

# DIGITALA PLATTFORMAR ALLT VIKTIGARE FÖR NYHETSPUBLIKEN – FÖRUTOM NÄR DET GÄLLER TIDNINGSPRENUMERATION

ULRIKA ANDERSSON

## Sammanfattning

Den svenska allmänheten är ett nyhetsintresserat folk. Det visar resultaten från 2016 års nationella SOM-undersökning. Nästan alla tar på ett eller annat sätt del av nyheter, men valet av nyhetsmedier och plattformar varierar stort mellan olika grupper i samhället. Nyhetskonsumtion på nätet är starkt förankrad i befolkningen, inte minst bland unga. De etablerade mediernas nyhetssajter nyttjas flitigt i vissa grupper medan andra väljer att konsumera nyheter via sociala medier. Men fortfarande lever såväl papperstidningen som tablåtittandet/-lyssnandet, även om den förra befinner sig i en utsatt situation. Den regelbundna pappersläsningen har dalat kraftigt, så även andelen hushåll med en morgontidningsprenumeration. Trots att svenska morgontidningar under senare år har lanserat digitala prenumerationsalternativ, föredrar prenumeranterna pappersalternativet. Detta är några av resultaten i det här kapitlet om det svenska folkets användning av nyhetsmedier.

Tillväxten av nyhetsförmedlande företag och tjänster har varit kraftig under 2000-talet, inte minst när det gäller utbudet på webben. Aldrig förr har det funnits så mycket att välja på för den som är intresserad av nyheter. Och aldrig förr har det varit så lätt för den som inte är intresserad av nyheter att välja bort etablerade nyhetsmedier till förmån för alternativa medier som ligger närmre de egna referensramarna. Det är nästan svårt att föreställa sig att det bara för ett par årtionden sedan var dagspressen och public service som stod för utbudet av lokala och nationella nyheter. Den pågående strukturomvandlingen har satt tydliga avtryck i den allmänna nyhetskonsumtionen, där digitala plattformar har kommit att bli allt viktigare. Nyhetskonsumtionens omfattning varierar dock mellan olika medieformer såväl som mellan olika samhällsgrupper.

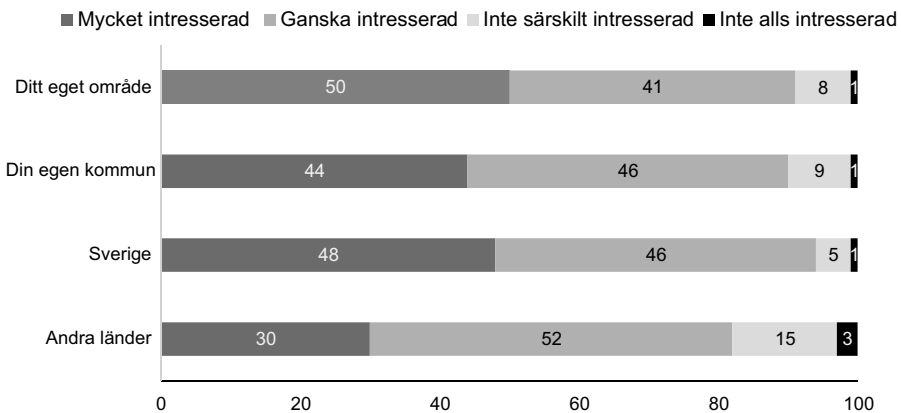
Det här kapitlet avser att belysa den svenska allmänhetens nyhetsintresse och nyhetsvanor. De övergripande frågeställningar som kapitlet kretsar kring är huruvida nyhetskonsumtion via digitala plattformar har stärkts ytterligare vid 2010-talets mitt och vilka grupper i samhället som främst väljer de digitala alternativen respektive papper/tablå. Inledningsvis fokuseras människors självs kattade intresse för nyheter från olika områden, därefter belyses hur befolkningens nyhetskonsumtion har förändrats över tid under perioden 1986–2016. Analyser av hur nyhetskonsum-

tionen ser ut i olika samhällsgrupper följer därnäst, varpå kapitlet avslutas med en granskning av den prenumererade morgontidningens ställning i samhället 2016. Tidigare forskning och övergripande teoretiska perspektiv kommer att presenteras i anslutning till respektive avsnitt.

## Ett nyhetsintresserat folk

Nyhetsmedier brukar vanligen betraktas som ett viktigt inslag i det demokratiska samhället. Genom att ta del av nyheter ges människor en möjlighet att orientera sig i aktuella frågor och de kan också skapa en egen uppfattning och erfarenhet om gemensamma problem, intressen och möjligheter (Andersson, 2014; Kovach & Rosenstiel, 2014; Strömbäck, 2005). Svenskarna är också ett nyhetsintresserat folk – åtminstone när de själva får skatta sitt intresse för nyheter. Runt 90 procent av befolkningen i åldrarna 16–85 år säger sig vara intresserad av nyheter som handlar om Sverige, om den egna kommunen och om det hyperlokala – det som sker i det egna närområdet (figur 1). Visserligen skiljer sig intressenivån mellan olika grupper i samhället, framför allt mellan yngre och äldre, men den övergripande bilden är ändå att intresset för vad som händer i samhället generellt är stort.

**Figur 1** Intresse för nyheter från olika områden, 2016 (procent)



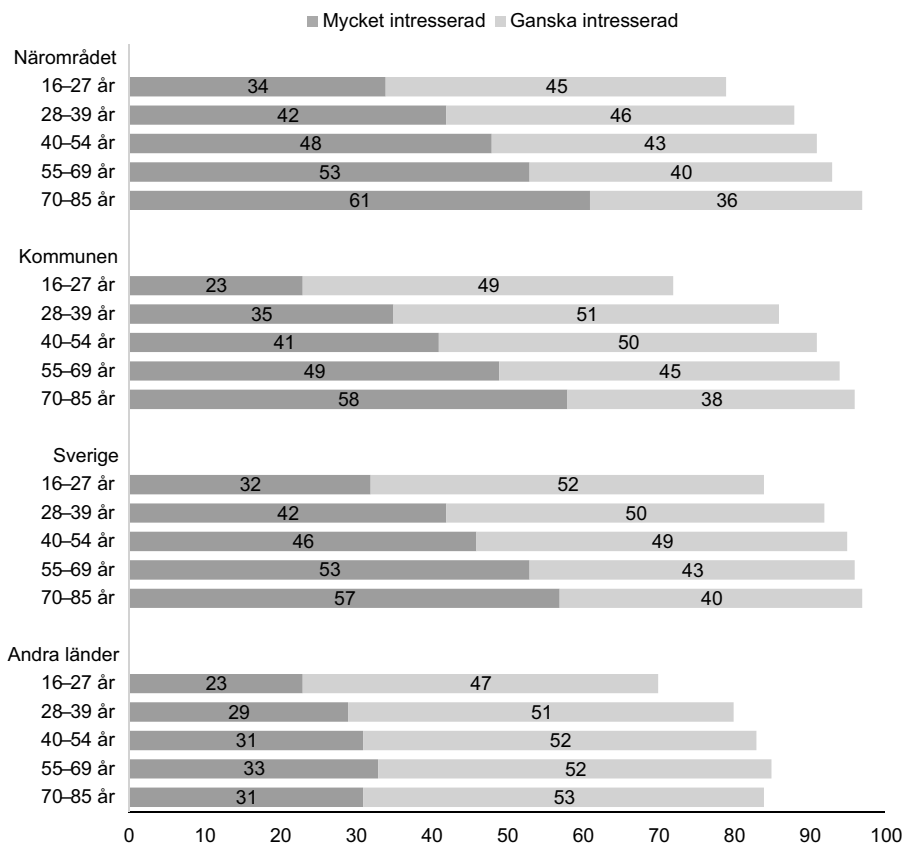
**Kommentar:** Frågan lyder: *Hur intresserad är du av nyheter som handlar om...?* följt av de aktuella områdena. Svarsalternativen framgår av figuren. Antalet svarpersoner varierar mellan 6 214 och 6 315.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Det finns en stark samvariation i intresset för nyheter från olika områden. Det gäller framför allt intresset för hyperlokala nyheter och nyheter om den egna kommunen (Tau-c .80\*\*\*), men också för nyheter på kommunal och nationell nivå (.49\*\*)

samt mellan riksnyheter och internationella nyheter (.60\*\*\*). Liknande resultat har framkommit även i tidigare undersökningar (Arkhed & Ohlsson, 2015).

