



MEDIEUTVECKLING 2020

SVENSKA NYHETSVANOR

– i normaltider och kristider

INNEHÅLL

FÖRORD	3
INLEDNING	4
SVENSKA NYHETSVANOR SVENSKA FOLKETS NYHETSVANOR 2000–2019	5
DIGITALA SKILJELINJEN VISS MINSKNING AV DEN DIGITALA SKILJELINJEN MELLAN YNGRE OCH ÄLDRE	8
NYHETSANVÄNDNING I KRISTID FÖRÄNDRINGAR I MÄNNISKORS MEDIEVANOR I SAMBAND MED PANDEMIN	14
OM UNDERSÖKNINGARNA	24
Referenser	25

MYNDIGHETEN FÖR PRESS, RADIO OCH TV
ISSN 1404-2819
ISBN 978-91-985712-8-8
Författare Ulrika Andersson, docent och forskare
vid SOM-institutet

Grafisk form
Distribution
Kontakta oss
Publicerad

Martin Zachrisson
Myndigheten för press, radio och tv
08 580 070 00, www.mprt.se
Oktober 2020



FÖRORD

Vårt uppdrag på Myndigheten för press, radio och tv (MPRT) är att arbeta för yttrandefrihet samt stödja möjligheterna till mångfald och tillgänglighet inom press, radio och tv. Därutöver följer och analyserar vi utvecklingen inom medieområdet samt sprider kunskap om den till allmänheten. Vi publicerar också statistik och annan information om ägande- och branschstruktur, teknik, innehåll och ekonomiska förhållanden inom medieområdet.

Ett av de viktigaste områdena som vi har att följa i dagens mediasamhälle är utbudet och konsumtionen av nyheter. Mediernas roll som en del av demokratins infrastruktur kan inte underskattas, särskilt inte ett år som 2020 som i hög grad präglas av den pågående pandemin. MPRT har därför gett Ulrika Andersson, docent och biträdande föreståndare vid SOM-institutet, i uppdrag att skriva en rapport som analyserar intresset för nyheter och hur vi i Sverige tar del av nyheter.

I rapporten Svenska nyhetsvanor i normaltider och kristider beskrivs inte bara svenskarnas nyhetskonsumtion och hur den förändras successivt under åren 2000 – 2019 utan också hur coronapandemin påverkar nyhetskonsumtionen. Analysen baseras på den nationella SOM-undersökningen, SOM-undersökningen om coronaviruset 2020 samt MMS:s mätningar av tittande på nyhetssändningar i linjär tv och online.

Globen i oktober 2020

Charlotte Ingvar-Nilsson
Generaldirektör



INLEDNING

Nyhetsbärande medier spelar en viktig roll i samhället. Det gäller inte minst i tider av kris. Den pågående strukturomvandlingen i mediebranschen har inneburit att digitala plattformar fått en allt mer central position i den generella nyhetsanvändningen. Omfattningen varierar dock både mellan olika medier och mellan olika grupper i samhället. Unga och yngre medelålders föredrar oftast att ta del av nyheter online, medan äldre fortfarande har en stark vana att ta del av nyheter i radio och tv. Den pågående coronapandemin har bidragit till att öka den svenska allmänhetens användning av nyhetsmedier, åtminstone i pandemins inledande fas. Det gäller framför allt användningen av lokala nyhetssajter och medier baserade på rörlig bild. Sociala medier som nyhetsplattform har däremot inte fått något uppsving under pandemin. Tvärtom har plattformen tappat något i betydelse. Mönstret att äldre generellt tar del av nyheter i högre utsträckning än yngre håller i sig även i pandemitider. En redan stark vana förefaller om möjligt ha blivit ännu starkare bland äldre, som under pandemin inte bara tagit del av nyheter i traditionella plattformar utan också har ökat sin användning av webbaserade plattformar. Det är några av resultaten i den här rapporten om det svenska folkets nyhetsvanor i normaltider och kristider. Analysen tar sin utgångspunkt i tre olika undersökningar: den nationella SOM-undersökningen, som sedan mitten av 1980-talet har undersökt allmänhetens nyhetsvanor, SOM-undersökningen om coronaviruset 2020 samt MMS:s mätningar av tittande på nyhetssändningar i linjär tv och online.



SVENSKA NYHETSVANOR

SVENSKA FOLKETS NYHETSVANOR 2000–2019

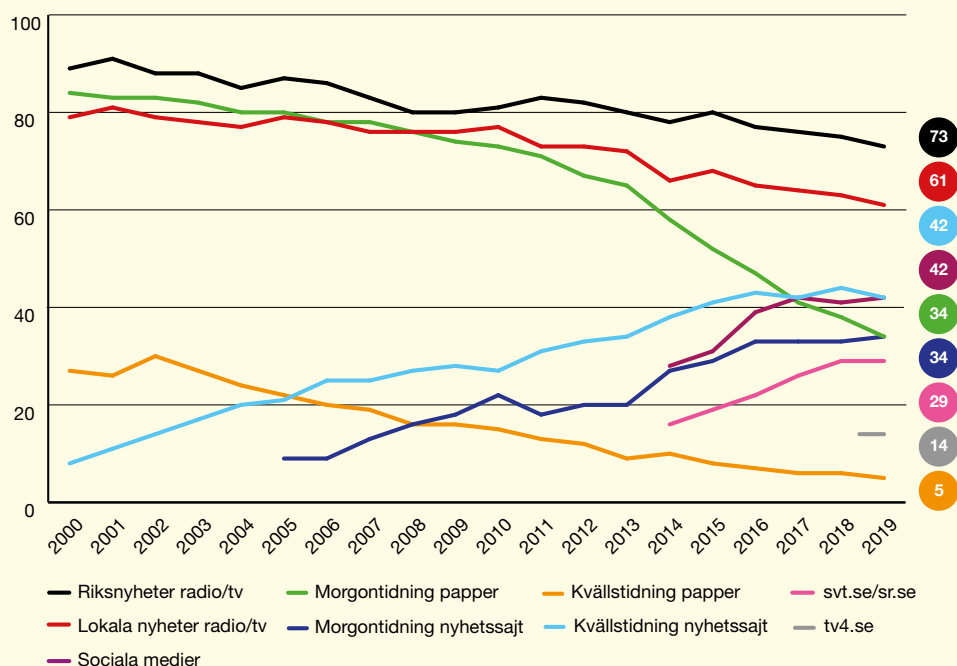
I Sverige har dagspress, radio och tv under lång tid varit människors huvudsakliga källa till information och nyheter om politik och samhällsfrågor. Särskilt morgontidningar och nyhetsändringar i public servicemedier har haft en stark position i samhället, då de nått ut till en mycket stor andel av befolkningen (Weibull m fl, 2018). Med internet och de sociala mediernas etablering har det dock skett en förskjutning i medievanorna, där mediemarknadens ökande segmentering bidragit till att splittra publikens uppmärksamhet på allt fler medier. Utbudet är enormt mycket större än för bara några decennier sedan och för den nyhetsintresserade finns ett dignande smörgåsbord att välja mer eller mindre fritt utifrån.

Studier har sedan länge visat att svenskarna är ett nyhetsintresserat folk. Det gäller både när människor själva får skatta sitt intresse för nyheter (se t ex Andersson, 2018b) och när de får uppge hur ofta de tar del av olika nyhetsmedier. Trots att farhågor lyfts fram om att det kraftigt expanderade medieutbudet riskerar att leda till att människor väljer bort nyheter till förmån för annat medieinnehåll (Strömbäck m fl, 2017; Shehata m fl, 2015), förefaller vanan att ta del av nyheter ha förblivit relativt opåverkad. Därmed inte sagt att allt är precis som det alltid har varit. Det går tvärtom att se en tydlig förändring i vilka plattformar nyhetspubliken vänder sig till för att få behovet av nyheter tillgodosett. En samlad bild av svenskarnas nyhetsvanor visar på en rörelse från papper och tablå till digitala nyhetsmedier. För ett par årtionden sedan stod den tryckta dagspressen och public service för det huvudsakliga utbudet av lokala, nationella och internationella nyheter. Idag finns en uppsjö av nyhetsförmedlande företag och tjänster som via internet och mobila applikationer erbjuder tillgång till nyheter. Men även om de digitala plattformarna har kommit att få en allt mer central roll, skiftar förändringens omfattning både mellan olika medier och mellan olika grupper i samhället.

Den kanske mest påtagliga transformationen står den svenska dagspressen för. Medan användningen av tidningarnas nyhetssajter fram tills nyligen har präglats av en stadigt uppåtgående kurva, har papperstidningarna befunnit sig i brant nerförsbacke (figur 1). För kvällstidningarnas del har andelen regelbundna papperstidningsläsare gått från strax under 30 procent i början av 2000-talet

till 5 procent i slutet av 2010-talet. På knappt tjugo år har därmed fem av sex läsare av kvällspressens papperstidningar försvunnit. 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 ca 8 procent år 2000, är det numera 42 procent som minst 3 dagar per vecka besöker kvällstidningarnas nyhetssajter. För kvällstidningarnas del har nyhetsanvändarna nästan helt förflyttat sig från papper till nät. Samtidigt har den uppåtgående kurvan för nyhetssajterna inneburit att den samlade läsningen av kvällstidningar idag ligger på sin högsta nivå någonsin.

Figur 1 Nyhetsanvändning i Sverige minst 3 dagar/vecka 2000–2019 (procent)



Kommentar: Lokala nyheter i radio/tv = Sveriges Radio P4, SVT:s lokala nyhetssändningar samt TV4:s lokalanheter (1992–2013). Riksenheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt sedan 2015 nyheter i Sveriges Radio P3. Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Antalet svarande är 10 068 år 2019.
 Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2000–2019.

