

Programansvarig: Martin Holmberg
Lindholmen Science Park
Datum: 2022-05-31

RAPPORT
2022:2
Sällananvändare av nyheter : delrapport 2



I HUVUDET PÅ SÄLLANANVÄNDARE

Faktorer som stöter bort och lockar i nyhetsmedier

Vad påverkar människors val att ta del eller inte ta del av nyheter? Vilken journalistik lockar, vilken stöter bort? Den här rapporten ger nya och unika inblickar i hur sällananvändare i åldersgruppen 20-40 år resonerar om nyheter och samhällsjournalistik. Medieforskarna Ulrika Andersson och Maria Jervelycke Belfrage analyserar de avgörande faktorer som intervjupersonerna lyfter fram; som informationsutmattning, betalväggar och subjektivitet.

Innehåll

Medier & demokratis rapporter	3
Sammanfattning	4
Inledning	5
Nyhetsplikt kontra nyhetsintresse	9
Planerad och slumpmässig användning	14
Betalväggar som hinder	17
Upplevd subjektivitet stöter bort publiken	19
Informationsutmattning stänger nyhetsfönstret	24
Sammanfattande analys	28
Referenser	30
Metodbilaga	33
Tidigare rapporter från Medier & demokrati	35
Kontakter	36

Medier & demokratis rapporter

Den historiskt snabba medieutvecklingen innebär både möjligheter och utmaningar. En kärnfråga är hur demokratin påverkas. Medier & demokrati vid Lindholmen Science Park stimulerar spjutspetsprojekt för nya kunskaper och innovationer – just inom gränssnittet medie- och demokratiutveckling och ett prioriterat område är medierelaterad data- och AI-baserad innovation. Programmet har även en nyckelroll för att sprida kunskaper och publicerar därför regelbundet aktuella rapporter. Detta är nummer 19 i serien, och den andra delrapporten som handlar om de grupper i den svenska allmänheten som sällan eller aldrig tar del av nyheter och samhällsjournalistik.

Rapporten, som heter ”I huvudet på sällananvändare”, är skriven av medieforskarna Ulrika Andersson, docent i journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet, och Maria Jervelycke Belfrage, adjunkt i journalistik vid Göteborgs universitet.

Rapporten beskriver och analyserar hur svenskar i åldersgruppen 20–40 år resonerar kring hur de tar del av nyheter och samhällsjournalistik, och vilka medier som de använder. Syftet är att försöka förstå vad som påverkar nyhetsexponeringen bland individer som kan karakteriseras som mer av sällananvändare. Vad påverkar deras val att ta del av, eller inte ta del av nyheter? Vilken journalistik lockar? Vilken stöter bort?

Denna andra delrapport från forskningsprojektet ”Medieborgare i nyhetsskugga” kommer att följas av en slutrapport i höst. Projektparter är Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet och Medier & demokrati. Extern finansiär är Anne-Marie och Gustaf Anders Stiftelse för medieforskning.

Medier & demokrati är en nationell samverkansplattform för medieinnovation och samhällsforskning. Visionen är att stärka mediernas innovationskraft, journalistiken, det offentliga samtalet och demokratin. Samverkansprojekt sker i experimentella testmiljöer med Lindholmen Science Park som neutralt nav. Från och med december 2019 leder Medier & demokrati en nationell satsning på mediespecifik AI-utveckling kopplad till AI Sweden, Sveriges motor för tillämpad AI-forskning och innovation. Läs mer: medierochdemokrati.lindholmen.se

Martin Holmberg, programansvarig
031-764 70 61, martin.holmberg@lindholmen.se



Lindholmen Science Park i Göteborg är en världsledande samverkansmiljö inom områdena mobilitet, AI, ICT, media och visualisering. Den erbjuder en neutral arena där näringsliv, akademi och myndigheter tillsammans driver innovation för samhällsutveckling. I 20 år har Lindholmen Science Park varit med och skapat framgångsrika samarbeten på regional, nationell och internationell nivå. Läs mer: lindholmen.se

Sammanfattning

Den här rapporten fokuserar på hur vuxna svenskar i åldersgruppen 20–40 år upplever och resonerar kring sin exponering för nyheter och samhällsjournalistik och de (nyhets)medier som de använder. Syftet med studien är att försöka förstå vad det är som påverkar människors val att ta del av, alternativt att inte ta del av, nyheter och annan samhällsjournalistik. För den som är intresserad av att få veta vad som sker i samhället i stort och inom specifika områden, är möjligheterna att få tag på nyheter och information i det närmaste oändliga. Samtidigt är möjligheterna att faktiskt undvika, eller åtminstone begränsa, sin exponering för nyheter små, även om forskningen gör gällande att sällananvändare av nyheter förefaller ha ökat.

Forskning om sällananvändare utgår ofta från traditionella nyhetsmedier, medan andra källor till nyheter, som exempelvis sociala medier, poddar eller specifika användarkonton mer sällan tas upp. Den här studien söker lyfta in även detta senare perspektiv, för att förstå nyhetsexponeringen bland individer som kan karakteriseras som mer av sällananvändare.

Studiens deltagare har fått svara på frågor om sin egen nyhetsanvändning och varför de väljer respektive väljer bort vissa ämnen/medier. Resultaten visar att det finns en stark uppfattning om att man bör hålla sig uppdaterad om vad som händer i samhället, men att det inte kan ske helt villkorslöst. Hänsyn behöver exempelvis tas till hur individen reagerar på nyheterna i form av psykiskt mående. Betalväggar, upplevd subjektivitet i nyhetsjournalistiken och informationsutmattning (information overload) är centrala skäl för att välja att rikta blicken bort från nyhetsmedier och nyhetsjournalistik.

- Betalväggar skapar irritation och misstro. Medierna upplevs krydda rubriker bara för att locka till prenumeration. Nyheter bakom betalväggar hindrar också medborgarna från att ta del av viktig information, vilket enligt många rimmar illa med bilden om medierna som demokratis stöttepelare.
- Sociala medier och public service är viktiga plattformar för nyhetskonsumtion bland personer som undviker betalväggar. Sociala medier är också viktiga för sällananvändare av nyheter, då flödet i dessa medier leder till slumpmässig exponering för nyheter.
- Det förekommer en upplevelse av att medierna – främst dagspressen – inte är oberoende när de rapporterar om samhället, utan att de snarare driver en egen agenda. Upplevd subjektivitet påverkar förtroendet för medierna.
- Det ständiga flödet av information online gör det svårt att urskilja nyheterna. Det är också svårt att urskilja vad av innehållet från traditionella nyhetsmedier som är nyhetsjournalistik och vad som är åsiktsjournalistik.
- Informationsutmattning och nyheternas påverkan på det psykiska måendet leder till medvetet undvikande av nyheter.

Intervjuerna har genomförts under perioden april 2021 till januari 2022 och ingår som en delstudie i projektet ”Medieborgare i nyhetsskugga”.

Inledning

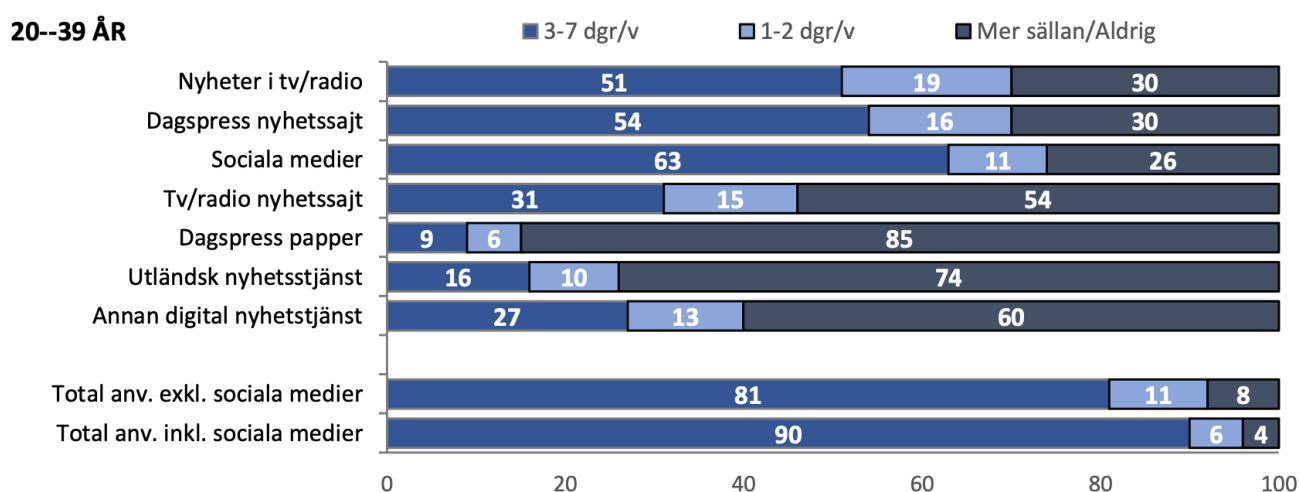
Det har under många år uttryckts oro över att andelen vuxna som sällan eller aldrig tar del av nyheter har ökat i takt med att sociala och mobila medier vuxit sig allt starkare (Newman m.fl., 2019; Ha m.fl., 2018; Strömbäck m.fl., 2013). Andelen ”nyhetsundvikare” i Sverige har i vissa undersökningar uppskattats till omkring 20 procent (Newman m.fl., 2019, 2017). Andra studier indikerar dock att andelen ligger betydligt lägre. Det gäller framför allt bland yngre vuxna, där exponeringen för nyheter visat sig vara mer slumpmässig än i äldre åldersgrupper. Denna slumpmässiga nyhetskonsument, som ofta sker i sociala medier, är många gånger relativt omfattande (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Fletcher & Nielsen, 2017), ett resultat som pekar mot att andelen sällananvändare bland yngre vuxna är lägre än vad som tidigare antagits.

Den första rapporten i forskningsprojektet ”Medieborgare i nyhetsskugga” (Andersson, 2021) kunde visa att andelen sällananvändare i den vuxna befolkningen ligger på några få procentenheter. Rapporten, som har titeln ”Sällananvändare av nyheter – sociala medier, politiskt intresse och tillit spelar avgörande roller”, granskade den svenska allmänhetens nyhetsvanor, med särskilt fokus på hur andelen sällananvändare har förändrats över tid samt vilka egenskaper som är utmärkande för denna grupp (Andersson, 2021). Rapporten tydliggjorde att det år 2019/2020 fanns påtagliga skillnader i vilka medier som olika åldersgrupper använder, men att det var förhållandevis få som kunde kategoriseras som sällananvändare.

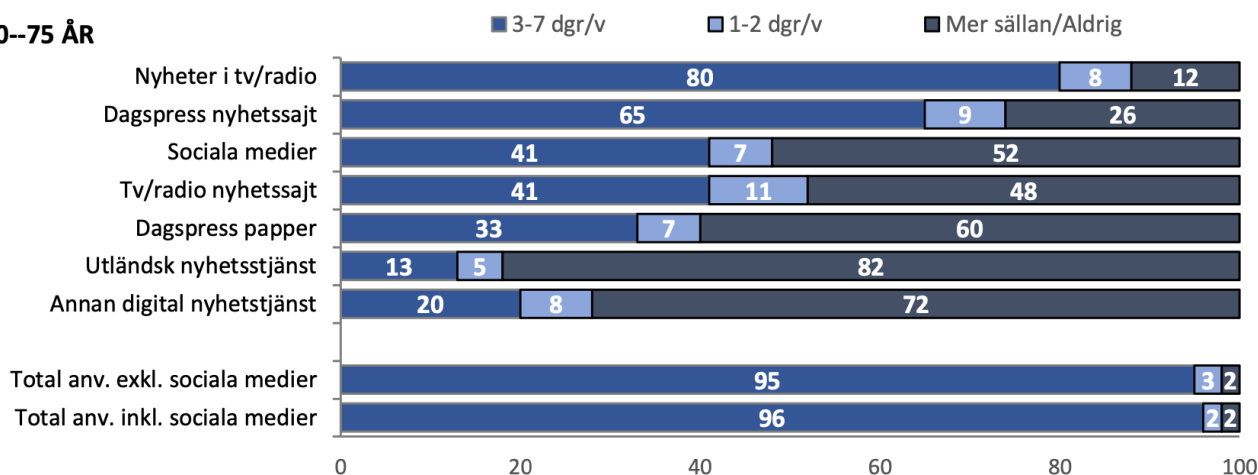
Låg andel sällananvändare bland yngre såväl som bland äldre

En uppdaterad bild av nyhetsvanorna, baserad på den nationella SOM-undersökningen 2021, pekar i samma riktning. I figur 1 åskådliggörs mixen av olika nyhetsmedier och plattformar som yngre respektive äldre väljer att använda sig av. Bland vuxna i åldrarna 20–39 år utgör flödet i sociala medier den viktigaste källan till nyheter, följt av dagspressens nyhetssajter samt nyheter i tv/radio. Bland 40–75-åringar är tv och radio de mest använda nyhetsplattformarna, följt av ett kluster bestående av dagspressens nyhetssajter, nyheter i sociala medier samt dagstidningar på papper. Utländska nyhetssajter och det som beskrivs som ”andra nyhetssajter” har en större plats hos 20–39-åringar jämfört med den äldre åldersgruppen, samtidigt som nyheter på papper är den i särklass minst använda nyhetskällan bland yngre.

