

# Stärkt position för nyhetsmedier under pandemin

**Ulrika Andersson\***

I samband med coronapandemin har nyhetsmediernas betydelse i samhället blivit extra tydlig och intresset för att ta del av nyheter har ökat bland både yngre och äldre. Behovet av nyheter och information har framför allt tagit sig uttryck i en ökad användning av lokala nyhetssajter och medier baserade på rörlig bild, där de etablerade medierna har lyckats stärka sina positioner. Samtidigt har nyhetskonsumtionen i sociala medier minskat något, åtminstone under pandemins inledande fas. Det generella mönstret att yngre föredrar digitala nyhetsmedier medan äldre prioriterar papper och tablå gäller även i tider av kris. Inom åldersgrupperna har det dock skett vissa förskjutningar. Pandemin har exempelvis bidragit till ett tydligt digitalt språng i äldres nyhetsvanor. Det är några av resultaten i det här kapitlet om svenskarnas nyhetsanvändning under coronapandemin.

---

\* Ulrika Andersson är docent vid JMG och biträdande föreståndare för SOM-institutet, båda vid Göteborgs universitet.

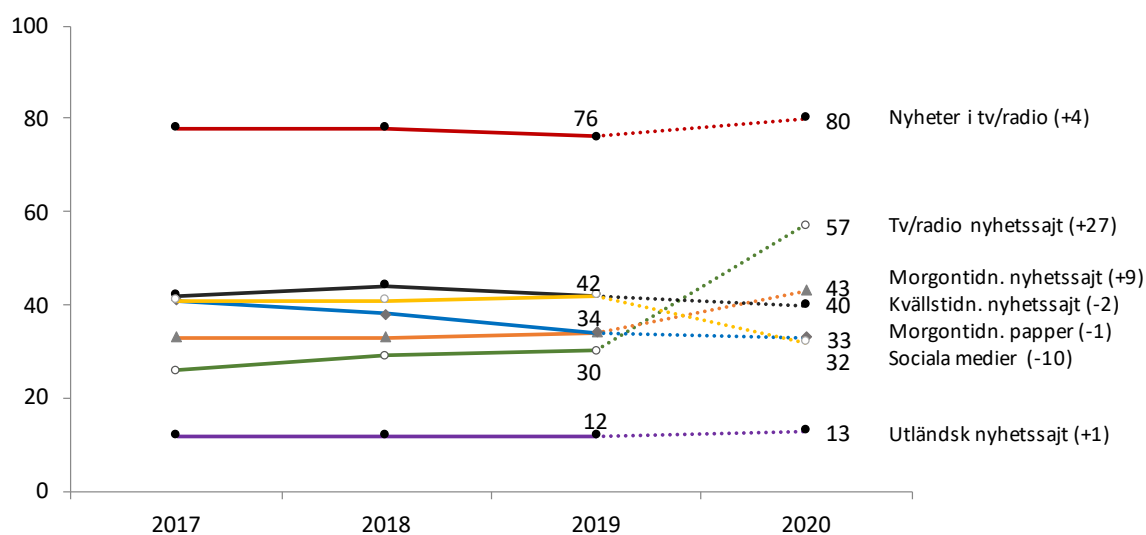
Analysen baseras på de nationella SOM-undersökningarna 2017–2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020, samtliga genomförda vid SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Undersökningarna vänder sig till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen i åldrarna 16–85. Då de ordinarie undersökningarna alltid genomförs på hösten, gjordes en specialundersökning våren 2020 för att fånga upp hur människors vanor och beteenden förändras i samband med utbrottet av en omfattande samhällskris. För en närmare beskrivning av respektive undersökningar, se Falk, Sandelin och Weissenbilder (2020) och Sandelin (2020).

### **Nyhetsvanor i kristid**

Liksom flera andra studier visar SOM-institutets mätningar av svenskarnas nyhetsvanor att digitala plattformar har fått större betydelse under pandemin, framför allt bland de grupper som inte är att betrakta som digital natives (se t ex Andersson, 2020a; Internetstiftelsen, 2020). Resultaten pekar mot tre större förändringar i den regelbundna användningen av nyhetsmedier i samband med pandemin. Den mest påtagliga förändringen rör *TV4:s*, *Sveriges Televisions* och *Sveriges Radios* respektive nyhetssajter, där andelen 16–85-åringar som minst tre dagar per vecka tar del av nyheter på någon av dessa sajter ökade från 30 till 57 procent mellan hösten 2019 och senvåren 2020 (figur 1). En viss ökning skedde också för nyheter i tv och radio, från 76 till 80 procent regelbundna användare. Resultaten har bekräftats i andra medievanemätningar.

