

1

SVENSK PRESS

En tidnings organisation

Uppsats framlagd vid  
diskussionsseminariet  
i statskunskap.  
Vindeln 201  
Berit Brantén

## Inledning

Uppsatsen avser att redogöra för den principiella organisationen på en större rikstidning och som jämförelse är exempel hämtade från en mindre och en större lokaltidning, båda eftermiddagstidningar, Karlskoga Tidning /opolitisk/ och Östersunds-Posten /höger/. Här nedan förkortade till KT och ÖP.

## Ägarförhållanden.

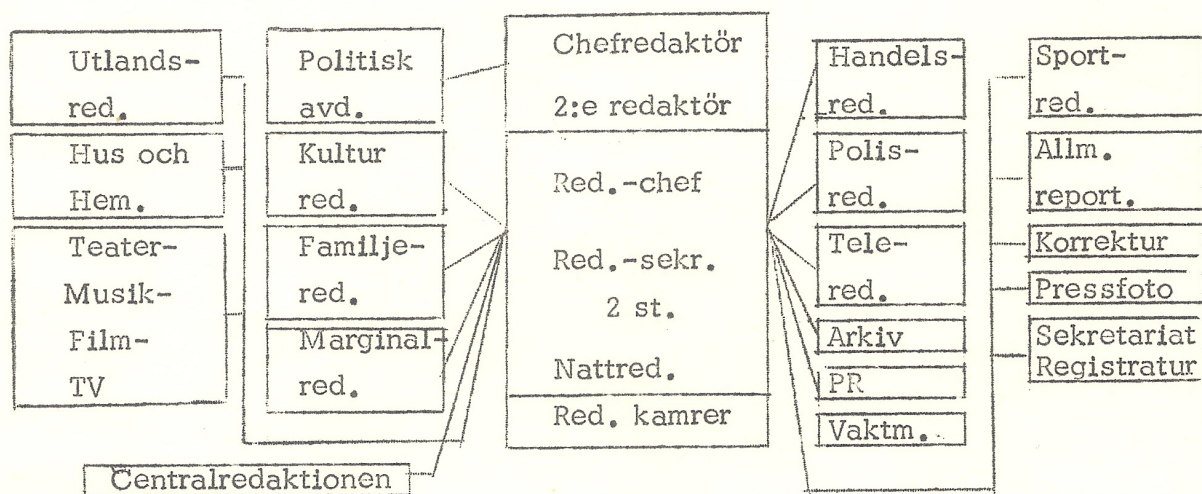
En tidning kan antingen ägas av en organisation (socialdemokratiska och centerpartitidningar), en stiftelse (Sv. Dagbl., Uppsala Nya Tidn. m.fl.) eller vara privatägd. Flertalet av de privatägda tidningarna drivs i form av aktiebolag (ÖP). Aktiemajoriteten i DN-Expressen ägs av familjen Bonnier, som är representerad i företagets styrelse, men som inte innehar någon befattning inom tidningarnas redaktioner. I flera fall ägs tidningar av en familj, där en eller flera familjemedlemmar är verksamma inom tidningen (Sydsv. Dagbl., Helsingborgs Dagblad m.fl.) Ett ex. på en redaktörsägd tidning är Harry Hjörnes Göteborgs-Posten. Kedjebildning blir allt vanligare inom svensk press, d.v.s. flera tidningar har en gemensam ägare. Nya Wermlands-Tidningen, Karlskoga Tidning, Arvika Nyheter och Säfte-Tidningen ägs av direktör Ander.

De viktigaste avdelningarna på en tidning är redaktionen, annonsavdelningen, de tekniska avdelningarna, distributionsavdelningen och prenumerationsavdelningen.

Huvudredaktionens organisation beror på tidningens storlek. En långt driven fördelning av uppgifterna kan ske på de stora Stockholmstidningarna, som med en upplaga på över 150.000 ex. har c:a 200 personer anställda på redaktionen. Nedanstående exempel är hämtat från Sv. Dagbl.

