

Uppdraget

Kulturtidskrifternas villkor, räckvidd och möjliga affärsmodeller har på djupet påverkats av digitaliseringen¹ och den nya, fragmentiserade offentlighet som blivit en följd.

Det har föranlett Föreningen för Sveriges kulturtidskrifter att beställa en förstudie, med dels en lägesbeskrivning, dels ett resonemang kring möjligheterna att synliggöra utbudet.² FSK vill framför allt ha idéer om en gemensam plattform (portal/skyldfönster/samlingsplats) belyst, vilket görs i särskilt avsnitt. Förstudien ska baseras på intervjuer med personer som är verksamma inom fältet.

Förstudien är skriven av kulturjournalisten Gunilla Kindstrand³, på armlängds avstånd från FSK. FSK:s kommentarer och förslag finns i det avslutande avsnittet. Uppdraget är finansierat av Statens kulturråd.

Metod och avgränsningar

Till grund för studien ligger ett 20-tal intervjuer med redaktörer och andra centralt placerade personer i det aktuella kultursystemet. De har ombetts att reflektera över fördelar och ev. nackdelar med en gemensam plattform. Utgångspunkten i samtalen har varit det underlag som FSK givit till förstudien.

Dessutom har tidskriftsavdelningarna på tre bibliotek med olika profiler besökts. Merparten av statistiken är hämtad från Statens kulturråd, i annat fall uppges källa i fotnot. Hos Kulturrådet har också ett antal bidragsansökningar gällande produktionsstöd för 2020 inhämtats. Ett urval av Nordisk Kulturfonds ansökningar ingår även i materialet. Förstudiens centrala frågor har, i ett tidigt skede, varit föremål för en workshop på den Nordisk konferens för kulturtidskrifter som Nätverkstan anordnade med stöd av Nordens kulturtidskriftsföreningar. Medel kom från Nordisk Kulturfond, Nordisk Kulturkontakt, Kulturrådet och Västra Götalandsregionen. De två sistnämnda såg initiativet som en möjlighet att ytterligare stärka tidskriftsnoden i Göteborg. Konferensen fick senare digitala uppföljningar. Inspelen från konferensen reflekteras i förstudien. Rapporter och utredningar som varit utgångspunkter för resonemangen listas i notapparaten.

Fältet

Sverige har en bred tolkning av vad som räknas som "kulturtidskrift"⁴ i debatt och stödsammanhang. Här ingår tryckta tidskrifter, digitala utgåvor, poddar och ett stort antal hybrider.

Det finns ingen som har överblick över det ständigt föränderliga kulturtidskriftsfältet, men mycket talar för att det sannolikt finns fler än 500 kulturtidskrifter av något slag som ges ut med någorlunda regelbundenhet i Sverige.⁵ 106 av dem sökte stöd hos Kulturrådet 2020. Stödet är teknikneutralt. 84 av de 106 fick bidrag. 14 av dessa var helt digitala. Att erhålla statligt bidrag anses av många som ett kvalitetsmärke.

Den typiska kulturtidskriften med stöd från Kulturrådet är en tryckt produkt som har sin redaktion i en av storstäderna och är brett allmänskulturell och verkar inom kritikfältet.

Den genomsnittliga stödberättigade kulturtidskriften har en omslutning på cirka 700.000 kronor per år i varav 200.000 kronor utgörs av stödpengar.⁶ Medelupplagan är cirka 1.500 ex, varav cirka 1.000 går till prenumeranter, vilket ger i genomsnitt 190.000 i intäkter. Merparten av intäkterna går till redaktörens och skribenternas arvoden. Att trycka kostar i genomsnitt 65 kronor per exemplar.

Den vanligaste distributionslösningen för tryckta tidskrifter är en kombination av att själv sköta en viss distribution från den egna redaktionen och därtill anlita en eller flera distributionstjänster. 53 procent av de tryckta tidskrifterna i Kulturrådets lista använder Nätverkstans för prenumerationshantering och distribution. 35 procent av de tryckta tidskrifterna anlitar tidskriftsdistributörerna Tidsam/Interpress. Cirka 18 procent låter tryckeriet sköta utskick till prenumeranter. Distributionskostnaderna tar cirka 8 procent av budgeten.

Många som arbetar med *print* lägger också upp delar av materialet gratis på sin hemsida och/eller erbjuder prenumeranterna det totala utbudet i olika format. Ett fåtal tidskrifter har prövat prenumerationsstjänster som Readly (t ex *Opus*, *Lira*, *FLM*) och Ztory (t ex *Cora* och *Arkitektur*). De helt digitala offentligt stödda tidskrifterna distribueras gratis.

Specifika ämnesområden och relationer till publiken har lett till vitt skilda uttryck. Några påminner i sitt upplägg snarast om ett pågående samtal, med sin profilerade redaktör/redaktion som främsta intellektuella varumärke (som till exempel *Balder*). Andra framstår som en form av kurerad utställning/konstprodukt (som t ex *OEI*). De flesta titlar har en unik överenskommelse med sin läsekrets/publik och flera utges i nära dialog med några av områdets aktörer (till exempel tidskriften *Opera*). Det är inte ovanligt att tidskriften utgör hjärtat i ett vidare kultursammanhang (event, uppläsningar, samtal osv) vilket till exempel tidskriften 20-tal utvecklat under lång tid.) Somliga publicerar sig enbart i tryck, som t ex *Historiskan*, en tidskrift som har den långa, djupa läsningen som affärsidé och inte alls utkommer digitalt. Här finns också kulturtidskrifter som i huvudsak kommunicerar via sociala medier (till exempel *Örnen och Kråkan*) eller tidskriften *Åter* som i anslutning till sin pappersutgivning driver ett mycket stort digitalt diskussions- och kunskaps-forum kring återbruk och självhushållning. Det har blivit vanligare att parallellt med tryckt skrift göra inläsningar av texter (som hos till exempel *Glänta*, *Ord&Bild*, *Dixikon*). Det finns rena poddproduktioner (till exempel Staden podcast, som är ett samarbete mellan Sveriges Arkitekter och Arkitektur förlag) som är en podd som hämtar sin struktur från det traditionella, tryckta tidskriftsupplägget. Här föreligger med andra ord betydande skillnader som inverkar på en rad olika vis. För många titlar har den unika ”communityn” kring den egna tidskriften fått allt större betydelse för ekonomi och attityd, vilket bidrar ytterligare till att förstärka olikheterna.

Fältets företrädare

Det finns tre aktörer som på ett bredare vis och från olika utgångspunkter, kontinuerligt arbetar med frågeställningar som de flesta av kulturtidskrifterna har gemensamt. De tre har beretts stor plats i den här rapporten.

FSK startade 1995 och har närmare 100 medlemmar som föreningen företräder till exempel vid kontakter

med myndigheter och organisationer och i frågor kring upphovsrätt, mm. Tidskrifternas synlighet och svårigheter att nå bredare publik har varit ett fokus i FSK:s verksamhet.

Flera av tidskrifternas gemensamma marknadsföringsytor har tidigare finansierats med bidrag av Statens kulturråd. Den tryckta katalogen över svenska kulturtidskrifter lades ner när *stödet upphörde*. *Också sajten* tidskrifter.nu har minskat sina ambitioner väsentligt sedan Kulturrådet drog in stödet och dess trafik är idag blygsam. Tidskriftsbutik.se som Mediaverkstaden Skåne driver tillsammans med FSK har också den mist sitt kulturrådsstöd och för idag en osäker tillvaro. (Tidskriftsbutikens roll och betydelse behandlas mera utförligt senare i texten).

Nätverkstan Kultur startade 1996 för att underlätta för kulturaktörer att förstå och använda sig av den nya informationstekniken. Nätverkstan Kultur AB ägs idag av stiftelsen Ord&Bild, Tidskriftsverkstaden i Väst (ekonomisk förening) och studieförbundet Sensus västra Sverige. Aktiebolaget omsatte förra året cirka 13 miljoner.

Nätverkstan kan ses som ett resurscentrum som tillhandahåller kulturanknutna ekonomitjänster, driver utbildningar, medieverkstad, nationella och internationella projekt, samt gör utredningar mm. Nätverkstan har statligt och regionalt stöd för att synliggöra, sprida och marknadsföra kulturtidskrifter. Dessutom har Nätverkstan en kommersiell relation till ett stort antal av de stödberättigade tidskrifterna framför allt vad gäller ekonomi och prenumerationsutskick (som berör 45 kulturtidskrifter). I Nätverkstans kommissionssystem, som får stöd av Kulturrådet, finns i skrivande stund 85 kulturtidskrifter som förmedlas till cirka 130 aktiva återförsäljare. Cirka 300 återförsäljare nås med kontinuerlig information.

Varje år trycks en katalog där de tidskrifter som distribueras av Nätverkstan presenteras. 53 procent av de tryckta tidskrifterna i Kulturrådets lista använder Nätverkstan för prenumerationshantering och distribution till återförsäljare.

Stödbeloppen från Statens kulturråd visar hur en radikal förskjutning av engagemang skett, från FSK

till Nätverkstan. Från 2016 till 2020 har stöd från Kulturrådet till Nätverkstan ökat från 1.300.000 miljoner till 1.900.000. (FSK har under samma tid erhållit 150.000 årligen samt extra medel för finansiering av den här förstudien.)

Flera av rapportinformanterna har efterlyst tydligare skiljelinjer mellan FSK och Nätverkstan Kultur och några har önskat ett skarpare kulturpolitiskt mandat för FSK.

”FSK:s mandat är helt centralt för branschen, och föreningen skulle kunna inta en central position i debatten om offentlighetens framtid. Det är viktigt att förstå att FSK och Nätverkstan arbetar i olika roller. FSK har ex möjlighet och mandat att kritisera en kulturminister, medan Nätverkstan, i sitt offentligt finansierade uppdrag, måste vara neutral och gynna hela kollektivet. FSK har en betydligt friare röst, medan Nätverkstan har avtal att skicka ut sina tidskrifter även i en konfliktsituation.”
(David Karlsson)

Kritiklabbet bedriver en bred verksamhet som syftar till att utveckla kritiken och det kritiska samtalet som konst och kunskapsform i det man kallar den postdigitala offentligheten. Initiativet kom från **Magnus William-Olsson** och Fria seminarier i litterär kritik 2016.

