8	17	16	8	3	3
Sogn og Fjordane	10	7	5	6	-1	10	6
Møre og Romsdal	10	8	16	15	7	5	6
Sør- og Nord-Trøndelag	9	9	12	18	9	3	4
Nordland	10	7	7	8	1	5	3
Troms og Finnmark ²⁾	6	4	7	6	2	3	3
Landet utenom Oslo	87	77	96	123	46	3	3

1) Østfold, Buskerud, Vestfold og Telemark.

2) Også Longyearbyen på Svalbard

Veksten i 1970- og 1980-årene har således hatt helt forskjellige konsekvenser for avismønsteret i forskjellige deler av landet. De etablerte fådagersavisene på Vestlandet ble medlemmer av en stadig større familie, der de fleste var yngre og mindre enn dem selv. Fådagersavisene i Akershus, dvs. Raumnnes (Nes kommune, startet 1947), Indre Akershus Blad (Aurskog-Høland, startet 1908) og Varingen (Nittedal, startet 1946), kunne i stedet fortone seg som en slags fortidsminner. De var små og lavfrekvente i et område der nesten alle lokalaviser var større og kom ut fire, fem eller seks ganger per uke, og der det ikke var noen nyrekruttering.

Etter midten av 1980-årene har det ikke vært plass til mange nye fådagersaviser på Vestlandet. Veksten etter 1990 er i stedet kommet i områder der det skjedde svært lite i 1970- og 1980-årene: fylkene rundt Oslofjorden, Agderfylkene, Rogaland, Trøndelag og Nord-Norge. Også her finner vi de fleste nyetableringene under den vide paraplyen til en stor distriktsavis, og ofte ganske nær utgiverstedet for denne avisen. I Akershus har det foreløpig kommet tre nye ukeaviser etter 1999: Enebakk Avis (2000), Ås Avis (2006) og Vestby Avis (2006).

En tendens som er tydelig i begge vekstperiodene, er at vellykket nyetablering i en kommune ofte fører til nye prosjekter i nabokommunene. Dette er en mekanisme som samfunnsgeografene kaller nabodiffusjon. Når folk ser at det er startet en levedyktig lokalavis

i nabokommunen, kan det inspirere potensielle avisgründere samtidig som det får lokalbefolkningen til å tro på prosjektet. I 1970-årene var utviklingen på Vestlandet det viktigste eksemplet på nabodiffusjon. Senere har det vært en lignende utvikling både i Gudbrandsdalen og Aust-Agder. I Gudbrandsdalen startet utviklingen med Fjuken (1989) i Skjåk kommune helt øverst i Ottadalen. Fjuken er senere fulgt av Vigga på Dombås (betalt avis fra 1995), Dølen på Vinstra (1997) og Norddalen (2005) på Otta.

Utviklingen i Aust-Agder er enda mer spesiell. Med unntak av Setesdølen fra 1974 hadde alle avisene i fylket eksistert siden 1870-årene. Den nye utviklingen begynte med at ildsjelen Arnt Georg Armtzen startet Høvågavisa i 1998. Høvåg hadde tidligere vært en egen kommune, men ble en del av Lillesand ved kommunesammenslåingen i 1960-årene. På forhånd var Høvåg dekket av fådagersavisen Lillesandsposten sammen med Fædrelandsvennen fra Kristiansand. Da folk i Birkenes så at Høvågavisa hadde livets rett, startet de Birkenesavisa i 2002. Birkenes er nabo til Lillesand kommune, og var også dekket av Lillesandsposten. Senere er det etablert nye aviser i Froland, som er nabokommune til Birkenes, og Åmli som er nabo til Froland.

Erfaringene med etableringene etter 1990 viser at det ideelle stedet for nye aviser er et område med minimum fem tusen innbyggere og et tettsted som har et bredt utvalg av lokale forretninger. Uten lokale annonsører er det svært vanskelig å få regnskapet til å gå opp. Fremdeles finnes det en rekke kommuner som tilfredsstiller disse kravene, og som ikke har sin egen lokalavis. Dette tilsier at utbyggingen av det laveste, mest lokale nivået i det norske avissystemet ikke er endelig avsluttet.

Verken Birkenes, Froland eller Åmli ville kommet høyt på lista hvis utenforstående skulle pekt ut hvor det kunne startes nye fådagersaviser. I 2008 hadde disse kommunene henholdsvis 4500, 4850 og litt over 1800 innbyggere. Åmli er faktisk mindre enn Snåsa (litt under 2200 innbyggere) og Samnanger (2400), som tidligere var de minste kommunene med egen avis. Både Åmli-Avisa, Snåsningen (ny 1995) og Samningen (ukeavis fra 1980) viser at folketall og næringsgrunnlag ikke er det eneste som betyr noe. Drift av små lokale ukeaviser er også helt avhengig av pågangsmot og lokalpatriotisme.

Opplagsutvikling – stagnasjon og tilbakegang

Slik befolkningsutviklingen var i årene rundt 1990, måtte samlet avisopplag øke med litt over 30 000 per år for at antall aviser per husstand skulle være konstant. Før 1990 var økningen betydelig sterkere enn dette. Selv om svekkelsen i norsk økonomi var blitt tydelig i 1988, økte avisopplaget med mer enn 40 000 både i 1988 og 1989. I 1989 var samlet opplag 3 139 000. Deretter kom omslaget. Minus 12 000 i 1990 og minus 14 000 i 1991 var riktignok ikke dramatisk, og det var en liten økning igjen i 1992, 1993 og 1994. Det er først i ettertid vi ser at den lille nedgangen i 1990 og 1991 var et vendepunkt i utviklingen – at en langvarig vekst var avløst av stagnasjon.

De neste ti årene var det samlede opplaget stabilt. Det var nok svingninger fra år til år, men de fleste utslagene var små, og de dannet ikke noen entydig tendens. Vekst ett år hadde altså en tendens til å bli opphevet av nedgang året etter, og omvendt. Den høyeste noteringen var 3 172 000 i OL- og folkeavstemningsåret 1994, den laveste var 3 114 000 i 1991. I 1998 var samlet opplag 3 161 000, altså bare litt lavere enn i 1994.

Etter 1998 er den tilnærmede stabiliteten avløst av nedgang. Også dette vendepunktet har det tatt noen år å oppdage. Når man er blitt vant med at opplaget svinger fra år til år, tar det litt tid å skjønne at nå går det bare nedover. I 2001 var samlet opplag sunket til litt under 3,1 millioner, og i 2005 var det under 3,0 millioner. I 2008 var det falt til 2 760 000. Dette er en nedgang på 400 000 siden 1998, og tilsvarer nivået fra 1984 (tabell 6.5).

Tabell 6.5. Opplag og opplag per husstand 1989, 1999 og 2008, etter type avis

	Opplag, 1000 eksemplar			Opplag per husstand		
	1989	1999	2008	1989	1999	2008
Løssalgsaviser	575	581	408	,33	,30	,19
Storbyaviser	523	542	477	,30	,28	,23
Nr. 2-aviser i de største byene	114	87	68	,07	,05	,03
Riksspredte meningsaviser	106	150	177	,06	,08	,08
Ledende lokale dagsaviser	937	966	864	,54	,50	,41
Lokale nr. 2-aviser	138	78	32	,08	,04	,02
Lokale to–tredagersaviser	376	370	389	,22	,19	,18
Lokale ukeaviser	56	100	144	,03	,05	,07
Regionale fådagersaviser	10	2	0	,01	,00	-
Nasjonale fådagersaviser	111	91	76	,06	,05	,04
Aftenposten Aften	193	180	125	,11	,09	,05
Dagsaviser i alt	2586	2584	2150	1,50	1,35	1,02
Dagsaviser, nr. 2 ¹⁾	252	165	100	,15	,09	,05
Fådagersaviser i alt	553	562	610	,32	,29	,29
Alle aviser	3139	3146	2760	1,82	1,64	1,31

1) Nr. 2-aviser i de største byene pluss andre lokale nr. 2-aviser.

2) De samiske avisene Ávvir og Ságat er regnet som dagsaviser i 2008 selv om de var fådagersaviser mer enn halve året.

Når vi ser på aviser per husstand i stedet for samlet opplag, er det tydelig at 1990-årene egentlig er første del av nedgangsperioden og ikke en stabil overgangsperiode. Opplaget i 1989 tilsvarer 1,82 aviser per husstand. I 1999 var konsumet sunket til 1,64. Deretter har den nedadgående trenden blitt sterkere, og i 2008 ble det bare solgt 1,31 avis per husstand. Dette er en dramatisk nedgang. Den eneste trøsten må være at avisene står mye svakere i de fleste andre land. I internasjonal målestokk er 1,31 aviser per husstand et meget høyt nivå.

Utviklingen i samlet opplag er spesiell. Det vanlige er at endringer skjer gradvis, med en jevn overgang mellom vekst og stagnasjon og mellom stagnasjon og tilbakegang. Her har det i stedet vært to tydelige knekkpunkter, et i 1990 og et annet i 1999/2000. Med et slikt mønster er det nærliggende å tro at det finnes enkle årsakssammenhenger, dvs. at det har vært en negativ påvirkning som rammet avisene rundt 1990 og en ny påvirkning som begynte rundt 1999. Den økonomiske nedgangen på slutten av 1980-årene og spredningen av Internett fra midten av 1990-årene er de mest aktuelle kandidatene.

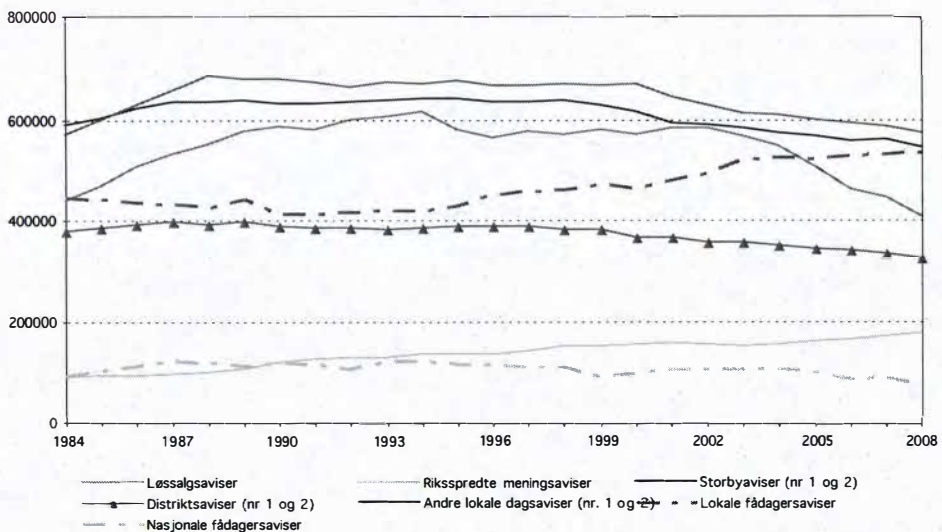
Opplysningene om opplag og samlet husstandsdekning i tabell 6.5 viser at forklaringen ikke kan være så enkel. Utviklingen har ikke vært den samme for alle grupper av aviser, og for noen kategorier er utviklingen svært forskjellig fra gjennomsnittet.

Nedgangen i samlet opplag skyldes bare dagsavisene. På grunn av avisdøden har nr. 2-avisene gått sterkt tilbake, fra 252 000 i 1989 til 100 000 i 2008. Det har også vært en sterk

tilbakegang for løssalgsavisene etter 1999, og en tydelig nedgang for storbyavisene (inklusive Aftenposten Aften) og vanlige lokale dagsaviser. Gruppen av riksspredte meningsaviser har derimot hatt en sterk økning. De lokale to-tre-dagersavisene har hatt et stabilt opplag i hele perioden, mens ukeavisene har økt.

For å få et bedre inntrykk av det som har skjedd, må tallene i tabell 6.5 suppleres med opplysninger som viser endringene fra år til år. Slike opplysninger finnes i figur 6.2, som dekker perioden fra 1984 til i dag. 1984 er brukt som startår for at trendsiftet rundt 1990 skal komme tydelig fram.

Figur 6.2. Opplagsutvikling for forskjellige grupper av aviser, 1984 til 2008



Figuren bygger på en litt spesiell utgave av den vanlige avistypologien. For det første er det ikke skilt mellom nr. 1- og nr. 2-aviser fra samme geografiske nivå. Dette skillet er viktig når vi skal beskrive lokal konkurranse, men betyr mindre når målet er å vise hvordan (papir) avisene har klart seg i en ny mediesituasjon¹⁹³.

En annen viktig forskjell er at de største lokale dagsavisene er skilt ut som en egen kategori. Dette er aviser som Fædrelandsvennen, Drammens Tidende, Nordlys osv. I figuren er de kalt distriktsaviser. Regionaviser og fylkesaviser er andre mulige navn.¹⁹⁴ Disse avisene

¹⁹³ Når nr. 2-avisene svekkes eller blir nedlagt, vil det vanligvis komme de konkurrerende avisene til gode. Nr. 1-avisen vil riktignok ikke vinne like mye som nr. 2-avisen taper – avisdød eller fusjon betyr derfor at det samlede opplaget går litt tilbake. Hvor stor denne nedgangen er, har variert både mellom forskjellige utgiversteder og forskjellige perioder.

¹⁹⁴ Avisene i denne kategorien er Drammens Tidende, Fædrelandsvennen (Kristiansand), Haugesunds Avis, Nordlys (Tromsø), Oppland Arbeiderblad (Gjøvik), Romerikes Blad (Lillestrøm), Sunnmørsposten (Ålesund), Tønsbergs Blad og Varden (Skien), sammen med deres lokale konkurrenter. Inndelingen er nærmere beskrevet i Høst 2002.

kommer i en mellomstilling mellom storbyavisene og vanlige lokale dagsaviser. De har et høyere opplag og større redaksjonelle ambisjoner enn vanlige lokale dagsaviser, og de dekker et større og mer sammensatt distrikt der de gjerne møter konkurranse fra både fådagersaviser og små lokale dagsaviser. Erfaringen fra de siste tiårene viser at rollen som overordnet distriktsavis for et stort område er blitt stadig vanskeligere å fylle.

Felles for storbyaviser, distriktsaviser og andre lokale dagsaviser er at de er daglige abonnementsaviser med en lokal forankring. Siden de lokale fådagersavisene har gjort det så godt, er det nærliggende å tro at de små og mellomstore lokale dagsavisene ville klart seg bedre enn distriktsavisene og storbyavisene. Resultatene i figur 6.2 viser at dette ikke er tilfelle. Fra 1988 og fremover er linjene for de tre kategoriene praktisk talt parallelle, med samme tilnærmede stabilitet gjennom 1990-årene og samme nedgang etter 1999. Knekkpunktene i de tre kurvene ligger også nær hverandre, med 1987 eller 1988 som siste år med vekst og 1997 (distriktsaviser), 1998 (storbyaviser) og 2000 (andre lokale dagsaviser) som siste år med stabilitet. For disse tre gruppene har det altså mening å lete etter felles forklaringer på overgangen fra vekst til stagnasjon og fra stagnasjon til tilbakegang.

Løssalgssavisene har også hatt en veksling mellom vekst, stagnasjon og tilbakegang, men utslagene har vært atskillig større enn for de abonnerte dagsavisene. Overgangene er også forskjøvet i tid. For løssalgssavisene varte veksten helt frem til 1994, mens den stabile perioden varte fra 1994 til 2002. Utviklingen for løssalgssavisene blir nærmere omtalt senere.

Den siste kategorien av dagsaviser er de «riksspredte meningsbærende avisene», dvs. de nasjonale nisje- eller spesialavisene. Denne kategorien har hatt en jevn, nesten rettlinjet vekst, fra omkring 90 000 i 1984 til nærmere 180 000 i 2008. Dette er nesten en fordobling, og betyr at nisjeavisene er blitt en mye viktigere del av det norske avissystemet. Veksten skyldes bare de to økonomiavisene Dagens Næringsliv (Norges Handels- og Sjøfartstidende før 1987) og Finansavisen. I 1984 hadde Norges Handels- og Sjøfartstidende omtrent 19 000 i opplag, og var mindre enn både Vårt Land og Nationen. I 2008 var samlet opplag for Dagens Næringsliv og Finansavisen 108 000, mens Vårt Land, Nationen, Klassekampen og DagenMagazinet hadde omtrent 65 000 til sammen.

Gruppen av lokale fådagersaviser (ukeaviser og to- og tredagersaviser) har også hatt bemerkelsesverdig utvikling. Etter en viss nedgang fra 1984 til 1990, dvs. den perioden da de andre avisgruppene vokste, begynte en kraftig men litt uregelmessig vekst. Samlet opplag var omkring 410 000 i 1990, 427 000 i 1995, 522 000 i 2003 og 533 000 i 2008. Veksten skyldes nesten bare de lokale ukeavisene, som er fordoblet i antall.

Nye aviser må nødvendigvis ha en rekke år med vekst før de når opp til en husstandsdekning på 50 prosent eller mer. Dette er det nivået som trengs for å fylle rollen som fullverdig lokalavis. Det aller meste av opplagsøkningen for fådagersavisene skyldes nye aviser, mens de etablerte har hatt nok med å holde stillingen. I alt var det 62 lokalaviser som hadde to eller tre utgaver per uke både i 1989 og 2008. Samlet opplag for denne gruppen var 303 000 i 1989, 319 000 i 1999 og 322 000 i 2008. Disse avisene er altså kommet inn i en periode med stabilitet eller stagnasjon som ligner den som de lokale dagsavisene hadde gjennom 1990-årene. Det samme gjelder de lokale ukeavisene. Det var tjue aviser som hadde en utgave per uke både i 1989 og 2008. For dem var samlet opplag 33 000 i 1989, 43 000 i

1999 og 44 000 i 2008. Veksten fra 1989 til 1999 skyldtes hovedsakelig de avisene som var startet tidligere i 1980-årene, og fremdeles var inne i etableringsperioden.

Med så forskjellige utviklingsmønstre er det vanskelig å trekke entydige konklusjoner om årsakssammenhenger. Den økonomiske nedgangen rundt 1990 kan sannsynligvis forklare stagnasjonen for de tre gruppene storbyaviser, distriktsaviser og «andre lokale dagsaviser». De nærmet seg sannsynligvis slutten på en langvarig vekstperiode. Under normale forhold ville veksten fortsatt noen år til, men den økonomiske nedgangen kuttet på en måte toppen av kurven. Svikten i økonomien var imidlertid ikke sterk nok til å stoppe løssalgsavisene, som fortsatte å vokse helt til 1994. Da var den økonomiske krisen for lengst overstått.

Konkurransen fra Internett fra slutten av 1990-årene kan ha bidratt, enten alene eller i kombinasjon med andre faktorer, til den nedgangen som løssalgsavisene, storbyavisene, distriktsavisene og «andre lokale dagsaviser» har hatt de siste ti årene. Forklaringen må imidlertid være sammensatt, siden løssalgsavisene skiller seg så sterkt fra de andre gruppene både når det gjelder tidspunktet når nedgangen startet, og hastigheten. Mens de tre første gruppene er inne i noe som ligner kontrollert glideflukt, går løssalgsavisene så raskt tilbake at det kan kalles fritt fall. I etterkrigstiden er det ikke mange andre aviser som har falt like fort.

Her er det utvilsomt behov for grundige analyser. I dag brukes formuleringen «overgangen fra papir til nett» nesten automatisk om alle trender som peker nedover. Dermed unngår man helt å vurdere slike forhold som redaksjonell prioritering, journalistisk kvalitet, pris og distribusjon. Man slipper også spørsmålet om det har vært fornuftig av avisene å gi bort så mye av stoffet gratis.

Søndagsaviser

Søndag 26. august 1990 var det en overraskende nyhet i avisstativene – Dagbladets første søndagsutgave. Planleggingen av den nye satsingen hadde bare tatt to uker, og foregått i den største hemmelighet.¹⁹⁵ «Både lesere og aviskolleger skal få merke at Dagbladet er foran i utviklingen av 90-års avis» uttalte sjefredaktør Bjørn Simensen i det første nummeret.

Forpranget varte én uke. Søndagen etter var også VG på gata, etter «en hektisk uke der alle medarbeidere i alle ulike avdelinger i VG har satt alle kluter til». Litt senere på høsten fulgte Adresseavisen, Aftenposten og Bergensavisen etter.

Søndagene hadde vært avisløse så lenge de fleste kunne huske. Årsaken var loven om fabrikktilsyn som ble innført i 1919, og som typografer og avisbud brukte for å unngå søndagsarbeid. De formelle sperrene ble opphevet tidlig i 1980-årene, men det gikk noen år før avisene fulgte opp. Den som brukte muligheten først, var forretningsmannen Hroar Hansen som startet Søndag-Søndag. Den var først en ukentlig gratisavis for Drammensområdet, men ble betalt søndagsavis med nasjonale ambisjoner i 1986. På det meste skal den ha hatt et opplag på omtrent 60 000.