För läsningen av morgontidningar på papper har den mest påtagliga förändringen skett under 2010-talet. Mellan 2000 och 2010 minskade andelen som läste någon morgontidning på papper minst 3 dagar per vecka från 84 till 73 procent. Sedan 2013 har därefter läsningen befunnit sig i brant nedförsbacke. År 2019 uppger 34 procent av befolkningen i åldrarna 16–85 år att de regelbundet läser någon morgontidning på papper (figur 1). Det innebär att gruppen av regelbundna läsare har mer än halverats under 2010-talet. I likhet med kvällstidningarna har även svenska morgontidningar sett en ökning av andelen som vänder sig till tidningarnas nyhetssajter. Under perioden 2005–2019 har andelen regelbundna läsare av morgontidningar på webben gått från 9 till 34 procent. Till skillnad från hur situationen för kvällstidningarna har utvecklats – där nyhetssajterna sedan ett drygt decennium har haft ett klart övertag gentemot papperstidningarna, räknat i

andel läsare – är det först nu som morgontidningarna befinner sig vid brytpunkten mellan papper och nyhetssajt. År 2019 är andelen som tar del av morgontidningar på papper respektive tidningarnas nyhetssajter för första gången i paritet. Det beror dock inte främst på ökningen av den digitala läsningen, utan på den kraftiga nedgången i läsningen av morgontidningarnas pappersutgåvor. Huruvida den digitala läsningen framöver kommer att ta överhanden förefaller främst bero på vad som händer med papperstidningsläsningen. I likhet med den digitala läsningen av kvällstidningar, befinner sig morgontidningarnas nyhetssajter sedan några år i en platåfas, där andelen regelbundna läsare varken ökar eller minskar.

Nationella och lokala nyhetssändningar i radio och tv har haft en mer stabil situation över tid, även om det också här kan noteras en viss nedgång under 2010-talet. År 2019 tog 61 procent av den svenska befolkningen del av lokalnyheter i radio och tv minst tre dagar per vecka, vilket kan jämföras med närmare 80 procent i början av 2000-talet. För de nationella nyhetssändningarna i Sveriges Television, TV4 och Sveriges Radio är motsvarande andel 73 procent år 2019 respektive 89 procent år 2000. Generellt förefaller nyhetssändningar i radio och tv ha klarat sig något bättre i den rådande konkurrensen jämfört med övriga traditionella nyhetsmedier. Liksom för morgon- och kvällstidningarna syns också en tydlig uppgång i användningen av kanalernas nyhetssajter. Knappt var tredje person i åldrarna 16–85 år säger sig regelbundet ta del av nyheter från svt.se eller sr.se.

Men den plattform som starkast har slagit igenom som en av 2010-talets centrala nyhetsdistributörer, är sociala medier. Fyra av fem svenskar i 2019 års nationella SOM-undersökning tar del av nyheter via sociala medier minst 3 av veckans dagar. Även här kan dock skönjas en avmattning i ökningstakten, vilket tillsammans med den samlade användningen av morgon- och kvällstidningars nyhetssajter stärker bilden av att den svenska befolkningens digitala nyhetskonsumtion har funnit ett slags normalnivå.

Sammantaget går det att urskilja 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 digitala plattformar såsom kvällstidningar på internet och nyheter i sociala medier. Strax under denna grupp kommer de lokala morgontidningarnas pappers- och nättidningar respektive public service-mediernas nyhetssajter, och som en alldeles egen grupp hittas kvällstidningarnas papperstidningar.



DIGITALA SKILJELINJEN

VISS MINSKNING AV DEN DIGITALA SKILJELINJEN MELLAN YNGRE OCH ÄLDRE

Frågan om vad som gör att vanan att ta del av medier skiljer sig mellan olika människor, har legat i forskningens blickfång länge. Det finns ett antal faktorer som ofta brukar lyftas fram som viktiga förklaringar till vilka medier individen intresserar sig för, hur ofta hen tar del av dem, vid vilka tidpunkter och i vilka sammanhang. Dessa förklaringsfaktorer handlar dels om vem individen är, exempelvis i form av ålder och generationstillhörighet, dels om vilka intressen och intentioner som präglar individen (Wadbring, 2015; Andersson, 2014: 28ff). Effekten av ålder har exempelvis fått allt större betydelse för läsning av papperstidningar och konsumtion av nyheter i radio och tv jämfört med hur det såg ut i det för-digitala medielandskapet. Samtidigt har ålder blivit något mindre betydelsefull för att förklara digitala läsvanor (Andersson, 2018a). Liknande resultat har visat sig i analyser av hur medievanor inom olika ålderskohorter förändras över tid (Wadbring & Bergström).

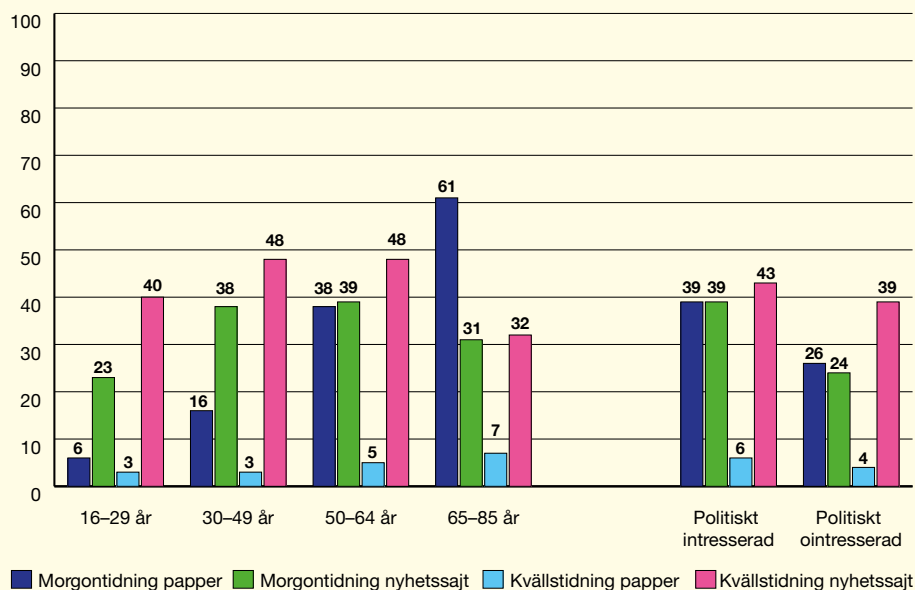
Bland de förklaringsfaktorer som knyter an till intressen och intentioner är det framför allt graden av samhällsengagemang som spelar roll för hur motiverade människor är att ta del av nyheter (Ruggerio, 2000; Strömbäck m fl, 2017). Studier från olika länder har visat att människor med ett större samhällsintresse vanligtvis tar del av nyhetsmedier i högre utsträckning än människor med ett lägre intresse för politik och samhällsfrågor (Edgerly m fl, 2018). Det går förstås att fråga sig i vilken riktning sambandet mellan samhällsintresse och nyhetsvanor går. Är det individens samhällsengagemang som väcker intresset för nyheter, eller är det snarare hur frekvent individen tar del av nyheter som skapar ett intresse för samhället? Förmodligen finns det en ömsesidig påverkan där graden av politiskt intresse och nyhetskonsumtionens omfattning bidrar till att förstärka varandra. Med regelbundna nyhetsvanor följer ett ökat engagemang i, och kunskap om, politik och samhället (Strömbäck, 2015; Curran m fl, 2009). Men om individen inte har en etablerad vana att ta del av nyheter sedan tidigare, krävs sannolikt ett visst mått av nyfikenhet på, och intresse för, det omgivande samhället för att hen ska ta sig över den initiala tröskeln att etablera en nyhetsrutin.

Betydelsen av ålder och samhällsengagemang är tydlig i 2019 års nationella SOM-undersökning. Jämförelser mellan olika åldersgrupper visar ett mönster där de regelbundna nyhetsvanorna skiljer sig både i frekvens och i valet av medier. Unga tar generellt del av nyheter i betydligt lägre utsträckning än äldre och de föredrar också digitala plattformar framför papper och tablå. Äldre väljer i sin tur i första hand morgontidning på papper och linjära radio- och tv-sändningar. För flera av dessa medier präglas nyhetsvanorna hos yngre och äldre av ett spegelvänt förhållande, där det som används mest i den ena gruppen är minst använt i den andra, och tvärtom.

Denna fördelning är särskilt tydlig för läsning av morgontidningar på papper. Unga under 30 år tillhör gruppen av minst frekventa läsare, där endast 6 procent regelbundet läser någon pappersmorgontidning (figur 2). Med regelbundenhet avses här att individen tar del av nyhetsmediet minst 3 dagar per vecka. Andelen regelbundna läsare ökar därefter i takt med stigande ålder. De flitigaste morgontidningsläsarna återfinns bland personer i 65–85-årsåldern, där 61 procent tillhör gruppen av regelbundna läsare. För morgontidningarnas nyhetssajter framträder istället ett lätt u-format användningsmönster, där andelen regelbundna användare är som störst bland 30–64-åringar, 48 procent, medan andelen användare bland yngre och äldre är något lägre. Skillnaderna mellan de olika åldersgrupperna är dock långt ifrån så påtaglig som för morgontidningen på papper. Ett liknande mönster framträder för kvällstidningarnas nyhetssajter, med skillnaden att användningen här ligger på en högre nivå jämfört med morgontidningars nyhetssajter. Det gäller för samtliga åldersgrupper. Kvällstidningen på papper för däremot en tynande tillvaro, även om andelen regelbundna läsare förvisso är något högre bland de äldsta än i övriga åldersgrupper.