Figur 1 Användning av olika nyhetsmedier/-tjänster bland 20–39-åringar samt 40–79-åringar, 2021 (procent)



40--75 ÅR



Kommentar: Frågan lyder *Hur ofta tar du del av nyheter från följande...?* med svarsalternativen *Dagligen, 5–6 dagar/vecka, 3–4 dagar/vecka, 1–2 dagar/vecka, Mer sällan, Aldrig*. Nyheter i radio/tv avser lokala och nationella nyhetsprogram i TV4, SVT och Sveriges Radio. Tv/radio nyhetssajt avser tv4.se, svt.se och sr.se. Resultaten är viktade efter ålder. Antal svar per åldersgrupp är 2 421 och 7 162.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2021.

Andelen sällananvändare är något högre bland yngre än bland äldre, men i båda grupperna handlar det om några få procentenheter, åtminstone när både etablerade nyhetsplattformar och sociala medier inkluderas i jämförelsen (figur 1). Utan tillskottet av sociala medier är andelen sällananvändare bland 20–39-åringar 8 procent. Med sociala medier inräknat är det 4 procent av gruppen som kan beskrivas som sällananvändare. Motsvarande andel bland 40–75-åringar är 2 procent. Sociala medier spelar därmed en central roll i att hålla andelen sällananvändare på en fortsatt låg nivå bland yngre vuxna. Det kan förstås ifrågasättas om det verkligen är nyheter som människor tar del av i sitt sociala-medieflöde eller om det är något annat som avses. Forskning har dock visat att det nyhetsinnehåll som konsumeras i sociala medier oftast kommer från etablerade nyhetsorganisationer (se Andersson, 2021).

I artikeln ”Decline in news content engagement or news medium engagement” ställer forskaren Ha med kollegor (2018) frågan om huruvida det råder ett minskat intresse för nyheter bland yngre, eller om den nedgång i nyhetskonsumtion som vissa studier lyft fram snarare handlar om ett minskat intresse för traditionella nyhetsplattformar. Givet mönstret i figur 1 torde det åtminstone ur ett svenskt perspektiv framför allt handla om det senare, det vill säga att det har skett en förskjutning i vilka medier som personer i 20- och 30-årsåldern väljer att intressera sig för. Den samlade användningen bland yngre ligger således på en fortsatt hög nivå. Men hur kommer det sig att det kan skilja så stort mellan den andel sällananvändare (eller ”nyhetsundvikare”) som rapporteras i olika studier?

Några av de huvudsakliga förklaringarna ligger i hur frågorna som ställs i respektive undersökning är formulerade, vilka medier som omfrågas och var gränsdragningen för sällananvändning och nyhetsundvikande görs. Inkluderingen av sociala medier och den slumpmässiga nyhetsexponering som ofta är förknippade med dessa, förefaller kunna spela stor roll för utfallet. Med slumpmässighet menas här att individen till exempel stöter på nyheter i sitt flöde i sociala medier, utan att den ursprungliga intentionen med användningen var att ta del av nyheter. Motsatsen återfinns i planerad nyhetsanvändning, där syftet med att till exempel gå in på en nyhetssajt är att uppdatera sig om de senaste nyheterna. På engelska används begreppen *planned* och *accidental* alternativt *incidental news consumption* för att beskriva respektive användningsmönster (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Fletcher & Nielsen, 2017; Schroeder, 2016).

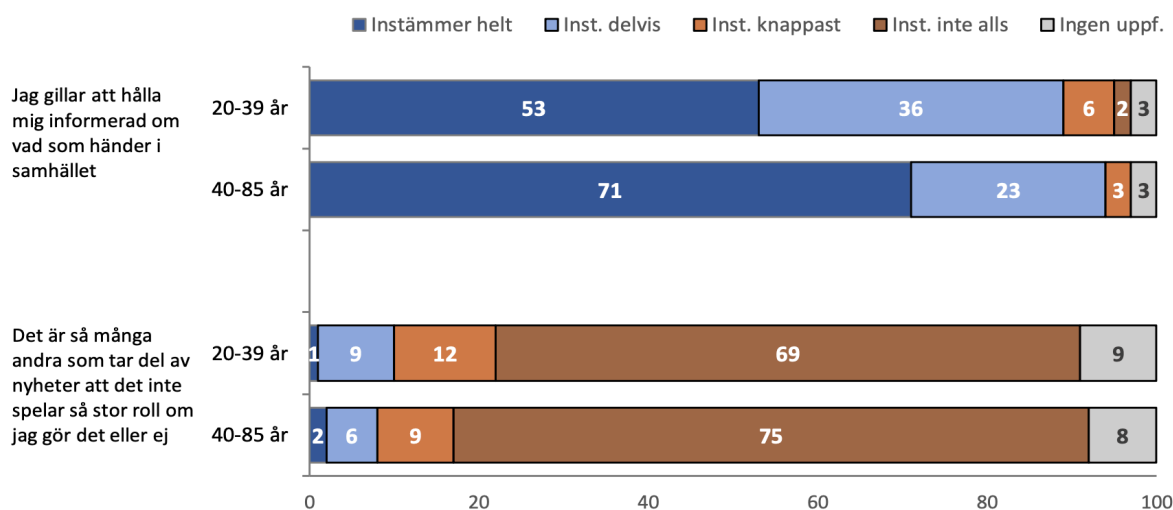
Nyhetsintresse som norm

Oron för ett sviktande intresse för nyheter har bland annat sin grund i en normativ uppfattning om att samhällets medborgare behöver ta del av nyheter och samhällsjournalistik för att få en orientering i aktuella frågor och förstå olika skeenden i samhället, eftersom det är en förutsättning för att kunna fatta kloka och välgrundade beslut i centrala frågor, inte minst i samband med valår (Ström- bäck, 2015, 2005). Därtill kommer att sviktande publikunderlag också spelar roll för mediernas finansieringsmöjligheter såväl som deras samhällsrelevans.

Sett till allmänhetens självskattade användningsfrekvens förefaller det inte finnas något akut hot om att intresset för nyheter skulle vara på väg att minska. Detsamma gäller när människor får uppge huruvida de gillar att hålla sig informerade om vad som händer i samhället. Tabell 1 visar att cirka nio av tio personer säger sig instämma helt eller delvis i att de är intresserade av att hålla koll på omvärlden. Även här är resultaten hämtade från den nationella SOM-undersökningen 2021. Benägenheten att instämma helt skiljer sig dock mellan yngre och äldre. Bland personer i 20–39-årsåldern uppger drygt hälften att de helt håller med om att de gillar att hålla sig informerade, en andel som i åldersgruppen 40–75 år är drygt 70 procent. Det är ett resultat som känns igen även från tidigare undersökningar (Bergström, 2016; jfr. Purcell m.fl., 2010).

Att hävda att man gillar att hålla koll på omvärlden behöver förstås inte vara liktydigt med att faktiskt ta del av nyheter och samhällsjournalistik. I det här fallet finns det dock ett tydligt samband, då drygt 98 procent av dem som instämmer helt i att de gillar att hålla sig informerade också tar del av nyheter minst 3 dagar i veckan. Mindre än 1 procent av gruppen tar aldrig eller sällan del av nyheter. Det gäller oavsett om svarspersonerna är yngre eller äldre.

Figur 2 Eget intresse av att ta del av information om samhället samt inställning till att inte själv ta del av nyheter eftersom så många andra ändå gör det, 2021 (procent)



Kommentar: Frågan lyder *I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden?* Resultaten är viktade efter ålder. Lägst antal svarande på grupp-nivå är 353 (20–39-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2021.

Ytterligare en fråga som kan sägas knyta an till normen om att hålla sig uppdaterad, är i vilken utsträckning den egna nyhetskonsumtionen spelar roll i ett större sammanhang. Tabell 2 visar hur svarspersonerna ställer sig till påståendet om att det inte spelar så stor roll om man själv tar del av nyheter eller inte eftersom det är så många andra som gör det. En klar majoritet, drygt sju av tio, hävdar att det inte alls stämmer in på dem själva. Bland 20–39-åringar motsätter sig ungefär 70 procent ett sådant påstående och bland 40–75-åringar är andelen 75 procent.

Fokusgruppsintervjuer för att studera orsaker bakom sällananvändning

Även om gruppen sällananvändare i den vuxna befolkningen är förhållandevis liten är det väsentligt att studera de bakomliggande orsakerna till att mer sällan ta del av nyheter och samhällsjournalistik. I denna andra delstudie i projektet ”Medieborgare i nyhetsskugga” undersöks därför huruvida sällananvändning handlar om ett aktivt val som individen gör eller om det snarare är något som sker mer slumpmässigt, samt om det därtill finns specifika egenskaper eller element i journalistiken som gör att den till exempel inte uppfattas som tillräckligt givande eller relevant för individen. För att söka svar på frågorna utgår delstudien från fokusgruppsintervjuer med vuxna i åldrarna 20–39 år, det vill säga den åldersgrupp som har en något lägre exponering för samhällsjournalistik.

Fokusgruppsintervjuer har fördelen att interaktionen i gruppen kan bidra till att intervjupersonerna stimuleras att bidra med fler konkreta, specifika och personliga svar än vid enskilda intervjuer (Patton, 2015). Det har också betydelse för möjligheten att urskilja mer av kognitiva, affektiva och värderingsmässiga aspekter som dessa svar avspeglar. Med hjälp av de andras berättelser kan deltagarna erinra sig sådant som de annars kanske inte skulle ha tänkt på att ta upp under samtalet.

Den studie som är aktuell här omfattar sex gruppintervjuer med totalt 24 intervjupersoner, vilka har fått resonera och reflektera kring sina erfarenheter och uppfattningar i olika frågor som rör nyheter och samhällsjournalistik. Den samlade gruppen av intervjupersoner präglas av en viss övervikt av kvinnor samt av personer med låg utbildningsnivå. Bland deltagarna finns individer som uttrycker intresse för nyheter och som har en mer regelbunden användning av nyhetsmedier. Många av deltagarna har dock ett mer begränsat nyhetsintresse och exponerar sig oftast mer slumpmässigt för nyheter, vilket innebär att de kan beskrivas som sällananvändare.

Insamlingen av intervjumaterial har skett under perioden april 2021 till januari 2022. Ytterligare beskrivning av studiens genomförande och respondentgruppens sammansättning finns i rapportens metodbilaga.

Rapportförfattare:

Ulrika Andersson

Docent i journalistik, medier och kommunikation
vid Göteborgs universitet.



Rapportförfattare:

Maria Jervelycke Belfrage

Adjunkt i journalistik vid Göteborg universitet.
Biträdande forskare i projektet ”Medieborgare i nyhetsskugga”.





Nyhetsplikt kontra nyhetsintresse

Det här avsnittet tar sin utgångspunkt i de fokusgruppsintervjuer som gjorts inom ramen för studien. I blickfånget står deltagarnas syn på vikten av att ta del av nyheter och samhällsjournalistik, i vilken utsträckning de själva gör det och vilken karaktär deras eventuella användning är av.

”Det är väl lite grann som en skyldighet man har som medborgare”

Inom användningsforskningen används begreppen användning och gratifikation (på engelska, 'uses and gratification') för att beskriva människors användning av olika medier och vad denna användning fyller för funktion för individen (Sundar & Limperos, 2013; Rubin & Perse, 1987). Önskan om att uppfylla sin medborgerliga plikt, få information om vad som händer, skaffa sig kunskap, förstå omvärlden, skapa sammanhang, använda sina kognitiva förmågor (se, lyssna, reflektera), uppleva känslor, skapa identitet och identifikation, koppla av, underhållas och fördriva tiden är exempel på olika behov, eller gratifikationer, som användning av medier kan fylla för den enskilde (jfr. Sundar & Limperos, 2013; Tsifti & Capella, 2005; Ruggerio, 2000). Varje individs motivspektrum för konsumtion av nyheter och samhällsjournalistik är i någon mån unik och bestäms av en rad olika faktorer, såsom ålder, levnadssituation, intresseområden och samhällsengagemang.

Bland deltagarna i fokusgruppstudien nämns ofta pliktperspektivet. Det finns en enighet om att det är viktigt att ta del av nyheter och samhällsinformation och att det finns ett ansvar att hålla sig uppdaterad om vad som sker utanför den egna husknuten. En deltagare beskriver det som att *”man har ett enskilt ansvar att hålla sig...alltså att ha en form av kunskap om vad som händer i dagsläget”* och då *”[inte] bara i trappuppgången där man bor, utan kanske att man har ett hum liksom, om läget”*. En annan person talar, i likhet med det normativa idealet, om nyhetsanvändning som ett slags medborgerlig plikt:

”Det är väl lite grann som en skyldighet man har som medborgare. Att vara insatt, eller ja, inte helt insatt, då får man ju ägna all sin tid på det, men... ja, att ha koll. Särskilt nu när det snart är valår.”

