



Analys

## Anders Malmsten: Förstör ledarsidan förtroendet för dagstidningen?

Publicerad: 13 december 2024, 10:37

★ För dig som är prenumerant



Foto: Getty

**Har dagstidningarnas ledarsidor förlorat sin roll i dagens medielandskap? Medieanalytikern Anders Malmsten blickar mot Norge där många lokaltidningar avskaffat ledarsidorna.**

Ämnen i artikeln: [Dagspress](#) | [Anders Malmsten](#) | [NTM](#) | [Schibsted](#) | [Aftonbladet](#) | [Kvartal](#) | [Dagens ETC](#)

**AM** Anders Malmsten  
[anders@malmstenmedia.se](mailto:anders@malmstenmedia.se)

”Vi har inte lyckats förklara för de yngre generationen vad en ledare är. Och jag tror det loppet är kört. Därför kommer vi troligen att avskaffa ledarsidan i tidningen.”

ANNONS



**Eivind Ljøstad** är chefredaktör för en av Norges främsta lokaltidningar, Fædrelandsvennen, som nyligen utsågs till årets dagstidning i vårt grannland. Han var bland de allra första i Norden med att börja ta betalt för det digitala innehållet och nu är han på väg att avskaffa ledarsidan. Men i det fallet är han inte först, de flesta dagstidningar i Norge har redan gjort sig av med tidningens egen åsiktssida.

I min första artikel från min rundtur bland ett antal lokaltidningar i Norge [listade jag tio förklaringar](#) till att de norska dagstidningarna fortfarande ligger före de svenska i utvecklingen mot en lönsam helt digital affär.

Ett faktum som jag då noterade lite i förbifarten var att de flesta dagstidningar i Norge har avskaffat ledarsidan. Om det är en av förklaringarna till att de norska tidningarna går bättre än de svenska är svårare att avgöra och därför kom den inte med bland mina spaningar om varför de norska tidningarna lyckas så bra.

Att framför allt de mindre tidningarna i Norge helt fokuserar på lokala nyheter är en av de största skillnaderna mellan länderna. Tidningarna har inte bara avskaffat ledarsidan, de har oftast inte heller någon kultursida eller något in- och utrikesmaterial.

De lokala dagstidningarna i Norge försöker alltså inte att vara sina läsares enda nyhetskälla. Redaktörerna har förstått att läsarna inte prenumererar på tidningar som Fosna-Folket i Brekstad utanför Trondheim för att få reda på att Bashar al-Assad's regim i Syrien har störtats.

De nationella dagstidningarna i Norge har fortfarande en ledarsida och av de fyra stora regionala tidningarna är det tre som också börjar tidningen med en sida egna åsikter. Men en av dessa tre, Fædrelandsvennen, överväger alltså just nu att ta bort den.



– Vi har diskuterat detta i ett år nu och en orsak är att ledare är en väldigt printorienterad produkt. Ledarna har inte funnit sin naturliga plats i nättidningen, vilket gör att de unga inte förstår vad en ledare är, säger Eivind Ljøstad.

Hans argument bygger på att ledarna leder till att läsarna inte tror att tidningen bedriver oberoende journalistik och han förklarar utifrån att han själv skriver både ledare, kommentarer och ansvarar för det redaktionella arbetet.

– Det vi säger är ju: ”Nu ska du höra här. Vi har en ledarsida, där skriver vi tidningens åsikter. Sedan har vi kommentarer, och det är mina egna åsikter, där kan jag ha en annan åsikt än den tidningen har på ledarplats. Sedan har vi nyhetsjournalistiken och där skriver vi artiklar som är helt oberoende och inte utgår från det vi tycker på ledarplats.” Detta förstår inte läsarna. Resultatet är att de tror att vår journalistik inte är objektiv.

Om det är så att läsarnas uppfattning av tidningarnas trovärdighet påverkas negativt av att det finns en ledarsida är det ett mycket stort problem. Men det finns de som menar att den analysen inte håller.

