

Samhällsengagemang viktigt för att unga ska ta del av nyheter

Ulrika Andersson*

Människors samhällsengagemang spelar stor roll för nyhetsvanorna. Ett stort intresse för politik och samhällsfrågor bidrar ofta till en mer frekvent nyhetsanvändning. Så var det före digitaliseringens stora genomslag, och så förhåller det sig även nu. Samhällsengagemangets betydelse för nyhetsanvändningen skiljer dock mellan olika samhällsgrupper. Analyserna i det här kapitlet visar att graden av engagemang är särskilt betydelsefullt för unga vuxna, där skillnaden mellan gruppen med litet samhällsengagemang och gruppen med stort samhällsengagemang är påtagligt större jämfört med hur det ser ut i övriga åldersgrupper. Samtidigt pekar resultaten mot att sambandet mellan unga vuxnas samhällsengagemang och deras nyhetsvanor inte gäller för alla medier. Skillnaderna framträder framför allt när det gäller public servicemedier och morgontidningar, men däremot inte för nyhetskonsumtion i sociala medier. Möjligheten att ta del av

* Ulrika Andersson är docent och medieforskare vid SOM-institutet, Göteborgs universitet.

nyheter i sociala medier tycks därmed bidra till att jämna ut skillnader mellan olika grupper av unga.

Kapitlets analyser tar sin empiriska utgångspunkt i den nationella SOM-undersökningen som sedan mitten av 1980-talet har ställt frågor om allmänhetens användning av nyhetsmedier.¹

Det viktiga samhällsengagemanget

Forskning har under en längre tid pekat på kopplingen mellan människors samhällsengagemang och deras medievanor. Studier från olika länder har visat att människor med ett större samhällsintresse vanligen tar del av nyhetsmedier i högre utsträckning än människor med ett lägre intresse för politik och samhällsfrågor (Edgerly m fl., 2018; McLeod m fl., 1996; Putnam, 1996; Weibull, 1983). Det går naturligtvis att fråga sig i vilken riktning sambandet mellan samhällsintresse och nyhetsvanor går. Är det samhällsengagemanget som väcker intresset för nyheter, eller är det snarare nyhetsanvändningen som skapar ett intresse för samhället? Svaret torde bli att det finns en ömsesidig effekt där större politiskt intresse och nyhetskonsumtion förmodligen bidrar till att förstärka varandra. Med regelbundna nyhetsvanor följer ett ökat engagemang i, och kunskap om, samhället (Ohlsson, 2012; Stamm m fl.,

¹ Den nationella SOM-undersökningen genomförs sedan 1986 årligen vid SOM-institutet, Göteborgs universitet. Undersökningen riktar sig till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen mellan 16–85 år. 20 400 individer ingick i urvalet till 2017 års undersökning och nettosvarsfrekvensen blev 55 procent. Mer information om den nationella SOM-undersökningen finns på www.som.gu.se.

1997; Strömbäck & Shehata, 2010). Samtidigt krävs rimligen ett visst mått av nyfikenhet på, och intresse för, det omgivande samhället för att individen ska ta sig över den initiala tröskeln att etablera en vana.

I sammanhanget spelar tidigare erfarenhet roll, exempelvis i form av de förutsättningar som varit rådande under uppväxten. Tillgång till medieteknik och föräldrars medievanor har visat sig spela roll för hur individens intresse av att ta del av nyheter har utvecklats (Sullivan, 2013). Av betydelse är också den allmänna synen på nyhetsmedier som råder i samhället. Återkommande studier har påvisat att en stor del av den svenska befolkningen anser att varje människa har en skyldighet att följa med i nyhetsrapporteringen för att på så sätt hålla sig uppdaterad kring vad som händer i omvärlden (Bergström, 2016; Jansson, 1998; jmf McCombs & Poindexter, 1983).

