



MEDIEUTVECKLING 2018

# SVENSKA NYHETSVANOR

# INNEHÅLL

<b>FÖRORD</b>	<b>3</b>
<b>INLEDNING</b>	<b>4</b>
<b>SVENSKA NYHETSVANOR</b>	<b>5</b>
NÄSTAN ALLA ÄR INTRESSERADE AV NYHETER	
<b>FRÅN PAPPER TILL DIGITALT</b>	<b>12</b>
FRÅN PAPPER OCH TABLÅ TILL DIGITALA NYHETSMEDIER – SVENSKA FOLKETS NYHETSVANOR 1997–2017	
<b>DIGITALA SKILJELINJEN</b>	<b>16</b>
DEN DIGITALA SKILJELINJEN I SVENSKA FOLKETS NYHETSANVÄNDNING	
<b>NYHETSINNEHÅLL I SOCIALA MEDIER</b>	<b>20</b>
ANVÄNDNING AV OLIKA SLAGS NYHETSINNEHÅLL I SOCIALA MEDIER	
<b>OM DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2017</b>	<b>22</b>
<b>REFERENSER</b>	<b>23</b>



# FÖRORD

Myndigheten för press, radio och tv (MPRT) arbetar för yttrandefrihet samt stödjer möjligheterna till mångfald och tillgänglighet inom press, radio och tv. Därutöver följer och analyserar myndigheten utvecklingen inom medieområdet samt sprider kunskap om den till allmänheten. Myndigheten publicerar också statistik och annan information om ägande- och branschstruktur, teknik, innehåll och ekonomiska förhållanden inom medieområdet.

Ett av de viktigaste områdena att bevaka i dagens mediasamhälle är utbudet och konsumtionen av nyheter. Mediernas roll som en del av demokratins infrastruktur, kan inte underskattas, särskilt inte under ett valår. Myndigheten har därför gett, Ulrika Andersson, docent och forskare vid SOM-institutet, i uppdrag att skriva en rapport som analyserar intresset för nyheter och hur vi i Sverige tar del av nyheter med utgångspunkt från den nationella SOM-undersökningen.

Av analysen framgår att svenskarna är ett nyhetsintresserat folk och att tillgången till nyheter förmodligen aldrig har varit så omfattande som idag. För ett par årtionden sedan stod dagspressen och public service för det huvudsakliga utbudet av lokala, nationella och internationella nyheter i Sverige. Sedan dess har tillväxten av nyhetsförmedlande företag och tjänster varit kraftig. Det gäller inte minst det utbud som erbjuds via internet och mobila applikationer. Aldrig förr har det funnits så mycket att välja på för den som är intresserad av nyheter. Aldrig förr har varit så lätt att välja bort etablerade nyhetsmedier till förmån för medier som bättre stämmer överens med de personliga referensramarna. Resultatet av den pågående strukturomvandlingen syns bland annat i den generella nyhetsanvändningen, där digitala plattformar har kommit att få en allt mer central roll. Förändringens omfattning skiftar dock, både mellan olika medier och mellan olika grupper i samhället.

Globen i juli 2018

**Charlotte Ingvar-Nilsson**  
Generaldirektör

# INLEDNING



Den svenska allmänheten är ett nyhetsintresserat folk. Nästan alla tar på ett eller annat sätt del av nyheter. Men valet av nyhetsmedier och plattformar varierar stort mellan olika grupper i samhället. Nyhetsanvändning på nätet är starkt etablerat, inte minst bland unga och yngre medelålders. De etablerade mediernas nyhetssajter nyttjas flitigt i vissa grupper medan andra väljer att ta del av nyheter i sociala medier. Men fortfarande lever både papperstidningen och tablåtittandet/-lyssnandet, även om den förra befinner sig i en utsatt situation. Den regelbundna papperstidningsläsningen har dalat kraftigt. Det är några av resultaten i den här rapporten om det svenska folkets nyhetsvanor. Analysen tar sin utgångspunkt i den nationella SOM-undersökningen, som sedan mitten av 1980-talet har undersökt allmänhetens nyhetsvanor. I huvudsakligt fokus står resultaten från 2017 års undersökning.



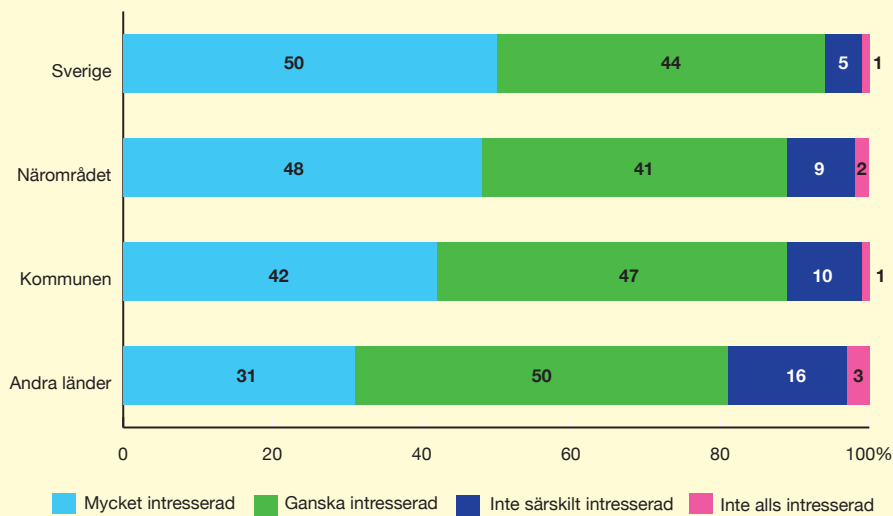
## SVENSKA NYHETSVANOR

### NÄSTAN ALLA ÄR INTRESSERADE AV NYHETER

Fria och tillgängliga nyhetsmedier brukar betraktas som en central byggsten i och förutsättning för det demokratiska samhället. Ibland används begrepp som den tredje statsmakten – i USA och Storbritannien den fjärde – för att beskriva betydelsen av nyhetsmediernas granskande funktion (Christians m.fl., 2009). Genom att ta del av nyheter får människor möjlighet att orientera sig i aktuella frågor och förstå olika skeenden i samhället. Det ger också människor chans att uppdatera sig om vad som händer på den egna orten, i andra delar av Sverige och i världen i stort. Dessutom kan varje människa skapa sin egen uppfattning och erfarenhet om gemensamma problem, intressen och möjligheter. Nyhetsmedier bidrar även med samtalsämnen på arbetsplatser, i skolan och i andra sociala sammanhang. Och de står för kritisk granskning av den politiska makten, av de olika partiernas ståndpunkter och ambitioner, och hur väl politiker levererar det som utlovats i till exempel valrörelser (SOU 1995:37). Nyhetsmedier fyller onekligen en viktig funktion för att samhällets medborgare ska kunna fatta kloka och välgrundade beslut i centrala frågor. Men det förutsätter förstås att människor också tar del av nyhetsmediernas innehåll.