**Figur 2 Nyhetsintresse i olika åldersgrupper, 2016 (procent)**



**Kommentar:** Frågan lyder: *Hur intresserad är du av nyheter som handlar om...?* följt av de aktuella områdena. Svartalternativen är: *Mycket intresserad*, *Ganska intresserad*, *Inte särskilt intresserad* samt *Inte alls intresserad*. Minsta antal svarspersoner per åldersgrupp är från yngst till äldst: 796, 960, 1 524, 1 664 samt 1 264. För att kontrollera åldersfaktorns betydelse för intressenivån har sambandsmättet Tau c använts. Sambandet per område är: Närområdet 0,15\*\*\*, Egna kommunen 0,20\*\*\*, Sverige 0,14\*\*\*, Andra länder 0,06\*\*\*. \*\*\* $p=0,000$

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Det finns också ett tydligt samband mellan nyhetsintresse och ålder, där den yngre delen av befolkningen (16–27 år) genomgående är något mindre intresserad av nyheter jämfört med övriga åldersgrupper (figur 2).<sup>1</sup> Störst är skillnaden i intres-

set för nyheter från den egna kommunen, i synnerhet när det gäller andelen som uppger att de är mycket intresserade av nyheter. Bland 16–27-åringar säger sig 32 procent vara mycket intresserade, medan motsvarande andel bland 70–85-åringar är 57 procent. Jämnast är intresset för nyheter om andra länder, där 23 procent av de yngsta har ett stort nyhetsintresse jämfört med cirka 30 procent i övriga åldersgrupper.

Det starka nyhetsintresset kommer också till uttryck i den allmänna uppfattningen att människor har en skyldighet att hålla sig uppdaterade om vad som sker i samhället. Men nyheter ses inte bara som en plikt – nio av tio svenskar uppger också att de tycker att det är roligt att hålla koll på vad som händer i omvärlden. Samtidigt upplever nästan halva befolkningen att nyheterna oftast inte är tillräckligt relevanta för att en ska orka ta del av dem (Andersson, 2016; Bergström, 2016). Trots den kraftiga ökningen av antalet nyhetstjänster, förefaller nyhetsmedierna inte riktigt kunna täcka in de behov och intressen som många människor har. Ett rimligt antagande vore annars att det stora utbudet skulle göra det lättare för människor att hitta nyhetskanaler som ligger nära personliga intressen och referensramar – ett förhållande som i sig bidrar till nyheternas relevans – men så tycks inte alltid vara fallet. Det finns också tydliga skillnader mellan befolkningens nyhetsintresse och dess stora enighet om nyheters nytta å ena sidan och omfattningen av människors nyhetskonsumtion å den andra. Detta förhållande belyses vidare i nästa avsnitt om den svenska befolkningens nyhetskonsumtion.

## **Nyheter på digitala plattformar, papper och tablå**

Forskning om mediers roll i det demokratiska samhället har bland annat visat att det finns en tydlig koppling mellan nyhetskonsumtion och samhällsengagemang: ett stort intresse för politik och samhällsfrågor leder vanligtvis till en mer aktiv nyhetskonsumtion (Strömbäck, Djerf-Pierre & Shehata, 2012; Strömbäck, 2005; Lauf, 2001). Dessutom tenderar människor som har ett stort intresse för exempelvis lokal dagspress att också ha en hög konsumtion av andra nyhetsmedier. Det generella nyhetsintresset påverkar såväl intensiteten i nyhetsanvändningen som hur många nyhetsmedier individen väljer att rikta sitt intresse mot (Andersson, 2016; Shehata & Wadbring, 2012). Människors nyhetskonsumtion utgörs som regel också av en mix av olika kanaler, plattformar och källor (Ohlsson, 2013; Chyi m.fl., 2010). Samtidigt pekar en del studier mot att det stora urval av medier som människor idag ställs inför, bidrar till att fler – medvetet eller omedvetet – väljer bort nyhetsmedier till förmån för andra alternativ som bättre överensstämmer med personliga behov och intressen (Shehata & Wadbring, 2012; Wadbring & Hedman, 2011).

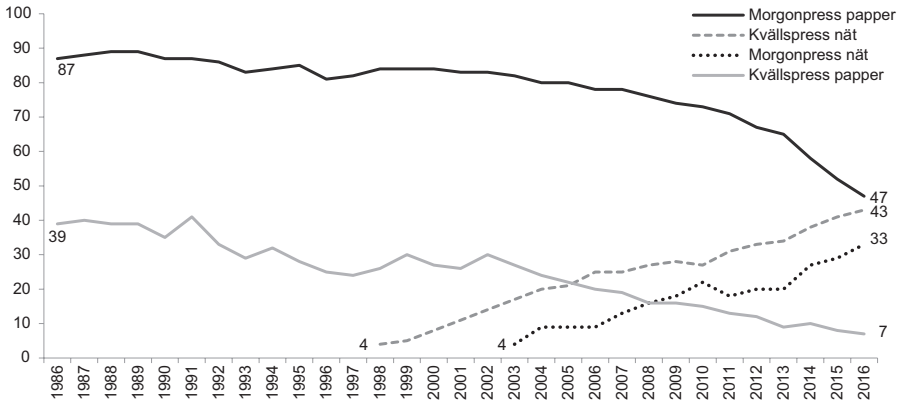
Det är knappast en underdrift att påstå att kartan över den svenska befolkningens medievanor har genomgått en omfattande revidering under den senaste 20-årspe-

rioden. Den stabilitet och de raka kurvor som präglade nyhetskonsumtionen under 1980- och delar av 1990-talet, har under 2010-talet snarast antagit karaktären av en tur i fjällen: höga toppar och djupa dalar blandas med flacka passager, snabba klättringar uppåt och hisnande nedförsbackar.

Sett över tid är det dagspressen som har stått för de största upp- och nedgångarna. Medan tidningarnas nyhetssajter präglas av en stadigt uppåtgående kurva, är det utförsåkning som gäller för papperstidningarna (figur 3). Den mest hisnande färden står just nu morgontidningarna för. Under de senaste tio åren har drygt en tredjedel av de regelbundna papperstidningsläsarna försvunnit. Även om resultatet här gäller för respondenterna i den nationella SOM-undersökningen, har den stora minskningen varit skönjbar också i andra studier av den svenska befolkningens medievanor (se exempelvis Mediebarometern, 2017). Den riktigt stora nedgången i läsningen av morgontidningar på papper inleddes runt 2011, en nedgång som under de sista två undersökningsåren i det närmaste kan beskrivas som fritt fall. Mellan 2014 och 2016 minskade andelen regelbundna läsare med 11 procentenheter – från 58 till 47 procent. Det innebär att knappt hälften av respondenterna i den nationella SOM-undersökningen regelbundet läser någon morgontidning på papper. I slutet av 1980-talet var motsvarande andel nästan 90 procent. Det mått på regelbundenhet som här används för gruppen av morgontidningar, och som kommer att användas för övriga nyhetsmedier i den fortsatta analysen, är användning minst 3 dagar per vecka. Det bör i sammanhanget även nämnas att den yngre delen av befolkningen sedan en tid tillbaka är alltmer underrepresenterade de nationella SOM-undersökningarna (se vidare Bové, 2017), varför det är rimligt att tro att andelen regelbundna papperstidningsläsare i realiteten är något lägre på befolkningsnivå eftersom det framför allt är i de yngre ålderssegmenten som andelen sällan- eller icke-läsare är som störst.

För morgonpressen är det fortfarande papperstidningen som dominerar den regelbundna läsningen, medan situationen är den motsatta för kvällspressen (figur 3). Brytpunkten för när användningen av papperstidningarna och nyhetssajterna korsade varandra, skedde för kvällspressens del 2005. Nyhetssajterna har sedan dess präglats av en fortsatt stabil uppgång samtidigt som intresset för papperstidningarna har fortsatt dala. 2016 uppgår 43 procent av befolkningen att de regelbundet tar del av någon av kvällspressens nyhetssajter, vilket är en något högre andel än de som på 1980-talet regelbundet läste någon kvällstidning. För morgontidningarna överstiger nätläsningen ännu inte läsningen av papperstidningen, men tidpunkten för när denna brytning kommer att ske förefaller rycka allt närmare i tid, inte minst givet den snabba nedgången av andelen regelbundna papperstidningsläsare.

**Figur 3 Nyhetskonsumtion via dagspress på papper och nät minst 3 dagar/vecka, 1986–2016 (procent)**



**Kommentar:** Regelbunden användning = minst 3 dagar/vecka. Minsta antal svarspersoner är 1 624 år 1986 och 9 706 år 2016.

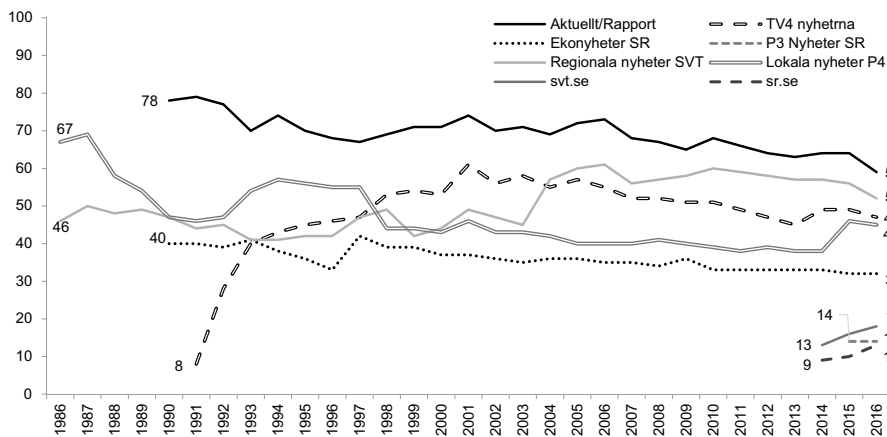
**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 1986–2016.