Da Dagbladet, VG og de andre pionerene kom med sine søndagsutgaver, trodde mange at dette var starten på en omfattende spredning. Tankegangen var at søndagsavisene utgjorde et

¹⁹⁵ Iflg. omtalen i den første søndagsutgaven hadde sjefredaktør Bjørn Simensen fått ideen til søndagsavisen to uker tidligere, og planene ble ikke godkjent av styret før på kvelden 24. august. Avisen la stor vekt på at søndagsutgaven skulle komme som en overraskelse.

eget marked, og at dette markedet ville vokse til det ble omtrent like stort som markedet på hverdager. Hvis noen dagsaviser ikke var med på utviklingen, risikerte de at søndagsmarkedet i deres distrikt ble overtatt av andre. Dette var ikke bare VG og Dagbladet, men også Aftenposten og andre store abonnementsaviser.

Utviklingen viste seg å bli en helt annen. Etter den første bølgen av søndagsaviser i 1990 og 1991, varte det helt til høsten 1996 før en ny avis fulgte etter. Det var Bergens Tidende, som gjorde det på grunn av konkurransen med Bergensavisen (BA). På den tiden var Bergensavisen fremdeles på offensiven i Bergen, mens Bergens Tidende gikk tilbake¹⁹⁶. Bergens Tidende ble fulgt av flere andre aviser i 1997 og 1998. Det har også vært noen få overganger fra 2001 og fremover (tabell 6.6).

I alt har 16 dagsaviser prøvd seg med søndagsutgave etter 1990. De aller fleste har gått tilbake til seksdagersutgave. Adresseavisen sluttet allerede i 1991, etter et halvt års drift. De andre sluttet med sine søndagsutgaver fra 1999 og fremover. Fra sommeren 2009 var det bare fem aviser som hadde søndagsutgave, abonnementsavisene Aftenposten, Bergensavisen (BA) og Bergens Tidende pluss VG og Dagbladet. Samlet opplag for søndagsutgavene i 2008 var 784 000. Dette er bare 28 prosent av opplaget på hverdager, og 36 prosent av opplaget for dagsaviser.

Tabell 6.6. Dagsaviser med søndagsutgave, 1990 til 2009

	Utgiversted	År begynt	År av- sluttet	Hverdags- opplag 2008, 1000	Søndags- opplag 2008, 1000	Søndag som prosent av hverdag
Dagbladet	Oslo	1990	-	123	107	86
VG	Oslo	1990	-	284	240	84
Aftenposten	Oslo	1990	-	248	216	87
Adresseavisen	Trondheim	1990	1991	77	-	-
Bergensavisen	Bergen	1990	-	27	26	95
Romerikes Blad ¹⁾	Lillestrøm	1991	2009	37	37	99
Bergens Tidende	Bergen	1996	-	86	83	96
Dagsavisen	Oslo	1997	2008	31	-	-
Fredriksstad Blad	Fredrikstad	1997	2009	23	23	99
Demokraten ²⁾	Fredrikstad	1997	2000	8	-	-
Moss Avis	Moss	1998	2008	15	15	99
Moss Dagblad ²⁾	Moss	1998	1999	6	-	-
Drammens Tidende	Drammen	2001	2009	39	38	96
Rogalands Avis	Stavanger	2004	2008	11	-	-
Telemarksavisa	Skien	2005	2006	22	-	-
Varden	Skien	2005	2006	26	-	-

1) Fra 1991 til og med 1998 kom Romerikes Blad ut alle dager unntatt lørdag.

2) Tredagersavis fra 2001.

¹⁹⁶ I 1996 hadde Bergens Tidende et opplag på 95 400, mens Bergensavisen hadde 29 384, så forspranget var i og for seg betryggende. Bergens Tidende hadde imidlertid gått tilbake med fem prosent siden «all time high» i 1987, mens Bergensavisen hadde økt med 55 prosent i den samme perioden.

De fleste avisene som har begynt med søndagsutgave, har gjort det for å hevde seg i forhold til en konkurrent. Da Dagbladet kom med sin søndagsavis, var det et utspill i konkurransen med VG. Løssalgssavisenes søndagsutgaver førte i sin tur til at Aftenposten og deretter Romerikes Blad fulgte etter. Da Dagsavisen begynte med sin søndagsutgave i 1997, var det for å holde følge med Aftenposten. Søndagsutgave har også vært brukt som utspill i den lokale konkurransen i Bergen, Fredrikstad, Moss, Stavanger og Skien.

I Bergen, Stavanger og Moss var det nr. 2-avisen som først begynte med søndagsutgave, i Fredrikstad og Skien var det nr. 1-avisen. Den generelle erfaringen fra steder med lokal konkurranse er at nr. 2-avisen ofte er først ute med noe nytt, men at nr. 1-avisen følger etter slik at styrkeforholdet ikke blir forskjøvet. Andre eksempler på konkurranseutspill er overgangen til offset fra 1960-årene og fremover, overgangen til tabloidformat og overgang til morgenutgivelse. Dersom det nye tiltaket betyr at avisproduksjonen blir dyrere, slik tilfellet er både for morgenutgivelse og søndagsavis, er sluttresultatet at den største avisen styrker sin konkurransesituasjon.

Av de søndagsavisene som er startet etter 1990, er det bare søndagsutgaven til Fredriksstad Blad som har vært et vellykket utspill i den lokale konkurransen. I begynnelsen av 1990-årene var Fredriksstad Blad omtrent dobbelt så stor som konkurrenten Demokraten. Til tross for forskjellen i ressurser, var det likevel noen år der Demokraten holdt godt følge med konkurrenten. Forskjellen i opplag var stabil, og leserundersøkelser fra den tiden viser at Demokraten ble oppfattet som en fullverdig konkurrent¹⁹⁷.

Fredriksstad Blad kom med sin søndagsavis 21. september 1997, etter en lang og grundig planlegging. I henhold til avisens egne opplysninger fikk den mer enn 2000 nye abonnenter i tiden etter overgangen. Demokraten var tatt helt på senga, men var nødt til følge etter. Demokratens første søndagsutgave kom 30. november.

Selv om Demokraten klarte å svare på utspillet, ble søndagsavisene likevel et avgjørende vendepunkt. Mens Fredriksstad Blad kunne bruke sine ressurser til å lage en god avis syv dager i uka, var Demokraten nødt til å lage syv utgaver per uke med en stab som egentlig var for liten til seks. Resultatet var at Fredriksstad Blad fikk en sterk økning i opplaget fra 1998 til 2000, mens Demokraten gikk tilbake. Fordi avstanden var blitt så stor, gikk Demokraten over til tre utgaver per uke i 2001. Dermed var den lokale dagsaviskonkurransen over.

At søndagsavisene har fått en nokså perifer posisjon i den norske avisverdenen, har i hvert fall to årsaker. Den første er at interessen for å lese avis på søndager er mindre enn forventet. Selv om VG og Dagbladet er enerådende på søndager i store deler av landet, er søndagsopplaget likevel mindre enn hverdagsopplaget. For VG og Dagbladet var det samlede søndagsopplaget i 2008 85 prosent av hverdagsopplaget. Dette forholdet har vært tilnærmet stabilt siden slutten av 1990-årene.

Den andre årsaken er kostnadene. Søndagsaviser er dyrere å produsere enn hverdagsaviser, og dyrere og vanskeligere å distribuere. Kostnadene med å utgi søndagsavis er det vanskelig for avisene å få dekket inn. Det er for det første klare grenser for hvor mye de kan legge på abonnementsprisen. Det lokale annonsemarkedet er også begrenset, og da betyr søndagsutgave at (nesten) samme antall annonser blir fordelt på syv i stedet for seks utgaver.

¹⁹⁷ Lesermarkedsundersøkelser for Fredriksstad Blad 1995, 1997 og 1999, gjennomført av Opinion i samarbeid med Orkla Media og Sigurd Høst.

Å distribuere på søndager er ikke bare dyrt, mange steder er det også svært vanskelig. Derfor egner søndagsutgivelse seg best for aviser som dekker små, tett befolkede områder. Da Varden og Telemarksavisa stoppet sine søndagsutgaver i 2006 etter ett års drift, var det viktigste argumentet at omtrent en tredjedel av abonnentene ikke fikk søndagsavisen til riktig tid. Det var utvilsomt enklere å utgi søndagsavis i Fredrikstad, der de fjerneste abonnentene (Herføl i Hvaler) bor omtrent 25 kilometer i luftlinje fra avishuset, enn i et vidstrakt fylke som Telemark.

Avisene blir dyrere

Den sterke økningen i abonnementsprisene som begynte i 1952, varte frem til slutten av 1970-årene. Deretter fulgte en periode der abonnementsprisen fulgte konsumprisindeksen. Avisene skulle altså få kompensert for den alminnelige prisstigningen i samfunnet, men ikke mer. Dette gjaldt spesielt for dagsavisene, mens fådagersavisene økte litt mer. De hadde til gjengjeld vært svært tilbakeholdne i 1950- og 1960-årene.

Rundt 1990 begynte en ny omgang med sterk økning av prisene. Hovedtrekkene i denne utviklingen går frem av tabell 6.7, som viser gjennomsnittlig pris for aviser med forskjellig utgivelsesfrekvens. Tallene er oppgitt som 2008-kroner, dvs. de er korrigert for prisstigningen i perioden.

For vanlige dagsaviser, altså aviser med seks eller syv utgaver per uke, økte den gjennomsnittlige abonnementsprisen fra 1343 2008-kroner i 1990 via 1661 kroner i 1996 til 2088 kroner i 2008. Dette er en samlet økning på 55 prosent. Femdagersavisene økte omtrent like mye, mens de forskjellige kategoriene av fådagersaviser økte enda mer enn dagsavisene.

Tabell 6.7. Prisutvikling for abonnementsaviser, 1969 til 2008. 2008-kroner

	1969	1978	1990	1996	2002	2005	2008	Pst. økning 1990–2008
6–7 utgaver/uke	942	1295	1343	1661	1875	2001	2088	55
5 utgaver/uke	570	925	1006	1333	1431	1541	1598	59
4 utgaver/uke ¹⁾	(486)	(651)	(804)	(1089)	(1215)	(1535)	(1575)	(96)
3 utgaver/uke	365	470	635	787	921	1043	1100	73
2 utgaver/uke	228	295	456	568	661	718	789	73
1 utgave/uke	190	224	362	431	549	599	639	76
33 lokale dagsaviser	843	1227	1327	1637	1780	1898	1979	49

1) Gjennomsnitt er satt i parentes fordi det er få aviser med fire utgaver per uke. Prisen for én enkelt avis kan derfor gi store utslag.

Noen av dagsavisene har gått fra seks til syv utgaver per uke i denne perioden, og lagt på prisen på grunn av det. Vi vet også at noen spesialaviser som Dagens Næringsliv og Finansavisen bidrar til å trekke gjennomsnittet for dagsaviser opp. Derfor får vi et bedre inntrykk av prisutviklingen for dagsaviser ved å se på de lokale dagsavisene som holdt fast på seks utgaver per uke. Fra 1990 til 2008 gjaldt det 34 aviser. 33 av dem var også seksdagersaviser i 1969. For disse 33 avisene steg den gjennomsnittlige prisen fra 1327 2008-

kroner i 1990 til 1979 kroner i 2008, dvs. en økning på 49 prosent. Dette er bare litt lavere enn gjennomsnittet for alle seks- og syvdaysavisene. Innføringen av søndagsutgaver er altså bare en liten del av forklaringen på at den gjennomsnittlige dagsavis er blitt så mye dyrere.

Endringen i prispolitikk skyldes flere forhold som har virket sammen og til dels forsterket hverandre. En utløsende årsak er den økonomiske krisen rundt 1990. Avisene opplevde da en sterk nedgang i annonseinntektene, og økte abonnementsprisen for å kompensere for det.

Etter at krisen var over, var det mange aviser som fortsatte med den nye prispolitikken. En vanlig begrunnelse var at dette ville gjøre avisene mindre sårbare for svingninger i annonsemarkedet¹⁹⁸. Nedgangen rundt 1990 hadde gjort sterkt inntrykk, og avisene ville nødig oppleve det samme på nytt.

Det som betydde mest for prisutviklingen, var likevel at de fleste store og mellomstore avisene hadde fått kommersielle eiere, og at den bedriftsøkonomisk tenkningen ble stadig viktigere. For en kommersiell bedrift er det mest rasjonelt å ta så høye priser som markedet tåler. Det betyr at avisene måtte gå over fra det Karl Erik Gustafsson kalte en «indexstrategi», til en «marknadsstrategi».¹⁹⁹ Karl Erik Gustafsson var professor ved Handelshögskolan ved Göteborgs Universitet, og i begynnelsen av 1990-årene var hans tanker godt kjent blant norske avisfolk. Den gangen mente han at de norske avisene var underpriset, og at avisene hadde en lav priselastisitet. Det siste betyr at avisene kan legge på prisen uten at opplaget går ned. Ut fra en markedsstrategi var det altså rasjonelt å øke prisen.

Etter den første sterke prisøkningen fra 1990 til 1996 fulgte noen år med en mer moderat økning. Prisen for de 33 sammenlignbare dagsavisene var 1637 2008-kroner i 1996 og 1728 kroner i 2001, dvs. seks prosent økning i realprisen på fem år. Fra 2002 begynte priskarusellen på nytt, og i 2008 var gjennomsnittet for de 33 avisene økt til 1979 kroner.

Sett fra et bedriftsøkonomisk synspunkt virker prispolitikken fra 1990 til 1996 som et godt eksempel på markedsstrategi. Først en økning i prisen som gjorde at inntektene økte samtidig som opplaget var stabilt, og så en tilnærmet indeksstrategi i årene etter at Internett var dukket opp som en potensiell konkurrent.

Det som er mer problematisk, er at de lokale dagsavisene begynte å heve prisen igjen etter at opplaget begynte å falle. En nærliggende forklaring er at avisene og deres eiere hadde budsjettert med faste beløp for abonnementsinntekter. Da er det fristende å kompensere for opplagsnedgangen med å heve prisen for de abonnentene som er igjen. Dette er en strategi man ikke kan følge særlig lenge.

Fådagarsavisene har ikke hatt kommersielle eiere i samme grad som dagsavisene. Den sterke prisøkningen for denne gruppen skyldes i stedet et ønske om å utvikle avisene. Med høyere inntekter har de fått råd til å ansette flere journalister, og dermed dekke lokalsamfunnet bedre.

¹⁹⁸ Resonnementet om at høyere abonnementspriser gjør avisene mindre følsomme for svingninger i annonseinntektene, er selvfølgelig riktig. Det som ikke kommer frem, er at abonnementsprisen må øke svært mye hvis det skal ha noen effekt. Mange abonnementsavisene får to tredjedeler av inntekten fra annonser, en tredjedel fra abonnement. Hvis de velger å doble abonnementsprisen, uten at dette går ut over opplaget, vil annonsenes andel av inntektene synke fra to tredjedeler til en halvpart. En avis med halvparten av inntektene fra annonser er fremdeles svært sårbar for svingninger i annonsemarkedet.

¹⁹⁹ Se for eksempel artikkelen «Rätt pris på tidningen» i Pressens Tidning 6/93 side 12.

Når man ser på pris per ukentlig utgave eller pris per side, er det ingen tvil om ukeavisene er mye dyrere enn andre aviser. I 2008 kostet en gjennomsnittlig ukeavis 639 kroner per år. Tredagersavisene kostet 1100 kroner, dvs. nesten 370 kroner per ukentlig utgave, mens de 33 seksdagersavisene som er nevnt ovenfor kostet omkring 330 kroner per ukentlig utgave.

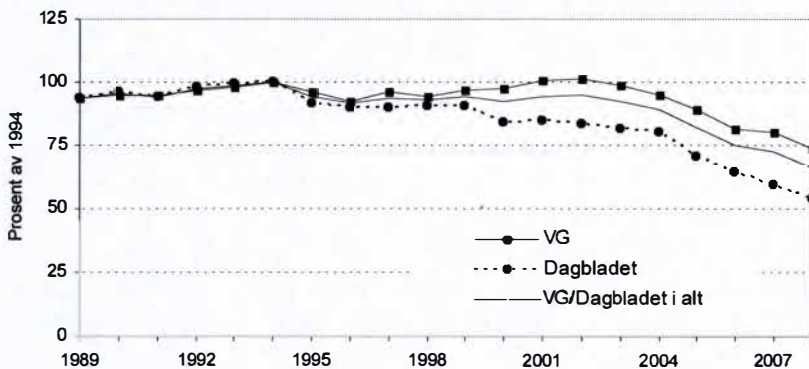
De minste fådagersavisene begrunner den høye prisen med at de dekker små kommuner med et begrenset annonsemarked. Hvis innbyggerne i slike kommuner ønsker sin egen lokalavis, må de være villige til å betale mye for den. Utviklingen siden begynnelsen av 1990-årene viser at innbyggerne i mange små lokalsamfunn har godtatt dette argumentet. De har fått sin egen avis, avisen har en brukbar kvalitet både når det gjelder innhold og layout, og 600–700 kroner per år oppleves foreløpig ikke som avskrekkende.

VG og Dagbladet

VG og Dagbladet har en helt spesiell plass i den norske avisstrukturen. Veksten i 1970- og 1980-årene gjorde dem til riksdekkende aviser i den forstand at de blir kjøpt og lest av et stort publikum over hele landet. VG og Dagbladet konkurrerer om de samme kjøperne hver eneste dag, men har samtidig vært såpass forskjellige at begge har hatt sitt eget kjernepublikum.

Frem til og med 1994 opererte løssalgsavisene i et voksende marked. VG var størst, en posisjon den fikk i 1972 da Dagbladet ble slått med omtrent 50 eksemplarer. Gjennom 1970-årene ble forspranget større, men fra 1981 og frem til 1994 har det innbyrdes styrkeforholdet vært stabilt. I denne perioden hadde Dagbladet omtrent 60 prosent av opplaget til VG.

Figur 6.3 Opplag for VG og Dagbladet 1989–2008, målt som prosent av opplaget i 1994



Figur 6.3 viser hvordan opplagsutviklingen for de to avisene har vært etter 1989. For å gjøre det lettere å sammenligne er opplagene vist som prosent av opplaget i 1994. Det året nådde Dagbladet «all time high» med 229 000, mens VG hadde en midlertidig topp med 386 000.

Utviklingen etter 1994 kan deles inn i fire forskjellige faser. Først kom et par år med tilbakegang, som gjorde at mange spådde at VG og Dagbladet ville få den samme langsiktige nedgangen som de svenske løssalgssavisene hadde hatt noen år tidligere. Deretter kom tre år (1997–1999) med tilnærmet stabilitet for begge avisene, fulgt av tre år (2000–2002) der VG vokste mens Dagbladet gikk tilbake. Dette så ut som en klassisk opplagsspiralsituasjon, der den største og mest ressurssterke konkurrenten vokste mens den minste gikk tilbake. Etter 2002 har det vært seks år med nedgang for begge aviser. I 2008 hadde VG 74 prosent av opplaget fra toppåret 1994, mens Dagbladet bare hadde 54 prosent. Dette betyr at VG er tilbake til nivået fra 1985, mens Dagbladet er tilbake til 1978.

Norske aviser har tradisjonelt brukt tre forskjellige virkemidler for å hevde seg i konkurransen: redaksjonell profil, redaksjonelt volum (sidetall) og redaksjonell kvalitet. Forskjeller i redaksjonell profil var tydeligst og hadde størst betydning i partipressens tid. Format og utgivelsestidspunkt har også blitt brukt som virkemidler – tabloid regnes som mer publikumsvennlig enn fullformat og morgenutgivelse gir et fortrinn i forhold til formiddags- og ettermiddagsutgave. Pris har derimot ikke spilt noen rolle – det normale er at aviser i samme marked koster det samme.

Dagbladet gikk over til tabloidformat i 1983, tjue år etter VG. Fra omleggingen og frem til midten av 1990-årene var redaksjonell kvalitet og redaksjonell profil de viktigste virkemidlene i konkurransen. Den redaksjonelle profilen gjaldt ikke tilknytning til et bestemt politisk parti, selv om det er åpenbart at Dagbladet var en mer radikal avis enn VG. Dagbladet hadde dessuten sin styrke blant høyutdannede, mens VG hadde like stor appell i alle utdanningsgrupper.

Selv om VG hadde størst opplag og best økonomi, brukte den ikke sin styrke til å lage en tykkere avis. For 1984, det første året etter at Dagbladet hadde gått over til tabloid, viser Aviskatalogen at Dagbladet hadde et gjennomsnittlig sidetall på 50, og 60 på lørdager. VG hadde 48 og 56, altså praktisk talt det samme. Ti år senere var begge blitt litt tykkere – Dagbladet hadde 60 sider både på hverdager og lørdager mens VG hadde 58 og 64.

I konkurransen etter midten av 1990-årene har avisene brukt nokså ulike virkemidler. VG satset først på å styrke kommentarstoffet. Dette var et område der Dagbladet tidligere hadde et stort fortrinn. Et tydelig uttrykk for satsingen var at VG ansatte profilerte kommentatorer fra andre aviser og ga dem egne spalter. Marie Simonsen fra Dagens Næringsliv og Anders Giæver fra Dagsavisen er de beste eksemplene. Marie Simonsen har senere fortsatt til Dagbladet og blitt politisk redaktør der. Denne strategien var utvilsomt en suksess. Fra 1997 og frem til 2002 hadde VG en langsiktig vekst, og i 2002 passerte den opplagsrekorden fra 1994. Dette er en imponerende snuoperasjon.