Graden av samhällsengagemang kan mätas på en rad olika sätt. Det kan exempelvis göras genom självskattning av individens allmänna intresse för politik, deltagande i allmänna val, engagemang i olika aktiviteter och föreningar, deltagande i aktiviteter för politisk påverkan (utöver röstning i allmänna val). Inom medieforskning har människors allmänna intresse för politik utgjort en vanlig indikation på samhällsengagemang (Ruggerio, 2000; Strömbäck & Shehata, 2010; jmf Ohlsson, 2013). Denna faktor ligger också i fokus för analyserna i det här kapitlet, tillsammans med den allmänna vanan att diskutera politik. Att ha ett stort allmänintresse för politik och att mer eller mindre ofta diskutera politik med exempelvis familjemedlemmar, vänner eller kollegor, innebär sannolikt att benägen-

heten att ta del av politisk information, att aktivt rösta vid allmänna val, är större än för de personer som uppger att de inte har något intresse för politik. Givet tidigare forskning bör dessa båda faktorer också spela roll för att förklara människors nyhetsvanor, åtminstone när det gäller traditionella medier. Det finns dock forskare som menar att situationen är något annorlunda när det gäller användning av nya medieplattformar (Edgerly m fl., 2018). Huruvida så är fallet i en svensk kontext, belyses i de fortsatta analyserna i det här kapitlet.

Trender i svenska folkets nyhetsvanor 2017

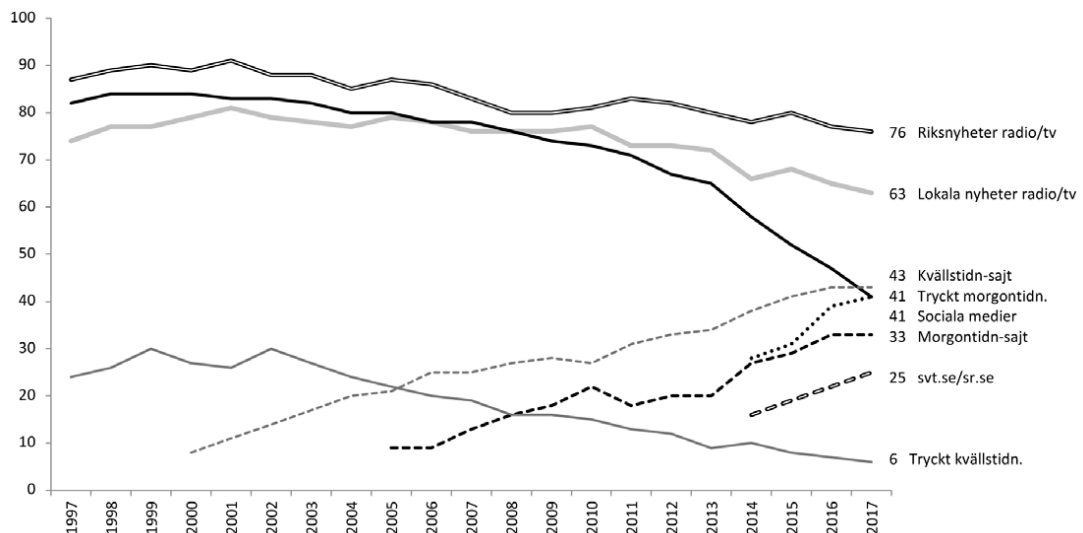
De mönster som kunnat urskiljas i tidigare års mätningar, framträder med tydlighet även i 2017 års nationella SOM-undersökning. Nyhetsanvändningen domineras fortfarande av de nationella nyhetssändningarna i TV4, Sveriges Television och Sveriges Radio, följt av lokalnyheter i publicservicemedier (figur 1). Därefter följer ett kluster av medier bestående av kvällstidningarnas nyhetssajter, de tryckta morgontidningarna och nyheter i sociala medier. I befolkningen som helhet är det omkring 40 procent som tar av del av nyheter via något av dessa medier minst 3 dagar i veckan.

Sett över tid tycks nedgången i användningen av de tryckta morgontidningarna fortfarande inte ha nått sin botten. Under den senaste tioårsperioden har nästan hälften av andelen som läser pappersmorgontidning minst 3 dagar per vecka försvunnit (figur 1). Parallellt har användningen av morgontidningarnas

nyhets sajter ökat, men det positiva tillskottet från den digitala läsningen har än så länge inte lyckats kompensera det stora tappet för papperstidningen (Andersson, 2018).