MMS:s mätningar visade exempelvis en kraftigt ökad online-rating för *Sveriges Televisions* webbsändningar av programmet *Nyheter Direkt* från mitten av mars 2020 och framåt, jämfört med motsvarande period 2019 (se Andersson, 2020b:22). En majoritet av sändningarna från våren 2020 berörde coronapandemin och en del av förklaringen till den kraftiga uppgången i användningen av bland annat SVT:s nyhetssajt (se figur 1) kan förmodligen hittas i de dagliga pressträffar som direktsändes på webben.

**Figur 1. Nyhetsanvändning i Sverige minst 3 dagar/vecka 2017–2019 samt under coronapandemin våren 2020 (procent, procentdifferens).**



**Kommentar:** Nyheter i tv/radio = lokala/regionala och nationella nyhetsprogram i TV4, Sveriges Television och Sveriges Radio. Tv/radio nyhetssajt = tv4.se, svt.se, sr.se. Siffrorna inom parentes anger procentdifferens mellan 2019 och 2020. Antal svar: 10 068 år 2019 och 2 549 år 2020.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2017–2019 samt SOM-undersökningen om coronaviruset 2020.

Den andra förändringen rör användningen av morgontidningarnas nyhetssajter, där andelen regelbundna användare ökade från 30 till 43 procent. Siffror från andra mätinstitut och från branschstatistik visade att

pandemin även föreföll ha bidragit till ett ökat antal digitala morgontidningsprenumeranter (Kantar Sifo, 2020; TU, 2020). En liknande utveckling kunde också ses i de nordiska grannländerna, såväl för morgonpressen som för tv och radio (se t ex Braekke, 2020; DR Medieforskning, 2021)

För morgontidningar på papper, kvällspressens nyhetssajter och utländska nyhetssajter förblev däremot användningen under coronapandemins första fas oförändrad jämfört med 2019 (figur 1). Den successiva nedgång i allmänhetens läsning av morgontidningar på papper som karakteriserat 2010-talet, stannade av något under våren 2020. En del morgontidningar kunde i början av pandemin också rapportera om ett ökat antal prenumeranter för papperstidningen (Dagens Media, 2020). Den oförändrade nivån i andelen regelbundna användare av utländska nyhetssajter förvånar möjligen något då pandemin utgjort en internationell angelägenhet. Vanligtvis brukar dock intresset för det nationella och lokala överskugga intresset för det internationella vilket förmodligen förklarar att användningen av utländska nyhetssajter inte ökade under pandemin. Även kvällspressens oförändrade läge sticker ut något, inte minst givet de höga online-ratings som präglade nyhetssändningarna på *aftonbladet.se* under våren 2020 (se MMS, 2021:34). Samtidigt låg kvällspressens nyhetssajter högt redan före pandemin, sett till andelen regelbundna användare, och det är rimligt att tänka sig att fler av de som i vanliga fall brukar hålla sig till de skrivna artiklarna valde att också rikta uppmärksamhet mot de direktsända nyhetsprogrammen, vilka inte sällan berörde just coronaläget i Sverige.

Den tredje större förändringen som karakteriserade nyhetsanvändningen i början av pandemin, var att sociala medier förlorade viss betydelse som distributör av nyheter. Andelen som regelbundet tog del av nyheter i sociala medier minskade från 42 procent hösten 2019 till 32 procent våren 2020 (figur 1). Det förefaller således som att en del av nyhetspubliken valde att rikta blicken bort från sociala medier, för att istället vända sig till de etablerade nyhetsmediernas plattformar.