Trots att det är viktigt att ta del av nyheter, behöver användningen dock ske med rim och reson, enligt deltagarna. Det är inte nödvändigt *”för varenda person att sitta och konsumera varenda nyhetsartikel eftersom olika människor svarar olika på information”*. Användningen behöver anpassas efter individens egna förutsättningar, både när det gäller intressen och reaktioner. En person beskriver att *”det är viktigt att ha lite koll, men man behöver ju, man ska ju inte må dåligt av det liksom”*.

Utöver det nämnda pliktperspektivet lyfts även informations- och kunskapsgratifikationer fram av flera av deltagarna, men då med mer fokus på det personliga planet än på en övergripande samhällsnivå. Användning av olika nyhetsförmedlande aktörer och plattformar ses bland annat som ett sätt att förbättra den egna allmänbildningen liksom kunskapen inom specifika områden. Ibland kan dock den personliga drivkraften att använda nyhetsmedier vara sprungen ur en skarp tävlingsinstinkt att till exempel delta i och vinna olika quiz-tävlingar, något som kan kräva kännedom om dagsaktuella händelser.

Flera deltagare lyfter också en underhållningsdimension i nyhetsanvändningen, vilken kan vara kopplad till flera olika bevakningsområden:

”Jag följer Big Brother, såna nyheter är också intressant för mig [...]. Antingen de kommer till mig eller att jag letar upp såna nyheter. Det känns ju lite, lite, så här lite, inte patetiskt, det är fel ord, men kanske så hära, pinsamt [...]. Vad hände i Robinson? Såna grejer tycker jag om.”

”Jag tycker att det är roligt när politiker gör bort sig. Det brukar jag tycka är kul, och det spelar inte någon roll vilken politiker det är, på vilken sida, men när de gör bort sig, det tycker jag är lite roligt att läsa om!”

Intresse, rutiner och stora händelser viktiga för motivationen att ta del av nyheter

Individuella preferenser och intresseområden spelar också stor roll för vilket utrymme den enskilde ger åt nyheter och nyhetsmedier i sin vardag. Omfattningen av nyhetsanvändandet varierar relativt stort mellan deltagarna. För en del är aktiviteten överlag regelbunden och kontinuerlig, fördelad mellan användning på daglig eller veckovis basis. Andra tar del av nyheter mer sporadiskt eller nästintill inte alls.

Ett stort intresse för en bred repertoar av ämnen kan ge en mer omfattande nyhetsanvändning, medan ett stort intresse för mer specifika ämnesområden kan ge en hög konsumtion av nyheter och information relaterat till just det området men däremot en mer begränsad användning av nyheter mer generellt. En deltagare med stort intresse för vad som händer i omvärlden beskriver hur hans morgonrutin vanligen ser ut:

”Jag brukar oftast starta dagen med Nyhetsmorgon [på TV4]. [...Jag] brukar tycka att det är rätt härligt att ha det i bakgrunden, och då hör jag om det är något som är aktuellt, och så sitter jag [med] telefonen och läser.”

Det finns även deltagare som inte har något särskilt intresseområde och som uppger att de inte heller är speciellt intresserade av nyheter, men vars nyhetskonsumtion ändå präglas av en tydlig regelbundenhet eftersom det har blivit till en rutin förknippad med specifika moment i vardagslivet. En deltagare berättar hur tv:n mer eller mindre automatiskt sätts igång när *"man är hemma och man har lagt barnen, och så. Då kommer TV4 på"*. Trots den dagliga rutinen att slå på tv-nyheterna uppger samma person att det dock egentligen är ett relativt begränsat innehåll som upplevs intressant. *"Jag gillar när det handlar om det lokala, då kan jag känna att jag kan titta på det, typ. Och vädret och lite så. Men annars, nej."*

En annan deltagare, med en mer begränsad intresserepertoar, berättar att det oftast är ett visst innehåll som väcker lusten att ta del av nyheter:

"Jag har hund, så jag tycker att det är intressant att höra om sådana nyheter, [och] jag är jätteinsatt och intresserad av kvinnofrågor och såna grejer, så därför tycker jag att [nyheter om] det är intressant."

Andra beskriver betydelsen av att få veta sådant som händer i närområdet och som kan få praktiska konsekvenser för den egna vardagen, exempelvis *"om det har varit nån olycka i trafiken"* som kan påverka huruvida man hinner i tid till arbetet eller till hämtningen på förskolan. Ytterligare områden som nämns är *"teknik och, ja, sånt som är viktigt att veta"*, nyheter om Sveriges ekonomi, börsens utveckling, ekonomiska aspekter på olika företag och branscher, och inte minst nyheter om och uppföljning av viss brottslighet nationellt och lokalt:

"Nu är det ju mycket med gängskjutningar och sånt och det är ju svårt att undvika att läsa om. Så man vill ju veta hur dom tänker hantera det. Det blev ju mycket nu också med explosionen och så, och där vill man ju veta vad (...) som hände och hur det går med utredningen och dom som bor där och sånt."

Det finns också de som uttrycker stort intresse för att ta del av nyheter och samhällsjournalistik som berör det egna yrkesområdet. I det här sammanhanget upplever dock några av deltagarna att nyhetsmediernas rapportering ofta är lite ytlig och inte alltid helt saklig:

"Sånt som rör mitt arbete tycker jag är intressant. Fast kanske inte så som det skrivs om det i nyheterna, utan mer fördjupningar och analyser. Inte tyckande då, som i nyhetsmedia, utan mer bransch...branschjournalistik, om det heter så. Mer kvalitet."

Ibland kan det vara ett visst material som inte tillhör kategorin nyheter eller samhällsjournalistik som gör att individen väljer att ta del av ett nyhetsmedium. En av deltagarna berättar exempelvis hur det egna intresset för insändare bidrar till daglig läsning av den lokala morgontidningen:

"[Jag har] en guilty pleasure, och det är att läsa insändare, och göra narr av dem, de är så gnälliga, det är liksom ett lite pinsamt nöje som jag har. [---] Sen, att läsa [den lokala morgontidningen], det har blivit så för att det är där jag får tag på insändarna. Det har blivit en positiv effekt av att jag letar insändare."

Nyhetsuppdateringarna kommer inte bara från de mer traditionella medierna, utan det handlar också om särskilda poddar eller konton där nyheter eller aktuella händelser diskuteras och/eller granskas närmare. För de inbitna podd- och Instagramanvändarna är denna form av exponering för nyhets-

och aktualitetsmaterial ibland betydligt mer frekvent än användningen av olika nyhetssajter:

”Genom Tänkvärt, så blir det nästan dagligen, jag tror att han lägger ut väldigt ofta, sen händer det några gånger i veckan kanske, att man går in på olika nyhetsflöden, typ, DN, Aftonbladet, men det händer absolut mer sällan, än sociala medier.”

När intresset tryter

Det är dock långt ifrån alla som har vanor eller intressen liknande de som beskrivits ovan. Flera deltagare upplever att de inte ”lever upp” till vad de uppfattar som den rådande normen om att vara en aktiv och ”uppläst” nyhetskonsument. En relativt stor andel av de intervjuade uppger sig inte ha något egentligt intresse av att ta del av nyhets- och samhällsjournalistik. Den typen av innehåll – bland deltagarna ofta likställt med politik och samhällsdebatt – upplevs inte fylla tillräckligt stor funktion i vardagen för att det ska vara värt att engagera sig och aktivt ta del av nyheter och samhällsjournalistik. Innehållet upplevs som både kognitivt och emotionellt belastande, som följd av – enligt deltagarna – mediernas val att huvudsakligen rapportera om problem och konflikter. Relativt många deltagare förknippar rapporteringen om politik och samhällsfrågor med en hög konfliktnivå, där bland annat oenighet, smutskastning och bråk mellan politiska partier och dess företrädare står i fokus.

”Ointressant, ja. Tjafsande mellan politiker och partier. Politik i sig är intressant, men det här...spelet, eller låtsaskonflikterna som dom spelar upp i media, det...näe. nej tack!”

Vissa deltagare beskriver hur de har gjort det aktiva valet att hålla nere sin användning av nyhetsmedier som följd av mättnad och av att det egna måendet påverkas negativt av det som förmedlas. För andra bidrar en upplevd avsaknad av mer konstruktiva element i journalistiken till att nyhetsmedier prioriteras bort. Den befintliga ”problemfokuserade” journalistiken skapar således både missmod och frustation hos individerna. En person konstaterar att:

”Visst, det finns säkert intressanta grejer, men alltså, det är så mycket skit. Bara problem och negativa saker, aldrig nåt konstruktivt som visar hur man faktiskt löser olika problem.”

Det handlar här om att nyhetsanvändningen tenderar att bli en belastning snarare än ett tillskott i vardagen. Fler resonemang likt dessa återkommer i avsnittet ”Informationsutmattning stänger nyhetsfönstret” i rapporten.

Andra faktorer som lyfts som betydelsefull för de egna nyhetsvanorna är arvet från barndomen och ungdomstiden. Några deltagare berättar att nyheter inte hade någon plats i det hem där man växte upp och att man därför inte heller har skapat sig någon egen nyhetsrutin. De något äldre deltagarna reflekterar också över att intresset för att ta del av nyheter och samhällsjournalistik tenderar att variera över livsspannet, i synnerhet i samband med familjebildning:

”Det är ju helt klart skillnad på vad jag läser nu och vad jag läste när jag var, ja typ 25. Det följer väl med antar jag, var man befinner sig i livet och vad som är mest aktuellt nu. [Nyheter om] förskola och skola var väl inte så kul när man var

20, men nu är det ju en del av livet när man har barn och då har det fått...ja, högre prioritet.”

Historiskt har det hävdats att en förutsättning för att kunna ta del av nyheter är att människor har tillgång till de plattformar och den teknik som medierna utgår från. För att ta del av morgontidningen på papper krävdes förr tillgång till en prenumeration, alternativt att tidningen köptes som lösnummer i butiken. Med tidningen i hemmet ökade sannolikheten för att individen också tog del av den. Detsamma har gällt för radio- och tv-sändningar. Numera är det inte fullt lika självklart att människor aktivt tar del av alla de medier som finns tillgängliga, trots att individen har tillgång till rätt teknik. Exempelvis använder nära nog alla i 20–30-årsåldern internet på daglig basis (Internetstiftelsen, 2021). Men det är långt ifrån alla som tar del av nyheter och samhällsjournalistik via internet. Med andra ord hjälper det inte alltid med tillgång. Intervjustudien visar att det inte är någon självklarhet att ta del av nyheter och samhällsjournalistik ens när sådant innehåll finns väldigt lätt tillgängligt i mobilen. En av deltagarna berättar:

”Alltså, jag har ju laddat ner en app på min telefon med typ nyheter, men... jag läser dom aldrig. Vad heter den? Typ Omni [Nyheter], eller någonting. Så där dyker ju upp lite om allt möjligt. Typ notiser. Men problemet är att jag stänger ju ner dom där notiserna när dom kommer, så att jag läser ju aldrig någonting.”

Samma person beskriver, tillsammans med andra deltagare, att det framför allt är när det sker något riktigt stort som nyheterna kan vara intressanta. Bland exemplen på vad för slags händelser det kan röra sig om hittas terrordådet i New York 2001, tsunamikatastrofen 2004 och terrordådet på Drottninggatan i Stockholm 2017. En annan deltagare berättar att *”jag läser dom aldrig [nyheterna], bara om det är lite såhär, power liksom, om nån bomb, eller...då blir jag nyfiken och jag vill läsa”*. För vissa personer krävs således mer exceptionella händelser för att nyheterna ska upplevas som relevanta.

Konklusioner

- De flesta intervjupersonerna anser att varje individ har ett ansvar att hålla sig uppdaterad om vad som händer i omvärlden, men exponeringen för nyheter behöver samtidigt anpassas efter individens egna förutsättningar och intressen.
- Skälen till att ta del av nyheter varierar stort. Vissa har ett mer generellt intresse för att följa med i nyheterna, medan andra framför allt är intresserade av sådant som rör ens specialintressen. Hos en del är nyhetsintresset svagt, men resulterar ändå i exponering tack vare individens dagliga rutiner, samtidigt leder bristen på intresse hos andra individer till en sparsam nyhetskonsumention.
- Nyheter som inte känns angelägna för en själv, alltför stor negativitet och problemfokusering i nyhetsrapporteringen samt de vanor och rutiner som individen bär med sig sedan uppväxten är skäl som ligger bakom varför en del inte är intresserade av att ta del av nyheter.