För användningen av morgontidningssajterna syns dessutom en plattå, där andelen regelbundna läsare har legat på i stort sett samma nivå under 2016 och 2017 (figur 1). Samma mönster framträder också för kvällstidningssajterna. Resultaten kan möjligen indikera en mättnad på marknaden där användningen har nått sin topp. För att avgöra huruvida dagstidningarna står inför en sådan situation, eller om det snarare handlar om en tillfällig utplaning som inom något eller några år kommer att följas av en fortsatt uppgång, behövs dock ytterligare några år av mätningar.

Figur 1. Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka, 1997–2017 (procent)



Kommentar: Riksnyheter radio/tv = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt sedan 2015 nyheter i Sveriges Radio P3. Lokala nyheter radio/tv = Sveriges Radio P4, SVT lokálnyheter samt TV4 lokálnyheter (2000–2013). Tryckt morgontidning inkluderar dagliga gratistidningar. Antal svar 2017 är 10 759.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1997–2017.

Forskning pekar mot att flera av de förklaringsfaktorer som inom forskningen lyfts fram som centrala för att förstå skillnader i människors läsvanor, har förlorat i kraft eller ändrat riktning i samband med att digitala medier har vuxit sig allt starkare. Ålder spelar i dag exempelvis större roll än tidigare för läsningen av papperstidningar och konsumtion av nyheter i tv och radio, samtidigt som ålder har blivit något mindre betydelsefull för att förklara digitala läsvanor (jmf Andersson, 2018). Liknande resultat har visat sig i analyser av hur medievanor inom olika ålderskohorter förändras (Wadbring & Bergström, 2017). Resultaten från 2017 års nationella SOM-undersökning visar på tagliga skillnader mellan andelen yngre och andelen äldre som tittar eller lyssnar på nationella respektive lokala nyhetssändningar i radio och tv minst 3 dagar per vecka, där yngre i betydligt lägre utsträckning tar del av dessa nyhetsmedier jämfört med äldre (tabell 1). Samma förhållande gäller också för tryckta morgontidningar, medan situationen är den motsatta när det gäller nyheter i sociala medier. Medan drygt 10 procent av unga mellan 18–34 år och närmare 70 procent av äldre mellan 65–85 år tar del av tryckta morgontidningar minst 3 dagar per vecka, är det närmare 70 procent av de unga och drygt 10 procent av de äldre som med samma regelbundenhet tar del av nyheter i sociala medier. De största skillnaderna mellan åldersgrupperna är således kopplade till traditionella medieformer å ena sidan och till den allra nyaste digitala plattformen å andra.

Tabell 1. Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka i olika samhällsgrupper, 2017 (procent)

	Riksenheter radio/tv	Lokalenheter radio/tv	Kvällstidningssajt	Tryckt morgontidning	Sociala medier	Morgon- tidningssajt	sr.se/svt.se	Tryckt kvällstidning	Samtliga medier
SAMTLIGA*	76	63	43	41	41	33	25	6	95
ÅLDER									
18–34 år	49	31	47	11	69	33	21	3	91
34–49 år	68	50	55	26	56	41	28	3	95
50–64 år	84	73	46	47	37	36	31	6	96
65–85 år	93	88	31	68	15	26	34	11	97
UTBILDNINGSNIVÅ									
Låg	85	79	33	54	17	20	27	13	96
Medellåg	70	59	48	36	46	29	23	7	93
Medelhög	75	63	47	37	46	34	30	5	96
Hög	77	61	43	42	47	44	33	3	97
SUBJEKTIV KLASS									
Jordbrukar- hem	84	72	31	55	24	24	25	8	95
Arbetarhem	71	61	44	35	41	27	25	8	94
Företagarhem	81	68	43	44	40	34	30	8	96
Tjänste- mannahem	80	66	46	45	43	38	32	4	97
Högre tjm-hem	80	66	45	50	41	45	32	4	97