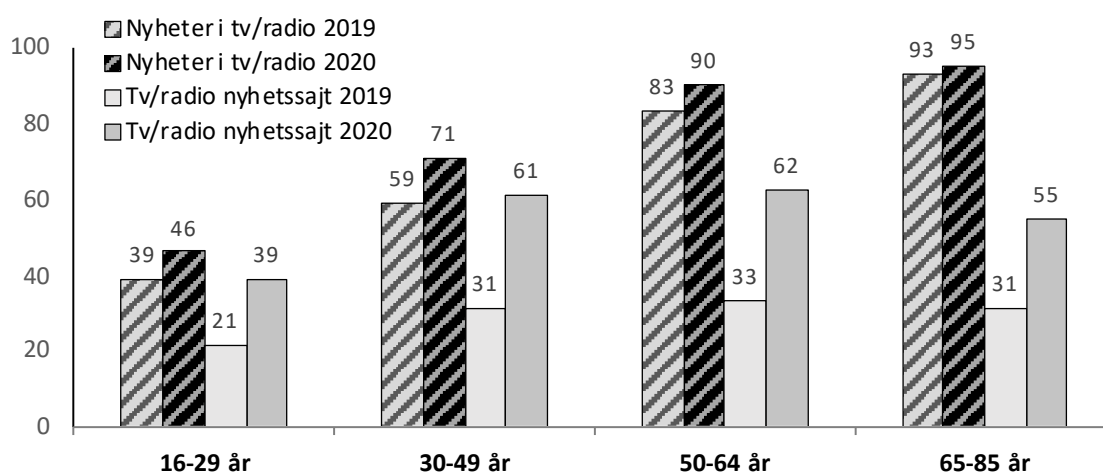
### **Äldre blev mer digitala under pandemin**

Det är sedan tidigare välkänt att valet av nyhetsmedier varierar påtagligt mellan individer i olika åldersgrupper. Medan yngre oftast föredrar digitala nyhetsplattformar, väljer äldre vanligtvis linjär tv och radio samt morgontidningen på papper. Även om dessa generella mönster har varit gällande också under coronapandemin är det tydligt att behovet av nyheter och information bidragit till vissa förskjutningar inom åldersgrupperna.

Det starka intresset för nyhetssändningar i radio och tv präglade alla åldersgrupper upp till 64 år (figur 2). Bland personer över 65 år låg andelen regelbundna tittare och lyssnare kvar på samma höga nivå som 2019. I alla åldersgrupper fanns dock en signifikant ökning i användningen av public servicemediernas och TV4:s nyhetssajter. Bland 16–64-åringar närmast fördubblades andelen under pandemins början, från 21 till 39 procent bland de yngsta och från drygt 30 till strax över 60 procent bland 30–64-åringar. I den äldsta åldersgruppen skedde en ökning från 31 till 55 procent.

Av dessa 55 procent tog en majoritet regelbundet del av nyheter från *samtliga* av de tre sajterna *tv4.se*, *svt.se* och *sr.se*. Det åldersrelaterade mönstret i framför allt tv-vanorna, både off-line och online, gick också att se i MMS-mätningar av nyhetssändningar linjärt och online (Andersson, 2020b).

**Figur 2. Användning av tv och radios nyhetssändningar respektive nyhetssajter minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 samt under coronapandemin våren 2020 (procent).**



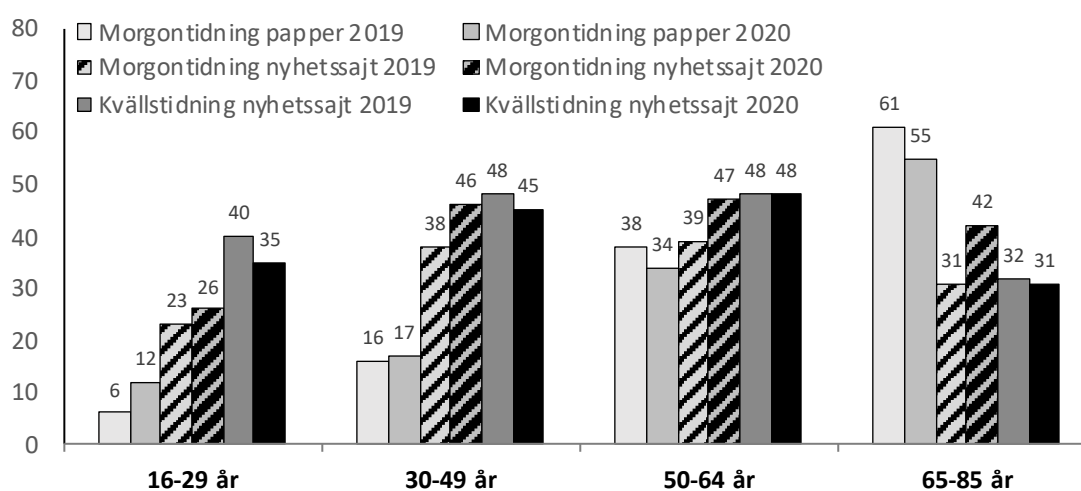
**Kommentar:** Nyheter i tv/radio = lokala, regionala och nationella nyhetsprogram i TV4, Sveriges Television och Sveriges Radio. Tv/radio nyhetssajt = tv4.se, svt.se, sr.se. Minsta antal svar på grupp-nivå: 1 516 år 2019, 322 år 2020 (16–29-år).