Sett till graden av samhällsengagemang och användning av dagstidningar framträder tydliga nivåskillnader mellan gruppen som är politiskt intresserad och gruppen utan politiskt intresse. Sambandet gäller dock enbart morgontidningar och då både för läsningen av papperstidningar och användning av nyhetssajter. I båda fallen är politiskt intresserad individer mer benägna att ta del av morgontidningarnas utbud (figur 2). För kvällstidningarna finns däremot inga sådana skillnader.

Figur 2 Användning av morgontidningar och kvällstidningar på papper och nät minst 3 dagar/vecka efter ålder och politiskt intresse 2019 (procent)

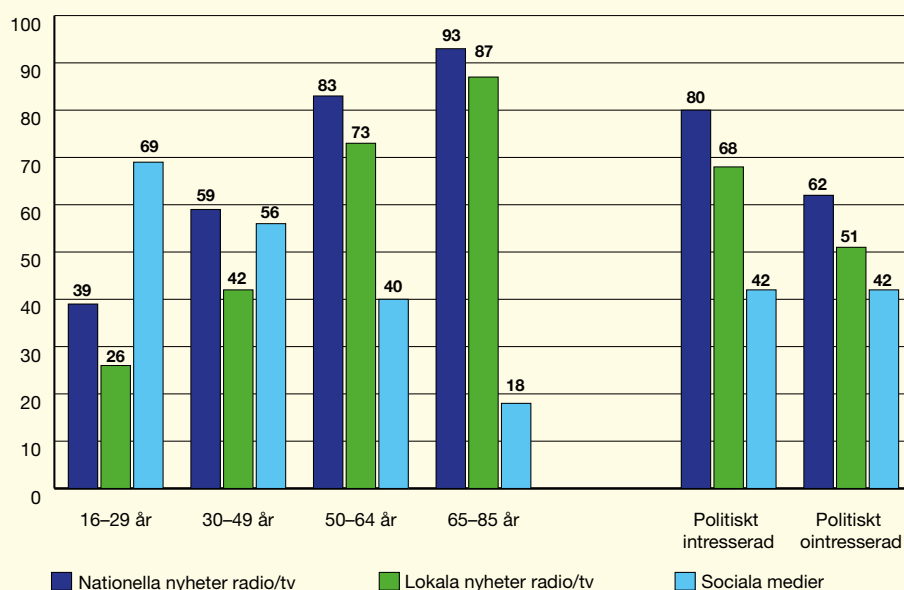


Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar.
Minsta antal svarande på gruppnivå är 1 516 (16–29-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Ålderskillnaderna syns också tydligt i användningen av nationella och regionala nyhetsprogram i radio och tv. Bland de yngsta, 16–29-åringarna är det 39 procent som regelbundet tar del av nationella nyhetssändningar, en andel som bland 30–49 åringar är 69 procent, bland 50–64-åringar 83 procent och som bland äldre över 65 år når höga 93 procent (figur 3). Trappan är densamma för lokalnyheter i radio och tv, där andelen regelbundna nyhetsanvändare är 26 procent bland de yngsta och 87 procent bland de äldsta. Det förekommer också tydliga nivåskillnader i andelen regelbundna nyhetstittare och nyhetslyssnare bland människor med stort respektive litet samhälls-engagemang. Skillnaderna mellan de båda senare grupperna är i det här fallet något större än skillnaderna i läsningen av morgontidningar.

Figur 3 Användning av nationella och lokala nyheter i radio och tv samt nyhetsanvändning i sociala medier minst 3 dagar/vecka efter ålder och politiskt intresse 2019 (procent)



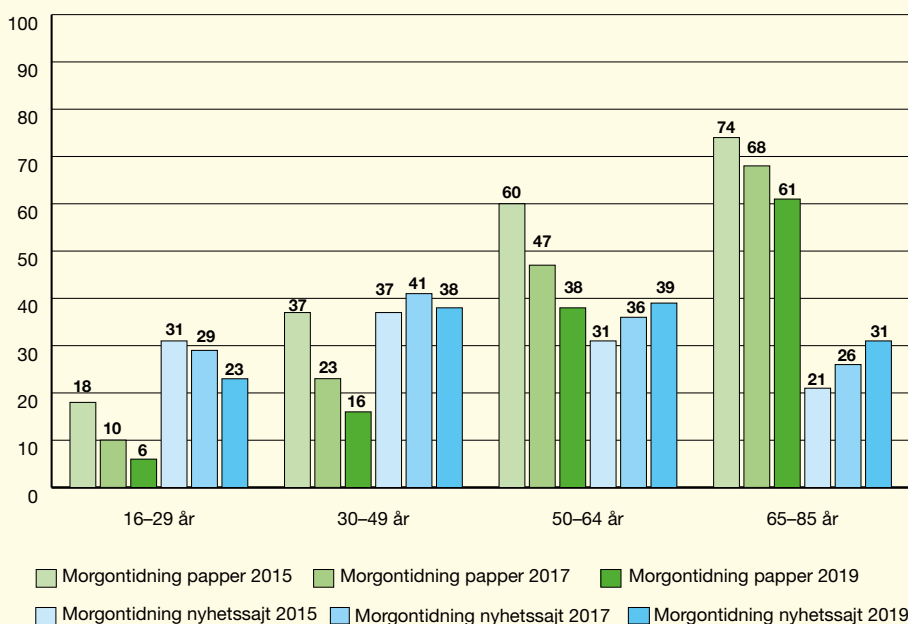
Kommentar: Lokala nyheter i radio/tv = Sveriges Radio P4 samt SVT:s lokala nyhetssändningar. Riksnyheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt nyheter i Sveriges Radio P3. Antalet svarande är 10 068 år 2019.
 Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019.

Den plattform som är den överlägset mest använda när unga uppger hur ofta de tar del av nyheter är sociala medier. Det är också de unga som står för den mest frekventa användningen i jämförelse med övriga åldersgrupper. Andelen som när de befinner sig på sociala medier också tar del av nyheter är 69 procent bland 16–29-åringar vilket kan jämföras med 18 procent bland 65–85-åringar. Sociala medier bidrar till att öka nyhetsinhämtningen i grupper som generellt har ett lägre intresse för traditionella nyheter, vilket gäller för både unga och för människor som saknar tydligt samhälls-engagemang. Liknande resultat har även framkommit i internationell forskning (Fletcher & Kleis Nielsen, 2018). Exakt vilken slags nyheter som konsumeras i sociala medier är inte helt givet, inte heller om det handlar om att ta del av enstaka artiklar som delats av vänner eller om det rör sig om besök på nyhetsmediers konton i sociala medier. De studier som hittills har gjorts pekar dock mot att det är nyheter från traditionella nyheter som avses (Jervelycke Belfrage & Bergström, 2017; Bergström, 2016; Young, 2015).

Sammanfattningsvis kan konstateras att valet av nyhetsmedier i stor utsträckning förklaras av individens ålder. Det är tydligt att fundamentet för framför allt yngres och äldres nyhetsvanor är helt olika. Även om det alltid har funnits skillnader mellan åldersgrupperna, då framför allt med avseende på användningsfrekvens (jfr Weibull, 1983), har det i samband med framväxten av det digitala medielandskapet skapats en allt tydligare digital klyfta mellan olika generationer. Dock förefaller det digitala gapet har blivit något mindre i slutet av 2010-talet, vilket framför allt beror på att den äldre delen av befolkningen successivt har blivit allt mer digital.

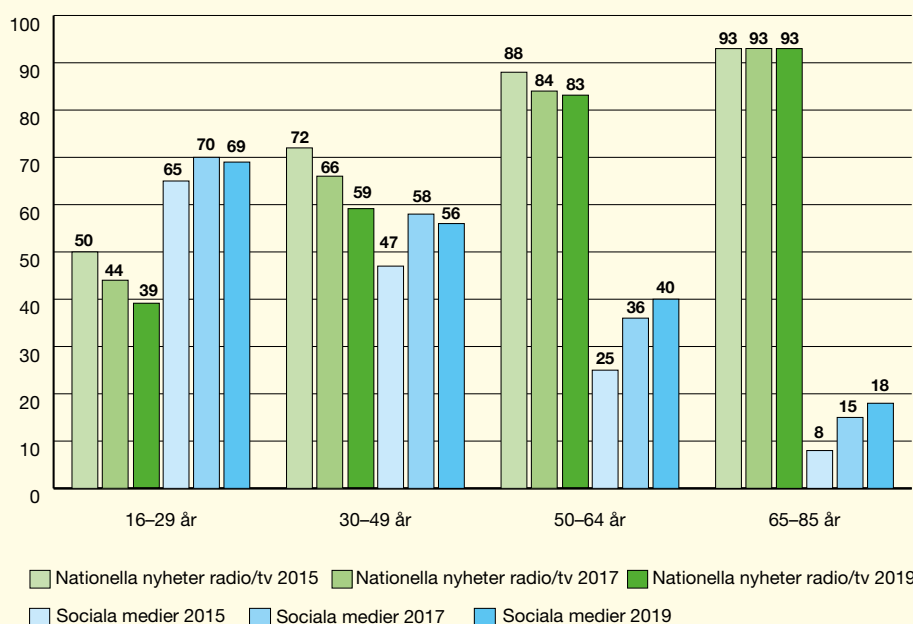
Det sägs ofta att förändringen av medielandskapet aldrig har gått så snabbt som nu. Det kan låta som en klyscha, men faktum är att det på bara några få år har hunnit ske en påtaglig förändring i människors medievanor. Det gäller inte bara för den samlade medieanvändningen i befolkningen som helhet (se figur 1), utan också i olika grupper. Jämförelsen nedan, som utgår från den andra halvan av 2010-talet, visar hur den regelbundna läsningen av morgontidningar på papper har sett en markant minskning över hela åldersspannet mellan 16 till 64 år. Av de 18 procent av 16–29-åringarna som år 2015 läste någon morgontidning på papper minst 3 dagar i veckan återstår endast 6 procent år 2019 (figur 4). Bland 30–49-åringar har andelen regelbundna läsare minskat från 37 till 16 procent. Det innebär att denna åldersgrupp numera befinner sig på samma låga nivå som de allra yngsta gjorde 2015. Samma mönster återkommer för 50–64-åringar respektive 65–85-åringar: gruppen mellan 50–64 år tar 2019 del av morgontidningar på papper på samma nivå som gruppen 30–49-åringar gjorde 2015, och gruppen mellan 65–85 år tar 2019 del av morgontidningen på papper på samma nivå som 50–64-åringarna gjorde 2015. Det har tveklöst skett en mycket snabb förändring för papperstidningarna. Tidigare har en viss del av tappet för morgontidningen på papper kompensats av en ökad användning av morgontidningarnas nyhetssajter. Fortfarande sker en ökning bland personer över 50 år, där i synnerhet den äldsta delen av befolkningen relativt sett karakteriseras av en stor ökning från 21 till 31 procent regelbundna användare av morgontidningar på internet mellan 2015 och 2019. Men bland 30–49-åringar har ökningen stannat av och bland 16–29-åringar har användningen till och med minskat sedan 2015.