Dagbladets viktigste tiltak har i stedet vært å supplere den vanlige avisen med magasiner og bilag. I motsetning til VG har Dagbladet lenge hatt forskjellige bilag inne i avisen. Høsten 1999 innførte den et fyldig lørdagsmagasin, Magasinet, og økte samtidig løssalgssprisen på lørdag fra 10 til 15 kroner. Magasinet var en suksess i den forstand at lørdagsopplaget økte fra 276 000 i 1999 til 294 000 i 2004.

Senere er satsingen på bilag og magasiner trappet ytterligere opp. Fra 2004 kom et eget søndagsmagasin med vekt på hus og bolig, og senere fulgte magasinet Fredag som retter seg

mot ungdom og unge voksne. Høsten 2008 kostet både fredagsutgaven, lørdagsutgaven og søndagsutgaven 15 kroner, mot 11 kroner på vanlige hverdager.

Det tok noen år før VG fulgte med på denne utviklingen. Den først endringen kom i 1999, da sidetallet på lørdager ble utvidet til 80 sider. Fra mars 2004 fikk også fredags- og søndagsutgaven 80 sider, mot 60 tidligere. «Mer avis, samme pris» var VGs egen karakteristikk av den nye helgesatsingen.

Den moderate utvidelsen i 2004 ble raskt fulgt av en sterkere satsing på magasiner og bilag. I 2005 kom først et daglig sportsbilag, og deretter lørdagsmagasinet *Helg*. Etter mønster fra den svenske løssalgssavisen *Aftonbladet* er sportsbilaget trykt på rosa papir.

Når vi ser på opplagsutviklingen, er det vanskelig å si at løssalgssavisenes satsing på bilag og magasiner har vært noen suksess. Dagbladets *Magasinet* gjorde det godt så lenge det var alene på markedet, men bidro ikke til å løfte avisen på vanlige ukedager. VG nådde sitt «all time high» i 2002 mens den fremdeles brukte sine redaksjonelle ressurser til å lage en 60 siders avis på en rygg. Etter utvidelsen av sidetallet og innføringen av bilag og magasiner har opplaget falt dramatisk.

Avisene og Internett

Internett slik vi kjenner det, startet i 1994 og 1995, med lanseringen av de brukervennlige nettleserne Netscape og Internet Explorer. Før dette hadde nettet vært forbeholdt forskere og andre spesielt interesserte. Etter gjennombruddet har Internett utviklet seg til en tjeneste som brukes av de aller fleste. Spredningen har skjedd i omtrent samme tempo som for andre nye medietilbud, som fjernsyn i 1960- og 1970-årene og video og CD-spillere i 1980- og 1990-årene. TNS Gallups undersøkelse *Forbruker & Media* viser at halvparten av befolkningen hadde tilgang til Internett i 1999, og at andelen var økt til 90 prosent i 2008 (figur 6.4).

Den daglige bruken av Internett har ikke økt like raskt som tilgangen. Det var ikke før 2005 at mer enn halvparten av befolkningen oppga at de hadde brukt Internett på en gjennomsnittlig dag. Den daglige bruken av Internett som nyhetskanal har gått enda langsommere. I 2008 svarte omtrent 42 prosent av befolkningen at de hadde fått nyheter på nettet på en gjennomsnittsdag, mens 36 prosent hadde fått nyheter fra nettsidene til en papiravis²⁰⁰.

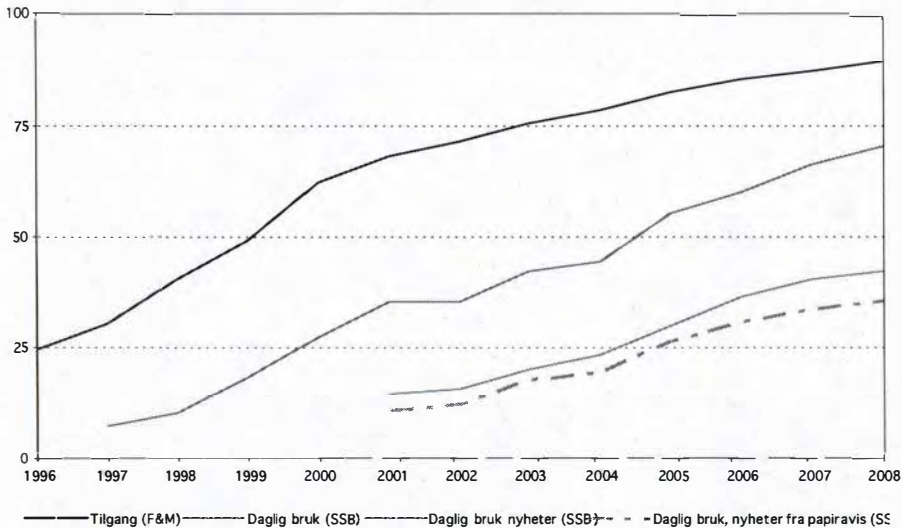
De norske avisene begynte tidlig å presentere egne nyheter på nettet. Først ute var Brønnøysunds Avis, som lanserte sin nettutgave 6. mars 1995. Dermed slo den *Dagbladet* med to dager. Etter en viss nøling fulgte stadig flere aviser etter. VG, som lenge har hatt Norges mest besøkte nettsted, begynte sin virksomhet oktober 1995.

Den første tiden var avisene nesten alene om å presentere oppdaterte nyheter på nettet. Dette varte frem til november 1996, da *Nettavisen* begynte virksomheten. *Nettavisen* var en ren internettkanal uten noen etablert nyhetsorganisasjon i ryggen. Suksessen for *Nettavisen* er utvilsomt en av årsakene til at norske aviser har valgt en annen strategi på nettet enn avisene i mange andre land. I stedet for å ta betalt for bruken, eller bare legge ut en liten del av stoffet for å verne om papirutgaven, er den vanligste løsningen å legge ut mye innhold gratis. «Ingen andre land opplever samme voldsomme kannibalisering mellom trykte aviser og nettaviser

²⁰⁰ Vaage 2009: 60.

som Norge,» skrev Knut-Arne Futsæter²⁰¹ i TNS Gallup etter å ha presentert data fra Norge på et internasjonalt seminar i 2005.

Figur 6.4. Utviklingen for Internett – tilgang og daglig bruk

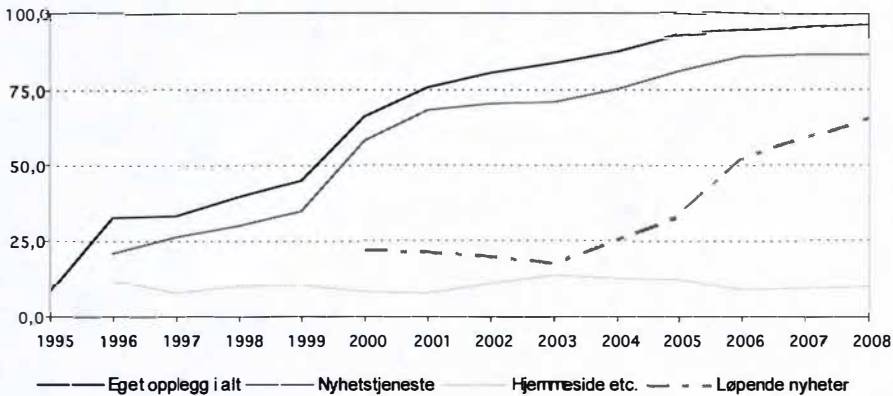


Det tok ikke lang tid fra avisenes nettsider gikk over fra å være forsøksvirksomhet til å bli en del av fremtidsstrategien. Særlig gjaldt dette de største avisene. For å følge utviklingen på en systematisk måte begynte undertegnede tidlig å registrere hvilke norske aviser som var til stede på nettet, og hva slags tilbud de hadde. Registreringen har vært en del av arbeidet med den årlige rapportserien Avisåret. Fra 1996 til og med 2001 skjedde registreringen ved hvert årsskifte, senere er den sløyfet for noen av årene (2002, 2004 og 2007).

Det som ble registrert de første årene, var om avisene var representert på nettet, om de hadde en regelmessig nyhetstjeneste, og om de la ut mange saker eller nøyde seg med noen få. Senere er det tatt med opplysninger om hvor hyppig nyhetene blir lagt ut. Diskusjonen om nyheter på Internett har hele tiden dreid seg om «nyheter uten deadline», dvs. en kontinuerlig presentasjon av nyhetsstoffet. Dette forutsetter en helt annen arbeidsrytme enn vanlig avisproduksjon. I praksis har det imidlertid vært mange nettutgaver som har brukt den samme publiseringsfrekvensen som papiravisen. Hvis de har utnyttet nettets hurtighet i det hele tatt, har det gjerne vært ved dramatiske hendelser som kriminalitet eller ulykker (dvs. hendelsesnyheter).

²⁰¹ Gallup-magasinet juni 2005.

Figur 6.5. Aviser med egne tilbud på Internett. Gjelder utgangen av året. Prosent



Resultatene i figur 6.5 viser at utviklingen har vært ujevn. 1995 og 1996 var en pionerfase, der ganske mange aviser satset på å være med. Ved utgangen av året ble det registrert at 72 aviser hadde et tilbud på Internett, og de aller fleste hadde en nyhetstjeneste. Deretter fulgte tre år der mange aviser satt på gjerdet – de fulgte med på hvordan det gikk med pionerene samtidig som de utredet hva de selv burde gjøre. Antall aviser på nett økte, men bare fra 72 i 1996 til 119 i 1999. Deretter kom de to dotcom-årene 2000 og 2001, med meget sterk vekst. Etter 2001 har veksten vært langsommere, men den har ikke stoppet helt opp. Det gjør den neppe før alle aviser er til stede på nettet, i det minste med en hjemmeside.

Avisene har først og fremst oppfattet Internett som en mulighet til å presentere nyheter. Slik var det i 1996 da nettet var nytt, og slik har det vært hele tiden siden. Det er ikke mange aviser som har nøydt seg med å lage hjemmesider, dvs. et nettsted der avisen presenterer seg selv og gir lesere og abonnenter mulighet til å kommunisere med avisen. Andelen av aviser som bare har en hjemmeside, har hele tiden vært beskjeden. Avisene har heller ikke vært flinke til å utnytte nettets muligheter som dør inn til avishuset, dvs. et sted der leserne kan finne praktisk informasjon om avisen og kommunisere med den direkte.

Etter at de fleste avisene var kommet på Internett rett etter 2000, har det skjedd to viktige utvidelser av nyhetstilbudet. Den første er at stadig flere aviser er begynt å produsere nyheter kontinuerlig. Med det kravet til kontinuerlig nyhetsproduksjon som er brukt, var det bare 40 aviser som hadde kontinuerlige nyheter ved utgangen av 2003.²⁰² Deretter har antallet økt meget raskt, slik det går frem av figur 6.5.

Den andre viktige utvidelsen gjelder bruken av lyd og levende bilder (video) på nettsidene. Helt fra starten i 1995/96 ble det varslet at nettsider med tekst og (still) bilder bare var begynnelsen, og at dette snart ville bli kombinert med lyd og levende bilder. Det tok

²⁰² For dagsaviser er kravet at de vanligvis skal legge ut mer enn én sak på dagtid utenom de faste utgivelsene. For fådagrsaviser er kravet at de skal legge ut minst to nyheter i perioden mellom papirutgavene. Dette er beskjedne krav, og mange vil sikkert si at de er for beskjedne. Klassifiseringen gjelder bare egenproduserte nyheter, ikke nasjonale og internasjonale nyheter fra NTB eller ANB. Mange aviser har nettsider der telegramnyheter blir lagt ut sammen med det egenproduserte stoffet.

imidlertid lang tid før denne utviklingen kom i gang. Så sent som ved utgangen av 2005 var situasjonen preget av spredte forsøk – det var bare «noen få nettutgaver som hadde egne nyhetsvideoer, det var ofte mange dager mellom hver ny video, og en del av videoene hadde svært dårlig kvalitet».²⁰³ Det store omslaget kom mot slutten av 2006. Da begynte NTB og ANB å levere videoer til avisene, samtidig som en rekke aviser begynte å produsere egne innslag eller legge ut innslag fra lokal-TV stasjoner på sine nettsider.

Farvel til fullformatet

Frem til midten av 1990-årene ble det stadig flere aviser med tabloidformat, og færre som brukte fullformat. Deretter fulgte noen år med tilnærmet stabilitet.

Det var 28 fullformataviser ved utgangen av 1996, og 24 ved utgangen av 1999. Sammenlignet med de endringene som hadde vært tidligere, var dette en beskjeden forskjell. Det så altså ut til at den spredningsprosessen som hadde vart siden begynnelsen av 1960-årene, var i ferd med å bli avsluttet²⁰⁴. Erfaringen fra andre spredningsprosesser viser at de godt kan stoppe før det nye er akseptert av alle, dvs. at det finnes et likevektsnivå som er lavere enn 100 prosent.²⁰⁵

Halvparten av de avisene som brukte fullformat ved utgangen av 1996, var abonnementsaviser med stort opplag og mange annonser, fra Aftenposten, Bergens Tidende og Adresseavisen og ned til Varden (opplag 33 000 i 1996) og Agderposten (26 000). For disse avisene var det først og fremst frykten for å tape annonseinntekter som gjorde at de holdt fast ved fullformatet. Mange store annonsører bruker helsides annonser, og en helside i fullformat gir større inntekter enn en helside i tabloid.

Hensynet til sidetallet har også spilt en rolle. Med et mindre format vil de store avisene lett bli tykke og uhåndterlige. Som den engelske avismannen Harold Evans uttrykte det i boken *Newspaper Design*: «Readers may have stood back in awe from the record New York Sunday Times of October 17, 1965, which was fifteen sections of 956 pages; but imagine that as a 1,912-page tabloid».²⁰⁶

Siden så mange store aviser brukte fullformat, var forholdet mellom tabloid og fullformat nokså jevnt når vi bruker opplag, og ikke antall aviser, som målestokk. De 28 fullformatavisene fra 1996 hadde 38 prosent av samlet opplag dette året. Hvis vi holder løssalgsavisene utenfor, var andelen 46 prosent.

De små og mellomstore avisene som brukte fullformat i 1996, var en blanding av lokale dagsaviser og lokale fådagersaviser. De mellomstore dagsavisene Sandefjords Blad (opplag 15 000 i 1996), Østlands-Posten (13 700) og Ringerikes Blad (13 000) har sannsynligvis brukt de samme argumentene for fullformatet som de store abonnementsavisene. De minste

²⁰³ Høst 2006: 21.

²⁰⁴ Fire aviser skiftet fra fullformat mellom 1996 og 1999: Aftenposten Aften og de tre gamle fådagersavisene Indre Akershus Blad, Nordstrand-Østre Aker Blad og Rakkestad Avis. Indre Smaalenenes Avis på Mysen, som også brukte fullformat, ble borte på grunn av fusjon med Øvre Smaalenene. Til gjengjeld var det en avis som gikk den andre veien. Morgenbladet hadde vært tabloidavis noen år, men fra september 1998 gikk den tilbake til fullformatet. Meningen med skiftet var å understreke at Morgenbladet skulle være en seriøs avis.

²⁰⁵ Se særlig Everett M. Rogers: *Diffusion of Innovations*. Flere utgaver, femte utgave 2003.

²⁰⁶ Evans 1973: 41.

fullformatavisene fremstår derimot som typiske etternølere, siden de fleste aviser av deres type hadde gått over til tabloidformat i 1980-årene eller enda tidligere.

Nesten alle små og mellomstore abonnementsaviser som brukte fullformat midt i 1990-årene, kom ut i to avgrensede områder. Det ene lå på Østlandet, med de tre dagsavisene Sandefjords Blad, Østlands-Posten og Ringerikes Blad og de fire fådagersavisene Indre Smaalenenes Avis (Mysen i Østfold), Indre Akershus Blad (Bjørkelangen i Akershus), Rakkestad Avis (Østfold) og Nordstrand-Østre Aker Blad i Oslo. Det andre fullformatområdet lå på Sørlandet og Vestlandet, med de to små dagsavisene Lindesnes (Mandal) og Farsunds Avis og de fire fådagersavisene Jærbladet (Bryne i Rogaland), Hordaland (Voss), Agder (Flekkefjord i Vest - Agder) og Dalane Tidende (Egersund i Rogaland).

Det som var felles for de to områdene, er at de også hadde mange store fullformataviser: Aftenposten, Drammens Tidende, Romerikes Blad og Tønsbergs Blad på Østlandet; og Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Haugesunds Avis og Fædrelandsvennen på Sørlandet/Vestlandet. Så lenge det lokale avismiljøet var dominert av store aviser i fullformat, var det lett å assosiere tabloidformatet med løssalgsviser og løssalgsjournalistikk. Dermed var tabloidformatet mindre attraktivt i disse områdene enn i områder der de fleste lokalavisene var i tabloid.

Den eneste lille avisen i fullformat som befant seg utenfor de to fullformatområdene, var Møre-Nytt i Ørsta. Sunnmørsposten i Ålesund brukte riktignok fullformat, men alle de andre fådagersavisene som befant seg under den store paraplyen til Sunnmørsposten hadde for lengst skiftet til tabloid. Møre-Nytt var noe for seg selv, og det var den fullt klar over.

Etter den tilnærmede stabiliteten på slutten av 1990-årene fulgte en periode der de store abonnementsavisene ga opp sin motstand mot tabloidformatet. Denne utviklingen begynte i 2001, med Varden i Skien. De store fikk raskt følge av etternølerne blant de små og mellomstore avisene. Tabell 6.8 viser hvor raskt det gikk. Det var 19 fullformataviser ved utgangen av 2002, seks ved utgangen av 2005 og ingen ved utgangen av 2007.

Tabell 6.8. Overgang til tabloidformat, 1990–2005.
Opplysninger gjelder utgangen av året

	1990	1996	1999	2002	2005
Fullformat	46	28	24	19	6
Berliner ¹⁾	7	6	1	0	0
Tabloid ²⁾	145	184	198	197	218
Annet	1	1	1	1	1
Opplysninger mangler	3	1	-	-	-
Alle aviser	202	220	223	217	225
Tabloid, prosent av aviser	72	84	88	91	97
Tabloid, prosent av opplag	52	60	68	73	89

1) Også andre størrelser mellom fullformat og tabloid.

2) Også aviser med litt høyere sider enn vanlig tabloid.

Varden skiftet format på grunn av lokale konkurranse. Telemarksavisa, som var nr. 2 i Skien, hadde gått over til tabloidformat så tidlig som i 1991. Den gangen var formatskiftet ett av mange uheldige tiltak som gjorde at Telemarksavisa mistet den førsteplassen som avisen

hadde hatt siden midten av 1970-årene. På slutten av 1990-årene hadde Telemarksavisa kommet på offensiven igjen, og begynte å korte ned på avstanden til Varden. I 2001 var forskjellen omtrent 8000 eksemplarer, mens den hadde vært 11 000 fem år tidligere.

Da Varden hadde lagt om til tabloid, fulgte avisene med omtrent samme størrelse raskt etter: Asker og Bærums Budstikke (opplag 31 000) og Romerikes Blad (38 000) i 2002, Haugesunds Avis (33 000) og Tønsbergs Blad (33 000) i 2003, Drammens Tidende (47 000) og Agderposten (25 000) i 2004.

Med disse overgangene var den gamle opplagsgrensen, som før hadde ligget på omtrent 30 000 eksemplarer, blitt flyttet en god del oppover. Våren 2004 så det imidlertid ut til at det fremdeles fantes en grense. Styrene til Adresseavisen, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad hadde nettopp utredet formatspørsmålet, og konkludert med at de skulle fortsette i fullformat. En viktig begrunnelse var frykten for tapte annonseinntekter. Beregninger fra konsulentselskapet McKinsey viste at de tre avisene ville «tape flere titalls millioner på en formatendring» (Journalistens nettutgave 13. februar 2004). Redaktørene Gunnar Flikke i Adresseavisen og Einar Hålien i Bergens Tidende var også bekymret for tykkelsen – BT i tabloid ville «i verste fall bli 140 sider tykk» (Dagens Næringsliv 14. februar 2004).

Motstanden blant de aller største varte ikke lenge. Aftenposten gikk over til tabloid fra nyttår 2005, og den nye utgaven fikk en god mottakelse. Dermed var forestillingen om at det fantes en øvre grense for abonnementsaviser i tabloidformat ikke lenger gyldig. Bergens Tidende, Adresseavisen, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen skiftet alle til tabloidformat i 2006, det samme gjorde Sunnmørsposten, som helst ville skiftet i 2003, men måtte vente til det nye trykkeriet var ferdig i 2006. Ved utgangen av 2006 var det bare en avis igjen i fullformat – tredagersavisen Møre-Nytt i Ørsta. Møre-Nytt la ned sitt gamle trykkeri i november 2007, og gikk samtidig over til tabloidformat og bilder i farger.

For Varden, som innledet den siste fasen i utviklingen, var det konkurransen fra Telemarksavisa som gjorde at den skiftet format. For de andre store avisene var det den generelle svekkelsen av avismarkedet. Opplaget hadde begynt å falle, og i årene før 2004 gikk også annonsemengden ned. Mindre annonsevolum betyr tynnere avis, men med et formatskifte ville ikke nedgangen være like tydelig. Leserundersøkelser fra denne tiden viste også at et stort flertall av leserne foretrakk tabloidformatet. Med svekkelsen i lesermarkedet ble det ekstra vanskelig å holde fast ved et format som mange av leserne ikke likte.