Kommentar: För indelning av medier, se kommentar till figur 1. *Avser samtliga respondenter mellan 16–85 år. Minsta antal svar är 294 (jordbrukarhem).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Betydelsen av socioekonomisk position, här i termer av utbildningsbakgrund och subjektiv klasstillhörighet, har tidigare varit central för att förklara läsning av traditionella morgontidningar och den tryckta kvällspressen, där en högre position generellt varit förknippad med ökad benägenhet att läsa morgontidningar medan en lägre position varit kopplad till benägenheten att läsa kvällstidningar (Weibull, 1983; Svallfors, 2004). För läsningen av den tryckta morgontidningen har det bland annat funnits en ekonomisk aspekt invävd, då kostnaden för prenumerationen krävt ett visst mått av materiella tillgångar. Även om det numera sägs att klass inte längre spelar någon roll i det svenska samhället, då Sverige präglas av små inkomstskillnader, begränsad fattigdom och hög social rörlighet, påverkar klasspositionen fortfarande såväl utbildningsnivå som intressen och konsumtionsmönster (Danielsson, 2014). Detta spelar i sin tur fortfarande viss roll för konsumtion av medier och olika medieinnehåll (Danielsson, 2014; Sternvik & Wadbring, 2010), även om mönstret skiljer sig jämfört med tidigare.

Som exempel kan nämnas att det 2017 är lågutbildade som i högst utsträckning tar del av tryckta morgontidningar och nyheter i radio och tv (tabell 1). Bakom siffrorna döljer sig i viss mån åldersfaktorn, då många äldre ingår i gruppen av lågutbildade. Högutbildade tar i sin tur i något högre utsträckning än lågutbildade del av kvällstidningarnas nyhetssajter, ett mönster

som går i motsatt riktning jämfört med hur läsningen av de tryckta kvällstidningarna såg ut under 1980- och 1990-talen. För nyheter i sociala medier och läsning av morgontidningarnas nyhetssajter är andelen regelbundna användare i sin tur högre bland högutbildade än bland lågutbildade. Även här finns ett visst samband med åldersfaktorn.

När det gäller betydelsen av individernas samhällsengagemang visar jämförelsen att människor som säger sig vara politiskt intresserade är mer benägna att ta del av nyheter än de som inte har ett särskilt stort politiskt intresse. Skillnaderna gäller framför allt för riks- och lokalnyheter i radio och tv, public-servicekanalernas nyhetssajter och den lokala morgontidningen på papper och nät, där gruppen med stort politiskt intresse kännetecknas av en högre andel regelbundna nyhetsanvändare (tabell 2). För användningen av kvällspressens nyhetssajter och nyhetskonsumtion på sociala medier är skillnaderna mellan de båda grupperna däremot små. Resultatet ligger i linje med vad som framkommit i tidigare forskning, där ett stort intresse för politik och samhällsfrågor visat sig gå hand i hand med en mer aktiv nyhetsanvändning, både när det gäller användningens frekvens och antalet nyhetsmedier som individen väljer att ta del av (Lauf, 2001; Ruggerio, 2000).

Tabell 2. Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka efter samhällsengagemang, 2017 (procent)

	Riksenheter radio/tv	Lokalenheter radio/tv	Kvällstidningssajt	Tryckt morgontidning	Sociala medier	Morgon- tidningssajt	sr.se/svt.se	Tryckt kvällstidning	Samtliga medier
SAMTLIGA ¹	76	63	43	41	41	33	25	6	95
POLITISKT INTRESSE²									
Inte intresserad	36	53	42	33	41	25	20	6	91
Ganska intr.	48	69	44	45	40	36	31	7	97
Mycket intr.	48	70	45	47	46	47	41	6	98
DISKUTERAT POLITIK³									
Ingen gång	71	63	34	42	25	22	22	9	91
Minst någon gång senaste året	75	62	45	39	43	32	26	6	96
Varje vecka	80	66	47	42	49	42	35	6	97