”En ny tid kräver att man problematiserar begrepp som synlighet, distribution, räckvidd”, säger han.

De första åren drevs Kritiklabbet med finansiering (men med redaktionellt oberoende) av Bonnier Books i samarbete med KTH, Handelshögskolan och Södertörns högskola m fl. och fortsatte därefter utanför Bonniers. Labbet samarbetar med kritiker, forskare och andra intressenter för att experimentera med det kritiska verket och dess framtid.

Kritiklabbet driver residensprogram, experiment, samarbeten ofta med relation till samtidens ekonomiska och tekniska villkor. Kritiklabbet uppbär idag inget statligt kulturstöd för sin verksamhet, men har samarbeten med flera regioner, framför allt Halland. Från Kulturrådet erhålls 150.000: - för den digitala poesitidskrift *Örnen och Kråkan* som är en av de *startups* som sprungit ur Kritiklabbet. (Andra *startups*

är Åskådarskolan som är ett format för kritikledda samtal på teatrar och Kulturbyråkratiskt avantgarde för främjande av kritisk offentlighet.)

Ingen av de tre kan famna alla frågor som tiden ställer till kulturtidskrifterna. Det är ett heterogent fält, som splittrats allt mer.

”Kulturtidskriftskollektivet är lite konstgjort, mest en produkt av att Kulturrådet en gång behövde en motpart. Det kan ses som ett format, men tidskrifterna som kollektiv har inte så mycket gemensamt mer än distribution och arkivfrågor.”
(David Karlsson)

Portalen/plattformen/ tidskriftsrummet

Under lång tid har det funnits ambitioner och drömmar om att försöka samla alla kulturtidskrifter i ett gemensamt interaktivt forum. På den mer analoga tiden finansierade Statens kulturråd *Kulturtidskriften*, en katalog över kulturtidskrifterna som i tryckt form spreds till allmänheten. Syftet var att nå nya läsare och att underlätta för biblioteken i deras val av prenumerationer. 2004 lades den tryckta katalogen ner. I dag kan man få en viss, men inte heltäckande överblick genom *kulturtidskrifter.se* (FSK), *tidskrift.nu* (som ges ut av enskild firma, ansvarig utgivare Bo Pettersson, tidigare verksamhetsansvarig för den numer nedlagda Tidskriftsverkstaden i Stockholm.) Nätverkstan ger fortfarande ut en tryckt katalog över ett 80-tal av de största kulturtidskrifterna i Sverige med kontaktuppgifter för prenumeranter, samt har en speglade sajt med titlarna klickbara. Tidskriftsbutiken.se:s sortiment omfattar cirka 120 tidskrifter.

Den centrala frågan är huruvida ett uppgraderat interaktivt ”rum” är rimligt och relevant för tidskrifterna respektive publiken. Finns det intresse hos branschen att utveckla en digital portal till att bli en plats för bredare samtal och tankeutbyte?

FSK resonerar i beställningen av denna förstudie kring för- och nackdelar med en framtida gemensam ”portal” eller plattform.

- Med en kategoriindelad katalog (tryckt eller webbaserad) kan den intresserade allmänheten lätt

orientera sig kring vad det finns för tidskrifter inom ett visst område.

- En tidskriftskatalog underlättar för biblioteken i fråga om ett prenumerationsurval.
- En gemensam webbplats ger kulturtidskriften som mediettring en tydligare position.
- En gemensam webbplats och diskussionsforum innebär en vital plattform för kunskaps- och åsiktsutbyte.
- En gemensam marknadsföring ger synergieffekter: det är lättare för potentiella köpare att hitta tidskrifter som de inte redan kände till.
- Ett gemensamt försäljningsställe manar till samtidiga inköp.
- Ett gemensamt försäljningsställe är effektivt vad gäller arbetsinsatsen.
- En gemensam distribution är kostnads- och miljöeffektiv.
- Ett gemensamt försäljningsställe kan erbjuda lösnummer av tidskrifter som upphört.
- Ett gemensamt arkiv av kulturtidskrifter innebär möjlighet till samlade utskick i marknadsföringsyfte ("provpaket" till biblioteken, juryn för "Årets kulturtidskrift" med mera).

Nackdelar med tidigare strukturer:

- *En tryckt katalog* innebär påfrestningar på miljön som måste uppvägas av nyttan.
- *En tryckt katalog* innebär kostnader för produktion och distribution.
- *En tryckt katalog* når ut till en begränsad målgrupp som måste sökas upp aktivt om de inte redan själva kände till den och själva bad att få den. Detta gör att potentiellt intresserade grupper riskerar att förbises.
- En gemensam webbplats eller portal fungerar inte utan kostnader för anställd personal.
- En gemensam butik är dyr i drift ställt mot försäljningsvolymen.⁷

En av förespråkarna för en gemensam plattform är **John Swedenmark**. Han har bred erfarenhet av redak-

törskap i olika sammanhang. *"En samarbetsytta skulle ge intellektuell identitet och en kontinuitet i en tid där det inte längre finns en samlad offentlighet"*, säger han. Han beskriver den ideala plattformen som ett samtalsrum, där varje deltagande tidskrift har möjlighet att lägga upp texter, poddar, filmade samtal, osv, dvs en utökad service för läsarna. Han ser också plattformen som ett givet rum för fortlöpande uppdateringar och för de debatter som tidskrifterna kan ha skäl att föra. Via plattformen bör också köp av prenumerationer och äldre utgåvor kanaliseras, menar han.

Hos de sajter som presenterar kulturtidskrifter idag (tidskrift.nu, kulturtidskrifter.se, nätverkstan.net, tidskriftsbutiken.se) saknar han aktualitet, närvaro och interaktivitet. Förebilden för honom är snarare eurozine.com, som ett europeiskt kulturtidskriftnätverk med mer än 60 partnertidskrifter i ett trettiotal länder. Eurozine publicerar originalartiklar och utvalda artiklar i översättning från tidskrifterna som ingår i nätverket. Redaktionen har sitt säte i Wien, Österrike, och verksamheten finansieras via EU-medel och medlemsavgifter.

John Swedenmark menar att den i sig kommer att ha ett starkt attraktionsvärde: *"Finns det en hängiven redaktör och en kontinuerlig aktivitet på sajten kommer den att hitta sin publik."*

Birgitta Wallin, redaktör på tidskriften *Karavan*, ser liknande fördelar med gemensamt rum, men betonar också möjligheten till ett gemensamt fortlöpande lärande när det gäller t ex tekniska lösningar, marknadsföring, evenemang etc. En plattform skulle också kunna bromsa den allt snabbare splittringen av offentligheten, menar hon: *"En gemensam sajt skulle vara ett sätt att motarbeta det nutida uppspjälkade seendet och inbjuda till att ta del av många olika ämnesområden."*

Övriga intervjupersoner i studien har valt att problematisera idén med en gemensam plattform, och det utifrån en rad olika perspektiv.

Eva Bonde, redaktör på tidskriften *Historiskan*, understryker att hon finner själva idén sympatisk, men har svårt att se några självklara vinster för den egna tidskriften, då den kommer ut enbart i tryckt form: *"I den här frågan delar kulturtidskrifterna*

dilemma med dagspressen. Det finns en risk för att de artiklar som publiceras digitalt konkurrerar ut viljan att prenumerera på den tryckta produkten.”

Eva Bonde arbetade tidigare på Historiska media i Lund, ett bolag som 2010 sålde sina tidskrifter till LRF Media. LRF samlade under en tid merparten av sina titlar på en gemensam sajt. Tanken var att läsarna skulle upptäcka en större del av utbudet.

”Det fungerade aldrig kommersiellt. Den enskilda tidskriftens karaktär syntes inte i det stora utbudet. Efter en tid skapades i stället individuella sajter. Det är en fin grundidé att samla kulturtidskrifterna på en och samma plattform, men hur ska det fungera i praktiken? Det kräver en oerhörd insats att hålla en så stor sajt levande och angelägen. Än har ingen lyckats med en sådan strategi.” (Eva Bonde)

Den som kommer från en pappersvärld så har en tendens att föra över papprets logik till det digitala, menar hon, och därmed bortse från att nätet ger helt andra villkor.

”Grundtanken i samverkan är god, men fördelarna är nog framför allt interna. Jag har svårt att se något mervärdet för allmänheten.” (Eva Bonde)

Flera intervjuade betonar det faktum att läsekretsen nu är än mer nischad än tidigare och att det därför handlar om att utveckla titelns särart, snarare än att ge publiken ett samlat erbjudande.

Daniel Poohl är vd och ansvarig utgivare för tidskriften *Expo*, som har både en tryckt utgåva och en nyhetssajt i stark tillväxt.

”Vi går alltmer mot en sorts varumärkeslojalitet. Läsarna prenumererar inte bara för att de vill läsa artiklarna, utan för att de vill vara del av en gemensam och särskild värld, och den världen måste vi hela tiden bygga vidare på. På en gemensam tidskriftsplattform finns det risk för att vi skulle förlora makten över vårt eget varumärke. Vem ska bestämma vad som ligger överst på en sajt som är gemensam för kanske flera hundra tidskrifter? Den frågan är helt central för mig.” (Daniel Poohl)

David Värynen, ansvarig utgivare för *Provins*, för ett liknande resonemang:

”Det är identiteten som har betydelse. Vår målgrupp är de som är specifikt intresserade av norrlandsfrågor, inte av kultur i allmänhet.”

”Givetvis kan det vara allmänt intressant att ingå i en gemensam plattform om priset är rimligt, säger han. Men innan det blir ett självklart val skulle jag ställa krav på hur ofta sajten ska uppdateras, hur relationen till sociala medier kommer att se ut, hur prioriterade vårt varumärke kommer att vara.”
(David Värynen)

Provins nya prenumeranter kommer numera inte i första hand via den egna hemsidan utan via direktkontakter på olika arrangemang där tidskriftens målgrupp är klart definierad.

