

Lars-Åke Engblom

Minnesord på Island

Användarskapat innehåll som intäktskälla

Alltmer av mediernas innehåll produceras av användarna och på Island har det blivit tidningen *Morgunblaðið*s främsta tillgång i kampen om prenumeranterna. Cirka en fjärdedel av tidningens textinnehåll består idag av insänt materiel, främst nekrologer. Traditionen har funnits i flera decennier, men har på senare tid vuxit starkt i omfång. Islands mediemiljö har också andra särpräglade inslag. Gratistidningen *Frettablaðið* har nästan dubbelt så många läsare som den traditionella morgontidningen *Morgunblaðið*. Men *Morgunblaðið* är ensam om minnesartiklarna. Utan dem skulle hälften sluta prenumerera enligt en undersökning.

Det användarskapade innehållet växer i alla medier. Det har flera orsaker. Det stärker kontakten mellan medierna och publiken, det är billigt att producera och det har ofta ett stort publikt intresse. Samtidigt har det blivit mycket enklare för läsare, tittare och lyssnare att medverka i medierna tack vare den nya tekniken.

Det är inget nytt fenomen. Låsekretsen svarade således för en väsentlig del av innehållet i de tidningar som uppstod i Sverige efter tryckfrihetsreformen 1766. Dessa utgavs och redigerades av boktryckare, som på detta sätt öppnade en arena för det offentliga samtalet i likhet med vad internet gjort idag.

Publikens ökande medverkan i medierna är märkbar i alla nordiska länder. Särskilt fylls lokaltidningarna med läsarproducerat material: bilder, insändare, debattartiklar, föreningsnotiser m.m. Allra längst har utvecklingen gått på Island. Där består den stora prenumererade

tidningen, *Morgunblaðið*, till 20-30 procent av insänt material. Det utgörs dels av debattartiklar, dels – och framför allt – av nekrologer, ”minningargreinar” (minnesartiklar). Dessa upptar varje dag 5-8 helsidor, ibland ännu mer och har blivit en av *Morgunblaðið*s främsta tillgångar i kampen för att behålla prenumeranterna. Dessutom har *Morgunblaðið* hittat en väg att kommersialisera det användargenererade materialet genom att samla och sälja minnesartiklarna från papperstidningen och nätet i inbundna minnesböcker. Det är en affärsidé som torde vara unik inte bara i Norden, utan i hela tidningsvärlden.

Minnesartiklarna i *Morgunblaðið* är ett intressant fenomen i tider då papperstidningen får allt hårdare konkurrens från de sociala medierna. Här utmanar de traditionella medierna de sociala på deras hemmaplan.

Medielaboratoriet Island

Islands mediemiljö rymmer fler inslag som avviker från det övriga Norden. Islänningarna var först med att ersätta radio- och tv-licenserna med en skatt. Fristående nättidningar spelar större roll för det offentliga samtalet än

Lars-Åke Engblom, professor emeritus i medie- och kommunikationsvetenskap vid Högskolan i Jönköping. Tidigare bl.a. direktör för Nordens hus i Reykjavik.

i något av grannländerna. Och tidningsstrukturen är radikalt annorlunda genom att en dagligen utkommande gratistidning, *Frettablaðið*, blivit den stora tidningen med nästan dubbelt så många läsare som *Morgunblaðið*. För en utomstående betraktare ter sig Island som ett medielaboratorium, där nymodigheter kan testas med snabbt avläsbara resultat.

Med tanke på att Island bara har 330 000 invånare förundras man över den mångfald av medier som ryms i landet. Förutom de två stora dagstidningarna och en lång rad tidsskrifter finns tretton inhemska tv-kanaler, tio radiokanaler och en bred flora av etablerade nättidningar. Dessutom går islänningarna på bio tre gånger så ofta som övriga nordbor och är världsmästare på bokköp. Basnätet hos den dominerande betal-tv-operatören i huvudstadsområdet (där två tredjedelar av islänningarna bor) rymmer inte bara internationella underhållnings- och nyhetskanaler utan även svenska, norska och danska public service-kanaler.