För radio och tv råder dock huvudsakligen fortfarande stabilitet i nyhetsvanorna. Visserligen syns sedan 2007 en svag nedgång i tittandet på Sveriges Televisions båda nyhetssändningar Aktuellt och Rapport liksom i tittandet på Nyheterna i TV4, men det kan samtidigt också noteras en viss uppgång i andelen som regelbundet tar del av nyheter via exempelvis svt.se (figur 4). För de lokala och regionala nyhetssändningarna i radio och tv ser mönstret lite olika ut. Medan SVT:s regionala nyhetssändning har tappat något mellan 2015 och 2016 kan det noteras en uppgång i lyssnandet på P4:s lokala nyhetssändningar mellan 2014 och 2015.

Sedan mätningarna av allmänhetens nyhetskonsumtion på public servicemediernas nyhetssajter påbörjades 2014 har det skett en stabil ökning av andelen regelbundna nyhetsanvändare. 2014 uppgav 9 procent att de tog del av nyheter på Sveriges Radios nyhetssajt minst 3 dagar per vecka medan 13 procent regelbundet tog del av nyheter på svt.se. Motsvarande andelar under 2016 är 13 respektive 18 procent.

Det bör i sammanhanget nämnas att det inte är helt enkelt att bedöma hur omfattande människors nyhetsanvändning via dator, mobil eller surfplatta är. Studier har visat att många människor tycker att det är svårt att göra en korrekt uppskattning av hur mycket tid de egentligen spenderar på nyheter och olika nyhetsmedier en genomsnittlig dag (Deuze, 2005). Ny teknik och ett enormt utbud har tillsammans med medievänor i omstöpning bidragit till att gränserna har suddats ut för när användningen av ett visst medium eller innehåll börjar respektive slutar och när användningen av ett annat tar vid (Rozukalne, 2012).

**Figur 4 Nyhetskonsumtion via radio, tv och nyhetssajter minst 3 dagar/vecka, 1986–2016 (procent)**



**Kommentar:** Regelbunden användning = minst 3 dagar/vecka. Minsta antal svarspersoner är 1 624 år 1986 och 9 706 år 2016.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 1986–2016.

Det finns förstås digitala verktyg som kan mäta trafik på webb och appar, men det är fortfarande ett trubbigt mätredskap. Det går exempelvis oftast inte att säga exakt vem besökaren: en enda dator kan delas av en hel familj, likaväl som en enda människa kan använda såväl dator, mobil som surfplatta för att besöka en nyhetssajt och på så sätt registreras som tre unika besökare (se von Krogh, 2014). Det går heller inte att utesluta att besökaren gör något annat samtidigt som hen är inne på nyhetssajten, och kanske därför faktiskt inte ägnar innehållet någon uppmärksamhet. Människors självskattade användningsgrad får i det här fallet, trots viss problematik, därför ses som ett tillräckligt gott alternativ för att kunna uttala sig om den webbaserade nyhetsanvändningen.

### Nyhetskonsumtion i olika samhällsgrupper

De faktorer som vanligen har förts fram som förklaring till människors nyhetskonsumtion är dels sådana som handlar om vem individen är, då framför allt i termer av ålder och utbildningsnivå (Webster, Phalen & Lichty, 2006), dels sådana som är kopplade till individens intressen och intentioner (Wadbring, 2015; Andersson, 2014; Sullivan, 2013). Yngre har exempelvis visat sig ha ett svalare intresse för nyheter och nyhetsmedier jämfört med äldre (Chyi m.fl., 2010; Elvestad & Blekesaune, 2009). Likaså har högutbildade vanligen varit mer frekventa nyhetskonsumenter än lågutbildade. En del av dessa förhållanden gäller också 2016. De regelbundna nyhetsvanorna skiljer sig fortfarande beroende på ålder och då inte

bara i omfattning utan också i val av nyhetskanaler. Unga konsumerar nyheter i betydligt lägre utsträckning än äldre och de föredrar digitala plattformar framför papperstidningar och linjärt radio- och tv-tittande. Äldre väljer i sin tur morgontidning på papper och tabblåagda nyhetssändningar (tabell 2). Den kraftiga nedgång som skett över tid för dagstidningar på papper har tidigare varit som störst bland den yngre delen av befolkningen, men sedan 2010 och framåt har även kunnat noteras en stor nedgång bland yngre medelålders (Andersson, 2016; Wadbring & Hedman, 2011).

Ålderspolariseringen i befolkningens medievanor är särskilt stor när det gäller nyhetskonsumtion via sociala medier. Andelen som i sin användning av sociala medier också konsumerar nyheter är 74 procent bland 16–27-åringar jämfört med 11 procent bland 70–84-åringar.<sup>2</sup> Det är dock inte helt självklart vad människor avser med ”nyheter” i sociala medier och huruvida användningen handlar om att läsa enstaka artiklar som delats av vänner eller vänners vänner eller om besök på nyhetsmediers konton på exempelvis Facebook och Twitter. De få studier som gjorts pekar mot att det är traditionella nyheter som avses, åtminstone bland ungdomar och unga vuxna (Bergström, 2016; Jervelycke Belfrage, 2016; Statens Medieråd, 2016; Young, 2015).

En annan faktor som också är av stor betydelse för att förklara människors nyhetsanvändning är utbildningsnivå. Lågutbildade, som till relativt stor del utgörs av äldre individer, tar i högre utsträckning del av nyheter via radio, tv och tryckt dagspress, medan högutbildade riktar blicken mot de etablerade mediernas nyhetssajter. Ett undantag från detta mönster hittas för Sveriges Radios nationella Ekot-sändningar, där andelen regelbundna nyhetskonsumenter är något högre bland högutbildade än bland lågutbildade (tabell 1).

Tidigare forskning har visat att människor med ett stort samhällsengagemang tenderar att vara mer intresserade av nyheter än människor med ett svagt engagemang (Andersson, 2014; Strömbäck, Djerf Pierre & Shehata, 2012). Detta samband framträder även här: Människor som uppger sig vara politiskt intresserade tar i högre utsträckning del av nyheter än de som inte är särskilt intresserade av politik. Det gäller framför allt för nyheter i public service – undantaget P3 Nyheter – och den lokala morgontidningen. Motsvarande mönster framträder även för graden av mellanmänsklig tillit, där människor med stor tilltro till sina medmänniskor är mer benägna att använda sig av dessa nyhetsmedier jämfört med människor som betecknas som låglitare.<sup>3</sup>



**Tabell 1 Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka via tablå, papper och nät i olika grupper, 2016 (procent)**

	Aktuellt/Rapport SVT	TV4 Nyheterna	Regionala nyheter SVT	SVT.se	Ekonyheter SR	P3 Nyheter	Lokala nyheter SR	SR.se	Morgonpress papper	Kvällspress papper	Morgonpress nät	Kvällspress nät	Via sociala medier
SAMTLIGA	59	47	52	18	32	14	45	13	47	7	34	43	39
Kvinnor	58	50	53	16	28	12	42	11	47	6	30	40	42
Män	60	44	52	21	36	17	48	14	46	7	37	45	36
16–27 år	22	28	17	12	8	11	13	11	15	4	30	45	74
28–39 år	28	33	23	18	21	18	26	14	18	3	42	51	62
40–54 år	52	47	43	20	32	18	39	14	42	5	39	53	48
55–69 år	76	57	70	20	39	14	59	13	60	9	34	43	26
70–85 år	88	56	82	18	44	9	65	11	73	11	22	24	11
Låg utb.	71	58	67	15	28	9	59	10	58	13	20	28	14
Medellåg utb.	56	50	50	16	28	15	45	11	43	8	28	47	42
Medelhög utb.	56	46	50	18	31	15	42	12	42	6	34	46	45
Hög utb.	58	39	42	23	39	13	40	16	48	4	44	44	47
<300tkr årsinkomst	64	49	59	17	29	10	48	11	46	10	24	32	30
301–700tkr årsinkomst	60	48	54	19	33	15	47	13	49	7	34	44	39
>701 tkr årsinkomst	55	44	46	20	35	17	41	15	45	4	43	54	51
Ren landsbygd	62	48	53	16	37	17	56	12	49	6	27	35	34
Mindre tätort	58	49	53	16	32	15	49	12	47	7	28	44	37
Stad/större tätort	60	47	54	18	31	10	43	12	48	7	35	44	40
Sthlm/Gbg/Malmö	57	43	49	22	30	13	35	16	40	6	39	44	47
Litet politiskt intresse	46	46	42	12	19	12	37	8	39	6	23	40	37
Stort politiskt intresse	67	47	59	22	40	16	49	16	51	7	39	45	41
Låglitare	48	46	43	16	22	14	37	11	32	8	28	42	40
Medel	58	49	51	18	30	14	45	12	45	7	32	44	40
Höglitare	65	46	59	20	39	14	48	14	46	6	37	42	39
V	56	31	48	21	38	17	36	18	37	5	37	41	46
S	67	51	60	20	31	13	51	14	42	10	32	43	33
MP	50	32	43	20	32	14	34	15	39	3	36	33	49
C	58	44	53	16	41	16	53	12	59	4	33	38	40
L	70	41	59	21	40	13	47	13	55	6	40	40	40
KD	62	52	54	17	34	13	44	11	49	5	34	40	37
M	60	53	52	18	33	16	44	11	48	6	37	50	43
SD	57	50	51	16	30	14	48	11	41	8	30	45	37
Litet förtroende radio/tv	43	36	34	14	23	11	33	11	26	6	35	42	44
Varken eller	58	49	51	15	29	14	45	10	47	6	31	42	37
Stort förtroende	67	48	60	22	37	16	50	16	54	8	36	42	36
Litet förtroende dagspress	52	43	43	17	28	13	39	12	31	5	33	43	44
Varken eller	63	50	57	18	32	14	49	12	52	8	31	42	34
Stort förtroende	66	46	59	20	38	16	50	17	58	7	40	42	38