”Vi säljer bäst när vi gör samarrangemang med förlag eller författare som lever i samma nisch. Litteraturmässan Littfest i Umeå är betydligt viktigare för oss än vad stora bokmässan i Göteborg är. Säljer vi en eller två prenumerationer i Göteborg, så säljer vi 30 i kanske Umeå.” (David Värynen)

Också **Peter Alsbjer**, regionbibliotekarie vid Regionbiblioteket i Örebro län, gör en liknande sammanfattning:

”Vi som läser kulturtidskrifter är nördar. Vi tänker inte att ”nu ska jag ta och läsa en kulturtidskrift”, utan vi tänker att ”nu ska jag läsa Ord & Bild” eller ”nu ska jag läsa Hemslöjd”. Vi är intresserade av vårt specifika ämne, inte av kulturtidskrifter i allmänhet”

Förlagor

Det finns ingen absolut förlaga till tankarna på en utvecklad plattform för kulturtidskrifter, som kan rymma såväl skyltfönster som debatt och försäljningsmöjligheter. Eurozine nämns i flera intervjuer, men det finns än mer relevanta erfarenheter, som t ex i arbetet med den nationella plattform för svenska vetenskapliga tidskrifter som Kungliga biblioteket just nu utvecklar på uppdrag av regeringen.

Regeringens målbild är att all offentligt finansierad och sakkunniggranskad forskning senast från och med år 2026 ska vara öppet tillgänglig, det vill säga

fri för alla att läsa, ladda ner och sprida. Ytterligare en drivkraft för KB:s projekt är att de vetenskapliga tidskrifterna i Sverige ska bli mer synliga och att forskningsartiklar på svenska ska få större genomslag i forskningsutvärderingar i jämförelse med det som publiceras i internationella sammanhang.

”Frågan om öppen tillgång har blivit viktig eftersom vi tidigare haft en ohållbar situation när universiteteten fått betala dyra prenumerationer för att komma åt forskartexter där de själva finansierat arbetet som ligger bakom studien”, säger Sofie Wennström, som är projektledare på Kungliga biblioteket..

”Inom många discipliner är det kutym att publicera på engelska för att få internationell spridning av sina resultat, men det gäller inte alltid inom till exempel humaniora och samhällsvetenskap. Den nya plattformen kan bidra till fler möjligheter för alla forskare att meritera sig även på svenska.” (Sofie Wennström)

Att publicera med öppen tillgång innebär också en större frihet för enskilda författare att sprida och fortsätta bearbeta sin text, eftersom de kommer att behålla upphovsrätten när artiklarna publiceras med Creative Commons-licenser.

Sofie Wennström tror inte att det kommer att bli svårt för upphovspersonerna att acceptera villkoren:

”Målet är att portalen ska bli en självklar och pålitlig källa för forskningsinformation. Det kommer att ligga i skribentens intresse att få det egna arbetet tillgängliggjort och därmed lättare att dela och citera. Är tidskrifterna blir mer synliga bidrar det sannolikt även till ett ökat anseende både för dem själva och för alla författare som bidrar.” (Sofie Wennström)

Hon betonar att det kommer att krävas att intressenterna som vill publicera sina tidskrifter via plattformen följer vissa riktlinjer och förhåller sig till vedertagna principer för god forskningssed och vetenskaplig kommunikation för att portalen ska fungera som det är tänkt. Materialet måste även vara organiserat på ett sätt som gör att det går lätt att sprida informationen vidare till olika databaser och söktjänster. Det kommer också att ställas tekniska

krav på publiceringsformat och metadata. Arkivering är en viktig fråga som behöver lösas, där t ex länkar till publicerat material måste vara garanterat permanenta.

Tidskrifternas redaktörer kommer att ansvara för att ta fram innehållet, medan KB kommer att stå för det löpande tekniska underhållet av plattformen samt samordna arbetet med riktlinjer och stöd till användare. Budgeten för att bygga plattformen är i dagsläget föreslagen till ca. fyra miljoner kr första året. Enligt tidsplanen ska det i december 2020 finnas en prototyp av plattformen som sedan kan fortsätta att utvecklas i samråd med intressenterna. Förslaget är de plattformar som nationalbiblioteken i Finland respektive Danmark utvecklat. Båda använder sig av Open Journal Systems 3.1 för att organisera tidskrifternas egna webbplatser samt en funktion som möjliggör sökning i alla tidskrifters material samtidigt. Materialet som publiceras i plattformen kommer vara fritt för alla att ladda ner och dela med sig av, men tidskrifterna har möjlighet att på sajten låsa in material bakom sina betalväggar. Systemet kommer också att kunna hantera digitala prenumerationer.

”Om kulturtidskrifterna skulle göra verklighet av tanken på en gemensam plattform så finns det absolut möjlighet att inspireras. Plattformen för vetenskapliga tidskrifter är fullt möjlig att kopiera och installera själv, eftersom den bygger på öppen källkod, men den kan behöva anpassas av programmerare för att uppfylla de funktioner som målgruppen efterfrågar. (Sofie Wennström)

Under arbetet har hon ibland mötts av motargument mot en central plattform för att redaktionerna måste få behålla sin autonomi och inte underkasta sig mallade, tvingande system.

”Vårt svar är att vi försöker göra plattformen så attraktiv som möjligt så att det lönar sig att vara med, trots att det kräver viss likriktning.” (Sofie Wennström)

Upphovsrätten har också varit en återkommande fråga, eftersom praxis skiljer sig åt mellan tidskrifterna.⁸

”Det är verkligen ett garnnystan att reda ut! Vem bestämmer egentligen om vetenskaplig publicering?”

Kan man alltid säga att det är författaren som äger alla rättigheter till ett arbete om det tagits fram under arbetstid? Vem ska ersättas ekonomiskt? Det skulle behövas mer utbildning om upphovsrätt bland skribenter och forskare för att alla ska känna sig bekväma att hantera den licensiering som används vid öppen publicering.” (Sofie Wennström)

Liknande arbeten med gemensamma portaler för forskningstidskrifter pågår i en rad andra länder just nu, t.ex. Nederländerna, Skottland, Kanada m fl. De har alla ambitionen att stödja övergången till öppen publicering på nationell nivå och samtidigt främja forskningskommunikation på det egna språket. ”*Det finns en dröm om ett gemensamt ’European Science Cloud’*”, säger Sofie Wennström.

Förändrade villkor för synlighet

Den digitala tekniken skapade tidigt stora förhoppningar om en renässans för kulturtidskriften som fenomen. Här trodde man sig hitta en lösning för distribution men också för en efterlängtd synlighet. I betänkandet ”Boken i tiden” nämns internet och datorisering som en möjlighet för kulturtidskrifterna att öka sin räckvidd, men så blev inte fallet. I stället har de flesta upplagor minskat successivt och för många tidskrifter är närvaron på internet förhållandevis svag, för några obefintlig.

Jämfört med 1997 uppvisar läsarna också ett alltmer opportunistiskt beteende i valet av informationskanaler, oavsett om det handlar om tryckt eller digital information.

Eftersom allt färre prenumeranter är lojala måste vi sälja in betydligt fler prenumerationer än förr. Ändå sjunker upplagan. (David Väyrynen)

”Vad är en kulturtidskrift idag – när distributionen är helt pajad. Att sitta på en plats och skicka ut sin information per post...nej, – så fungerar inte offentligheten idag. Kulturtidskriften måste definiera om sin roll. Här finns ett stort tankearbete att göra” (Magnus William-Olsson)

”Idén om skyltfönster är ett svar på dagens situation med färre läsare, men ett sådant kommer inte att påverka den stora samhällsomvandling vi är inne i.

Ett skyltfönster påverkar inte det faktum att det ständigt pågår en förändring av hur människor läser, i takt med att bland annat teknologin utvecklas.” (Linnea Lindsköld, universitetslektor i biblioteks- och informationsvetenskap)

Den mer ingående analys av digitaliseringens konsekvenser för kulturtidskrifterna finns i norska kulturrådets rapport ”Kulturtidsskriftene. En analyse av kulturtidsskriftene i Norge”.⁹ Där ingår bland annat en bred undersökning av hur de norska kulturtidskriftsredaktörerna upplever digitaliseringen. Merparten av de tillfrågade i den norska studien menar att digitalisering:

- medfört att tidskriften har möjligheter att nå en bredare målgrupp,
- ger goda möjligheter för en ökad kvalitet,
- kan reducera kostnader,
- har gjort att konkurrensen ökat.

De intervjuade redaktörerna i den här (betydligt mer begränsade) intervjuundersökningen erfar i praktiken vare sig bredare målgrupp, egentligt ökad kvalitet eller mindre kostnader. De upplever däremot, precis som många av de norska informanterna, en ökad konkurrens. Flera vittnar också om en minskad räckvidd och en känsla av marginalisering. Det är svårare att hävda den plats man tidigare kunde ta i debatt och offentlighet.

”Vi är ju inte de enda som vill synas. Hur når man en uppmärksamhet som får människor att stanna just hos oss och reflektera? Hur når man en uppmärksamhet som räcker längre än ett ”gilla”?” (Mats Ahlberg, Balder)

Generationsbytet i läsekretsen har också visat förändrade digitala beteenden.

”Det är mycket svårare att få en ung människa att lämna ifrån sig sin e-mailadress, jämfört med en äldre. De unga håller hårdare på den digitala integriteten.” (John Swedenmark)

Flera intervjuade understryker att det vidsträckta, ständiga flödet av information utmanar relationen till läsekretsen/publiken på flera vis. Varje person har en begränsad mängd uppmärksamhet och allt högre krav på att informationen ska vara relevant

och den tid man ägnar ska ge utdelning, alltså kompensera den tid man spenderar. En kvalificerad kulturtidskrift konkurrerar alltså inte bara med det allmänna informationspåslaget utan också med ett brett utbud av djupt värdefulla, lika kvalificerade erbjudanden som alltid finns bara ett klick bort. Och läsaren har höga krav på återbäring för den tid som spenderas. Uppmärksamhetsekonomi påverkar de flesta branscher på djupet. Det handlar inte bara om att göra sig synlig, utan om att forma organisationer och system som är anpassade efter de nya villkoren.