The New York Times

DN.

svt NYHETER

SvD



SYDSVENSKAN



P4 gävleborg
sverigesradio

4

Corren



sverigesradio

CNN

The
Guardian

Norrbottens

KURIREN



Göteborgs-Posten

twitter

Uppsala Nya Tidning

Planerad och slumpmässig användning

”Det är liksom min dagliga rutin”

De vanligaste medier och plattformar som personerna i studien använder för att ta del av nyheter är flödet i sociala medier, dagspressens och tv:s nyhetssajter samt nyhetssändningar i tv, ett mönster som känns igenom från de resultat som redovisats i avsnittet Inledning (se figur 1). Nyhetssajter och nyhetssändningar tenderar att dominera som nyhetsplattformar bland dem som är mer aktiva nyhetskonsumenter, medan sociala medier dominerar bland sällananvändare. Därtill kommer poddar, utländska nyhetssajter, traditionell tv och radio och pappersmorgontidningar. Bredden i valet av medier är omfattande hos vissa personer vars intresset för nyheter är stort och/eller vars nyhetsrutin är starkt rotad. En av deltagarna berättar:

”Jag kör på en blandning av olika. Aftonbladet, Expressen, DN, Svenska Dagbladet, GP ibland, och tidningen där jag är uppväxt. SVT-appen ibland. Dokumentärer som handlar om olika samhällsområden. Där finns ju P3, Podme och sånt. Youtube. Sen så internationellt så tycker jag att New York Times och, ja CNN kanske, också kan ha bra nyheter. Det kommer ju nyheter på Facebook också. När det är brott så kan Flashback ha information snabbt. Men det är ju vanliga användare som skriver där.”

Vissa deltagare kan beskrivas ha en något mer planerad nyhetsrutin, exempelvis personen som i ett tidigare citat beskrev hur hen alltid startar dagen med morgonnyheterna på TV samtidigt som tidningen läses på mobilen. En annan person som också har en tydlig struktur i sin nyhetsanvändning beskriver sin nyhetsdag på det här sättet:

”Dagligen går jag in på [den lokala morgontidningens] webb och läser igenom huvudnyheterna där, det är liksom min dagliga rutin. Sen när jag kör bil och Ekot är på, så lyssnar jag på det. Jag brukar lyssna på Ekots topp-15-inslag [på webben] på kvällen.”

Kombinationen av att ta del av nyheter samtidigt som man gör någon annan aktivitet, inte sällan vid måltider eller när man förflyttar sig, återkommer även hos andra deltagare:

”Jag gillar ju att lyssna på mina nyheter, eftersom jag ofta är på språng, så det har blivit att jag föredrar mina poddar, och det är ju olika poddar, nyhetspoddar, jag får notiser när det kommer nåt nytt avsnitt. [...] Jag lyssnar på Tänkvärt-podden, där de diskuterar vad som har hänt och så dära... De här poddarna lyssnar jag på när jag promenerar, åker tåg och sånt.”

Slumpmässig exponering i sociala medier

För flera andra är situationen i det närmaste den motsatta, då det nästan uteslutande är i sociala medier som personerna exponeras för nyheter. Drygt var tredje deltagare uppger att deras nyhetskonsumention främst sker på Facebook, Instagram och Youtube, medan traditionella plattformar är mer eller mindre frånvarande i medievardagen. Nyhetsexponeringen sker oftast oplanerat, utan att det har funnits någon egentligen intention att uppdatera sig på nyhetsområdet. Slumpmässigheten spelar således stor roll, i betydelsen att nyhetskonsumention framför allt sker då man råkar stöta på nyheter i sitt sociala medier-flöde (jfr. Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018), vilket ibland sker mer ofta, ibland mer sällan. En av deltagarna berättar hur hen mycket sällan själv letar upp nyheter, men att det ändå kan dyka upp små nyhetskorn i vardagen när nyfikenheten över vad som döljer sig bakom vissa länkar i sociala medier blir tillräckligt stor:

”Jag letar egentligen aldrig upp nyheter. Jag lägger min tid på annat, liksom. Jag skulle vilja va lite, typ, vad heter det... Jag skulle vilja ha koll liksom, det är därför jag laddade ner [nyhets]appen, men...ja...sen blir det inte så i verkligheten, liksom.”

”[N]är man är inne på Facebook och Instagram [...] så dyker det ju upp ganska mycket [uppdateringar om nyheter], tycker jag. [...] Och då kan man klicka på det. Då är det ju oftast en rubrik, som ska göra en, liksom intresserad. Och då liksom ”jaha, vad hände där?” och då trycker man ju och då kan man bläddra lite snabbt.”

Tidigare forskning har visat att publicering och delning av nyheter i sociala medier bidrar till att många människor tar del av ämnen och händelser som i vanliga fall inte brukar ingå i deras nyhetsdiet off-line (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Young, 2015). Bredden av händelser och ämnen som individen exponeras för är ofta större på sociala medier än vid användning av traditionell nyhetsmedia. Likaså exponeras individen potentiellt för flera olika nyhetskällor, vilket kan bidra till att bredda hens perspektivet i frågan. De interaktiva möjligheter som sociala medier och internet erbjuder, ger dessutom individen chansen att utforska fler aspekter av enskilda nyheter genom egna eftersökningar (Sveningsson, 2015; Hermida m.fl., 2012).

Det är få av deltagarna i intervjustudien som själva aktivt delar nyhetslänkar i sina sociala medier. Någon enstaka har delat artiklar som upplevts som roliga eller som handlar om något ämne som ligger dem varmt om hjärtat, men delningen har då skett till specifika mottagare och inte som en generell delning öppen för alla att ta del av. Däremot tar de själva då och då del av sådant som vänner och bekanta har delat. Det mesta av de nyheter som konsumeras i sociala medier kommer dock huvudsakligen från etablerade nyhetsaktörer, såsom Aftonbladet, SVT, TV4, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet, den lokala morgontidningen, Omni, CNN och BBC, för att nämna några exem-

pel. Exponeringen för nyheter är i hög utsträckning slumpmässig, i betydelsen att det inte huvudsakligen är för att ta del av nyheter som man loggar in på sina sociala medier. Sidoeffekten av dessa andra, starkare skäl som finns för att använda sociala medier, blir således att individerna uppdateras om någon eller några nyhetshändelser.

Det finns förstås undantag, där sociala medier används mer aktivt för att uppdatera sig om nyhetsflödet. En deltagare beskriver att "Instagram och Facebook är där jag får reda på mycket. Sen går jag till det som är länkat till DN, SVT och vad det nu kan vara, eller googlar upp det själv". En annan person beskriver att det egna specialintresset kring kvinnofrågor gör att hen vänder sig till Instagram för att:

"Där finns många konton som driver de här stora frågorna, och det gillar jag, för de har liksom utbildad sig i det, så de har mycket källor och mycket vetenskap bakom sig. Mycket statistik, och så."

På en fråga om de som står bakom dessa konton upplevs vara bättre, eller mer kunniga, på området än vanliga nyhetsmedier, svarar personen att "ja, i vissa fall skulle jag faktiskt säga det". En annan deltagare som också är relativt aktiv i sociala medier berättar att hen är med i "en massa roliga grupper på Facebook, och när de diskuterar nån nyhet så kan jag bli väldigt insatt i det, oavsett om det gäller typ nån föräldratvist, hur det funkar eller så där, alltså såna grejer". För nyheter som berör de egna intresseområdena är det dock framför allt Instagram som gäller, och då särskilt grupper som är inriktade mot en viss fråga. Varken för denna person eller övriga deltagare handlar det om att följa någon särskild influencer eller motsvarande, utan det är intressegrupper alternativt enskilda individer som är utbildade, eller på annat sätt kunniga inom området som följs.

Avslutningsvis kan nämnas att det inte bara är i sociala medier som den slumpmässiga nyhetskonsumtionen äger rum. En deltagare beskriver att "det kan ju också hända att man ska kolla en film, och så kommer 22-nyheterna, eller mellan röstningen och resultatet på Idol, typ". Den slumpmässiga exponeringen kan således ske lite varsomhelst – i sociala medier såväl som i bilen och i tv-soffan.

Konklusioner

- Bland nyhetsintresserade intervjupersoner sker nyhetsinhämtningen ofta från flera olika medieaktörer och plattformar. Bland sällananvändare dominerar vanligen sociala medier som den grundläggande plattform varifrån individerna tar del av nyheter.
- Sällananvändares exponering för nyheter sker oftast mer slumpmässigt och beror på vad som dyker upp i flödet i sociala medier. Länkar och publiceringar från traditionella nyhetsmedier kan, om rubriken verkar intressant, resultera i att man klickar sig vidare och tar del av nyheten. Samma sak om vänner har delat någon nyhet. Få av intervjupersonerna delar dock själva nyheter.
- Den slumpmässiga exponeringen för nyheter kan också ske i andra sammanhang, som i bilen eller i soffan när det pågående programmet på radio eller tv bryts för nyhetssändningar.

Betalväggar som hinder

Ett tema som dyker upp i flera av intervjuerna är mediernas betalväggar. Sett i ett branschperspektiv är intäkter från digitala prenumerationer en högst central fråga, inte minst för dagstidningarna. Den tvådelade finansieringsmodellen med å ena sidan annonsintäkter, å andra sidan prenumerationsintäkter från papperstidningen har sedan länge utmanats, och de flesta tidningar har istället satt hoppet till digitala prenumerationsintäkter. Sedan 2017 har de flesta svenska dagstidningar någon form av betalvägg. Internationellt ligger Sverige, tillsammans med Norge, i framkant när det gäller digital betalningsvilja (Wadbring & Bergström, 2021). En rapport från 2021 visar att närmare en tredjedel av svenskarna under en tolv månaders period har betalat för en digital prenumeration på någon dagstidning (Newman, 2021). Studier av enskilda tidningar har dock visat att yngre personer som har en prova-på-prenumeration eller någon annan tidsbegränsad prenumeration ofta uppvisar en låg aktivitetsgrad på tidningssajten – nästan hälften nyttjade inte sin prenumeration alls (Wadbring & Bergström, 2021).

”Ska man behöva betala för information som egentligen borde vara till för alla?”

Det är tydligt att det bland studiens deltagare finns en förståelse för att medierna behöver få intäkter för att kunna bedriva sin verksamhet. Samtidigt lyfts också frågan om vad man egentligen får för pengarna när man betalar för en artikel eller en prenumeration, inte minst sett till kostnaden per användningstillfälle. Därtill lyfts frågan om rimligheten i att något som finns till för att hålla människor upplysta, i enlighet med normen om mediernas roll i samhället, faktiskt inte är fritt tillgängligt för alla.

Någon beskriver hur hen skulle vilja läsa tidningen på morgonen med en kopp kaffe i ena handen och en macka i andra, precis så som föräldrarna gjorde. Men att betala för att få en papperstidning hemlevererad är inget som personen i fråga är lockad av. En annan deltagare resonerar i liknande termer, men lyfter också in en hållbarhetsaspekt i frågan om att köpa eller inte köpa en morgontidning:

”Mamma läser liksom inte tidningen, så det har aldrig blivit att vi köper, och jag tror aldrig att jag kommer att börja göra det för jag tycker att det är så onödig konsumtion. Alltså, man bara läser den en, två gånger, sen så slänger man den. Det är en onödig grej att göra.”

Det faktum att betallänkar hindrar intervjupersonerna från att ta del av nyheter påverkar bland annat förtroendet för, i huvudsak, tidningarna. Det handlar om upplevelsen att tidningarna försöker ”krydda” rubrikerna för att de ska vara så lockande som möjligt för att man ska vilja betala för artikeln, alternativt att skaffa sig en prenumeration, men där innehållet bakom den låsta artikeln sedan visar sig vara betydligt mindre intressant eller relevant än vad rubriken gav sken av. Det skapar hos vissa en känsla av att ha blivit lurad in i en prenumeration som man egentligen inte vill ha, vilket kan vara förödande för förtroendet för nyhetsmedier i allmänhet och för den enskilda nyhetsaktören i synnerhet. En respondent konstaterar att *”så som det ser ut nu så får man ju... dom, på nåt sätt förlorar [medierna] ju folkets, alltså tillit”*. En annan person beskriver hur hen, trots att hen förstår att det är logiskt ur ett affärsperspektiv att placera nyheter bakom betalväggar, tenderar att dra öronen åt sig *”så fort det ligger någonting bakom, [att] de inte längre för fram nåt för att jag ska veta det, utan att [det är] för att de vill ha någonting tillbaka”*. En tredje deltagare upplever att *”det är missledan-*

de” och att det känns som att tidningen ”inte vill rapportera om vad som händer, utan den vill bara tjäna pengar”.

Resonemangen knyter an till perspektivet om nyhetsmediers roll i samhället och den allmänna uppfattningen om att medierna är viktiga för demokratin genom att förse människor med sådant som de behöver veta för att kunna fungera som ”goda medborgare” och fatta kloka beslut, exempelvis vid allmänna val – något som deltagarna upplever att nyhetsmedierna också själva gärna lyfter fram. De flesta som intervjuats menar dock att mediernas demokratiska, eller samhällseliga uppdrag rimmar illa med det faktum att potentiellt viktiga nyheter hålls bakom låsta dörrar. ”Ska man behöva betala för information som egentligen borde vara till för alla”, frågar sig en av intervjupersonerna. En annan deltagare nämner den lokala morgontidningen på hemorten och hur hen upplever dess betalvägg:

”Du kan i princip inte kan läsa vad de skriver på hemsidan ifall du inte betalar för det, men varför ska jag betala? Nu är det ju inte jättemycket pengar, men varför ska jag betala för när jag vill läsa något som händer i min egen stad? [...] att man liksom ska behöva betala för att läsa simpla nyheter.”