**Kommentar:** Antal svarspersoner per grupp: kvinnor 5 131, män 4 562; yngst→äldst 1 185, 1 482, 2 357, 2 693, 2 074; låg→hög utb 1 477, 2 824, 2 252, 3 031; låg→hög ink 2 344, 4 066, 2 692; landsbygd→storstad 1 364, 1 821, 4 640, 1 695; låglitare→höglitare 1 569, 4 203, 3 766; ej pol→pol intr 3 546, 6 092; parti V 548, S 2 442, MP 391, C 702, L 497, KD 210, M 2 059, SD 1 199; förtroende radio/tv litet→stort 363, 1 009, 1634; förtroende dagspress litet→stort 833, 1 265, 874.

Signifikanta samband (Tau c): AKTUELLT/RAPPORT ålder 0,44\*\*\*, utb -0,05\*\*\*, ink -0,08\*\*\*, tillit 0,10\*\*\*, pol intr 0,23\*\*\*, parti -0,05\*\*\*, förtr radio/tv 0,14\*\*\*, förtr dagspr 0,11\*\*\*; TV4 NYHETERNA kön -0,07\*\*\*, ålder 0,17\*\*\*, utb -0,10\*\*\*, boende -0,04\*\*\*, parti 0,03\*, förtr radio/tv 0,05\*\*\*; REGIONALA NYHETER SVT ålder 0,42\*\*\*, utb -0,06\*\*\*, inkomst -0,09\*\*\*, pol intr .18\*\*\*, tillit 0,10\*\*\*, parti -0,05\*\*\*, förtr radio/tv 0,15\*\*\*, förtr dagspr 0,15\*\*\*; SVT.SE kön 0,06\*\*\*, utb 0,08\*\*\*, ink 0,04\*\*\*, boende 0,04\*\*\*, pol intr 0,12\*\*\*, tillit 0,04\*\*\*, parti -0,04\*\*, förtr radio/tv 0,06\*\*\*; EKOT SR kön 0,10\*\*, ålder 0,17\*\*\*, utb 0,09\*\*\*, ink 0,06\*\*\*, boende -0,03\*\*\*, pol intr 0,23\*\*\*, tillit 0,12\*\*\*, parti -0,02\*\*, förtr radio/tv 0,10\*\*\*, förtr dagspr 0,07\*\*\*; P3 NYHETER kön 0,07\*\*, ålder -0,07\*\*\*, utb 0,04\*\*, ink 0,08\*\*, pol intr 0,05\*\*\*, förtr radio/tv 0,03\*\*\*; P4 LOKALA NYHETER kön 0,07\*\*, ålder 0,23\*\*\*, utb -0,08\*\*\*, ink -0,04\*\*\*, boende -0,09\*\*\*, pol intr 0,13\*\*\*, tillit 0,07\*\*\*, förtr radio/tv 0,10\*\*\*, förtr dagspr 0,06\*\*\*; SR.SE kön 0,05\*\*\*, ålder -0,03\*\*\*, utb 0,06\*\*\*, ink 0,04\*\*\*, pol intr 0,11\*\*\*, tillit 0,03\*\*\*, förtr radio/tv 0,05\*\*\*, förtr dagspr 0,03\*; MORGONTIDN. PAPPER ålder 0,43\*\*\*, pol intr 0,14\*\*\*, tillit 0,16\*\*\*, parti -0,06\*\*\*, förtr radio/tv 0,14\*\*\*, förtr dagspr 0,19\*\*\*; KVÄLLSTIDN. PAPPER ålder 0,15\*\*\*, utb 0,14\*\*\*, ink -0,05\*\*\*, parti -0,04\*\*\*, förtr radio/tv 0,07\*\*\*, förtr dagspr 0,07\*\*; MORGONTIDN. NÄT kön 0,08\*\*\*, ålder -0,15\*\*\*, utb 0,22\*\*\*, ink 0,21\*\*\*, boende 0,08\*\*\*, pol intr 0,20\*\*\*, tillit 0,09\*\*\*, förtr radio/tv .05\*\*, förtr dagspr 0,07\*\*\*; KVÄLLSTIDN. NÄT kön 0,06\*\*\*, ålder -0,20\*\*\*, utb 0,11\*\*\*, ink 0,20\*\*\*, pol intr 0,05\*\*\*; SOCIALMEDIER kön -0,06\*\*\*, ålder -0,39\*\*\*, utb 0,22\*\*\*, ink 0,19\*\*\*, boende 0,05\*\*\*, pol intr 0,05\*\*\*.

\* $p=0,050$  \*\* $p=0,010$  \*\*\* $p=0,000$

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Studier av människors förtroende för nyhetsmedier pekar mot att det finns tydliga skillnader i förtroendenivåerna beroende på var på den partipolitiska skalan individerna placerar sig själva, där särskilt Sverigedemokraternas sympatisörer ger uttryck för ett lägre förtroende för svenska medier (Andersson, 2017; Andersson & Weibull, 2017; se även Anderssons och Weibulls kapitel i denna antologi). Det väcker frågan om dessa grupper också märker ut sig genom lägre intresse för nyheter. Så tycks dock inte vara fallet. Visserligen förekommer det signifikanta samband mellan partisympati och nyhetskonsumtion, men dessa är i de flesta fall mycket svaga (tabell 1). Oavsett om människor säger sig sympatisera med Socialdemokraterna, Liberalerna, Miljöpartiet eller Sverigedemokraterna, ligger deras konsumtion av olika nyhetsmedier på ungefär samma nivå.

Det generella förtroendet för radio/tv och dagspressen som samhällsinstitutioner har däremot en tydlig koppling till användningen av nyhetsmedier. Människor med stort förtroende för radio och tv tar i större utsträckning del av nyheter i public service respektive lokala morgontidningar på papper jämfört med människor med litet förtroende. Allra starkast är sambandet mellan förtroendet för dagspressen som samhällsinstitution och läsning av morgontidning på papper (tabell 1). Huruvida det är den regelbundna användningen som genererar stort förtroende för ett visst nyhetsmedium eller om det snarare är förtroendenivån som bidrar till en högre användningsfrekvens är inte helt givet. En låg förtroendenivå behöver dock inte

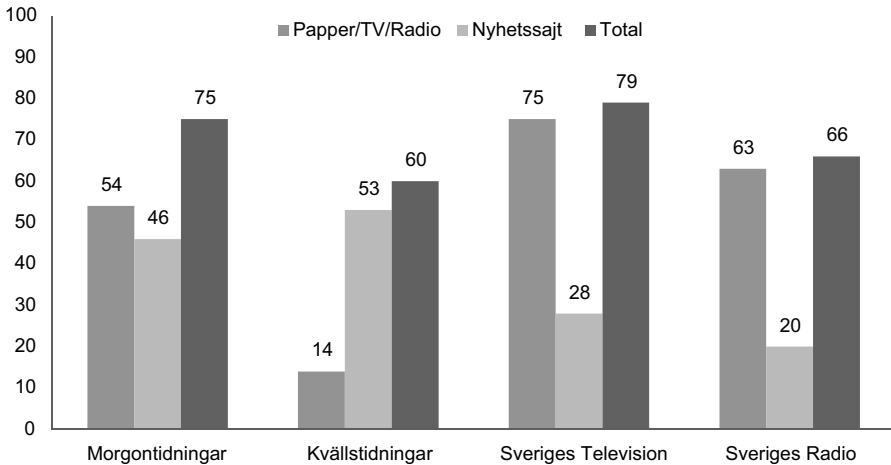
nödvändigtvis hänga samman med en lågfrekvent användning. Kvällspressen utgör ett exempel på det motsatta förhållandet, där förtroendet för tidningarna ligger på en låg nivå samtidigt som användningen av dessa är hög (se vidare Andersson & Weibull, 2017).

Kvällspressen tillhör också ett av de medier där de traditionella förklaringsfaktorerna – däribland ålder, utbildning och samhällsintresse – sedan en tid tillbaka är satta ur spel. Det gäller framför allt för nyhetssajterna där den regelbundna användningen når ungefär samma nivå i de flesta samhällsgrupper (tabell 2). Även Nyheterna i TV4 karakteriseras av ett liknande förhållande. Några undantag förekommer dock, vilka huvudsakligen är kopplade till ålders- respektive utbildningsrelaterade faktorer. Äldre och lågutbildade tar i lägre utsträckning än andra samhällsgrupper del av kvällspressens nyhetssajter. Samtidigt är det i dessa båda grupper som kvällspressen på papper har sin starkaste förankring. För TV4:s del är situationen den omvända: där är det istället de yngsta åldersgrupperna som i lägst utsträckning tar del av Nyheterna jämfört med andra grupper.