Gratisaviser

Gratisavisen Osloposten kom med sitt første nummer 28. februar 1997. Avisen hadde to utgaver per uke, og ble utdelt til alle husstander i Oslo kommune.²⁰⁷ Utgiver var opprinnelig AvisForlagETT AS, et datterselskap av Media Holding. Media Holding var etablert av Sten Ture Jensen og ble børsnotert våren 1997. I tillegg til Osloposten eide selskapet blant annet bladene Cocktail, Lek, Mann og norske Playboy. Ikke noe vanlig avishus, altså. Etter diverse omorganiseringer ble Osloposten overtatt av Norsk Avisdrift, et selskap der den danske Søndagsavisen og norske A-pressen etter hvert var de største aksjonærene.

²⁰⁷ Opplaget den første tiden er oppgitt til 230 000. Avisen hadde mange problemer med distribusjonen, så antall eksemplarer som faktisk ble levert i postkassene, var en del lavere.

Osloposten var inspirert av den svenske gratisavisen Metro som var startet i 1995. Metro ble distribuert på T-banene i Stockholm, og ble raskt en suksess. I 1996 forhandlet Schibsted med Oslo Sporveier for å lage en tilsvarende avis i Oslo. Dette førte ikke frem. En viktig årsak var at andelen som reiste kollektivt, var lavere enn i Stockholm. I stedet kom Osloposten som ble distribuert i postkassene og ikke på trikk eller buss.

Etableringen av Osloposten var et vendepunkt i gratisavisenes utvikling. Før 1997 sto de helt utenfor den norske avisbransjen. Dette ble tydelig demonstrert på et møte i februar 1971 mellom de norske presseorganisasjonene (Holmenkollmøtet). Møtet drøftet «den trussel mot norsk dagspresse som utgivelsen av gratisaviser med avispreg kan utgjøre. Møtet vil ta avstand fra denne form for publikasjonsvirksomhet, som etter presseorganisasjonenes mening kan bety en fare for norsk presses frihet og uavhengighet». «Fare for norsk presses frihet og uavhengighet» – sterke ord om en virksomhet som den gangen talte en liten håndfull titler.

Det mest konkrete uttrykket for presseorganisasjonenes holdning, var at NAL innførte en bestemmelse i sine vedtekter i 1971 som forbød medlemsavisene å «utgi, trykke eller distribuere gratisaviser». Bestemmelsen ble innskjerpet flere ganger i løpet av 1970-årene.

Til tross for NALs forbud var det en viss vekst i utgivelsen av gratisaviser i 1970- og 1980-årene. Da presseorganisasjonene diskuterte gratisavisene i 1971, kunne de vise til at NAL hadde listet opp åtte–ni slike aviser.²⁰⁸ Gjennom 1980-årene gjorde NAL flere forsøk på å registrere forekomsten av gratisaviser. Den største kartleggingen ble foretatt i 1987, da det ble registrert 84 forskjellige publikasjoner. NAL brukte en svært vid definisjon ved sin kartlegging – de ville ha med alle «avislignende publikasjoner» som kom ut mer enn en gang i året.

NALs kartlegginger i 1980-årene viste at publikasjonene var svært forskjellige. Bare åtte av de publikasjonene NAL registrerte i 1987, kom ut ukentlig eller tilnærmet ukentlig. De andre varierte fra fjortendaglige publikasjoner til publikasjoner som bare kom ut noen få ganger i året. Forholdet mellom stoff og annonser varierte også mye. Noen var det svenskene kaller annonseblader, altså publikasjoner med mye annonser og lite tekst, mens andre liknet på vanlige aviser.

En tendens som kom tydelig frem ved kartleggingene, var at gratisavisene er mindre stabile enn betalte aviser. Det var en stor oppblomstring av gratisaviser i økonomiske høykonjunkturer, slik det var på midten av 1980-årene, og et dramatisk bortfall i dårlige tider.

I forhold til de gratisavisene som hadde vært før, skilte Osloposten seg ut ved at den kom ut to ganger per uke og dekket et stort geografisk område. Den hadde også ambisjoner om å være en lokalavis for Oslo, og ikke et rent annonseblad. Satsingen på egenprodusert lokaljournalistikk hadde den til felles med de mest ambisiøse av de eksisterende gratisavisene, som Nytt i Uka i Ålesund (etablert 1985), Stjørdals-Nytt (1984) og Byavisa i Trondheim (1996).²⁰⁹

Helt fra starten ble Osloposten oppfattet som en viktig konkurrent på annonsemarkedet i Oslo. Schibsted og Aftenposten svarte først med å fulldistribuere Aftenposten Aften hver onsdag. Dette var ikke nok til å ta knekken på Osloposten. Selv om driften gikk med

²⁰⁸ Journalisten 1971 s. 232.

²⁰⁹ Se Høst 2000 for en beskrivelse av disse og andre gratisaviser med minst en utgave per uke.

underskudd, viste leserundersøkelsen Forbruker & Media at den hadde en høy leserdekning. I enkelte bydeler skåret den faktisk høyere enn Aftenposten.

Schibsteds neste svar var å lage en egen todagers gratisavis, Avis1. Dette skjedde i april 1999. Avis1 ble distribuert gratis til alle husstander i Oslo og nabokommunene til Oslo som ikke abonnerte på Aftenposten Aften. Aftenposten Aften og Avis1 samarbeidet på annonsemarkedet ved å gi reduserte priser for annonser som ble rykket inn i begge avisene.

Gratisaviskonkurransen i Oslo var intens, men varte bare i noen få år. Etter å ha drevet med til dels store underskudd, ble Osloposten lagt ned i 2002. Dermed forsvant også mye av begrunnelsen for Avis1. Den gikk først fra to til en utgave per uke, og ble lagt ned ved årsskiftet 2005/2006.

Osloposten ble fulgt av en rekke nye gratisaviser med en lignende redaksjonell profil. De var allmenne lokalaviser med minst en utgave per uke og mye egenprodusert stoff. En optelling i rapporten Avisåret 2001 viser at det da kom ut 14 slike aviser²¹⁰.

Vel så viktig som nyetableringene var den raske holdningsendringen som skjedde i avisbransjen på slutten av 1990-årene. Gratisavisene ble ikke automatisk stemplet som «dagspressens ugress», som det sto i NALs jubileumsbok fra 1985, men kunne bli en del av det gode selskap så sant de fulgte Redaktørplakaten og leverte et anstendig redaksjonelt produkt. Fra 2001 kan gratisaviser bli medlem av Mediebedriftenes Landsforening (MBL), som er etterfølgeren til NAL, og en del av dem har benyttet anledningen.

Endringen i den offisielle holdningen til gratisaviser henger nøye sammen med aviskonsernernes aktivitet. Selv om NAL hadde et forbud mot gratisaviser, var det ikke noe hinder for Schibsted da det etablerte Avis1 i 1999. Litt senere samme år kjøpte A-pressen seg inn i Norsk Avisdrift, selskapet som eide Osloposten og Byavisa i Trondheim, mens Orkla Media tok gratisavisen Sarpsborg I Dag med i sin lokale annonsesamkjøring som også omfattet Fredrikstad Blad, Moss Avis og Østlandets Blad (Ski)²¹¹. I løpet av 1999 hadde altså de tre store konsernene fått økonomiske interesser i driften av gratisaviser.

Selv om en del av gratisavisene er kommet med i det gode selskap, er de fremdeles en svært ustabil del av det norske avislandskapet. Av de 14 ukentlige eller todagers gratisavisene som ble registrert i 2001, var det bare syv som eksisterte tre år senere. Dette er et ekstremt høyt frafall. Til gjengjeld er det startet mange nye, både av konsernene og av uavhengige lokale eiere.

Slik det norske avislandskapet ser ut i dag, er det en rolle som egner seg spesielt godt for gratisutgivelse. Det er rollen som lokal fådagersavis i store og mellomstore byer. Dagsavisen i disse byene dekker gjerne byen sammen med et stort geografisk omland, og de har nasjonale og internasjonale nyheter i tillegg til lokalstoffet. Dermed er det plass til en liten «superlokal» avis som bare dekker byen. Fra nyere tid finnes det noen få eksempler på betalte aviser som fyller denne rollen. Steinkjer-Avisa, som ble startet i 1984, er den som har holdt på lengst. Erfaringen er likevel at det er vanskelig å overleve som betalte fådagersaviser i byene. Det er derfor flere eksempler fra 1990 og fremover på at slike aviser er lagt ned eller har gått over til

²¹⁰ De fleste gratisaviser har et opphold om sommeren. Dermed kommer de under grensen på 48 utgaver per år som Statens Medieforvaltning (nå Medietilsynet) har som minstekrav for ukeaviser.

²¹¹ A-pressen klaget samarbeidet mellom Sarpsborg I Dag og Orkla Medias annonsesamkjøring inn for NAL, som brudd på reglene om illojal konkurranse.

å bli gratisaviser. Lillehammer Byavis (startet 2006, gratis fra slutten av året) og Byavisa Tønsberg (2005) er ferske eksempler på den siste tendensen. Hamar Dagblad er en litt annen variant – den var først vanlig nr. 2-avis, ble så betalt tredagersavis, men er nå gratis ukeavis.

Andre byaviser har vært gratis hele tiden. Av dem har Byavisen i Bergen (startet 1983, tidligere navn Annonseavisen) og Nytt i Uka i Ålesund (1985) den lengste historien. Nytt i Uka ble startet rett etter at Sunnmøre Arbeideravis ble lagt ned, og har hele tiden vært en gratis ukeavis for Ålesund. Senere er det blant annet etablert gratis byaviser i Trondheim (1996), Sarpsborg (1999 og 2002), Bodø (2002) og Gjøvik (2002).

Oslo er det største markedet for gratis byaviser, men samtidig det vanskeligste. Det skyldes at Oslo er mye større enn de andre byene, at befolkningen er mindre homogen, og at bypatriotismen er svakere enn i byer som Bergen og Trondheim.

Et par år etter at Osloposten innstilte virksomheten, har Orkla Media (nå Edda Media) gjort et nytt forsøk på å utgi gratisaviser i Oslo. Orkla brukte imidlertid en helt annen strategi. I stedet for en avis som skulle dekke hele Oslo, ble det etablert en kjede av ukentlige gratisaviser. Kjeden er tilpasset bydelsreformen fra 2004, der byen ble delt inn i 15 forskjellige bydeler. Hver bydel har fått sin avis, enten alene eller sammen med nabobydelen.

Utgangspunktet for de nye bydelsavisene var fædagersavisene Nordstrands Blad og Ullem Avis Akersposten, som ble kjøpt i hhv. 1999 og 2002. Orkla Media hadde også kjøpt flere små og lavfrekvente gratisaviser i Oslo.

Ut fra denne blandede avisporteføljen ble det laget et nett av ukentlige gratisaviser som ble lansert fra nyttår 2006. De betalte bydelsavisene og de lavfrekvente gratisavisene er tilpasset det nye systemet, og det er startet noen nye aviser slik at hele byen er dekket.

Ved utviklingen av det nye konseptet har Orkla Media dradd nytte av den erfaringen de har fra drift av lokalaviser andre deler av landet. Aftenposten har svart på konkurransen med å fulldistribuerer Aften hver torsdag, og å lage lokale bilag som kommer sammen med torsdagsutgaven.

Konkurransen med Edda Medias gratisaviser er på en måte en gjentakelse av konkurransen mellom Aftenposten og Osloposten, men det er også viktige forskjeller. Osloposten var startet av personer utenfor avisbransjen, og det tok tid før den ble godtatt som en seriøs aktør. Edda Medias gratisaviser er i stedet utviklet av et stort aviskonsern, og bygger på mange års erfaring med drift av lokalaviser. Og i stedet for aviser som skulle dekke hele byen, er konkurransen flyttet ned på bydelsnivå. Hensikten er å skape større nærhet til leserne. Disse forskjellene sier mye om hvordan tenkningen omkring gratisaviser har endret seg siden 1997.

Oppsummering – avisene i en ny medietid

Hvis vi tar en bilferie i Norge i dag og registrerer hvilke aviser som ligger langs ruten, vil inntrykket ikke skille seg så mye fra det vi ville fått i 1990. En del store og mellomstore byer som Trondheim, Drammen, Gjøvik, Lillehammer osv. har riktignok en dagsavis i stedet for to. Nedgangen i lokal konkurranse har vært såpass dramatisk at vi må være lokalkjente eller heldige for å komme til en by med to dagsaviser. Til gjengjeld vil vi støte på flere små lokalaviser enn før, noen av dem på steder der man på forhånd ikke skulle tro det var mulig å drive en avis.

Selv om det geografiske mønsteret ikke har endret seg så mye siden 1990, har perioden likevel vært preget av store og grunnleggende endringer. Noen av endringene kan man registrere ved å kjøpe avisene på veien og bla i dem. De fleste blir imidlertid ikke tydelige før vi snakker med dem som arbeider i avisene, og dessuten går innom avisenes sider på Internett.

I tillegg til endringene i avismønsteret er tre endringer særlig viktige. Den første er opplagsutviklingen. Før 1990 var det nesten en selvfølge for alle nr. 1- og aleneaviser at opplaget skulle vokse, gjerne litt mer enn det som tilsvarte befolkningsutviklingen. «All time high» var ikke noe relevant begrep – opplagsrekorden var som regel fra i fjor, og årets tall skulle bli enda høyere. Etter midten av 1990-årene har et flertall av avisene vært fornøyd om de klarte å holde nivået fra året før, og fra begynnelsen av 2000-årene er målet blitt å unngå store opplagsfall. Minus en halv prosent blir nå regnet som et godt resultat.

Det er riktignok to grupper av aviser som har hatt en langsiktig, positiv opplagsutvikling – næringslivsavisene og de aller minste lokalavisene. De siste årene har også vært positive for nisjeaviser som Klassekampen og Morgenbladet.

Siden nedgangen ikke har rammet alle grupper av aviser like hardt, og noen faktisk har økt, har opplagsutviklingen etter 1990 gitt en viss forskyvning i forholdet mellom forskjellige kategorier av aviser. Foreløpig har disse endringene ikke vært så store at det kan kalles en omlegging av avisstrukturen. Det som kommer nærmest, er nedgangen for løssalgsavisene. Den er så sterk at løssalgsavisene er svekket i rollen som toneangivende aviser for hele landet.

Den andre viktige endringen siden begynnelsen av 1990-årene gjelder eierne og deres rolle. De fleste store og mellomstore dagsaviser, og en stor del av fådagerversavisene, har nå kommersielle eiere. Det betyr at kravet til fortjeneste er blitt høyere enn før, og at det preger den daglige virksomheten i avishuset.

Tidligere tiders eiere var gjerne fornøyd så lenge årsregnskapet ikke hadde røde tall. Hvis driften gikk med underskudd, bidro de gjerne økonomisk for å redde avisen fra konkurs. Gikk den med overskudd, ble mesteparten av overskuddet ført tilbake til avisen. Mange eiere nøyde seg med en bedre middag etter generalforsamlingen.

Dagens store aviseiere, dvs. Schibsted, A-pressen, Edda Media og Polaris Media, har en helt annen holdning til fortjeneste. De har også andre rutiner for regnskapsføring. Dersom månedstallene viser at en avis ligger under budsjett, fører det som regel til øyeblikkelig reaksjon. Alle de store konsernene har gjennomført betydelige nedbemanninger selv om avisene har gått med overskudd. Den nedgangen i annonsemarkedet som begynte i 2008, har ført til varsel om nye sparetiltak.

Siden eierne har fått en annen rolle enn før, er det blitt et klarere skille i avisverdenen mellom aviser med og uten krav til utbytte. Aviser uten vanlige krav til utbytte er både aviser med «snille» eller «gammeldage» eiere, og aviser som får pressestøtte. Ett av vilkårene for pressestøtten er at avisen skal være organisert som aksjeselskap, og ikke betale utbytte til aksjonærene. Det er også klare regler for hvor mye aviser som inngår i et konsern, kan betale i konsernbidrag. Selv om det finnes en del muligheter for å omgå disse reglene (pris på trykktjenester, fordeling av inntekter fra annonsesamkjøringer osv.), fungerer pressestøtten likevel som en sperre mot kommersielle krav om utbytte.

Den tredje viktige endringen i perioden gjelder forholdet til andre medier. Selv om enkelte aviser var med på de første forsøkene med nærradio og lokal-TV i 1980-årene, var det

ingen tvil om at avisen var hovedproduktet. Dersom avisen drev noen annen virksomhet enn avisproduksjon, var det som regel trykking av andre publikasjoner (siviltrykk).

Etter gjennombruddet for Internett har avisene begynt å kombinere produksjon av (papir) aviser med distribusjon av nyheter i andre kanaler. Her er utviklingen fremdeles i sin begynnelse, og avisene har valgt forskjellige strategier. Noen forholder seg bare til Internett, og bruker det til en tradisjonell formidling av tekst og (still) bilder. Andre bedrifter har gått over til å kalle seg mediehus. Som regel betyr det at de produserer fjernsyn og/eller radio i tillegg til avisen og nettutgaven. På dette området er det fremdeles mye prøving og feiling, og en stor grad av usikkerhet.

Usikkerheten i avisbransjen gjelder ikke bare forholdet til andre medier. Den skyldes også de økonomiske kravene fra eierne, som kan komme i konflikt med redaksjonens ambisjoner om å lage et fullgodt produkt, og den langsiktige nedgangen i opplaget. Det siste betyr at båndet mellom avisene og det publikum og det samfunnet de henvender seg til, gradvis blir svekket.

Hvis man skal bruke store ord, er det nærliggende å si at usikkerheten gjelder avisenes sjel. Mer konkret: Det gjelder synet på avisenes samfunnsrolle og hva som er profesjonell journalistikk. Dette blir tydeligst hvis vi sammenligner utviklingen etter 1990 med utviklingen i den foregående perioden.

Den gangen handlet det om produktutvikling og opplagsvekst. Avisene løsrev seg fra den gamle partiavistradisjonen, de utviklet en uavhengig, profesjonell journalistikk, og de utnyttet de mulighetene som offset og tabloidformat ga til å gjøre avisene mer leservennlige. Det nye avisene ble godt mottatt av publikum, og opplaget økte.

Utviklingen i 1970- og 1980-årene ble drevet frem av løssalgsavisene og de lokale dagsavisene, hver på sin måte. De løsningene som disse avisene kom frem til, ble i sin tur spredt til de «rikssprede meningsbærende avisene» og de lokale fådagersavisene.

I dagens situasjon er det ingen grupper av aviser som har en lignende lederrolle. Løssalgsavisene har vært ledende på Internett, men er samtidig de store taperne på papir. Det opplegget som VG har for sin nettutgave, er dessuten så ressurskrevende at det ikke kan kopieres av små og mellomstore avisbedrifter. Det var annerledes i den forrige perioden, da avisene kunne hente ideer fra løssalgsavisene og andre pionerer og bruke dem i sin egen produksjon.

De avisene som har opplagsvekst i dag, er næringslivsavisene og de minste lokalavisene. Det virker ikke spesielt sannsynlig at disse avisene blir noen drivkraft i den journalistiske utviklingen. Til det er de to gruppene altfor forskjellige og altfor spesielle. Næringslivsavisene er nasjonale og internasjonale og henvender seg til en liten gruppe av spesielt interesserte, mens fådagersavisene er superlokale og henvender seg til alle som bor i et lite geografisk område. Og mens næringslivsavisene har ressurser til å dekke tunge og kompliserte saker, ligger fådagersavisenes styrke i at de kan dekke et bredt utvalg av saker fra lesernes nærmiljø.

Det eneste som er felles for de to gruppene, er at de dekker saker som er viktige for leserne, og at de gjør det på en saklig og nøktern måte. Dette kjennetegnet deler de med nisjeaviser som Klassekampen og Morgenbladet. Dette er også aviser som har gjort det godt i nedgangsperioden etter 2000. Hvis andre aviser skal trekke noen lærdom fra de siste årenes

opplagsvinnere, må det være at de ikke må glemme etablerte journalistiske kriterier som viktighet, saklighet og relevans. I en tid der så mange konkurrerer om å være aller først ute med siste nytt, kan det også være nyttig å huske på at de aller langsomste avisene klarer seg godt.

Sigurd Høst
Høgskulen i Volda
31.10 2009

Litteraturliste

- Andenæs, Ivar (1978): Pressens utbredelse i etterkrigstiden. En studie av avisenes spredningsforløp og markedsdeling. Stensil nr. 50, Institutt for presseforskning, Oslo.
- Andenæs, Ivar (2006): *Ord og gjerning. Thorbjørn Wale – kriger og brobygger*. Kristiansand, IJ-forlaget.
- Andersen, Ragnar (1981): Høyrepresen 1945–1970. Hovedoppgave i historie, Universitetet i Oslo.
- Apenes, Georg (1987): NRK i ferd med å bli et tabloid-TV? Kronikk, *Aftenposten* 6. april 1987.
- Bastiansen, Henrik (2009): *Lojaliteten som brast. Partipresen i Norge fra senit til fall 1945–2000*. Pressehistoriske skrifter nr. 11 2009. Oslo, Norsk Pressehistorisk forening.
- Bastiansen, Henrik og Dahl, Hans Fredrik (2003): *Norsk mediehistorie*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Bergh, Trond (1987): *Storhetstid (1945–1965)*. Arbeiderbevegelsens historie i Norge, bind 5. Oslo, Tiden.
- Bjørnsen, Bjørn (1986): *Har du frihet og sommersol kjær? Arbeiderbladet 100 år 1884–1984*. Bind II. Oslo, Tiden.