## REDAKTIONEN

### Organisationsplan



ÖP med en upplaga på 32.000 ex. har 24 anställda och KT med en upplaga på 12.000 ex. har en redaktion på 8-10 man. Skillnaden mellan en större och en mindre tidnings redaktioner är att på den mindre tidningen får flera uppgifter klaras av en person. I spetsen för redaktionen står chefredaktören (eller huvudredaktören) och han har till uppgift att representera tidningen utåt, att övervaka och leda redaktionsarbetet på lång sikt och ansvara för tidningens ledaravdelning samt tidningens politiska och allmänna hållning. Redaktionschefen (eller red. sekreteraren) är chefredaktörens närmaste man och leder det dagliga redaktionsarbetet. Större tidningar kan ha både red. chef och en eller flera red. sekr. Någon medlem av redaktionen är ansvarig utgivare. Den som utger en periodisk skrift har nämligen skyldighet att tillse att skriften har en ansvarig utgivare, vars namn skall vara utsatt på varje nummer och som ensam har det juridiska ansvaret för innehållet i skriften. Vid sidan av chef. red. och jämställd med honom är verkställande direktören, som ansvarar för arbetet på övriga avdelningar och vars närmaste man är annonschefen. En morgontidning har även en nattredaktör, som avlöser red. chefen vid 19-tiden och som bär huvudansvaret för den färdiga tidningens utseende. För övrigt består redaktionspersonalen av notischefen, som sorterar och fördelar allt löpande material utifrån. Ett antal politiska redaktörer och reportrar, som ägnar sig åt allmän nyhetsbevakning eller specialiserar sig på bevakning av kommunala ärenden, av polisärenden, svarar för familjesidan, för nöjessidan o.s.v. Redigerarna, som ger tidningens text-sidor deras slutliga utformning, sätter rubriker, stryker ner för långa artiklar, bestämmer stilsort o.s.v. Vidare finns fotografer, mottagare av nyhetsmaterial, som kommer på teleprinter, telex och telefon, korrekturläsare samt arkivarier. Sportavdelningen med sportchefen samt hans medarbetare är en redaktion inom redaktionen. Ofta har en tidning lokal-redaktioner och korrespondenter inom sitt spridningsområde samt utlandskorrespondenter.

Tidning	Lokalred.	Utlandskorr.
Sv. Dagbl.	4	10
DN	16	7
Expr.	21	6
KT	2	-
ÖP	7	-

Via telex och telefon står dessa i ständig kontakt med sina huvudredaktioner.

Som en gemensam riksredaktion för landsortspressen, fungerar Pressens Reportagebyrå i Stockholm, som sänder ut aktuella reportage och intervjuer samt bildmaterial och kulturartiklar per teleprinter och telefoto. Byrån ägs av FLT (Förenade Landsortstidningar AB), som skall tillvarata delägarnas ekonomiska intressen och upprätthålla gemensamma annonspriser på grundval av gällande annonsavtal.

På KT är chefredaktören också ansvarig utgivare. ÖP:s chefredaktör är tidningens verkställande direktör och de redaktionella arbetsuppgifterna har därför fördelats mellan två redaktionschefer. Den ena svarar för den ekonomiskt-administrativa sidan, den andre för nyhetssidan, leder redaktionsarbetet, dirigerar medarbetarna på olika uppdrag, bestämmer tidningens utformning och är också tidningens ansvarige utgivare.

Annonsavdelningens uppgift är att mottaga annonser och se till att de blir införda i tidningen på rätt dag och rätt plats. Därför placeras dagens annonser ut på tidningssidorna mycket tidigt. Annonser kan vara riksannonser, lokala annonser och legala annonser. Riksannonser kommer till tidningen genom annonsbyråer. Dessa är ombud för riksannonsörer och samarbetar med tidningarna på annonsörernas uppdrag. Detta innebär en stor tidsvinst för tidningen, ty annonsbyrån kan leverera en färdig annons. Lokala annonser är föremål för tidningens egen försäljningspolitik.