Tidigare studier har visat att nyhetssajterna vanligen bidrar med ett visst tillskott av användare som av olika skäl inte använder de traditionella plattformarna för att ta del av nyheter. Så har åtminstone varit fallet för de svenska morgontidningarna (jämför Ohlsson, 2013; Wadbring & Hedman, 2011). Bland dem som 2010 tog del av någon morgontidning minst 1 dag i veckan, stod nätanvändarna för ett tillskott om 10 procentenheter. Det innebar att det till gruppen av papperstidningsläsare respektive pappers- och nättidningsläsare kunde fogas en grupp motsvarande 10 procentenheter av den totala andelen läsare som *enbart* läste nättidningen. Några år senare, 2016, är motsvarande siffra 21 procentenheter (figur 5). År 2016 läser 54 procent av befolkningen mellan 16 och 85 år minst någon gång i veckan en lokal morgontidning. Vidare tar varje vecka 46 procent av befolkningen del av någon morgontidning på nätet. Den sammantagna läsningen når en nivå om 75 procent. Differensen mellan läsningen av papperstidningen och den totala läsningen utgör här det tillskott som nättidningsläsare står för. Det innebär att nästan hälften av dem som läser tidningen på nätet (den mittersta stapeln i diagrammet), sällan eller aldrig läser tidningen på papper. Och omvänt ägnar sig drygt hälften av nättidningsläsarna åt dubbelläsning, det vill säga att de både läser någon papperstidning och någon nättidning.

När SOM-mätningarna inleddes 1986 – då nyhetssajter var ett helt okänt fenomen – läste 90 procent av befolkningen någon morgontidning minst 1 dag per vecka. Trots det stora tillskott som nätläsningen bidrar med numera, ligger den totala andelen läsare betydligt lägre 2016 med en andel om 75 procent. Förändringen är särskilt tydlig bland unga människor i åldrarna 16–27. 1986 uppgav 88 procent av de unga att de läste någon morgontidning minst varje vecka. 2016 är andelen 59 procent.

**Figur 5** Användning av olika plattformar för nyhetskonsumtion minst 1 dag/vecka för dagspress, tv och radio, 2016 (procent)



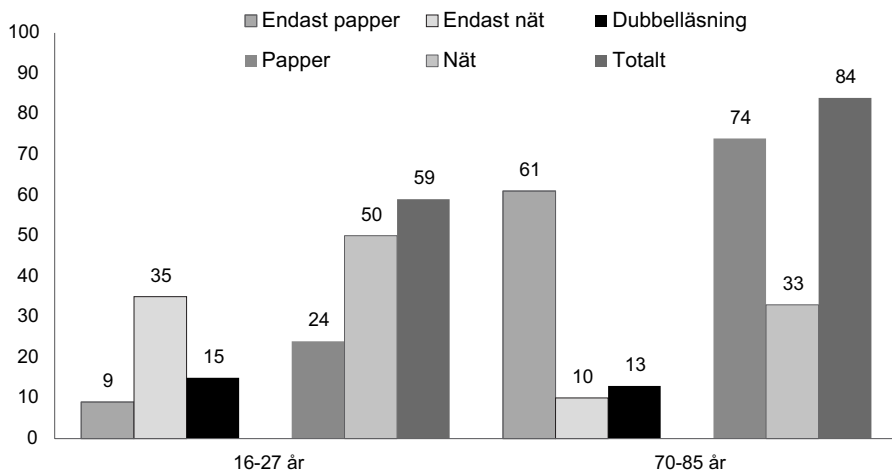
**Kommentar:** Antal svarspersoner är 9 706.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

När analysen bryts ner efter tidningsform och respondenternas ålder – här med fokus på den yngsta respektive den äldsta åldersgruppen – framgår det att andelen papperstidningsläsare bland 16–27-åringar är 24 procent medan andelen nätläsare är 50 procent (figur 6). Nätläsningen ger i den här åldersgruppen ett tillskott om 35 procentenheter. Givet nyhetssajtarnas tydliga dominans bland 16–27-åringar är det kanske snarare mer riktigt att betrakta papperstidningen som ett tillskott till den totala läsningen. Av den totala andelen morgontidningsläsare bland unga står dubbelläsarna för 15 procentenheter medan de renodlade papperstidningsläsarna står för 9 procentenheter.

Om motsvarande analys görs på den äldsta åldersgruppen, det vill säga bland 70–85-åringar, blir resultatet det rakt motsatta. Bland äldre är det 74 procent som läser någon morgontidning på papper varje vecka och 33 procent som läser någon morgontidning på nätet (figur 6). Den totala läsningen ligger på 84 procent. Av denna andel utgörs 13 procentenheter av dubbelläsning medan 10 procentenheter är renodlad närtidningsläsning. Den renodlade papperstidningsläsningen står här för 61 procentenheter. Basen för 70–85-åringars tidningsläsning är alltså pappersversionen, medan nyhetssajterna bidrar med ett betydligt mindre tillskott till den totala läsningen.

**Figur 6** Användning av morgontidningar på papper och nät minst 1 dag/vecka bland yngre och äldre, 2016 (procent)



**Kommentar:** Antal svarspersoner är 1 185 (16–27 år) respektive 2 074 (70–85 år).

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

För kvällspressen liknar användningsmönstret i befolkningen som helhet till stora delar det mönster som de unga uppvisar ifråga om morgontidningarna. Nyhets-sajterna dominerar den samlade läsningen medan papperstidningarna står för ett mindre bidrag (figur 5). 54 procent av befolkningen läser någon av kvällspressens nyhets sajter varje vecka medan 14 procent läser någon av papperstidningarna. Av de senare är hälften renodlade papperstidningsläsare – företrädesvis äldre sådana – vilket en ger total läsning om 60 procentenheter.

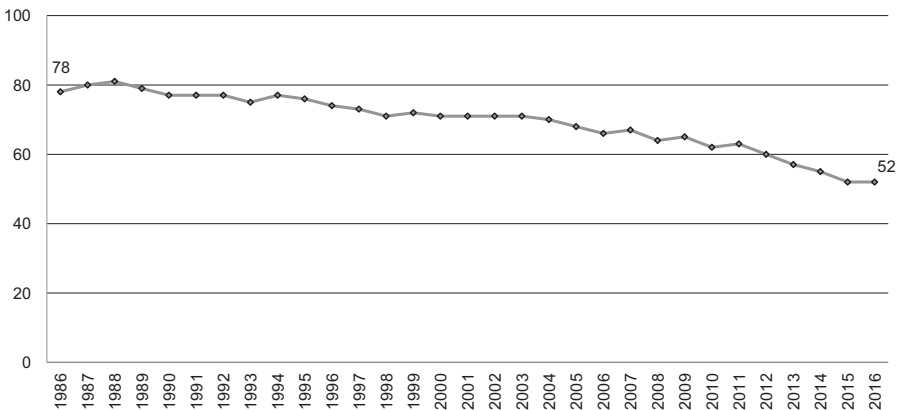
Även om befolkningens nyhetskonsumtion på public service-kanalernas nyhets-sajter har ökat under de senaste åren, står dessa plattformar än så länge för ett ganska litet tillskott till den totala nyhetskonsumtionen.<sup>4</sup> Av de 28 procent som varje vecka tar del av nyheter på svt.se är det 4 procentenheter som aldrig, eller åtminstone mer sällan, tar del av de nationella respektive regionala nyhetsprogrammen på Sveriges Television (figur 5). Andelen är ungefär densamma för Sveriges Radio där de 20 procent av befolkningen som varje vecka konsumerar nyheter på sr.se står för ett tillskott om 3 procentenheter till den totala konsumtionen av Sveriges Radios nyhetskanaler. Liksom för dagspressen står de unga för ett något större tillskott än äldre, men skillnaderna mellan åldersgrupperna är i det här fallet inte lika påtagliga. Oavsett åldersgrupp är det de traditionella plattformarna som dominerar nyhetsanvändningen.

## Prenumeration på tryckta och digitala morgontidningar

I takt med att intresset för de lokala morgontidningarna har minskat har andelen regelbundna läsare såväl som antalet tidningsprenumeranter successivt sjunkit. Visserligen erbjuder de flesta morgontidningar möjligheten att också prenumerera på den digitala tidningsprodukten, men fortfarande är andelen som väljer det senare alternativet låg. Ungefär hälften av befolkningen bor numera i ett hushåll där det finns en morgontidningsprenumeration (figur 7). Runt mitten av 1980-talet låg andelen prenumererande hushåll strax över 75 procent, en andel som 20 år senare befann sig runt 65 procentstrecket.