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

Sett till morgontidningar på papper dubblades andelen regelbundna läsare bland unga under 30 år under pandemin, om än från en mycket låg nivå, medan läsningen bland personer över 65 år istället minskade något (figur 3). Samtliga åldersgrupper ökade dock sin användning av morgontidningarnas nyhetssajter. Störst var ökningen bland 65–85-åringar, där andelen gick från 31 till 42 procent. Men också bland 30–64-åringar skedde en relativt tydlig ökning, från i genomsnitt 39 till 47

procent. Kvällstidningarnas nyhetssajter såg däremot en viss minskning av andelen regelbundna användare bland personer i 16–29-årsåldern medan användningen i övriga åldersgrupper i stort förblev oförändrad.

**Figur 3. Användning av morgontidningar på papper samt morgon- och kvällstidningars nyhetssajter minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 samt under coronapandemin våren 2020 (procent).**

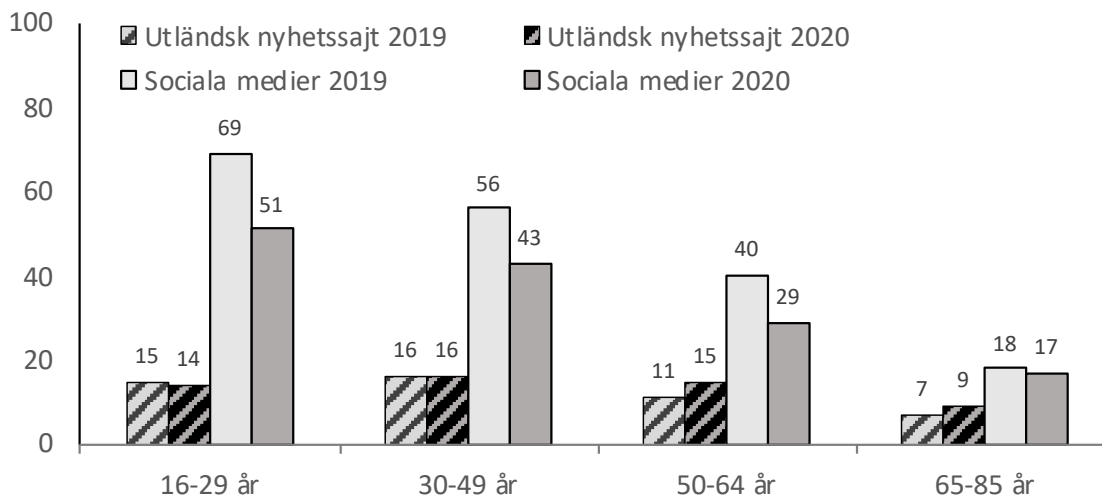


**Kommentar:** Minsta antal svar på gruppnivå: 1 516 år 2019 respektive 322 år 2020 (16–29-åringar).

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

För nyhetskonsumtion i sociala medier minskade den regelbundna användningen i huvudsak bland personer under 65 år (figur 4). I gruppen 16–29-åringar minskade andelen från 69 till 51 procent och i gruppen 30–49-åringar från 56 till 43 procent. Också 50–64-åringar minskade sin användning, från 40 till 29 procent regelbundna användare, medan äldre från 65 år och uppåt inte ändrade sina vanor. Och för utländska nyhetssajter förblev användningen oförändrad i de flesta åldersgrupper, med undantag för en liten ökning i gruppen 50–64-åringar.