Schibsted gjorde [en studie förra året](#) där man försökte identifiera vilka faktorer som påverkar läsarnas uppfattning om tidningarnas trovärdighet på ett positivt sätt. Studien är väldigt intressant och visar att norska och svenska läsare har nästan identiska uppfattningar – utom på en punkt. I Norge rankas betydelsen av en ansvarig redaktör högst medan den faktorn kommer långt ner på listan i Sverige.

Kan detta då hänga samman med vem det är som är tidningens ansikte utåt? I Sverige är det ofta en ledarskribent med tydligt politisk profil som syns i debatten medan det i Norge alltid är den allmänna chefredaktören som personifierar tidningen även i de fall då tidningen har en ledarsida

Jag söker därför upp **Agnes Stenbom**, som är chef för Schibsteds IN/LAB och som ligger bakom studien om vilka faktorer som bygger läsarnas förtroende, för att höra hur hon ser på detta. Men hon komplicerar bilden ytterligare:

– Ett resultat av studien är att ”innehåll som sammanfaller med min egen världsbild” skapar förtroende. Så kortsiktigt skulle vi nog få högre förtroende och sälja fler prenumerationer om tidningarna tar ställning. Men vi har sagt att vi ska aktivt undvika det, eftersom vi ser en risk för en negativ utveckling i samhället om vi bygger medier som passar världsbilden hos läsarna.

Det kan alltså vara rationellt för ett mediehus att ta tydlig ställning. Detta verkar ju också vara fallet för nyare nationella medier som Dagens ETC och Kvartal. Deras läsare gillar att de tar en tydlig position. Men detta bygger samtidigt på att tidningen inte behöver nå så stor andel av hela befolkningen. För nationella medier är detta sällan ett problem, de kan nöja sig med att sikta på en målgrupp som är 10 procent av befolkningen. Men för en lokaltidning, som helst vill få över 50 procent av hushållen i stan att prenumerera, går det inte att vända sig till enbart personer med vissa åsikter.

Hur bör då lokala medier tänka? Om de nu har ledarsidor, hur bör den utformas? Agnes Stenbom menar att det viktiga är att läsarna förstår vad som är vad.

– För de unga läsarna är det extra viktigt att vi separerar åsikter från nyhetsrapportering. Vill vi få deras förtroende så måste vi tydliggöra vad som är opinion och vad som är fakta.

En ytterligare stor skillnad mellan Sverige och Norge är att de svenska tidningarna inte bara har ledarsidor. Många styrs dessutom av avtal med tidigare ägare som gör att koncerner som Bonnier News Local, Schibsted och NTM inte har fullständig makt över ledarsidan trots att de äger tidningen. Detta beror på att de tidigare ägarna ofta behöll kontroll över ledarsidan när de sålde verksamheten.

---

ANNONS



Modellen med att sälja verksamheten men inte kontrollen över ledarsidan började redan när Schibsted köpte Aftonbladet av LO 1996. Centerpartiet behöll på samma sätt makten över ledarsidorna på sina tio tidningar när de såldes 2003. Och flera

av de liberala stiftelser som tidigare ägde många landsortstidningar hade inte ens kunnat sälja utan ett sådant förbehåll, eftersom de styrs av stiftelseurkunder.

– Det skulle nog inte vara helt enkelt att avskaffa ledarsidan i dag även om vi skulle vilja det, konstaterar **Anders Frostell** som är ordförande i Eskilstuna-Kurirens stiftelse och var med om att [sälja tidningen till NTM 2018](#).

Ingen av de personer jag talar med, oavsett om de arbetar inom de nuvarande ägarförlagen eller sitter i en styrelse för de stiftelser som sålt tidningarna, vill göra sig av med ledarna. Men nästan alla blir mycket förvånade när de förstår att många av de norska tidningarna gjort sig av med ledarsidan för länge sedan. Det är bara ett par av det tiotal personer jag talar med som kände till detta.