Kommentar: För indelning av medier, se kommentar till figur 1. ¹Avser samtliga respondenter mellan 16–85 år. ²Hur intresserad är du i allmänhet av politik? ”Inte intresserad” är en sammanslagning av ”Inte särskilt intresserad” och ”Inte alls intresserad”. ³Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna..? ”Minst någon gång senaste året” är en sammanslagning av ”Någon gång senaste 12 månaderna”, ”Någon gång i halvåret”, ”Någon gång i kvartalet” samt ”Någon gång i månaden”. Minsta antal svar är 1 521 (mycket politiskt intresserade).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Det finns även samband mellan frekvensen i medievanorna och hur ofta en individ diskuterar politik till vardags. I det här fallet är det dock användningen av nyhetssajter och nyheter på sociala medier som utmär-

ker sig, det vill säga de nyhetsmedier och plattformar som är knutna till webb alternativt appar (tabell 2). För de mer traditionella medieformerna, det vill säga den tryckta tidningen och tablånheter, har denna faktor däremot ingen avgörande betydelse.

Samhällsengagemang särskilt viktigt för ungas nyhetsvanor

Betydelsen av samhällsintresse skiljer sig dock mellan olika grupper. Som exempel görs här en jämförelse mellan andelen regelbundna nyhetsanvändare bland personer med stort respektive litet politiskt intresse i olika åldersgrupper. Oavsett ålder har graden av politiskt intresse störst betydelse för vanan att läsa morgontidningar och för användningen av public-servicemediernas nyhetssajter (tabell 3). I den yngsta åldersgruppen, 18–34-åringar, är den totala andelen som läser morgontidningar minst 3 dagar per vecka dubbelt så stor bland dem med stort politiskt intresse jämfört med dem som inte är intresserade av politik. För Sveriges Televisions och Sveriges Radios nyhetssajter är andelen regelbundna användare närmare tre gånger så stor bland politiskt intresserade som bland politiskt ointresserade. Också bland 35–64-åringar framträder stora skillnader i användning av dessa nyhetssajter, då andelen regelbundna användare är dubbelt så stor bland dem med stort politiskt intresse jämfört med de politiskt ointresserade. Betydelsen av politiskt intresse är dock större ju yngre individerna är.

Tabell 3. Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka efter ålder och politiskt intresse, 2017 (procent)

	Nyheter radio/tv	Kvälls- tidning sajt/tryckt	Morgon- tidning sajt/tryckt	Sociala medier	sr.se/svt.se
18–34 ÅR					
Inte politiskt intr.	44	46	29	66	14
Ganska politiskt intr.	59	48	45	71	23
Mkt politiskt intr.	65	49	57	72	38
<i>Diff.</i>	+21	+3	+28	+6	+24
35–49 ÅR					
Inte politiskt intr.	64	53	44	51	20
Ganska politiskt intr.	77	60	61	58	32
Mkt politiskt intr.	78	54	67	63	40
<i>Diff.</i>	+14	+1	+23	+12	+20
50–64 ÅR					
Inte politiskt intr.	83	47	59	34	22
Ganska politiskt intr.	92	48	69	36	35
Mkt politiskt intr.	88	53	72	47	41
<i>Diff.</i>	+5	+6	+13	+13	+19
65–85 ÅR					
Inte politiskt intr.	93	33	69	11	27
Ganska politiskt intr.	96	41	79	16	33
Mkt politiskt intr.	96	41	85	21	44
<i>Diff.</i>	+3	+8	+16	+10	+17

Kommentar: Nyheter radiotv avser nationella och lokala nyheter i Sveriges Radio, Sveriges Television och TV4. Minsta antal svar är 296 (mkt politiskt intresserade 18–34-åringar).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Det förekommer även en tydlig nivåskillnad bland personer under 35 år när det gäller vanan att ta del av nationella och lokala nyheter i radio och tv (SR,

SVT, TV4). En viss nivåskillnad syns även bland yngre medelålders, medan det däremot inte förekommer några skillnader i åldersgruppen 50–85 (tabell 3). Bland personer över 65 år är det däremot vanligare att ta del av nyheter på sociala medier om individerna är intresserade av politik än om de inte är politiskt intresserade.