- Bø, Bjørn, Dalland, Øystein og Stugu, Ola Svein (1974): *Tre aviser i Bygde-Norge : Altaposten, Driva, Vest-Telemark Blad*. Samlaget, Oslo.
- Bønes, Bergsvein (1968): Teknisk utvikling og sosial endring. En studie av avisers overgang til offset. Stensil nr. 7, Institutt for presseforskning, Oslo.
- Carlson, Bo (1966): *Tidningsproduktion, journalistiska elementa och grafisk teknik*. Almqvist & Wiksell, Stockholm.
- Christensen, Pål og Tjelmeland, Hallvard (2003): *Flammende budbringer: Nordlys gjennom 100 år*. Tromsø, Nordlys.
- Compaine, Benjamin M. (1980): *The Newspaper Industry in the 1980s*. Knowledge Industry Publications, New York.
- Dalastøl, Oddvar (1979): *Halden Arbeiderblad er 50 år*. Halden, Halden Arbeiderblad.
- Eggum, Terje (2009): *På trykk: avisene i Sogn og Fjordane 1874–2009*. Førde, Selja forlag.
- Eide, Martin (1995): *Blod, sverte og gledestårer*. Verdens Gang 1945–1995. Verdens Gang, Oslo.
- Erichsen, Rolv Werner (1960): *Samarbeid og konkurranse i norsk presse gjennom femti år*. Bergen, J.W. Eide.
- Espeland, Gard (2001): *Tolk og tenar for lokalsamfunnet. Nærpressa i samarbeid gjennom 25 år*. Landslaget for Lokalaviser, Oslo.
- Evans, Harold (1973): *Newspaper Design*. Editing and Design, Book Five. Heinemann, London.
- Evenrud, Anne-Line og Solvang, Øystein (1989): Tredagersavisa fra «puslespill» til salgspakat. En innholdsanalyse av førstesiden i tredagersavisa. Semesteroppgave, Mediefagsseksjonen, Møre og Romsdal DH, Volda.
- Furhoff, Lars (1967): *Upplagesspiralen*. Stockholm, Svenska Bokförlaget/Norstedts.
- Førsund, Finn Borgen (1998): *Dampen og kaia: stoppestader for Fylkesbaatane i Sogn og Fjordane 1858–1998*. Førde, Selja forlag.
- Gjerding, Tone (1990): Holmestrands avishistorie. Semesteroppgave, Mediefagsseksjonen, Møre og Rømedal DH, Volda.
- Gjerstad, Odd red. (1996): Lofotposten 100 år: 1896–1996. Jubileumsnummer. Lofotposten, Svolvær.
- Gustafsson, Karl Erik (1987): Expressens forebilder – Expressen som forebild. *Pressens Årbog* 1986, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Gustafsson, Karl Erik (1996): The Umbrella Model – Upside-down. *Nordicom Review* no. 1 1996.
- Gustafsson, Karl Erik og Weibull, Lennart (1996): An Overview of European Newspaper Readership. I *Europeans Read Newspapers*. European Newspaper Publishers' Association, Brussel.
- Gynnild, Astrid (1990): *Avisene fangar blikket*. Samlaget, Oslo.
- Hjeltnes, Guri (1990): *Avisoppgjøret etter 1945*. Oslo, Aschehoug.
- Holm. Yngvar red. (1999): *Svært: Morgenposten – en gang Norges største avis*. Oslo, Orion.
- Hompland, Andreas (1993): Symbol i tabloid. I Dahl, Hans Fredrik, Forr, Gudleiv, Mjeldheim, Leiv og Solstad, Arve red. *Utskjelt og utsolgt. Dagbladet gjennom 125 år*. Oslo, Aschehoug.

- Hyldmo, Egil (1996): *Ein avisorganisasjon veks fram*. Melhus, Landslaget for Lokalaviser.
- Høeg, Tom Arbo (1973): *Norske aviser 1763–1969: en bibliografi*. Oslo, Universitetsbiblioteket.
- Høst, Sigurd (1981): Aviser og avislesing i Østfold. Stensil nr. 65, Institutt for presseforskning, Oslo.
- Høst, Sigurd (1986): Avisene i fjernsynsalderen. *Pressens Årbog* 1986. Fredrikstad, Institutt for Journalistikk.
- Høst, Sigurd (1987): Løssalgsvekst og markedsdeling. Endringer i den norske avisstrukturen i 70- og 80-årene. Publikasjon nr. 10, Møre og Romsdal distriktshøgskule, Volda.
- Høst, Sigurd (1988): *Avisen og leserne*. Publikasjon nr. 10, Møre og Romsdal distriktshøgskule, Volda.
- Høst, Sigurd (1991): The Norwegian newspaper system: Structure and development. I Rønning, Helge og Lundby, Knut (red.): *Media and Communication: Readings in Methodology, History, and Culture*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Høst, Sigurd (1993): Tabloidisering av dagspressen? Om overgangen til tabloidformat og offsettrykking blant norske aviser. Paper til den X. Nordiske konferansen for massekommunikasjonsforskning, Reykjavik august 1991. Også trykt i Høst, Sigurd (2003): *Avislandskapetets utvikling*. IJ-rapport 1/2003, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Høst, Sigurd (1996): *Aviskonkurransen. Nye og gamle teorier belyst gjennom A-pressens utvikling*. Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Høst, Sigurd (2000): Journalistikk i gratisaviser. IJ-rapport 4/2000, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Høst, Sigurd (2005): Det lokale avismønsteret. IJ-rapport 2/2005, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Høst, Sigurd (2006): Avisåret 2005. IJ-rapport nr. 1/2006, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Høst, Sigurd (2009): Avisåret 2008. Arbeidsrapport nr. 241, Høgskulen i Volda.
- Høst, Sigurd og Severinsson, Ronny (1997) Avisstrukturen i Norge og Sverige 1960 til 1995. Arbeidsrapport nr 1 fra prosjektet Norsk-svensk dagspresseutvikling. Institutt for Journalistikk, Fredrikstad 5/97, Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet nr 77.
- Høidal, Einar (2006): *Sykkylvsbladet. Lim og lupe i lokalsamfunnet*. Sykkylven, Sykkylvsbladet.
- Høyer, Svennik (1975): Norsk presse mellom 1865 og 1965: Strukturutvikling og politiske mønstre. Del A, Stensil nr. 32, Institutt for presseforskning, Oslo.
- Høyer, Svennik (1977): Norsk presse mellom 1865 og 1965: Strukturutvikling og politiske mønstre. Del B. Stensil nr. 32B, Institutt for presseforskning, Oslo.
- Høyer, Svennik (1982): Pressen i etterkrigstiden. Kapittel 9 i *Maktutredningens rapport om massemedier*. NOU 1982:30, Universitetsforlaget, Oslo.
- Høyer, Svennik (1995): *Pressen mellom teknologi og samfunn*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Jensen, Egil Remi (1997): *En by i verden – en avis i byen. 120 år med lokalavisen Agder*. Agder, Flekkefjord.
- Johansen, Tor Are (2009.): Teknologiutvikling i norske aviser 1940–2010. Upublisert manuskript til prosjektet Norsk presses historie 1763–2010.

- Klausen, Arne Martin (1986): *Med Dagbladet til tabloid*. Oslo, Gyldendal.
- Kopper, Gerd G. (1995): New Method of Concentration Research. I Gustafsson, Karl Erik (red.): *Media Structure and the State*. Rapport nr. 7, Informations- og massmediegruppen, Handelshøgskolan vid Göteborgs universitet, Göteborg.
- Lie, Hakon (1985): *Skjebneår 1945–1950*. Oslo, Tiden.
- Lundby, Knut og Skogerbø, Eli (1988): Medieutvikling, kultur og regional identitet. Rapport 1/1988. Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Lyshagen, Guttorm (2008): *Fra storhusholdning til moderne mediekonsern. Norsk Arbeiderpresses historie*. A-pressen, Oslo.
- NOU 1973:22 *Dagspressens økonomi*. Universitetsforlaget, Oslo.
- NOU 1982:30 *Maktutredningens rapport om massemedier*. Universitetsforlaget, Oslo.
- NOU 1982:44 *Pressestøtten – mål og midler*. Universitetsforlaget, Oslo.
- NOU 1988:36 *Om eierforhold i dagspressen*. Oslo, Forbruker- og administrasjonsdepartementet.
- NOU 1992:14 *Mål og midler i pressepolitikken*. Oslo, Statens forvaltningstjeneste.
- NOU 1995:3 *Mangfold i media: om eierkonsentrasjon i massemedia*. Oslo, Statens forvaltningstjeneste.
- NOU 1992:15 *Kommune- og fylkesinndelingen i et Norge i forandring*. Statens forvaltningstjeneste, Oslo.
- Olsen, Einar (1982): Makt og myter i Arbeiderpressen. *Pressens Årbog 1981/82*. Fredrikstad, Institutt for Journalistikk.
- Olsen, Einar (1998): ... og regien var ved Johan Ona. Pressestøttens ukjente sider. IJ-rapport 5/98, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.
- Ottosen, Rune, Røssland, Lars Arve og Østbye, Helge (2002): *Norsk pressehistorie*. Oslo, Samlaget.
- Paulsberg, Terje (1999): *Ingens herre ingens trell. Oppland Arbeiderblad 75 år i distriktets tjeneste*. Gjøvik, Oppland Arbeiderblad.
- Rabben, Bjarne (1995): *Vestlandsnytt. Bodberar i 60 år*. Vestlandsnytt, Fosnavåg.
- Reinton, Per Olav (1988): «Hvor blir det av den differensierte presse?» *Samtiden*, nr. 6.
- Rideng, Arne (1974): Klassifisering av kommunene i Norge 1974. *Artikler* nr. 67, Statistisk Sentralbyrå, Oslo.
- Rogers, Everett M. (2003): *Diffusion of innovations*. 5. utgave. New York, Free Press.
- Rolland, Asle (1987): Myten om hva krigen gjorde med Arbeiderbladet. *Nytt Norsk Tidsskrift* nr. 4.
- Roppen, Johann (1991): Kva står i avisa? Ein innhaldsanalyse av eit utval norske lokalaviser. Rapport 9104, Møreforskning, Volda.
- Rosse, James N. (1975): Economic Limits of Press Responsibility. *Studies in Industry Economics* 56. Stanford, Stanford University..
- Rosse, James N. og Dertouzos, James N. (1978). Economic Issues in Mass communication Industries. *Studies in Industry Economics* 99. Stanford, Stanford University.
- Rødland, Kjartan (2000): *Til vern om bygda. Raumnnes og Nes – samliv i 50 år*. Raumnnes, Årnes.

- Rønning, Ole Martin (2004): Norges Kommunistiske Partis presse. *Arbeiderhistorie 2004*. Årbok for arbeiderbevegelsens arkiv og bibliotek.
- Røste, Oddvar (1995): *En varde i distriktet. Ringerikes Blad 150 år*. Ringerikes Blad, Hønefoss.
- Sletten, Vegard (1979): *Pressestøtte og pressefridom*. Oslo, Institutt for Journalistikk.
- Snøfugl, Åsmund (1990): Norske lokalaviser – likskap og skilnader. I Gustafsson, Karl Erik red. *Lokal mediestructur och lokal medieutveckling*. Informations- och massmediegruppen, Handelshögskolan, Göteborg.
- Stat- og pressekomiteen (1967): *Innstilling om tiltak for å opprettholde en differensiert presse*. Innstilling avgitt 28. september 1967.
- Søllinge, Jette Drachmann (1999): Danish Newspapers. Structure and Developments. Nordicom Review, vol. 20:1.
- Thommesen, Henrik (2009): *Fra triumf til tragedie. Avisbedriften Tidens Tegn 1910–1941*. Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo.
- Tollnes, Ivar (1992): *Avis og avisfolk i Vestfold*. Vestfold Journalistklubb.
- Ulstein, Ragnar mfl. (1995): *Som skyttel i vev. Om samferdsel i Møre og Romsdal: Møre og Romsdal fylkesbåtar 1920–1995*. Molde, Møre og Romsdal fylkesbåtar.
- Vevatne, Ingolv (1986): Idear og arbeid. Landslaget for Lokalaviser 1976–1986.
- Volden, Knut (1996): Seddelpresse i tabloid og rosa. I Karl Erik Gustafsson red. *Dagspresstrategier*. Göteborg, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.
- Vaage, Odd Frank (2009): *Norsk mediebarometer 2008*. Oslo, Statistisk sentralbyrå.
- Wale, Thorbjørn (1971): Fjerde statsmakt eller den annen partimakt? En studie av norsk dagspresse med hovedvekt på dens forhold til partivesen og politiske myndigheter. Stensil nr. 21, Institutt for presseforskning, Oslo.
- Weibull, Lennart (1995): Det lokala tidningsvalet. I Weibull, Lennart og Kratz, Charlotta (red.): *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*. JMG, Göteborgs universitet, Göteborg.
- Westerståhl. Jörgen og Jansson, Carl-Gunnar (1858): Politisk press. Göteborgs Universitets årsskrift, vol 64. Göteborg.
- Zakariassen, Olav (2001): *Øvre, Indre og andre*. Askim/Mysen.
- Øye, Olav-Johan (1993): *Ei lokalavis i utvikling. Lokalavisjournalistikk i Firda gjennom 40 år*. Publikasjon nr. 45, Møre og Romsdal distriktshøgskule, Volda.
- Aarnes, Hans (1928): *Bladdrift. Den økonomiske sida*. Kristiansand, Bladmannaskulen.

Presseminner Presseminner Presseminner



Så, du vil bli journalist du...

Av Yngvar Holm

– Så, du vil bli journalist du, unge mann?

– Ja, det er det eneste som står i hodet på meg, og nå håper jeg at De vil la min drøm gå i oppfyllelse, svarte jeg kjekt.

– Vi får se hva jeg kan gjøre for deg da...

Denne replikkvekslingen fant sted i en av Stortingets korridorer en vårdag i 1947. Mannen ved siden av meg i skinnssofaen var stortingsmann Carl. P. Wright fra Telemarksbenken i Høyre og undertegnede, en radmager 16-åring som ville bli pressemann.

I likhet med Wright, var jeg ivrig katolikk. Jeg vokste opp på det katolske barnehjemmet St. Josephs Institutt i Akersveien 4 i Oslo og gikk på St. Sunniva skolen. Derfor regnet jeg med at politikeren ikke vil si nei til en kort samtale med en god katolikk. Og det stemte, for noen dager senere hadde jeg avtale med den erfarne politikeren.

16-åringen vandret opp Løvebakken til Stortinget, der stramme betjenter geleidet en gjennom de berømte korridorer og henter Wright inn fra salen. Jeg var klar over at Wright hadde en større aksjepost i Porsgrunnsavisen Grenmar, som var en del av Fylkesavisen i Skien. Derfor var jeg så freidig å foreslå at jeg kanskje kunne bli hospitant, eller lærling, i avisen hans.

Wright smålo, og kontakten var etablert. Senere ble vi gode venner; og stortingsmannen inviterte av og til den skrubbsultne journalistlærlingen på middag i sitt hjem i Porsgrunn, når han hadde fri fra Tinget.

Ikke født med sølvskje

Allerede som guttunge var jeg fast bestemt på å bli journalist. Men jeg var altfor opptatt av å skrive til å skaffe meg nødvendig skolebakgrunn. Først da jeg var blitt 50 år gammel fikk jeg omsider min Examen Artium – som privatist, en som måtte gå opp i alle fag!

Jeg så dagens lys på Bærum sykehus, 1. juli 1931, og begynte i første klasse på Stabekk folkeskole. Men allerede året etter havnet jeg på det katolske barnehjemmet.

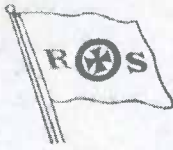
"Yngvar ble ikke født med sølvskje i munnen," som Aftenpostens kulturredaktør Finn Jor skrev i en jubileumsomtale. Mine foreldre hadde svært dårlig råd, knapt nok penger til mat og et tak over hodet, så de fant vel ut at det var å bedre for den håpefulle å bo på et barnehjem i de "harde 30-åra", som det het den gang. På katolikk-skolen drømte jeg bare om å skrive. Det startet med håndskrevne "aviser" som jeg sendte rundt i klasserommet. "Kameraten min", tror jeg den het, og besto av vitser og sånt, men jeg var i gang med skrivingen.

Under krigen kom jeg med i Redningsselskapets Unge Venner (RUV), et slags skalkeskjul for illegalt speiderarbeid. Ledere var speidersjefer som var tilknyttet Hjemmefronten. Virksomheten omfattet turer, praktisk arbeid, prøver o.l. Hva de voksne drev med, ble først kjent i fredsdagene. Selv fortsatte jeg som speider etter krigen og avanserte fra ulvunge til vanlig speider, patruljefører og til slutt troppsjef.

Jeg ble snart venn med Bror Mauritz-Hansen, den gang så kjente crazykomikeren. Vi gikk gatelangs og solgte "redningsflagg", det vil si metallmerker til å feste på jakken eller kåpen. Bror og jeg var to alen av samme stykke. Vi var mer opptatt med å finne på alle slags påfunn enn å gå på skolen.

Redningsposten

Høsten 1945 startet vi "Redningsposten – bladet for gutter og jenter". Overskuddet skulle tilfalle Norsk Selskab til Skibbrudnes Redning - Redningselskapet som het i dagligtale. Da var vi 14 år gamle. Første utgave kom i oktober 1945 med begge som utgivere og redaktører.



Redningsposten

NR. 1

 REDAKTØRER:
 YNGVAR HOLM - BROR MAURITZ-HANSEN

OKT. 1945



Bladet bar preg av at krigen var slutt. Det flommet over av nasjonalisme - norske flagg og fedrelandsdikt, spennende fortellinger som "I kamp julaften" (om norske krigseilere), "Den illegale brevkassen" (med tegning av en fryktingydende SS-offiser) og diktet "Flyangrepet", som i første vers lød slik:

*Alarmen lyder i de nattstille gater
 Man hører sirener og rop fra soldater
 Byen våkner med et av sin dvale
 De kloke er slaver; nå hersker de gale.*

Lederartikkelen i julenummeret bar preg av at vi hadde gjennomlevd fem lange og tunge krigsår. Den sluttet med følgende kraftsalve: "Norge må ikke miste sine tapre sønner, de har mistet nok under krigen. La oss bygge landet vårt. Yt ditt bidrag, din julegave til Norge. Frem for redningssaken."

Det ble brått slutt med vår bladvirksomhet da Redningsselskapets generalsekretær raskt regnet ut det ikke ble noen penger til overs for *de skibbrudne*. Etter at trykkeri, klisjeanstalt, annonseakkvisitører og alle andre hadde fått sitt, var det ikke mer igjen i kassa. De entusiastiske bladutgivere jobbet selvsagt uten vederlag - av ren idealisme for den gode sak (og sikkert fordi det var så gøy å lage et eget blad)!

14 år gammel var jeg allerede offer for min første bladdød. Det ble flere etter hvert, blant annet Fylkesavisen og Morgenposten, samt en rekke småblader. Men vi gav oss ikke så lett den gang. Bror startet skoleavisen Real og jeg ble sjefredaktør i Aars & Voss News - organ for elevene ved Aars & Voss skole like ved Slottet. Overskuddet skulle tilfalle skolens idrettslag, men det gikk vel samme vei som med *de skibbrudne*, tipper jeg.

Til porsblomstens by

Etter et års gjesteopptreden på Aars & Voss, var jeg lut lei alt som het skole. En vakker dag tok jeg toget til porsblomstens by. Først bodde jeg hos den katolske sognepresten i hans koselige pepperkakehus. Men presten, som levde ensomt i sitt sølibat, var nok engstelig for at småbysladderer skulle dikte sammen en historie om sognepresten og 16-åringen, så jeg gjorde alt for å få et krypinn i byen og pussig nok havnet jeg på hybel i konkurrerende avis: Porsgrunns Dagblad. Der våknet jeg hver morgen av at trykkpressen dundret under sengen. Det var som om hele huset ristet når den tidlige formiddagsavisen skulle i trykken.

Min avis – Grenmar – minnet mest av alt om Kjell Aukrusts publikasjon *Flåkløya Tidende*, med den forskjell at dette var avisen *uten* pakkedisk. Blekka ble nemlig trykket i Skien og var en del av Skiensfjordens Presse. Den utkom samtidig i Skien, Porsgrunn og Brevik. Det eneste som var forskjellig var "hodet" på avisen. Abonentene nektet å ta i mot avisen om distribusjonsavdelingen ved en sorteringsfeil fikk Breviks Dagblad, eller Fylkesavisen, på døren en tidlig morgenstund. De skulle ha Grenmar, takk, selv om abonnenten var klar over at det var samme avis. Lokalpatriotismen lenge leve!