Alla ställer sig dock inte lika kritiska till betalväggarna. Det finns några enstaka intervjupersoner som antingen har någon form av digital prenumeration eller som betalar för papperstidningen. Dessa individer gör inga särskilda reflektioner över det faktum att de betalar för nyheter – det är bara så de gör, helt enkelt.

De som däremot inte är särskilt glada över att betala för nyheter, tenderar i stor utsträckning att förlita sig på nyheter i sociala medier, public service (som ingen verkar reflektera över faktiskt innebära en kostnad, om än via skattsedeln), Instagramkonton, poddar och Youtube. En deltagare konstaterar att det blir så att man istället ”går igenom Instagram, och så läser man det [som står där]”. En annan person beskriver hur hen vänder sig till specifika konton på Instagram samt poddar, där aktörerna som står bakom innehållet publicerar det ”utan att vilja ha pengar för det”. Åtminstone är det så som personen i fråga upplever att det förhåller sig.

Konklusioner

- Betalväggar väcker frustration och känslor av misstro då nyhetsmedierna upplevs spetsa till, eller krydda, rubriker bara för att locka människor att betala för en artikel eller för en prenumeration för att kunna få del av information och nyheter som är viktiga för samhällsmedborgarna att veta.
- Det finns en tydlig krock mellan den samhällsbärande roll som medierna sägs ha, med uppgifter som att hålla befolkningen upplyst inom olika områden, och nyhetsmediernas val att neka människor samhällsinformation genom att lägga sin journalistik bakom betalväggar.
- Sociala medier och public service är viktiga plattformar för nyhetskonsumtion bland personer som inte vill, eller upplever sig ha möjlighet, att betala för, framför allt, dagstidningarnas journalistik.

"Turkiet vill få ut något av den här situationen"

"Bostadspriserna faller med 10 procent"

Bakslaget vid floden har nått vanliga ryssar

Underbar utställning om konstnärskolonin på Åland

Oron: Fångar kan klassas som "krigsförbrytare"

Linda är bara en av många – nu måste polisen rensa ut drägget

Fängelse för män som filmade Musköbasen

Tack och välkommen, herr president!

"Sveriges politiker borde hamna på museum - lite oftare"

24-åring åtalas – ska ha dödshotat domare vid Kalmar tingsrätt

Stampade nästan ihjäl släkting efter bråk utomlands

Video visar: Rysk konvoj på väg mot finska gränsen

Ewa Stenberg: Naivt att tro på blixtnabbt medlemskap i Nato

Sa sig komma från banken – bedrog äldre kvinnor

Föräldraskap är att bli besviken

Ledare: Sverige ska aldrig fjäska för Erdogan

Lööfs alkoholhot mot S: "Det är ett krav från oss"

Stockholms hushåll ser dystert på ekonomin

Att kritisera Busch skjuta skarpt-retorik är inte att vantolka

Rubriker från nyhetsartiklar, ledare, analyser, debattartiklar och recensioner. Hämtade från dn.se, svd.se, gp.se, sydsvenskan.se och barometern.se den 18 maj 2022.

Upplevd subjektivitet stöter bort publiken

I den professionella nyhetsjournalistiken är saklighet, oberoende och opartiskhet, liksom efterlevnad av de medieetiska riktlinjerna, grundläggande utgångspunkter (Weibull & Wadbring, 2020). Förväntningarna på till exempel saklighet och opartiskhet finns angivna i såväl statliga press- och medieutredningar som i sändningstillståndet för public service (Prop. 2018/19:136; SOU 1975:78; SOU 1994:37). Samtidigt har nyhetsmedierna alltid haft en viss politisk förankring. Det gäller inte minst dagspressen, som präglats av sin partipolitiska tradition. Fram till mitten av 1970-talet fanns det i många städer fortfarande tidningar med olika partifärg inte bara på ledarsidorna utan även på nyhetsplats. Då uppfattades denna partianknytning som naturlig och påverkade människors val av tidning och syn på dagspressen (Hallin & Mancini, 2004; Weibull, 1983). Med ökad konkurrens och marknadskoncentration under 1980-talet ändrade förutsättningarna radikalt och den professionella journalistiken blev ett måste för de dagstidningar som vände sig till en bred publik. Det har dock inte hindrat den politiska traditionen från att finnas kvar i ledare och på kultursidor (jfr. Weibull & Wadbring, 2020). Från ett innehållsperspektiv talar de studier som gjorts i samband med exempelvis riksdagsvalen mot att det finns få tecken på en systematisk vänster- eller högervidring i den politiska journalistiken (Johansson & Strömbäck, 2019; Johansson, 2015).

"Alltså, jag tror nästan att dom har nåt uppdrag liksom, att det här är tidningens åsikt"

Trots att nyheterna ska vara sakliga och oberoende, är det inte en obetydlig del av intervjupersonerna i fokusgruppsstudien som uppfattar att medierna drivs av egna agendor som också influerar journalistiken. En person beskriver exempelvis:

"Ja men alltså dom [journalister/medier] har ju alltid... alltid en viss åsikt som dom vill sprida genom det dom skriver. Även om det ska liksom vara objektivt så kommer ju ändå deras åsikt in på något sätt. För att, jag tänker att en tidning har ju [...] en viss åsikt, som dom liksom sprider, att "så här tycker vi är bra", och då visar dom ju det med vad som är dåliga nyheter och vad som är bra nyheter, till exempel."

En annan person nämner hur hen upplever att enskilda medier på högerkanten kan vara subjektiva och i det närmaste driva opinion även på nyhetsplats.

"Första gången jag läste Fria tider [var det] så tydligt att det fanns en politisk agenda bakom allt som sas, allt var nästan, varenda liksom, varenda headline var politiskt laddad. Det kanske är det som gör att jag kanske tappar förtroendet för vissa tidningar, att det är liksom nästan helt politiskt och att det är det viktigaste, att driva, på något sätt, en vinkel framåt, och inte att förhålla sig öppen till nyheten."

Oftast är det dock "traditionella" medier som förekommer i intervjupersonernas resonemang om subjektivitet och åsiktsspridning. Ett undantag återfinns i tv-nyheter, vilka de flesta rankar högre än andra nyhetsmedier både i trovärdighet och i upplevt oberoende. I svaren går att utläsa att det framför allt handlar om tillgången till rörlig bild, där en nyhetsuppläsare på exempelvis TV4 eller SVT upplevs som mer trovärdig än den osynliga "rösten" bakom en skriven nyhetstext. Resonemangen går i linje med resultat från tidigare forskning, där tv och radio traditionellt har upplevts som mer förtroendeingivande än dagspress (Andersson, 2019). En deltagare som försöker sätta fingret på vad det är som gör att tv känns mer trovärdigt, säger följande:

"Jag vet inte riktigt, men det känns typ som om man kollar alltså på tv, typ som TV4-Nyheter, så känns det mer trovärdigt, alltså, för mig, eftersom jag ser en person, på nåt sätt. Istället för att man läser det och så kan man ju uppfatta det, alltså... Eller jag vet inte. På nåt sätt."

En annan person upplever att särskilt direktsändningar, det vill säga inte förinspelade nyhetsinslag, är trovärdiga eftersom det ger en bild av vad som händer här och nu utan att någon har försökt redigera "verkligheten".

Morgon- och kvällstidningarnas journalister upplevs däremot drivna av mer bias. "Alltså, jag tror nästan att dom har nåt uppdrag liksom, att det här är tidningens åsikt. Och då ska dom på ett bra sätt framför den genom nån, den nyheten, liksom", säger en av intervjupersonerna om tidningen i den stad där hen bor. När det gäller morgontidningar är det ofta de större tidningarna som upplevs vara åsiktsdrivna i sin nyhetsjournalistik, medan mindre lokaltidningar oftare upplevs som mer raka och neutrala i sin rapportering. Det finnas en relativt tydlig trovärdighetstrappa i de exempel som deltagarna tar upp, där sajter som Fria Tider och NMR står lägst i rang. Jämfört med dessa är förtroendet för kvällstidningarna betydligt större. Dock är förtroendet för kvällstidningarna klart lägre än förtroendet för de större morgontidningarna, vars förtroende i sin tur är lägre än för de mindre, lokala morgontidningarna. Högst upp i rankingen står SVT och Sveriges Radio, följt av internationella aktörer som BBC och CNN. En person beskriver att om hen ska välja något medium som hen litar mer på "då skulle jag säga SVT Nyheter, det litar jag mer på än Aftonbladet, till exempel". En annan person konstaterar att:

”Sånt som är statligt har jag ett stort förtroende för, SR, SVT, och mer officiella, riktiga tidningar, DN, [den lokala morgontidningen], de har jag också förtroende för. Men när man kommer in på såna här kvällstidningar, då börjar det vackla. Så det är liksom som en skala...”

”Det är alltid lite vinklat åt höger eller vänster”

Det som deltagarna i studien särskilt reagerar på är sådant innehåll som man uppfattar är färgat av vissa åsikter, vilket både kan vara opinionsmaterial av olika slag och mer renodlade nyheter. Likaså är man kritisk till att det kan saknas (vissa) perspektiv i en nyhet, vilket ofta handlar om att man upplever materialet som allt för hårdvinklat och/eller att journalisten har valt sida i frågan. Det kan också röra sig om en upplevelse av att nyhetsmedierna söker efter effekter eller försöker skapa konflikter:

”Oavsett om det är Aftonbladet eller Tänkvärt... det känns just nu, idag, som att de inte kan hålla sig neutrala, på ett spår, speciellt politiskt, det är alltid lite vinklat åt höger eller vänster, och ja, så därför, man vill alltid ha ut nåt av det, person A som dålig och person B som bra. Det är den uppfattningen jag har fått i alla fall, att det ligger alltid nånting bakom, anledningen till varför man skriver artikeln, inte bara för att informera, utan du vill ha ut nånting av det, du vill att folk ska reagera på ett visst sätt.”

Det innehåll som oftast nämns i sammanhanget är sådant som rör politik, där nyhetsmedierna upplevs som subjektiva i sin rapportering. En respondent beskriver hur det har *”mycket med det här subjektiva att göra [...], vad tidningen har för åsikt, liksom, hör dom till högersidan, då visar ju dom upp det på ett bra sätt och säger att vänster är dåligt”*. En annan deltagare reflekterar över ett scenario där mediernas bevakning i det långa loppet kommer att bidra till att *”till slut så kommer kanske inte nån att rösta i till exempel valet, utan rösta blankt”*. Hen fortsätter med frågan om hur det då egentligen ska vara möjligt att välja någon, när folket har förlorat tilliten till informationen som ges via medier eftersom det som förmedlas rör sig om åsikter istället för fakta.

Det är tydligt att en av konsekvenserna av den digitala miljön där nyhets-, debatt- och ledarartiklar blandas om vartannat på nyhetssajterna, många gånger utan tydlig märkning av opinionsmaterialet, gör det svårt för publiken att hålla isär det som ska vara oberoende, granskande nyhetsjournalistik och det opinionsmaterial som samma nyhetsmedium står bakom. Där det i papperstidningen finns en tydlig uppdelning, med opinionsmaterialet samlat på en specifik plats som är densamma oavsett om det är måndagens eller torsdagens tidning som läses, är gränserna mer eller mindre flytande på nyhetsmediernas sajter. Det gör det svårare för människor att skilja mellan vad som är nyhetsartiklar skrivna av journalister och vad som är ledarredaktionens, egna kolumnisters eller olika debattörers åsikter, inte minst då nyhetsartiklar följs av åsiktsmaterial som direkt berör det som tagits upp i artikeln. Det här är inte en förvirring som enbart uppstår hos den yngre delen av den vuxna befolkningen, utan kan skönjas i så gott som alla samhällsgrupper (jfr. Oleskog Tryggvason & Andersson, 2022). En av deltagarna i intervjustudien beskriver hur åsiktsjournalistiken bidrar till en känsla av skepsis inför vissa medier:

”Jo, jag tycker väl speciellt online finns det ju så stort utbud och så många olika, vad ska man säga, [...] så många politiska vinklingar och agendor, och man märker att vissa tidningar håller stenhårt på en viss linje och tar bara upp vissa nyheter och

just när det kommer till vad man hittar online brukar jag vara lite mer skeptisk.”

Det handlar här inte om medier som hittas långt ut på vänster- eller högerkanten, utan om vanliga ”mainstream” medier som upplevs driva en (politisk) linje där vissa (politiska) händelser uppmärksammas men inte andra. En inte helt oansenlig del av intervjupersonerna berättar att de av det skälet oftast skrollar förbi artiklar som handlar om politik.