Studier har sedan länge visat att svenskarna är ett nyhetsintresserat folk. Det gäller åtminstone när människor själva får skatta sitt intresse för nyheter (Andersson, 2017). Resultat från 2017 års nationella SOM-undersökning (för en beskrivning av undersökningen, se sidan 22) visar att hälften av dem som svarat på frågor om hur pass intresserade de är av nyheter som handlar om olika geografiska områden, säger att de är mycket intresserade av nyheter som handlar om Sverige och om det egna närområdet (figur 1). När de som uppger att de är ganska intresserade av nyheter från dessa båda områden läggs till i beräkningen, visar det sig att 94 procent av svenskarna är intresserade av nyheter från Sverige och att 89 procent är intresserade av nyheter från det egna närområdet. En lika stor andel, 89 procent, är mycket eller åtminstone ganska intresserade av nyheter från den egna kommunen. Här är andelen mycket intresserade något lägre jämfört med de två första områdena, men den totala andelen intresserade är fortsatt hög – 89 procent. Intresset för nyheter om andra länder är något lägre jämfört med det generella intresset för nyheter från olika delar av Sverige. Men även om det finns en viss nivåskillnad jämfört med övriga områden, är det fortfarande omkring 80 procent av svenskarna som säger sig vara intresserade av utrikesnyheter.

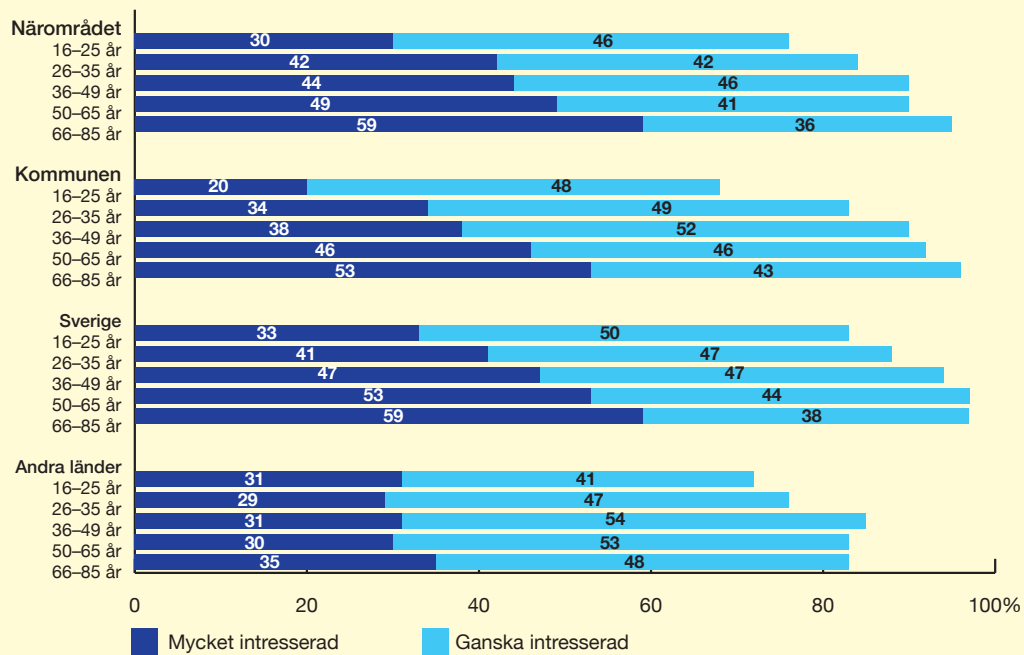
**Figur 1 Intresse för nyheter från det egna närområdet, kommunen, Sverige samt andra länder, 2017 (procent)**



Kommentar: Frågan lyder: Hur intresserad är du av nyheter som handlar om? följt av områdena i figuren. Antal svarspersoner är 3 549.  
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Det finns ett tydligt samband mellan nyhetsintresse och ålder, där den yngre delen av befolkningen (16–25 år) genomgående är något mindre intresserad av nyheter jämfört med övriga åldersgrupper (figur 2). Störst är skillnaden i intresset för nyheter från den egna kommunen, i synnerhet när det gäller andelen som uppger att de är mycket intresserade av nyheter. Bland 16–25-åringar är 20 procent mycket intresserade, medan motsvarande andel bland 66–85-åringar är 53 procent. Jämnast är intresset för nyheter om andra länder, där omkring 30 procent av 16–65-åringarna och 35 procent av 66–85-åringarna har ett stort nyhetsintresse. Resultatet går i linje med tidigare forskning om hur ofta människor läser om nyheter från olika geografiska områden. Även då har skillnaderna mellan yngre och äldre varit som störst i sådant som rört den egna kommunen, medan läsningen av utrikesnyheter har legat på en mer jämn nivå (Andersson & Weibull, 2013).

**Figur 2 Nyhetsintresse i olika åldersgrupper, 2017 (procent)**



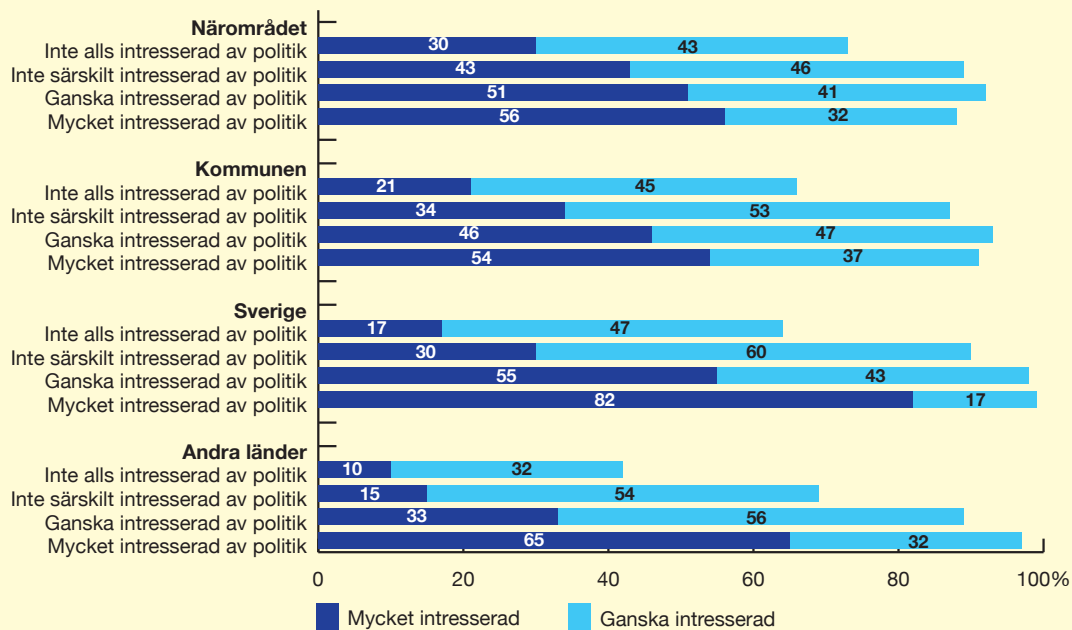
Kommentar: Frågan lyder: Hur intresserad är du av nyheter som handlar om? följt av de aktuella områdena. Svarsalternativen är: Mycket intresserad, Ganska intresserad, Inte särskilt intresserad samt Inte alls intresserad. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 366 (16-25-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

En annan faktor som är viktig för att förklara människors självskattade intresse för nyheter, är graden av samhällsengagemang (figur 3). I det här fallet mäts samhällsengagemang genom individernas allmänna intresse för politik. Jämförelsen visar att nyhetsintresset successivt stiger med graden av samhällsengagemang, där människor som är ointresserade av politik genomgående är mindre intresserade av nyheter, oavsett vilka områden dessa kommer från, medan människor med stort politiskt intresse i de flesta fall också uppvisar störst intresse för nyheter.