”Örnen och Kråkan sänds ut gratis via nyhetsbrev till ca 6.000 abonnenter. Vi kan se hur läsarna beter sig, när de läser, hur länge de stannar i läsningen osv.” (Magnus William-Olsson)

Det är samtidigt mycket i den aktuella medieforskningen som antyder att den stora förändringen i medielandskap och villkor öppnar mot ett nytt läge för kulturtidskrifterna:

- Rastlösheten i de digitala flödena är på väg att skapa en motreaktion. I dag är intresset för longreads stort och möjligt att göra digitala affärer på.¹⁰
- Dagstidningarna har generellt sett valt att satsa på den journalistik som driver digitala abonnemang (dvs kriminaljournalistik, näringsliv, inredning, emotioner, krönikor) vilket påverkat dagstidningarnas kulturbevakning som idag domineras personporträtt, livsstil, trender på kritikens bekostnad. Här framstår kulturtidskrifternas som ett allt viktigare rum för det samtal kring konst, kultur, kulturpolitik som inte längre tas omhand av bredare media.¹¹
- Den djupa läsningen, som kräver koncentration och stimulerar till egen reflektion, möter ett allt större samhällsintresse och nämns ofta som en förutsättning för en fungerande demokrati.
- Det pågår en uppvärdering av redaktionen och de redaktionella miljöernas kapacitet. Här utgör tidskrifternas tradition av redaktionellt tankearbete ett alternativ till ett alltmer splittrat och uppbrutet medieutbud.

”Redaktionen är guld, det unika. Redaktionen är avgörande som läromiljö, som kritisk organism, som offentlig nod, som tankegemenskap och som kritikens materiella förutsättning.” (Magnus William-Olsson)

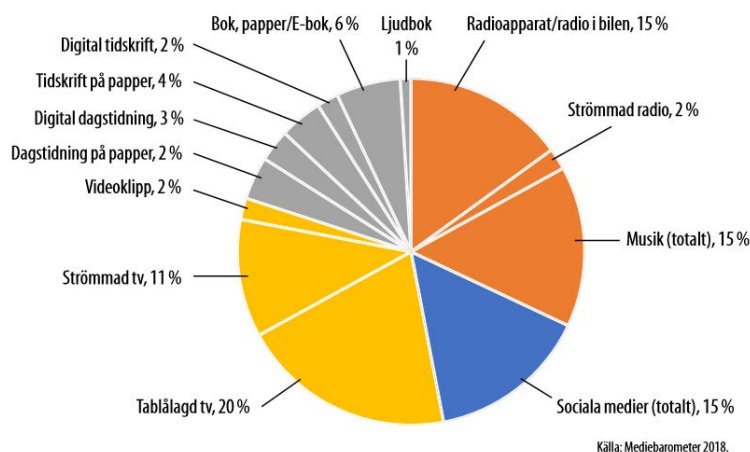
Magnus William-Olsson menar också att det finns en ny roll för den fria kulturkritiken (och därmed indirekt också för somliga kulturtidskrifter) som har en rent kulturpolitisk resonans: revisionen av kulturstöden. De offentligfinansierade kulturinstitutionerna växte fram i en tid då lokaltidningarnas och rikstidningarnas kulturbevakning och kritik var självklar. I takt med att mediebranschen förändras uteblir den kritiska granskningen av sceninstitutionerna, konsthallarna, museerna, konserthusen ... och därmed uteblir den offentliga, öppna revisionen inför medborgarna/finansiärerna. När kulturhändelser hamnar utanför medias blickfång minskar också allmänhetens intresse för utbudet och förtroendet för kultursystemet.

De kulturtidskrifter som i olika former läggs ut på nätet har i många fall gjort samma erfarenhet som dagstidningarna – att allt färre använder förstasidan som ingång och att sociala medier i stället styr läsaren till enskilda artiklar, som i sin tur kan leda till vidare läsning.

Under de senaste åren har dagstidningarna dramatiskt förändrade villkor diskuterats intensivt. Numera läser en fjärdedel (25 procent) av befolkningen tidningen på nätet dagligen, medan 22 procent läser på papper. 10 procent gör det både på nätet och på papper dagligen.¹² (Den digitala dagstidningsläsningen har ökat än mer under coronakrisen. För somliga titlar har den fördubblats.¹³)

En liknande transformation har boken genomgått. Idag konsumerar 42 procent av internetanvändarna digitala böcker, där ljudboken har ett litet försprång framför e-boken.¹⁴ Också poddlyssnandet har ökat kraftigt. Sedan 2015 har det dubblerats. Det här är en bild av en genomsnittlig mediedag 2018:¹⁵

Bruttotid som ägnats åt medier en genomsnittlig dag 2018



Synligheten och ekonomin

Kulturtidskrifterna arbetar i ett eget fält, åtskilliga vid sidan av den kommersiella marknaden. Kulturrådet står, enligt sin egen statistik,¹⁶ för i genomsnitt 30 procent av intäkterna hos de stödberättigade, och lika stor andel uppges komma in i annonspengar för den genomsnittliga stödberättigade kulturtidskriften. Tidskrifterna delar villkor med en stor del av kulturfältet. Kulturpolitiskt betraktas den offentliga finansieringen som nödvändig för att säkerställa existensen, eftersom marknaden misslyckas med att på egen hand skapa ett tillräckligt omfattande och brett utbud för att kunna leverera i enlighet med de nationella kulturpolitiska målsättningarna. Den offentliga finansieringen har alltså fått en kompensatorisk roll, men en utmaning är att inte heller den offentliga finansieringen förmår täcka kultursektorns ekonomiska behov. Myndigheten för kulturanalys påpekar i sin senaste analys¹⁷ att de nationella kulturpolitiska målen kräver att fler finansörer bidrar för att kunna uppnås.

För de allra flesta större kulturtidskrifterna, små som stora, är det offentliga stödet helt avgörande för utgivningen. Ett sådant exempel är tidskriften *Subaltern* som i sina ansökan 2019 uppger sig ha en prenumererad upplaga på 34 exemplar och 10 lösnummerköpare. Subaltern har i praktiken ingen digital kommunikation. Bidraget från Kulturrådet är 150.000 kr.

Kulturrådet har i dagsläget inga krav på ökande

egenfinansiering, teknisk förnyelse eller marknadsföring i reglerna för sitt produktionsstöd.

Det finns, som nämnts, en allt tydligare rörelse mot en än mer oförutsägbart situation. 2012 utgjordes 43 procent av den samlade upplagan hos de kulturrådsstödda tidskrifterna av abonnemang. Det gav relativt stor stabilitet och överblick. Fem år senare utgjordes bara 17 procent av den samlade upplagan hos de kulturrådsstödda kulturtidskrifterna av abonnemang. 83 procent bestod alltså av lösnummerförsäljning, vilket skärper kraven på synlighet och marknadsföring. Generellt är marknadsföringen en liten post i kulturtidskriftens budget: 3 procent.¹⁸ En vanligt förekommande marknadsföring är ibladningar av egna eller andra tidskrifters erbjudanden.

”I många år har vi bladad in flyers i tidskriften för att hitta nya prenumeranter. Numera ger det väldigt lite, av två tusen flyers kommer bara en dryg handfull tillbaka. Folk som vill prenumerera hittar oss på andra vägar.” (Mats Ahlberg, Balder)

Tidigare studier har visat att många kulturtidskrifter prioriterat att nå ut till läsare med ett högt kulturellt kapital, och att ekonomi och den bredare kommersiella gångbarheten ansetts mindre viktig.¹⁹

Det finns intressanta exempel på hur kulturtidskrifter tidigare använt sin unika kredibilitet och sin starka relation med en nischad publik med gemensamt kulturellt kapital för att hitta nya intäkter. *Opsis Barnkultur* har haft ett mycket framgångsrikt

samarbete med Barnen Bokklubb vilket drev fram en upplaga på 4.000 ex. I dag ligger *Opsis* upplaga på cirka 1.000 ex. Tidskriften *Opera* har med en liknande typ av profilering på särart och excellens knutit till sig finansiellt viktiga mecenater och samarbetspartners.

Ett intressanta digitalt exempel från nuet är podcasten *Staden* som på armlängds avstånd producerats med stöd från ett förlag och från en branschorganisation (Arkitektur förlag och Sveriges Arkitekter) som har intresse av kvalificerade, kritiska, fördjupande samtal.

I den breda tidskriftsbranschen pågår en febril jakt på nya affärsmodeller. Omsättningen sjönk med 5 procent under 2019. Medan hushållen lägger alltmer pengar på digital information minskar köp/prenumeration av tryckta tidskrifter med cirka 8 procent mellan 2014 och 2017. Det stora annonstappet i print kompenseras till en liten, men allt större, del av digitala intäkter.²⁰ En rad nya strategier prövas nu för att skapa nya kontaktytor mot målgrupperna och stärka relationen till publiken/läsarna. De digitala metoder eller affärerna blir alltmer förfinade. Ett exempel är leads, som bygger på att tidskriften via digitala data urskiljer en speciell kundgrupp och dess intressesfärer. Den här kunskapen om publikens preferenser blir basen i riktade erbjudanden. I den övriga tidskriftsbranschen finns en rad exempel på leads, både *business-to-business* och *business-to-consumer*.

Den digitala finansieringsmodell som påverkat kulturbranschen mest är medborgarfinansiering, eller *crowdfunding*, där digitala nätverk med många givare förenas i finansieringen av en bok, föreställning, etcetera. Också här är kredibilitet och trovärdighet avgörande. Det finns ingen tidskrift som idag finansierar stabil utgivning via *crowdfunding*. Inte heller har näringslivets allt större intresse för CSR (*Corporate Social Responsibility*) fått genomslag i kulturtidskriftsvärlden.

Den kulturrådsstödda tidskrift som mest konsekvent utforskar de digitala villkoren är *Örnen och Kråkan* som varje onsdagsmorgon publicerar en lång recension (upp till 12.000 tecken) om en aktuell poesibok, skriven av en arvoderad kritiker (5.300 kr per recension). Recensionen kan läsas, men det är också möjligt att lyssna till den inläst av skribenten.

En gång i månaden ersätts recensionen av en ca 60 minuter lång poesipodd. Upplagan sänds ut till cirka 6.000 gratisabonnenter varje vecka. Finansieringen består av, förutom kulturrådsstödet, annonser och prenumerationsintäkter från den kalender som sammanfattar det gångna årets poesi på svenska. Den tillhörande sajten erbjuder också sin poesiexpertis till exempel i form av produktion av uppläsningar, antologier, festivaler, men också lektörsutlåtanden och redaktion.