Grenmar var nærmere 100 år den gang jeg begynte der. Vi holdt til i bakrommet til Porsgrunn Sparebank – vis å vis Porsgrunn kino i Storgaten. For å komme inn til redaksjonsrommet, måtte vi passere *Expeditionen*, der en eldre stram dame rådet grunnen og ruget over avisens få kontanter, for øvrig innelåst i et solid bankvelv.

Redaksjonen i Porsgrunn besto av tre mann: redaktør Siggen Olsen, journalist Sverre Brevig og spiren fra *Hovedstaden*. Her satt redaktøren like innenfor døren bak et digert skrivebord stappfullt av gamle aviser, uåpnede bokpakker fra forlagene, refuserte innlegg og egne uleselige notater. Med ryggen til redaktøren satt de menige journalister ved en avlang skrivepult. Redaktøren hadde sin egen sveivetelefon. Den øvrige redaksjonsstab hadde det andre telefonapparatet på deling. Når den ene hakket på skrivemaskinen, benyttet den andre anledningen til å ringe. Nummeret husker jeg godt: 471. Vi sveivet så kraftig at telefondamene på Sentralen sikkert hoppet i stolene sine. Vi oppførte oss som verdensreportere når vi skulle settes over til postmesteren for et telefonintervju, eller spørre vakthavende på politikammeret om det hadde vært noen i fyllearesten i helgen. Det ble ofte til en notis i avisen: *Porsgrunn politi melder om to mann i fyllearesten natt til lørdag*.

Jeg klippet ut hver eneste liten notis og nyhetsmelding jeg hadde skrevet og klebet alt inn i store protokoller – falmete utklipp som jeg har tatt vare på fram til i dag.

Kreative annonseselgere

Sverre Brevig – senere aktet seniormedarbeider i Aftenposten og ivrig tillitsmann i presseorganisasjonene – lærte meg hvordan vi kunne tjene noen ekstraskillinger ved å kolportere annonser. Vi fant fram et pent "pyntebilde" i avisens klisjearkiv. Deretter skrev vi en intetsigende *story* om alt fra båtpuss til stell av villahager, eller annet vi kunne koke sammen. Artikkelen ble utstyrt med en overskrift som for eksempel "*Våren er her*" og lignende plattheter. Korrekturavtrykket ble klistret opp på en pappkartong. Rundt avtrykket danderte vi passende ruter som markerte plass for annonser i forskjellige størrelser og prisklasser. I hjørnet på hver annonse hadde vi notert med blyant hva hver enkelt annonse ville koste den arme forretningsmann som fikk besøk av oss.

Med den stive pappen under armen, vandret vi så ut på byen til gartnerier, fargehandlere, jernvareforretninger eller andre som hadde noe å tilby i anledning våren. Ingen våget å si nei til journalistene fra lokalavisen når vi dukket opp. Det kunne jo hende at de hadde bruk for oss en annen gang, for eksempel når avisen skulle ha stoff fra Handelstandsforeningen, Indremisjonen eller Gartnerlaget. Annonseakkvisisjonen ble godtatt av forretningsstanden som "frivillighet under press". Og vi fattige penneknekter hadde tjent noen raske kroner i provisjon og var svært så fornøyde.

Jeg undrer meg på hva som hadde skjedd om en journalist hadde funnet på noe lignende i dag? Det ville sikkert blitt rabaldermøte i redaksjonsklubben, kanskje streik?

For den unge musikkelsker var det også andre måter å tjene noen skillinger på, slik som det å arrangere jazzkonserter! Det var slik jeg første gang kom i kontakt med impresario Lasse Gerlyng – han som nærmest hadde monopol på alt som het jazz og danseshow i årene etter den andre verdenskrig.

Jeg ringte til den mektige impresario en dag og gjorde avtale om leie av Porsgrunn kino til en nattinè med Rowland Greenbergs Swingband. Trykket plakater, solgte billetter og laget PR i lokalavisene. Det het forresten gratisreklame den gang. Billettene kostet fra to til fem kroner og ble revet unna. Salen var stappfull av ungdom som ikke var bortskjemte med lørdagsunderholdning ved midnatt.

Beruset av et overskudd på 500 kroner, gikk jeg i gang med konsert nummer 2. Nå satset jeg på Skien og Parkbiografien, men det gikk dessverre ikke fullt så bra. Jeg vet ikke om det var Per Asplins Swingshow som ikke trakk folk, eller om det rett og slett var et dårligere ungdomspublikum i nabobyen!

Journalistkollega Halvor Toreskaas husker godt konsertene: "Da du skaffet Norges ledende jazzelite til Porsgrunn, ble det en slik suksess, at du omgående kjøpte et kostbart radioapparat. Men da du ville forfølge suksessen, sto ikke lenger lykken den kjekke bi. Du måtte selge radioapparatet for å dekke utgiftene.

Sjefen, redaktør Siggen Olsen, var ikke særlig begeistret, og du hadde opptil flere bikkjeslagsmål med ham. Så du sendte anmelderbillettene til oss i hovedredaksjonen i Skien, fordi du mistenkte redaktøren for ikke å omtale konserten etter fortjeneste!"

Etter konsertfiaskoen i Skien, gikk jeg over til å arrangere ball. Jeg leide Odd Fellow selskapslokaler og inviterte Porsgrunnsungdommen til et gigantisk *Vårball*. Trykket flotte innbydelseskort og distribuerte disse i øst og vest (Østsiden og Vestsiden i byen vår). Antrekk: smoking eller mørk dress. Selv hadde jeg ikke annet enn den brune dressen som jeg fikk til konfirmasjonen. Skoene var nærmest utslitte, med huller under sålene. Jeg husker at jeg stadig skrev til min mor og maste om at hun måtte skaffe meg et par nye sko... Men som hovedstadsjournalist hevet jeg meg egentlig over den slags bagateller. Man var da kunstner - og sågar impresario!

Journalistikken var nærmest et kall

Da jeg begynte i avisbransjen i 1947 var journalistikken nærmest et kall – på linje med det å bli prest eller skolelærer. Og det hendte jeg fikk de helt store reportasjeoppdrag, som den gang jeg fulgte biskop Smemo på visitas i distriktet. Dagen etter kunne jeg fortelle leserne at biskopen var svært fornøyd med gravkapellet i Eidanger. Biskopen likte at kirken var i god stand, og han gledet seg særlig over de to gamle lysestakene. Men orgelet var temmelig falskt, mente biskopen, i følge den unge journalisten.

Min karriere som kirkemedarbeider fikk en brå slutt. Jeg ble bedt om å skrive om en musikkraften i Østsidens kirke, men musikkanmelderen uteble. Kanskje jeg hadde fått et par øl for mye i Folkerestauranten? Detaljene står ikke helt klart for meg, men jeg husker i hvert fall det som skjedde dagen etter.

Stjernereporteren klarte å skaffe til veie de informasjonen som var nødvendig for å skrive en strålende anmeldelse av årets store konsert. Jeg pumpet kirketjeneren for bakgrunnsstoff. Han gav meg til og med et program, slik at jeg kunne rekonstruere hva som hadde skjedd, og jeg var svært fornøyd med omtalen som sto på trykk i avisen. Da redaktøren om morgenen ba meg ta plass i den dype skinnstolen, regnet jeg med at det ville vanke ros. Han bladde opp på siden der omtalen sto, og spurte på sin mest innsnigrende måte:

– Pleier De å klappe i hendene når De går i kirken, Holm?

–Selvsagt ikke, svarte jeg nedlatende.

Som trofast kirkegjenger i den katolske kirken kjente jeg spillereglene:

– Men det gjorde De i går - *for faen!* skrek redaktøren opp i fjeset på meg, og slo deretter knyttneven i skrivebordet så papirhaugen danset halling.

– Den går ikke, herr redaktør, svarte jeg iskaldt, og regnet med en unnskyldning etter raseriutbruddet. I stedet ble mannen pionrød i ansiktet og slengte avisen over til meg.

– Les selv, brølte han.

Med rød blyant hadde han understreket følgende setning i min konsertanmeldelse: *Samtlige aktører høstet en fortjent applaus.*

Slik kunne det gå når man uteble fra en kirkekonsert og tok sjansen på å skrive om den allikevel. I dag er det jo trampeklapp i kjerka når kjente sangsolister og jazzstjerner gir konserter, men den slags var utenkelig i 40-årene.

Tabber hørte med til dagens orden, slik som den gang jeg skulle referere fra Eidanger herredsstyre.

Kollegene i de øvrige Telemarks-aviser hadde instituert den greie ordning at bare én mann skulle referere fra herredstyremøtet, men de øvrige som var satt på jobben tok seg fri den ettermiddagen. "Vakthavende fellesmedarbeider" skrev så referat med blåpapir og løp rundt i redaksjonen med det etterpå. Dagen etter sto så referatet på trykk i Porsgrunns Dagblad, Telemark Arbeiderblad, Varden og Fylkesavisen (med alle sine subutgaver). Ingen redaktør, ei heller den skarpe leser merket noe til denne rasjonalisering, selv om ordlyden i referatet var det samme i alle aviser.

Men den dagen *jeg* var referent, skal jeg si det ble lagt merke til! Jeg hadde skrevet så mye vrøvl som det gikk an å gjøre. Selv navn på kjente lokalpolitikere var helt bort i hampen. Innholdet i mitt referat var så feilaktig at herredsstyremedlemmene trodde det var et annet møte de hadde deltatt i.

Nok en gang måtte jeg sitte ned i redaktørens dype stol. At den praktiske referatordningen opphørte med øyeblikkelig virkning, sier seg selv. Derved gikk norsk presse glipp av en epokegjørende og svært så arbeidsbesparende måte å rapportere fra kommunemøter på.

Filmanmelderen

Film var ellers min store interesse. Allerede første dag jeg satte mine ben i avisen, spurte man om jeg likte å gå på kino og jeg kunne berolige redaktøren med at jeg hadde sett de fleste Tarzan og Buffalo Bill-filmer, så bakgrunnen var i orden. Dermed ble jeg godkjent som avisens filmanmelder. Til å begynne med ble jeg satt til å skrive om den ukentlige Filmavisen fra Norsk Film A/S, men etter hvert fikk jeg større oppgaver.

Man var selvsagt ikke en blautfisk av en filmkritiker, må vite! Hasse Ekman fikk gjennomgå for produksjonen av *Mens porten var stengt*: "handlingen er lik null. Hasse Ekman står for regien. Det er synd. Det hadde vært bedre om han ikke hadde hatt noe med filmen å gjøre i hele tatt, så hadde vi kanskje blitt skånet fra å se en slik elendig film." Om Ib Schønbergs film "Mani" skrev jeg at "fotograferingen er eiendommelig, men slett ikke fullkommen. Filmen var et godt eksperiment som forhåpentlig ville føre lenger frem".

Den norske filmen "Trollfossen" var "en ny, norsk skuffelse". Den eneste som fikk en brukbar omtale, var Wenche Foss. Ola Isene og Knut Wigert derimot gav jeg det glatte lag. Lydgjengivelsen var, i følge anmelderen, "rett ut sagt elendig og replikkene skurret i ørene. Her har nordmennene fortsatt en god del å lære," mente 16-åringen. Ola Isene fikk gjennomgå også for sin neste film på Porsgrunn kino. "Den hemmelighetsfulle leiligheten" mente jeg var "en total skuffelse". Jeg anbefalte filmprodusenten "å forlate det trinn han står på og se å komme litt oppover!" Etter å ha sett en dansk film om krigsseilerne, skrev jeg: "De satte livet til - og vil fortsette å gjøre det."

Da jeg ble bedt om å anmelde en film som kinosjefen hadde ventet seg mye av, skrev jeg følgende kritikk; her gjengitt *in extenso*:

"Porsgrunn kino: Fjellets sønner (fransk).

Det ville vært det beste om denne filmen var kuttet ned til en 5 minutters forfilm om fjell og klatring". Undertegnet: *Basse*.

Da rant begeret over for kinobestyrer Jonas Bjåland. Han sørget straks for at kinostyret inndro min fribillett og nektet meg adgang til kinosalen. Men da tok merkelig nok redaktøren mitt parti. Han skulle ha seg frabedt den slags innblanding i pressens arbeid. Ønsket avisen å sende unge Holm på kino, så var det opp til avisen å avgjøre det - og ikke kinostyret, svarte han. Dermed brøt det ut full krig.

Mens diskusjonen pågikk ute i byen, fortsatte jeg å slakte filmer. Disse så jeg gjennom en liten luke i maskinrommet hos den hyggelige, gamle kinomaskinisten. Av en eller annen grunn hadde han fattet sympati for unggutten som alle andre var så sinna på.

Rabalderet mellom redaktøren og kinostyret førte til diskusjon ikke bare ute på byen, men også i et par foreninger, der man interpellerte om filmkritikere generelt og Holm spesielt.

En av byens overrettssakførere, Sverre Knudsen - senere kjent kommunalpolitiker og rådmann - sa at "det er ledelsen i avisene som er ansvarlige for de dårlige kritikkene."

Det holder jeg med ham i - nå i dag. Selvsagt skulle jeg aldri vært satt på en så ansvarsfull og viktig jobb som å anmelde filmer. Men selv om jeg fleiper med det i ettertid, var min filminteresse såpass oppriktig, at jeg tok initiativet til å starte en filmklubb i byen - etter mønster fra filmklubbene i Oslo og Bergen. Den sistnevnte ble ledet av den kjente forfatter Agnar Mykle, mens Oslo-klubben ble ledet av min venn Bror Mauritz-Hansen.

Mine venner fra guttedagene påstår at når det skulle startes en eller annen speiderpatrulje, en klubb, et lokallag i Redningsselskapet, eller hva det jeg ellers fant på, så måtte jeg på død og liv være formann, uansett om man hadde andre og mer kvalifiserte kandidater. Jeg har nok alltid likt å stikke meg fram, må jeg innrømme. Slik var det også i Porsgrunn Filmklubb. Selv drevne foreningsfolk ble utmanøvrert av den fryktede filmanmelder.

Da jeg etter 1 ½ år fikk attest fra sjefredaktør J. Brunsvig, gav han meg blant annet dette skussmål: "Holm har vist seg å være i besiddelse av meget gode anlegg for journalistikk. Han har både journalistisk teft og evnen til å forme stoffet journalistisk. Han har spesielle anlegg for intervjuer, og har selv vist godt initiativ på dette område. Videre er han sterkt interessert i film, og har på eget initiativ skaffet avisen adskillig godt filmstoff. Arbeider raskt og har vært grei å samarbeide med. Jeg er ikke i tvil om at han vil ha en fremtid foran seg som journalist, og gir ham min beste anbefaling," skrev sjefredaktøren.

Dette var en brukbar attest å få med seg på veien ut i journalistlivet.

Ungdommens Radiomagasinet

Radio og fjernsyn har alltid fascinert meg. Hadde det ikke vært for at man måtte ha en eller annen fast tilknytning til Norsk Rikskringkasting for å lage radio, hadde jeg nok satset på etermediene framfor det trykte. På min tid var det ingen mulighet for å øve seg i nærradio, på lokal-TV, som diskotek-plateprater, eller lignende. Unge radioentusiaster var henvist til monopolets statsradio, og der var det sanneligvis ikke lett å passere nåløyet.

Det var Erik Diesen som lot meg få slippe til innenfor på Marienlyst. Som sønn av selveste riksprogramsjef Thorstein Diesen, og ansvarlig for den populære programposten Ungdommens Radiomagasinet, hadde Erik en viss innflytelse. Jeg skrev til junior - som den gang var 26 år - og spurte om en ung journalistlærling fra lokalpressen kunne få prøve seg i radio, og vedla et manuskript om landets filmklubber. Hele greia var på knappe to minutter.

Etter en tid kom det svar fra Diesen:

”Jo, han kunne tenke seg et innslag fra tid til annen – helst fra Telemark – men betingelsen var at den unge pressemann først lærte seg skrive navnet på den institusjon han skulle arbeide for!” Deretter fulgte en streng språklig korreks. Han pekte på flere feil i mitt brev til NRK. For det første het det ikke Norsk Rikskringkasting, formante han, og strekte under i sitt manuskript flere ortografiske feil, blant annet het det moro med kun en *r*, osv.

Etter det ble jeg mer nøye med brev og manuskripter til NRK for min læremester i radio var litt av et petimeter. Diesen satte sin ære i å lage programmer uten lyte. Han tok ikke noe på sparket; alt var gjennomtenkt og finpusset før det ble sluppet ut i eteren.

Ungdommens Radiomagasin ble sendt annenhver onsdag og varte i 45 minutter. Mine innslag ble tatt opp på forhånd - via lokalredaksjonen i Porsgrunn, med kringkastingsbestyrer Andr. Andersen ved spakene. Programmene ble etter hvert mange: Intervju med en kvinnelig norsk student på dansk idrettshøyskole, prat med en ungdom om froskemannsutstyr, intervju med en mannekeng, en danselærer og en butikkkdetektiv. Det var ellers innslag om teenage-gutteklær, litt om en høflighetskampanje, og annet som NRK fant interessant på 40-tallet.

Etter hvert slapp jeg også til i andre programmer: Jazzhalvtimer, Folk fra arbeidsplassen, ukentlig *Showbiss* (sammen med Erik Heyerdahl), en rekke pop-programmer.

Skienfjordens Presse med Fylkesavisen, Breviks Dagblad og Grenmar ble i 1974 overtatt av den lokale pressegiganten Varden. Det skjedde omtrent på samme tid som Varden brøt med Venstre. Avisen søkte deretter om medlemskap i Norsk Høirepresse. Som alibi sikret man seg fylkets eneste høyreavis. Fylkesavisen hadde gått til innkjøp av Aftenpostens gamle presse som midlertidig ble lagret på en låve. Men avisen kom aldri så langt at den ble bygget opp igjen. Da rotasjonspressen gav fra seg det siste sukk, hadde stjernereporteren forlenget sagt farvel til småbyen.

Jazzjournalist i New York

Det måtte bli Svalbard - eller Amerika! Først prøvde jeg få en jobb i den vesle blekka til Store Norske Spitsbergen Kullkompani, men det var dessverre ikke behov for en journalist av mitt kaliber. Det endte med at jeg søkte meg ut som messegutt på Den norske Amerikalinjes flaggskip M/S Oslofjord. Mens vennene mine fra katolikkskolen var opptatt med å ta artium på reallinjen, eller engelsklinjen, tok jeg Amerikalinjen!

Like etter den andre verdenskrig og utover på 50-tallet, var det populært for oss unge å ta *en tripp over dammen*, som vi sa. Den gang var det kun sjømenn forunt å seg om i verden, og Amerika langt unna for de fleste. Men vi som var unge jazzentusiaster mønstret på som messegutter, potetskrellere, nattvaskere eller piccoloer og kom oss til New York - jazzens Mekka takket være legendariske Stavangerfjord, Bergensfjord og Oslofjord.

7. november 1949 mønstret den 18 år gamle førstereisgutten på og ble fløyet til Amsterdam. Deretter fulgte prøveturen over Nordsjøen og selve jomfruturen til New York der jeg opplevde selve revolusjonen; tidsskillet da swingepoken forlot bakgatene i 52nd Street. På Times Square og Broadway, møtte jeg bopmusikken. For undertegnede ble det nærmest et kultursjokk å se og høre stjerner som altsaksofonisten Charlie Parker og trompeteren Dizzy Gillespie på bare et par skritts avstand i den nyåpnede jazzrestauranten Birdland.

Når jeg ser tilbake på mine besøk i *The Big Apple*, er det som om hele jazzleksikonet passerer revy. Det er ikke alle forunt å ha opplevd legender som Parker og Gillespie, Gerry Mulligan, Coleman Hawkins, Lester Young, Stan Getz, Teddy Wilson eller Erroll Garner, og sangstjerner som Ella Fitzgerald, Sarah Vaughan og Dinah Washington. Noen år senere, tirsdag 16. januar 1951, møtte jeg selveste ikonet blant dem alle: Billie Holiday. Det står brent i minnet, et av mine største øyeblikk som musikkjournalist.

Messegutten trålet alle jazzstedene, foruten Birdland, også Bop City, Band Box, Café Society og Apollo og ikke minst de store kinoene på Broadway, der storband som Count Basie, Tommy Dorsey, Stan Kenton, Louis Armstrong og mange andre var ”pausemusikk”

mellom hovedfilmene. Mens jeg satt i kinosalene og halvsov under filmene (som ble sendt kontinuerlig fra formiddag til midnatt), var jeg lys våken når jazzstjernene opptrådte.



Fra alt dette skrev jeg en rekke artikler for Aftenpostens lørdagsbilag, Dagbladet, Morgenbladet og flere ukeblader. Det gikk ikke lang tid før jeg fikk kallenavnet "*Bla*" blant mannskapet, der jeg satt i lugaren og hakket på min gamle reiseskrivemaskin. Mens vi lå i New York var jazzklubbene fast tilholdssted. Den gang lå amerikabåtene ved kai opp til en uke i strekk for å losse og laste gods. Dessuten skulle lugarer og salonger rengjøres. Enorme mengder mat skulle transporteres ombord og stuves på plass i proviantlagrene, osv. Alt tok sin tid, heldigvis, og jeg fikk oppleve musikklivet hver kveld og natt!