Dessutom framgår att ju längre avståndet är mellan individens eget område och det område som nyheterna handlar om, desto lägre är intresset för nyheter bland dem som karakteriseras av ett lågt samhällsengagemang. Någon motsvarande skillnad kan däremot inte ses bland människor som har ett stort samhällsengagemang. I den gruppen är intresset för nyheter högt, oavsett om de handlar om den egna kommunen, om Sverige eller om andra länder.

**Figur 3 Nyhetsintresse efter politiskt intresse, 2017 (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. Frågan om politiskt intresse lyder: Hur intresserad är du i allmänhet av politik? Svartalternativen är samma som för frågan om nyhetsintresse. Minsta antal svarspersoner på grupp-nivå är 229 (Inte alls intresserad).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

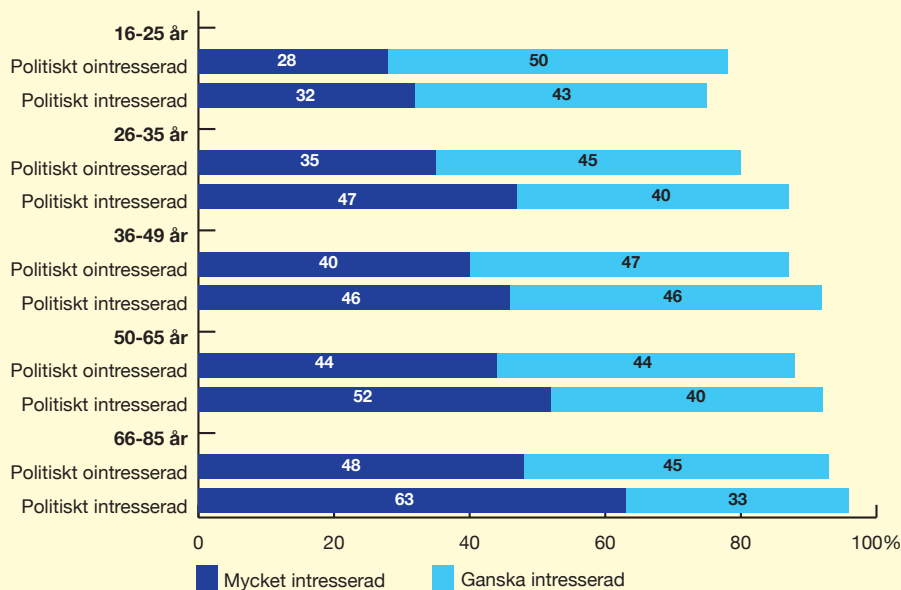
När både ålder och politiskt intresse tas med i jämförelsen, framträder några intressanta detaljer i resultaten. Dels är det tydligt att det inte finns några större skillnader i intresset för nyheter som handlar om det egna området bland personer som är politiskt intresserade och personer som inte har något intresse för politik. Det gäller oberoende av vilken åldersgrupp individerna tillhör (figur 4a). Graden av politiskt intresse spelar däremot roll för hur intresserad personen är för nyheter om den egna kommunen – men bara bland personer under 50 år (figur 4b). Bland personer i 50-årsålder och uppåt finns det däremot ingen skillnad mellan dem som är intresserade av politik och dem som inte är det. Det bör nämnas att frågan om politiskt intresse här är sammanslagen till två grupper där de som har svarat att de inte alls är intresserade av politik och de som inte är särskilt intresserade har slagits samman till kategorin Politiskt ointresserade. På samma sätt har andelen som säger sig vara ganska intresserade eller rent av mycket intresserade av politik slagits samman till kategorin Politiskt intresserade.

När det gäller intresset för nyheter som handlar om Sverige förekommer i samtliga åldersgrupper skillnader mellan människor beroende på deras grad av samhällsengagemang (tabell 4c), ett förhållande som blir ytterligare påtagligt för intresset för nyheter som handlar om andra länder. I det senare fallet råder det dock ytterst små skillnader i nyhetsintresset hos yngre och äldre som är politiskt intresserade, medan åldersskillnaderna däremot tonar fram bland dem som inte är intresserade av politik (tabell 4d).



Människors intresse för nyheter kan undersökas på flera olika sätt. I tidigare forskning har exempelvis befolkningens allmänna uppfattning om att var och en har en skyldighet att hålla sig uppdaterad om vad som sker i samhället, tolkats som tecken på nyhetsintresse. Men att uttrycka en åsikt om att nyheter är viktiga och intressanta, är inte nödvändigtvis detsamma som att också ta del av nyheter på en mer regelbunden basis. Detta förhållande tydliggörs inte minst i nästa avsnitt om den svenska befolkningens nyhetsanvändning.

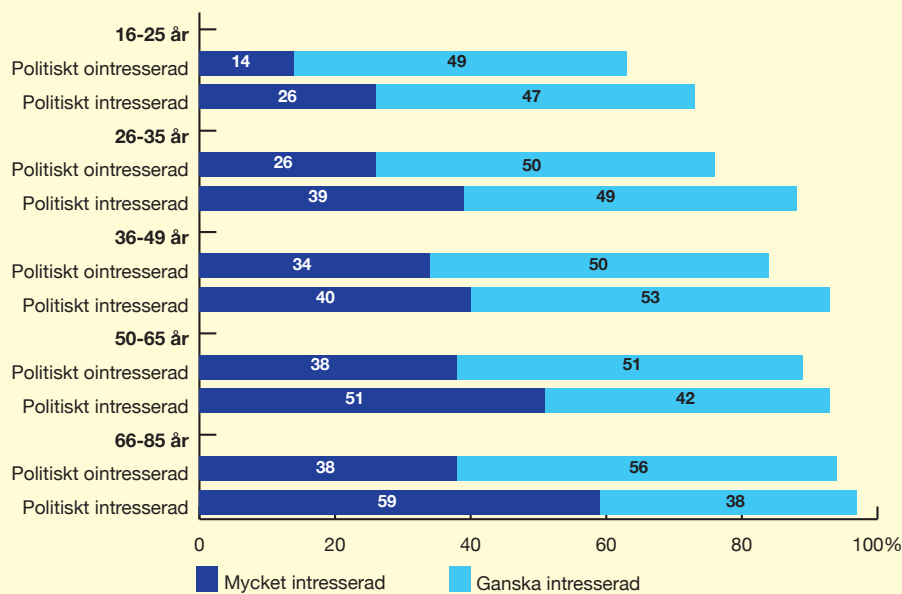
**Figur 4a Intresse för nyheter som handlar om det egna området, efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)**