Defensiv försäljning är att bevaka annonsering i andra tidningar på platsen och försöka dra till sig annonsörer, som inte annonserat i den egna tidningen. Offensiv försäljning är att skaffa annonser genom eget initiativ och på så sätt öka tidningens andel i annonsmarknaden. Cirka 60 % av tidningsföretagens inkomster kommer från annonsering.

De tekniska avdelningarna omfattar sätteri, klichéanstalt, fotolaboratorium och tryckeri. DN-Expressen med sina stora upplagor, har 6 st. rotationspressar för tryckningen, Sv. Dagbl. har 2 st. En dylik press kostar ungefär 2 milj. kr.

När kapaciteten i KT:s tryckpressar blev för liten och byggförbud hindrade utvidgning av lokalerna, började tidningen i april 1961 tryckas i Karlstad på Nya Wermlands-Tidningens officin, där det finns rotationspress. Eftersom NWT är en morgontidning, kan man på detta sätt utnyttja pressarna under längre tid. All sättning sker dock i Karlskoga och ett avtryck göres av varje sida i form av en pappmatris/asbest, som tål den temp. på nära 300° som stilmetalen har vid gjutningen/. Dessa matriser sänds sedan till Karlstad, där gjutning till tryckplåt och tryckning sker. Ett redaktionellt samarbete med NWT äger rum på så sätt att en riksnyhets sida med TT-telegram sätts i Karlstad och placeras in i KT. I Karlskoga finns fotolab., klichéanstalt och ett beställningstryckeri.

ÖP har sätteri med ett tiotal sättmaskiner, klichéanstalt och tryckeri, där tryckningen sker i en rotationspress. Något fotolab. finns inte, ÖP anlitar nämligen en fristående firma för allt fotoarbete. Ett civiltryckeri finns, men sedan 1964 bildar detta ett fristående aktiebolag "ÖP-tryck".

#### Distributionsavdelningen.

Det finns i det moderna samhället knappast någon produkt, som tillryggelägger vägen från tillverkningsstället till konsumenten snabbare än en daglig tidning. Den författas, produceras och formgives under dygnets ena hälft och sprids ut till prenumeranter och lösnummerköpare under dess andra hälft. Några få timmar efter det tidningen har lämnat tryckpressarna, har den kanske nått landets mest avlägsna hörn. Det krävs en mycket komplicerad distributionsapparat för att transporten skall ske friktionsfritt. För Stockholms-tidningarnas del har det under senare år blivit en allmän tendens att tidigarelägga pressläggningen, dels ur ekonomisk synpunkt för att utnyttja pressarna under längre tid, dels för att få samma försäljningstid i landsorten som i Stockholm.

Morgontidningarna använder sig av flyg till Umeå och Visby och för övrigt på långa avstånd av tåg, varvid en upplaga går i press redan vid 22-tiden på kvällen för att vid 23.30-tiden lastas på tidningstågen till Malmö, Nässjö, Göteborg och Sundsvall. Andra editionen går i press kl. 01 och denna upplaga sänds med tidningsbilar högst 20 mil från Stockholm räknat. Utbärningen sker oftast med speciella tidn. bud, endast till en mindre del av brevbarare. Tredje editionen, avsedd för Stockholmsområdet, tryckes mellan kl. 02 och 03. Tidningarna transporteras med bilar till utlämningsställena, som är belägna i innerstaden och i förstads- och förortsområdena. Dessa tre editioner är A-upplagan. Dessutom trycks en B-upplaga, som går i press kl. 14 och når sina läsare följande dag via posten. Den förbättrade distributionen av A-upplagan har numera gjort att B-upplagan minskat i betydelse.