De medier för vilken graden av samhällsengagemang spelar minst roll, oavsett åldersgrupp, är kvällspressen. Det gäller både för politiskt intresse som förklaringsfaktor och för benägenheten att diskutera politik (tabell 3 respektive tabell 4). I det här fallet förefaller användningen istället ligga i linje med övriga resultat som framkommit för kvällspressen, där skillnader mellan olika samhällsgruppers användning har blivit utsuddade (tabell 1).

Sambandet mellan hur ofta individerna diskuterar politik och i vilken utsträckning de använder olika medier, framträder primärt i gruppen 18–34-åringar respektive 35–49-åringar och för användningen av traditionella radio- och tv-nyheter, morgontidningar och nyheter i sociala medier (figur 4). Men också bland 50–64-åringar och 65–85-åringar syns ett tydligt samband mellan engagemang och användning av sociala medier. Även om procentdifferensen för gruppen inte är lika stor som för övriga åldersgrupper, handlar det om en tredubbling av andelen användare bland dem som ofta diskuterar politik (från 7 till 21 procent). Fortfarande ligger andelen regelbundna användare dock på en låg nivå i förhållande till yngre och medelålders individer.

Tabell 4. Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka efter ålder och hur ofta individerna diskuterar politik, 2017 (procent)

	Nyheter radio/tv	Kvälls- tidning sajt/tryckt	Morgon- tidning sajt/tryckt	Sociala medier	sr.se/svt.se
18–34 ÅR					
Ingen gång	43	47	30	56	16
Minst någon gång senaste året	50	46	35	69	16
Varje vecka	62	49	49	74	29
<i>Diff.</i>	+19	+2	+19	+18	+13
35–49 ÅR					
Ingen gång	58	51	39	42	18
Minst någon gång senaste året	72	57	54	55	26
Varje vecka	77	57	62	61	35
<i>Diff.</i>	+19	+6	+23	+19	+17
50–64 ÅR					
Ingen gång	78	47	57	26	24
Minst någon gång senaste året	90	48	64	35	29
Varje vecka	89	51	71	44	36
<i>Diff.</i>	+11	+4	+14	+18	+12
65–85 ÅR					
Ingen gång	93	30	69	7	27
Minst någon gång senaste året	96	41	78	16	33
Varje vecka	96	44	83	21	40
<i>Diff.</i>	+3	+14	+14	+14	+13

Kommentar: Nyheter radiotv avser nationella och lokala nyheter i Sveriges Radio, Sveriges Television och TV4. Minsta antal svar är 297 (18–34-åringar som aldrig diskuterar politik).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Om de båda måtten på samhällsengagemang analyseras tillsammans, framträder ett tydligt mönster som visar att benägenheten att diskutera politik spelar roll för användningen av nyheter i sociala medier, oavsett

om individerna är mycket eller lite intresserade av politik (tabell 5). Det pekar mot att användningen av sociala medier i sig kräver att individen är intresserad av att på ett eller annat sätt delta, oavsett om det handlar om ett mer aktivt deltagande där individen själv bidrar med innehåll eller om det handlar om ett mer passivt deltagande där individen skannar av och uppdaterar sig om olika aktörers förhållanden.

Tabell 5. Nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka efter intresse för politik och hur ofta politik diskuteras, 2017 (procent)

	Nyheter radio/tv	Kvälls-tidning sajt/tryckt	Morgon-tidning sajt/tryckt	Sociala medier	sr.se/svt.se
INTE INTRESSERAD					
Ingen gång	70	40	50	28	19
Minst någon gång senaste året	70	47	48	48	19
Varje vecka	72	50	53	47	25
<i>Diff.</i>	+2	+10	+3	+19	+6
GANSKA INTRESSERAD					
Ingen gång	92	38	67	15	31
Minst någon gång senaste året	83	48	65	39	29
Varje vecka	83	50	67	48	33
<i>Diff.</i>	-9	+12	0	+33	+2
MYCKET INTRESSERAD					
Ingen gång	87	41	68	28	37
Minst någon gång senaste året	87	46	73	35	41
Varje vecka	83	50	72	50	41
<i>Diff.</i>	-4	+9	+4	+22	+4