Kommentar: Frågan lyder: Hur intresserad är du av nyheter som handlar om? Området där du bor. Svarsalternativen är: Mycket intresserad, Ganska intresserad, Inte särskilt intresserad samt Inte alls intresserad. Frågan om politiskt intresse lyder: Hur intresserad är du i allmänhet av politik? I figuren har svarsalternativen Mycket intresserad och Ganska intresserad slagits samman till Politiskt intresserad, medan alternativen Inte särskilt intresserad och Inte alls intresserad har slagits samman till Politiskt ointresserad. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 178 (16-25-åringar som är politiskt ointresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

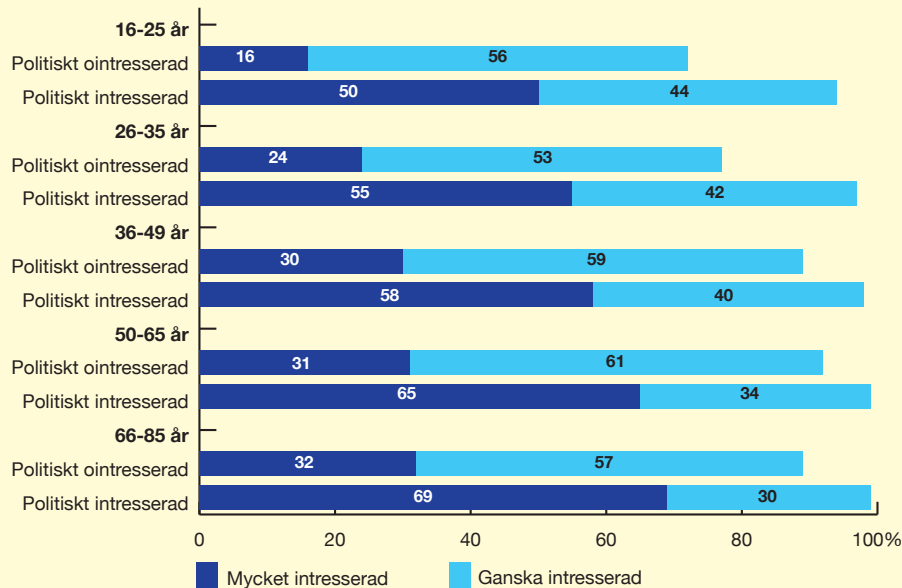
**Figur 4b Intresse för nyheter som handlar om den egna kommunen, efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)**



Kommentar: För frågeformulering och svarsalternativ, se figur 4a. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 178 (16–25-åringar som är politiskt ointresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

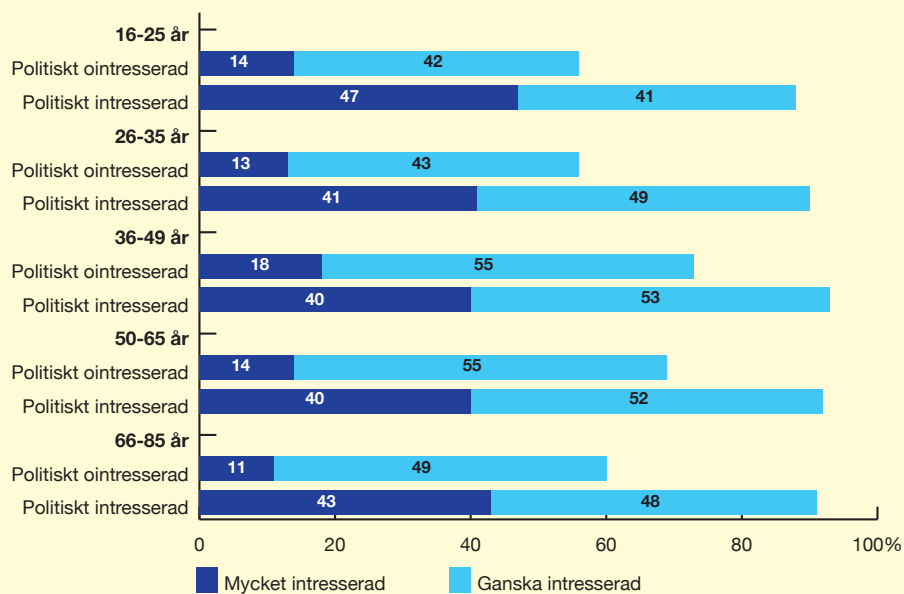
**Figur 4c Intresse för nyheter som handlar om Sverige, efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)**



Kommentar: För frågeformulering och svarsalternativ, se figur 4a. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 178 (16–25-åringar som är politiskt ointresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

**Figur 4d Intresse för nyheter som handlar om andra länder, efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)**



Kommentar: För frågeformulering och svarsalternativ, se figur 4a. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 178 (16–25-åringar som är politiskt ointresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.



## FRÅN PAPPER TILL DIGITALT

### FRÅN PAPPER OCH TABLÅ TILL DIGITALA NYHETSMEDIER – SVENSKA FOLKETS NYHETSVANOR 1997–2017

Tillgången till nyheter har förmodligen aldrig varit så omfattande som idag. För ett par årtionden sedan stod dagspressen och public service för det huvudsakliga utbudet av lokala, nationella och internationella nyheter i Sverige. Sedan dess har tillväxten av nyhetsförmedlande företag och tjänster varit kraftig. Det gäller inte minst det utbud som erbjuds via internet och mobila applikationer. Aldrig förr har det funnits så mycket att välja på för den som är intresserad av nyheter. Aldrig förr har det varit så lätt att välja bort etablerade nyhetsmedier till förmån för medier som bättre överensstämmer med de personliga referensramarna. Resultatet av den pågående strukturomvandlingen syns bland annat i den generella nyhetsanvändningen, där digitala plattformar har kommit att få en allt mer central roll. Förändringens omfattning skiftar dock, både mellan olika medier och mellan olika grupper i samhället.