Figur 4 Användning av morgontidningar på papper och nät minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2015, 2017 och 2019 (procent)



Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar.
 Minsta antal svarande på gruppnivå 2019 är 1 516 (16–29-åringar).
 Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015, 2017 och 2019.

Figur 5 Användning av nationella nyheter i radio och tv samt nyhetsanvändning i sociala medier minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2015, 2017 och 2019 (procent)



Kommentar: Nationella nyheter i radio/tv = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt nyheter i Sveriges Radio P3.
 Minsta antal svarande på grupp-nivå 2019 är 1 516 (16-29-åringar).
 Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015, 2017 och 2019.

Mönstret är i viss mån detsamma för nyheter i radio och tv respektive nyhetskonsumtion i sociala medier. I jämförelsen ingår endast de nationella nyhetssändningarna, men trenden är likartad för de lokala nyhetssändningarna i radio och tv. Även här syns en nedgång i andelen 16-49-åringar som regelbundet tar del av riksnyheter i Sveriges Television, TV4 och Sveriges Radio (figur 5), men den är inte lika markant som nedgången i läsning av morgontidningar på papper (figur 4). Bland 40-64-åringar är förändringen mellan 2015 och 2019 ytterst marginell och bland 65-85-åringar har det inte skett någon förändring alls. Ökningen av andelen unga som tar del av nyheter i sociala medier minst 3 dagar i veckan har sedan 2017 stannat av, en situation som även gäller för 30-49-åringar. Den senare gruppen tog dock ett tydligt steg uppåt i andelen användare mellan 2015 och 2017 och har därigenom minskat differensen till de unga något. Men den stora förändringen står 50-64-åringar och 65-85-åringar för. Sedan 2015 har andelen som regelbundet tar del av nyheter i sociala medier ökat från 25 till 40 procent i åldrarna 50-64 år och från 8 till 18 procent bland 65-85-åringar. Även om det fortfarande är det relativt få äldre som konsumerar nyheter i sociala medier, har andelen mer än fördubblats i denna grupp. Det har resulterat i att det digitala glappet mellan yngre och äldre har minskat något, från 57 procentenheter 2015 till 51 procentenheter 2019.



NYHETSANVÄNDNING I KRISTID

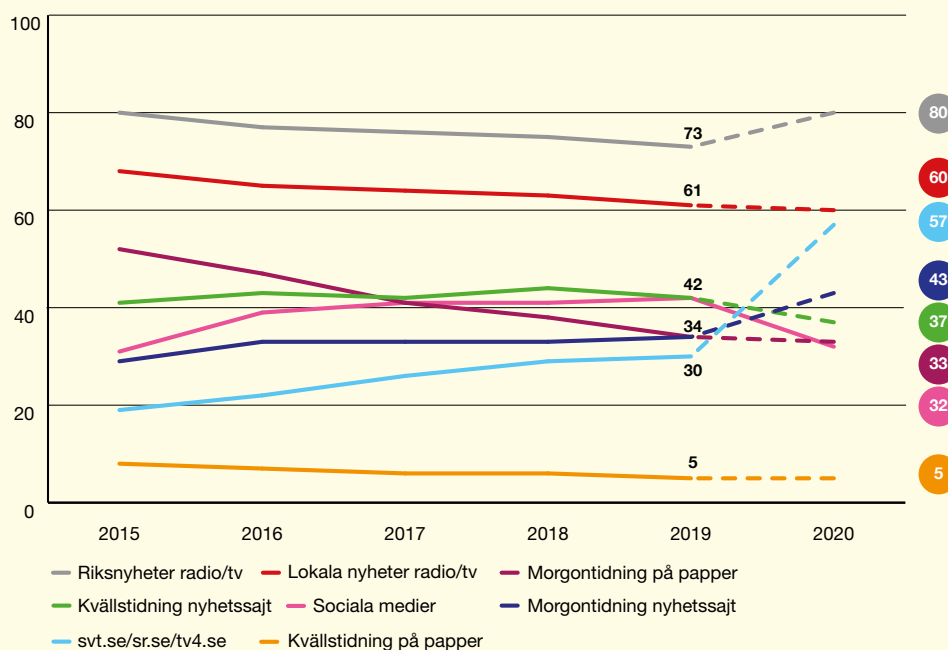
FÖRÄNDRINGAR I MÄNNISKORS MEDIEVANOR I SAMBAND MED PANDEMIN

Det har nog gått få förbi att det inledande året av 2020-talet har vänt uppochner på världen så som vi en gång kände den. ”Stanna hemma om du känner dig sjuk, tvätta händerna ofta, håll avstånd och avstå sociala sammanhang” är mantrat som har upprepats dag efter dag sedan början av mars 2020, inte minst i de direktsända pressträffarna med Folkhälsomyndigheten, Socialstyrelsen och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) samt på Regeringskansliets pressträffar med anledning av covid-19-pandemin. Den pågående pandemin har inte bara medfört delvis ändrade levnadsvanor, den har också ökat behovet av information och nyheter om pandemins utbredning och konsekvenser. Och det har, kanske inte så förvånande, gett avtryck i medieanvändningen.

Under perioden april till juni 2020 genomfördes SOM-undersökningen om coronaviruset, en specialundersökning för att följa upp hur människors vanor, beteenden och attityder förändras i samband med en stor samhällskris. I undersökningen har också ingått de frågor om medievanor som återfinns i de årliga SOM-undersökningarna, vilkas resultat har analyserats ovan (se figur 1–5). Det ger möjlighet att jämföra hur användningen av nyhetsmedier har sett ut i befolkningen under det som hittills har varit pandemins mest intensiva period med användning i tider av ”normaltillstånd”.

Det är tydligt att det har skett vissa förändringar i människors medievanor i samband med pandemin. Jämfört med 2019 har andelen som regelbundet tar del av de nationella nyhetssändningarna i radio och tv ökat, likaså användningen av morgontidningarnas, Sveriges Televisions, TV4:s och Sveriges Radios nyhetssajter. För riksnyheter i radio och tv har det skett en ökning från 73 till 80 procent regelbundna användare och för morgontidningarnas nyhetssajter har ökningen gått från 34 till 43 procent. Det är den hittills högsta noteringen som uppmätts för morgontidningarna. Störst är förändringen dock för public servicemediernas och TV4:s nyhetssajter. Hösten 2019 var det 30 procent av befolkningen mellan 16–85 år som tog del av nyheter på någon av dessa sajter minst 3 dagar i veckan, att jämföra med 57 procent under våren och försommaren 2020. En del av förklaringen till den kraftiga uppgången ligger sannolikt i de dagliga pressträffar som sänts direkt på exempelvis Sveriges Televisions sajt.

Figur 6 Nyhetsanvändning i Sverige minst 3 dagar/vecka 2015–2019 samt under coronapandemin 2020 (procent)

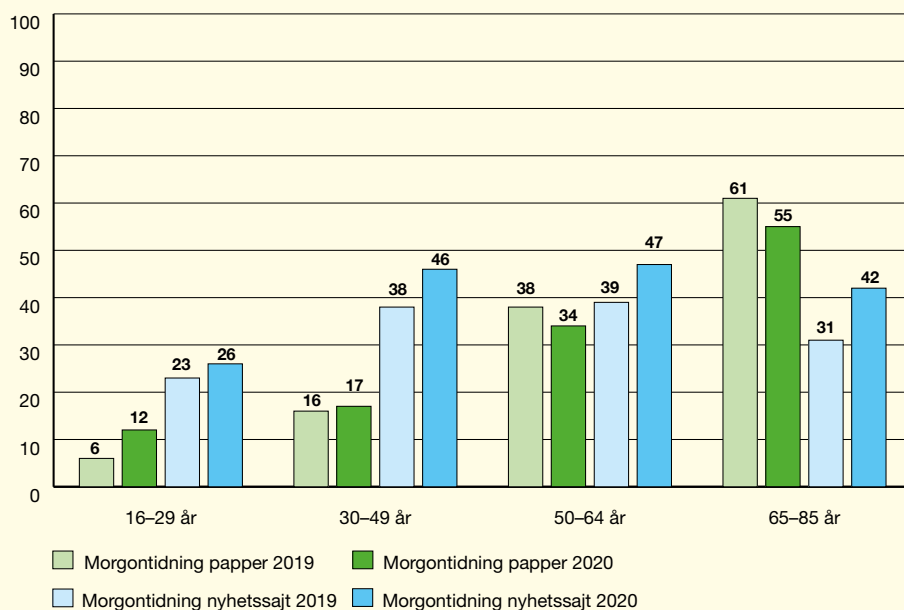


Kommentar: Lokala nyheter i radio/tv = Sveriges Radio P4 samt SVT:s lokala nyhetssändningar. Riksnyheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt nyheter i Sveriges Radio P3. Sedan 2018 ingår tv4.se i mätningen. Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Antalet svarande är 10 068 år 2019 och 2 549 år 2020. Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015–2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

För några medier har andelen regelbundna användare minskat något i samband med pandemins första månader. Det gäller framför allt kvällspressens nyhetssajter och nyheter i sociala medier. Nedgången är mest påtaglig för den senare plattformen, då andelen som tar del av nyheter i sociala medier minst 3 dagar i veckan har gått från 42 procent hösten 2019 till 32 procent våren 2020 (figur 6).