Inom Stockholmsdistriktet finns c:a 2000 tidn. bud. Även Postverket och Pressbyrån anlitas. Distributionen är dyrbar och Stockholms-Tidningen försöker på grund av ekonomiska skäl på senare år inrikta tidningsutgivningen till Stor-Stockholm, just för att slippa en del av den dyra distributionen av prenumerantexemplar till glesbygder och avlägsna tätorter. Kvällstidningarna, som börjar tryckas vid 9-tiden på morgonen, är mycket beroende av en effektiv distribution. De har lagt ned stor möda just på distributionstekniken och med sitt tabloidformat gjort tidningen liten till format och vikt, vilket gjort det möjligt att frakta dem med relativt sett dyra transportmedel. Expressen t.ex. distribuerar 83.000 ex. med flyg till Umeå, Karlstad, Sundsvall, Luleå och Visby. 250 bilar distribuerar 300.000 ex. från Stockholmsofficinen och 150.000 ex. från Jönköpingsofficinen, dit man enligt faksimilemetoden per telefonkabel överför tidningen. Aftonbladet har liksom Expressen startat filialtryckerier i södra Sverige, för att snabbare kunna förse Malmö- och Göteborgsområdet med färskt tidningsexemplar och fler lokala nyheter.

Göteborgs-Posten har dels genom en exemplarisk distributionsapparat kunnat föra ut tidningen till stora delar av västra och södra Sverige (från Värmland till Småland och Nordskåne) och dels genom ett billigt prenumerationspris, som erlägges direkt till tidn. budet, kunnat öka sin upplaga och är nu Sveriges tredje tidning i storlek. Kvällsposten och Göteborgs-Tidningen står inför problemet att en fortsatt expansion kan tvinga dem längre och längre ut från själva utgivningsorten. En tendens som ökar kostnaderna, minskar tidningens lokalkaraktär och möjligen kan tvinga fram en komplicerad differentiering av Expressens och Aftonbladets modell. Norrländska Socialdemokraten har från 1945, genom att dåvarande ekonomichefen lyckades övertala SJs distriktsledning att hyra ut en rälsbuss för en speciell nattlig tidningstur ända till Kiruna, kunnat öka sin upplaga väsentligt och är nu störst i Norrland.

Karlskogas och Östersunds tidningsområden redovisas i bilaga 1.

Beträffande Karlskoga's Tidnings distribution hänvisas till bilaga 2.

Inom Karlskoga stad är 54 tidningsbud anställda. Totalt för alla tre editionernas utbärning är 90-95 bud anställda. Ett ex. på hur en nedlagd busslinje kan försvåra en tidnings distribution redovisas också på bilaga 2.

Tidigare sändes tidningen som korsband med bussen till Nora, men sedan denna busslinje lagts ned, har man en brevlåda i Lerängen där alla prenumerantexemplar läggs ned. Vid arbetets slut hämtar prenumeranterna själva på hemväg från sitt arbete i Bofors sitt ex. i denna låda. Den person som bor längst bort i Vikersvik, brukar taga med sina grannars exemplar. I Karlskoga har brevbärningsturer till Espedalen, Linnebäck, Stråbergsmymren och Bodalén lagts så sent, att brevbärarna kan taga med tidningen, som utkommer kl. 14. All biltransport sker i Pressbyråns regi.

Östersunds-Postens distribution redovisas i bilaga 3. Inom Östersunds stad är 60 tidn. bud anställda, totalt är antalet tidn. bud 135 st. Pressbyrån anlitas enbart för transport Östersund-Sundsvall, övriga billinjer går i egen regi, dels med egen bil, dels med taxi. Ett 40-tal busslinjer utnyttjas för distributionen, varför endast de viktigaste kunnat tagas med på kartan. Då busslinjer ändras eller läggs ned och postanstalter dras in, blir det svårigheter med distributionen. Mellan Åsarna och Ljungdalen är busslinjen numer tidigare lagd 2 dagar i veckan och då kan ÖP inte hinna till Åsarna i tid, utan får sändas med skol- och mjölkskjutsar till området närmast Åsarna, medan Storsjö och Ljungdalen får tidningen först nästa dag. Mellan Åsarna och Rätan är det lantbrevbärning, 2 turer i veckan. Där har ÖP fått ordna en egen billinje, vilket kostar 5.000 kr/år. I Ope fanns ett postkontor, som drogs in 1 juni 1965. Området får därefter sin post med lantbrevbärarlinjen Östersund-Brunflo, som utgår så tidigt att ÖP ej kan komma med och för de c:a 150 abonnenternas skull har ÖP fått ordna en billinje, till väsentligt ökad kostnad.