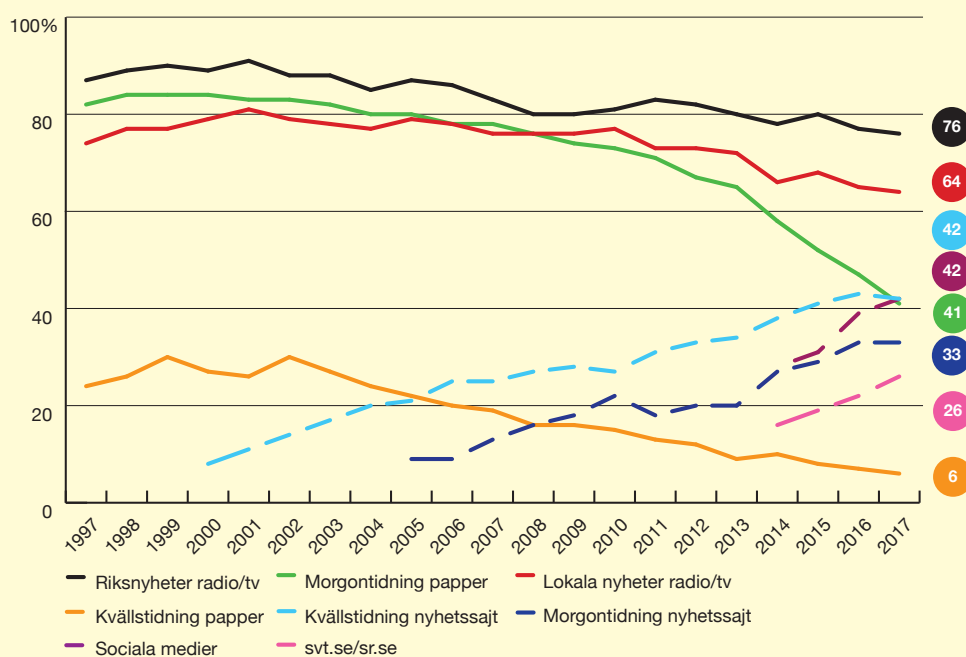
De nyhetsmedier som har omfattats av de största förändringarna är den svenska dagspressen. Medan användningen av tidningarnas nyhetssajter har präglats av en stadigt uppåtgående kurva, har papperstidningarna befunnit sig i nerförsbacke (figur 5). För kvällstidningarnas del har nedgången i papperstidningsläsningen varit högst påtaglig från början av 2000-talet och framåt. Andelen av befolkningen som läste någon kvällstidning på papper minst 3 dagar i veckan låg på omkring 35 procent i början av 1990-talet, en andel som år 2000 hade sjunkit till strax över 25 procent för att år 2017 vara nere i 6 procent. Det innebär att fem av sex läsare av kvällspressens papperstidningar har försvunnit på knappa trettio år.

Den successiva nedgången i andelen läsare av kvällstidningar på papper har skett samtidigt som läsningen av tidningarnas nyhetssajter har ökat. Från att ha legat på en relativt blygsam nivå om knappt 10 procent år 2000, är det idag 42 procent som regelbundet, det vill säga minst 3 dagar per vecka, besöker kvällstidningarnas nyhetssajter. För kvällstidningarnas del har därmed nyhetsanvändarna nästan helt förflyttat sig från papper till nät. Samtidigt har också den uppåtgående kurvan för nyhetssajterna inneburit att nätläsningen numera ligger på en högre nivå än läsningen av papperstidningarna under 1990-talet.

För läsningen av morgontidningar på papper har den mest påtagliga förändringen skett under 2010-talet. Visserligen var det även under de två decennierna dessförinnan tydligt att delar av de svenska morgontidningsläsarna hade började rikta blickarna åt andra håll – exempelvis minskade andelen som läste någon morgontidning på papper minst 3 dagar per vecka från strax över 85 procent i början av 1990-talet till knappt 75 procent år 2010. Därefter har läsningen av pappers-tidningar i det närmaste befunnit sig i fritt fall. År 2017 är det 42 procent som uppger att de läser någon morgontidning på papper åtminstone 3 dagar per vecka. Andelen regelbundna läsare har således halverats sedan början av 1990-talet.

Liksom för kvällspressen har även de svenska morgontidningarna sett en ökning av andelen som vänder sig till tidningarnas nyhetssajter. Under perioden 2006–2017 har andelen regelbundna läsare av morgontidningar på webben gått från 9 till 33 procent. Till skillnad från hur situationen för kvällstidningarna har utvecklats – där nyhetssajterna sedan ett drygt decennium har varit större än papperstidningarna, räknat i andel läsare – har morgontidningarna på papper fortfarande ett visst övertag över morgontidningarnas nyhetssajter. Givet de senaste årens snabba minskning av andelen regelbundna läsare av morgontidningar på papper förefaller det dock inte vara särskilt många år kvar innan kurvorna kommer att korsa varandra och nättidningsläsningen tar över.

**Figur 5 Nyhetsanvändning i Sverige minst 3 dagar/vecka, 1997-2017 (procent)**



Kommentar: Lokala nyheter i radio/tv = Sveriges Radio P4, SVT:s lokala nyhetssändningar samt TV4:s lokalnyheter (1992–2013). Riksnyheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt sedan 2015 nyheter i Sveriges Radio P3. Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Antalet svarspersoner är 10 775 år 2017.  
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1997–2017.

För de nationella och lokala nyhetssändningarna i radio och tv har situationen varit mer stabil över tid, även om det också här kan noteras en viss nedgång under 2000-talet. De lokala nyhetskanalerna i radio och tv såg en relativt stor nedgång i den regelbundna användningen mellan åren 2013 och 2014. Nedgången berodde främst på att TV4 slutade med sina tablålagda lokala nyhetssändningar under våren 2014. Kanalens nyhetssändningar har i tidigare studier visat sig vara en hörnsten i unga vuxnas användning av lokala radio- och tv-nyheter. Nedgången i unga vuxna och yngre medelålders lokal-tv-tittande blev så stor 2014 att den även påverkade nivån för den sammantagna användningen av lokala radio- och tv-nyheter. En viss återhämtning skedde året därpå, vilket i viss mån berodde på att fler unga hittade till Sveriges Televisions lokala nyhetssändningar. Därefter har ytterligare en svag nedgång kunnat skönjas, 2017 ligger andelen regelbundna tittare och lyssnare i befolkningen på 64 procent.

Högst andel regelbundna nyhetsanvändare har emellertid de nationella nyhetssändningarna i svensk radio och tv. Visserligen har andelen som lyssnar eller tittar minst 3 dagar per vecka minskat något sedan 1990, men fortfarande är det en klar majoritet av svenskarna – 76 procent – som regelbundet tar del av de nationella nyhetsprogram som sänds i etermedierna. Liksom för morgon- och kvällstidningarna syns en tydlig uppgång i användningen av kanalernas nyhetssajter. Var fjärde person i åldrarna 16–85 år säger sig regelbundet ta del av nyheter från svt.se eller sr.se.

Men den plattform som på kort tid slagit igenom allra starkast som en av 2010-talets centrala nyhetsdistributörer, är sociala medier. Fyra av fem svenskar i 2017 års nationella SOM-undersökning tar del av nyheter via sociala medier minst 3 av veckans dagar. Sammantaget kan urskiljas fyra olika grupperingar i befolkningens nyhetsanvändning. Den första utgörs av nyheter i radio och tv, vilka kan beskrivas som ett slags tätgrupp av medier som en majoritet av svenskarna tar del av. Den andra består av medier med fokus på det tryckta ordet, såsom morgontidningar på papper och kvällstidningar på internet. I denna grupp har också nyheter i sociala medier hittat en plats. Den här gruppen karakteriseras av en stor bredd både sett till vilka medieslag som ingår – från det traditionella pappret till den nyaste digitala plattformen – och till vilka samhällsgrupper som använder dessa medier – från de äldsta papperstidningsläsarna, till de medelålders kvällsnättidningsläsarna och, slutligen, de unga sociala medieanvändarna. Strax under denna grupp kommer de lokala morgontidningarnas respektive public service-mediernas nyhetssajter, och som en alldeles egen grupp hittas kvällstidningarnas papperstidningar.