Överlevnaden hänger på om bibliotek, redaktioner och enskilda läsare kommer att vilja prenumerera på kalendern, på om annonsörerna fortsatt vill annonsera - samt på om tidskriften kommer att få bidrag.

"Vi har tre skilda målgrupper: Konnässörerna (de som avgör en boks och poets "värde". Konnässörerna måste tycka att vi är viktigast och bäst. De professionella – bibliotekarierna, redaktörerna, kulturjournalisterna som måste tycka att vi är användbara. Och slutligen den intresserade allmänheten som vi hoppas ska bli konnässörer och som vi framför allt försöker få att växa genom att samarbeta med bibliotek i hela landet." (Magnus William-Olsson)

Trots, eller kanske snarare tack vare, en snabb digitalisering går det också att ana att en ny överenskommelse med den tryckta produkten är på väg att utvecklas. Print har fått en ny exklusivitet i det digitala flödet och flera mediehus experimenterar med att ladda det tryckta formatet på nya vis, med fokus på djupläsning, estetisk upplevelse, nischrelation. Hur kulturtidskrifterna skulle kunna svara på en sådan ny förväntan är en öppen och mycket intressant fråga.

"Bristen på förnyelse är till stora delar en generationsfråga. Det finns en trötthet bland dem som gjort tidskrifter i många år. Om en ny generation släpptes in skulle mycket förändras." (David Karlsson)

"Kulturtidskrifterna har haft svårt att följa med i den digitala utvecklingen. Under en tid borrade Nätverkstan ner sig i arbetet med att utveckla appar, men plötsligt behövdes de inte för webben hade utvecklats och gjort den modellen överflödigt. En insats som däremot spelade större roll är att vi fick nätbokhandeln Adlibris att sälja lösnummer av tidskrifterna." (David Karlsson)

(Kommentar: Flera tidskrifter ex. *Arche*, *OEI* m fl, erbjuder både nya och tidigare nummer via Adlibris, medan andra endast erbjuder enstaka nummer ur tidigare utgivning.)

Arkivet och anarkivet

Kulturtidskrifterna fungerar som ett civilisationens stora förvaltande minne – över rörelser, kulturdebatter, konstriktningar och kulturens villkor. Arkivhanteringen är därför en central fråga i det som brukar betraktas som kulturtidskrifternas roll i demokratin.

De flesta bibliotek sparar ett prenumererat tidskriftsnummer en tid, emellanåt upp till tre år. Om det föreligger lokalt intresse eller har med kärnuppdraget att göra ligger det längre i arkivet. Specialbibliotek betraktar oftast det egna områdets tidskriftsnummer som del av det fasta beståndet.

Det enda stället som i ett bredare utbud säljer fysiska exemplar av äldre utgåvor är Tidskriftsbutikerna i Malmö, som startade redan 1993. I butikens källare finns cirka 13.000 olika tidskriftsnummer och lagret fylls på med cirka 500 varje år. I många fall har redaktioner som upphört skänkt kvarvarande exemplar till tidskriftsbutiken. Alla utgåvor marknadsförs på hemsidan. Försäljningen sker i allmänhet på kommission (30 procent) och ligger på cirka 1000 ex per år via nätet eller via butiken. Försäljningen har ökat de senaste åren. **Anders Bräck** ansvarar för Tidskriftsbutiken:

*”Till viss del är vi en plats dit man söker sig för att orientera sig om vad som ges ut, men det som gör oss unika är att vi kan erbjuda också det smalaste smala, som t ex alla årgångar av Kyrkomusikernas tidning. 70 procent av det vi har i källaren säljer nästan inte alls, men jag hävdar att det ändå är viktigt att det finns – för framtida läsare och forskning. I vår källare finns tidskrifter som ingen någonsin kommer att ha intresse av att digitalisera, som t ex *Byahornet*, tidskrift om skånsk historia och folkminnen.”* (Anders Bräck)

Tidskriftsbutiken fick under flera år stöd av Kulturrådet, men 2018 gavs beskedet att det årets stöd var att betrakta som ett avvecklingsbidrag – med hänvis-

ning till att *”den tekniska förändringen på många sätt ritat om landskapet också för tidskrifterna. Den enskilda tidskriftens möjlighet att mer riktat nå sina läsare har ökat inte minst via sociala medier.”*

Anders Bräck menar att resonemanget om de digitala möjligheterna inte stämmer.

”Tidskriftsbutikens har ett unikt kvantitativt och kvalitativt värde i en föränderlig värld, där den lilla tidskriften lättare än någonsin försvinner – också på Facebook – och där digital publicering inte alltid är ett bättre alternativ, om än det förment billigare.” (Anders Bräck)

Till skillnad från många andra distributionssatsningar på området kommer Tidskriftsbutikens satsningar alla kulturtidskrifter till gagn, säger han, oavsett upplaga, ekonomi, utgivningsort etc. Han menar att en gemensam plattform skulle kunna ge samma fördel.

”Alla tidskrifter är olika och det är inte lätt att hitta frågor som angår alla. Däremot finns det en stor demokratisk vinst med att stärka tidskrifterna som grupp, att lyfta dem som ett kulturfenomen som fler borde bli medvetna om.” (Anders Bräck)

Överlag tycks tidens fokus på nätet ha ökat arkivets betydelse. Tidskriften *Opera* ställer en stor samling äldre nummer till digitalt förfogande för sina prenumeranter, vilket också *Lira* med flera gör. *Opsis Barnkultur* har de senaste recensionerna fritt för alla att läsa och en bank av många års kritik tillgänglig för sina prenumeranter. *Respons* har ett liknande exklusivt upplägg.

I dag finns några större digitala bestånd av äldre tidskriftsnummer. *Ord&Bild* som började ges ut 1892 har retrodigitaliserats fram till 1949 via projekt Runeberg. *Folket i Bild/Kulturfronts* hela utgivning från 1971 och framåt har digitaliserats och finns sökbar på bibliotek, genom ett samarbete mellan Kungliga biblioteket och föreningen *Folket i Bild/Kulturfront*, vilka stått för finansieringen. Planer finns på att på samma vis digitalisera alla utgåvor av *Moderna Tider* (som kom ut 1990–2002).

I januari 2020 undertecknades en avsiktsförklaring mellan Kungliga biblioteket och universitetsbiblioteken i Göteborg, Lund, Stockholm, Umeå och

Uppsala om att digitalisera allt tryck från 1400-talet och framåt,²¹ och i detta ska kulturtidskrifterna förstås rymmas.

”Vi har arbetat så smått med detta ganska länge, precis som de stora universiteten, men utan samordning. Nu tar vi ett samlat grepp. Idag föds ju allt tryck digitalt.” (Lars Ilshammar, biträdande riksbibliotekarie vid Kungliga biblioteket)

Linnea Lindsköld, som forskar i kulturpolitik, påminner dock om hur lätt det är att skapa en övertro på digitaliseringen.

”Pratet om digitalisering från politiskt håll kan kännas naivt. Det kommer inte att gå jättesnabbt och det kommer inte att bli billigt. Dessutom handlar det inte bara om en teknisk process utan också tillgängliggörande.” (Linnea Lindsköld)

Kulturtidskrifternas status i kulturpolitiken

Kulturtidskrifterna spelar en direkt roll för de kulturpolitiska målens uppfyllelse, som att kulturen enligt självständighetsmålet ska vara en ”dynamisk, utmanande och obunden kraft med yttrandefriheten som grund” och samhällsmålet som stipulerar att ”kreativitet, mångfald, konstnärlig kvalitet” ska prägla samhällets utveckling och helst få genomslag i samhällsplaneringen. Ett separat stöd till kulturtidskrifter infördes 1966. Det har alltså i sex decennier funnits ett mestadels brett politiskt samförstånd om att kulturtidskrifterna spelar en vital roll i kulturens ekosystem. De beskrivs ofta som en väsentlig del av den icke-institutionella offentligheten som erbjuder ett frirum för reflektion, diskussion och debatt. Det frihetliga draget har givetvis fått ökad relevans i takt med att näralliggande branscher som förlag och nyhetsmedia genomgått djupa transformationer.

”Det är lätt att glömma att kulturtidskrifternas centrala position inte bara handlar om läsning, utan kanske än mer om produktion. Det är ett sätt att skapa en mångfald på scenen, tidskrifterna medverkar till kunskap om flera olika ämnen av olika kategorier av skribenter från flera professioner:

konstnärer, journalister, forskare med flera. På så sätt får själva produktionen ett värde i sig.” (Linnea Lindsköld)

1974 förstärktes stödet, med tydlig skrivning att kulturtidskrifternas möjligheter att överleva på en marknad var ytterst små. Genom åren har kollektivets svårigheter att nå ut till publiken varit ett återkommande ämne och föremål för kulturrådets intresse men också för branschkampanjer och upprop. Så här uttrycks situationen i betänkandet ”Boken i tiden” 1997: ”För många kulturtidskrifter har de minskade prenumerationerna, framför allt bibliotekens, inneburit en ond cirkel; färre prenumerationer, minskade inkomster, mindre ekonomiska marginaler, ingen möjlighet att arvoda medarbetare, försämring av innehållet, minskade möjligheter till marknadsföring och med ännu färre prenumerationer som följd.”²²

För att öka spridningen av kulturtidskrifter infördes 1999 ett stöd till folkbibliotekens prenumeration, men antalet ansökningar från biblioteken sjönk successivt. Statens kulturråd konstaterade att stödet inte var ändamålsenligt, eftersom beloppen som utgår till biblioteken var låga och innebar en omfattande administrativ hantering både för biblioteken och för Kulturrådet.²³

Kulturutredningen 2009 hade ambitionen att sätta kulturtidskrifterna i ett nytt sammanhang, med utgångspunkten att det här slaget av:

”[...] masskommunikationen är på väg att övergå i en diversifiering med ett allt mera specialdesignat utbud för olika konsumentgrupper i det internetbaserade utbudets hela oöverskådliga mängd. Inget medium kan längre räkna med en fast och stor publik som anpassar sin smak efter ett begränsat utbud. Därmed möter vi inom medieområdet samma grundläggande tendens till individualisering som vi har haft för ögonen när vi diskuterat den allmänna kulturpolitiken.” (SOU 2009:16)

Resonemanget ledde inte till någon egentlig förändring. Produktionsstödet (som idag ligger på cirka 22 miljoner) liknar på många sätt den 50 år gamla förlagan.