Önskemålen från studiens deltagare är att nyheterna istället ska vara baserade på fakta och att de ska vara objektiva, *”utan journalistens åsikt, så att man själv kan skapa en egen åsikt”*. Likaså efterfrågas öppenhet, i synnerhet när det gäller varifrån informationen kommer:

*”Alla andra ska vara så noga och avkrävas svar, eller alltså att man visar var uppgifter som man redovisar kommer ifrån, men i nyheterna så ska man köpa resonemang som att ”enligt uppgifter till DN” eller ”DN:s källa säger” och sån [...] skit och jag menar, dom ska väl på nåt sätt typ stötta demokratin, eller...ja, stå på folkets sida, men vi kan aldrig, alltså **ALDRIG** kolla källor på det som vi matas med varenda [...] dag.”*

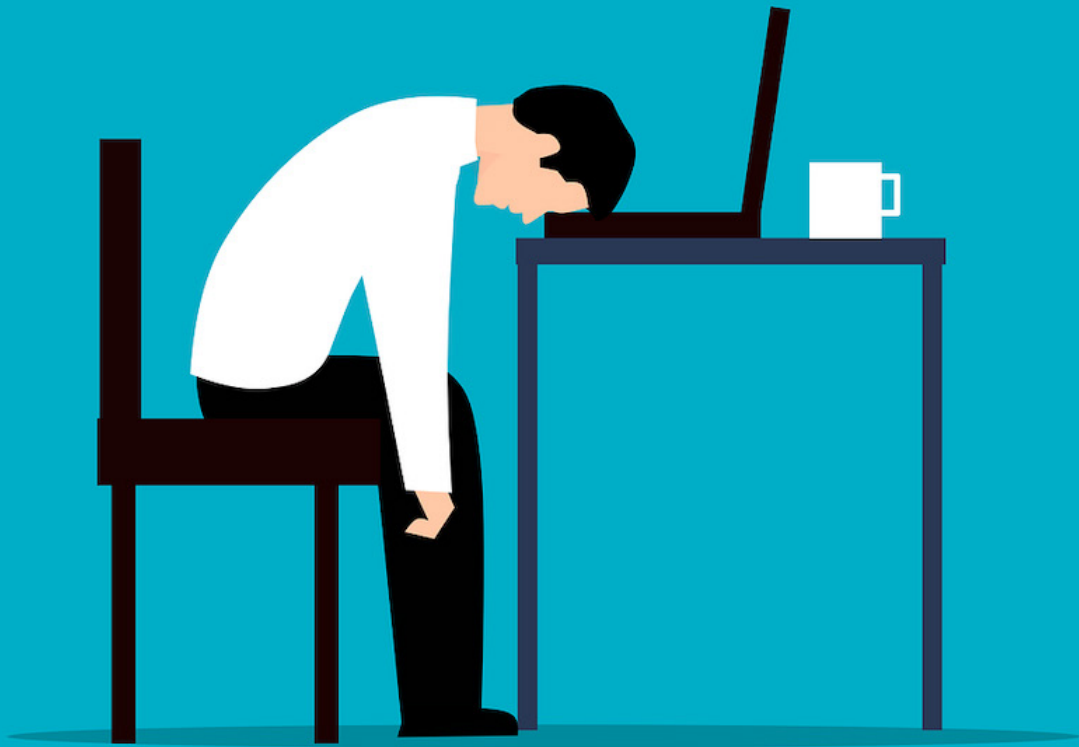
Det förekommer relativt starka reaktioner och en tydlig samstämmighet bland deltagarna när det gäller misstro mot huruvida medier egentligen är att betrakta som oberoende eller inte. Samtidigt finns det också några deltagare som ger uttryck för självreflektion kring att man själv som användare gör vissa antaganden, eller tar vissa beslut, baserat på ens egna åsikter och värderingar, alltså en medvetenhet om sin egen ”confirmation bias” och den betydelse som denna har för hur man tolkar olika nyheter:

”Och sen, egentligen så utgår jag nog egentligen från mina egna värderingar, även om det inte är så kul att erkänna, att man har en bias, men det har man ju, å om en tidning rapporterar saker som stämmer överens med min världsbild, så är jag ju troligare att känna förtroende för den än om nån rapporterar om nånting som jag inte håller med, även om det i slutändan hade varit korrekt ändå. Så jag försöker att vara så objektiv som möjligt när jag analyserar en källa, men det smyger nog in där ändå.”

Det intervjupersonen kan sägas vara inne på är vad som inom forskningen kallas för den fientliga-medier-effekten, som innebär att alla människor har en tendens att uppfatta nyhetsmediers rapportering som kritisk eller missgynnande mot den sida man själv tillhör (Vallone m.fl., 1985). Den här dynamiken är inte unik för bedömningen av nyhetsmediers rapportering kring politik utan har dokumenterats inom allt från krigsrapportering till sportjournalistik (Arpan & Raney, 2003; Kim & Billings, 2017). I de resonemang som förs bland deltagarna handlar det dock inte framför allt om att nyhetsmedierna målar upp falska bilder eller att de skriver sådant som inte stämmer överens med den egna övertygelsen (det vill säga att de rapporterar ”felaktigheter”), utan att nyhetsmedierna på nyhetsplats upplevs ge uttryck för åsikter och tar ställning i olika frågor på ett mer generellt plan, trots att journalistiken ska vara oberoende och fri från påverkan. Kritiken kan sägas ha karaktär av att kritisera nyhetsrapporteringen i stort, om än med visst fokus på den politiska rapporteringen, och då i synnerhet den journalistik som publiceras på de svenska kvälls- och morgontidningarnas nyhetssajter.

Konklusioner

- Det finns en genomgående upplevelse av att nyhetsmedierna – då framför allt dagspressen – inte är oberoende när de rapporterar om samhället. Snarare tycks det, enligt studiens deltagare, finnas vissa bakomliggande motiv till den nyhetsjournalistik som publiceras.
- Den upplevda subjektiviteten påverkar i hög utsträckning intervjupersonernas förtroende för medierna, i synnerhet för de nyhetsmedier som framför allt har sin grund i det skrivna ordet.
- På deltagarnas önskelista står en mer oberoende journalistik och mer öppenhet från nyhetsmedierna och deras journalister om var informationen som publiceras kommer ifrån.



Informationsutmattning stänger nyhetsfönstret

Nyheter och samhällsjournalistik sprids mer intensivt, snabbare och bredare än någon gång förut. Breaking news, nyhetsflashar och notifikationer avlöper varandra i nyhetsappar och på nyhetssajter, i internetforum, i webbmejl-tjänster och inte minst i flödet i sociala medier. Allt fler får information om politik och samhällsfrågor i sociala medier istället för som tidigare på nyhetsmediers traditionella plattformar. De nyheter som människor tar del av i sociala medier kommer dock oftast från etablerade nyhetsaktörer (Andersson, 2021).

Det stora utbudet av information och samhällsjournalistik beskrivs oftast vara till gagn för samhället och dess invånare då det bidrar till människors kunskap, engagemang och förståelse för samhället (Fenton, 2010). Samtidigt krävs det betydande tid, energi och mental ansträngning för att kunna identifiera vad som är relevanta nyheter i det omfattande informationsflöde som många människor dagligen möter (Park, 2019; Lee, Son & Kim, 2016). I samband med stora och extraordinära händelser kan flödet bli än mer massivt och i det närmaste bidra till en ”infodemi” där mängder av uppgifter och information – med varierande sanningshalt – sprids globalt och nationellt, vilket ytterligare utmanar människors möjlighet att navigera rätt (Statens medieråd, 2021:10). Det ständiga informationsflödet, denna tsunami av information och journalistik, kan för en del människor få negativa effekter då omfattningen blir så stor att individens kapacitet att processa och selektera information inte längre räcker till. Denna överbelastning, eller informationsutmattning – på engelska definierad som ”information overload” – bidrar till att nyheter och information upplevs som betungande och stressande, oavsett dess faktiska innehåll.

Den generella beskrivningen av ”information overload” som teoretiskt begrepp refererar till en person som utsätts för mer information än vad hon förmår bearbeta under en viss tidsperiod (Davis, 2011; Eppler & Mengis, 2004:326) och som drabbas av vad som skulle kunna kallas informationsutmattning. Det underliggande antagandet är således att en person vid en given tidpunkt bara kan smälta en viss mängd information. Något förenklat går det att skilja mellan två huvudtyper av överbelastning, en objektiv och en subjektiv. Den objektiva utgår från egenskaper och kvalitet som finns

i själva informationen, till exempel komplexitetsnivå, medan den subjektiva handlar om den stress och de känslor som individen upplever när hon möts av ett ständigt informationsflöde, till exempel förvirring, ångest, uppgivenhet och kognitiv påfrestning (Graf & Antoni, 2021; Song, Jung & Kim, 2017; Eppler & Mengis, 2004:326).

Precis som människor försöker hitta olika strategier – vissa bra, andra mindre bra – för att hantera fysisk och psykisk stress, kan tillstånd av informationsutmattning pusha individen att söka finna sätt att värja sig i vad som upplevs vara ett oöverskådligt flöde (Park, 2019; Kim, Lee & Koh, 2018). En strategi för att hantera den stress som överbelastningen genererar, är att i olika grad sluta exponera sig för den typen av information (Ahmed, 2020; Park, 2019; Song, Jung & Kim, 2017). När det gäller nyheter och samhällsjournalistik kan det handla om att sluta titta på tv-nyheter eller att avstå från att besöka vissa nyhetssajter, att sluta följa en medieorganisation, redaktion eller enskild journalist i sociala medier eller att mer övergripande upphöra med användningen av nyhetsmedier och/eller sociala medier (Chen & Chen, 2020; Hanic & Petersen, 2020; Park, 2019; York & Turcotte, 2015). Även om en del forskare har varnat för konsekvenserna av att människor väljer att undvika nyheter (se till exempel Strömbäck m.fl., 2018; Van Aelst m.fl., 2017), är nyhetsundvikande ibland nödvändigt för individens psykiska välmående (de Bruin m.fl., 2021).

En annan aspekt som också kan fresta på när nyheter ska sorteras ut från annat material, är att det i en digital värld är svårare att skilja fakta från åsikter, i termer av samhällsjournalistik respektive åsiktsjournalistik. Det kräver således mer av kognitiva processer och ökar således belastningen ytterligare.

”Det blir för mycket och det är därför jag har sagt ”Nej, nu vill jag inte det här mer!”

Flera av de som har intervjuats i studien uppger att det ibland, och i perioder, kan upplevas som att det kommer alldeles för mycket nyheter, från alla håll. Det finns ett ständigt flöde av information som är svårt att komma undan. Mobilen fylls av push-notiser, inte minst vid mycket stora nyhets-händelser, vilket kan kännas betungande. Samtidigt uttrycks en känsla av att det finns en press från samhället på att hela tiden vara uppdaterad, något som kan vara både stressande och påfrestande. För vissa kommer pressen också inifrån, då det finns en oro över att missa viktiga saker om man aktivt väljer att exempelvis slå av notiserna.

Givet tidsperioden för när intervjuerna genomfördes, april 2021 till januari 2022, är flera av de exempel som tas upp under samtalen kopplade till sådant som stått i särskilt fokus strax före och under denna period, däribland coronapandemin, det amerikanska presidentvalet 2020 och dess efterdyningar med stormningen av Kapitolium, gängskjutningar och en större explosion som inträffade i ett bostadsområde i Göteborg.

Några beskriver hur de har blivit mättade på nyheter och därför raderat nyhetsappar på mobilen och sagt upp sina digitala prenumerationer. De upplever att det hela tiden plingar i telefonen och att det är svårt att sortera bland all information som skickas ut, inte minst när det gäller vilka nyheter man ska engagera sig i:

”Ska man engagera sig i det här nya som har kommit upp, eller ska du engagera dig i nästa grej som kommer upp, och engagera sig i [nästa], eller ska man inte engagera sig alls? Alltså, det blir, jag tycker att det blir för mycket och det är därför jag har sagt ”Nej, nu vill jag inte det här mer!”.”

Det stora informationsflödet kan också leda till en känsla av att man missar viktiga händelser för att de försvinner i den stora mängden nyheter, eller att någon stor händelse tar över och trycker undan andra minst lika viktiga nyheter. Coronapandemin ges som ett exempel, men också bevakningen av det amerikanska presidentvalet hösten 2020. Flera respondenter uttrycker att det var som att bli bombarderad av nyheter och att det massiva flödet gjorde att man blev så trött att man till slut inte orkade följa med i mediernas samhällsbevakning över huvud taget.

”Som nu under Coronapandemin, det var ju dödsfall, Corona överallt, gick du in på Facebook, där var det massa artiklar, gick du in på internet det var ju i princip bara artiklar om dödsfall, och Corona, alltså överallt var det, det spelade ingen roll vart du vände dig, du såg alltid någon artikel eller headline, och det tyckte jag blev väldigt jobbigt att läsa om, att alla dör hela tiden.”