Största svårigheterna och högsta kostnaden för distributionen, har man i norra Jämtland och västra Härjedalen. Här kan man få kosta på en billinje samt ett tidn. bud, som kanske bara delar ut ett 10-tal ex. på en sträcka av 3-4 mil. Då kan ett ex. av tidningen komma upp i en kostnad av nästan dubbla prenumerationspriset. Kostnaderna för distributionen blir höga. ÖP betalar i postavgifter 8.000 kr/vecka och för busstransporter 650 kr/vecka. C:a 40 % av pren. avg. går till distributionskostnader.

Prenumerationsavdelningen bokför inbetalda pren. avg., utkräver förfallna pren. avg. och verkar för prenumerantanskaffning. Förhållandet mellan antalet lösnummerköpare och antalet prenumeranter beror på tidningarnas olika karaktär. Sv. Dagbladet har t.ex. mycket stor prenumerantstock, 90 % av upplagan, medan DN har 72 % och Expressen helt bygger på lösnummerförsäljning. Att DN har så mycket större lösnummerförsäljning än Sv. Dagbladet torde bl. a. bero på att tidningen har så många annonssidor för småannonser. Karlskoga Tidning har en medelnettoupplaga på 12.246 ex. /1.1-30.6.1964/ fördelade på Karlskoga Tidning 9.000 ex., Degerfors Tidning 2.300 ex. och Storfors Tidning 600 ex. Antalet lösnummerköpare resp. prenumeranter fördelar sig enligt nedanstående:

	Karlskoga Tidning	Degerfors Tidning	Storfors Tidning
Lösnummerköpare	357	68	13
Rabatt- och friex.	223	35	27
Prenumeranterex.	8.686	2.290	547

94 % av tidningarnas medelnettoupplaga är abonnentexemplar.