Vid sidan av produktionsstödet finns ett sprid-

ningsstöd om dryga två miljoner per år som kan sökas för att ”synliggöra och sprida kulturtidskrifter och för att göra andra insatser som kommer flera kulturtidskrifter till del.” Till skillnad från produktionsstödet som bereds av en bedömargrupp så är det kulturrådets tjänstemän som handlägger spridningsstödet. Generaldirektören fattar beslut och beslutet kan inte överklagas. Projekt som omfattar ett större antal kulturtidskrifter prioriteras, vilket sannolikt är en anledning till att så stor del av spridningsstödet och det tidigare utvecklingsstödet gått till Nätverkstan Kultur och till dess ägare Tidskriftsverkstaden i väst. De fick tillsammans 93 procent av stödet 2020.

Inga större kulturpolitiska förslag har lagts som syftar till att på allvar underlätta för de enskilda aktörerna på fältet att på allvar möta den aggressiva villkorsförändringen. De allra flesta utgivare är tungt beroende av stöden, vilket förstås minskar förändringsbenägenheten. Att revidera villkoren för relationen stat-kulturtidskrift ligger inte högt på den politiska agendan, vilket sannolikt har med det som brukar kallas kulturtidskrifternas paradoxala status att göra: För dem som känner sig inkluderade i kulturvärlden har kulturtidskrifterna ofta hög status, medan de för den stora allmänheten generellt har en rätt låg status. Det senare påverkar relevansen i politiken, vilket resulterar att kulturtidskrifternas utsatta läge blir en underprioriterad fråga för kulturpolitiken.²⁴

Bibliotekens arenor

Biblioteken pekades av flera intervjuade ut som nyckelarenor för tidskrifternas synlighet.

Flera projekt i ärendet har genomförts tillsammans med svenska bibliotek genom åren. Men de bibliotekarier som vidtalats inför den här förstudien vittnar alla om att kulturtidskriftsintresset hos biblioteksbesökarna är i långsamt avtagande.

Under 2020 måste drygt 30 procent av landets folkbibliotek klara sin verksamhet med mindre resurser än 2019.²⁵ De här intervjuade med biblioteksanknytning utgår från att neddragningarna med stor sannolikhet kommer att drabba kulturtidskriftsabonnemangen innan det påverkar bokinköpen.

Så här ser trenden för biblioteken ut:

- Under 2018 minskade den fysiska utlåningen med totalt fyra procent, dvs tre miljoner utlån.
- Sedan 2010 har den fysiska utlåningen på folkbiblioteken minskat med tolv miljoner lån.
- Utlåningen av e-böcker ökade samtidigt med 30 procent.²⁶

Endast två svenska kulturtidskrifter förekommer på bibliotekens tjänst PressReader, som är en tjänst som erbjuder gratis tidskriftsläsningen både på biblioteket och hemma. Det är Tidskriften *Opera* och *Språktidningen* som finns bland de cirka 7.000 nationella och internationella tidningar samt tidskrifter från fler än 120 länder och på över 60 språk. Tidskrifterna finns tillgängliga i tre månader och kan läsas på smartphone, surfplatta eller på datorn. Det är PressReader som själva väljer in publikationer i systemet.

”Vi ser PressReader som en marknadsföringsytta men också en kvalitetsstämpel” (Sören Tranberg, Tidskriften *Opera*.)

Tidskriften *Opera* uppger att läsningen via PressReader intäktsmässigt i fjol gav drygt 10.000 kronor.

I en region som Gävleborg med 285.000 invånare i tio kommuner läses mellan 300 och 600 tidskriftsexemplar per månad. Bland de mest lästa titlarna är förutom dagstidningarna tidskrifter som kretsar kring historia och musik. Hittills har PressReader setts framför allt som en service för besökare med andra modersmål än svenska, men i flera kommuner planeras under 2020 mera omfattande kampanjer för att få allmänheten att hitta till tjänsten. För biblioteken är tjänsten förhållandevis dyr. Region Gävleborg med tio kommuner betalar enligt uppgift från ansvarig 200.000 kronor per år.

Peter Alsbjer efterlyser ett större engagemang för kulturtidskrifterna i det egna skräpet:

”Bibliotek och tidskrifter måste haka i varandra, på samma vis som bibliotek och böcker. Vi måste jobba mer målinriktat, mot bredd och djup samtidigt. Bibliotek skulle kunna använda tidskrifterna i ett uppsökande arbete, och föra samman redaktörerna,

föreningslivet, invandrarungdomarna på nya vis. Vi har många sammanhang att ta fasta på för att vara mera angelägna i allmänna medvetandet – Konsthallar, ICA-affärer och inte minst: bibliotek.”
(Peter Alsbjer)

Peter Alsbjer menar att det skulle kunna gå att införa ett distributionsstöd för kulturtidskrifter av samma slag som litteraturen idag.

”Ett urval av de tryckta tidskrifterna skulle kunna få samma sorts stöd som vissa böcker, så att alla folkbibliotek får ett exemplar vardera” (Peter Alsbjer)

Fler av de intervjuade pekar ut biblioteken som en av de viktigaste arenorna.

”Det mest alarmerande är att bibliotekens prenumerationer minskat. Många av våra läsare hittar till oss via biblioteket.” (Birgitta Wallin)

Hon uttrycker också en förhoppning om att biblioteken ska spela en större roll i samarrangemang och event tillsammans med kulturtidskrifterna.

Madeleine Banks, producent och programansvarig på Uppsala stadsbibliotek, har bred erfarenhet av kulturevenemang av det slag som skulle kunna kopplas till en gemensam tidskriftsplattform.

”Samarbeten med bibliotek borgar för kvaliteten, men det är lätt det är att underskatta hur mycket marknadsföring som krävs för ett lyckat kulturevenemang. Det är ett oerhört stort jobb att hålla omvärlden informerad i en tid då informationen flödar och mottagarna är otåliga. Vi arbetar hårt för att hitta rätt publiknischer för våra evenemang. En ”allmän” information räcker inte längre. Idag knyter man sig som publik direkt till en avsändare som man litar på. I det läget riskerar en gemensam plattform att bli ett extra filter för den som söker information.” (Madeleine Banks)

Stad vs. land

Flera av de intervjuade berör de skilda förutsättningarna stad-land när de diskuterar kulturtidskrifternas synlighet. Idag ges 77 av de stödberättigade kulturtidskrifterna ut i städer (Storstockholm, Gö-

teborg, Malmö, Lund) och resterande 14 i det som Kulturrådet betecknar som ”övrigt”.²⁷ Fördelningen har delvis avgjorts av att tidskriftsverkstäderna på 1980- och 1990-talet etablerades på de här orterna och att den tidens tekniska förutsättningar gjorde att produktion i en större stad var att föredra. Utvecklingen inom dataområdet gav då möjligheter att rationalisera stora delar av tidskriftsarbetet, som redigering och grafisk form. Eftersom de flesta kulturtidskrifter producerades på ideell basis var det få som kunde finansiera egna datorinköp. Tidskriftsverkstäderna tillhandahöll datautrustning för gemensamt bruk. De första startades 1988 i Lund och Stockholm. Därefter följde Luleå (1990) och Göteborg (1992).²⁸ En stor mängd tidskrifter knöts till de här produktionsnoderna. Verkstaden i Stockholm har över tid haft relation med över 200 olika tidskrifter. Idag har verksamheten annan inriktning. Lunds verkstad startade 1988 och migrerade till Malmö 1997. 2010 gick det som då hette Tidskriftsverkstaden Skåne samman med Digitala Bildverkstaden och bildade Mediaverkstaden Skåne. Luleås tidskriftsverkstad är nedlagd. I Göteborg växte Nätverkstan Kultur upp i nära anslutning till tidskriftsverkstaden Väst. Tidskriftsverkstaden i väst ekonomisk förening, erhöll 2020 spridningsbidrag på 300.000 från Kulturrådet.

Också på biblioteken kan man spåra en viss frustration över det man tolkar som en urban norm.

”De flesta av kulturtidskrifterna genomsyras av den starka föreställningen att det riktiga kulturlivet sker i de stora städerna. Här finns en del att problematisera... Många har ett exkluderande tilltal. De är lite för förtjusta i sitt fokus på Stockholm, Göteborg och Malmö och kanske ytterligare några andra reservat.” (Lisa Ångman, bibliotekschef Ljusdal)

Det finns en ökad oro i regionernas kulturförvaltningar över att kulturbevakningen minskat och att den konst som produceras utanför storstäderna inte syns eller räknas med i en nationell debatt.

Flera regioner har därför börjat ta eget ansvar för att kulturbevakning, kritik, essäistik. Kultursamverkansmodellen som infördes 2011 innebär att varje

region får en samlad summa statliga medel att fördela till regional kulturverksamhet i respektive län och där kan kritik, kultursamtal, tidskriftsarbete ingå – om regionen så beslutar. Några exempel: Västra Götaland har infört ett essästöd, och Region Halland har ett stabilt samarbete med Kritiklabbet. För att kartlägga dagsläget gjorde Kritiklabbet 2018 en kartläggning bland tjänstemän med ansvar för kulturen i 21 svenska regioner och landsting om och hur de arbetar med att främja dagskritiken.²⁹ Flera av dessa beskriver att kulturbevakningen försämrats; kulturredaktionerna drar ner på personal, kulturarbetare mottar färre recensioner och klyftan mellan kulturbevakningen i storstäderna och på landsbygden ökar.

Andra svar i enkäten beskriver att kritiker involveras i läs- och litteraturfrämjande insatser. I Region Uppsala ska kulturella mentorskapsprogram inom litteraturområdet vara öppna även för kritiker. I Region Västernorrland finns konsttidskriften *Volym* (med regionen som utgivare) som speglar viktiga konsthändelser i de fyra Norrlandslänen vilket bland annat innebär att konstskribenter recenserar pågående utställningar, projekt och andra kulturhändelser. Andra regionala företrädare lyfter i enkäten problematiken med hur armlängds avstånd ska hanteras mellan en fri kritisk aktör och en regional bidragsgivning.