Minskningstakten var fram till 2010 förhållandevis långsam, därefter har backen utför varit något brantare. Mellan 2010 och 2016 minskade andelen morgontidningsprenumeranter med 10 procentenheter – trots att mätningarna under senare år också har inkluderat prenumerations på den digitala tidningen – vilket kan jämföras ca 15 procentenheter under perioden 1995–2010. Sammantaget har omkring en tredjedel av andelen hushåll med morgontidningsprenumeration försvunnit sedan mitten av 1990-talet. Liksom för läsningen av papperstidningen påverkas nivåskattningen av att andelen unga respondenter är något underrepresenterade i den nationella SOM-undersökningen, varför prenumerationsbenägenheten i befolkningen som helhet sannolikt är ytterligare något lägre.

**Figur 7 Andel hushåll med morgontidningsprenumeration, 1986–2016 (procent)**



**Kommentar:** Frågan lyder: *Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?* Antalet svarspersoner är 1 624 år 1986 och 6 511 år 2016.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 1986–2016.

**Tabell 2 Morgontidningsprenumeration i olika grupper, 1986 och 2016 (procent)**

	1986	2016	Differens 1986-2016
Samtliga	78	52	-26
20-27 år <sup>1</sup>	61	26	-35
28-39 år	75	21	-54
40-54 år	82	45	-37
55-69 år	82	65	-17
70-85 år	86	76	-10
<i>Differens</i>	25	55	
Låg utbildning	78	60	-18
Medel utbildning	77	47	-30
Hög utbildning	85	50	-35
<i>Differens</i>	8	13	
<300 tkr årsinkomst	69	42	-27
301–700 tkr årsinkomst	81	50	-31
>701 tkr årsinkomst	88	56	-32
<i>Differens</i>	19	14	
Ren landsbygd	80	59	-21
Mindre tätort	76	52	-24
Stad/större tätort	84	52	-32
Sthlm/Gbg/Malmö	69	46	-23
<i>Differens</i>	15	13	
Litet politiskt intresse	77	55	-22
Stort politiskt intresse	80	44	-36
<i>Differens</i>	3	11	

**Kommentar:** Frågan lyder: *Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?* Svarsalternativen är: *Nej* respektive *Ja*. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 199 år 1986 (boende i storstad) respektive 282 år 2016 (20-27 åringar). Samtliga förändringar i tabellen är signifikanta om  $p=0,000$ . <sup>1</sup>16–19-åringar har uteslutits ur analysen då dessa i hög utsträckning fortfarande är hemmaboende och då omfattas av föräldrarnas eventuella prenumeration.

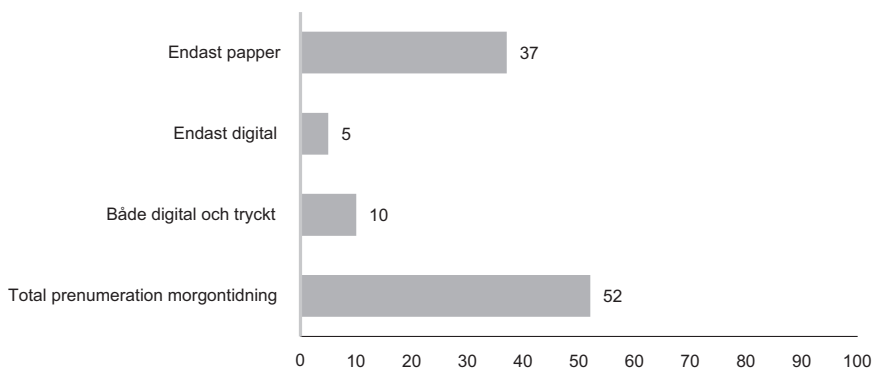
**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 1986 och 2016.

De förändrade prenumerationsvanorna har precis som läsningen av papperstidningar haft en tydlig koppling till ålder. Bland 20–27-åringar har andelen som bor i ett hushåll med en morgontidningsprenumeration minskat från 61 till 26 procent mellan åren 1986 till 2016 (tabell 2). Det innebär att mer än hälften av prenumeranterna i denna åldersgrupp har försvunnit. Den största minskningen står dock 28–39-åringarna för. I denna åldersgrupp har andelen prenumeranter sedan mitten av 1980-talet gått från 75 till 21 procent – en minskning om 54

procentenheter. Prenumerationsbenägenheten i denna åldersgrupp är numera lägre än i den yngsta åldersgruppen. Den grupp som tidigare har stått för den lägsta andelen prenumeranter, unga under 30, har således successivt utökats till att numera omfatta även människor under 40. Men det är inte bara bland yngre som andelen prenumeranter har minskat. Även gruppen av 70–85-åringar har förändrat sina prenumerationsvanor, från 86 procent 1986 till 76 procent 2016. Från att tidigare ha skiljt omkring 25 procentenheter mellan den mest respektive den minst prenumerationsbenägna åldersgruppen, har differensen under senare år ökat till 55 procentenheter.

Förändringarna i prenumerationsbenägenhet berör dock inte bara människor i olika åldrar. Det har även skett tydliga förändringar relaterade till utbildning, inkomst, boende och politisk intresse. Runt mitten av 1980-talet var prenumerationsgraden som högst bland högutbildade, höginkomsttagare, boende i städer och på landsbygd samt bland personer med stort politiskt intresse (tabell 2). Trettio år senare är kartan till viss del omritad. Andelen prenumeranter är förvisso fortfarande högre bland höginkomsttagare än bland låginkomsttagare, och boende på landsbygden prenumererar i högre utsträckning än storstadsbor på någon morgontidning. Sett till individernas utbildningsnivå är förhållandet mellan lågutbildade och högutbildade numera det omvända då andelen prenumeranter 2016 är högre bland lågutbildade än bland högutbildade. Likaså är människor med lägre politiskt intresse idag mer prenumerationsbenägna än människor med stort politiskt intresse, ett förhållande som 1986 var det motsatta.

**Figur 8 Prenumeration på tryckta och digitala morgontidningar, 2016 (procent)**



**Kommentar:** Frågan lyder: *Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?* samt *Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon morgontidning?* Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer. Svarsalternativen är: *Nej, Ja, papperstidningen* samt *Ja, digital prenumerering*. Antal svarspersoner är 3 282.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.



Många morgontidningar har under de senaste åren satsat på att erbjuda digitala prenumerationer, där prenumeranterna exempelvis kan välja på att kombinera papperstidningen med tillgång till den digitala tidningen alternativt att enbart prenumerera på den digitala produkten. Fortfarande är det dock få som väljer att enbart ha en digital prenumeration. I befolkningen som helhet är det 5 procent som uppger sig ha en renodlad digital morgontidningsprenumeration (figur 8). Drygt en tredjedel, 37 procent, prenumererar enbart på papperstidningen, medan 10 procent har en prenumeration som kombinerar tidningen på papper med den digitala tidningen.

**Tabell 3 Tryckt och digital prenumeration på morgontidningar i olika grupper, 2016 (procent)**

	Kombinerad papper/digital			Prenumeration total <sup>2</sup>	Saknar prenumeration	Summa	Antal svars-personer
	Papper	digital	Digital				
<i>Samtliga</i>	37	10	5	52	48	100	3 882
20-27 år <sup>1</sup>	18	3	5	26	74	100	282
28-39 år	13	3	5	21	79	100	506
40-54 år	28	12	4	45	55	100	759
55-69 år	46	12	7	65	35	100	880
70-85 år	65	7	4	76	24	100	686
Låg utbildning	54	3	4	60	40	100	464
Medellåg utbildning	37	7	4	47	53	100	971
Medelhög	33	10	6	45	55	100	768
Hög utbildning	35	11	6	50	50	100	1 006
≤300 tkr årsinkomst	38	8	1	47	53	100	783
301–700 tkr årsinkomst	41	8	3	52	48	100	1 259
≥701 tkr årsinkomst	38	12	5	55	45	100	882
Ren landsbygd	47	7	5	59	41	100	458
Mindre tätort	42	6	4	52	48	100	628
Stad/större tätort	36	10	6	52	48	100	1 570
Sthlm/Gbg/Malmö	27	10	9	46	54	100	580
Litet politiskt intresse	36	5	3	44	56	100	1 144
Stort politiskt intresse	45	8	4	57	43	100	2 976

**Kommentar:** Frågan lyder: *Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon lokal morgontidning? samt Prenumererar du eller någon i ditt hushåll på någon annan morgontidning? Frågan gäller både papperstidningar och digitala prenumerationer. Svarsalternativen är: Nej, Ja, papperstidningen samt Ja, digital prenumeration.* <sup>1</sup>16–19-åringar har uteslutits ur analysen då dessa i hög utsträckning fortfarande är hemmaboende och då omfattas av föräldrarnas eventuella prenumeration. <sup>2</sup>Summan av de olika prenumerationensformerna överensstämmer i vissa fall inte helt med den totala andelen prenumeranter i vissa grupper, vilket beror på avrundning av procentsatserna för de enskilda prenumerationensformerna.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Men även om andelen prenumeranter förvisso varierar kraftigt beroende på individernas ålder, utbildningsnivå och var i landet de bor, är mönstret *inom* respektive grupp trots allt detsamma: prenumerationen på papperstidningen dominerar klart över den digitala prenumerationen (tabell 3). Trots att vissa delar av befolkningen vanligen riktar en stor del av sin uppmärksamhet mot olika former av digitala nyhetsmedier, förefaller det vara relativt lång tid kvar tills den digitala tidningsprenumerationen går om prenumerationen på papperstidningen.