Det kan 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 medievanor 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 (Rouzukalne, 2012).

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 är: 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.

# DIGITALA SKILJELINJEN

## DEN DIGITALA SKILJELINJEN I SVENSKA FOLKETS NYHETSANVÄNDNING

De faktorer som forskningen vanligen har fört fram som förklaring till människors nyhetsanvändning är dels sådana som handlar om vem individen är, exempelvis i termer av ålder, dels sådana som är kopplade till individens intressen och intentioner (Wadbring, 2015). I det senare fallet är det särskilt graden av samhällsengagemang som har betydelse för hur motiverad en människa är att ta del av nyheter (Ruggerio, 2000). Ett stort intresse för politik och samhällsfrågor leder ofta till en mer aktiv nyhetsanvändning, både när det gäller användningens frekvens och antalet nyhetsmedier som individen väljer att ta del av. Dessa faktorer framträder också tydligt i 2017 års nationella SOM-undersökning.

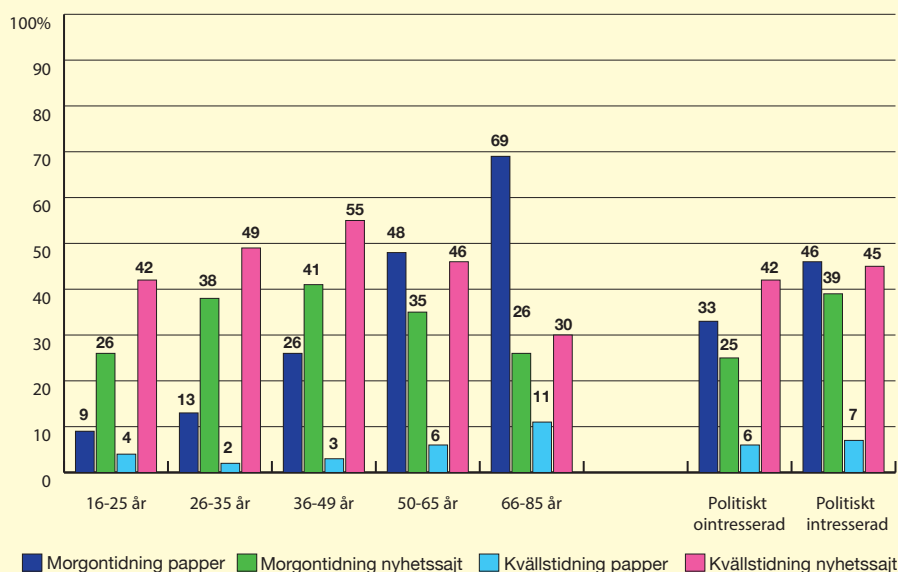
När jämförelser görs mellan olika åldersgrupper framträder ett mönster där de regelbundna nyhetsvanorna skiljer sig både i frekvens och i val av nyhetskanaler. Unga tar exempelvis generellt del av nyheter i betydligt lägre utsträckning än äldre och de föredrar digitala plattformar framför papperstidningar och linjärt radio- och tv-tittande. Äldre väljer i sin tur morgontidning på papper och tabblagda nyhetssändningar.

Ålderspolariseringen i befolkningens medievanor är särskilt påtaglig när det gäller läsning av morgontidningar på papper. Bland de minst frekventa läsarna hittas unga under 35 år, där omkring 10 procent läser någon papperstidning minst 3 dagar i veckan (figur 6). Andelen blir därefter successivt större i takt med ökad ålder. De mest trogna morgontidningsläsarna hittas bland personer i 66–85-årsåldern, där 69 procent tillhör gruppen av regelbundna läsare. För morgontidningarnas nyhetssajter framträder ett u-format mönster där andelen regelbundna läsare är som störst bland yngre medelålders, 41 procent, medan andelen läsare bland yngre och äldre är något lägre. Skillnaderna mellan olika åldersgrupper är dock inte lika påtaglig som för morgontidningen på papper. Samma mönster upprepar sig för kvällstidningarnas nyhetssajter, men här ligger användningen generellt på en högre nivå jämfört med morgontidningarnas nyhetssajter. För kvällstidningen på papper är det bland de allra äldsta som den högsta andelen regelbundna läsare hittas.



När det gäller betydelsen av politiskt intresse, framträder vissa nivåskillnader mellan politiskt ointresserade och politiskt intresserade när det gäller läsning av morgontidningar. I båda fallen är människor med större samhällsengagemang mer benägna att ta del av nyheter på morgontidningarnas olika plattformar (figur 6). För kvällstidningarna syns däremot inga skillnader beroende på graden av politiskt intresse.

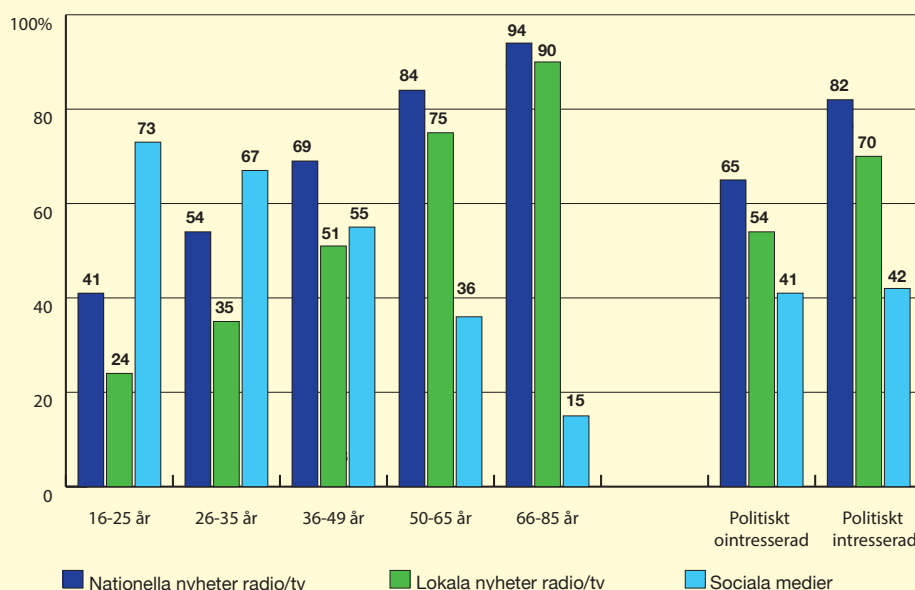
**Figur 6 Användning av morgontidningar och kvällstidningar på papper och nät minst 3 dagar i veckan, efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)**



Kommentar: Figuren redogör för användning minst 3 dagar/vecka. Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 1 072 (16–25-åringar).  
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Åldersskillnaderna är också tydliga för användning av nationella och regionala nyhetsprogram i radio och tv. Bland de yngsta, 16–25-åringarna är det 41 procent som regelbundet tar del av nationella nyhetssändningar, en andel som bland yngre medelålders i åldrarna 36–49 år är 69 procent och bland de allra äldsta i 66–85-årsåldern når höga 94 procent (figur 7). Trappan är densamma för lokalnyheter i radio och tv, där andelen regelbundna nyhetsanvändare är 24 procent bland de yngsta och 90 procent bland de äldsta. Det förekommer också tydliga nivåskillnader i andelen regelbundna nyhetsstöttare och nyhetslyssnare bland människor med stort respektive litet samhällsengagemang. Skillnaderna mellan de båda grupperna är i det här fallet större än skillnaderna i tidningsläsningen.