För morgontidningar på papper ser förändringen något olika ut beroende på vilken åldersgrupp som står i fokus. Bland unga under 30 år har andelen regelbundna läsare ökat under pandemin, om än från en mycket låg nivå, medan läsningen har minskat något bland personer över 65 år (figur 7). I samtliga åldersgrupper kan ses en ökning i andelen som regelbundet vänder sig till morgontidningarnas nyhetssajter. Störst är ökningen bland 65–85-åringar, där andelen har gått från 31 till 42 procent. Men också bland 30–64-åringar kan noteras en relativt tydlig ökning, från i genomsnitt 39 till 47 procent. Kvällstidningarnas nyhetssajter ser en viss minskning av de regelbundna läsarna oavsett åldersgrupp (figur 8). Och för nyhetskonsumtion i sociala medier syns en påtaglig minskning av andelen regelbundna användare bland personer under 65 år. I gruppen 16–29-åringar har andelen minskat från 69 till 51 procent och i gruppen 30–49-åringar har andelen gått ner från 56 till 43 procent. Också 50–64-åringar har minskat sin användning, från 40 till 29 procent regelbundna användare, medan den äldsta åldersgruppen ligger kvar på en oförändrad nivå.

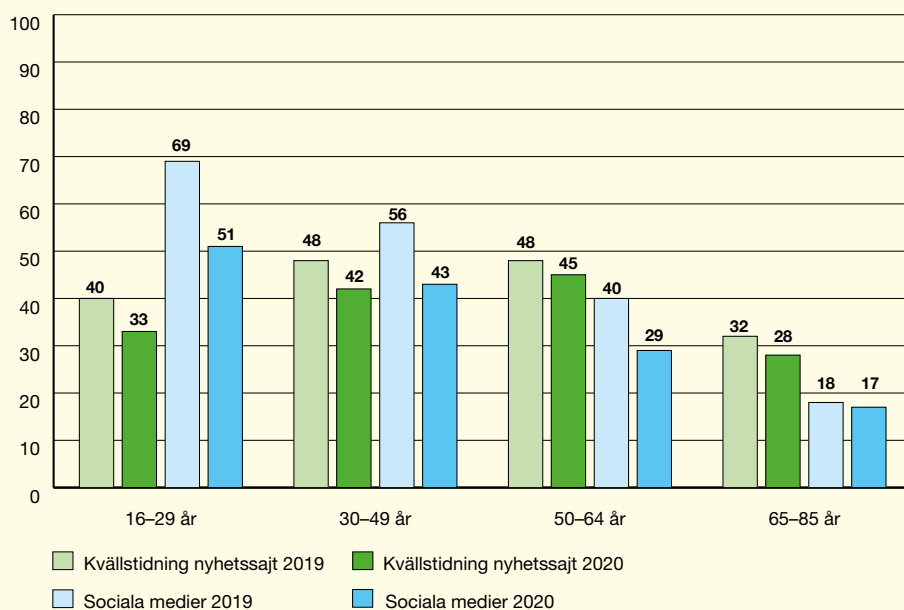
Figur 7 Användning av morgontidningar på papper och nät minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 samt under coronapandemin 2020 (procent)



Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Minsta antal svarande på gruppnivå år 2019 respektive 2020 är 1 516 respektive 322 (16-29-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

Figur 8 Användning av kvällstidningar på nät och nyheter i sociala medier minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 samt under coronapandemin 2020 (procent)

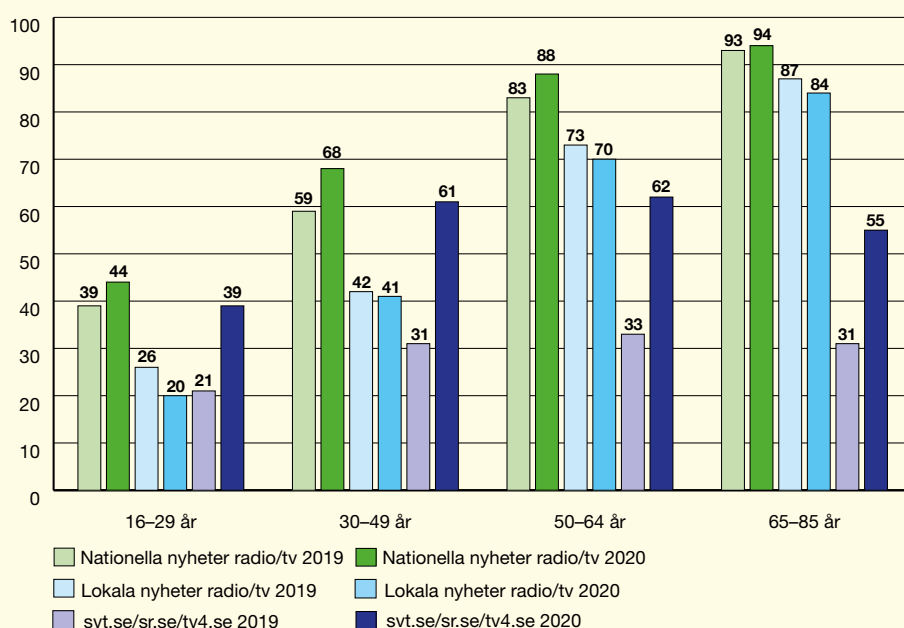


Kommentar: Minsta antal svarande på gruppnivå år 2019 respektive 2020 är 1 516 respektive 322 (16-29-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2015-2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

Intresset för nationella nyhetssändningar i radio och tv har stärkts i alla åldersgrupper upp till 64 år (figur 9). Bland personer över 65 år ligger andelen regelbundna tittare och lyssnare kvar på samma höga nivå som i tidigare undersökningar. För de lokala nyhetssändningarna i radio och tv ses inga eller endast små förändringar mellan hösten 2019 och våren 2020. I alla åldersgrupper finns dock en signifikant ökning av andelen som regelbundet tar del av public servicemediernas och TV4:s nyhetssajter. Bland 16–64-åringar har andelen närmast fördubblats, från 21 till 39 procent bland de yngsta och från strax över 30 till strax över 60 procent bland 30–64-åringar. I den äldsta åldersgruppen syns en ökning från 31 till 55 procent. Av dessa 55 procent har en majoritet tagit del av nyheter på samtliga av de tre sajterna svt.se, tv4.se och sr.se på regelbunden basis.

Figur 9 Användning av radio och tv:s nationella nyhetssändningar respektive nyhetssajter minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 samt under coronapandemin 2020 (procent)

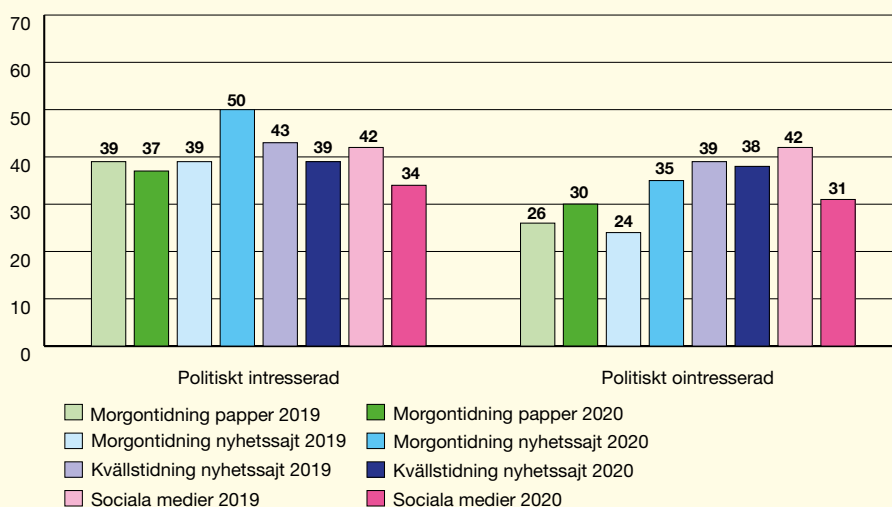


Kommentar: Lokala nyheter i radio/tv = Sveriges Radio P4 samt SVT:s lokala nyhetssändningar. Riksnyheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt nyheter i Sveriges Radio P3. Minsta antal svarande på gruppnivå är 1 516 år 2019 och 322 år 2020 (16–29-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

Oavsett vilken grad av samhällsengagemang individerna ger uttryck för, är det tydligt att intresset har ökat för att ta del av nyheter på morgontidningarna nyhetssajter och radio och tv:s nationella sändningar respektive nyhetssajter (figur 10 och 11). Fortfarande står gruppen med stort samhällsengagemang för den mest frekventa nyhetskonsumtionen, men sett till förändringens omfattning är det gruppen med begränsat samhällsengagemang som har ökat sin nyhetskonsumtion mest under coronapandemin. Utöver ökningen av andelen som regelbundet vänder sig till de etablerade mediernas nyhetssajter, kan i gruppen med ett mer begränsat intresse för politik också noteras en ökning av andelen som regelbundet läser någon morgontidning på papper. Också för politiskt intresserade syns en viss ökning, men den är inte signifikant.