Etter hvert kom også andre artikler på trykk, ikke minst reisebrev fra Oslofjords "drømmecruise" til De vestindiske øyer og Middelhavet. Jeg hadde også avtale med Ungdommens Radiomagasinet i NRK. Opptakene ble innspilt på lydbånd i radiostasjonen ombord. Radiooffiseren, "Gnisten", var tekniker og kapteinen programsjef, mens skipper'n var en slags sensurinstans. Lydbåndene ble emballert i tomme nylonstrømpeesker som jeg fikk fra lugarpikene, deretter ble de lagt i posekonvolutter, som så ble sendt *Air Mail Express* til NRK, når jeg var innom en europeisk havneby.

Kjell Aukrust i Mannskapsavisa

Under militærtjenesten ble jeg vernepliktig journalist i Mannskapsavisa i Forsvarets Undervisnings og Velferdskorps på Akershus Festning, men før det gjennomgikk jeg i 1951 Flyvåpenets Fotolaborantskole på Kjeller flyplass og ble senere instruktør. Fotograferingsjobben var en bonus og noe jeg fikk stor glede av som pressemann. Om

kveldene redigerte jeg leiravisen Flysoldaten. Etter 18 måneders tjenestetid som rekrutt, og senere korporal, ble jeg det siste halvåret overført til Mannskapsavisa (nå Forsvarets Forum).

Kjell Aukrust startet sin karriere i forsvaret i 1946 og skulle avtjene en del av førstegangstjenesten i Mannskapsavisa. Kjell skulle egentlig bare være der tre måneder som tegner, men ble i 50 år, som en fast del av redaksjonsmiljøet. Under Kjells jevnlige besøk i redaksjonen, lærte jeg å sette pris på humoristen og spilloppmakeren. Hans store hobby var å kaste piler på blink; vi måtte derfor alltid ta noen runder når han var innom den gamle ombygde stallen på festningen. Blinken var et stort fotografi - av sexbomben Sophia Loren.

Min jobb var blant annet å renskrive Kjells notater, en haug løse lapper, som regel avlevert like før deadline. Redaktør Rolv Høiland - major, senere oberstløytnant - lukket seg så inne på kontoret, der han klippet og klistret *lay-out'en*.

Kjell startet med vitsetegninger, men etter hvert ble det Våre Duster, Folk & Fe og Flåklipa Tidende, og flere bøker - alltid med "*Redigert av Rolv Høiland*" på tittelbladet. For det bør man vite, at uten redaktør Høiland hadde ikke disse bøkene og alle moro-spaltene blitt som de ble! Jeg så med egne øyne det møysommelige arbeid Høiland la i overskrifter, vignetter, rammer og det som ble til *avisen* på trykk, en lattervekkende avisparodi. De to gærningene fant på de mest utrolige figurer til sitt persongalleri. Latteren runget fra redaktørkontoret når Knoll & Tott herjet som verst.

Kjell Aukrust og jeg holdt kontakten i alle år, også etter at jeg forlot Mannskapsavisa og ble tilknyttet andre aviser og blader. På veggene i Evas og mitt hjem på Grefsen henger mange av Kjells originaltegninger med dedikasjoner; ikke minst samtlige av hans bøker med tegninger og hilsener fra alle bevegelsens figurer - fra Reodor Felgen til Emanuel Desperados, og selvsagt alle bøker med stempler og underskrifter fra Christiania Mark og Soppkontroll. Og med autograf og personlige hilsener fra sjefen sjøl: Kjell Aukrust. Vi har bestemt seg for å overlate materialet til Aukrustsenteret i Alvøen.

Det var imidlertid ikke bare tull og tøys i Mannskapsavisa. Jeg ble sendt på mange interessante reportasjeoppdrag for redaktør Høiland, men fikk ordre om å la uniformen være på brakka. For når jeg skulle på jobb et eller annet sted utenbys, måtte jeg ankomme i sivilt antrekk. Korporalen måtte jo ikke stå ansikt til ansikt med en høyere offiser! Nei, det var nok *fotojournalisten* som måtte intervju de høye herrer i offisersmessa, eller på sjefens kontor. Da fikk jeg til de beste og mest naturlige intervjuene.

Journalistakademiet viktig start

4. september 1953 var jeg blant de 15 av 27 søkere som ble godtatt til tredje undervisnings-termin ved Journalistakademiet - landets første organiserte journalistutdannelse.

Journalistakademiet var ikke noen fullgod utdannelse for oss journalister, men det var en begynnelse. Mange innen vårt fag mente at journalistikk ikke var noe man kunne lære - i hvert fall ikke ved et beskjedent akademi. Da måtte man arbeide i en redaksjon. Men de som tok initiativet til Journalistakademiet, så annerledes på det. Den store entusiasten og drivkraften var vår rektor, Carl Just. Hans styrke var journalistisk erfaring, kunnskaper om norsk presse og om ledere innen norsk samfunnsliv. Hans pionervirksomhet satte journalistutdanningen på kartet og har gitt gode resultater. Ivar Johansen - tillitsmann på vårt kull - gav uttrykk for dette under vår 50 års jubileumsfest. Alle var fortsatt enige om at akademiet hadde vært svært verdifullt for oss.

Klassen holdt til i et møterom i Presseklubbens fjerde etasje over Rosekjelleren og det er det nokså utrolig hva vi fikk med oss av lærdom og kunnskaper. Timeplanen var stappfull av forelesninger om statsforvaltning, politisk historie, samtidshistorie, rettsvesen, økonomi, språk, litteratur, film og teater og mye annet, og selvsagt pressehistorie og journalistikk i alle varianter. Etterpå var det spørretimer med tidens fremste personligheter. Vi fikk også delta i spennende ekskursjoner, ikke bare i vårt eget land, men også i Skandinavia ellers. Arbeids-

oppgaver og konkurranser trimmet oss til å yte vårt beste og flesteparten av mine medelever ble etter hvert kjente og dyktige journalister og redaktører.

Vi måtte ut i felten også, som praktikanter – jobbe på kveldsvakter i avisredaksjoner og telegrambyråer. Selv ønsket jeg å få en fot innenfor Morgenposten (eller *Svæarta*, som avisen het på folkemunne). Den avisen, som mine foreldre og andre i familien abonnerte på, hadde jeg stor sans for.

Allerede før jeg ble elev på Journalistakademiet, leverte jeg små notiser og inserater til redaksjonen og fikk sågar en egen jazzspalte i lørdagsavisen. På kvelds- og natte-vakter ble jeg betrodd mange oppgaver. Jeg ble derfor godt kjent med de mange som skulle bli mine fremtidige kolleger.

Første ungdomsside

Etter at jeg fikk diplommet fra akademiets styreformann, Morgenbladets sjefredaktør Rolv Werner Erichsen i juni 1954, planla jeg framtiden. Fortsatt var jeg frilanser, men jeg hadde en idé til en spesialside som kanskje ville bli noe nytt og annerledes i en avis som Morgenposten.

Jeg la mye arbeid i å skissere en ungdomsside med jazz- og musikkstoff, Top Twenty-barometer, skoleteater, russespalte og annet populært stoff. For at sjefredaktør Ole Jacob Sparre skulle forstå hva jeg mente, hadde jeg utarbeidet en omstendelig lay-out i avisens fullformat med overskrifter, rammer, bilder og tegninger og limt den opp på en pappkartong.

Da jeg med pappkartongen under armen banket på døren til redaktørkontoret, var jeg svært nervøs. Ville jeg få et drepende *nei* som svar på min journalistiske nyervervelse - i verste fall bli kastet på dør? Eller ville Sparre tenne på idéen?

Jeg la uttegningen foran redaktørens på hans skrivebord, etter å ha redegjort for opplegget. Redaktør Sparre kastet et raskt blikk prøvesiden, og sa:

- Når kan De starte med dette da?
- Omgående, svarte jeg.
- Da sier vi fra og med tirsdag, svarte Sparre.

Dermed begynte min journalistiske løpebane i legendariske Morgenposten, en virksomhet som varte i samfulle ti år.

Det ble mange spesialtiltak, først og fremst ungdomssiden *MP-Ungdom*, etter hvert også musikkspalter som *Platespiller'n* og egen musikkside, som jeg redigerte sammen med blant andre Kjell Bækkelund, Arne Nordheim, Johan Kvandal og Finn Jor. Vi opprettet også hederspriser til prektig ungdom, ikke minst den etter hvert så populære ELI-prisen til beste skoleteaterforestilling. Den innstiftet jeg i 1956 sammen med Johan Fredrik Heyerdahl som ble sjefredaktør i Den norske Bokklubben og generalsekretær i Nordmands-Forbundet.

ELI-statuetten var utført av billedhuggeren Reiulf Renberg og var oppkalt etter vårt første kvinnelige komitémedlem Eli Skolmen (senere gift Schøyen), mor til Hege Schøyen. Komiteen besto av unge skuespillere som Liv Ullmann, Rut Tellefsen, Henny Moan, Harald Heide-Steen jr., Kari Simonsen, Lise Fjeldstad, Thea Stabell, Monna Tandberg, Anne-Lise Tangstad, Pål Bang-Hansen, Per Christensen, Magne Bleness, Finn Kvalem og Stein Winge. Prisen kom til å bety mye for Oslo-skolenes teateroppsetninger, men etter at Sverre Munck kjøpte Morgenposten i 1968 ble det slutt på den årlige prisutdelingen i Kroa (Dovrehallen). Ved den 13. og siste utdelingen ble prisen overrakt Riis skoles teatergruppe av Liv Ullmann.

En gang Norges største avis

Morgenposten – som i flere tiår var landets største avis – startet som gratisavisen Christiania Avertissements-Blad i 1861 og endte opp som gratisavisen Denne Uken (forkortet til DU) i 1972, mens selve hovedutgaven gikk inn 31. mars 1971.

William Nisson var avisens utgiver og første redaktør. Til å begynne med var det kun annonser i avisen, men etter hvert spedde man på med notiser og småstoff, og endret navnet

til Christiania *Nyheds-* og *Avertissements-Blad*. I 1864 hadde man såpass mange abonnenter at gratisutdelingen kunne "ophøre som overflødig". Da føyde Nisson nok et navn i tittelhodet: *Morgenposten*. Det ble da også etter hvert avisens navn.



Journalist Holm i journalistisk heltepositur. Mrk. skopuss og hatt, klart til utrykning.

William Nissons far, Andreas, var en allsidig mann som syslet med all slags forretningsvirksomhet, blant annet en skosvertefabrikk. Etter at fabrikken flyttet til andre lokaler, overtok faren gården til avisproduksjon og det var vel derfor ikke annet å vente enn at den ble hetende *Svæarta*, selv om mange trodde klengenavnet hadde med avisens trykksverte å gjøre.

Journaliststaben besto av 35 entusiastiske medarbeidere som siden har gjort det bra i livet, som det heter. Flere ble *headhunted* til andre riksaviser. Jan Schjelderup-Mathiesen og Ludwig Iversen havnet som redaksjonssekretærer i VG, men *Aftenposten* plukket ut de fleste folkene fra *Morgenposten*. Vår avholdte og dyktige redaksjonssjef Hans Vatne avanserte til sjefredaktør. Finn Jor ble kulturredaktør. Ole N. Hoemsnes overtok som næringslivsredaktør. Leif Husebye - *Morgenpostens* sjefredaktør - ble på sin post til avisen opphørte 31. mars 1971. Senere ble han sportsredaktør i *Aftenposten*. Også flere andre av *Morgenpostens* medarbeidere flyttet over til *Aftenposten*: Harald Stene Dehlin, Liv Brandvold, Finn Refsnes og Jan A. Martinsen, sistnevnte ble avisens bilderedaktør. Ellers ble Ivar Johansen sjefredaktør i NTB, Gunnar Jerman ble først redaktør og senere direktør i Norsk Eksportråd, Jahn Otto Johansen havnet i NRK og ble senere sjefredaktør i *Dagbladet*, og Reidar Storaas ble kulturansvarlig i *Bergens Tidende*. Tre av kollegene i *Svæarta* ble statssekretærer, nemlig Ivar Johansen, Arnulf Ingebrigtsen og Ole N. Hoemsnes som også påtok seg også ansvaret for Borten-regjeringens fall.

Vi var, som man forstår, litt av en gjeng i *Morgenposten* i mine ti år som medarbeider der. Avisen ble nærmest en slags rekruttskole for talentfulle unge journalister. Vi fikk frihet til skrive det vi lystet - innenfor rimelighetens grenser. Jeg var innom nær sagt alle felter - fra

musikkjournalist til kommunalmedarbeider og personaliaside-redaktør til radio og TV-sider. Ofte var jeg også nattvaktsjef, blant annet med uttegning avisens førsteside.

Moro i Morgenposten

Vi fant på *practical jokes* i Morgenposten. Som da 50-årsjubilanten, den mangeårige medarbeider Kai Hagen (Bronx), fant en særdeles rosende omtale av seg selv på trykk til tross for at han på forhånd hadde frasagt enhver omtale i avisen. Det hadde seg slik:

Leif Husebye - redaksjonens store skøyer - laget en ekstraavgave av avisen der han byttet ut en generell utenrikssak, og i stedet satte inn en omtale av Hagen med stort bilde og det hele. Dette hadde han klart å skjule da Hagen var innom nattredaksjonen for å sjekke om en eller annen skulle finne på å lure inn en omtale. Hagen så over alle blysidene i ombrekkeriet, fant ingenting alarmerende og forlot avisen i Nedre Vollgate 8 fornøyd og sikker på at ikke et ord kom på trykk.

Da jubilanten i pyjamasen utpå morgenkvisten hentet inn avisen fra dørmatta, hadde han derfor tenkt å sette seg i go'-stolen med en kaffekopp og lese, men da han fikk se omtalen av seg selv på side 2, ble han mildest talt forbannet før neste tanke slo ned: Kanskje dette var det eneste eksemplar der omtalen sto? Man kunne jo aldri vite hva redaksjonen fant på. Dermed slengte han på seg slåbroken og gikk fra dør til dør i oppgangen for å se om det hele kun var en spøk. Men nei, alle avisene i oppgangen på Sinsen lå på dørmattene med journalist Kai Hagens bilde og rosende omtale!

De fleste abonnenter på østkanten holdt Morgenposten den gang, så det Husebye og vi andre "*på natta*" hadde gjort, var å produsere femti eksemplarer av ekstraavisen. På forhånd hadde vi gjort avtale med gårdens vaktmester som skiftet ut de riktige eksemplarene av dagens ferske avis med den falske utgaven med Hagen. Gjett om det ble leven senere på morgenen da den rasende jubilanten ringte til redaksjonen og fortalte den første og beste hvor dårlig gjort det var å ikke respektere at han ikke ville ha noen omtale av seg selv på 50-årsdagen.

Ved en annen anledning var det meg Leif Husebye spilte et puss. Jeg hadde for vane å "glemme" å legge tilbake konvoluttene fra klisjearkivet. Daglig benyttet vi gamle klisjeer, om og igjen, for å kunne spare penger. Og fordi jeg benyttet bildemotiver av kjente personer på musikksider, ungdomssider, personaliasider, etc. hopet det seg opp med arkivkonvolutter som redaksjonsledelsen ville at herr Holm skulle sette tilbake på sin rette plass. Til slutt bestemte Husebye seg for stoppe ungdomsredaktørens slendrian en gang for alle. Han la derfor alle arkivkonvoluttene i en posekonvolutt og sendte den hjem til meg privat. Etter en ukes tid returnerte jeg alt sammen til redaksjonssekretær Husebye som rekommandert post! Vi fortsatte å returnere arkivkonvoluttene til hverandre som expresspost, hentebevis på postkontoret og andre postale påfunn.

Til slutt stoppet det opp - trodde jeg - til jeg intetanende fikk jeg en pakke utenbys fra. Den var adressert til meg og pakken måtte hentes på Alnabru jernbanestasjon. Pakken veide flere kilo og jeg ante ikke hvem adressanten var. Jeg kjørte til jernbanens fraktgodsavdeling, men stor var min forbauselse da jeg åpnet pakken og fant en diger murstein, pluss haugen av arkivkonvolutter og klisjeer. Da gav jeg opp. Deretter plasserte jeg tilbake arkivkonvoluttene og klisjeene i arkivet.

Jeg kunne ha underholdt leserne av *Presseminner* med flere historier, men da hadde det blitt minst 20 sider til! Enkelte av dem har jeg imidlertid nedtegnet i "*Swing it*", i "*Svæрта* - Morgenposten" og andre av mine bøker.

Vi var en fin sammensveist gjeng i gamle *Svæрта*. Derfor var det så trist at avisen måtte gi opp etter 110 år. Produktet var jo så bra; en slags datidens VG før VG ble en suksess. Det er lett å være etterpåklok, men avisens nedgang skyldtes kanskje mangel på aggressiv markedsføring. Ledelsen trodde det var mer enn nok med en annonse i egen avis av og til,

men annonsene var jo totalt bortkastet; de som leste avisen hver dag var forlenget innlemmet blant de trofaste abonnentene.

Vi unge journalister var ivrige etter å stoppe den negative opplagsutviklingen; flere av oss lanserte flere idéer til hvordan avisen burde legges om for å få fatt i nye lesere. Men vi fikk ikke gehør hos toppledelsen og styret, selv om de fleste av oss så skriften på veggen. Det var nok for sent med en snuoperasjon. Hadde vi vært noe tidligere ute og kanskje opplevd pressestøtten, og fått med oss en presseinteressert finansmann, ville muligens Morgenposten eksistert den dag i dag. For det var en god avis. Det syntes ikke minst de av oss som opplevde disse spennende og interessante årene, den beste tiden i mitt presseliv.

Flyktningerådets tidsskrift Ny Fremtid

I 1964 startet jeg mitt eget pressebyrå, der jeg også påtok meg forskjellige PR-oppgaver. *Public relations* var noe fremmedartet den gang og bare noen ganske få av oss som gikk fra pressen til PR; nærmest som å gå over til fienden! Også Henrik Nissen-Lie, Nils M. Apeland og Tor Trosterud startet egne presse- og PR-firmaer. På et tidspunkt diskuterte vi å slå oss sammen, men i stedet ble det til at vi samarbeidet der det var formålstjenlig.

Jeg ble aksjonsleder i Oslo for Flyktningehjelpen 1964 og lanserte landets første engangs-søndagsavis med Rolf Kirkvaag som redaktør. Senere hadde jeg idé og opplegg til Wenche Myhres Barneklinnikk i Gaza og ble aksjonsleder, informasjonssjef og sekretær for en lang rekke innsamlingsaksjoner og tiltak opp gjennom årene.

I 1967 overtok jeg etter Øystein Øystå som redaktør for kvartalstidsskriftet *Ny Fremtid* som ble utgitt av Det norske Flyktningeråd i et opplag på 10 000 eksemplarer. Det holdt jeg på med i syv år, samtidig som jeg hadde ansvaret for Flyktningerådets pressetjeneste og skrev en rekke artikler og reportasjer for landets aviser og ukeblader. Det brakte meg til mange interessante steder i Europa, Midt-Østen og Afrika, først og fremst flyktningleire. Som Flyktningerådets aksjonsleder veiledet jeg også flere TV-team for NRK.

Siden krigen hadde jeg vært aktiv i Ungdommens Røde Kors. I 1967 fulgte jeg opp det frivillige humanitære arbeidet ved å bli aksjonsleder i Fellesaksjonen for Midt-Østens flyktninger, et samarbeidstiltak mellom Norges Røde Kors, Kirkens Nødhjelp, Redd Barna og Det norske Flyktningeråd som jeg ble sterkt engasjert i. I mer enn 15 år deltok jeg i ulike katastrofeaksjoner. I året 1974 sto jeg i spissen for ikke mindre enn fire: Innsamlingsarbeidet etter krigsherjingene i Jordan, flomkatastrofen i Bangladesh og jordskjelvet i Guatemala, og ikke minst den store aksjonen "Afrika sulter". Etter det ble jeg tildelt organisasjonens høyeste utmerkelse - Norges Røde Kors hederstegn.