Kommentar: Nyheter radio/tv avser nationella och lokala nyheter i Sveriges Radio, Sveriges Television och TV4. Minsta antal svar är 69 (mkt intresserade som aldrig diskuterar politik).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Den avslutande analysen utgår från den samlade användningen av alla medier som undersökts, och i vilken mån ålder och grad av samhällsengagemang spelar roll för nyhetsanvändningen som sådan. I tabell 6 jämförs ytterligheterna när det gäller samhällsengagemanget, det vill säga de som säger sig vara ointresserade av politik och som inte heller har diskuterat politik vid något tillfälle under de senaste 12 månaderna, och de som säger sig vara mycket intresserade av politik och som diskuterar politik minst någon gång varje vecka. Dessa båda grupper torde, åtminstone teoretiskt, utgöra de minst respektive de mest engagerade samhällsmedborgarna. Dessa båda ytterligheter jämförs så i de olika åldersgrupperna. Analysen visar på två viktiga resultat: dels att åldersfaktorn har betydelse för nyhetsvanorna i den grupp som har det lägsta samhällsengagemanget, medan ålder däremot inte spelar roll för nyhetsanvändningen i den grupp som är mest samhällsengagerad (tabell 6); dels att ju yngre individen är, desto större roll spelar samhällsengagemanget för benägenheten att ta del av nyhetsmedier. Det finns i den yngsta åldersgruppen en påtaglig skillnad i andelen regelbundna nyhetsanvändare bland de minst respektive de mest samhällsengagerade, en skillnad som successivt minskar med ökad ålder. Bland personer över 65 år är andelen som tar del av minst något av de omfrågade nyhetsmedierna 3 dagar i veckan eller mer i stort densamma, oavsett om individerna har ett minimalt eller ett maximalt samhällsengagemang.

Tabell 6. Total nyhetsanvändning minst 3 dagar/vecka efter ålder och litet respektive stort samhällsengagemang, 2017 (procent)

	18–34 år	35–49 år	50–64 år	65–85 år	Diff.
Inte politiskt intresserad – Diskuterar aldrig politik	81	85	90	95	+14
Mycket politiskt intresserad – Diskuterar politik varje vecka	97	97	99	98	+1
<i>Diff.</i>	+16	+12	+9	+3	

Kommentar: Procentandelarna anger andelen som minst 3 dagar per vecka tar del av åtminstone något av de omfrågade nyhetsmedierna. Minsta antal svar är 214 (politiskt ointresserad 18–34-åringar som aldrig diskuterar politik).

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Slutord

Forskningen har sedan länge studerat vilka egenskaper och förutsättningar som framförallt förklarar människors läsvanor. Bland de förklaringsfaktorer som visat sig vara särskilt viktiga återfinns individens ålder, utbildningsnivå och subjektiv klasstillhörighet, liksom graden av samhällsengagemang. Ett stort intresse för politik och samhällsfrågor har vanligen bidragit till en mer aktiv nyhetsanvändning, inte minst när det gäller hur frekvent individen tar del av nyheter.

Resultaten från den nationella SOM-undersökningen 2017 visar att flera av dessa faktorer fortfarande är avgörande för att förklara människors nyhetsvanor. Äldre tar exempelvis i högre utsträckning del av nyheter i traditionella plattformar än yngre och personer

med stort samhällsengagemang tar i högre utsträckning del av nyheter i radio och tv, morgontidningar på papper och webb och nyheter i sociala medier, jämfört med de mindre samhällsengagerade grupperna. Särskilt viktigt är graden av samhällsengagemang hos unga, inte minst när det gäller användningen av morgontidningar.

Med digitaliseringen och omstruktureringen av medieutbudet, har gränserna mellan olika medieformer successivt luckrats upp. Det som trycks i papperstidningar och sänds i radio och tv, finns tillgängligt på nyhetssajterna och sprids också vidare genom distributionskanaler som sociala medier. För den som har tillgång till rätt teknik, vilket majoriteten av befolkningen har, finns tveklöst stora möjligheter att ta del av nyheter. Det förutsätter dock, som detta kapitel visar, att det finns ett intresse för nyheter och nyhetsmedier. Med en lägre grad av samhällsengagemang, förefaller tröskeln för att vilja ta del av nyheter bli högre. Det torde innebära att det för dessa grupper även spelar roll hur lättillgängliga nyheter är.