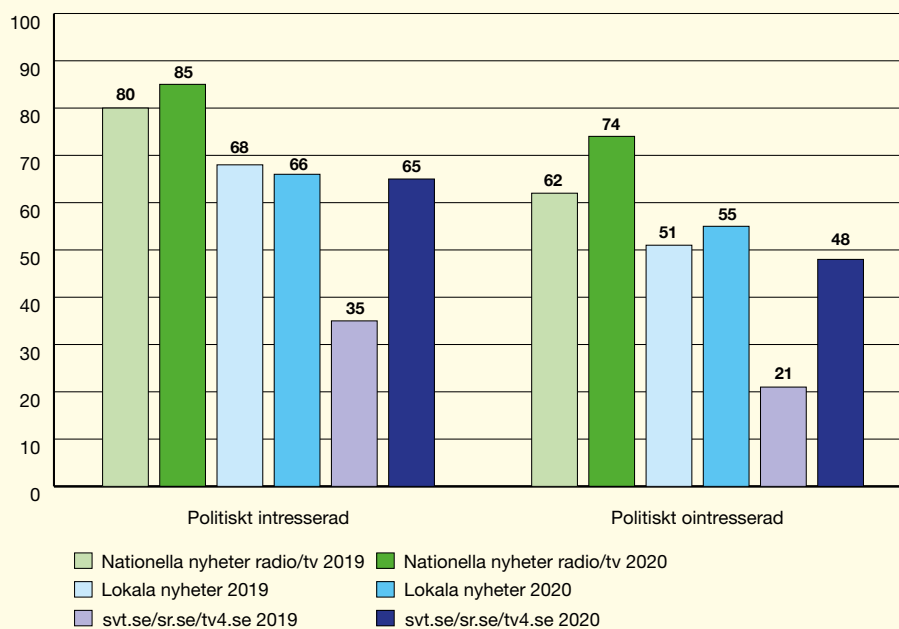
Figur 10 Användning av morgontidningar på papper och nät, kvällstidningar på nät samt nyheter i sociala medier minst 3 dagar/vecka efter politiskt intresse 2019 samt under coronapandemin 2020 (procent)



Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Minsta antal svarande på gruppnivå år 2019 respektive 2020 är 3 599 respektive 925 (politiskt ointresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

Figur 11 Användning av radio och tv:s nationella nyhetssändningar respektive nyhetssajter minst 3 dagar/vecka efter politiskt intresse 2019 samt under coronapandemin 2020 (procent)

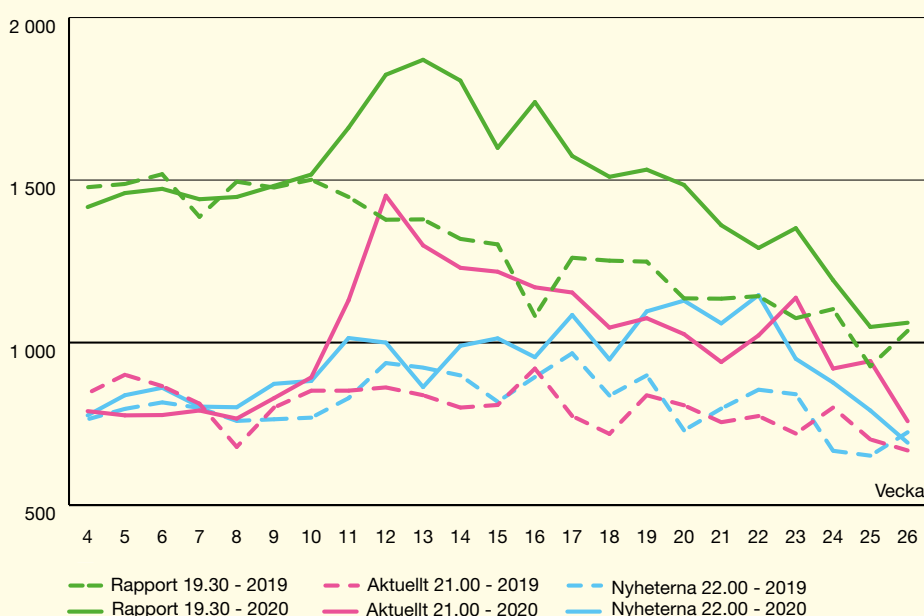


Kommentar: Lokala nyheter i radio/tv = Sveriges Radio P4 samt SVT:s lokala nyhetssändningar. Riksnyheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt nyheter i Sveriges Radio P3. Minsta antal svarande på gruppnivå år 2019 respektive 2020 är 3 599 respektive 925 (politiskt ointresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

Det ökade intresset för att ta del av nyheter under coronapandemin syns också i de dagliga räckviddsundersökningar av linjär tv och online-rating av rörlig bild på webben som genomförs av undersökningsföretaget MMS. Det är en påtaglig skillnad i tittandet på framför allt Rapports 19.30-sändning respektive Aktuellt 21-sändning, men också för TV4 Nyheternas 22-sändning syns en klar ökning första halvåret 2020 jämfört med motsvarande period 2019. Fram till mars ligger tittandet på ungefär samma nivå de båda åren, men från vecka 11 – första veckan i mars – 2020 sker en stadig ökning i tittandet (figur 12). Ökningen kulminerar under vecka 12, vilket sammanfaller med en rad rekommendationer, beslut och åtgärder från såväl myndigheter som regeringen.¹ Veckan inleddes med Folkhälsomyndighetens nya rekommendationer att alla över 70 år bör begränsa sina sociala kontakt med andra människor och att arbetsgivare som har möjlighet rekommenderas låta sina anställda arbeta hemifrån. Samma vecka tog regeringen beslut om att landets gymnasieskolor och högre lärosäten skulle övergå till distansundervisning samt att Sveriges gränser skulle stängas för icke-nödvändiga resor in i landet. Under veckan lanserades också stöd-paket riktade till svenska företag och i slutet av veckan höll statsministern ett direktsänt tal till nationen. Därtill kan läggas ett antal ytterligare pressträffar med myndigheter och regeringsföreträdare. För att ta del av all denna information, förefaller den svenska befolkningen framför allt ha valt att titta på Rapports tidiga kvällssändning (19.30). Fortfarande i början av sommaren 2020 har samtliga tre nyhetsprogram en daglig räckvidd för sina huvudsändningar som är större än vid motsvarande tidpunkt 2019, även om skillnaden är långt ifrån så stor som mellan mars–maj.

Figur 12 Daglig räckvidd för Aktuellt 21.00, Rapport 19.30 och Nyheterna 22.00 under första halvåret 2019 och 2020 (tusental)

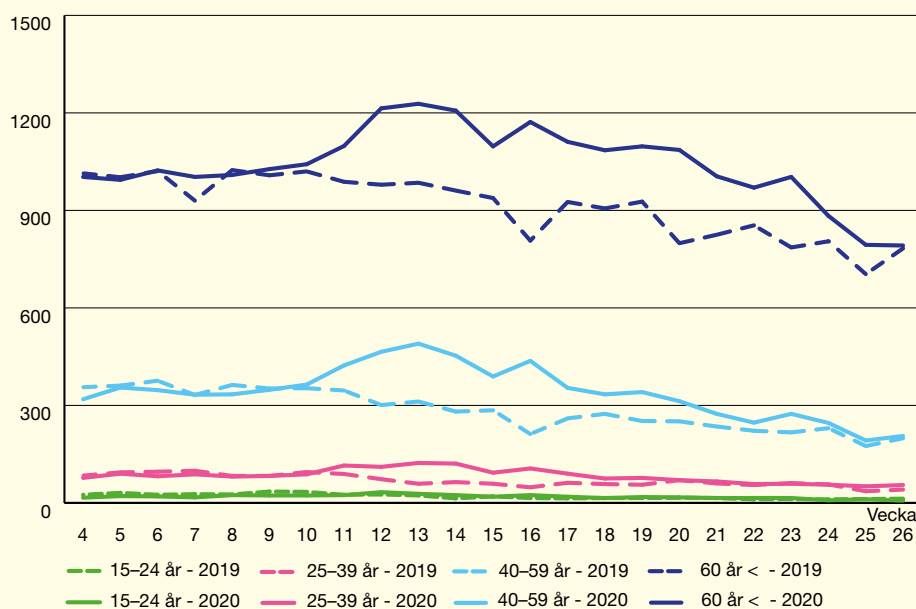


Kommentar: Figuren visar den genomsnittliga räckvidden per dag för de linjära huvudsändningarna av respektive nyhetsprogram i Sveriges Television och TV4 under vecka 4 till vecka 26 respektive år. Underlaget utgår från åldersspannet 15 till 99 år.
Källa: MMS tv-mätning (People Meter) 2019 och 2020.

¹ För en beskrivning av innehållet i dessa beslut och åtgärder, se t ex: Folkhälsomyndigheten, 16 mars 2020, 17 mars 2020; Sveriges Television/svt.se, 16 mars 2020, 17 mars 2020; Aftonbladet, 17 mars 2020.