Ännu ett intressant exempel är Regionsamverkan Sydsverige – Bild och form inom Region Skåne som bland annat syftar till att utveckla en större växelverkan mellan stad och landsbygd, genom residensprogram, produktionsplattformar mm. Ambitionen är också att skapa arenor för konstkritik i Sydsverige.

”I dag är det framför allt ute i regionerna som nytänkandet sker.” (Magnus William-Olsson)

I ett antal nutida statliga utredningar understryks obalansen mellan stad och land när det gäller närvaro av debatt och reflektion inom kulturområdet. I *Medieutredningen*³⁰ konstateras att ”neddragningar av redaktionell närvaro” i landet skapat ”vita fläckar i medielandskapet”, vilket i hög grad drabbat kulturbevakningen. Också i kulturdepartementets betänkande ”Konstnär – oavsett villkor?”³¹ registreras att kritikerfunktionen är på reträtt. I ”Kulturens

geografi”³² från Myndigheten för kulturanalys finns ett allmänt bakgrundsresonemang till frågan. Av de nämnda utgåvorna har alla vägt in tidskrifternas plats, funktion och roll i sina resonemang.

”Om kritiken blev ett eget konstområde i kulturplanerna skulle det tillskapas medel som till exempel tidskriftsredaktioner skulle kunna söka och på så vis kunna stärka de lokala kritiska offentligheterna.”
(Magnus William-Olsson)

2019 infördes ett nytt mediestöd för innovation och utveckling, samt för lokal journalistik i områden som har svag journalistisk bevakning. Eftersom medierna och kulturtidskrifterna tillhör två skilda stödssystem har tyvärr ingen koppling mellan det nya mediestödet och kulturtidskrifternas centrala funktion gjorts.

Nordiska erfarenheter

Under lång tid har Sverige framstått som ett föredöme för utgivare i Norden. Sedan en tid tillbaka vänds blickarna snarare till Norge, inte minst för att de ekonomiska ramarna är annorlunda där. Våren 2019 slog norska kulturrådet samman flera äldre stöd för att förbättra situationen för tidskrifter och kritik. Den nya ordningen innebär alltså att tidskrifter och kritik konkurrerar om samma medel. Projekt, arrangemang och produktion samlas i ett enda stöd och alla publiceringsformer inkluderas. Nytt är också att tidskrifterna kan söka bidrag för att minska kostnaderna för abonnemang till inte minst folkbiblioteken.

Än har inte så stora medel hunnit fördelas efter den nya ordningen och några större förskjutningar går inte att se än, men redan förarbeten till det nya stödet och diskussionen kring det har höjt tidskrifternas och kritikens status. Här finns långtgående skrivningar om kulturtidskrifternas roll i ett demokratiskt samhälle.

Som första norska kommun behandlar Bergen kulturkritiken som ett eget fackfält inom kulturen³³. I Bergens ”kunstplan” för 2018–2027 är kritiken inskriven som ett av fem prioriterade områden. Kritiken definieras som ett ”kunstfelt” och kritiker som utövande konstnärer. Kritiken kommer att främjas

genom bland annat stipendier och mentorsprogram. I satsningen ingår också stöd till kulturtidskrifter och samtalsforum och samarbete med utbildningsinstitutioner.

En viktig aktör i det nordiska sammanhanget är Nordisk Kulturfond. Nordisk Kulturfond har stött flera projekt som länkar samman tidskrifterna med institutionerna. Det finns också en uttalad ambition att stödja projekt som vill bidra till en offentlig diskussion om konstfältet. Det är ett av syftena med stödet till Troms och Finnmarks fylkeskommuner. 2016 startade i Troms och Finnmarks fylkeskommuner ”Kunstkritikk i nord – utvikling og formidling av kunstkritikk gjennom kompetanseheving og forankring i lokale miljøer.” I likhet med andra regioner som definieras som ”periferi” erfor man i Troms och Finnmarks fylkeskommuner att den konst som skapas där inte utsätts för någon kritisk reflektion. Under 2019–2020 har flera skriv- och publiceringsverkstäder drivits, liksom arbete med textvägledning, poddproduktioner och kritikertal.

Det finns flera andra intressanta nordiska engagemang i den hårt ansatta kulturkritiken. Svenska kulturfonden satsade förra året 380.000 euro på att stärka kritiken på svenska i Finland under tre år via Intresseföreningen för finlandssvenska frilanskritiker (IFFF). Ambitionen är att stärka kritiken i Svenskfinland och dryga ut mediernas arvoden till frilanskritiker. Syftet är också att få mediehusen att upptäcka kulturkritikens genomslag.

Hösten 2019 formades ett nordiskt nätverk av kulturtidskrifter som en följd av den Nordisk konferens för kulturtidskrifter som Nätverkstan anordnade med stöd av Nordens kulturtidskriftsföreningar. Medel kom från Nordisk Kulturfond, Nordisk Kulturkontakt, Kulturrådet och av Västra Götalandsregionen. De två sistnämnda finansierarna såg initiativet som en möjlighet att ytterligare stärka tidskriftsnoden i Göteborg.

”De norska regelverket definierar begreppet ”kulturtidskrift” snävare än de svenska. De gör att Norge missar den stora mångfalden som Sverige har.” (Jan Kärrö på Nätverkstans tidskriftskonferens 2019)

Coronakrisen

Under arbetet med den här förstudien utbröt coronapandemin. Kulturtidskrifterna påverkades snabbt och hårt av nya vanor och restriktioner.

Birgitta Wallin berättar att *Tidsam*, som ”sett till att *Karavan* har exponerats i butiker från Ystad till Haparanda”, snabbt drog ned antalet förmedlade ex med hänvisning till minskat försäljning på grund av krisen.

”Även om vi inte tjänade några egentliga pengar på Tidsamdistributionen så gjorde den oss synliga. Nu minskar den synligheten. Det blir tufft.” (Birgitta Wallin)

Siri Reuterstrand, ordförande i FSK, befarade att många tidskrifter skulle drabbas hårt. Inställda evenemang gav snabbt en ekonomisk förlust. Själva produktionsvillkoren gjorde också särskilt de mindre tidskrifterna sårbara:

*”De riktigt små tidskrifterna drivs ofta ideellt av frilansare, men nu förlorar upphovsmännen uppdrag på annat håll och har kanske inte råd att lägga tid på den här sortens gratisjobb.”*³⁴

Andra effekter av coronaperioden är en ökad efterfrågan på ”long reads”, som gjort att bl.a. Tidskriftsbutikerna i Malmö ökat försäljningen av tryckta tidskrifter.

Samtidigt accelererar den omvandling av offentligheten som diskuterats ovan, inte minst på grund av att dagstidningarnas annonsintäkter sjunker och redaktionerna därmed tvingas prioritera det material som ger läsarintäkter.

Coronakrisen har alltså förstärkt kulturtidskrifternas trängda ekonomiska läge och samtidigt signalerat att det finns en allt starkare efterfrågan på fördjupad läsning.

Nästa steg

Även om entusiasmen för den enskilda frågan om en gemensam plattform kan sammanfattas som förhållandevis sval bland de intervjuade så ringar förstudien in ett antal frågor som skulle förtjäna att bli belysta på ett grundligare vis. I fokus för intervjuerna har

begreppet ”synlighet” stått. Synlighetsfrågan har visat sig ha bäring inte bara på eventuella plattformar och nuvarande stöd, utan på en hel infrastruktur.

Det finns ett alltmer uppmärksammat kulturpolitiskt ansvar att säkra att konsten och kulturen (i vid mening) diskuteras i en gemensam offentlighet, men i den omvälvande medieförändringen som pågår trycks kulturtidskrifterna paradoxalt nog ut mot offentlighetens periferier, samtidigt som behovet av deras djupkompetenser ökar.

I decennier har kulturtidskrifterna larmat om sjunkande upplagor, sämre ekonomier och minskad synlighet. Ändå är principerna för de kulturpolitiska insatserna kring tidskrifterna i stort sett detsamma som på 1960-talet, dvs långt innan digitaliseringen ens gick att formulera. I dag fördelas stödet efter principer som har svårt att fånga in den alltmer mångfasetterade, diversifierade utgivningen, där aktörerna verkar under vitt skilda överenskommelser med sin publik. Det finns en uppenbar risk att tolkningen av den nuvarande stödordningen i realiteten hindrar kulturtidskrifterna från att hitta nya positioner i offentligheten. Intervjuerna indikerar också att praxis kring stödet bidrar till polariseringen stad-landsbygd.

Som en inledning till ett fördjupat arbete skulle förslagsvis Statens kulturråd ta eget ansvar för en seminarieserie kring teman som de intervjuade lyfter i den här studien: distribution, uppmärksamhetsekonomi, stad-landsbygd, möjliga affärsmodeller osv. Även själva arbetet med kulturtidskriftsstödet är i behov av uppdaterade omvärldsanalyser, som kan tas fram till exempel i samarbete med de högskolor/universitet som har närliggande forskningsfält (Handelshögskolan, Högskolan i Borås, med flera).

Det skulle ha ett stort signalvärde om den nationella nivån kan vara en motor ett sådant utvecklande och öppet samtal om kulturtidskrifternas belägenhet och roll och att olika kompetenser i så fall bidrar. Såväl riksdagens kulturutskott, som Myndigheten för press, radio och tv m.fl. borde vara representerade. Relevant kunskap finns också hos Myndigheten för kulturanalys, vars rapporter redan rest en rad frågor som är giltiga för kulturtidskrifterna, kring oberoende, delaktighet och den roll som kulturfältets aktörer har till de kulturpolitiska målen.³⁵ Även relationen mellan kulturtidskrifterna och allmänmedia skulle behöva belysas, liksom relationen mellan de offentligfinansierade kulturinstitutionerna och tidskrifterna. (Det är värt att notera att de svenska kulturinstitutionerna idag hyser ett mycket litet intresse för de fria kulturtidskrifterna, både vad gäller återförsäljning och annonsering. Detta trots att den kvalificerade debatten kring deras uppdrag alltmer flyttar in i tidskriftsvärlden.)