**Figur 7 Användning av nationella och lokala nyheter i radio och tv samt nyhetsanvändning i sociala medier minst 3 dagar i veckan, efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)**



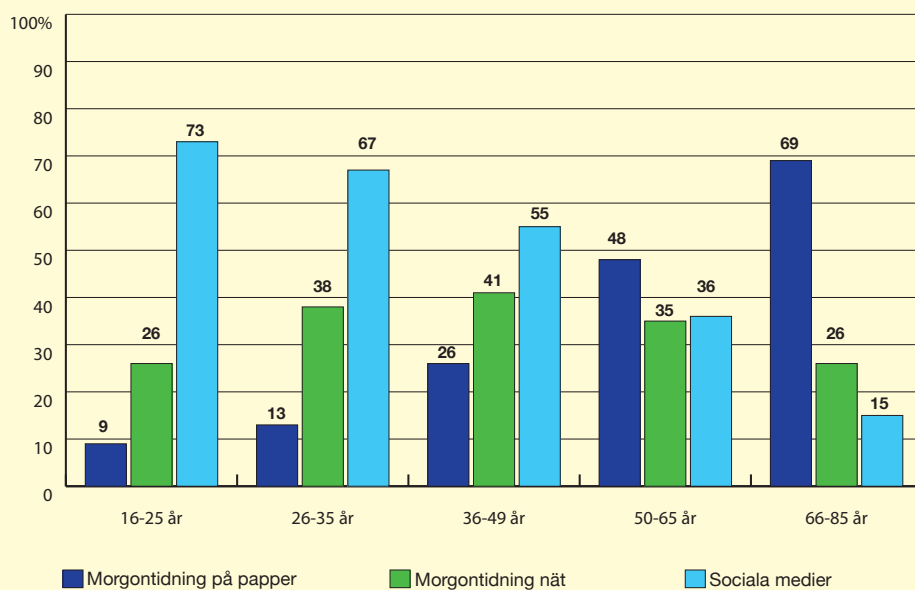
Kommentar: Figuren redogör för användning minst 3 dagar/vecka. Nationella nyheter i radio/tv = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt Sveriges Radio P3. Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 1 072 (16–25-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

I ett fall är det de yngsta nyhetsanvändarna som står för den mest frekventa användningen. Det gäller nyheter i sociala medier. Denna plattform är bland yngre den överlägset mest använda distributören av nyheter. Andelen som i sin användning av sociala medier också tar del av nyheter är 73 procent bland 16–25-åringar jämfört med 15 procent bland 66–85-åringar. Det är förstås 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 vänner vänner eller om besök på nyhetsmediers konton på exempelvis Facebook och Twitter. De studier som gjorts pekar dock mot att det är traditionella nyheter som avses, åtminstone bland ungdomar och unga vuxna (Jervelycke, Belfrage & Bergström, 2017; Bergström, 2016; Young, 2015). Forskning visar också att sociala medier tycks bidra till att öka nyhetsläsningen i grupper som generellt har ett lägre intresse för traditionella nyhetsmedier (Young, 2015; Andersson, 2017). Det syns inte minst i andelen regelbundna nyhetsanvändare bland politiskt ointresserade och politiskt intresserade. I det här fallet spelar graden av samhällsengagemang ingen roll för hur ofta människor väljer att ta del av nyheter.

Valet av plattform förklaras således i stor utsträckning av individens ålder. Värt att notera är att förhållandet mellan yngres och äldres nyhetsvanor präglas av ett spegelvänt förhållande när det gäller regelbunden läsning av morgontidningar på papper och användning av sociala medier som nyhetsdistributör (figur 8). Fundamentet för de båda gruppernas nyhetsvanor är således helt olika. Även om det alltid har funnits mer eller mindre skillnader mellan yngre och äldres nyhetsvanor, är det tydligt att det 2017 råder en markant generationsrelaterad digital klyfta i det svenska samhället.

**Figur 8 Användning av morgontidning på papper och nät samt nyheter i sociala medier minst 3 dagar i veckan i olika åldersgrupper, 2017 (procent)**



Kommentar: Figuren redogör för användning minst 3 dagar/vecka. Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 1 072 (16-25-åringar).  
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.



## NYHETSINNEHÅLL I SOCIALA MEDIER

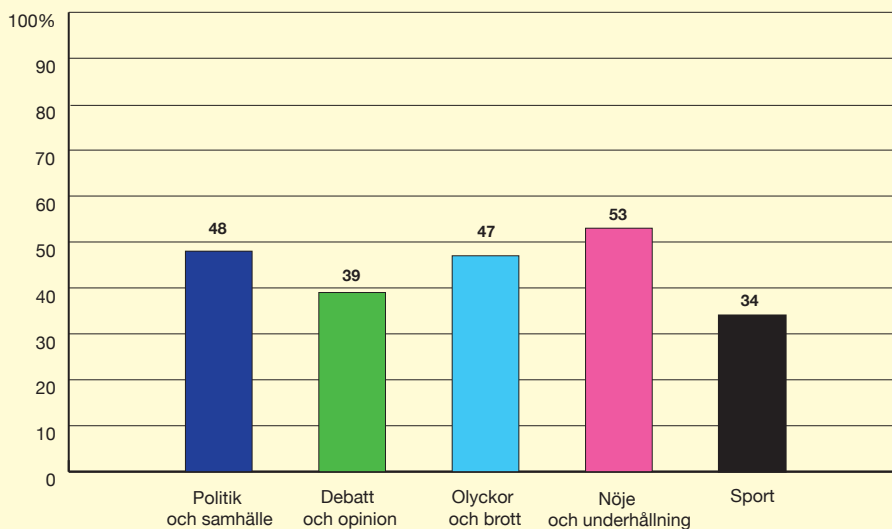
### ANVÄNDNING AV OLIKA SLAGS NYHETSINNEHÅLL I SOCIALA MEDIER

Vad är det då för slags nyheter som människor egentligen tar del av i sociala medier? Den avslutande delen av den här rapporten vänder blicken mot användningen av olika typer av nyhetsinnehåll. När det gäller innehåll i tryckta morgontidningar har tidigare forskning visat att det är lokala nyheter och rapportering om olyckor och brott som dominerar läsningen tillsammans med nyheter om in- och utrikeshändelser. Bland dem som använder sociala medier är variationen mellan olika typer av nyheter förhållandevis liten (figur 9). Den regelbundna användningen varierar mellan 34 procent – sport – och 53 procent – nöje och underhållning. Knappt hälften tar regelbundet del av nyheter om politik och samhälle respektive olyckor och brott, medan knappt 40 procent tar del av opinionsbaserat nyhetsmaterial.