### Skäl till att avstå morgontidningsprenumerering

Tidigare studier har visat att prenumerationspris och brist på tid att hinna läsa morgontidningen har varit vanliga skäl till att många morgontidningsprenumeranter funderat på att säga upp sin prenumerering (Hedman, 2009). I takt med att andelen prenumeranter har sjunkit till allt lägre nivåer har dock frågan aktualiserats om vilka orsaker som ligger bakom att så många väljer att inte alls prenumerera på någon morgontidning. Bland respondenterna i 2016 års nationella SOM-undersökning är den vanligaste orsaken till att välja bort prenumerering att det

**Tabell 4 Skäl till att inte prenumerera på någon morgontidning, 2016 (procent)**

	Mycket viktigt skäl	Ganska viktigt skäl	Varken eller	Ganska oviktigt skäl	Mycket oviktigt skäl	Summa	Viktigt skäl totalt	Antal svars-personer
Jag får de nyheter jag behöver via radio och tv	44	29	14	5	8	100	73	738
Jag får de nyheter jag behöver via nyhetssajter som är gratis	41	26	15	7	11	100	67	714
Det kostar för mycket	40	25	15	9	11	100	65	725
Jag får de nyheter jag behöver via sociala medier	25	21	22	13	19	100	46	698
Innehållet i dagens tidningar är inte tillräckligt bra	16	20	30	15	19	100	36	687
Jag saknar förtroende för det tidningarna skriver	13	14	32	17	24	100	27	670
Jag får de nyheter jag behöver från en gratistidning	10	14	23	17	36	100	24	696

**Kommentar:** Frågan lyder: *Om du inte prenumererar på någon morgontidning, hur viktiga är följande skäl till varför du valt att inte ha någon prenumerering?* Tabellen baseras på personer som i en tidigare fråga har angett att de inte har någon morgontidningsprenumerering i hushållet.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

finns andra medier som fyller det personliga behovet av nyheter. Tre av fyra icke-prenumeranter anger att de får de nyheter som de behöver via radio och tv och två tredjedelar anger tillgången till gratis nyhetssajter som ett viktigt skäl (tabell 4). Två tredjedelar anger också prenumerationspriset som en viktig faktor i sammanhanget. Vidare uppger knappt hälften att deras nyhetsbehov täcks av de nyheter som på ett eller annat sätt sprids via sociala medier. Tillgång till gratistidningar är däremot mindre vanligt som skäl till att inte hålla sig med någon tidningsprenumeration. Och för cirka en tredjedel är valet att inte prenumerera kopplat till tidningarnas innehåll: det handlar dels om upplevelsen att kvaliteten inte är tillräckligt bra, dels om bristande förtroende för det som skrivs i tidningarna.

**Tabell 5 Olika grupper skäl till att inte prenumerera på någon morgontidning, 2016 (procent)**

	Jag får de nyheter jag behöver via radio och tv	Jag får de nyheter jag behöver via nyhetssajter som är gratis	Det kostar för mycket	Jag får de nyheter jag behöver via sociala medier	Innehållet i dagens tidningar är inte tillräckligt bra	Jag saknar förtroende för det tidningarna skriver	Jag får de nyheter jag behöver från en gratistidning
Samtliga	73	67	65	46	36	27	24
20-27 år <sup>1</sup>	64	79	58	68	29	25	19
28-39 år	71	73	63	44	38	26	25
40-54 år	69	65	68	43	42	30	24
55-69 år	82	64	64	40	34	25	26
70-85 år	89	40	77	32	33	37	27
Låg utbildning	76	45	72	37	39	32	33
Medellåg utbildning	74	67	56	56	36	25	26
Medelhög	74	71	68	47	38	29	24
Hög utbildning	73	70	69	40	35	28	20
Ren landsbygd	72	70	63	39	46	30	14
Mindre tätort	77	64	71	50	40	25	19
Stad/större tätort	73	58	63	44	34	28	26
Sthlm/Gbg/Malmö	72	71	63	54	34	29	31

**Kommentar:** Frågan lyder: Om du inte prenumererar på någon morgontidning, hur viktiga är följande skäl till varför du valt att inte ha någon prenumerationsprenumeration? Svartalalternativen är: Mycket viktigt, ganska viktigt, varken viktigt eller oviktigt, ganska oviktigt samt mycket oviktigt. Tabellen redogör för andelen som har svaret mycket eller ganska viktigt bland respondenter som i en tidigare fråga har angett att de inte har någon morgontidningsprenumeration i hushållet. <sup>1</sup>16–19-åringar har uteslutits ur analysen då dessa i hög utsträckning fortfarande är hemmaboende och då omfattas av föräldrarnas eventuella prenumerationsprenumeration. Antal svarpersoner: Yngst->äldst 269, 484, 760, 821, 659, låg utb->hög utb 441, 829, 719, 940, landsbygd->storstad 424, 526, 1 444, 518.

Signifikanta samband (Tau c): Får nyheter via radio/tv: ålder 0,12\*\*\*; Får nyheter via nyhetssajt som är gratis: ålder -0,15\*\*\*, utb 0,08\*; Kostar för mycket: ålder 0,10\*\*\*; Får nyheter via sociala medier: ålder -0,13\*\*\*, utb -0,08\*; Innehållet inte tillräckligt bra: ålder 0,06\*, utb -0,06\*, boende -0,10\*\*\*; Får nyheter från gratistidning: utb -0,10\*\*, boende 0,08\*\*.

\* $p=0,050$  \*\* $p=0,010$  \*\*\* $p=0,000$

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2016.

Skälen till att inte prenumerera på en morgontidning skiljer sig något beroende på vilken grupp det gäller. Yngre är mer benägna att instämna i att de får de nyheter de behöver via nyhetssajter som är gratis samt genom nyheter i sociala medier (tabell 5). Nyheter via radio och tv spelar störst roll för den äldsta åldersgruppen, liksom prenumerationspriset. Skillnaderna mellan olika utbildningsgrupper är däremot mindre, även om medel- och högutbildade i högre utsträckning än lågutbildade uppger tillgången till nyheter via kostnadsfria nyhetssajter som skäl för att inte ha någon morgontidningsprenumeration. Alternativet att nyhetsbehovet tillgodoses genom gratistidningar är mer vanligt bland individer som bor i någon av landet tre storstäder relativt dem som bor på landsbygden – 31 jämfört med 14 procent. Det senare resultatet är inte särskilt oväntat då tillgången till högfrekventa gratistidningar är större i storstaden än på landsbygden.

### **Några slutord om den svenska nyhetspubliken**

Vilka slutsatser kan då dras av de resultat som har presenterats i det här kapitlet? Jo, dels att en stor andel av den svenska befolkningen säger sig vara intresserad av nyheter, såväl om det som sker i närområdet som det som händer på den nationella respektive den internationella arenan. Men också att användningen av nätbaserade nyhetsmedier har ökat kraftigt under 2000-talet samtidigt som framför allt de tryckta nyhetsmedierna har tappat stort i betydelse. För radio och tv har användningen präglats av en förhållandevis hög stabilitet, åtminstone sett mot bakgrund av de omfattande förändringar som har skett på mediemarknaden under den senaste 30-årsperioden. Men även för dessa medier syns en tydlig förstärkning i nyhetskonsumtionen via public service-kanalerna nyhetssajter, även om användningen än så länge inte uppnår samma omfattning som för dagspressens nyhetssajter. På starkast frammarsch är dock nyhetskonsumtionen via sociala medier där den regelbundna användningen närmar sig motsvarande nivå som kvällspressens nyhetssajter och den lokala morgontidningen på papper. Resultaten går på tvärs med de farhågor om en ökande andel nyhetsundvikare som forskare har gett uttryckt för under senare år (se exempelvis Blekesaune, Elvestad & Aalberg, 2012; Shehata & Wadbring, 2012; Strömbäck, Shehata & Djerf-Pierre, 2012). Snarare tycks det stora utbudet av nyheter och ökningen av antalet plattformar som människor använder för att ta del av nyheter – oavsett om nyhetskonsumtionen är planerad eller om den sker mer slumpmässigt – ha bidragit till ett slags nyhets-samhälle.

Samtidigt varierar valet av nyhetskanaler och intensiteten i dess användning stort mellan olika grupper i samhället. Särskilt åldersfaktorn har visat sig vara av stor betydelse i sammanhanget. Det är framför allt bland den unga och yngre medelålders delen av befolkningen som användningen av digitala nyhetsmedier har vuxit sig särskilt stor. I synnerhet sociala medier har blivit en viktig plattform för konsumtion av nyheter bland yngre.