Östersunds-Posten har en medelnettoupplaga på 32.281 ex. /1.1-30.6.1964/

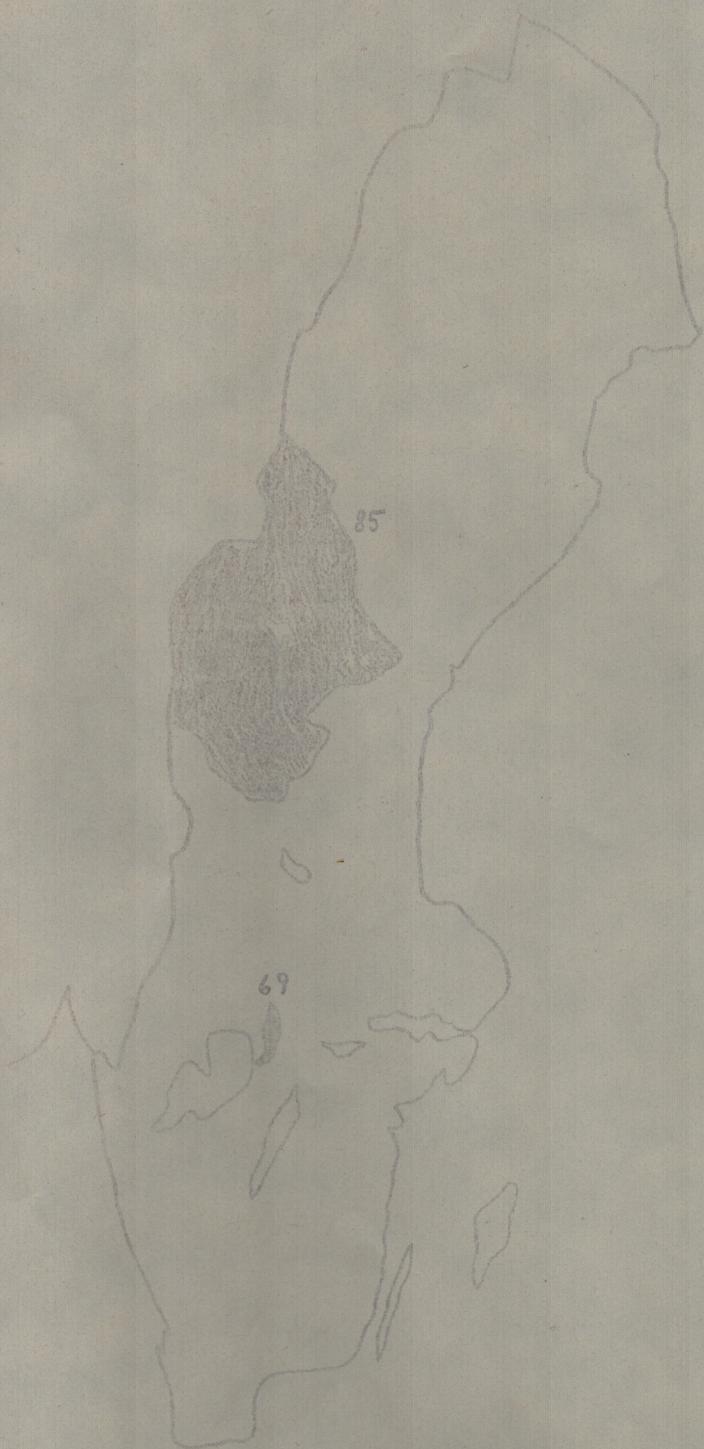
Lösnummerköpare	7.015
Rabatt- och friex.	303
Prenumerantex.	24.963

78 % av tidningens medelnettoupplaga är abonnentexemplar.

#### Litteraturförteckning:

- Furhoff-Hederberg: Dagspressen i Sverige  
A. Y. Pers: Den svenska pressen  
Poppius: Journalistik  
FLT: Swedish Advertising with a Two-way Action  
DN: Det stora tidningshuset  
TS-boken 1965  
Tidningsartiklar samt intervjuer på Svenska Dagbladet,  
Karlskoga Tidning, Östersunds-Posten och Förenade  
Landsortstidningar, Stockholm.

Tidningsområde 85 och 69.