Det åldersrelaterade mönstret i tittandet följer tydligt den trappa som framträder i SOM-institutets mätningar av befolkningens medievanor. Åldersgrupperingarna skiljer sig något mellan MMS People Meter-mätningarna och SOM-undersökningarna, men det övergripande resultatet är det samma. Det är individer i åldrarna 60 år och uppåt som i störst utsträckning tar del av Rapport 19.30-sändning respektive Nyheternas 22-sändning i TV4 (figur 13 och 14). Därefter minskar räckvidden ju yngre individerna är. Jämfört med första halvåret 2019, uppvisar samtliga åldersgrupper från 25 år och uppåt en ökning i tittandet på Rapport under våren 2020. Skillnaderna är som störst bland personer som är 40 år eller äldre. För TV4 Nyheterna i TV4 syns en klar ökning i den äldsta åldersgruppen, framför allt under maj månad (vecka 19--22), medan skillnaden är mer modest när det gäller 25--59-åringar. Bland de yngsta mellan 15--24 år framträder däremot ingen skillnad mellan våren 2019 och coronavåren 2020.

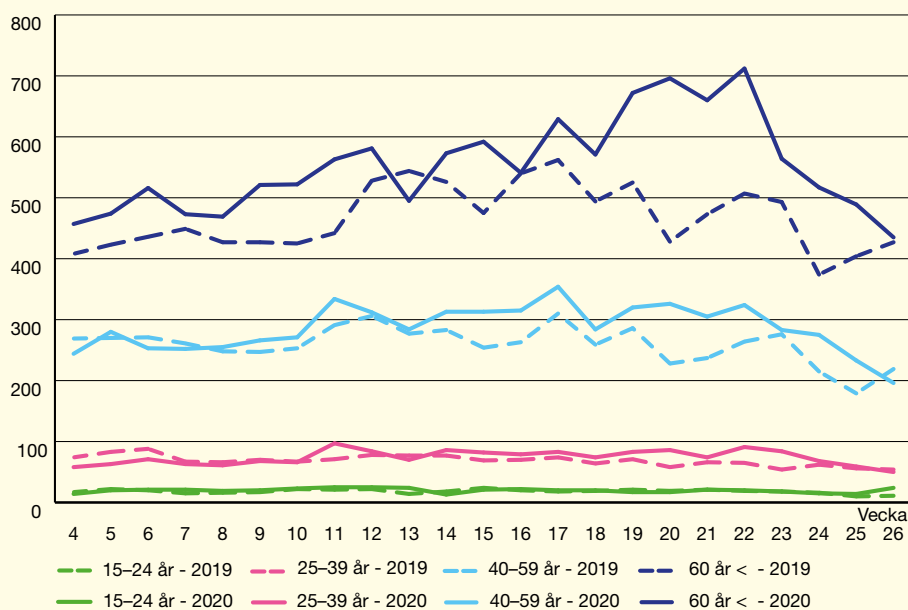
Figur 13 Daglig räckvidd för Rapport 19.30-sändningar i olika åldersgrupper första halvåret 2019 och 2020 (tusental)



Kommentar: Figuren visar den genomsnittliga räckvidden per dag för Rapport 19.30-sändningarna lördag 19.30 under vecka 4 till vecka 26 respektive år.

Källa: MMS tv-mätning (People Meter) 2019 och 2020.

Figur 14 Daglig räckvidd för TV4 Nyheternas 22-sändningar i olika åldersgrupper första halvåret 2019 och 2020 (tusental)

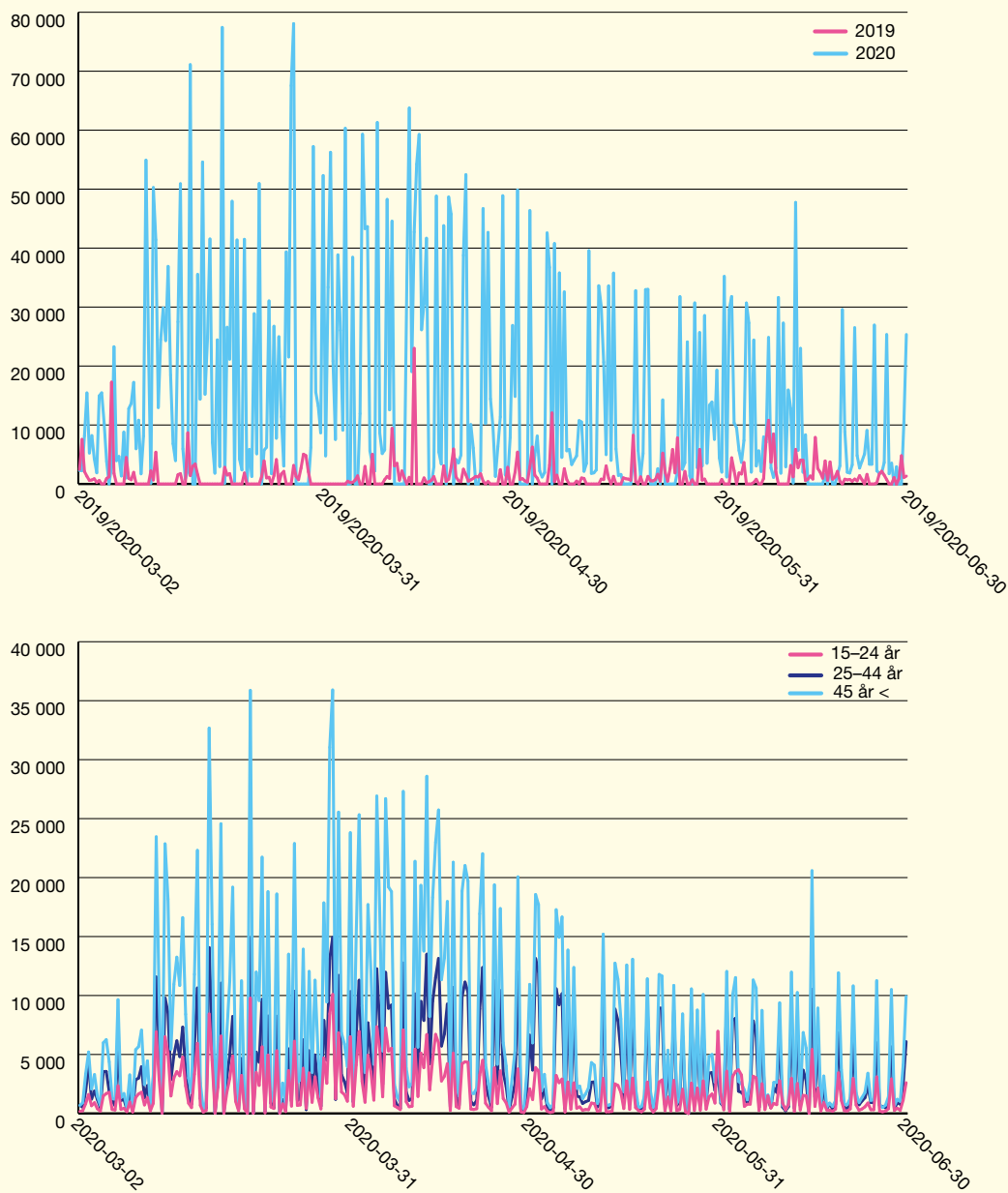


Kommentar: Figuren visar den genomsnittliga räckvidden per dag för TV4 Nyheternas linjära nyhetssändningar kl. 22.00 under vecka 4 till vecka 26 respektive år.

Källa: MMS tv-mätning (People Meter) 2019 och 2020.

Mönstret är detsamma för SVT Nyheter Direkt som sänds på SVT:s nyhetssajt. Från andra veckan i mars 2020 och framåt är antalet besökare avsevärt högre jämfört med motsvarande tidsperiod 2019 (figur 15). Till skillnad från de linjära sändningarna är tittandet på webbsändningarna störst i åldersgruppen 25–44 år. Det kanske vore förväntat att de unga skulle präglas av högre online-rating än medelålders och äldre, givet att de tillhör den digitala generationen. I det här fallet är situationen dock den omvända, vilket förmodligen beror på public service har en starkare förankring i den äldre delen av befolkningen. I figuren är åldersgrupperna 45–59 respektive 60 år och uppåt sammanslagda då online-ratingen bland dessa ligger på samma nivå.