Det kan dock även konstateras att den digitala nyhetskonsumtionen på sina håll fortfarande karakteriseras av vissa begränsningar. Det gäller framför allt i människors val av prenumerationsform för lokala och nationella morgontidningar, där papperstidningen fortfarande är dominerande. Det är ett resultat som gäller oavsett vilken samhällsgrupp som beaktas. Givet den allt lägre prenumerationsnivån i befolkningen som helhet – då framför bland unga vuxna och yngre medelålders – är frågan om den digitala prenumerationen ens kommer att komma ikapp den traditionella papperstidningsprenumerationen inom en överskådlig framtid. Icke-prenumeranternas starka betoning på radio- och tv-nyheter, kostnadsfria nyhets sajter och nyheter via sociala medier som skäl för att välja bort den prenumererade morgontidningen, talar för att den digitala prenumerationen även fortsättningsvis kan komma att stå inför en utmaning att locka fler prenumeranter.

## Noter

- <sup>1</sup> Åldersgrupperingen skiljer sig här från den mer traditionella gruppering (16–29 år, 30–49 år, 50–64 år, 65–85 år) som ofta används i SOM-institutets analyser av befolkningens nyhetskonsumtion (se exempelvis Bergström, 2016; Bergström & Weibull, 2016; Ohlsson, 2013). Den gruppering som används i det här kapitlet – 16–27 år, 28–39 år, 40–54 år, 55–69 år samt 70–85 år) – är gjord utifrån ett antal nyckelindikatorer som rör studier, familjebildning, arbetsliv och pension. Bland dessa återfinns genomsnittsålder för inträde på arbetsmarknaden (OECD, 2016), genomsnittsålder för examen vid universitet/högskola (SCB, 2017), genomsnittsålder för förstföderskor (SCB, 2013), etablering på arbetsmarknaden i form av tillsvidareanställning (SCB, 2015) samt övergång från arbete till pension (Eurostat, 2014; SCB, 2014).
- <sup>2</sup> För en fördjupad analys av människors nyhetsanvändning via sociala medier, se Maria Jervelycke Belfrages och Annika Bergströms kapitel i denna antologi.
- <sup>3</sup> Mellanmänsklig tillit baseras på frågan i vilken utsträckning det går att lita på människor i allmänhet. Svarsskalan går mellan 0 (Det går inte att lita på människor i allmänhet) och 10 (Det går att lita på människor i allmänhet). De som har angett värdena 8-10 definieras som höglitare. Se vidare Holmberg & Rothstein, 2016.
- <sup>4</sup> Skälet till att just public service tas upp i jämförelsen är att det är dessa bolags nyhetssajter som mäts i de nationella SOM-undersökningarna.

## Referenser

- Andersson, Ulrika (2014). *Publikforskning i en digitaliserad och konvergerad medievärld. En forskningsöversikt*. Sundsvall: Demicom.
- Andersson, Ulrika (2015). Skillnaderna ökar mellan svenskars medievanor. I Truedson, Lars (red) *Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2014/2015*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika (2016). Växande informationsgap i digitaliseringens spår. I Truedson, Lars (red) *Mediestudiers årsbok 2015/2016*. Stockholm: Institutet för Mediestudier.
- Andersson, Ulrika (2017). Lågt förtroende för rapporteringen om invandring. I Truedson, Lars (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika & Weibull, Lennart (2017). Har svenskarna förtroende för medierna? I Truedson, Lars (red) *Misstron mot medier*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Arkhed, Sofia & Ohlsson, Jonas (2015). Nyhetsintresse och nyhetskonsumtion. SOM-rapport 2015:33. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika, (2016). Nyheter i sociala nätverksmedier. I Ohlsson, Jonas, Solevid, Maria & Oscarsson, Henrik (red) *Ekvilibrium*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika & Weibull, Lennart (2016). Värmländska nyhetsvanor 2014. I P O Norell & Lennart Nilsson (red) *Värmländska utmaningar – politik, ekonomi, samhälle, kultur och medier*. Karlstads universitet: SOM-institutet.
- Blekesaune, Arild, Elvestad, Eiri & Aalberg, Toril (2012). Tuning Out the World of News and Current Affairs – An Empirical Study of Europe's Disconnected Citizens. *European Sociological Review*, 28 (1): 110–126.
- Chyi, Hsiang Iris, Yang, Mengchieh Jacie, Lewis, Seth C & Zheng, Nan (2010). Use of and Satisfaction with Newspaper Sites in the Local Market: Exploring Differences between Hybrid and Online-Only Users. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87(1): 62-83.
- Deuze, Mark (2005). Toward professional participatory storytelling in journalism and advertising. *First Monday*, 10 (7): 4 July.  
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/1257/>
- Elvestad, Eiri & Blekesaune, Arild (2008). Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences. *European Journal of Communication*, 23(49): 425-47.
- Eurostat (2014). Labour force survey statistics – transition from work to retirement. Eurostat Statistics Explained. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Labour\\_force\\_survey\\_statistics\\_-\\_transition\\_from\\_work\\_to\\_retirement](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Labour_force_survey_statistics_-_transition_from_work_to_retirement)

- Hedman, Ulrika (2009). ”Morgontidningen kostar för mycket”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Jervelycke Belfrage, Maria (2016) *Både slumpmässig och planerad: Ungas nyhetskonsumtion i sociala medier*. Göteborg: Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (2014). *The elements of journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Lauf, Edmund (2001). Research Note: The Vanishing Young Reader. Socio-demographic Determinants of Newspaper Use as a Source of Political Information in Europe, 1980-98. *European Journal of Communication*, 16(2): 233–243.
- OECD (2016). *Education at a Glance 2016. OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing. <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/9616041e.pdf?expires=1495462237&id=id&accname=guest&checksum=53D95BEFBF4E78B66FDE6557B1599175>
- Ohlsson, Jonas (2013). Tidningen och demokratin. I Bergström, Annika & Ohlsson, Jonas (red) *En region för alla?* Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Rozukalne, Anda (2012). Young people as a media audience: From content to usage processes. *Central European Journal of Communication*, 1: 105-120.
- Shehata, Adam & Wadbring, Ingela (2012). Allt fler står utanför nyhetsvärlden. I Oscarsson, Henrik, Weibull, Lennart & Bergström, Annika (red) *I framtidens skugga*. Göteborg: SOM-institutet.
- Statens medieråd (2016) *Ungar & medier*. Stockholm: Statens medieråd.
- Statistiska Centralbyrån/SCB (2013). Äldre mammor vanligare förr. *Välfärd* 1/2013. [http://www.scb.se/statistik/\\_publikationer/LE0001\\_2013K01\\_TI\\_00\\_A05TI1301.pdf](http://www.scb.se/statistik/_publikationer/LE0001_2013K01_TI_00_A05TI1301.pdf)
- Statistiska Centralbyrån/SCB (2014). Övergången från arbete till pension 2012. Sveriges officiella statistik. Statistiska meddelanden, AM 110 SM 1404. [http://www.scb.se/Statistik/AM/AM0401/2014K03Z/AM0401\\_2014K03Z\\_SM\\_AM110SM1404.pdf](http://www.scb.se/Statistik/AM/AM0401/2014K03Z/AM0401_2014K03Z_SM_AM110SM1404.pdf)
- Statistiska Centralbyrån/SCB (2015). *Utvecklingen av tidsbegränsat anställda*. Sveriges officiella statistik. Statistiska meddelanden, AM 110 SM 1501. [http://www.scb.se/Statistik/AM/AM0401/2014K04Z/AM0401\\_2014K04Z\\_SM\\_AM110SM1501.pdf](http://www.scb.se/Statistik/AM/AM0401/2014K04Z/AM0401_2014K04Z_SM_AM110SM1501.pdf)
- Statistiska Centralbyrån/SCB (2017). *Universitet och högskolor. Studenter och examinerade på grundnivå och avancerad nivå 2015/2016*. Sveriges officiella statistik, Statistiska meddelanden. UF 20 SM 1701. [http://www.scb.se/contentassets/103490f5ede146068052229e4ed8eab1/uf0205\\_2015116\\_sm\\_uf20sm1701.pdf](http://www.scb.se/contentassets/103490f5ede146068052229e4ed8eab1/uf0205_2015116_sm_uf20sm1701.pdf)
- Strömbäck, Jesper (2005). In Search of a Standard: Four Models of Democracy and Their Normative Implications for Journalism. *Journalism Studies* 6 (3): 331–345.

- Strömbäck, Jesper, Djerf-Pierre, Monika & Shehata, Adam (2012). The dynamics of political interest and news media consumption: A longitudinal perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 25 (4): 414–435.
- Sullivan, John L. (2013). *Media Audiences. Effets, Users, Institutions, and Power*. Los Angeles: Sage.
- Von Krogh, Torbjörn (2014). *Pizzerian brinner igen. Skillnader och likheter mellan läsning av lokala nyheter på papper och nät*. Sundsvall: DEMICOM, Mittuniversitetet.
- Wadbring, Ingela (2015). Journalistikens publiker. I Karlsson, Michael & Strömbäck, Jesper (red) *Journalistikhandboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Wadbring, Ingela & Hedman, Ulrika (2011). Ökad polarisering i morgontidningsläsningen. I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Lycksalighetens ö*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Webster, James G., Phalen, Patricia F., & Lichty, Lawrence W. (2006). *Ratings Analysis. The Theory and Practice of Audience Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Young, Eric (2015). *How Millennials Get News: Inside the Habits of America's First Digital Generation*. Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research. American Press Institute.