På Island ställs frågan på sin spets: hur mycket tid och pengar orkar publiken spendera på medier? Och hur länge hänger reklamköparna med? Det är ju de som står för en stor del av kalaset. Tecken finns på en mättnad både bland publik och annonsörer i detta nordiska "laboratorium".

Vad vill läsarna betala för?

Tidningssituationen i landet kan ge underlag för att bidra till svaret på en annan kardinalfråga: Vilket innehåll är mediekonsumenterna beredda att betala för, när det är så mycket som är gratis? Vad är det *Morgunblaðið* har – och som gratistidningen *Frettablaðið* saknar – och som *Morgunblaðiðs* prenumeranter är villiga att betala 5000 isländska kronor (cirka 35 Euro) i månaden för?

Den mest märkbara skillnaden är just minnesartiklarna. De förekommer enbart i *Morgunblaðið* och upptar varje dag 6-8 sidor inklusive dödsannonserna, ibland ännu mer. Annonserna finns numera även i *Frettablaðið*, men minnesartiklarna med levnadsbeskrivningar är exklusiva för *Morgunblaðið*.

Annars är det inte så markanta avvikelser. Tidningarna har ungefär samma omfång och försöker täcka alla områden, inrikes och utrikes nyheter, kultur, sport, nöjen, ekonomi, politik, debatt etc. Prenumerationstidningen *Morgunblaðið* har dock ett rikhaltigare innehåll än *Frettablaðið* inom några fält, särskilt gäller detta kulturen. Tidningen har också en finmaskigare täckning av landet och lägger stor vikt vid politiken. Den har traditionellt starka band till det borgerliga Självständighetspartiet, medan *Frettablaðið* inte har någon uttalad politisk färg.

Frettablaðiðs affärsidé bygger på att den distribueras direkt till hemmen. Den kommer i brevlådan varje morgon måndag till lördag till 80 000 hushåll i Reykjaviksområdet och Akureyri och kan i sin helhet läsas på nätet. Den har ganska stora redaktionella resurser för sin genre genom att den är en del av en större mediekoncern, 365 miðlar ehf, där journalisterna jobbar tvärs över mediegränserna.

För att hålla sig övergripande orienterad om vad som sker i landet och i omvärlden kan det räcka med *Frettablaðið* – i kombination med radio och tv och webben. Så resonerar uppenbarligen de flesta islänningar att döma av de läsarundersökningar som Gallup regelbundet gör. Enligt decembermätningen 2015 har *Frettablaðið* nästan dubbelt så många läsare som *Morgunblaðið*, 50 procent av Islands befolkning mellan 12 och 80 år. *Morgunblaðiðs* läsekrets utgörs av 28 procent. Dess prenumerantantal har minskat drastiskt under 2000-talet. Vid millennieskiftet – året innan *Frettablaðiðs* tillkomst – var tidningens upplaga 55 000 exemplar, idag är den inte ens hälften så stor.

Minnesartiklarnas roll

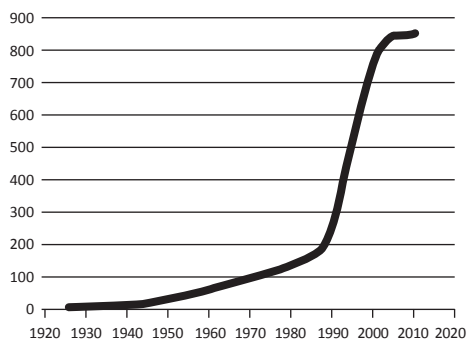
För att återgå till det läsarproducerade materialet; vilken betydelse har då minnesartiklarna i *Morgunblaðiðs* kamp för att behålla prenumeranterna?

Ett koncentrerat svar står att finna i en magisteruppsats från 2014 vid Islands universitet av Guðrún Óla Jónsdóttir, *Loksins færðu bréf frá mér* (Till slut får du brev från mig) om minnesartiklar i *Morgunblaðið*. Den bygger på

svar från 359 islänningar, varav 91 prenumererade på *Morgunblaðið*. På frågan om dessa skulle sluta att prenumerera på tidningen om minnesartiklarna försvann svarade 54 procent ja. Alltså en mycket hög siffra. Uppsatsen går inte in på eller relaterar till tidningens övriga innehåll, men visar tydligt vilket värde minnesartiklarna har. Den beskriver också vilken roll minnesartiklarna har fått i det isländska samhället.

Hur traditionen utvecklats framgår av figur 1, som bygger på en beräkning av antalet minnesartiklar under en månad (augusti) i den isländska pressen från 1926 till 2010. Artiklarna förekom i alla tidningar innan *Morgunblaðið* blev ensam dagstidning vid millennieskiftet. Den stora uppgången skedde under 1990-talet. Därefter har kurvan planats ut på en hög nivå; om dem som avled i augusti 2010 skrevs sammanlagt cirka 850 artiklar. På årsbasis motsvarar detta cirka 10 000 artiklar. Antalet torde vara minst detsamma idag.

Figur 1. Antal minnesartiklar under augusti månad i isländska dagstidningar 1926-2010



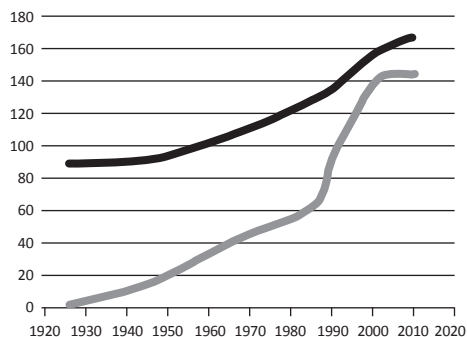
Källa: Guðrún Óla Jónsdóttir, *Loksins færðu bréf frá mér*.

Artiklarna är mestadels skrivna av släktingar, vänner, arbets-, förenings- och skolkamrater eller andra bekanta. Som regel är de införda samma dag som begravningen äger rum. De har en standardiserad utformning och längden är begränsad till 3 000 tecken. Först redogörs för den avlidnes släkt, yrkesverksamhet m.m. Sedan följer de personliga minnesorden. Inte sällan ägnas en hel sida åt en person oavsett social ställning. Kända personer får dock ex-

tra stort utrymme. När författaren Halldor Laxness dog hade *Morgunblaðið* en hel bilaga. Likaså när förre statsministern Halldór Ásgrímsson avled 2015.

Figur 2 visar hur stor andel av dem som avlider som ägnas minnesartiklar. Övre kurvan (antalet avlidna), undre kurvan (antalet avlidna som det skrivs om) går nästan ihop på senare år. Vid senaste mätningen, 2010, blev 86 procent av de avlidna föremål för minnesartiklar, i genomsnitt med sex artiklar vardera. Lika många kvinnor som män uppmärksammas sedan en utjämning skett under de senaste decennierna. Bland artikelförfattarna är det dock en kvinnlig övervikt, 60 procent mot 40. Att islänningarna är ett skrivande folk framgår av att över 60 procent någon gång själva medverkat i *Morgunblaðið* med minnesord.

Figur 2. Antalet avlidna i augusti månad (övre kurvan) och antalet som ägnas minnesartiklar i pressen (undre kurvan)



Källa: Guðrún Óla Jónsdóttir, *Loksins færðu bréf frá mér*.

Alla eftermälen får idag inte plats i pappers-tidningen utan många publiceras enbart i *Morgunblaðiðs* nätupplaga, mbl.is. För att kunna läsa denna måste man vara prenumerant. *Morgunblaðið* har också nyligen introducerat en service för dem som vill bevara minnesorden i tidningen och på nätet i en inbunden minnesbok. Den kostar 13 000 isländska kr (cirka 90 Euro). På tidningens hemsida finns en klickbar förteckning över de senast införda minnesartiklarna med namn och bild och antalet ord. Varje månad säljer *Morgunbladid* 30-50 sådana böcker, det in-