Oavsett vilken åldersgrupp som jämförs, är den inbördes rangordningen mellan de olika ämnesområdena i stort densamma. Det finns vissa variationer i hur stor andelen regelbundna användare är i olika åldersgrupper, där intresset för att ta del av nyheter om nöje och underhållning är störst bland de yngsta för att därefter successivt sjunka ju äldre svarspersonerna är (figur 10). Personer under 50 år tar också relativt mer frekvent del av nyheter om politik och samhälle respektive olyckor och brott jämfört med äldre.

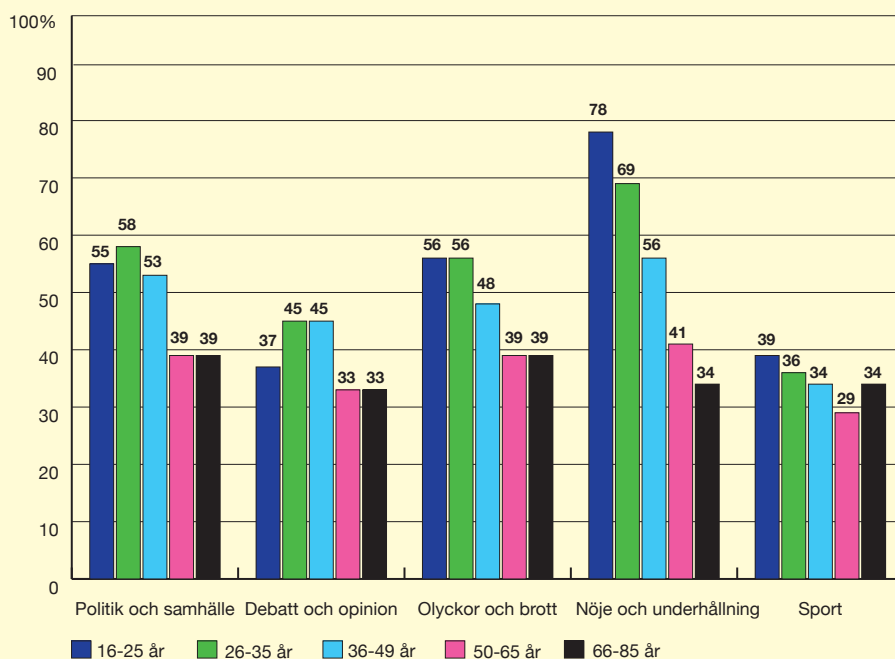
De som är mest flitiga användare av sociala medier är, som förväntat, också de som i störst utsträckning tar del av olika slags nyheter i dessa plattformar. Nyhetsanvändning i sociala medier är likt allt annat en del av ett ständigt pågående flöde, vilket innebär att ju oftare individen ger sig in i flödet, desto mer frekvent får hon del av nyheter. Dessutom pekar annan forskning mot att ju bredare vänkretsen är på exempelvis Facebook, desto mer ökar nyhetsanvändningen (Beam m.fl., 2017). Givet att nyhetsanvändning och nyhetsområden är mer utbredda bland yngre än bland äldre, är det möjligt att tänka sig att sociala medier bidrar till att jämna ut skillnader i den övergripande nyhetsanvändningen mellan olika grupper i samhället. Som visats ökar den regelbundna nyhetsanvändningen i traditionella medier med stigande ålder. Kanske är det så att den i viss mån slumpmässiga nyhetsanvändningen i sociala medier gör att människor som använder dessa medier tar del av mer nyheter nu än vad de gjorde tidigare. Och kanske är det också så att dessa individer exponeras för ett bredare nyhetsutbud än om de exempelvis hade läst en tryckt dagstidning. Alldeles oavsett, står det klart att sociala medier är en nyhetsdistributör att räkna med bland övriga nyhetsmedier.

**Figur 9 Användning av olika slags nyheter i sociala medier minst 3 dagar i veckan, 2017 (procent)**



Kommentar: Figuren redogör för användning minst 3 dagar/vecka. Antal svarspersoner är 1 241.  
 Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

**Figur 10 Användning av olika slags nyheter i sociala medier minst 3 dagar i veckan, 2017 (procent)**



Kommentar: Figuren redogör för användning minst 3 dagar/vecka. Minsta antal svarspersoner på gruppnivå är 182 (16-25-åringar).  
 Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

## OM DEN NATIONELLA SOM-UNDERSÖKNINGEN 2017

Den nationella SOM-undersökningen genomförs sedan 1986 årligen vid SOM-institutet, Göteborgs universitet. Undersökningen riktar sig till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen mellan 16–85 år och genomförs varje höst. Drygt 20 000 individer ingick i urvalet till 2017 års undersökning och nettosvarsfrekvensen blev 55 procent. SOM-undersökningen genomförs via postala utskick av pappersenkäter med möjlighet att besvara enkäten på webben. Enkätfrågorna spänner om ett brett fält kopplat till (S)amhälle, (O)pinion och (M)edier. Undersökningen görs i samverkan med olika forskningsprojekt, myndigheter och organisationer. Mer information om den nationella SOM-undersökningen finns på [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se).

## REFERENSER

Andersson, Ulrika (2017). Digitala plattformar allt viktigare för nyhetspubliken – förutom när det gäller tidningsprenumeration. I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Oscarsson (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Andersson, Ulrika & Lennart Weibull (2013). Hur läser vi den lokala morgontidningen idag? I Lennart Weibull, Henrik Oscarsson & Annika Bergström (red) *Vägskäl*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Beam, Michael A., Jeffrey T. Child, Myiah J. Hutchens & Jay D. Hmielowski (2017). Context Collapse and Privacy Management: Diversity in Facebook Friends Increases Online News Reading and Sharing. *New Media & Society*. doi:10.1177/1461444817714790

Bergström, Annika, (2016). Nyheter i sociala nätverksmedier. I Jonas Ohlsson, Maria Solevid & Henrik Oscarsson (red) *Ekvilibrum*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.  
Christians, Clifford G., Theodore L. Glasser, Dennis McQuail, Kaarle Nordenstreng & Robert A. White (red) (2009) *Normative theories of the media. Journalism in democratic societies*. Illinois: University of Illinois.

Deuze, Mark (2005). Toward professional participatory storytelling in journalism and advertising. *First Monday*, 10 (7): 4 July.

Jervelycke Belfrage, Maria & Annika Bergström (2017). News in Social Media. Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(5): 583–598. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>

Rozukalne, Anda (2012). Young people as a media audience: From content to usage processes. *Central European Journal of Communication*, 1: 105-120.

Ruggerio, Thomas E. (2000). Uses and Gratification Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1): 3–37.

SOU 1995:37.

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 Michael Karlsson & Jesper Strömbäck (red) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.

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.