Också arkivfrågan behöver uppmärksamhet. En stor digitaliseringsordning är på väg att införas, men det kommer att ta ansevärd tid innan frågor kring upphovsrätt, tillgänglighet, teknik är lösta. Till dess finns det ett gemensamt samhällsligt intresse att se till att äldre nummer av kulturtidskrifter är möjliga att ta del av.

Många av de enskilda tidskrifterna utgör idag, var och en för sig, viktiga experiment kring spridning, finansiering, marknadsföring, publikrelationer... som inte kan ta spridningsstödet i anspråk då detta prioriterar generella insatser. Det kan tänkas att mindre stöd av karaktären seed-money skulle locka fram ett större djärvhet och ett tydligare erfarenhetsutbyte.

Intervjupersoner

Mats Ahlberg, redaktör tidskriften *Balder*.

Peter Alsbjer, regionbibliotekarie Örebro län.

Madeleine Banks, producent, Stadsbiblioteket i Uppsala.

Marianne von Baumgarten Lindberg, redaktör *Opsis Barnkultur*, tillika huvudsekreterare SOU 1997:141 ”Boken i tiden”.

Eva Bonde, redaktör *Historiskan*.

Anders Bräck, ansvarig Tidskriftsbutiken, Malmö.

Maria Felle, Nätverkstan Kultur.

Lars Ilshammar, historiker, biträdande riksbibliotekarie vid Kungliga biblioteket.

David Karlsson, förläggare, tidigare redaktör, bland annat på *Ord & Bild* (1994–1998), ordförande för Kulturrådets grupp för stöd till kulturtidskrifter åren 2000–2006. Senior rådgivare Nätverkstan Kultur.

Linnea Lindsköld, universitetslektor i biblioteks- och

informationsvetenskap, forskare vid Centrum för kulturpolitisk forskning, Högskolan i Borås.

Helena Persson, Nätverkstan Kultur.

Daniel Poohl, vd och ansvarig utgivare, *Expo*.

Sören Tranberg, redaktör tidskriften *Opera*.

John Swedenmark, översättare, författare, ingår i redaktionen för *Divan* och *Karavan*.

David Väyrynen, ansvarig utgivare Provins.

Birgitta Wallin, redaktör *Karavan*.

Sofie Wennström, projektledare, Kungliga biblioteket.

Magnus William-Olsson, initiativtagare till Kritiklabbet och tidskriften *Örnen och Kråkan*.

Lisa Ångman, bibliotekschef Ljusdal.

Samt ett antal biblioteksanställda som valt att vara anonyma.

Noter

1. Med digitalisering menas här inte bara teknisk övergång till digital publicering utan den samhälls- och fattande effekten av användandet av de digitala möjligheterna, de som i grunden förändrar förväntningar och beteenden hos publiken.
2. FSK:s ansökan och rapportbeställning se bilaga 1.
3. Gunilla Kindstrand har arbetat som tidskriftsredaktör och kritiker. Hon har också varit ordförande i Statens kulturråds arbetsgrupp för kulturtidskrifter (2009–2011) och har haft flera uppdrag inom det kulturpolitiska stödsystemet.
4. FSK:s definition av en kulturtidskrift: "Kulturtidskrift är en publikation som ger presentation, bevakning och fördjupning inom de skilda konstarnas områden samt/eller behandlar politiska, sociala eller ekonomiska samhällsfrågor. Viktiga funktioner hos kulturtidskrifter är att ge utrymme för analys, idédebatt och filosofiska samtal. En kulturtidskrift är periodiskt utgiven och kan publiceras i tryckt form eller digitalt.
5. Det uppskattade antalet återkommer på flera håll, bland annat hos Nätverkstan. www.natverkstan.net/avdelning/kulturtidskrifter/.
6. Statistiken i detta stycke kommer från Kulturrådets uppföljningsrapport 2012–2017, som våren 2020 förelåg som arbetsversion.
7. Se bilaga 1.
8. När det gäller kulturtidskrifter har FSK samarbetat med Journalistförbundet för att utforma avtalsmallar som används t ex gentemot BTJ:s referensdatabas ArtikelSök.
9. "Kulturtidskriftene. En analyse av kulturtidskriftene i Norge" av Paul Bjerke och Lars J Halvorsen (2018).
10. Se till exempel digg.com eller veckoerbjudande från svenska Omni.se.
11. Abundance or crisis? Transformations in the media ecology of Swedish cultural journalism over four decades. Kristina Riegert, Anna Roosvall, Andreas Widholm 2019.
12. Svenskarna och internet 2019.
13. <https://www.dagensmedia.se/medier/digitalt/sammycket-okar-svd-s-lasning-under-coronakrisen/>
14. Svenskarna och internet 2019.
15. Ljudboken: hur den digitala logiken påverkar marknaden, konsumtionen och framtiden av Hanner, O'Connor & Wikberg (2019)
16. Se Kulturrådets uppföljningsrapport av stödet 2012–2017 (preliminär version).
17. Kulturanalys 2020. En lägesbedömning i relation till de kulturpolitiska målen. Rapport 2020:1.
18. Se Kulturrådets uppföljningsrapport av stödet 2012–2017 (arbetsversion).
19. Se till exempel I kläm mellan kultur, politik och marknad av Filippa Rogvall, 2013.
20. Tidskriftsbranschen i siffror 2019.
21. <https://www.kb.se/om-oss/nyheter/nyhetsarkiv/2020-01-28-600-ar-av-svenskt-tryck-ska-digitaliseras.html>.
22. SOU 1997:141.
23. Tid för kultur. Regeringens proposition 2009/10:3.
24. I kläm mellan kultur, politik och marknad av Filippa Rogvall, 2013.
25. Biblioteksbladet 10 mars 2020.
26. Sveriges officiella biblioteksstatistik 2019, Kungliga biblioteket.
27. Kulturrådets Uppföljning av produktionsstöd till kulturtidskrifter 2012–2017 (arbetsversion).
28. www.tvs.se.
29. Kritikklabbet: Kritikens läge i landet. Åtta regioner om deras arbete med dagskritiken maj 31, 2018.
30. SOU 2016:80.
31. SOU 2018:23.
32. Kulturfakta 2019:3.
33. <https://www.bergen.kommune.no/politike-re-utvalg/api/fil/294393/Bergen-kommunes-kunstplan-2018-2027-Plandokument>.
34. Kulturtidskrifterna hotas av coronakrisen. TT 2020-04-01.
35. Kulturanalys 2020. En lägesbedömning i relation till de kulturpolitiska målen.

Avslutande kommentarer

Under 2019 erhöll FSK finansiering från Statens kulturråd för att organisera en förstudie om kulturtidskriftens framtid i vid mening, och om behovet av en samlad plattform i en snävare mening. Journalisten Gunilla Kindstrand åtog sig uppdraget och träffade under perioden 2019/20 initierade tidskriftsredaktörer, bibliotekarier och skriftställare. Diskussionerna kom att kretsa kring digitaliseringsfrågor, alternativa publiceringsformer, distribution och den allt mer splittrade offentligheten.

Det finns i dagsläget ingen infrastruktur som innefattar kulturtidskrifterna som kollektiv, det är också svårt att ringa in dem till antal. Kindstrand slår fast att det finns någonstans omkring 500 svenska tidskrifter som på något sätt faller under definitionen kulturtidskrift, av de äskade 106 pengar från Kulturrådet. FSK samlar omkring 100 tidskrifter såväl större som mindre publikationer.

Förstudien svarar inte helt på frågan om det behövs en samlade plattform (som både kan fungera som ett fysiskt arkiv med försäljning och en digitalt väl kurerad publiceringskanal), eller åtminstone inte vad den ska innehålla. IP verkar rörande överens om att det finns ett behov att lyfta fram tidskrifternas särarter genom samlade hybridpubliceringar (poddar, texter, filmade samtal mm) med en tät och rättvis publiceringsfrekvens, men det som verkligen engagerar är frågan om synlighet och räckvidd. Vårt nästa steg leder alltså in i en ett flertal nya frågeställningar för att ringa in vad vi som förening kan bidra med.

- Är det tänkbart att det kan bildas ett nytt Community i den digitala tidsålder som råder? Kindstrand hänvisar till utredningen SOU 1997:141, om hur nätnärvaron istället för att öka, minskat.
- Vad från den tryckta föregångaren katalogen *Kulturtidskriften* är meningsfullt att utveckla vidare

i ett digitalt format, eller fylls det syftet redan av andra aktörer (som Nätverkstans katalog över medlemstidskrifter)?

- Hur skapar vi en lättorienterad och användarvänlig sajt som också möter de behovskrav som uttrycks i rapporten? Är det som Wennström hävdar, att en viss likriktning är rimligt om det lönar sig att vara med?
- Vilka kontaktytor har vi idag och hur ska vi hitta nya? Större spridning? Internationellt intresse? Erbjuder betalt per klick? Exponering? Hur hanterar vi algoritmerna som i dagsläget skapar minskad räckvidd, kan en enskild sajt delvis lösa det problemet?
- Kindstrand landar i att stödformen inte lämnar något ekonomiskt utrymme till utveckling och redaktionell fördjupning, hur skulle en alternativ stödform kunna se ut?
- Är dagens stödform där tidskrifterna ansöker om produktionsbidrag (referensgrupp om 7 ledamöter) respektive om spridningsstöd (Kulturrådets tjänstemän med en beslutsfattande generaldirektör) begriplig och står i paritet med tidskrifternas behov?
- Finns det intresse för ett långsiktigt samarbete med ex. folkhögskolor eller stadsbibliotek genom exempelvis återkommande samtalsscener? Som Kindstrand lyfter så har ju kulturtidskriften en viktig funktion som ett fördjupande och folkbildande medium.

Under 2022 kommer FSK anordna en workshop med utgångspunkt i ovanskrivna frågeställningar. Denna kommer ske i samråd med ett flertal kulturpolitiskt engagerade och tidskriftskunniga. Workshopen kommer i ett senare skede att publiceras som en pendang till Kindstrands förstudie.

Styrelsen, Föreningen för Sveriges kulturtidskrifter