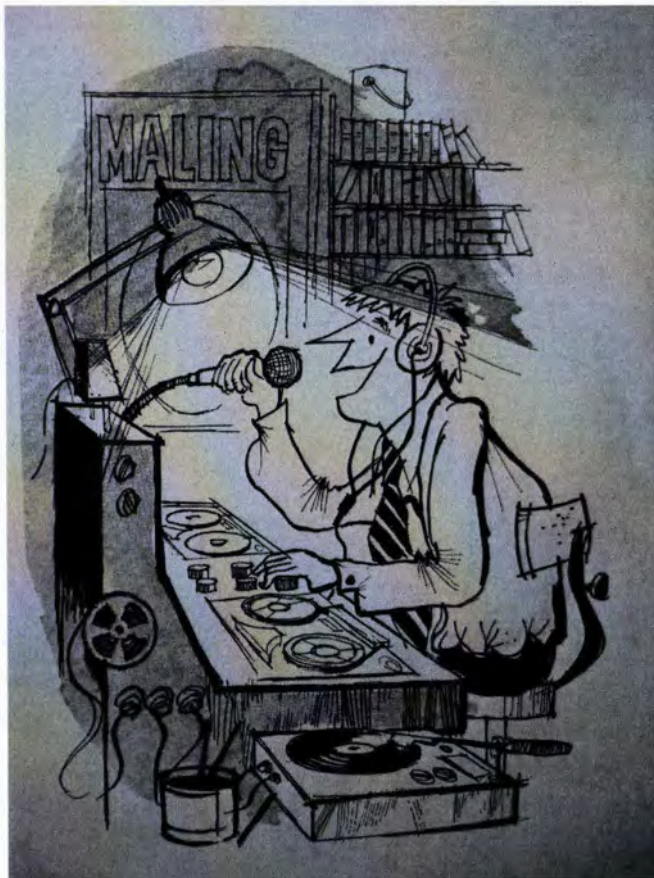
Min musikalske bakgrunn gjorde det enkelt å finne på spesialtiltak og plateaksjoner for Norges Røde Kors, Norges Blindeforbund, Redd Barna. Det ble også flere LP-plater til inntekt for FN's høykommissær for flyktninger og Det norske Flyktningeråd. Jeg innkalte til pressekonferanser i tide og utide, og før i skyttelfart til Det Kgl. Slott for å overrekke veldedighetsplatene til kong Olav og daværende kronprins Harald. Redaktør Leif Husebye sa ved en anledning til min fetter, konsernsjef Thor Røssum i Fabritius trykkeri: "Det nytter ikke å finne et bilde av Slottet i Aftenpostens fotoarkiv, for der står den alltid smilende Yngvar Holm foran med en eller annen grammofoonplate han skal til Kongen med!"

Farverådet med egen radio og TV-stasjon

Jeg pleier å si at mitt liv har vært delt i minst tre grupper: først og fremst jobben i fargebransjen, dernest musikkaktivitetene, og så alle sosiale og humanitære tiltak. Selvsagt har også familien og min Eva stått i sentrum, men jeg har dessverre brukt alt for mye av min tid utenfor hjemmet.

Sommeren 1968 ble jeg *headhunted* til stillingen som sjef for Farverådet, en jobb jeg hadde fram til sommeren 1996, da jeg etter eget ønske gikk av med pensjon, 65 år gammel.

Som leder av bransjeorganisasjonen som senere ble til INBO og IFI, var hoved-oppgaven å samarbeide med pressen, så vel dags- og ukepresse, som fagblader og tidsskrifter, og selvsagt radio og fjernsyn. Men "Maler'n" – generalkonsul Alf R. Bjercke – innså fra første stund at det måtte bli en balansegang mellom disse oppgavene og mine mange fritids-aktiviteter. Bjercke var selv en særdeles aktiv herre, og forsto at jeg måtte ha en utstrakt frihet.



Tegning: Svein Bjørnstad

Min forgjenger i stillingen, Arnfinn B. Storkaas hadde tatt initiativet til at Farverådet startet en egen TV-stasjon, Kanal X, fra et studio i en kjeller på Bøler i Oslo. Sendeområdene ble etter utvidet til Bærum, Moss og Sarpsborg, og ble da sett av nærmere 200 000 husstander. Opptakene fant sted på Chat Noir. Datidens revystjerner som Arve Opsahl, Elisabeth Grannemann og Kirsti Sparboe sto for underholdningen, mellom de informative innslagene.

NRK hadde enerett på etersendt lyd og bilde på den tiden og kabelsendingene skapte mye rabalder og førte til at Stortinget oppnevnte Bratholm-utvalget (etter professor Anders Bratholm) som skulle se på alle juridiske sider av privat TV- og kabelvirksomhet. Da prøveperioden var over, gikk Farverådet i spissen for en gruppe innen næringslivet som ønsket å etablere et frittstående selskap for egne sendinger. Oppslutningen var enorm; i løpet av kort tid var det overtegning av aksjer i det nye TV-selskapet. Da våknet Stortinget, men vi i fargebransjen hadde fått snøballen til å rulle. Etter hvert kom de kommersielle firmaene på banen, men først i 1980-årene ble monopolet opphevet.

Farveradioen - landets første informasjonsradio av større format – var et annet tiltak. Sendingene gikk over Tryvann via sendestasjonen som Telegrafstyret disponerte den gang. Vi dekket hele Østlandsområdet, inkludert Oslo, og ble sett av 400 Farveråd-medlemmer og deres ansatte i forretningene. Programmet var som regel av 10-12 minutters varighet og sendingen gikk hver virkedag kl. 09.15 med reprise kl. 12.00. Radioen var nærmest en slags "fargehandlerskole" med daglige råd, vink og bakgrunnsinformasjon til de ansatte. De fleste av forhandlere kjøpte et spesielt mottagerapparat til kr. 750.- og betalte dessuten en lytteravgift til Telegrafstyret. Selve radiostasjonens studio holdt til i vårt kontor på Tåsen. Også Farveradioen var Arnfinn B. Storkaas' initiativ.

Jeg laget en rekke fjernsynsprogrammer for NRK. Etter at TV-monopolet ble opphevet, ble undertegnede regissør og programleder også for en lang rekke oppussings- og interiørprogrammer på TV2, TV-Norge, TV3 og ikke minst de mange lokale TV-stasjoner over hele landet. I Arkitekturvernåret 1975 var jeg pressesjef, og senere deltok jeg i en rekke rehabiliteringsprosjekter i Marken i Bergen, Olav Duuns dikterhjem i Holmestrand, rehabiliteringen på Kampen og Vålerenga i Oslo, gamle Stavanger, bergstaden Røros og mange andre steder.

Farverådets hovedoppgave var i alle år samarbeidet med pressen og vi som ledet informasjonskontoret, hadde alle vår bakgrunn fra dagspressen. Vi la opp til presseseminarer, fagkurs, spesialsider om vedlikehold og oppussing. Etter hvert ble det også mange tiltak rettet mot publikum, særlig en lang rekke gjør-det-selv-bøker, til dels i store opplag. Samtidig var jeg redaktør og utgiver av det årlige magasinet *Vi fornyer oss* som ble distribuert via landets fargehandlere i mer enn 150 000 eksemplarer. Siste utgave utkom i 1987 i et opplag på 230 000. Magasinet ble senere overdratt til Programbladet, med Vårt Land som utgiver. Videre startet jeg i 1968 Fargemagasinet, som utkom annen hver måned med Øistein Lie som likestilt redaktør med Øistein Lie, til han overtok redaksjonsansvaret i 1987.

18 år som musikkjournalist i Det Nye

Fra høsten 1957 og fram til sommeren 1975 var jeg tilknyttet Det Nye som frilans musikkjournalist, såkalt *plateprater*. Det betyr at jeg var redaksjonell medarbeider i mer enn 1/3 av bladets 50-årige historie. Det ble nærmere 1000 dobbeltsider med "plateprat"; enkelte år opp til fire sider hver uke, ved siden av reportasjer og intervjuer.

Jeg hadde jo skrevet om musikk siden 1940-tallet, men det var først etter at jeg fikk faste sider i Det Nye, at jeg ble kjent. Uke etter uke smilte jeg fra spaltene og ble vel et slags "fast inventar" i bladet. Der valgte jeg min egen stil; pratet med de unge leserne og skrev i *du*-form, noe som var uhørt den gang. På trykk var man *dis* med leserne. Men det viste seg at min form slo an.

Jeg fulgte godt med i plateverdenen og kunne bringe nyheter og bakgrunnsstoff lenge før leserne hadde snappet det opp. Det var ikke fjernsyn i Norge, og i NRK-radio spilte man mest klassisk musikk. Avisene skrev sjelden om de unges popmusikk; i så fall var det på en nedlatende måte. Det Nye ble derfor raskt de unges eget musikkblad. Da vi startet opp, var opplaget 50 000, men i glansperioden på 1970-tallet solgte vi nærmere 140 000 eksemplarer. Jeg var fast ansatt i Morgenposten og måtte ha tillatelse fra avisens sjefredaktør for å kunne påta meg ekstrajobben i Det Nye, men selv etter at jeg ble direktør i Farverådet, fikk jeg lov av styreformannen å fortsette med å skrive platesidene. Det var opp til åtte ukers produksjonstid - fra jeg leverte stoffet til det kom på trykk og i salg. Senere ble tiden kortet inn; Det Nye fikk hurtigsider som gjorde platestoffet mer aktuelt.

Den dag i dag møter jeg folk som hilser og sier: "Du var en del av min ungdomstid". "Vi hadde ingen andre enn deg." "Du forsto oss unge og vår musikk.". Selv dagens etablerte og eldre popmusikere minnes denne tiden og hva vi gjorde for ungdommen. Det var ikke utelukkende musikkssidene jeg tok hånd om. Jeg skrev også reportasjer, arrangerte talent-

konkurranser, produserte Det Nye-plater, opprettet egen plateklubb med 35 000 medlemmer på det meste, Ti på topp-barometer, Det Nye-medaljen (som ble gitt til blant andre Elvis Presley i USA), Sølvmikrofonen, samt egne pop- og musikkbøker som Det Nye sto bak.



Prateplater Holm preget Det Nyes musikkstoff i 18 år – her i layout fra 1959

For meg var det naturlig å ta med alt som kunne bli til stoff i bladet. Jeg var pressesjef for en rekke utstillinger, varemessers og andre arrangementer rundt om i landet og sto i spissen for storbesøk av datidens TV-helter Roger Moore (James Bond og Helgenen), Ken Curtis (Festus i Kruttrøyk), Ben Murphy (fra serien Alias Smith & Jones), Peter Wyngarde (fra TV-serien Jason King) og flere andre. Møte superstjerner som Elvis Presley og Frank Sinatra fikk jeg også. Elvis møtte jeg i New York i 1973 og i Las Vegas i 1974. Jeg fikk utallige reportasjer ut av disse personlige møtene med ham.

Sinatra ble likevel den store favoritten for ekteparet Holm. Begge møtte ham ved konsertene i Oslo i 1989 og 1991, og ellers under besøk i London og USA; noe som selvsagt ble fulgt opp på alle måter i Det Nye.

På flere av messene tok jeg med norske artister som Wenche Myhre, Dizzie Tunes, Kjell Karlsen, Rolv Wesenlund, Harald Heide Steen jr, Pussycats og Kirsti Sparboe,. Også ved tiltak som NM og nordisk mesterskap i rock satt jeg blant arrangørene og var med i dommerpanelet to ganger. I egen regi arrangeerte jeg talentkonkurranser og jevnlige Norges-besøk av radiohelten Barry Alldis fra Radio Luxembourg.

Til slutt kalte folk meg bare *Yngvar Holm i Det Nye* - selv om jeg aldri var ansatt der!

Spellemannprisen

I kavalkaden over presseminner føles det riktig å avslutte med et av de tiltak som jeg er mest stolt over å ha bistått ved fødselen av: Spellemannprisen.

Sigurd "Totto" Johannessen og undertegnede hadde lenge diskutert muligheten av å opprette en norsk platepris etter mønster av Grammy i USA, Edison i Holland og Grammis i Sverige. Vi hadde et nært forhold fra jazztiden og da han ble sjef for Polydor og jeg rundt 1970 begynte å redigere plateselskapets musikkavis Opus som ble distribuert via landets musikkforretninger, var det naturlig at tanken igjen dukket opp. Vi håpet med en slik pris å gjøre bransjen mer seriøs; ikke minst overfor regjering og myndigheter, med det mål å få avskaffet moms på plater. Ønsket var å løfte musikk opp på linje med litteratur og annen kunst som er fritatt for merverdiavgift i sisteleddet. Dette var en sak som ble diskutert også i andre internasjonale organer, blant annet UNESCO.

Forutsetningen for opprettelsen av en eventuell norsk pris, var at vi fikk til et samarbeid med NRK om en årlig kavalkade i fjernsynet og det lyktes vi med. Den første Spellemannprisen – for 1972 – ble delt ut i 1973, men hvordan skulle troféet se ut?

Jeg pleide å klimpre litt på en munnharpe jeg har hjemme i skrivebordskuffen så jeg foreslo for Totto at vi kanskje kunne ta utgangspunkt i "harpa". Han tente på idéen og jeg fikk i oppdrag å utarbeide et forslag til en harpe som trofé. Tegneren Bjørn Berg jobbet en del for Morgenposten og tegnet et utkast, men det virket noe flatt og spinkelt. Amatørmaleren Bernt F. Øhrn fikk likevel i oppdrag å spikke en prøve, som kunne egne seg til bronseavstøpning. Resultatet ble den stiliserte munnharpa. Prototypen har jeg nå overlevert til Popsenteret, Oslo kommunes opplevelsessenter for populærmusikk ved Schous Kulturbryggeri, som åpner høsten 2010.

Mens Berg og Øhrn tegnet og spikket, jobbet jeg med å finne på et passende navn på plateprisen. Det måtte bli noe norsk. Grammis ville ikke ha samme klang hos oss. Navnet Per Spelmann dukket opp. Det ble for mye slagside mot folkemusikken, men jeg drodlet videre og endte på nye ordet som kom fra jazzsjargongen; å spille, spellemann og spellikant.

Stort sett har vinnerne av Spellemannprisen vært stolte over å ha mottatt troféet, men da heavy metal-bandene begynte å vinne, måtte de selvsagt protestere. Utestedet Garage i Bergen har fått i "gave" ikke mindre enn fem Spellemannpriser, som alle har havnet som dørhåndtak der! Siste gang var det metallbandet Audrey Horne som ga bort sin pris. Den befinner seg i dag på døra til jentetoiletet.

Tross den kritikken som har vært rettet mot Spellemannprisen opp gjennom årene, er det mange som har gitt uttrykk for at den betyr noe positivt for norsk musikkliv. Åge Aleksandersen sa det slik i et intervju med Arbeiderbladet (senere Dagsavisen) i 1984:

"Spellemannprisen verdsetter jeg meget høyt. Det betyr veldig mye for artister å kunne motta synlige oppmuntringer som dette. Platemarkedet i et lite land som Norge er hardt og vi trenger sårt de "puff" som Spellemannprisen gir oss. Prisen styrker trua på at det vi holder på med er riktig. Gjennom Spellemann-showet får en demonstrert spennvidden og mangfoldet innen norsk musikkliv", sa den kjente trønderrockeren.

Jan Paulsen, Spellemannkomitéens formann, uttrykte slik ved 25 års jubileet: "Totto Johannessen og Yngvar Holm, som sto faddere til den første Spellemannprisen i 1972, drømte neppe om hvilken suksess den skulle få, eller hvor betydningsfull prisen skulle bli for norsk

musikk. Men når norske journalister i dag omtaler den amerikanske Grammy Award som Amerikas Spellemannpris, da er vi kommet lang på vei! ”

Etter å ha vært Spellemannprisens altmuligmann i 10 år, ønsket jeg å gå fra borde. Det ble for slitsomt å være juryens faste sekretær ved siden av alle mine øvrige arbeidsoppgaver. Sammen med Totto var jeg med i de årlige forhandlingene med NRK. Jeg hentet inn hundrevis av esker med plater som skulle distribueres til juryen. Det var også min jobb å sørge for avstøping av bronsestatuettene, besørge trefoten og sølvskiltene for inngraving, få trykket diplomer, programhefter og ikke minst være ansvarlig for hele presseopplegget. Det ble mange klippbøker med avisintervjuer og omtaler fra både før og etter prisutdelingene.

Nå ser jeg tilbake på Spellemannprisen gjennom 37 år og mener at prisen fortsatt har sin berettigelse. La oss derfor håpe at målsetting vi hadde i starten – å høyne kvalitetsnivået i norsk plateproduksjon – ikke vil bli borte i den kommersielle støyen rundt prisutdelingen.



Plateprater Holm spiser is Cliff Richard under ett av idolets norgesbesøk på 1960-tallet

Ringen er sluttet

Ved 65-årsdagen min 1. juli 1996 gikk jeg av – etter eget ønske – som leder for fargebransjens informasjonskontor. Samme dag startet vi Tress Media, et kontorfellesskap med kolleger og gode venner fra Morgenposten. Det var - foruten meg selv - Gunnar Jerman som ble redaktør i Norges Utenrikshandel, informasjonssjef i Norges Eksportråd og direktør i Norshow, som sto for oppførelsen av Norges paviljong i EPCOT-senteret i Disney World i USA, og Odd-Kjell Skjeggstad som var informasjonssjef i Landbrukets Sentralforbund, Senterpartiet, Norges Statsbaner, Norges Bondelag, Norsk Tipping, Norske Meierier og til

slutt i Det Kgl. Selskab for Norges Vel. Vårt formål var å påta oss generelle informasjonsoppgaver, men litt etter litt ble det også utgivelse av egne bøker på forskjellige forlag. Alle tre er vi medlemmer i Norsk Faglitterær- og Oversetterforening. Gunnar omtalte oss ofte som "bokfabrikken" for vi utgav bøker på løpende bånd – nesten en ny bok hvert år. Min siste fagbok var forøvrig "Den store boken om Amerikabåtene", som utkom i tre opplag.

Etter ti års kontorfellesskap og nært samarbeid, ble vi enige om å jobbe fra hvert vårt hjemmekontor. Men vi treffes jevnlig til lunsjmøter for å utveksle idéer og gi hverandre gode råd. Slik er ringen sluttet fra de gylne årene i *Sværta*.

Kilder:

Internett hjemmeside: yngvarholm.com

Kaare Sandegren, Yngvar Holm m.fl. (1954) *Boken om Jazz*. Oslo: Dreyer

Yngvar Holm (1957) *Vi spiller plater*. Oslo: Gerlyng

Yngvar Holm (1990) *Swing it - tidsbilder fra de glade 50-60 årene* Oslo: Ypsilon

Yngvar Holm (1972) *Farverik PR*. Oslo: Farverådet

Yngvar Holm (1999) *Sværta - Morgenposten - en gang Norges største avis*. Oslo: Orion

Yngvar Holm (2004) *Den store boken om Amerikabåtene*. Bergen: Edvard'en Forlag

Pressehistoriske skrifter:

Nr. 1/2004:

Arnhold Skre:

"I dag må ingen sitte hjemme"

Presse og partiloyalitet 1957 – 1973.

Nr. 2/2004:

Øystein Sande m. fl.:

Agitasjon og opplysning

Nr. 3/2004:

Else-Beth Roaldsø:

Å skrive i motvind.

Ruth Thomsen og Stavanger Aftenblad

Nr. 4/2005:

Norhild Joleik:

Albert Joleik – bladstyrar i brytingstid

Nr. 5/2005:

1905 – Nu gjælder det at holde kjøft

Nr. 6/2006:

Anne Hege Simonsen:

De der ute – vi her hjemme

Nr. 7/2006:

Tor Are Johansen:

"Trangen til læsning stiger,

selv oppe i Ultima Thule"

Aviser, ekspansjon og teknologisk endring ca 1763-1880

Nr. 8/2007:

Guri Hjeltnes (red):

"Har de ikke journalister

i Aftenbladet lenger når de sender et kvinnfolk?"

Kjønnsperspektiv på pressehistorien

Nr. 9/2007:

Tor Are Johansen:

Hett bly og raske presser.

Teknologisk endring i norsk avisproduksjon

Nr. 10/2008:

Sidsel Meyer:

Meningsmangfold eller ensretting

under den kalde krigen

Nr 11/2009:

Henrik Grue Bastiansen:

Lojaliteten som brast.

Partipressen i Norge fra senit til fall

1964-2009

Nr. 12/2009:

Sigurd Høst:

Mye mer enn Akersgata.

Norsk pressestruktur 1945-2009

NØRSK PRESSEHISTORISK FØRENING

Ved utgangen av 2008 kom det ut 228 ulike aviser i Noreg, og like mange var det året før. Dette var det høgaste talet sidan krigen. Den gamle toppnoteringa var 227 aviser i 1952 og nivået er likt nå, men avismønsteret har endra seg. Berre litt over halvparten av avisene frå 1952 finst i dag. Norsk presse har i etterkrigstida sett avisdød, men også mange nyetableringar. I dette nummeret av Pressehistoriske skrifter presenterer vi Sigurd Høsts omfattande gransking av endringane i norsk pressestruktur frå freden kom og fram til i dag.

Høst fortel om A-prensa som reiser seg att og storaviser som veks i gjenoppbyggingsåra. Om den første perioden med avisdød og konsentrasjon frå 1950-talet. Om laussalsavisene som blir våre første riksaviser. Om det nye mønsteret som veks fram frå 1970. Om nye trykketeknikkar, auken i avisforbruket og så om dei siste tiåras stagnasjon og tilbakegang – i deler av avisfeltet.

Nytt i Høsts forskning er at han synleggjer differensieringa mellom dei sentrale og dei meir periferе avismarknadene. I dag er det mykje merksemd omkring fallet i storavisers opplag, men at vi har fått ei heil rad med godt levedyktige nykommarar blir det snakka mindre om.

Framstillinga er basert på datamaterialet som Høst har arbeidd med å byggja opp sidan 1990 og omfattar alle avisene i Noreg. "Mye mer enn Akersgata. Norsk pressestruktur 1945-2009" er eit av dei mange forskingsbidraga til verket Norsk presses historie som kjem ut i 2010.

Presseminna er denne gongen skrivne av ein norsk journalistikkpioner. Yngvar Holm fortel om ein journalistkarriere som spenner frå nattredaktør til jazzimpressario og dekker samme periode i norsk presse som Sigurd Høst undersøker.