Flodvågen av nyheter som respondenterna möts av i alla möjliga kanaler och sammanhang, har också upplevts skapa känslor av utbrändhet och behov av att behöva värja sig, att pausa lite. För vissa är känslan av att det har blivit för många intryck mer intensiv än hos andra. Den gemensamma nämnaren är ofta att nyheterna utgår från att världen är dysfunktionell och att innehållet till överväldigande har en negativ inriktning där fokus ligger på kriser, katastrofer och olyckor, men att det sällan ges utrymme för hur olika problem och kriser faktiskt kan lösas.

”Det är så mycket elände. Jag har liksom fått nog, jag orkar inte med... [---] Det är som att dom aktivt försöker beskriva samhället på ett så nattsvart sätt som möjligt och det blir bara för mycket. [---] Alltså, jag mår dåligt på riktigt av det. Jag blir nedstämd. Och jag har så mycket annat som måste funka och som man måste göra, så jag har inte råd att må dåligt. Jag är förälder och har barn som jag ansvarar för, så jag måste må bra.”

Men även om det görs ett aktivt val att hålla sig borta från eller åtminstone minimera mängden nyheter, är det svårt givet hur mediasystemet och gängse kommunikationsmöjligheter ser ut. Det finns en gemensam uppfattning om att det är svårt, för att inte säga omöjligt, att hitta en helt fredad zon. Det gäller framför allt för sociala medier, där exponeringen sker mer eller mindre ofrivilligt under tiden som man uppdaterar sig om vad som händer i familjens och vänners vardag. Det gäller framför allt vid användning av Facebook och Instagram.

”Alltså, det går ju inte att undvika, för även om jag väljer bort nyhetsapparna så kommer det ibland när jag kollar [Facebook]. Och andra pratar ju om vad som har hänt i stort sett dagligen.”

Önskan om mer konstruktivt innehåll i journalistiken

En lösning på en del av informationströttheten som lyfts fram av en del deltagare, är ett ökat fokus på problemlösning i nyhetsjournalistiken, i termer av rapportering om och granskningar av hur olika samhällsproblem kan lösas, som ett komplement till den problemfokuserade nyhetsjournalistiken. Avsaknaden av mer konstruktiva element i journalistiken är för vissa deltagare skäl till att välja bort nyhetsmedier eftersom det nuvarande utbudet och inriktningen snarast ger upphov till frustration och missmod. En person konstaterar *”att bara komma med en massa problem och dumpa dom mig som läser artikeln hjälper ju ingen. ”Här har vi ett problem. Punkt”. Vad är det, liksom? Vem hjälper det?”*. Det handlar här således om att medierna inte förmår möta individernas behov, varför nyhetsanvändningen snarare blir en belastning än ett tillskott i vardagen.

Samma person fortsätter sitt resonemang genom att efterlysa just mer av konstruktiv journalistik i nyhetsrapporteringen:

”Jag vill ha mer av konstruktiva...nyheter. Mer sånt som ”den här kommunen löste det här problemet på det här sättet och det funkar jättebra” och så kan andra lära sig av det. [...] Sånt är mer intressant, än eländes eländenyheter. Typ sånt som är viktigt på riktigt och som kan göra skillnad på riktigt. [...] att visa att ”här finns det verktyg och andra har använt dom såhär”, det blir mer...då finns det möjligt att förändra.”

En annan av deltagarna tar vid och reflekterar över hur nyhetsrapporteringen både kan belysa och bevaka samhällsproblem och samtidigt bidra med konstruktiva element:

”Det bästa är väl kanske en blandning av båda varianterna? Att man både lyfter problem som politiker och företag och såna behöver ta tag i, och att man visar mer av det här som du beskriver som konstruktiva.”

En tredje deltagare menar att det inte är positiva nyheter i bemärkelsen bortsprungna katter som kommit hem igen som behövs, utan att den bästa och mest intressanta nyhetsjournalistiken framför allt är:

”[...] när de levererar nyheter med nån lösning på ett problem, och inte bara problem och problem. Så det är nog, ja men, lösning på problem, det är sånt som jag tycker är mest intressant.”

Konklusioner

- Det ständiga flödet av information online gör det svårt att dels urskilja nyheter från annan information, dels urskilja vilka nyheter som är tillförlitliga samt också att urskilja vad av innehållet från traditionella nyhetsmedier som är nyhetsjournalistik och vad som är åsiktsjournalistik.
- Informationsutmattning och nyheternas påverkan på det psykiska måendet leder till att en del personer medvetet försöker undvika nyheter. När det gått så långt att nyhetsbägaren med råge har runnit över, kan ett sista i det närmaste desperat drag vara att mobilens nyhetsappar raderas och att man säger upp sitt abonnemang på tidningssajten.
- En rak och oberoende nyhetsjournalistik med konstruktiva element är vad studiens deltagare önskar sig av traditionella nyhetsmedier.

Sammanfattande analys

Det finns oändliga möjligheter att ta del av nyheter och samhällsjournalistik för den som är intresserad av att få en övergripande bild av samhällsutvecklingen eller en fördjupande inblick i specifika ämnesområden. Samtidigt finns det små möjligheter att undvika, eller begränsa, exponeringen för nyheter, för den som har behov av en mer samlad och avgränsad rapportering om vad som sker i omvärlden, åtminstone om man är aktiv på internet.

Forskning om sällananvändare av nyheter har ofta begränsat sig till traditionella nyhetsaktörer och deras olika plattformar. Få undersöker sällanexponering för nyheter utifrån andra källor till nyheter, så som sociala medier, nyhetspoddar eller konton specialiserade på vissa samhällsfrågor eller samhällsområden. Den här studien kan förvisso inte svara på hur stor andel av respondenternas tid som läggs på traditionella medier och hur stor andel som läggs på sociala medier eller andra plattformar och aktörer som förmedlar nyheter. Studien kan dock slå fast att flödet i sociala medier, poddar, specialiserade Instagramkonton och Youtubekanaler utgör en viktig del i människors nyhetsvardag. Det gäller inte bara för unga i 20-årsåldern, utan även för personer som befinner sig nära 40-årsstreck.

Traditionella aktörer som Aftonbladet, Sveriges Television, Dagens Nyheter och lokala morgontidningar har långt ifrån spelat ut sin roll bland vuxna mellan 20 och 40 år, inte minst eftersom det vanligen är dessa som står bakom de nyheter som dyker upp i användarnas flöden i sociala medier. Samtidigt ringer dock tydliga varningsklockor, framför allt för tidningarnas nyhetssajter, då dessa upplevs som subjektiva i sin nyhetsrapportering, i synnerhet när det gäller den politiska bevakningen. Givet att oberoende och neutralitet är normativa ideal för nyhetsjournalistiken, är det minst sagt oroväckande att så många av respondenterna upplever att medierna har en dold agenda, där deras mål är att föra ut perspektiv och bilder av samhället som stämmer överens med tidningens egen linje. Här är det väsentligt att notera att det inte handlar om att respondenterna uppfattar att vissa medier skulle stå för ett vänsterperspektiv medan andra driver en tydlig högerlinje i nyhetsjournalistiken (undantaget aktörer längst ut på högerkanten), utan om en generell upplevelse av att det ligger något bakom nyhetsrapporteringen som medierna inte vill tala om för publiken, antingen det handlar om att föra ut vissa åsikter, påverka publiken i någon specifik fråga, ”lura” in publiken i olika abonnemang eller att gå någon annans ärende utan att vara öppen med det.

Kanske kan en förklaring vara att det finns en tydlig medvetenhet om betydelsen av källkritik bland samtliga personer som har intervjuats i studien. Samtidigt förefaller det finnas en klar sammanblandning, eller sammanvävning, av nyhetssajternas nyhetsjournalistik å ena sida och opinionsjournalistik å andra, där materialet löper om vartannat utan tydliga sektioneringar, såsom i den tryckta tidningen. Här har medierna onekligen ett stort ansvar att tydliggöra för publiken vad som är vad, det vill säga vilka premisser som nyhetsjournalistiken bygger på, hur nyhetsurval och vinklar väljs, vilka principer och förutsättningar som nyhetsjournalister arbetar utifrån, och varför vissa journalister producerar innehåll som tar tydlig ställning i olika frågor, vad syftet är med att erbjuda den typen av innehåll, liksom nödvändigheten bakom att blanda dessa båda innehållstyper – det vill säga att publicera dem i anslutning till varandra. Även om journalister och redaktionella ledare själva ser vattentäta skott mellan nyhetsjournalistik och opinionsjournalistik, är gränsen långtifrån tydlig för publiken – i synnerhet inte när innehållet blandas i ett digitalt flöde. Åsikter är något helt annat än fakta och oberoende nyhetsjournalistik, och det som deltagarna i den här intervjustudien efterfrågar är det senare.

Flera av respondenterna betonar vikten av att ta del av nyheter och annan samhällsjournalistik. Men samtidigt som det är viktigt att ta del av nyheter, förmedlas också en bild av att det inte kan ske helt villkorslöst. Framför allt kan det inte ske på bekostnad av den enskilda individens mående. Ett centralt resultat från studien är att många mår dåligt av det ständiga flödet av nyheter och information som de utsätts för liksom av nyhetsjournalistikens innehåll, med fokus på problem och elände, för att använda några av respondenternas egna beskrivningar. Vissa personer beskriver en trötthet och uppgivenhet som leder till att man inte orkar engagera sig alls i nyheterna, en form av informationsutmattning, eller "information overload", som är det engelska begreppet för denna situation. Frågan är vilka konsekvenser detta kan komma att få framöver? Idealt ska människor i en demokrati ta ansvar, skaffa sig kunskap, agera och reagera. Det som framkommer i den här studien, liksom i andra, är en situation där människor snarare värjer sig för att hitta överlevnadsstrategier i det som har kommit att blivit ett informationssamhälle. Känslan av maktlöshet är hos vissa respondenter påtaglig.

När det gäller det psykiatriska området kan känslor av maktlöshet utgöra riskfaktorer för att drabbas av exempelvis depression, där minskad aktivitet utgör ett (av flera) symtom. Kanske är liknelsen något hårdragen, men det är knappast gynnsamt vare sig för demokratin, medierna eller den enskilde, om allt fler av samhällets medborgare skulle bli informationsutmattade. En av studiens deltagare, som varit inne på denna fråga, har redan citerats i avsnittet Upplevd subjektivitet stöter bort publiken i rapporten, men hens farhåga är värd att upprepas igen. Det handlar om ett scenario som är betydelsefullt inte minst i relation till de allmänna val som stundar år 2022: *"till slut så kommer kanske inte nån att rösta i till exempel valet"*. Det är förstås en delikat fråga att försöka bena ut vad lösningen är på de problem och upplevelser som många av deltagarna i den här studien ger uttryck för. Om de själva får ge ett förslag, torde det vara att nyhetsmediernas innehåll ska präglas av mer av lösningsorienterad, konstruktiv journalistik.

Referenser

- Ahmed, S.T. (2020). Managing news overload (MNO): The COVID-19 infodemic. *Information*, 11(8), 375.
- Andersson, U. (2019). Förtroendet för journalistiken. I M. Karlsson & J. Strömbäck (red) *Handbok i journalistikforskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Andersson, U. (2021). Sällananvändare av nyheter. Sociala medier, politiskt intresse och tillit spelar avgörande roller. Rapport 2021:2. Lindholmen, Medier & Demokrati.
- de Bruin, K., de Haan, Y., Vliegenthart, R., Kruikemeier, S. & Boukes, M. (2021). News avoidance during the Covid-19 crisis: understanding information overload. *Digital Journalism*, 9(9), 1286–1302.
- Bergström, A. (2016). Nyheter – både plikt och nöje. I J. Ohlsson, H. Oscarsson & M. Solevid (red) *Ekvilibrum*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Bergström, A. & Jervelycke Belfrage, M. (2018). News in social media. Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(7): 583–598.
- Chen, V.Y. & Chen, G.M. (2020). Shut down or turn off? The interplay between news overload and consumption. *Atlantic Journal of Communication*, 28(2), 125–137.
- Davis, N. (2011). Information overload, reloaded. *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, 37(5), 45–49.
- Edgerly, S. (2017). Seeking Out and Avoiding the News Media: Young Adults' Proposed Strategies for Obtaining Current Events Information. *Mass Communication and Society*, 20(3), 358–377.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). The concept of information overload: A review of the literature from organization science, accounting, MIS, and related disciplines. *The Information Society*, 20(5), 325–344.
- Fenton, N. (2010). *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Fletcher, R. & Nielsen, R.K. (2017). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media & Society*, 20(7), 2450–2468.
- Graf, B. & Antoni, C.H. (2021). The relationship between information characteristics and information overload at the workplace - a meta-analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(1), 143–158.
- Ha, L., Xu, Y., Yang, C., Wang, F., Yang, L., Abuljadail, M., Hu, X., Jiang, W. & Gabay, I. (2018). Decline in news content engagement or news medium engagement? A longitudinal analysis of news engagement since the rise of social and mobile media 2009–2012. *Journalism*, 9(5), 718–739.
- Hanic, A. & Petersen, J. (2020). Nyhetsundvikare eller selektiv – en kvalitativ studie om varför människor väljer bort traditionella nyheter. Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet. <https://expo.jmg.gu.se/wp-content/uploads/1134.pdf>
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D. & Logan, D. (2012) Share, like, recommend. *Journalism Studies*, 13(5–6), 815–824.
- Internetstiftelsen (2021). Svenskarna och internet 2021. En årlig studie av svenska folkets internetvanor. <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2021/09/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2021.pdf>
- Jervelycke Belfrage, M. (2016). *Både slumpmässig och planerad: Ungas nyhetskonsument i sociala medier*. Göteborg: Inst. för journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet.

- Kim, K.S., Lee, S.K. & Koh, J. (2018). Antecedents and coping strategies in perceived news overload and news uses. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 62(5), 7–36.
- Lee, S. K., Kim, K. S., Koh, J. (2016). Antecedents of news consumers' perceived information overload and news consumption pattern in the USA. *International Journal of Contents*, 12(3), 1–11.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D.A. & Nielsen, R.K. (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A. & Kleis Nielsen, R. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019*. reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
- Newman, N., Fletcher, R., Schultz, A., Andi, S., Robertson, C.T. & Nielsen, R.K. (2021). *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
- Oleskog Tryggvason, P. & Andersson, U. (2022). Svenska folkets uppfattningar om nyhetsmediernas vänster-högerplacering. I U. Andersson, H. Oscarsson, B. Rönnerstrand & N. Theorin (red) *Du sköra nya värld*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Park, C.S. (2019). Does too much news on social media discourage news seeking? Mediating role of news efficacy between perceived news overload and news avoidance on social media. *Social Media + Society*, 5(3).
- Patton, M.Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods. Integrating theory and practice*. Thousand Oaks, CA.: SAGE.
- Proposition 2018/19:136 (2019). Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025. <https://data.riksdagen.se/fil/1C952CBD-8CF0-45C7-B00F-929DDC0DAF8B>
- Rubin, A.M. & Perse, E.M. (1987). Audience activity and television news gratifications. *Communication Research*, 14(1), 58–84.
- Ruggerio, T.E. (2000). Uses and Gratification Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37.
- Schroeder, K.C. (2016). The nature of news avoidance in a digital world. I *Reuters Institute Digital News Report 2016*. <http://www.digitalnewsreport.org/essays/2016/nature-news-avoidance-digitalworld/>
- Song, H., Jung, J., Kim, Y. (2017). Perceived news overload and its cognitive and attitudinal consequences for news usage in South Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94, 1172–1190.
- SOU 1975:78 (1975). *Svensk press. Pressens funktioner i samhället*. Stockholm: Fritzes förlag.
- SOU 1995:37 (1995). *Vårt dagliga blad. Stöd till svensk dagspress*. Stockholm: Fritzes förlag.
- Statens medieråd (2021). *Ungar & Medier 2021*. Stockholm: Statens medieråd. https://www.statensmedierad.se/download/18.57e3b0a17a75fbf0654916e/1632377641632/Ungar%20och%20medier%202021_anpassad.pdf
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: Four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331–345.
- Strömbäck, J. (2015). *Demokratin och det förändrade medielandskapet. Mot ökade kunskapsklyftor och deltagandeklyftor?* Rapport skriven på uppdrag av 2014 års demokratiutredning.
- Strömbäck, J. (2017). News Seekers, News Avoiders, and the Mobilizing Effects of Election Campaigns: Comparing Election Campaigns for the National and the European Parliaments. *International Journal of Communication*, 11, 237–258.
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M. & Shehata, A. (2013). The dynamics of political interest and news media consumption: A longitudinal perspective. *International Journal of Public Opinion*

Research, 25(4), 414–435.

- Strömbäck, J., Falasca, K. & Kruikemeier, S. (2018). 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.
- Sundar, S. & Limperos, A. (2013). Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Tsfati, Y. & Cappella, J. (2005). Why do people watch news they do not trust? The need for cognition as a moderator in the association between news media skepticism and exposure. *Media Psychology*, 7(3), 251–271.
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., Aalberg, T., Esser, F., de Vreese, C., Matthes, J., ... James Stanyer (2017). Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3–27.
- Wadbring, I. & Bergström, L. (2021). Audiences behind the Paywall: News Navigation among Established versus Newly Added Subscribers. *Digital Journalism*, 9(3), 319–335.
- York, C. & Turcotte, J. (2015). Vacationing from Facebook: adoption, temporary discontinuance, and readoption of an innovation. *Communication Research Reports*, 32(1), 54–62.

Metodbilaga

Intervjustudie

Undersökningens kvalitativa studie är gjord i form av gruppintervjuer, där totalt 24 respondenter har ingått. Sex gruppintervjuer har genomförts och deltagarantalet per intervjutillfälle har varierat mellan 3–5 personer. Insamlingen av intervjumaterial har skett under perioden april 2021 till januari 2022. Intervjuerna har varit semistrukturerade med en övergripande struktur av fasta grundfrågor som respondenterna har fått prata fritt runt. Om diskussionen varit på väg bort från huvudfrågorna har intervjuaren lotsat deltagarna tillbaka till den röda tråden. Likaså har följdfrågor ställts i de fall det har bedömts relevant för att hålla igång diskussionen. En önskan med gruppintervjuerna är att få deltagarna att resonera och reflektera kring sina egna erfarenheter och uppfattningar i olika frågor som rör nyheter och samhällsjournalistik. Detta upplägg kan dock innebära att deltagarna påverkas av varandras svar och medvetet eller omedvetet anpassar de egna svaren efter andra gruppdeltagare. Även om det förstås har förekommit att någon besvarat en fråga genom att hänvisa till det svar som deltagare före angett, har grupperna överlag präglats av att deltagarna svarat på helt olika sätt i de flesta frågor.

Deltagarna befinner sig i åldersspannet 20–39 år, med en övervikt för åldersgruppen 20–29 år. Drygt två tredjedelar definierar sig som kvinnor och resterande tredjedel som män. Något mer än en handfull av deltagarna, hälften kvinnor, hälften män, har barn. Utbildningsmässigt kan ungefär två tredjedelar av gruppen beskrivas som lågutbildad, där högsta avslutade utbildningsnivå är som mest gymnasieutbildning. I samband med intervjuerna befann sig en relativt stor andel i processen att läsa upp betyg alternativt läsa in ämnen för att uppfylla kraven på fullgjord gymnasieutbildning. I gruppen som helhet finns det också några personer som har läst någon form av eftergymnasial yrkesutbildning (ej högskolenivå), studerat vid universitet/högskola respektive har examen från universitet/högskola. De flesta har någon form av arbetslivserfarenhet. Omfattningen varierar huvudsakligen utifrån individernas ålder.

Bland deltagarna finns några personer som uttrycker ett större intresse för nyheter och som också redogör för en regelbunden användning av en bredare repertoar av nyheter. De flesta har dock ett mer begränsat intresse för att ta del av nyheter och kan, givet sin egen beskrivning av vilka medier de använder och hur ofta de exponeras för nyheter, definieras som sällananvändare.

Inför och under gruppintervjuerna har respondenterna fått information om att allt intervjumaterial kommer att hanteras konfidentiellt och att resultatredovisningen kommer att göras utan att någon enskild individ är möjlig att identifiera. Deltagarna har också fått veta att de närhelst kan dra tillbaka sitt medgivande att deras svar får användas inom ramen för studien.

Intervjustudien genomfördes under en tidsperiod då samhället befann sig i en pandemi. Det påverkade huruvida gruppintervjuerna kunde göras på plats eller om de behövde ske digitalt. Mot bakgrund av rådande restriktioner kom intervjuerna att genomföras digitalt. Bedömningen är att denna distans i rum dock inte har spelat någon roll för intervjumaterialets kvalitet med avseende på intervjupersonernas interaktion med varandra.

Den nationella SOM-undersökningen 2021

SOM-undersökningarna genomförs varje år sedan 1986 av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Syftet med undersökningarna är att kartlägga svensk opinion och belysa hur svenska folkets

vanor och attityder förändras över tid. SOM-institutet är en centrumbildning vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation (JMG) samt en fakultetsgemensam forskningsinfrastruktur vid samhällsvetenskapliga fakulteten, Göteborgs universitet. Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner vid svenska universitet och högskolor. Metodredovisningar och resultat publiceras bland annat i SOM-institutets rapportserie och i fördjupade analyser i årliga forskarantologier. Alla publikationer finns tillgängliga på SOM-institutets webbsida www.gu.se/som-institutet/resultat-och-publikationer/rapporter.

Fältarbetet för den nationella SOM-undersökningen följer i huvudsak samma upplägg från år till år. Undersökningsdesignen består av blandad datainsamling (mixed mode) där data samlas in via både post- och webbenkäter. Enkäterna skickas ut till ett systematiskt sannolikhetsurval av den svenska befolkningen, bestående av alla svenska och utländska medborgare med primär adress i Sverige och som är mellan 16 och 85 år. År 2021 ingick 24 500 personer i det totala urvalet, fördelat på sju editioner av enkäten. Varje formulär omfattar 12 frågesidor där ett antal sidor omfattar frågor som är gemensamma för samtliga editioner medan övriga sidor omfattar projektspecifika frågor, vilka varierar mellan de olika formulären. Frågorna om användning av olika nyhetsmedier (se figur 1) återfinns i samtliga editioner, medan frågorna om eget intresse för nyheter (figur 2) har funnits med i en edition (formulär 6). Samtliga frågeformulär återfinns på SOM-institutets webbsida, under fliken ”2021 – Sverige – Västsverige – Göteborg – Coronaundersökningen”: <https://www.gu.se/som-institutet/som-undersokningarna/frageformular-och-kodbocker>.

Svaren samlades in under september till december 2021. En stor andel av svaren inkom tidigt och cirka en månad in i fältarbetet hade majoriteten av de slutgiltiga svaren kommit in. Under fältperioden genomfördes en serie påminnelser via post och SMS. Nettosvarsfrekvensen 2021 blev 49 procent.

Tidigare rapporter från Medier & demokrati

Rapport 2022:1

50 mediechefer om AI och automatisering

Publicerad 8 februari 2022

Rapport 2021:3

Lokalredaktör 2.0

Publicerad den 15 december 2021

Rapport 2021:2

Sällananvändare av nyheter: delrapport 1

Publicerad den 4 maj 2021

Rapport 2021:1

Den lokala journalistikens återkomst

Publicerad den 9 februari 2021

Rapport 2020:3

Konstruktiv journalistik – lägesrapport om en omstridd rörelse

Publicerad 30 september 2020

Rapport 2020:2

AI, journalistiken och medieaffären

Publicerad 16 juni 2020

Rapport 2020:1

Beta Borås accelererar BT:s digitala resa

Publicerad 10 mars 2020

Rapport 2019:4

AI och journalistiken

Publicerad 17 december 2019

Rapport 2019:3

Nyhetsmedierna och publiken

Publicerad 19 november 2019

Rapport 2019:2

Medierna och lokalvalen 2018

Publicerad 20 maj 2019

Rapport 2019:1

Facebook-kartan vässade SVT:s valbevakning

Publicerad 19 mars 2019

Rapport 2018:6

Folkbildning och lekfullhet lockar 25-35-åringar

Publicerad 12 december 2018

Rapport 2018:5

Kreativa berättargrepp förnyade valbevakningen

Publicerad 16 oktober 2018

Rapport 2018:4

Från gratis till betalinnehåll

Publicerad 4 september 2018

Rapport 2018:3

Interaktiv innovation imponerar

Publicerad 19 juni 2018

Rapport 2018:2

Växla ned i print – flipp eller flopp?

Publicerad 24 april 2018

Rapport 2018:1

Facebook nu jämsides med norska lokalmedier

Publicerad 26 mars 2018

Rapport 2017:1

300 procent upp för prisat journalistiskt integrationsprojekt

Publicerad 21 december 2017

Samtliga rapporter finns att ladda ner:

medierochdemokrati.lindholmen.se/publikationer

Kontakter

Rapportförfattare

Ulrika Andersson

Docent i journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet

ulrika.andersson@som.gu.se

Telefon: +46 (0)31-7864974

Medier & demokrati, Lindholmen Science Park

Martin Holmberg

Programansvarig

martin.holmberg@lindholmen.se

Telefon: +46 (0)31-7647061

MEDIER&DEMOKRATI

Medier & demokrati leds av Lindholmen Science Park och finansieras av Västra Götalandsregionen och Riksbankens Jubileumsfond. Satsningen stöds också av bland andra Sveriges kommersiella medier inom TU Medier i Sverige, public servicebolagen Sveriges Television och Sveriges Radio, Sveriges ledande medieakademier som Göteborgs universitet, Jönköping University, Karlstads universitet, Linnéuniversitetet, Mittuniversitetet och Södertörns högskola. Därtill av internationella aktörer som Nordicom, den globala branschorganisationen WAN-IFRA samt i Norge av utvecklingsnätverket NxtMedia och bransch- och utgivarorganisationen Mediebedriftenes Landsforening (MBL).