

Programansvarig: Martin Holmberg
Lindholmen Science Park
Datum: 2021-05-04

RAPPORT
2021:2
Sällananvändare av nyheter: delrapport 1

SÄLLANANVÄNDARE AV NYHETER

– sociala medier, politiskt intresse och tillit spelar avgörande roller



I åldersgruppen 20-29 är andelen sällananvändare fyra procent om nyhetsläsning i sociala medier räknas in, och åtta procent om sociala medier utesluts.

Hur många tar sällan eller aldrig del av nyheter? Den frågan är i fokus för denna rapport om hur användningen av nyheter och medier ser ut i Sverige. Medieforskaren Ulrika Anderssons analys ger många svar; som att sällananvändarna är yngre och relativt få, mycket tack vare sociala medier. Gruppen har också lägre förtroende för andra människor, samhällsinstitutioner och medier.

Innehåll

Medier & demokratis rapporter	3
Sammanfattning	4
Inledning	5
Forskning om nyhetsundvikare och sällanexponering	7
Långsiktiga förändringar i svenska nyhetsvanor	10
Sociala medier centrala för yngres exponering för nyheter	14
Vilka är sällananvändarna?	20
Referenser	26
Metodbilaga	29
Tidigare rapporter från Medier & demokrati	31
Kontakter	32

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 16 i serien och handlar om de grupper i den svenska allmänheten som sällan eller aldrig tar del av nyheter och samhällsjournalistik.

Rapporten, som heter ”Sällananvändare av nyheter”, är skriven av medieforskaren Ulrika Andersson, docent i journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet.

I rapporten analyserar hon bland annat hur stor andel av olika åldersgrupper som är sällananvändare av nyhetsjournalistik, och hur viktiga sociala medier har blivit särskilt för yngres nyhetskonsumtion. I ett avsnitt granskas också vilka sällananvändarna är, och hur de skiljer ut sig jämfört med gruppen nyhetsanvändare.

Denna första delrapport från forskningsprojektet ”Medieborgare i nyhetsskugga” kommer att följas av ytterligare rapporter. 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 ny 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 användning av nyheter och nyhetsmedier ser ut i den svenska allmänheten. I centrum står frågan om vilka grupper det är som väljer att inte ta del av nyheter eller samhällsjournalistik. Sverige har sedan länge karakteriserats av en hög andel nyhetskonsumenter i den vuxna befolkningen. Samtidigt pekar forskare på att andelen nyhetsundvikare har ökat.

Med utgångspunkt i den nationella SOM-undersökningen respektive Medborgarpanelen, båda genomförda av SOM-institutet vid Göteborgs universitet, granskas hur stor andel av 20–29-åringar, 30–44-åringar samt 45–79-åringar som sällan eller aldrig tar del av nyheter. Forskning har länge visat att den yngre delen i den vuxna befolkningen ofta har en lägre exponering för nyheter jämfört med äldre. Och det är också bland dessa som en högre andel nyhetsundvikare, eller snarare sällananvändare, hittas. Med sällananvändare avses här individer som tar del av nyhetsmedier mer sällan än en dag per vecka.

- I åldersgruppen 20–29 år uppgår andelen sällananvändare till 4 procent om nyhetsläsning i sociala medier räknas in i användningen och 8 procent om sociala medier utesluts.
- Bland 30–44-åringar är andelen sällananvändare 3 procent när sociala medier ingår i nyhetsanvändningen och 5 procent om dessa utesluts.
- Andelen sällananvändare i gruppen 45–79-åringar ligger på 2 procent, en andel som håller sig stabil oavsett om nyhetskonsument i sociala medier inkluderas i analysen eller inte.

Eftersom sociala medier är en av de viktigaste plattformarna för nyhetskonsument bland individer i åldrarna 20–29 år och 30–44 år, har forskningsstudien granskat vad det egentligen är människor menar när de säger att de tar del av nyheter i sociala medier. Resultaten visar att de allra flesta menar sådant som handlar om politik, samhällsfrågor, sport, kultur och nöje, och att detta material till större delen härrör från traditionella nyhetsaktörer. Det innebär att beräkningen av andelen sällananvändare bör baseras på användning av såväl traditionella nyhetsmedier som konsumtion av nyheter i sociala medier.

När sällananvändarna granskas närmare, här med utgångspunkt i åldersgruppen 20–44-år, framträder distinkta skillnader jämfört med gruppen nyhetsanvändare. Förutom att sällananvändarna i högre utsträckning består av yngre individer, finns det en viss överrepresentation av män, lågutbildade och låginkomsttagare i gruppen. Vidare är andelen med utländsk bakgrund större, nöjdheten med det egna livet något lägre och tilliten till andra människor tydligt mindre.

Sällananvändarna utmärker sig också genom att vara betydligt mindre intresserade av politik och något mindre nöjda med hur demokratin fungerar i Sverige. Även förtroendet för centrala samhällsinstitutioner och samhällsaktörer är lägre än bland nyhetsanvändare, i synnerhet när det gäller förtroende för medier och för politiker.

Inledning

Utbudet av journalistik och underhållning har, liksom de tekniska förutsättningarna för att konsumera nyhetsmedier, revolutionerats de senaste decennierna. Konkurrensen mellan olika typer av medier om användarnas tid och pengar har ökat kraftigt och sett till den totala konsumtionen av samhällsjournalistik är det tydligt att det håller på att ske, om inte en fullständig övergång, så åtminstone en balansering i hur stor del av användningen som läggs på plattformar som print och tablå och hur stor del av konsumtionen som har flyttats över till digitala plattformar. Det sker även en balansering i hur stor del av användningen som är knuten till mer traditionella medier som dagspress, tv och radio (oavsett plattform) respektive sociala nätverksmedier och alternativa nyhetsmedier.

Det ständigt växande utbudet av kanaler har tillsammans med ett alltmer nischat medieinnehåll inneburit betydligt större möjligheter att välja medieinnehåll efter personliga preferenser. Visserligen har det även tidigare i mediehistorien varit möjligt att göra aktiva val mellan olika medier, framför allt gällande morgonpressen då det på många orter publicerades tidningar med olika partipolitisk inriktning (Hadenius & Weibull, 1991). Men valet mellan att prenumerera på en socialdemokratisk eller en liberal morgontidning – eller en tidning med någon annan politisk färg – innebar trots allt en mer begränsad valmöjlighet jämfört med det utbud som står till förfogande för 2020-talets medieanvändare. Forskare har hävdats att det med den kraftiga expansionen av medier, plattformar och innehåll också har följt ökad möjlighet att aktivt välja bort medier och innehåll som inte upplevs som lika intressanta för den enskilde – däribland samhällsjournalistik och nyhetsmedier (Ksiazek m fl, 2010; Stroud, 2011; Feldman m fl, 2013, 2018).

En sådan utveckling har bedömts kunna få konsekvenser för människors möjlighet till delaktighet i och förståelse för samhället. Exponering för nyhetsmedier har i flera studier visat sig korrelera positivt med politisk kunskap och politiskt engagemang (se t.ex. Delli Carpini & Keeter, 1996; Aalberg & Curran, 2012). En förändring i riktning mot att allt fler människor medvetet eller omedvetet väljer bort möjligheten att ta del av samhällsjournalistik skulle i det långa loppet i så fall kunna utgöra ett potentiellt problem för demokratin (jfr Van Aelst m fl, 2017). Sett ur ett mediernas perspektiv skulle det också kunna innebära en påtaglig risk för att den professionella journalistiken försvagas och att nyhetsbärande mediers roll i samhället minskar (Nielsen & Selva, 2019).

Den svenska demokratin firar just nu 100 år. På vägen mot att nå allmän och lika rösträtt spelade den fria pressen en central roll. Det var i tidningar och tidskrifter som den offentliga debatten om allmän rösträtt fördes. Så här ett sekel senare, i en tid av oändlig tillgång till medier, utgör nyhetsbärande medier fortfarande ett av samhällets grundläggande fundament. Men om andelen som sällan eller aldrig tar del av nyheter och samhällsjournalistik har blivit större, såsom hävdas av en del forskare, finns alltså risk för ogynnsamma konsekvenser för både demokratin och för medierna. Det är därför av betydelse att söka förstå vad som kan tänkas ligga bakom en låg exponering för samhällsjournalistik och nyhetsmedier.

Den här rapporten är en del av forskningsprojektet ”Medieborgare i nyhetsskugga”. Projektet syftar till att fördjupa kunskapen om hur exponering för samhällsjournalistik ser ut bland grupper som kan beskrivas som sällananvändare av nyhetsmedier. I tidigare forskning har ofta begreppet nyhetsundvikare använts för att beskriva denna grupp, ett begrepp som emellertid är något problematiskt då det indikerar att individen aldrig tar del av nyheter och att det dessutom föregås av ett aktivt val. Snarare är det en uttalad sällanexponering som kan sägas definiera gruppen. Hur ofta sällan är, varierar dock.

I studiens blickfång står populationen av 20–44-åringar, det vill säga den grupp som i studier visat sig vara mest sannolik att ha en låg exponering för samhällsjournalistik. Gruppen har också visat sig vara mindre trogen jämfört med äldre medieanvändare. Det är exempelvis vuxna i denna åldersgrupp som står för en stor del av tillströmningen av nya digitala prenumeranter hos svenska morgontidningar, vilket inte minst kunde ses i samband med valet 2018 och under coronapandemin. Men lika snabbt som de strömmar till, lämnar de sedan för att gå vidare till någon annan medieaktör (jfr Jonzon, 2018). Det finns således många skäl till varför medieborgare i den vuxna befolkningens yngre skikt är relevanta att studera.

De övergripande forskningsfrågor som rapporten tar sin utgångspunkt i handlar om i vilken utsträckning – om alls – andelen sällananvändare har ökat över tid i den svenska befolkningen, i vilken mån mönstret i exponering för nyheter och samhällsjournalistik skiljer sig i gruppen sällananvändare jämfört med gruppen av frekventa användare, utöver det faktum att exponeringen sker mer sällan. Därtill görs jämförelser mellan de båda grupperna med avseende på exempelvis samhällsengagemang, förtroende och levnadsvanor.

De analyser som görs i rapporten baseras på högkvalitativ surveydata insamlad av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. En närmare beskrivning av de enkätundersökningar som används, den nationella SOM-undersökningen respektive Medborgarpanelen, finns sist i rapporten.

Denna första delrapport från forskningsprojektet ”Medieborgare i nyhetsskugga” kommer att följas av ytterligare rapporter som bland annat utgår från en intervjustudie respektive en panelstudie som också ingår inom ramen för projektet.

Rapportförfattare:
Ulrika Andersson

Docent i journalistik, medier och kommunikation
vid Göteborgs universitet.



Forskning om nyhetsundvikare och sällanexponering

De individer som i ett landskap av oändliga möjligheter att konsumera nyheter, väljer att aldrig, eller åtminstone sällan, ta del av någon form av nyhetsbärande media har inom forskningen oftast kommit att beskrivas som nyhetsundvikare. Bland de engelska begrepp som har använts för att benämna denna grupp hittas bland annat "news avioder", "non-user of news", "low user of news", "minimalists" och "intermittents" (jfr Skovsgaard & Andersen, 2020).

Flera studier som gjorts under 2000-talets två första decennier har pekat mot att andelen nyhetsundvikare bland medborgare i den västerländska delen av världen är relativt hög. Exakt hur nivåerna ser ut skiljer sig dock mellan olika länder, bland annat beroende på hur respektive lands mediasystem är uppbyggt, men också på att gränsdragningen för vad som betraktats som nyhetsundvikande har varierat stort mellan olika studier.

De första "larmen" om en ökande andel nyhetsundvikare, kom från amerikanska forskare som i sina studier tyckte sig se att andelen amerikaner som valde bort nyheter till förmån för underhållningsbaserat innehåll hade blivit allt större (Prior, 2007; Ksiazek m fl, 2010). Resultat från europeiska studier pekade i en liknande riktning, då andelen européer som sällan tog del av nyheter om samhälle och politik via radio, tv eller dagspress föreföll ha ökat (Blekesaune m fl, 2012; jfr Trilling & Schönbach, 2013). Variationerna mellan de europeiska länderna har dock varit stora. Exempelvis har de nordiska länderna utmärkt sig genom att ha en relativt låg andel nyhetsundvikare, även om forskare har menat att andelen ökat (Blekesaune m fl, 2012; Strömbäck m fl, 2013; Shehata m fl, 2015). I senare studier har också nyhetskonsumtion online – eller kanske snarare frånvaron av denna – legat i forskares fokus, inte minst i form av jämförelser mellan analogt och digitalt nyhetsundvikande (Trilling & Schönbach, 2013; Lee & Yang, 2014; Mosca & Quaranta, 2016). Likaså har samband mellan nyhetsundvikande och politiskt deltagande studerats (Strömbäck, 2017; Strömbäck m fl, 2018).

Det har emellertid visat sig finnas betydande svårigheter förknippade med att mäta storleken på den grupp som sällan eller aldrig tar del av nyheter. Gränsdragningen för vad som betraktas som nyhetsundvikande eller inte skiljer sig mellan olika studier. I fokus för många forskningsstudier har ofta legat exponering för nyheter om politik liksom exponering för nyheter i traditionell media, så som dagspress, radio och tv. Med olika gränsdragningar har, inte särskilt förvånande, följt en påtaglig variation i hur stor andelen nyhetsundvikare beräknats vara. Ksiazek med kollegor (2010) klassificerade exempelvis närmare hälften av alla amerikaner som nyhetsundvikare. Och i en koreansk studie bedömdes så många som tre av fyra koreaner vara nyhetsundvikare (Lee & Yang, 2014). Studier likt dessa, vilka långt ifrån är de enda, mäter dock egentligen inte andelen människor som aldrig tar del av nyheter, utan snarare det faktum att de flesta människor i valet mellan underhållningsbaserat innehåll och nyheter om politik oftast föredrar underhållning.

Andra forskare har specificerat nyhetsundvikare utifrån frekvens i användningen av nyhetsmedier. Även här har det dock förekommit skillnader i gränsdragningen mellan undvikare och användare. I en del studier har gränsen för nyhetsundvikande satts vid användning max en dag per vecka (Papaathanassopopoulos m fl, 2013; Shehata, 2016), i andra har gränsen varit användning mer sällan än en dag per vecka (Andersson, 2015; Helgerud, 2015; Rouw & Hermans, 2015), och i ytterligare andra har det handlat om användning mer sällan än en gång per månad (Schroeder, 2016).

Därtill har forskare också baserat uppskattningar av andelen nyhetsundvikare på huruvida människor själva uppger att de ibland aktivt försöker undvika nyheter. I studier gjorda av Reuters Institute har andelen nyhetsundvikare i de nordiska länderna med detta mått skattats till cirka 20 procent (Newman m fl, 2017). Spridningen bland de 35 länder som ingick i studien varierade stort, från 6 procent nyhetsundvikare i Japan till nästan 60 procent i länder som Grekland och Turkiet. I Storbritannien bedömdes närmare 25 procent av befolkningen vara nyhetsundvikare, en andel som visat sig vara relativt konstant över tid (Fletcher m fl, 2020). I vilken omfattning och hur ofta detta undvikande sker eller om det är kopplat till specifika ämnesområden, är dock oklart. Givet den litteratur som refererats i styckena ovan kan det konstateras att andelen nyhetsundvikare varierar alltifrån en knapp tiondel till omkring halva befolkningen, beroende på vilket av alla dess olika mått som används.

I flera studier lyfts kvinnor fram som särskilt överrepresenterade bland nyhetsundvikare (Poindexter, 2008; Schroeder & Blach-Orsten, 2016; Kalogeropoulos, 2017; Newman m fl, 2017; De Cock m fl, 2018; Toff & Palmer, 2019). Skälen till varför kvinnor tar del av nyheter i lägre utsträckning än män har bland annat förklarats av ett lägre intresse för politik och samhällsfrågor (Ksiazek m fl, 2010), större sensitivitet för negativa nyheter (Woodstock, 2014) samt tidsbrist, då kvinnor i hög utsträckning dubbelarbetar (Toff & Palmer, 2019). Att nyheterna upplevs som allt för negativa är något som såväl män som kvinnor lyfter fram som ett av de vanligaste skälen till att undvika nyheter. Den typen av nyheter upplevs ha en negativ påverkan på det egna humöret (Woodstock, 2014; Helgerud, 2017; Newman m fl, 2017:41). Andra vanliga skäl har varit osäkerhet kring om det verkligen går att lita på nyheterna samt känslan av att som individ helt sakna möjlighet att påverka de samhällsproblem, olyckor och katastrofer som lyfts fram i nyhetsbevakningen (Woodstock, 2014; Helgerud, 2017; Newman m fl, 2017:41; Toff & Palmer, 2019).

Även om en hel del forskare är av uppfattningen att det finns en mer eller mindre stor andel nyhetsundvikare bland den vuxna befolkningen, finns det enstaka studier som pekar i andra riktningen genom att indikera att andelen nyhetsundvikare sannolikt inte är riktigt så stor som många forskare hävdar. Det handlar då framför allt om gruppen av yngre vuxna, där exponeringen för nyheter visat sig vara mer slumpmässig än i andra åldersgrupper. Med slumpmässighet menas här att individen exempelvis stöter på nyheter i sitt flöde i sociala medier, utan att det har varit den egentliga avsikten att ta del av nyheter. För att beskriva denna situation har begrepp som planerad respektive slumpmässig nyhetsanvändning använts (på engelska, "planned" och "accidental") (Bergström & Jervelycke Belfrage, 2018; Jervelycke Belfrage, 2018; Schroeder, 2016; Meijer, 2007). Den relativt stora omfattningen av slumpmässig exponering för nyheter bland yngre, har pekat mot att andelen verkliga nyhetsundvikare i realiteten är lägre än vad som har uppmätts i studier med primärt fokus på press, radio och tv.

Beroende på intressen och intentioner är preferensen för nyheter också olika stark, eller svag, hos olika individer. Hos vissa kan preferensen vara så pass svag att individen inte aktivt söker upp nyhetssajter eller enskilda nyhetsmediers sidor i sociala medier, men samtidigt inte så svag att individen aktivt undviker nyheter om dessa råkar komma i hens väg (jfr Blekesaune m fl, 2012; Strömbeck m fl, 2013). Därmed inte sagt att det inte finns individer som medvetet och aktivt undviker nyheter och nyhetsmedier på grund av exempelvis bristande tilltro till journalister eller misstro mot innehållet. Alternativt för att innehållet väcker negativa och obehagliga känslor eller att nyheterna presenteras i en form som gör dem alldeles för svåra att ta till sig. Denna grupp torde i det stora hela dock vara förhållandevis begränsad.

Konklusioner

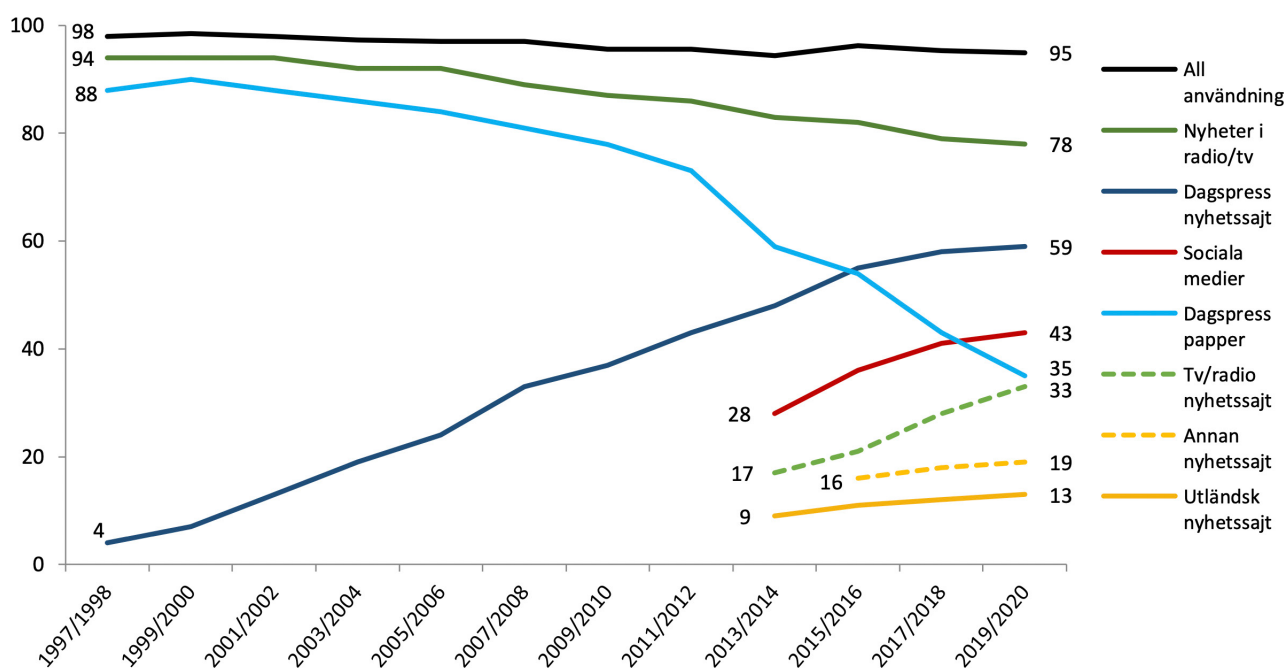
- Andelen nyhetsundvikare varierar stort mellan olika studier, dels beroende på definitionen av vad som räknas till kategorin nyheter (enbart politik eller all samhällsjournalistik), dels beroende på definitionen av vad som är att betrakta som att aldrig ta del av nyheter (en gång i veckan eller en gång i månaden).
- Begreppet nyhetsundvikare är problematiskt då det indikerar en medveten och aktiv handling. Snarare är begreppet sällananvändare mer relevant i sammanhanget.
- Slumpmässig exponering för nyheter i sociala medier spelar sannolikt en viktig roll för att upprätthålla nyhetskonsumtionen bland unga vuxna.

Långsiktiga förändringar i svenska nyhetsvanor

För att avgöra om andelen som sällan tar del av nyheter har ökat över tid, görs här en översiktlig genomgång av hur användningen av olika nyhetsmedier har förändrats sedan andra halvan av 1990-talet. Den samlade bilden visar på en generell rörelse från linjära sändningar och nyheter på papper till webb- och mobilbaserade plattformar (figur 1). Det är tydligt att det har vuxit fram ett digitalt kluster i användningen, bestående av de traditionella medieaktörernas nyhetssajter samt nyhetsläsning i sociala medier. Resultaten som presenteras här är hämtade från den nationella SOM-undersökningen som genomförs årligen av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. En beskrivning av undersökningens upplägg, urval och genomförande återfinns i en metodbilaga i slutet av rapporten.

Under perioden 1997/1998–2019/2020 har det skett flera genomgripande förändringar i allmänhetens nyhetsvanor, där vissa medieformer har påverkats mer än andra. För radio och tv dominerar fortfarande linjärt tittande, även om deras nyhetssajter präglas av en starkt uppåtgående kurva. Andelen 20–79-åringar som regelbundet tar del av nyheter i radio och tv – vilket här inkluderar nyhetsprogram från SVT, Sveriges Radio och TV4 – har under den senaste tjugoårsperioden minskat från 94 till 78 procent. Trots nedgången är det fortfarande dessa aktörer som uppnår den högsta andelen regelbundna användare. Samtidigt har den regelbundna användningen av radio och tv:s nyhetssajter ökat från 17 till 33 procent under perioden 2013/2014–2019/2020. Det bör sägas att regelbundenhet här avser en användningsfrekvens om minst 3 dagar per vecka. Användning som däremot sker mer sällan än en dag per vecka kommer fortsättningsvis att benämnas som sällananvändning.

Figur 1: Nyhetsanvändning bland 20–79-åringar i Sverige minst 3 dagar/vecka 1997/1998–2019/2020 (procent)



Kommentar: Nyheter i radio/tv avser lokala och nationella nyhetsprogram från TV4, Sveriges Television och Sveriges Radio. Tv/radio nyhetssajt avser tv4.se, svt.se och sr.se. Antal svar 2019/2020 är 19 182.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1995–2020.

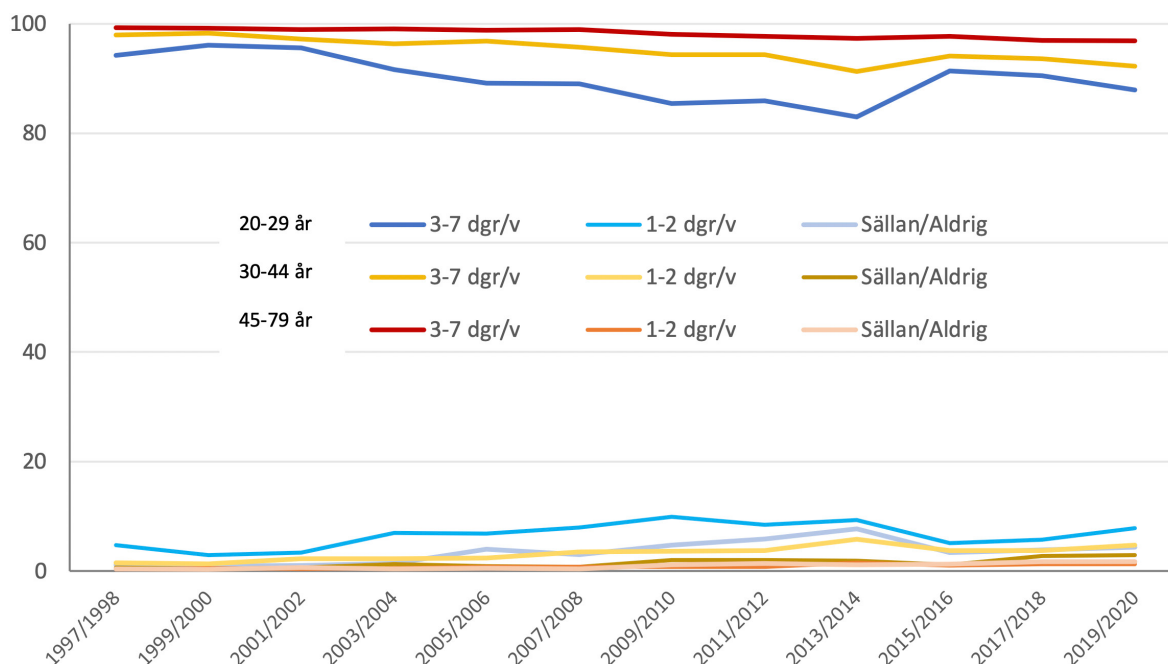
Den mest omvälvande förändringen står den svenska dagspressen för. Sedan slutet av 1990-talet har andelen regelbundna papperstidningsläsare minskat från 88 till 35 procent. Den största nedgången har skett under 2010-talet då mer än varannan regelbunden läsare har försvunnit. Förändringen är till större delen knuten till morgontidningarnas situation. Parallellt med papperstidningarnas minskade betydelse har läsningen av dagstidningarnas nyhetssajter ökat rejält, från 4 till 59 procent.

Sedan 2014 omfattar SOM-undersökningens mediefrågor även användning av nyheter i sociala medier, utländska nyhetssajter, andra nyhetssajter utöver de som är kopplade till traditionella aktörer inom press, radio och tv. Sociala medier har under denna period seglat upp som en viktig plattform för nyhetskonsumtion och 2019/2020 uppgav 43 procent att de regelbundet tar del av nyheter i olika sociala medier. Andelen som regelbundet tar del av nyheter från någon utländsk nyhetssajt eller andra nyhetssajter, som exempelvis lokala sajter eller Omni, har förändrats i relativt liten utsträckning. 2019/2020 var det en sjättedel respektive en femtedel som tog del av sådana nyhetstjänster minst tre dagar per vecka.

Trots tidigare farhågor om att digitaliseringsprocessen och det kraftigt expanderande medieutbudet skulle leda till att nyheter väljs bort till förmån för annat medieinnehåll (se till exempel Elvestad m fl, 2014; Strömbäck m fl, 2018; Shehata m fl, 2015), förefaller vanan att ta del av nyheter vara relativt opåverkad. Den sammantagna användningen av minst ett nyhetsmedium tre dagar per vecka eller mer ligger på en fortsatt hög nivå, oaktat mediemarknadens omstrukturering. Under andra halvan av 1990-talet tog 98 procent av befolkningen i åldrarna 20–79 år regelbundet del av nyheter, en andel som runt år 2020 låg på 95 procent. Det finns dock påtagliga skillnader mellan olika grupper i befolkningen, både i andelen regelbundna användare och i hur användningen har förändrats över tid. Framför allt är skillnaderna tydliga mellan olika åldersgrupper.

När den totala användningen delas upp på tre ålderskategorier, 20–29-åringar, 30–44-åringar samt 45–79-åringar, framträder ett mönster där användningen minskar något över tid ju yngre individerna är (figur 2). Den regelbundna användningen i den äldsta åldersgruppen har sedan 1997/1998 rört sig från 99 till 97 procent. Bland 30–44-åringar syns en förändring från 98 till 92 procent regelbundna användare, medan 20–29-åringar präglas av en nedgång från 94 till 88 procent. Att den regelbundna användningen har minskat bland yngre behöver dock inte med nödvändighet innebära att andelen sällan-användare har ökat. Det blir inte minst tydligt vid en närmare blick på den yngsta åldersgruppens kurva runt åren 2013/2014–2015/2016. Från början av 00-talet och fram till 2013/2014 sker en relativt påtaglig nedgång i andelen unga vuxna som regelbundet tar del av nyheter. Denna förändring förklaras huvudsakligen av att läsningen av morgontidningar på papper sjunker markant bland unga under denna period. Efter 2014 sker dock en signifikant uppgång i nyhetsanvändningen. Denna återhämtning beror framför allt på att nyhetsanvändning i sociala medier tillkom som alternativ i den nationella SOM-undersökningen. Sociala medier bidrar därmed till att hålla unga vuxnas nyhetskonsumtion på en fortsatt hög nivå.

Figur 2: Andel i olika åldersgrupper som tar del av nyhetsmedier/-tjänster 3–7 dagar per vecka, 1–2 dagar per vecka samt mer sällan/aldrig 1995/1996–2019/2020 (procent)



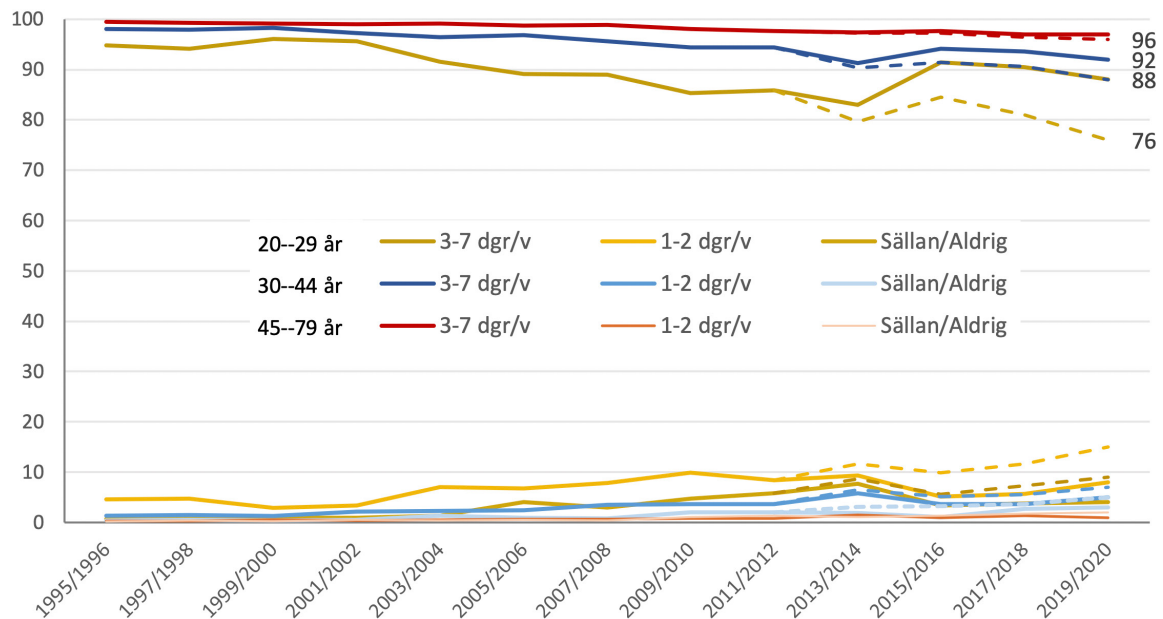
Kommentar: Fram till 1997 avser figuren användning av nyheter i tv, radio, kvällspress samt morgonpress. Fr.o.m. 1998 ingår gratistidningar samt kvällspress på internet och fr.o.m. 2007 även morgontidning på internet. Sedan 2014 ingår nyheter på svt.se och sr.se, sociala nätverksplattformar, sedan 2015 ingår annan lokal nyhetssajt, annan nyhetstjänst, och sedan 2019 ingår tv4.se. Antal svar per åldersgrupp 2019/2020 är 2 267, 4 221 samt 12 694.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1995–2020.

Betydelsen av sociala medier blir än tydligare om detta alternativ utesluts från jämförelsen. I figur 3 visar de heldragna linjerna hur stor den totala nyhetsanvändningen är inklusive sociala medier medan den streckade linjen visar vilka nivåer användningen ligger på i de olika åldersgrupperna om nyhetskonsumtion i sociala medier exkluderas. I den äldsta åldersgruppen, 45–79-åringarna råder inga större skillnader i användningen oavsett om sociala medier ingår eller inte. Bland 30–44-åringar bidrar sociala medier däremot med ett visst tillskott. År 2019/2020 ligger andelen som tar del av nyhetsmedier 3 dagar i veckan eller mer i denna åldersgrupp på cirka 92 procent när sociala medier ingår i jämförelsen medan andelen ligger på 88 procent när sociala medier utesluts. Störst betydelse för nyhetsvanorna har sociala medier dock i den yngsta åldersgruppen. Utan sociala medier är det 76 procent av 20–29-åringarna som tar del av nyheter minst tre dagar per vecka, vilket ska jämföras med 88 procent om sociala medier inkluderas. Det innebär att sociala medier bidrar med ett positivt tillskott motsvarande 11 procentenheter i denna åldersgrupp.

I figuren visas även andelen som tar del av nyheter och nyhetsmedier 1–2 dagar per vecka respektive mer sällan eller aldrig. För unga är det framför allt den något mindre regelbundna användningen, det vill säga en eller två dagar i veckan, som påverkas om sociala medier exkluderas, vilket här visas genom den gulare streckade linjen. Sällananvändningen är däremot högst marginellt beroende av sociala medier. Det förklaras av att det är ytterst få unga som enbart tar del nyheter via sociala medier. Den som är sällananvändare, givet den definition som används i den här studien, står därmed mer eller mindre helt utanför nyhetssfären, åtminstone sett till de medier som omfrågas i SOM-undersökningen.

Figur 3: Andel i olika åldersgrupper som tar del av nyhetsmedier/-tjänster 3–7 dagar per vecka, 1–2 dagar per vecka samt mer sällan/aldrig inklusive respektive exklusive sociala medier 1995/1996–2019/2020 (procent)



Kommentar: För beskrivning av vilka medier som ingår, se figur 2. Antal svar per åldersgrupp 2019/2020 är 2 267, 4 221 samt 12 694.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1995–2020.

Konklusioner

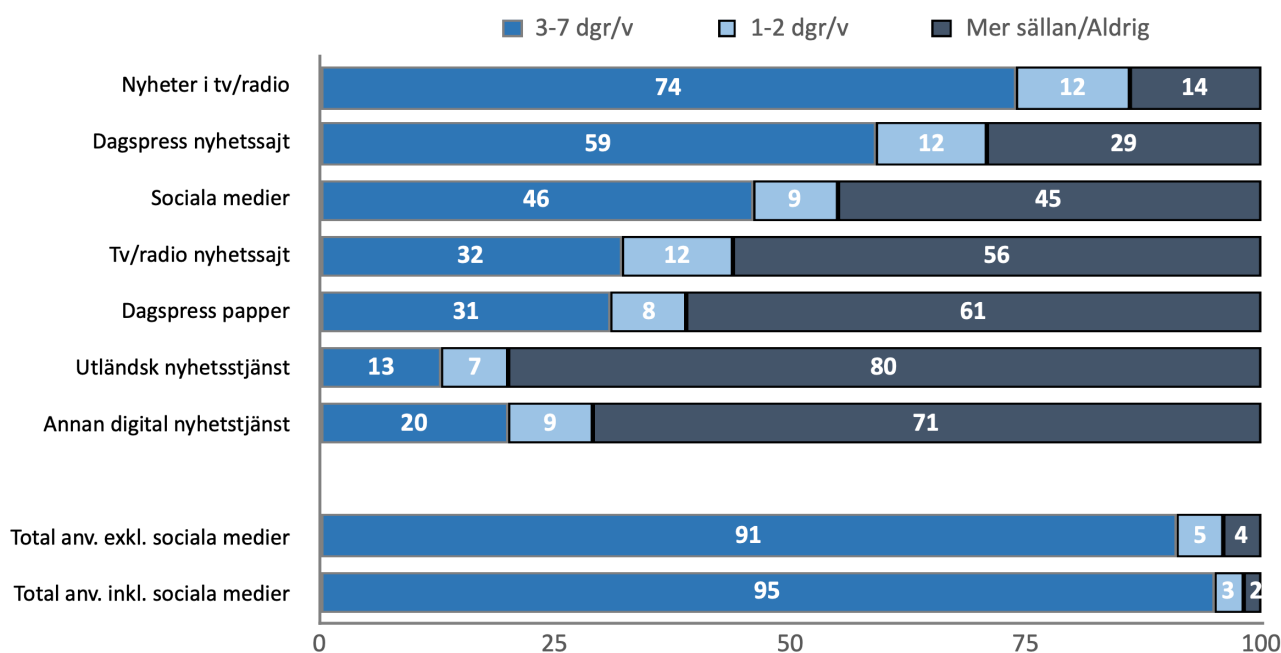
- Mediemarknadens digitalisering har tillsammans med ett kraftigt expanderande medieutbud bidragit till en omstöpning av nyhetsanvändningen. Det gäller framför allt för dagspressen, där den totala användningen av tidningarnas nyhetssajter sedan några år överstiger användningen av papperstidningar.
- Trots stora förändringar ligger den samlade nyhetsanvändningen på en fortsatt hög nivå. 95 procent av 20–79-åringarna tar regelbundet del av minst något nyhetsmedium.
- Sociala medier har på kort tid vuxit fram som en viktig plattform för nyhetskonsumtion. Det gäller framför allt bland unga vuxna, där sociala medier spelar en viktig roll för att upprätthålla ungas nyhetsanvändning.

Sociala medier centrala för yngres exponering för nyheter

Sociala medier spelar otvetydigt en allt mer central roll för nyhetsvanorna, vilket framgår när den allmänna nyhetsanvändningen över tid granskats och när förändringar i olika åldersgrupper jämförs. I den fortsatta analysen kommer nyhetsvanorna att brytas ned både med avseende på olika typer av medier och med avseende på olika åldersgrupper. Eftersom slutmålet är att kunna identifiera gruppen sällananvändare och denna grupp givet resultaten i exempelvis figur 1 förefaller vara mycket liten, har underlag från tre olika SOM-undersökningar slagits samman: 2018, 2019 samt 2020. På så sätt är det möjligt att samla tillräckligt många individer för att det ska vara möjligt att uttala sig om sällananvändares karakteristika.

I figur 4 visas hur användningen fördelas i befolkningen som helhet, både vad gäller regelbunden och mindre regelbunden användning respektive sällananvändning. Precis som visats tidigare är det nyheter i tv och radio som är flitigast använt, följt av dagspressens nyhetssajter och nyhetsläsning i sociala medier. Andelen sällananvändare, det vill säga användning mer sällan än 1 dag per vecka, är 14 procent för tv/radio, 45 procent för nyheter i sociala medier och 61 procent för dagspress på papper. Därtill kommer en andel om 80 procent sällananvändare när det gäller utländska nyhetssajter. Om användningen av de olika medierna slås samman, exklusive respektive inklusive sociala medier, visar det sig att 96 procent tar del av nyheter minst någon gång i veckan om sociala medier utesluts från jämförelsen medan andelen ökar till 98 procent om sociala medier istället ingår. Det innebär att endast 2 procent kan klassificeras som sällananvändare (4 procent om sociala medier utesluts).

Figur 4: Användning av olika nyhetsmedier/-tjänster bland 20–79-åringar, 2018/2019/2020 (procent)

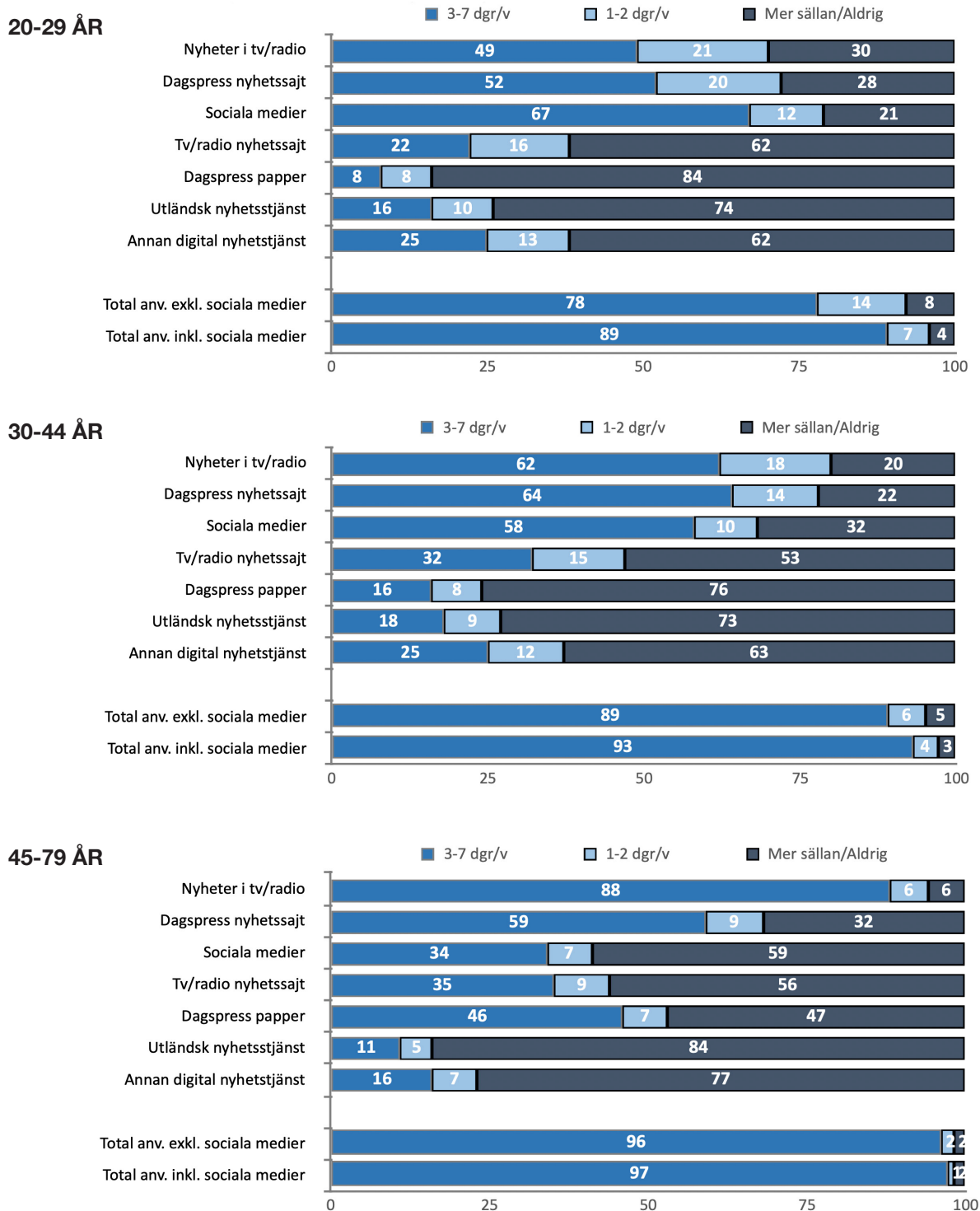


Kommentar: Frågan lyder *Hur ofta tar du del av nyheter från följande...?* med svarsalternativen *Dagligen, 5–6 dagar/vecka, 3–4 dagar/vecka, 1–2 dagar/vecka, Mer sällan, Aldrig*. Figuren visar den sammantagna användningen under åren 2018–2020. Nyheter i radio/tv avser lokala och nationella nyhetsprogram från TV4, SVT och Sveriges Radio. Tv/radio nyhetssajt avser tv4.se, svt.se och sr.se. Antal svar: 29 085.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018, 2019 samt 2020.

Om blicken riktas mot de tre åldersgrupperingarna framgår det tydligt att valet av nyhetsmedier skiljer sig markant, men också att andelen sällananvändare varierar efter ålder. Bland 45–79-åringar står nyheter i tv och radio för den största delen av användningen, följt av dagspressens nyhetssajter respektive papperstidningar (figur 5). Sociala medier hamnar en bit längre ner, även om fyra av tio vid minst något tillfälle per vecka tar del av nyheter via sådana plattformar. När den totala användningen summeras står det klart att andelen sällananvändare i gruppen är 2 procent.

Figur 5: Användning av olika nyhetsmedier/-tjänster bland 20–29-åringar, 30–44-åringar samt 45–79-åringar, 2018/2019/2020 (procent)



Kommentar: Se figur 4 för frågeformulering och svarsalternativ. Antal svar per åldersgrupp: 3 458, 7 629 samt 16 169.
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018, 2019 samt 2020.

Bland 30–44-åringar är det inte ett enskilt nyhetsmedium som sticker ut som det mest använda, istället framträder bilden av ett kluster bestående av nyheter i tv/radio, dagspressens nyhetssajter och nyhetsläsning i sociala medier (figur 5). Jämfört med den äldre åldersgruppen spelar utländska nyhetssajter och det som beskrivs som ”andra nyhetssajter” större roll bland 30–44-åringar samtidigt som nyheter på papper är betydligt mindre viktigt. Om inte sociala medier räknas in i användningen är andelen sällananvändare 5 procent, medan andelen minskar till 3 procent då sociala medier inkluderas.

Yngre under 30 år har ett kluster liknande 30–44-åringar i sin användning, om än med motsatt rangordning. Den viktigaste källan till nyheter är sociala medier, medan tidningssajter och tv/radio kommer på andra och tredje plats (figur 5). Morgon- och kvällstidningar på papper är den i särklass minst använda nyhetskällan. Utan tillskottet av sociala medier är andelen sällananvändare 8 procent i denna åldersgrupp. Med sociala medier inräknat är det 4 procent av gruppen som kan karakteriseras som sällananvändare.

Fyra procent är onekligen långt ifrån de 50 procent som Ksiazek med kollegor fann bland amerikaner (2020) eller de tre fjärdedelar som Lee och Yang konstaterade bland koreaner (2014). Men precis som nämnts i avsnittet om tidigare forskning råder det stora skillnader i definitionen av sällananvändare, där den här studien har ett betydligt generösare – och förhoppningsvis ett rimligare – mått på sällananvändning, både med avseende på medieslag och innehåll.

Givet de låga procentsatserna kan det tyckas som att andelen sällananvändare inte varierar nämnvärt mellan de tre åldersgrupperna. Fyra procent av de yngre placerar sig i denna kategori, jämfört med 2 procent av de äldre. Men även om andelarna är små, är det fortfarande en dubbelt så stor andel av 20–29-åringarna som är sällananvändare jämfört med 45–79-åringarna. Om de individer som enbart tar del av nyheter via sociala medier utesluts ur jämförelsen blir skillnaderna dessutom större. Det är fortfarande 2 procent i gruppen äldre som är sällananvändare. Men bland de yngsta ökar andelen till 8 procent, det vill säga en fyra gånger så stor andel som bland de äldre. Den stora frågan blir då vad det egentligen är för innehåll som konsumeras i sociala medier och från vilka aktörer detta innehåll kommer. Det har betydelse för om användning av nyheter i sociala medier kan karakteriseras som ”riktig” nyhetsanvändning eller inte. Är det traditionella nyheter från traditionella nyhetsaktörer eller handlar det om andra typer av material och andra slags aktörer?

Frågan om vad respondenterna egentligen avser när de svarar att de tar del av nyheter i sociala medier är onekligen viktig, inte minst då sociala medier tveklöst förefaller ha bidragit till att upprätthålla nyhetsanvändningen i vissa grupper. Studier har också visat att sociala medier bidrar till att öka nyhetsinhämtningen i grupper som generellt har ett lägre intresse för traditionella nyhetsmedier (Young, 2015; Andersson, 2017). Det är onekligen glädjande att så många unga tar del av nyheter i sociala medier, men samtidigt väcker det frågor om vad människor avser med ”nyheter” i dessa sammanhang. Det skulle mycket väl kunna handla om traditionella nyheter som mer eller mindre slumpmässigt dyker upp i det dagliga flödet. Men det kan förstås också röra sig om nyheter, eller uppdateringar, om vad vänner gör. Dessutom går det inte att avgöra om den angivna nyhetsanvändningen handlar om att läsa enstaka artiklar som delats av vänner eller vänner vänner eller om det rör sig om besök på eller prenumeration på nyheter från nyhetstjänsters sidor i sociala medier.

Det finns visserligen studier som pekar mot att det är just traditionella nyheter som avses, åtminstone bland ungdomar och unga vuxna (Bergström & Jervelycke, 2018; Bergström, 2016; Jervelycke Belfrage, 2016; Young 2015). Men det är fortfarande oklart i vilken utsträckning delade nyheter används samt vilka faktorer som gör att individen uppmärksammar och eventuellt går vidare och läser

nyheten. Enstaka studier har pekat mot att ju bredare vänkretsen är på exempelvis Facebook, desto mer ökar nyhetsläsningen (Beam m fl, 2018). Till skillnad från nyhetssändningar i TV och radio och nyheter i tryckt dagspress, där publiken ges möjlighet att ta del av samma innehåll, beror nyheter i människors sociala medieflöden bland annat av vilka sidor som individerna har besökt eller gillat och – inte minst – vilka vännerna eller följarna är. Flödet skiljer sig också beroende på vilken plattform som används eftersom visningen styrs av de algoritmer som finns på de olika nätverksplatserna. Medan innehållet i den tryckta morgontidningen på en viss ort i stort är densamma för alla som läser tidningen en given dag, finns det inte två människor vars nyhetsflöden i sociala medier är identiska. Frågan om vad nyhetsanvändning i sociala medier egentligen innebär är onekligen komplex.

För att få en bättre förståelse av vad det är människor avser när de besvarar frågan om hur ofta de tar del av nyheter i sociala medier, framför allt när det gäller varifrån nyheterna kommer och vad de handlar om, används här resultat från SOM-institutets Medborgarpanel från oktober-november 2020. I ett frågeblock med fokus på generell användning av nyhetsmedier, ingick bland annat nyhetsläsning i sociala medier som ett av alternativen. I en följdfråga ombads svarspersonerna att ange från vilka aktörer nyheterna i sociala medier huvudsakligen kommer samt vilka ämnesområden de vanligtvis handlar om. Frågan hade inga fasta svarsalternativ utan svarspersonerna gavs möjlighet att fritt formulera sina svar.

En brasklapp i sammanhanget är att Medborgarpanelen inte är baserad på ett slumpmässigt urval, såsom SOM-undersökningarna. Respondenterna är i huvudsak självrekryterade, även om möjlighet finns att utifrån den befintliga respondentpolen slumpa fram ett urval som är så likt den svenska befolkningen som möjligt. Med det sagt är det nödvändigt att vara försiktig med att generalisera de exakta procentskattningarna till att gälla befolkningen som helhet. Jämfört med den nationella SOM-undersökningen finns exempelvis en något högre andel sällananvändare bland respondenterna i Medborgarpanelen, 7 procent jämfört med 4 procent bland 20–29-åringar och 6 procent jämfört med 3 procent bland 30–44-åringar. Med det sagt är resultaten från Medborgarpanelen tillräckligt kvalificerade för att kunna ge en övergripande bild av vilka aktörer nyheterna kommer ifrån och vilket innehåll nyheterna berör.

Bilden som framträder liknar de resultat som har antytts i tidigare studier (jfr Bergström & Jervelycke, 2018; Jervelycke Belfrage, 2018; Young, 2017). De vanligaste källorna till nyheter i sociala medier är sådana som kan beskrivas som traditionella nyhetsaktörer. Av dem som tar del av nyheter i sociala medier minst någon gång i veckan uppger en majoritet, 59 procent, att dessa härrör från svenska nyhetsmedier, exempelvis Aftonbladet, Dagens Nyheter, Sveriges Television eller någon lokal eller regional morgontidning (tabell 1). Ungefär var sjätte person, 17 procent, tar del av nyheter som kommer från utländska nyhetsaktörer. Rangordningen är densamma oavsett åldersgrupp. De skillnader som framträder visar att andelen som tar del av nyheter från svenska medier är något högre bland personer i åldrarna 45 år och uppåt jämfört med gruppen 20–44-åringar, medan andelen som tar del av nyheter från utländska nyhetsmedier är högre bland de yngre jämfört med gruppen 45–79-åringar.

Tabell 1: Nyhetsanvändning i sociala medier – angivna källor bakom nyheterna, 2020 (procent)

	Samtliga	20–44-år	45–79-år
Svenska nyhetsmedier	59	55	61
Utländska nyhetsmedier	17	21	14
Kommun/myndigheter	7	8	7
Alternativmedier	3	2	3
Andra aktörer	11	12	11

Kommentar: Frågan lyder *Om du tar del av nyheter i sociala medieplattformar, varifrån kommer dessa nyheter huvudsakligen?* Den utgör en s.k. fritextfråga vilket innebär att respondenten själv formulerar sitt svar. De angivna svaren har sedan kodats till fasta svars kategorier enligt tabellen ovan. I kategorin ”Andra aktörer” ingår bl. a. youtubers, intresseorganisationer, influencers, politiska partier, vänner, bloggare, poddar som inte är kopplade till aktörer i gruppen ”Svenska nyhetsmedier”. Antal svar: 1 911 (totalt), 704 (20–44-åringar) och 1 207 (45–79-åringar).

Källa: Medborgarpanelen, specialundersökning, november 2020.

Det förekommer dock även andra aktörer som inte är att betrakta som nyhetsmedier, men som från svarspersonernas perspektiv bidrar med nyheter. Den vanligaste aktör som omnämns är den egna kommunen (inklusive några omnämnanden av enskilda myndigheter). Liknande resultat har även framkommit i andra studier av unga vuxnas nyhetskonsument (Edgerly, 2017). Relativt få uppger att nyheterna kommer från alternativmedier som exempelvis Nyheter Idag, Fria Tider eller Swebbtv. I gruppen ”Andra aktörer” hittas bland annat influencers, intresseorganisationer, politiska partier samt vänner som lägger ut egna texter eller videos. För dessa tre kategorier råder ingen skillnad mellan gruppen 20–44-åringar och gruppen 45–79-åringar. Som tillägg kan nämnas att många av de som svarat på frågan om varifrån nyheterna kommer också har uppgett från vilka plattformar de huvudsakligen tar del av dessa nyheter, även om detta inte var något som efterfrågades i själva frågeformuleringen. De mest omnämnda plattformarna är Facebook, Twitter, Instagram, YouTube och Reddit.

När det gäller frågan om vad nyheterna brukar handla om är det en klar majoritet som anger sådant som inryms i den breda kategorin politik/samhälle (tabell 2). Det enskilt vanligaste svaret är ”politik”, men det handlar också i stor utsträckning om något mer specifika områden som exempelvis lokala och regionala frågor, inrikespolitik, specifika sakfrågor (till exempel sjukvård, miljö/klimat, ekonomi, brott/straff), utrikespolitik generellt, EU-relaterade frågor, den politiska situationen i olika länder runt om i världen. Därtill kommer också frågor relaterade till coronapandemin, exempelvis situationen inom sjukvården. I både den yngre och den äldre åldersgruppen är det ungefär 70 procent som anger dessa ämnesområden. Nästan var femte person, 18 procent, har uppgett att de tar del av nyheter som rör sport, kultur/nöje och förströelse, medan 10 procent har angett ”blandat” som alternativ. Vad det senare innefattar är förstås svårbedömt. Ungefär en halv procent har uppgett innehåll som inte kan relateras till något som har med journalistik att göra.

Tabell 2: Huvudsaklig inriktning på de nyheter som konsumeras i sociala medier 2020 (procent)

	Samtliga	20–44-år	45–79-år
Politik/samhälle	70	69	71
Sport, kultur/nöje, förströelse	18	17	19
”Blandat”	9	6	11
Annat (ej journalistik)	0,5	0,3	0,6

Kommentar: Frågan lyder *Om du tar del av nyheter i sociala medieplattformar, vilka ämnesområden brukar nyheterna huvudsakligen handla om?* Den utgör en s.k. fritextfråga vilket innebär att respondenten själv formulerar sitt svar. I kategorin De angivna svaren har sedan kodats till fasta svars kategorier enligt tabellen ovan. Antal svar: 1 911 (totalt), 704 (20–44-åringar) och 1 207 (45–79-åringar).

Källa: Medborgarpanelen, specialundersökning, november 2020.

Även om studien från Medborgarpanelen inte tillfullo kan sägas representera den svenska allmänheten, torde det ändå vara rimligt att dra slutsatsen att det som människor tänker på när de besvarar frågan om hur ofta de tar del av nyheter i sociala medier i stor utsträckning rör sådant som kan klassificeras som nyheter och samhällsjournalistik. Det stärker i så fall resonemanget om att sociala medier bidrar till att hålla andelen nyhetsanvändare bland framför allt unga vuxna på en fortsatt hög nivå. Möjligen hade andelen sällananvändare varit något högre om inte nyheter hade funnits lättillgängligt i det egna flödet på sociala medier, antingen genom att individen valt att följa vissa medieaktörer eller genom att slumpmässiga nyheter dyker upp i flödet.

Fortfarande kvarstår dock frågan om vilka sällananvändarna är.

Konklusioner

- Valet av nyhetsmedier skiljer sig mellan yngre och äldre. För yngre har sociala medier tagit över som central plattform för nyhetskonsumtion, även om tv/radio och dagstidningarnas nyhetssajter också är viktiga. Bland äldre dominerar traditionella nyhetsmedier.
- ”Nyheter” i sociala medier förefaller vara just nyheter och de kommer huvudsakligen från traditionella nyhetsaktörer. Det innebär att nyhetsmedier som vill nå unga vuxna också behöver finnas på sociala medier.
- Andelen sällananvändare är större bland 20–29-åringar och 30–44-åringar jämfört med gruppen 45–79-åringar. Fyra procent av 20–29-åringarna och 3 procent av 30–44-åringarna kan klassas som sällananvändare, vilket innebär att de tar del av något nyhetsmedium mer sällan än någon gång varje vecka.

Vilka är sällananvändarna?

Med utgångspunkt i den nationella SOM-undersökningen 2018–2020 och de sällananvändare som kunnat identifieras i tidigare avsnitt (se figur 5) följer här en övergripande beskrivning av de socio-demografiska faktorer som utmärker gruppen jämfört med nyhetsanvändare. I analyserna som följer kommer sällananvändare bland 20–29-åringar respektive 30–44-åringar att behandlas som en gemensam grupp. Skälet är att sällananvändarna räknat i antal individer är relativt få, trots att tre års mätningar slagits samman. För att kunna fördjupa analysen av vilka sällananvändarna är och vad som kännetecknar dem som grupp behöver de båda åldersgrupperna därför slås samman.

Tidigare forskning har kunnat slå fast att såväl individfaktorer som faktorer kopplade till intresse och intentioner har stor betydelse för vilka medier människor väljer att ta del av, liksom hur frekvent användningen är (se t.ex. Andersson, 2014; Webster m fl, 2006; Ruggerio, 2000). Ålder, utbildningsnivå och sysselsättning tillhör några av de individfaktorer som vanligen spelar roll för nyhetsanvändningen, medan graden av samhällsintresse är särskilt betydelsefull för hur motiverad en människa är att ta del av nyhetsmedier. Dessa karakteristika är utmärkande också för sällananvändarna i den här studien.

Förutom att sällananvändarna något oftare hittas bland personer i åldrarna 20–44, finns ytterligare några sociodemografiska drag som utmärker gruppen. Andelen män är exempelvis högre än andelen kvinnor, 55 respektive 45 procent (tabell 3). Bland frekventa användare i samma åldersgrupp och bland 45–79-åringar är fördelningen mellan könen mer jämn, vilket innebär att det finns en viss könsrelaterad obalans bland sällananvändarna. Att män är något överrepresenterade bland sällananvändarna är ett resultat som går på tvärs med tidigare forskning (jfr Schroeder & Blach-Orsten, 2016; Newman m fl, 2017; Toff & Palmer, 2019). En tänkbar förklaring kan vara att den här studien utgår från ett bredare perspektiv. Nyhetsanvändningen är till exempel inte begränsad till antingen traditionella medier (press, radio, tv) eller onlinemedier. Den är inte heller begränsad till ett specifikt bevakningsområde (politik), så som ofta varit fallet med flera av de tidigare studierna.

Det finns bland sällananvändarna en högre andel med låg utbildningsnivå jämfört med användarna i motsvarande åldersgrupp. Hälften av sällananvändarna är lågutbildade med avslutad utbildning på som högst gymnasienivå eller motsvarande, medan hälften är medel- eller högutbildade. Geografiskt befinner sig två av tio sällananvändare i någon av landets storstäder medan nästan varannan bor i någon stad/större tätort. Det finns vissa variationer jämfört med de båda andra grupperna, men inget som utmärker sig som särskilt anmärkningsvärt när det gäller boendeområde.

Sällananvändarna har däremot lägre hushållsinkomst jämfört med de båda andra grupperna. Andelen med en årsinkomst lägre än 300 000 kronor är här nästan dubbelt så stor som bland nyhetsanvändare i motsvarande åldersgrupp. Det hänger bland annat samman med den högre andelen arbetslösa bland sällananvändare. Ytterligare faktorer som skiljer mellan de olika grupperna är vilket land individen huvudsakligen har vuxit upp i samt hur nöjd hon eller han är med livet. Andelen som vuxit upp i ett annat land än Sverige är dubbelt så stor bland sällananvändare, 18 procent, jämfört med 9 procent bland frekventa användare i åldrarna 20–44 år och bland 45–75-åringar. När det gäller nöjdhet med livet ligger andelen nöjda på en något lägre nivå bland sällananvändarna jämfört med de två andra grupperna, även om det fortfarande är en klar majoritet som uppger sig vara nöjda. Desto tydligare skillnader framträder däremot när det gäller generell tillit till andra människor. Andelen med hög tillit till andra människor, här benämnt som höglitare, är lägre än i övriga grupper, 22 procent jämfört med 31 procent bland nyhetsanvändare i samma åldersgrupp och 42 procent i

gruppen 45–79-åringar. Samtidigt är andelen låglitare klart störst bland sällananvändare, 28 procent. Motsvarande andel är 14 procent bland nyhetskonsumerande 20–44-åringar och 10 procent i den äldre åldersgruppen.

Tabell 3: Sociodemografisk fördelning, nöjdhet med livet samt mellanmänsklig tillit bland sällananvändare och användare, 2018/2019/2020 (procent)

	Sällan-användare 20–44 år	Frekventa användare 20–44 år	Samtliga 45–79 år		Sällan-användare 20–44 år	Frekventa användare 20–44 år	Samtliga 45–79 år
KÖN				SYSSELSÄTTNING			
Kvinna	45	53	51	Förvärvsarbetar	59	74	55
Man	55	47	49	Studerar	17	15	5
				Arbetslös ¹	18	9	1
UTBILDNINGSNIVÅ				Pensionerad	0	0	38
Låg/medellåg	50	32	45	Annat	6	2	1
Hög/medelhög	50	68	55				
				NÖJD MED LIVET			
BOENDEOMRÅDE				Mycket/ganska nöjd	80	90	93
Storstad	21	24	16	Inte särskilt/inte alls nöjd	20	10	7
Stad/större tätort	47	52	47				
Mindre tätort/landsbygd	32	24	37	MELLANMÄNSKLIG TILLIT			
				Höglitare	22	31	42
HUVUDSAKLIG UPPVÄXT				Mellanlitare	50	55	48
I Sverige	82	91	91	Låglitare	28	14	10
I annat land	18	9	9				
HUSHÅLLSINKOMST							
<300tkr/år	37	21	22				
300-700tkr/år	44	41	43				
>700tkr/år	19	38	35				

Kommentar: Frågan om nöjdhet med livet lyder *Allmänt sett, hur nöjd är du med det liv du lever?* med svarsalternativen *Mycket nöjd, Ganska nöjd, Inte särskilt nöjd, Inte alls nöjd*. 1 I kategorin arbetslös ingår även personer som är aktiva i arbetsmarknadspolitiska åtgärder samt personer med sjuk- eller aktivitetsersättning. Antal svar per grupp (Sällananvändare → Samtliga): 435, 12 381 samt 16 270.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018, 2019 och 2020.

När det gäller levnadsvanor är skillnaderna mellan sällananvändare och användare i de flesta fall ganska modesta. Svarspersonerna har här fått skatta hur ofta de har gjort ett urval av aktivitet under de senaste 12 månaderna. Sällananvändarna är något mindre benägna att träna jämfört med övriga grupper, även om det är en aktivitet som en majoritet av sällananvändarna trots allt genomför minst någon gång i veckan (tabell 4). Det är också en jämförelsevis något lägre andel som varje vecka är ute i naturen eller som läser någon bok. I övrigt är sällananvändarna ungefär lika flitiga som jämnåriga nyhetsanvändare på att umgås med vänner, titta på film, spela dator- eller tv-spel alternativt spela på tips, trav eller lotterier.

Tabell 4: Fritidsvanor bland sällananvändare och användare, 2018/2019/2020 (procent)

	Sällananvändare 20–44 år	Användare 20–44 år	Samtliga 45–79 år
MOTIONERAT/TRÄNAT			
Minst någon gång i veckan	58	71	73
Någon gång i månaden	12	15	10
UMGÅTTS MED VÄNNER			
Minst någon gång i veckan	57	63	57
Någon gång i månaden	24	27	30
SETT PÅ FILM			
Minst någon gång i veckan	57	58	49
Någon gång i månaden	22	30	23
LÄST NÅGON BOK			
Minst någon gång i veckan	29	34	41
Någon gång i månaden	13	19	15
SPELAT DATOR-/TV-SPEL			
Minst någon gång i veckan	36	31	17
Någon gång i månaden	10	11	4
VARIT UTE I NATUREN/FRILUFTSLIV			
Minst någon gång i veckan	50	57	67
Någon gång i månaden	24	27	19
SPELAT PÅ TIPS/TRAV/LOTTERI			
Minst någon gång i veckan	11	8	22
Någon gång i månaden	4	9	14

Kommentar: Frågan lyder *Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande?* med svarsalternativen *Ingen gång, Någon gång de senaste 12 månaderna, Någon gång i halvåret, Någon gång i kvartalet, Någon gång i månaden, Någon gång i veckan, Flera gånger i veckan*. I tabellen är alternativen *Flera gånger i veckan* och *Någon gång i veckan* sammanslagna till *Minst någon gång i veckan*. Antal svar per grupp (Sällananvändare → Samtliga) är 386, 10 633 samt 15 891.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018, 2019 och 2020.

Sällananvändarna utmärker sig däremot när det gäller samhällsintresse. Andelen som uppger sig vara mycket eller ganska intresserad av politik är nästan hälften så stor som andelen politiskt intresserade i de båda andra grupperna, 34 procent jämfört med 66 procent bland individer äldre än 44 år (tabell 5). Den kanske mest anmärkningsvärda siffran är dock att nästan en tredjedel av sällananvändarna, 29 procent, svarar att de inte har något intresse alls för politik. I de två andra grupperna är motsvarande andel 7 respektive 5 procent. Mönstret återspeglas även i frågan om hur ofta man har diskuterat politik med någon under den senaste 12-månadersperioden. Knappt var sjätte person i gruppen sällananvändare, 14 procent, har diskuterat politik minst någon gång i veckan, att jämföra med 37 respektive 38 procent av individerna i de båda jämförelsegrupperna. Det är tydligt att graden av samhällsengagemang, så som det är mätt här, är betydligt svagare bland dem som sällan eller aldrig tar del av nyheter.

Tabell 5: Graden av politiskt intresse, nöjdhet med demokratin och ideologisk vänsterhöger-placering bland sällananvändare och användare, 2018/2019/2020 (procent)

	Sällananvändare 20–44 år	Användare 20–44 år	Samtliga 45–79 år
INTRESSE FÖR POLITIK			
Mycket/ganska intresserad	34	60	66
Inte särskilt intresserad	37	33	29
Inte alls intresserad	29	7	5
DISKUTERAT POLITIK			
Minst någon gång i veckan	14	37	38
Någon gång i månaden	21	28	22
NÖJD MED DEMOKRATIN I SVERIGE			
Mycket/ganska nöjd	59	68	67
Inte särskilt/inte alls nöjd	41	32	33
SUBJEKTIV VÄNSTER-HÖGERIDEOLOGI			
Vänster	33	36	32
Varken vänster/höger	40	25	29
Höger	27	49	39

Kommentar: Frågan politiskt intresse lyder *Hur intresserad är du i allmänhet av politik?* följt av svarsalternativen *Mycket intresserad, Ganska intresserad, Inte särskilt intresserad, Inte alls intresserad*. Frågan om att diskutera politik lyder *Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna gjort följande?* med svarsalternativen *Ingen gång, Någon gång de senaste 12 månaderna, Någon gång i halvåret, Någon gång i kvartalet, Någon gång i månaden, Någon gång i veckan, Flera gånger i veckan*. Frågan om demokrati lyder *Allmänt sett, hur nöjd är du med det sätt på vilken demokratin fungerar i Sverige?* med svarsalternativen *Mycket nöjd, Ganska nöjd, Inte särskilt nöjd, Inte alls nöjd*. Frågan om vänster-högerideologi lyder *Man talar ibland om att politiska åsikter kan placeras in på en vänster-högerskala. Var någonstans skulle du placera dig själv på en sådan skala?* med svarsalternativen *Klart till vänster, Något till vänster, Varken vänster eller höger, Något till höger, Klart till höger*. Antal svar per grupp (Sällananvändare → Samtliga): 435, 12 381 samt 16 270.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018, 2019 och 2020.

Det framträder också viss nivåskillnad i hur nöjda de tre grupperna är med det sätt som demokratin fungerar på i Sverige. Här är dock en majoritet av sällananvändarna fortfarande ganska eller mycket nöjda med demokratin, 59 procent, men andelen ligger cirka 8–9 procentenheter lägre jämfört med övriga grupper (tabell 5). En fråga som eventuellt skulle kunna vara central för att förklara låg exponering för nyheter och samhällsjournalistik, är var individerna placerar sig politiskt. Det är exempelvis känt sedan tidigare att grupper som placerar sig själva långt till höger på den ideologiska vänster-högerskalan uttrycker större misstro mot medier och andra samhällsinstitutioner, en faktor som i förlängningen kan påverka vilka medier individerna väljer att vända sig till. Bland sällananvändarna finns dock varken övervikt mot vänster eller mot höger. Däremot är andelen som placerar sig själva i den politiska mitten, det vill säga varken åt vänster eller åt höger, något större i den här gruppen jämfört med övriga svarspersoner, vilket möjligen kan vara en indikation på det generellt lägre intresset för politik. Det är sannolikt svårare att placera sig antingen till vänster eller till höger om man inte har intresse av eller är insatt i politiska frågor.

Givet det lägre samhällsengagemanget som sällananvändarna ger uttryck för, är det inte helt förvånande att det allmänna förtroendet för olika samhällsinstitutioner liksom för politiker är något lägre i denna grupp jämfört med förtroendebedömningarna hos användare i samma åldrar respektive i personer som är 45 år eller äldre. Sextio procent av sällananvändarna och 69 procent av användarna uppger stort förtroende för polisen (tabell 6). Andelen sällananvändare med stort förtroende för universitet och högskolor ligger också på 60 procent, medan andelen förtroendefulla användare i åldrarna 20–44 år är 72 procent. En viktig förklaring till den stora skillnaden är fördelningen av högutbildade individer i de båda grupperna. Forskning visar att personer som själva har studerat vid något högre lärosäte, alternativt arbetar inom denna sektor, också har signifikant högre förtroende för verksamheten jämfört med andra samhällsgrupper (jfr Andersson & Weibull, 2014). Det är också en del av förklaringen till varför gruppen yngre användare utmärker sig relativt den äldre åldersgruppen, där koncentrationen av högutbildade inte är lika omfattande som i gruppen under 45 år.

Tabell 6: Andel med mycket stort eller ganska stort förtroende för olika samhällsinstitutioner bland sällananvändare och användare, 2018/2019/2020 (procent)

	Sällananvändare 20–44 år	Användare 20–44 år	Samtliga 45–79 år
Polisen	60	69	69
Universitet/högskolor	60	72	56
Sjukvården	57	68	72
Radio/tv	31	49	60
Dagspressen	16	30	35
Svenska politiker	24	40	40

Kommentar: Frågan om samhällsinstitutioner lyder *Hur stort förtroende har du för det sätt på vilket följande institutioner och grupper sköter sitt arbete?* med svarsalternativen *Mycket stort förtroende*, *Ganska stort förtroende*, *Varken stort eller litet förtroende*, *Ganska litet förtroende*, *Mycket litet förtroende*. Frågan om förtroende för politiker lyder *Allmänt sett, hur stort förtroende har du för svenska nyhetsmedier?* respektive *Allmänt sett, hur stort förtroende har du för svenska politiker?* Svarsalternativen för frågan är *Mycket stort förtroende*, *Ganska stort förtroende*, *Ganska litet förtroende*, *Mycket litet förtroende*. Tabellen visar andelen som svarat mycket eller ganska stort förtroende på respektive fråga. Antal svar per grupp (Sällananvändare → Samtliga) är 137, 3 843 samt 5 287.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2018, 2019 och 2020.

Även förtroendet för sjukvården ligger på en lägre nivå bland sällananvändare. Störst differens hittas dock i förtroendet för olika medieinstitutioner respektive i förtroendet för politiker. Andelen med förtroende för radio och tv är ungefär hälften så stor bland sällananvändare jämfört med den äldre åldersgruppen, 31 respektive 60 procent (tabell 6). Och för dagspressen är andelen förtroendefulla bland sällananvändare 16 procent, vilket ska jämföras med 30 respektive 35 procent i de två andra grupperna. Ett lågt förtroende för medier hänger vanligtvis samman med individens ålder, självplacering på den ideologiska vänster-högerskala samt frekvensen i hens medieanvändning (Andersson, 2020). Yngre individer, sympatisörer till partier som står långt till höger samt lågfrekventa användare av specifika medier utmärker sig ofta genom ett lägre förtroende för medier jämfört med andra samhällsgrupper. I det här fallet överensstämmer två av dess kriterier med gruppen av sällananvändare, dels åldern, dels en ytterst sparsam exponering för nyhetsmedier. Det är rimligt att utgå från att det i det här fallet främst är den senare faktorn som spelar roll för den låga förtroendebedömningen. Förmodligen spelar också det bristande intresset för politik viss roll, då det utgör ett slags indikation på hur stort samhällsintresse individen har. Ett svagt samhällsintresse ger ett lägre intresse för att ta del av nyheter, vilket i sin tur renderar i ett lägre förtroende för medier. Det låga samhällsintresset spelar också roll för sällananvändarnas förtroende för svenska politiker. Även här är andelen förtroendefulla nästan hälften så stor som bland användare i motsvarande åldersgrupp respektive bland äldre, 24 procent jämfört med 40 procent.

Sammanfattningsvis är det samma faktorer som sedan tidigare visat sig spela roll för hur ofta eller sällan människor tar del av nyhetsmedier som också utmärker gruppen av sällananvändare. Skillnaden jämfört med befolkningen som helhet är att sällananvändarna är påtagligt mindre intresserad av politik, mindre nöjda med demokratin, uttrycker klart lägre tillit till andra människor respektive förtroende för medier och för politiker. Det är en grupp som förefaller svår att nå fram till med de plattformar och publiceringsformer som är dominerande inom mediebranschen. Det är tydligt att det behövs mer kunskap om den här gruppen för att förstå vad det är som gör att nyheter och samhällsjournalistik inte är en del av dess vardag.

Den här rapporten är den första av tre i forskningsprojektet ”Medieborgare i nyhetsskugga”. Nästföljande rapport kommer att fokusera på resultaten av en intervjustudie med individer i åldrarna 20-44 år som använder nyhetsmedier mer oregelbundet, sällan eller kanske inte alls. Syftet är att höra hur dessa individer resonerar kring sina mediala, vad det är som gör att nyheter inte uppfattas som viktiga eller intressanta samt vad som eventuellt skulle kunna få dem att vilja ta del av nyhetsmedier åtminstone ibland.

Konklusioner

- Sällananvändare har en viss överrepresentation av män, är i högre grad lågutbildade och låginkomsttagare jämfört med andra grupper. Även andelen med utländsk bakgrund är högre i denna grupp.
- Sällananvändarna är i klart lägre utsträckning intresserade av frågor som rör politik och är också mindre nöjda med hur den svenska demokratin fungerar.
- Det är också tydligt att sällananvändarna har ett generellt lägre förtroende för såväl andra människor som för olika samhällsinstitutioner, i synnerhet medier.

Referenser

- Aalberg Toril & Curran, James (2012). *How Media Inform Democracy: A Comparative Approach*. New York: Routledge.
- Andersson, Ulrika (2014). *Publikforskning i en digitaliserad och konvergerad medievärld. En forskningsöversikt*. Sundsvall: Demicom.
- Andersson, Ulrika (2015). Skillnaderna ökar mellan svenskarnas medieanvändning. I Lars Truedson (red) *Mediestudiers årsbok. Tillståndet för journalistiken 2014/2015*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Andersson, Ulrika (2017). Digitala plattformar allt viktigare för publiken – utom när det gäller tidningsprenumeration. I Ulrika Andersson, Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Solevid (red) *Larmar och gör sig till*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, Ulrika (2020). Hur står sig svenska mediers förtroendekapital? I Ulrika Andersson, Anders Carlander & Patrik Öhberg (red) *Regntunga skyar*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, Ulrika & Weibull, Lennart (2014). Den goda utbildningen. I Annika Bergström & Jonas Ohlsson (red) *Brytningstider*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Beam, Michael A., Child, Jeffrey T., Hutchens, Myoah J. & Hmielowski, Jay D. (2018). Context collapse and privacy management: Diversity in Facebook friends increases online news reading and sharing. *New Media & Society*, 20(7): 2296–2314.
- Bergström, Annika, (2016). Nyheter i sociala nätverksmedier. I Jonas Ohlsson, Maria Solevid & Henrik Oscarsson (red) *Ekvilibrium*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika & Jervelycke Belfrage, Maria (2018). News in Social Media. Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(7): 583–598.
- Blekesaune, Arild, Elvestad, Eiri & Aalberg, Toril (2012). Tuning Out the World of News and Current Affairs – An Empirical Study of Europe’s Disconnected Citizens. *European Sociological Review*, 28(1): 110–126.
- De Cock, R., Becq, J., De Smaele, H. (2018). The profile of news avoiders, their motives and the potential of constructive journalism as inverting factor. Presented at the ECREA, Lugano, 31 Oct 2018-03 Nov 2018.
- Delli Carpini, Michael X. & Keeter, Scott (1996). *What Americans Know about Politics and Why It Matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Edgerly, Stephanie. 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.
- Elvestad, Eiri, Blekesaune, Arild & Aalberg, Toril (2014). Polarized news audience? A longitudinal study of news seekers and news-avoiders in Europe. *SSRN Electronic Journal*.
- Feldman, Lauren, Natalie J. Stroud, Bruce Bimber & Magdalena Wojcieszak (2013). Assessing selective exposure in experiments: The implications of different methodological choices. *Communication Methods and Measures*, 7, 172–194. doi:10.1080/19312458.2013.813923
- Feldman, Lauren, Magdalena Wojcieszak, Natalie J. Stroud & Bruce Bimber (2018). Explaining media choice: The role of issue-specific engagement i predicting interest-based and partisan selectivity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(1): 109–130.
- Fletcher, Richard, Kalogeropoulos, Antonis & Kleis Nielsen, Rasmus (2020). News avoidance in the UK remains high as lockdown restrictions are eased. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news-avoidance-uk-remains-high-lockdown-restrictions-are-eased>
- Hadenius, Stig & Weibull, Lennart (1991). *Partipressens död?* Stockholm: Svensk information.

- Helgerud, Anders (2015). *Lidelse, frakobling og strategisk unngåelse*. MA dissertation. Bergen: Department of Information and Media Science, University of Bergen.
- Helgerud, Anders (2017). Explaining Low News Consumption. Paper presented at Audiences 2030 Imagining a Future for Audiences conference, Lisbon, September 28–29.
- Jervelycke Belfrage, Maria (2016) *Både slumpmässig och planerad: Ungas nyhetskonsumtion i sociala medier*. Göteborg: Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- Jervelycke Belfrage, Maria (2018). Young people do consume news in social media – with a little help from their friends! I Yvonne Andersson, Ulf Dalqvist & Jonas Ohlsson (red) *Youth and news in a digital media environment*. Göteborg: Nordicom.
- Jonzon, Ninni (2018). *Från gratis till betalnehåll*. Göteborg: Medier & Demokrati, Lindholmen Science Park.
- Kalogeropoulos, Antonis (2017). News Avoidance. *Digital News Report*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/news-avoidance-2017/>.
- Ksiazek, Thomas B., Malthouse, Edward C. & Webster, James G. (2010). News-seekers and news avoiders: Exploring patterns of total news consumption across media and the relationship to civic participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54 (4): 551–568.
- Lee, Hyunwoo & Yang, Jungae (2014). Political Knowledge Gaps Among News Consumers with Different News Media Repertoires Across Multiple Platforms. *International Journal of Communication*, 8: 597–617.
- Markstedt, Elias (2014) Representativitet och viktning. SOM-rapport 2014:20. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Meijer, Irene Costera (2007). The paradox of popularity: How young adults experience the news. *Journalism Studies* 8 (1): 96–116.
- Mosca, Lorenzo & Quaranta, Mario (2016). News Diets, Social Media Use and Non-Institutional Participation in Three Communication Ecologies: Comparing Germany, Italy and the UK. *Information, Communication & Society*, 19(3): 325–345.
- Newman, Nic, Fletcher, Richard, Kalogeropoulos, Antonis, Levy, David A. & Kleis Nielsen, Rasmus (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/>
- Nielsen, Rasmus Kleis & Selva, Meera (2019). More Important, But Less Robust? *Five Things Everybody Needs to Know about the Future of Journalism*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Papathanassopoulos, Stylianos, Coen, Sharon, Curran, James, Aalberg, Toril, Rowe, David, Jones, Paul m.fl. (2013). Online Threat, But Television is Still Dominant. *Journalism Practice*, 7(6): 690–704.
- Poindexter, Paula (2008). When Women Ignore the News. In Paula Poindexter, Sharon Meraz & Amy Schmitz Weiss (red) *Women, Men, and News*. New York: Routledge.
- Prior, Markus (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Rouw, Ciska & Hermans, Liesbeth (2015). Beyond the news: how do young adults get informed and civically engaged? Paper for the Future of Journalism conference, September 2015, University of Cardiff.
- Ruggerio, Thomas E. (2000). Uses and Gratification Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1): 3–37.
- Schroeder, Kim Christian (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/>

- Schroeder, Kim Christian & Blach-Orsten, Mark (2016). The Nature of News Avoidance in a Digital World. *Digital News Report*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://www.digitalnewsreport.org/essays/2016/nature-news-avoidance-digital-world/>
- Shehata, Adam (2016). News Habits Among Adolescents: The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use—Evidence from a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication & Society*, 19(6): 758–781.
- Shehata, Adam, Wadbring, Ingela & Hopmann, David N. (2015). A longitudinal analysis of news-avoidance over three decades: From public service monopoly to smartphones. Paper for the ICA conference, 21-25 May 2015, San Juan, Puerto Rico.
- Skovsgaard, Morten & Andersen, Kim (2020). Conceptualizing news avoidance: Towards a shared understanding of different causes and potential solutions. *Journalism Studies*, 21(4): 459–476.
- Stroud, Natalie J. (2011). *Niche News. The Politics of News Choice*. New York: Oxford University Press.
- Strömbäck, Jesper (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, Jesper, Djerf-Pierre, Monika & Shehata, Adam (2013). The dynamics of political interest and news media consumption: A longitudinal perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 25 (4): 414–435.
- Strömbäck, Jesper, Falasca, Kajsa & Kruike-meier, Sanna (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.
- Toff, Benjamin & Palmer, Ruth A. (2019). Explaining the gender gap in news avoidance: “News-is-for-men” perceptions and the burdens of caretaking. *Journalism Studies*, 20(11): 1563–1579. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882>
- Trilling, Damian & Schönbach, Klaus (2013). Skipping Current Affairs: The Non-Users of Online and Offline News. *European Journal of Communication*, 28(1): 35–51.
- Van Aelst, Peter, Strömbäck, Jesper, Aalberg, Toril, Esser, Frank, de Vreese, Claes, Matthes, Jörg m.fl. & 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.
- Webster, James G., Phalen, Patricia F., & Lichty, Lawrence W. (2006) *Ratings Analysis. The Theory and Practice of Audience Research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Woodstock, Louise (2014). The News-Democracy Narrative and the Unexpected Benefits of Limited News Consumption: The Case of News Resisters. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 15(7): 834–849. doi:10.1177/1464884913504260.
- Young, Eric (2015). *How Millennials Get News: Inside the Habits of America's First Digital Generation*. Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research. American Press Institute.

Metodbilaga

Den nationella SOM-undersökningen

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), Göteborgs universitet. Sedan 2017 är SOM-institutet även inrättat som en fakultetsgemensam forskningsinfrastruktur vid samhällsvetenskapliga fakulteten. Den nationella SOM-undersökningen genomförs i samverkan med forskare från olika discipliner.

Metodredovisningar och resultat publiceras bl.a. i SOM-institutets rapportserie och i fördjupade analyser i de återkommande forskarantologierna. Alla publikationer finns tillgängliga för nedladdning på SOM-institutets webbsida www.gu.se/som-institutet.

Fältarbetet för den nationella SOM-undersökningen följer i huvudsak samma upplägg från år till år. Undersökningsdesignen som används kallas blandad datainsamling (mixed mode) vilket innebär att data samlas in både via postenkäter och enkäter på webben. Undersökningen skickas ut till ett systematiskt sannolikhetsurval av den svenska befolkningen. Urvalsramen innefattar alla svenska och utländska medborgare som har sin primära adress i Sverige och som är mellan 16 och 85 år. År 2018 och 2019 ingick 21 000 personer i det totala urvalet, år 2020 ingick 22 500 personer. Enkätformulären omfattar 12 sidor med frågor varav ett antal sidor är fyllda med projektspecifika frågor.

Svaren samlas in under september till december respektive år. En stor andel av svaren inkommer tidigt och 30 dagar in i fältarbetet brukar närmare 70 procent av de slutgiltiga svaren ha kommit in. Under fältperioden genomförs en serie påminnelser via post och SMS. Nettosvarsfrekvensen för respektive undersökning 2018–2020 varierar mellan 49–51 procent.

Medborgarpanelen

Medborgarpanelen är SOM-institutets huvudresurs för paneldatainsamling och fungerar som en forskningsinfrastruktur för forskare som vill samla in data. Medborgarpanelen består i dagsläget av drygt 75 000 aktiva deltagare som regelbundet bidrar till svensk och internationell forskning genom att delta i de undersökningar som skickas ut av SOM-institutet.

I Medborgarpanelen genomförs i regel ungefär fyra större datainsamlingar per år. Dessa datainsamlingar brukar kallas för panelvågor, och innebär utskick av frågeformulär till hela eller stora delar av panelen. Varje panelvåg innehåller flera olika undersökningar med frågor ställda i samverkan med olika forskningsprojekt. Alla deltagare får inte alla frågor utan det sker en uppdelning för att inte överbelasta de som svarar. Information om de panelstudier som gjorts sedan uppstarten 2010 finns på SOM-institutets hemsida www.gu.se/som-institutet.

Deltagarna i Medborgarpanelen är till stor del självrekryterade, vilket innebär att de på eget initiativ anmält sig till panelen för att de tycker att det är stimulerande att svara på frågor om politik, vanor och allmänna åsikter. Panelen innehåller också många personer som är slumpmässigt rekryterade via postinbjudan, och därför bättre representerar svenska folket än Medborgarpanelen i stort. Vissa forskningsprojekt ställer bara frågor till de slumpmässigt rekryterade deltagarna, medan andra riktar sig mot blandade urval.

Specialundersökningen om medievanor riktade sig till ett blandat urval och skickades ut till panelen den 28 oktober 2020. Därefter avslutades undersökningen den 16 november. Totalt nåddes 3 579 personer av utskicket, varav 2 813 besvarade den del av enkäten som handlade om medievanor (79 procent).

Tidigare rapporter från Medier & demokrati

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 Vinnova, Sveriges innovationsmyndighet och Riksbankens Jubileumsfond. Satsningen stöds också av bland andra Sveriges kommersiella medier inom Tidningsutgivarna (TU), 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).