Figur 15 Online-rating för webbsändningar av SVT Nyheter Direkt under mars–juni 2019 och 2020, totalt och i olika åldersgrupper



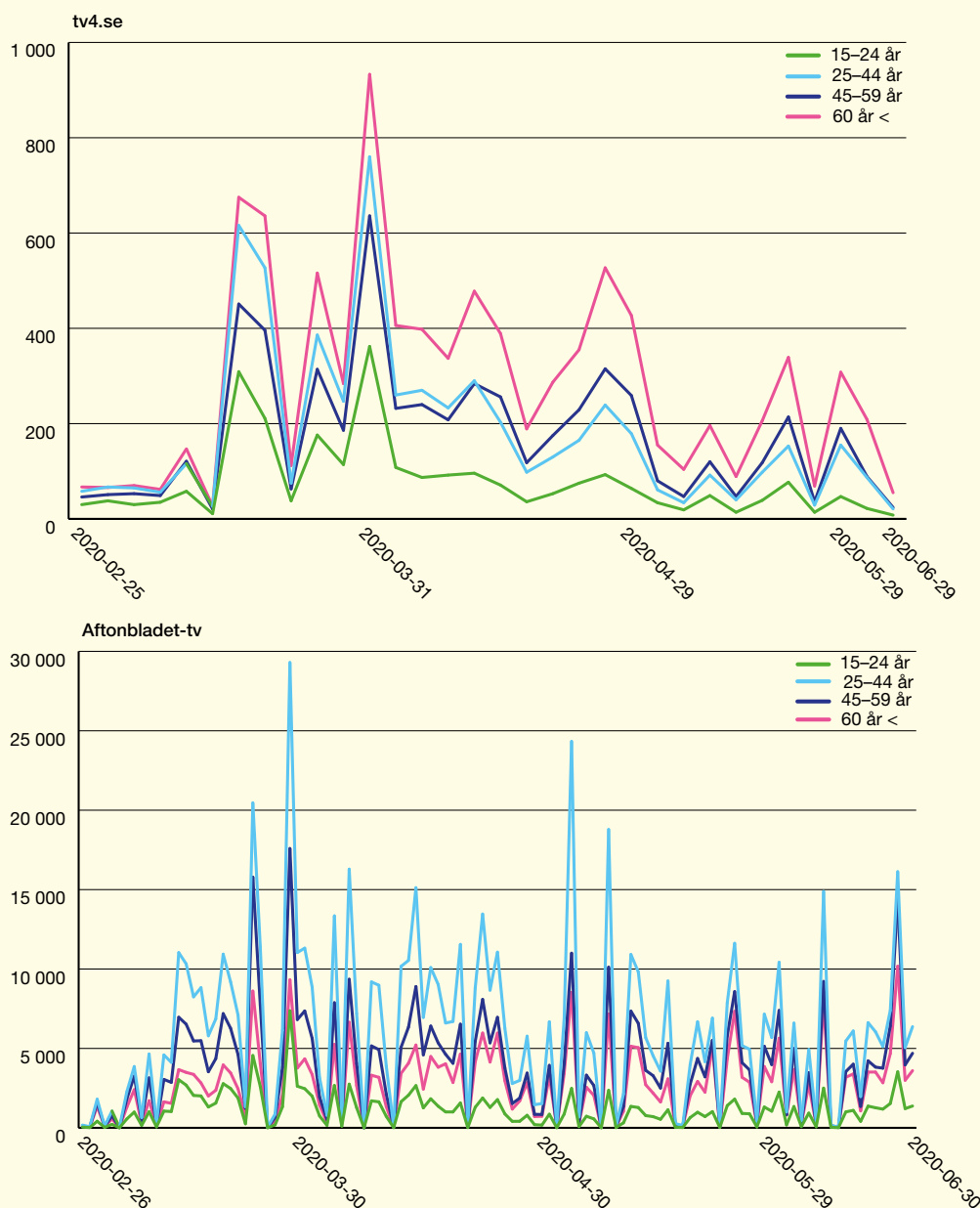
Kommentar: Figuren överst visar rating per sändningstillfälle för SVT Nyheter Direkt under mars–juni 2019 respektive 2020, medan figuren under visar rating i olika åldersgrupper mars–juni 2020.

Källa: MMS onlinemätning 2019 och 2020.

De direktsända myndighetsgemensamma pressträffarna med Folkhälsomyndigheten, Socialstyrelsen och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap ingår som en del av SVT Nyheter Direkts sändningar och är här inte möjliga att särskilja från andra direktsändningar. Topparna i figur 15 ovan sammanfaller emellertid i stor utsträckning med de dagar då dessa pressträffar har sänts.

I MMS online-mätningar särredovisas däremot TV4:s och Aftonbladets direktsändningar av de myndighetsgemensamma pressträffarna. Medan användningen av TV4-sändningarna är mer begränsad har Aftonbladets sändningar stundtals nått ut till förhållandevis många tittare (figur 16). Online-ratingen för de båda medieaktörerna är som lägst bland unga under 25 år. För övriga åldersgrupper skiljer sig användningen beroende på vilken nyhetssajt som beaktas. För TV4:s webbsändningar av pressträffarna är användningen som högst bland personer över 60 år medan Aftonbladet har nått ut bäst i åldersgruppen 25–44-år.

Figur 16 Online-rating för TV4:s respektive Aftonbladets webbsändningar av Folkhälsomyndighetens pressträffar mars–juni 2020 i olika åldersgrupper



Kommentar: Figuren visar online-rating per sändningstillfälle i olika åldersgrupper mars–juni 2020.
 Källa: MMS onlinemätning 2020.

OM UNDERSÖKNINGARNA

Om den nationella SOM-undersökningen 2019

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. I urvalet till 2019 års undersökning ingick 21 000 individer och nettosvarsfrekvensen blev 49 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.gu.se/som-institutet.

Om SOM-undersökningen om coronaviruset 2020

SOM-undersökningen om coronaviruset genomfördes som en specialundersökning under april till juni 2020. Undersökningen riktade sig till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen mellan 16–85 år. I urvalet ingick 6 000 individer och nettosvarsfrekvensen blev 44 procent. SOM-undersökningen om coronaviruset genomfördes via postala utskick av inloggningsuppgifter till en webbenkät samt en medskickad pappersenkät. Enkäten innehöll frågor som på olika sätt berör den pågående coronapandemin samt ett urval av basfrågor från de ordinarie SOM-undersökningarna. Mer information om specialundersökningen finns på www.gu.se/som-institutet.

Om MMS

MMS mäter konsumtion av rörlig bild (program, klipp, reklam) i Sverige. Sedan 1993 har MMS genomfört mätningar av svenskarnas tv-tittande och sedan 2011 mäts även tittande på rörlig bild online. Det linjära tv-tittandet mäts genom så kallade People Meter. Systemet bygger på att medlemmar i en tittarpanel, representativa för den svenska befolkningen, registrerar sitt tv-tittande med hjälp av elektroniska mätare. Tittandet online mäts genom implementering av en mätkod på respektive sajt som ingår i mätningen. MMS mäter startade program och klipp inklusive mätning av tittartid. Mer information om mätningarna finns på mms.se.

Referenser

Aftonbladet (2020). Krisdrabbat flyg garanteras miljarder i lån. 17 mars 2020. <https://www.aftonbladet.se/minekonomi/a/jdAjeo/krisdrabbat-flyg-garanteras-miljarder-i-lan> (Besökt 2020-09-15).

Andersson, Ulrika (2014). *Publikforskning i en digitaliserad och konvergerad medievärld. En forskningsöversikt*. Sundsvall: Demicom.

Andersson, Ulrika (2018a). Det prasslar inte lika mycket om tidningsläsningen som förr. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Elina Lindgren & Maria Oskarson (red) *Sprickor i fasaden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.

Andersson, Ulrika (2018b). *Svenska nyhetsvanor*. Stockholm: Myndigheten för press, radio och tv.

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

Bergström, Annika (2016). Nyheter i sociala nätverksmedier. I Jonas Ohlsson, Maria Solevid & Henrik Oscarsson (red) *Ekvilibrium*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Curran, James, Iyengar, Shanto, Brink Lund, Andre & Salovaara-Moring, Inka (2009). Media systems, public knowledge and democracy. *European Journal of Communication* 24(1), 5–26.

Edgerly, Stephanie, Vraga, Emily K., Bode, Leticia, Thorson, Kjerstin & Thorson, Esther (2018). New media, new relationship to participation? A closer look at youth news repertoires and political participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95(1), 192–212.

Fletcher, Richard & Kleis Nielsen, Rasmus (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media Society* 20(7), 2450–2468.

Folkhälsomyndigheten (2020). Personer över 70 bör begränsa sociala kontakter tills vidare. 16 mars 2020. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2020/mars/personer-over-70-bor-begransa-sociala-kontakter-tills-vidare/> (Besökt 2020-09-15).

Folkhälsomyndigheten (2020). Lärosäten och gymnasieskolor uppmanas nu att bedriva distansundervisning. 16 mars 2020. <https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2020/mars/larosaten-och-gymnasieskolor-uppmanas-nu-att-bedriva-distansundervisning/> (Besökt 2020-09-15).

Jervelycke Belfrage, Maria & Bergström, Annika (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>

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

Shehata, Adam, Wadbring, Ingela & N. Hopmann, David (2015). A longitudinal analysis of news-avoidance over three decades: From public service monopoly to smartphones. Paper for the ICA conference, 21–25 May 2015, San Juan, Puerto Rico.

Strömbäck, Jesper (2015). *Demokratin och det förändrade medielandskapet. Mot ökade kunskapsklyftor och deltagandeklyftor?* Rapport skriven på uppdrag av 2014 års demokratiutredning.

Strömbäck, Jesper, Falasca, Kajsa & Kruikemeier, Sanne (2017). The Mix of Media Use Matters: Investigating the Effects of Individual News Repertoires on Offline and Online Political Participation. *Political Communication*, 35(3): 413–432.

Sveriges Television/svt.se (2020). Regeringen presenterar stödpaket på upp till 300 miljarder kronor till näringslivet. 16 mars 2020. <https://www.svt.se/nyheter/ekonomi/regeringen-presenterar-stodpaket-pa-upp-till-300-miljarder-kronor-till-naringslivet> (Besökt 2020-09-15).

Sveriges Television/svt.se (2020). Damberg: Tillfälligt förbund mot resor till Sverige. 17 mars 2020. <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/resor-till-sverige-stoppas> (Besökt 2020-09-15).

Wadbring, Ingela (2015). Journalistikens publik. I Michael Karlsson & Jesper Strömbäck (red) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.

Wadbring, Ingela & Bergström, Annika (2017). A local crisis or a print crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies* 18(2), 175–190.

Weibull, Lennart (1983). *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber.

Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela & Ohlsson, Jonas (2018). Det svenska medielandskapet. *Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.

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.