Hur gick det då till när de norska tidningarna avskaffade ledarsidorna? Jag talar först med Polaris koncernchef **Per Axel Koch** som har flera decenniers erfarenhet från den norska tidningsmarknaden.

– Ledarsidorna försvann redan för 20–25 år sedan. Det var ett led i att betona tidningarnas oberoende, något som redan då hade pågått en tid. Men så sent som på 1980-talet stod det ”Stem på Høyre” på förstasidan på Adresseavisen här i Trondheim, berättar Per Axel Koch.

När jag därefter ringer **Anders Opdahl**, koncernchef för norska Amedia, som ger ut över 100 lokaltidningar i Norge och är partner med Bonnier News Local i Sverige, så räknar jag med att få ännu fler argument för att norrmännen ligger före och visar vägen ännu en gång. Amedia verkar dessutom ha varit den ledande koncernen i Norge i utvecklingen med att avskaffa ledarsidorna. Men jag inser direkt att det definitivt inte är order från huvudkontoret som ligger bakom besluten. Anders Opdahl visar sig överraskande vara en stark anhängare av ledarsidor:

– En avis uten mening er en meningsløs avis!

Jag får en känsla av att han använt den formuleringen tidigare.

Hans svar visar om något att frågan om ledarsidornas vara eller inte vara inte är avgjord i Norge heller. Men det visar också att det är de lokala chefredaktörerna som har den verkliga makten över sina tidningar i Norge. Även när det gäller en så stor fråga som i fall tidningen ska ha en ledarsida eller inte har de flesta chefredaktörer valt en väg som deras högsta chef inte delar.

Anders Opdals argument för att behålla ledarsidan är att den är ett led i en tradition som är viktig att bevara. Nästan alla dagstidningar föddes av politiska skäl och den traditionen är viktig att ta vara på även i ett digitalt landskap, menar han.

– Jag tror att det handlar om trovärdighet. Det finns en global diskussion om fake news och den typen av frågor. Men jag tror att det är omöjligt att äga sanningen, det kan man inte göra. Man kan vara sanningssökande. Och om du å ena sidan arbetar professionellt med att söka sanningen samtidigt som du å andra sidan erkänner vilken politisk hållning du har – ja, då blir det som att möta en annan

människa. Det är något tillitsskapande i det. Och det tror jag gäller även när man läser en tidning.

Det ligger kanske en del i det Anders Opdahl säger, men jag är fortfarande inte övertygad om att en lokaltidning blir bättre av att ha en sida i början av tidningen där någon skriver ännu en ledare om Donald Trump eller hur bra/hemsk Tidöregeringen är. Men kanske är den nuvarande formen ett större problem än att tidningen har åsikter?

ANNONS



En person jag talar med och som har djup inblick i hur läsningen av ledarna i många tidningar fungerar, berättar att erfarenheterna i dag är väldigt tydliga – ingen vill läsa en ledare i en lokaltidning där skribenten kräver regeringens avgång eller ondgör sig över Putin. Den typen av ledare som fungerar digitalt handlar om lokala frågor där tidningen skriver om sådant som ingen annan bevakar.

Och här visar det sig att även Anders Opdahl har samma uppfattning.

– Jag håller helt med om att den gamla ledarartikeln på sidan 2 i en papperstidning, den är helt förlegad i ett digitalt landskap. Men du kan ju formulera åsikter på väldigt många sätt i dag. Möjligheterna är oändliga!

Kanske är det här utmaningen ligger för alla de ledarskribenter i Sverige som känner marken gunga under fötterna? Hur ska en ny modell för att uttrycka tidningens åsikter se ut? Hur ska detta fungera i den digitala produkten utan att läsarna blir osäkra på om journalistiken också är präglad av en politisk agenda?