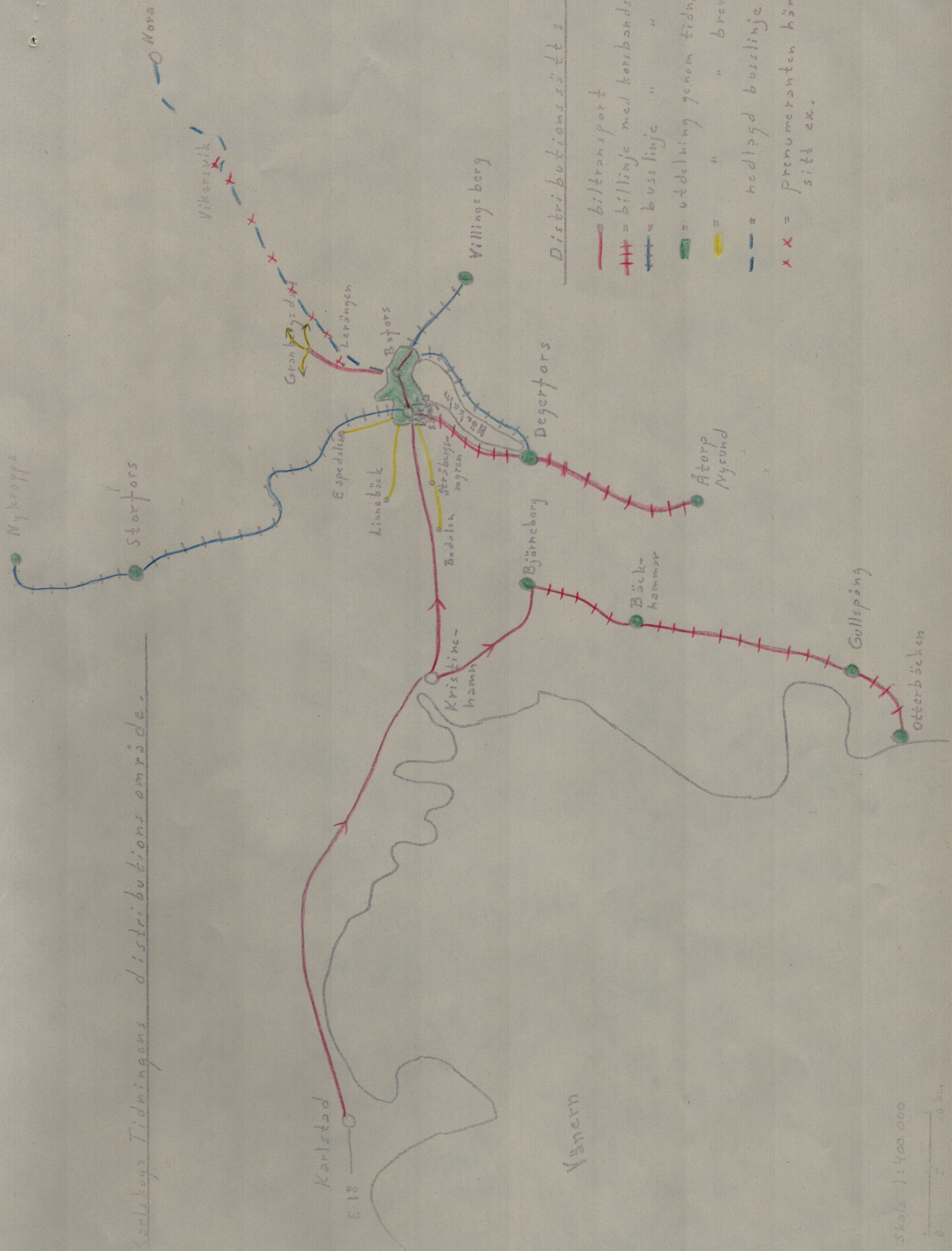


85= Östersunds tidningsområde  
69= Karlskoga tidningsområde

Tidningsområden bildas enligt s.k. enkel majoritetsprincip med tidningarnas utgivningsorter som utgångspunkt, dock med undantag för Stockholms, Göteborgs och Malmö tidningsområden. Det innebär, att så snart tidningar, som utkommer minst 3 gånger i veckan på en utgivningsort tillsammans har större upplaga inom en viss kommun än varje annan intilliggande Orts tidningar, föres kommunen till den förra utgivningsortens tidningsområde.

/efter FLT 1960/

Carlshögns Tidningens distributionsområde.



Distributionsmetoder

- = biltransport
- +— = biltransport med korrespondentutdelning
- +— = busslinje " " "
- = utdelning genom tidningsbud
- = " " brevbätare
- - - = nedlagd busslinje
- x = Prenumeranten hämtar sin sitt ex.



# Bilaga 3

## Östersunds-Postens distributionsområde.



Skala 1:1.500.000  
 0 10 20 km

Distributions sätt:  
 —+—+—+ = tåg  
 — = busslinje  
 — (green) = utdelning genom tidn. bud  
 • (yellow) = " " brevbringare  
 —+—+—+ (with cross-ticks) = killinje med korsbandsutdelning  
 — (with cross-ticks) = " " " "