**Figur 4. Användning av utländska nyhetssajter och nyheter i sociala medier minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 samt under coronapandemin våren 2020 (procent).**



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

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

## Sammanfattning

Det senaste året har präglats av många uppmaningar om att tvätta händerna ofta, stanna hemma vid minsta symtom, hålla avstånd och avstå sociala sammanhang. Uppmaningarna har varit som ett slags mantra i samband med de återkommande pressträffarna med ansvariga myndigheter samt företrädare för regeringen. De begränsningar som följt i pandemins spår, med uppmaningar om social distansering och, om möjligt, arbete hemifrån, har inte bara medfört delvis ändrade levnadsvanor. Det har också fått påverkan på vilka plattformar människor har vänt sig till för att ta del av nyheter. Coronapandemin har därtill genererat ett ökat behov av information och nyheter om



pandemins utbredning och konsekvenser, vilket tagit sig uttryck i en ökad konsumtion av nyhetsmedier i befolkningen i stort.

Även om valet av nyhetsmedier skiljer sig mellan människor i olika åldrar har pandemin – åtminstone inledningsvis – bidragit till att samla en ökad andel av mediepubliken kring mer traditionella nyhetsförmedlare: dagspress, tv och radio. Publiken tycks också i ökad utsträckning ha vänt sig direkt till dessa mediers plattformar, åtminstone skulle den minskade nyhetskonsumtionen i sociala medier kunna tolkas så. De mest påtagliga förändringarna jämfört med före pandemin är dels det stora intresset för tv och radios nyhetssajter, dels det digitala språng som utmärker äldres nyhetsvanor. Huruvida det är resultat som kommer att bestå också på lång sikt återstår att se. Det är dock rimligt att tro att den digitaliserings-skjuts som pandemin har bidragit till kommer att ha effekt på medieanvändningen ännu ett tag framöver.

## Referenser

- Andersson, Ulrika (2020a). Nyhetsvanor under coronapandemin. Rapport 5, SOM-undersökningen om coronaviruset 2020. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet. <https://www.gu.se/sites/default/files/2020-10/5.%20Nyhetsvanor%20under%20coronapandemin.pdf> (besökt 2021-02-04)
- Andersson, Ulrika (2020b). *Medieutveckling 2020. Svenska nyhetsvanor – i normaltider och kristider*. Stockholm: Myndigheten för press, radio och tv.

- Braekke, Jonas (2020). Opplever Koronaboom. *Klassekampen*. 2020-08-31. <https://klassekampen.no/utgave/2020-08-31/opplever-koronaboom> (besökt 2021-02-04)
- Dagens Media (2020). Raset för printprenumerationer hejdat. 2020-06-24. <https://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/raset-for-printprenumerationer-hejdat> (besökt 2021-02-04)
- DR Medieforskning (2021). Medieudviklingen 2020. DR Medieforskningsårilige rapport om udviklingen av danskernes brug af elektroniske medier. Köpenhamn: DR Medieforskning. [https://www.dr.dk/static/documents/2021/01/22/medieudviklingen\\_2020\\_v2\\_53f01f21.pdf](https://www.dr.dk/static/documents/2021/01/22/medieudviklingen_2020_v2_53f01f21.pdf) (besökt 2021-02-04)
- Falk, Elisabeth, Sandelin, Frida & Weissenbilder Marcus (2020). Den nationella SOM-undersökningen – en metodöversikt. SOM-rapport 2020:3. <https://gu.se/sites/default/files/2020-04/3.%20Metodrapport%20Riks%202019.pdf> (besökt 2021-02-04)
- Internetstiftelsen (2020). Svenskarna och internet 2020. <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2020/12/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2020.pdf> (besökt 2021-02-04)
- Kantar Sifo (2020). Orvesto Konsument 2020:1.
- MMS (2021). MMS Årsrapport 2020. Stockholm: MMS Mediamätning I Skandinavien. <https://mms.se/wp-content/uploads/dokument/rapporter/tv-tittande/ar/%C3%85rsrapporter/%C3%85rsrapport%202020.pdf> (besökt 2021-02-04)

Sandelin, Frida (2020). SOM-undersökningen om coronaviruset – Metodrapport. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet. <https://www.gu.se/sites/default/files/2020-10/SOM-unders%C3%B6kningen%20om%20coronaviruset%202020-20-%20En%20metod%C3%B6versik.pdf> (besökt 2021-02-04)

TU Medier i Sverige (2020). Morgonpressens läsarintäkter ökar med 4 procent. 2020-09-24. <https://tu.se/mediefakta/annonsbarometern/morgonpressens-lasarintakter-okar-med-4-procent> (besökt 2021-02-04)