Samtidigt går trenden i mediebranschen mot allt mer material bakom betalväggar, framför allt när det gäller morgontidningarnas nyhetssajter. Det är förstås en nödvändighet för tidningarnas överlevnad, åtminstone givet de nu rådande utmaningarna. Det finns dock skäl att ställa frågan vilka konsekvenser detta i förlängningen kan tänkas få för medievanorna och för demokratin. Det gäller inte minst i relation till de redaktionella neddragningar som gjorts under senare år.

Studier har visat att människor som sällan tar del av nyheter generellt har något mindre kännedom om viktiga samhällsfunktioner (Ohlsson, 2013). Givet den stora betydelse som traditionellt tillskrivs nyhetsmedierna i den representativa demokratin riskerar ökade trösklar för tillgång till nyheter att få samhälleliga konsekvenser i termer av en mindre informerad väljarkår. Det innebär också försämrade möjligheter för människor att utöva sin väljarmakt på ett insiktsfullt sätt.

Referenser

- Andersson, Ulrika (2018). Det prasslar inte lika mycket om tidningsläsningen som förr. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Elina Lindgren & Maria Oskarson (red) *Sprickor i fasaden*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika (2016). Nyheter – både plikt och nöje. I Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Solevid (red) *Ekvilibrium*. Göteborgs universitet: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Danielsson, Martin (2014). *Digitala distinktioner, klass och kontinuitet i unga mäns vardagliga mediepraktiker*. Jönköping: Högskolan för lärande och kommunikation, Högskolan i Jönköping.
- Edgerly, Stephanie, Emily K. Vraga, Leticia Bode, Kjerstin Thorson & Esther Thorson (2018). New media, new relationship to participation? A closer look at youth news repertoires and political participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95 (1), 192–212.

- Jansson, André (1998). Medieanvändning som medborgerlig plikt? I Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Opinionssamhället*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Lauf, Edmund (2001). Research Note: The Vanishing Young Reader. Socio-demographic Determinants of Newspaper Use as a Source of Political Information in Europe, 1980-98. *European Journal of Communication* 16 (2): 233–243.
- McCombs, Maxwell & Paula Poindexter (1983). The Duty to Keep Informed: News Exposure and Civic Obligation. *Journal of Communication*.
- McLeod, Jack M., Katie Daily, Zhongshi Guo, William P. Everland Jr, Jan Bayer, Seungchan Yang & Hsu Wang (1996). Community Integration, Local Media Use, and Democratic Processes. *Communication Research* 23 (2).
- Ohlsson, Jonas (2013). Tidningen och demokratin. I Annika Bergström & Jonas Ohlsson (red) *En region för alla? Medborgare, människor och medier i Västsverige*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Putnam, Robert D. (1996). *Den fungerande demokratin: medborgarandans rötter i Italien*. Stockholm: SNS Förlag.
- Ruggiero, Thomas E. (2000). Uses and Gratification Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society* 3 (1), 3–37.
- Stamm, Keith R., Arthur G. Emig & Michael B. Hesse (1997). The Contribution of Local Media to Community Involvement. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 74 (1), 97–107.

- Sternvik, Josefine & Wadbring, Ingela (2010). Nyhetsvanor – en klassfråga? I Maria Oskarson, Tomas Berglund & Mattias Bengtsson (red) *En fråga om klass: levnadsförhållanden, livsstil, politik*. Malmö: Liber.
- Strömbäck, Jesper & Adam Shehata (2010). Media malaise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between news media exposure, political news attention and political interest. *European Journal of Political Research* 49 (5), 575–597.
- Sullivan, John Lawrence (2013). *Media audiences: effects, users, institutions, and power*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
- Svallfors, Stefan (2004). *Klassamhällets kollektiva medvetande: klass och attityder i jämförande perspektiv*. Umeå: Boréa.
- Wadbring, Ingela & Annika Bergström (2017). A local crisis or a print crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies* 18 (2), 175–190.
- Weibull, Lennart (1983). *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber.