

UNGAS NYHETSKONSUMTION – I EN FÖRÄNDERLIG NYHETSVÄRLD

JOSEFINE STERNVIK

Nyhetsvanor hos dagens unga har förändrats dramatiskt både om vi jämför med äldres nyhetskonsumtion och tidigare generationer ungas nyhetsanvändning. Denna omdaning har kunnat skönjas de senaste årtiondena och hänger bl.a. samman med de stora förändringarna på mediemarknaden som ägt rum sedan början av 1990-talet. Det handlar då inte bara om att nyhetsmedierna både blivit fler och utökat sitt utbud, utan också om det faktum att tidning, tv och radio numera konvergerat och på olika sätt flyter samman i såväl medvetande som praktik (se t.ex. Kairos Future, 2008).

Det som framförallt kännetecknar de ungas nyhetskonsumtion i ett tidsperspektiv är en generell försvagning av användandet av traditionella nyhetsprogram och dagstidningar (se t.ex. Sternvik, 2009). SOM-institutet har kunnat följa denna försvagning, då de sedan starten 1986 mätt i vilken utsträckning vi tittar och lyssnar på olika nyhetsprogram samt läser olika dagstidningar. På senare år har emellertid frågan om medieformens betydelse i sammanhanget blivit allt mer aktuell – särskilt i fråga om de ungas nyhetsanvändning, eftersom det är dessa som framförallt nyttjar de nya medieformerna. Försvagningen i konsumtionen av de uppmätta nyhetsprogrammen/tidningarna bland yngre skulle t.ex. kunna vara ett tecken på ett generellt minskat nyhetsintresse hos denna del av befolkningen, men det skulle lika gärna exempelvis kunna vara ett resultat av att de traditionella nyhetsprogrammen förlorar publik till andra nyhetsförmedlare. Unga väljer kanske bort Rapport till förmån för exempelvis Nyheter24 eller avslutar sin DN-prenumeration och istället prioriterar en daglig gratistidning. Å andra sidan det kan också förhålla sig så att de traditionella nyhetsprogrammen eller de enskilda tidningstitlarna faktiskt inte tappar tittare/lyssnare/läsare utan att tappat snarare kan höras de traditionella medieformerna. Unga väljer inte bort Rapportsändningarna – de tar bara inte del av dess sändningar i tv-apparaten längre, utan i datorn eller i mobilen.

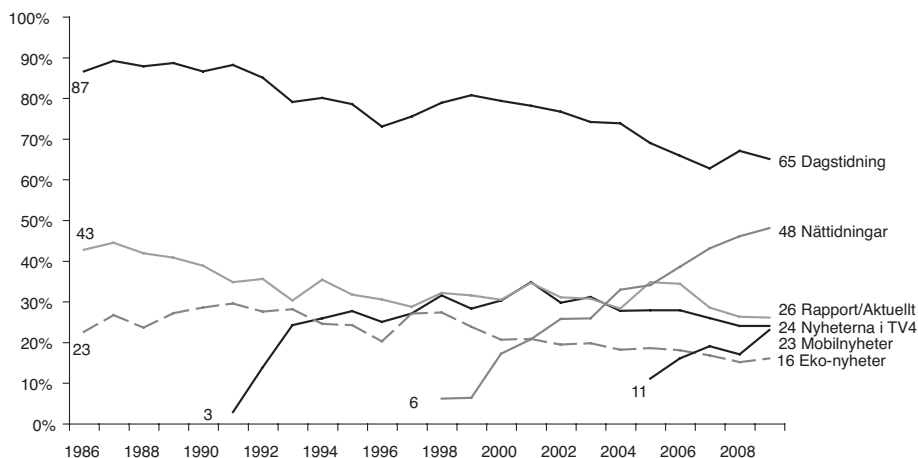
Mot denna bakgrund ställdes en kompletterande fråga i SOM-undersökningen 2009 – utöver de traditionella nyhetsfrågorna. Avsikten var just att försöka bringa klarhet i ungas nyhetskonsumtion; i vilken utsträckning och på vilket sätt tar de del av nyheter. Detta kapitel avser ge svar på dessa frågor.

Nyhetskonsumtion i olika medier

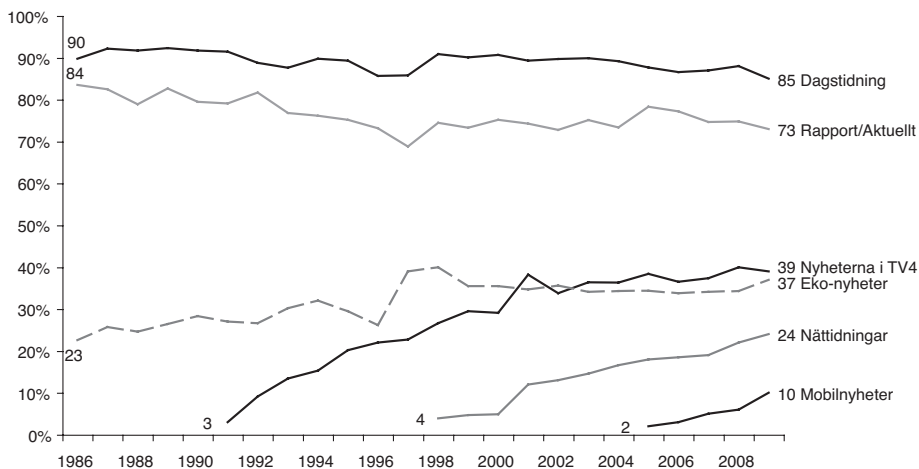
Den allmänna trenden beträffande nyhetskonsumtionen i Sverige idag är att de traditionella nyhetsprogrammen generellt sett fortfarande är tämligen starka på nyhetsmarknaden, men att de sakta tappar i styrka för varje år. Såväl dagstidningarnas pappersutgåva, Rapport och Aktuelltts vanliga nyhetssändningar i tv-apparaten samt Ekots sedvanliga radiosändningar har förlorat publikandelar successivt sedan 1990-talet. Samtidigt blir andelen som konsumerar nyheter i ”nya¹” kanaler så som mobiltelefonen eller på internet allt fler (se figur i Holmberg och Weibulls inledningskapitel i föreliggande volym). Den regelbundna nyhetsanvändningen ser givetvis olika ut i olika grupper av nyhetskonsumenter. I vissa avseenden har människors klassposition visat sig ha betydelse för om, hur och på vilket sätt nyheter konsumeras. Lika så är utbildningsnivå och boende ort väsentliga i sammanhanget. Överlägset viktigaste skiljelinje hittar vi emellertid om vi ser till människor i olika åldrar (Sternvik & Wadbring, 2010; Sternvik, 2009). Något förenklat kan man säga att den svenska befolkningen delar sig i två läger om vi ser till nyhetskonsumtionen i relation till ålder (figur 1a och 1b).

En jämförelse mellan den yngre och den äldre delen av befolkningen visar olika utvecklingsmönster i nyhetsanvändningen. Medan de äldre har tämligen stabila nyhetsvanor beträffande de traditionella nyhetsformerna, visar den yngre befolkningen försvagade vanor i detta avseende. Vidare har den yngre befolkningen snabbare och i större utsträckning tagit till sig de nya nyhetsmedierna än de äldre. Den generella tendensen är dessutom att ju större ålderskillnad som föreligger, desto större är skillnaden i nyhetskonsumtionen.

Figur 1a Regelbunden nyhetsanvändning i olika medier 1986-2009 bland 15-49 åringar (procent)



Figur 1b Regelbunden nyhetsanvändning i olika medier 1986-2009 bland 50-85-åringar (procent)



Fråga: (1): Hur ofta brukar du titta på eller lyssna till följande nyhetsprogram i radio och TV? (2): Läser eller tittar du i någon eller några morgontidningar/gratistidningar regelbundet? (3): Läser eller tittar du i regelbundet i någon eller några morgontidningar på internet? (4) Läser eller tittar du i följande tidningar [Aftonbladet, Expressen, GT eller Kvällsposten] på papper ... på internet? (5) Hur ofta brukar du använda mobiltelefonen till följande: använda nyhetstjänster?

Kommentar: Regelbunden nyhetsanvändning innefattar för *dagstidningsläsning* de som laser en morgontidning minst 5 dagar i veckan och/eller en gratistidning minst 3 dagar i veckan och/eller en kvällstidning minst 3 dagar i veckan; för de som ser på en specifik nyhetskanal i tv/radio (*nyheter från SVT, TV4-nyheter samt Eko-nyheter*) minst 5 dagar i veckan; för de som tar del av *nätnyheter* minst 3 dagar veckan samt för de som tar del av *mobilyheter* minst 1 dag i veckan.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen för respektive år. För 2009 ingår endast Riks-SOM 1 & 2.

Nya eller gamla medieformer

Nyhetsanvändning är, och har visserligen i princip alltid varit, en fråga om ålder så tillvida att äldre har mer etablerade vanor samt är mer socialiserade i samhället och därmed mer intresserade av nyheter generellt sett. Därför tar de följaktligen också del av nyheter i betydligt större utsträckning än yngre. Men tillkomsten av nya nyhetskanaler har inneburit ytterligare en åldersskiktning i sammanhanget där de traditionella nyhetsmedierna har en publik som ökar med åldern medan de nya nyhetsmedierna: gratistidningar, nät- och mobilyheter, i princip har en publik som minskar med åldern (Sternvik, 2009). Yngre och äldre tar alltså del av nyheter i olika medier och/eller medieformer (tabell 1).

Tabell 1 De fem vanligaste nyhetskanalerna som yngre och äldre regelbundet tar del av 2009 (procent)

15-29 år			65-85 år		
1	Morgontidningar på papper	50	1	Rapport/Aktuellt i SVT	89
2	Kvällstidningar på nätet	39	2	Morgontidningar på papper	85
3	Nyheterna i TV4	34	3	Regionala nyheter i SVT	81
4	Dagliga gratistidningar	28	4	P4 SR	59
5	Lokala nyheter i TV4	28	5	Nyheterna i TV4	57

Fråga: se figur 1.

Kommentar: Regelbunden nyhetsanvändning innefattar innebär att respektive nyhetsmedium nyttjas minst 3 dagar i veckan.

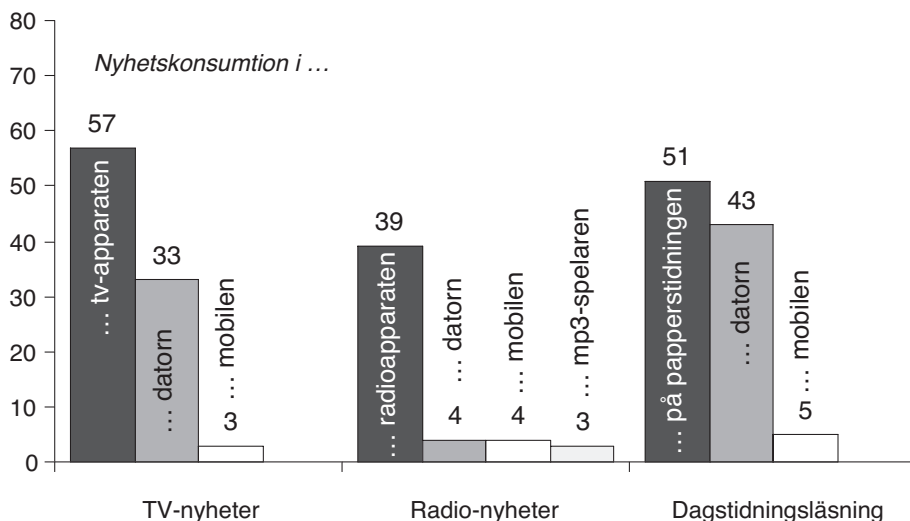
Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1 & 2, 2009.

Unga vuxna har inte samma vana som äldre att separera olika medieformer. Tv-tittande är för dem inte på samma sätt knuten till tv-apparaten hemma i vardagsrummet, liksom dagstidningsläsning inte med nödvändighet innebär att fysiskt hålla i en papperstidning. Detta är en utveckling som inte i samma utsträckning går att identifiera bland dem äldre och som framförallt tagit fart under det senaste decenniet i och med den tekniska utvecklingen. Utvecklingen har dessutom kommit olika långt om vi ser till olika medier och gäller såväl medieanvändning generellt som nyhetskonsumtion mer specifikt – även om nivåerna ser något olika ut beroende på innehållets karaktär.

Man kan emellertid ganska snabbt konstatera att nyheter, även bland unga, framförallt konsumeras i de traditionella medieformerna (figur 2). De nya medieformerna knappar dock in – speciellt tv-nyhetskonsumtion och dagstidningsläsning i datorn. Tendensen är vidare att ju äldre nyhetspubliken är, desto större är skillnaderna i nyhetskonsumtion av nya och traditionella medieformer, med fördel för de senare. 95 procent av pensionärerna tar exempelvis del av tv-nyheter i tv-apparaten minst tre dagar i veckan, medan endast 7 procent tar del av tv-nyheter i datorn och ingen i mobiltelefonen.

Observera dock att de olika medieformerna redovisade i figur 2 inte utesluter varandra. Det är exempelvis inte så att 33 procent av de unga *bara* tar del av tv-nyheter i datorn eller att 57 procent *bara* ser på nyheterna i tv-apparaten. Det finns en stor övertäckning i konsumtionen av nyheter i olika medieformer och generellt gäller att de som är intresserade av att ta del av nyheter, gör det i flera olika kanaler och medieformer. Detta gäller emellertid framför allt äldre. För de yngre ser förhållandet något annorlunda ut.

Figur 2 Regelbunden nyhetsanvändning bland unga vuxna i olika medieformer 2009 (procent)



Fråga: I vilken utsträckning brukar du ta del av nyheter på följande sätt?

Kommentar: Regelbunden nyhetsanvändning innefattar innebär att respektive nyhetsmedium nyttjas minst 3 dagar i veckan. Unga vuxna avser personer mellan 16 och 29 år. Observera att de olika svarsalternativen inte utesluter varandra. Du kan ha tagit del av dagstidningar, radionyheter och tv-nyheter i flera olika medieformer. N=285

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1 & 2, 2009.

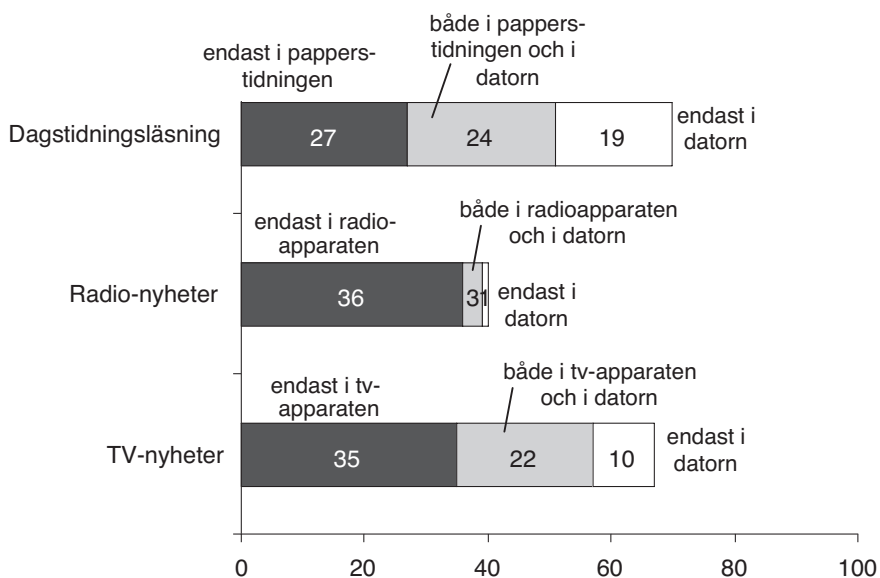
Ersättning eller komplement?

En relativt stor andel av de yngre tenderar visserligen, precis som många äldre, att komplettera de gamla nyhetsmedierna med de nya – man tar alltså del av båda. Men utmärkande för yngre nyhetskonsumenter är också att de i förhållandevis stor utsträckning *ersätter* de gamla medieformerna med nya (se figur 3). Detta är dessutom en trend som blivit allt starkare med åren i takt med att de nya medieformerna blir mer etablerade. Dagstidningar på internet ersatte exempelvis inte de traditionella papperstidningarna, ens för de yngre, då de introducerades på marknaden. Men med tiden har de allt mer kommit att göra detta för denna läsargrupp (jfr Bergström och Wadbring kapitel i föreliggande volym). En förklaring bland flera är troligtvis att många av dagens unga (i förhållande till tidigare generationer unga) aldrig etablerat en papperstidningsvana och därmed inte *ersatt* denna medieform med en ny – de har *introducerats* in i den nya medieformen direkt. I den bemärkelsen är det kanske felaktigt att tala om de nya medieformerna som *ersättare*. Dessutom vet vi inte om

det förhåller sig så att de unga som idag endast tar del av dagstidningarna på internet, faktiskt hade läst papperstidningen istället om webbpubliceringen inte hade varit möjlig. Men en sviktande nyhetskonsumtion bland unga fanns redan innan dessa nya medieformer uppstod. Detta kan tolkas som att de traditionella nyhetsmedierna inte längre förmådde att förmedla nyheter som var ackommoderade med den yngre generationens nya livsstil och värderingar. I ett sådant perspektiv har de nya nyhetskanalerna lyckats fånga upp de unga just genom att anpassa nyhetsförmedlingen både sett till innehåll och tillämpning. Mot den bakgrunden borde vi kanske snarare tala om *tillskott* än *ersättare* i fråga om de nya medieformerna.

När vi talar om att de nya medierna ersätter eller ger ett tillskott till de gamla så är det emellertid bara nyhetskonsumtion i datorn som fungerar på detta sätt. Mobiltelefonen fungerar än så länge endast som ett komplement oavsett om vi pratar om tv-/radionyheter eller dagstidningar, vilket ska ses mot bakgrund av att mobiltelefonen som nyhetsmedium fått sitt stora genombrott 2009 (se Westlunds kapitel i föreliggande volym).

Figur 3 Nya medieformers tillägg till traditionella nyhetsmedieformer 2009 – regelbunden nyhetskonsumtion bland unga vuxna (procent)



Fråga: I vilken utsträckning brukar du ta del av nyheter på följande sätt?

Kommentar: Regelbunden nyhetsanvändning innefattar innebär att respektive nyhetsmedium nyttjas minst 3 dagar i veckan. Unga vuxna avser personer mellan 16 och 29 år. N=285

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1 & 2, 2009.

Nästan en femtedel (19 procent) av de unga mellan 16 och 29 år tar regelbundet del av en dagstidning endast via datorn. Knappt en fjärdedel läser dagstidningen minst tre dagar i veckan både på papper och i datorn och 27 procent av de unga läser endast papperstidningen. De fem procent som i figur 2 visade sig ta del av dagstidningen regelbundet i mobiltelefonen, tar också del av dagstidningen antingen på papper och/eller i datorn och redovisas således inte i figuren ovan. Dagstidningsläsning via mobilen innebär alltså endast ett komplement i sammanhanget, medan dagstidningsläsning via datorn utgör ett tillägg för knappt 20 procent av de unga (jfr Bergström och Wadbrings kapitel i föreliggande volym). Detsamma gäller för nyhetskonsumtion av tv-nyheter, men datorn utgör inte här ett lika starkt tillskott. Endast tio procent tar *bara* del av tv-nyheterna via datorn. Beträffande radionyheter utgör de nya medieformerna så gott som enbart ett komplement. Endast någon procent tar del av radionyheter i annan form än via någon radioapparat.

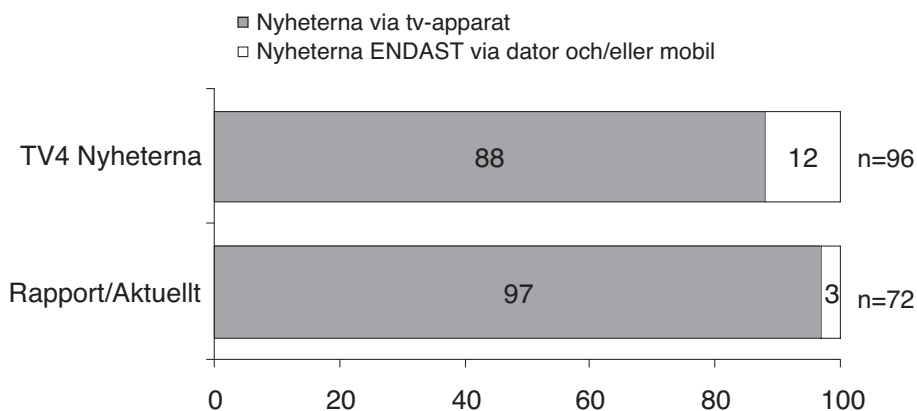
I fråga om nyhetsanvändning råder det alltså en skillnad i huruvida de nya medieformerna utgör ett tillskott/ersätter eller fungerar som ett komplement till de gamla, beroende på vilken medieform vi talar om. Samtidigt finns det även differenser inom de enskilda medierna som är intressanta i sammanhanget.

Gamla nyheter i nya former?

Nyhetsförmedling via dator och mobiltelefon har kommit att påverka de traditionella medieformerna olika i fråga om andelen unga nyhetskonsumenter om vi ser till enskilda tidningstitlar eller specifika tv- och radionyhetsprogram. För Aftonbladet är det exempelvis en större andel som läser tidningen i datorn än på papper, vilket inte är fallet om vi ser till någon lokal morgontidning (se vidare Bergström och Wadbrings kapitel i föreliggande volym). Generellt sett behåller emellertid såväl tv- och radioapparaten sin ställning som den centrala medieformen för de flesta traditionella nyhetsprogram, men nivåerna är något olika om vi exempelvis jämför TV4 Nyheterna med SVT:s nyheter (figur 4).

Av dem som regelbundet tar del av nyheter ifrån SVT, så som till exempel Rapport eller Aktuellt, är det endast 3 procent som *inte* (också) gör det i tv-apparaten. För TV4 är andelen nyhetskonsumenter som regelbundet tar del av kanalens nyhetssändningar i andra medieformer än tv-apparaten fyra gånger så stor. Detta innebär att de nya medieformerna för en större andel unga nyhetskonsumenter har kommit att ersätta TV4:as nyhetssändningar i tv-apparaten än för SVT, även om det ska poängteras att de nya medieformerna till absolut största delen utgör ett komplement till de gamla för båda kanalerna. Förklaringar till skillnaderna mellan de olika nyhetsprogrammen kan finnas i hur kanalerna valt att lägga upp och publicera nyhetssändningarna på internet och hur tillgängliga de därmed har varit för konsumenterna. Här har till exempel SVT och TV4 haft ganska olika strategier. TV4 har exempelvis satsat på en egen kanal på internet (Nyhetskanalen) för sina nyheter, medan SVT:s nyhetsprogram finns integrerade på SVT:s hemsida.

Figur 4 Ungas regelbundna konsumtion av enskilda nyhetsprogram i tv i förhållande till i vilken medieform programmen konsumerats (procent)



Fråga: (1) I vilken utsträckning brukar du ta del av nyheter på följande sätt? (2) Hur ofta brukar du titta på eller lyssna till följande nyhetsprogram i radio och TV?

Kommentar: Regelbunden nyhetsanvändning innefattar innebär att respektive nyhetsmedium nyttjas minst 3 dagar i veckan. Unga vuxna avser personer mellan 16 och 29 år.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1 & 2, 2009.

Det ska också noteras att antalet svarspersoner i de olika grupperna är tämligen små, vilket gör resultaten något osäkra. För konsumtionen av enskilda radioprogram blev antalet svarande till och med så små att de blir poänglöst att redovisas. Men det begränsade antalet svarspersoner för de olika nyhetsprogrammen, i jämförelse med nyhetskonsumtionen generellt bland unga, ger samtidigt en indikation på att en viss andel unga faktiskt tar del av *andra* nyhetsprogram än de studerade. Analyserar man nyhetskonsumtionen i olika medieformer i relation till de uppmätta nyhetsprogrammen blir detta tydligt. När vi säger att unga konsumerar nyheter i *nya medieformer* är det inte samma sak som att säga att de konsumerar *nya nyheter*.

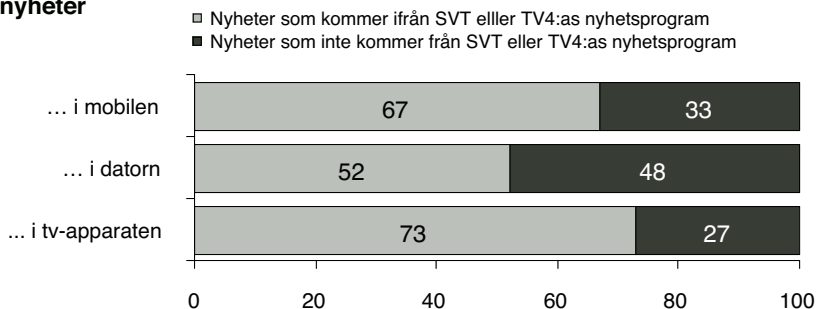
Gamla nyhetsprogram – eller nya?

De nya medieformerna (dator och mobiltelefon) ger idag alltså möjligheter att ta del av de traditionella nyhetsprogrammen (Rapport, Aktuellt, Nyheterna, Ekot, lokálnyheterna i P4, Expressen, Helsingborgs Dagblad etc) på ett nytt sätt, men de har också skapat utrymme för konsumtion av nya nyhetsprogram (till exempel Nyheter24, Nyheter Online). Samtidigt är det också ett faktum att det idag även går att ta del av flera nya nyhetsprogram/tidningar i traditionella medieformer

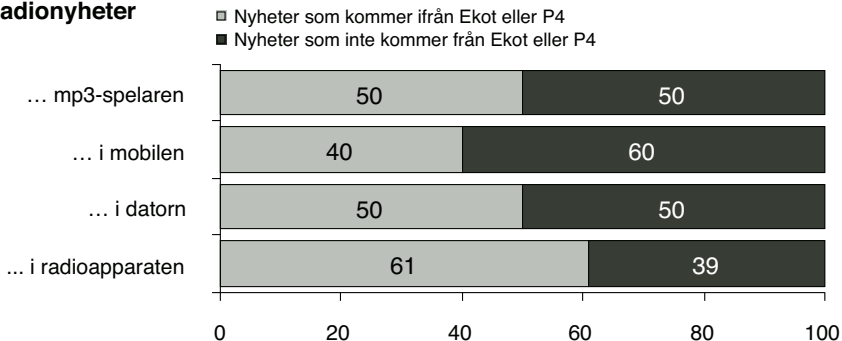
(tv-/radioapparat och papperstidning). Gratistidningar är här ett utmärkt exempel liksom alla nyhetssändningar i de privata lokalradiokanalerna som startade under 1990-talet. Mot denna bakgrund blir det intressant att se hur stor andel av de ungas nyhetskonsumtion i de olika medieformerna som går att tillskrivas de traditionella nyhetsprogrammen.

Figur 5 Ungas regelbundna konsumtion av nyheter i olika medieformer fördelat på traditionella och ”nya” nyhetsprogram i tv respektive radio 2009 (procent)

tv-nyheter



Radionyheter



Fråga: (1) I vilken utsträckning brukar du ta del av nyheter på följande sätt? (2) Hur ofta brukar du titta på eller lyssna till följande nyhetsprogram i radio och TV?

Kommentar: Regelbunden nyhetsanvändning innefattar innebär att nyhetsmediet nyttjas minst 3 dagar i veckan. Unga vuxna avser personer mellan 16 och 29 år. n=285.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 1 & 2, 2009.

Bland dem som regelbundet konsumerar tv- respektive radionyheter i olika medieformer kan noteras att majoriteten kommer ifrån de traditionella nyhetsförmedlarna, det vill säga SVT eller TV4 respektive P4 eller Ekot. Men nästan en tredjedel av de

unga som tar del av nyheter i tv-apparaten minst tre dagar i veckan, tar emellertid del av andra tv-nyheter i denna medieform än dem som SVT eller TV4 sänder. Av dem som tar del av tv-nyheter i datorn är det endast drygt hälften som kommer från SVT eller TV4 och 67 procent av tv-nyhetskonsumenterna från mobiltelefonen är ifrån SVT/TV4. Men här finns det också stora skillnader mellan de olika nyhetskanalerna. TV4:s nyheter utgör exempelvis en större andel av den totala tv-nyhetskonsumenterna i datorn och mobilen än vad SVT:s nyhetssändningar gör, medan förhållandet är tvärtom då vi ser till nyhetskonsumenterna i tv-apparaten.

Man kan också konstatera att nya nyhetsmedier inte nödvändigtvis förmedlar nya nyheter samt att detta ser mycket olika ut om vi ser till olika medieformer. Mobiltelefonen används exempelvis till största del att ta del av traditionella tv-nyheter (67 procent), medan de radionyheter man tar del av i huvudsak kommer ifrån andra nyhetsförmedlare än de traditionella.

Förändrad nyhetskonsumenterna förändrar nyheterna?

Tillkomsten av nyheter via dator och mobiltelefon och det ökade nyhetsutbudet generellt i de traditionella medieformerna, kan visserligen sägas ha tagit nyhetsanvändare ifrån de traditionella nyhetsprogrammen men de har uppenbarligen också tillfört nya möjligheter till nyhetskonsumenterna. Mot denna bakgrund är det kanske inte helt rättvisande att tala om den unga generationen som mindre nyhetsintresserad. Läger vi sammans ungas nyhetskonsumenterna och bortser ifrån såväl medieform som medietyp så är nivåerna kanske inte desamma som för tjugofem år sedan, men åtminstone inte långt därifrån. Ungas nyhetskonsumenterna karaktäriseras snarast av förändring än försvagning under denna tidsrymd.

Ett problem är dock att vi inte längre vet vad som avses med en nyhet. Är en nyhet idag det samma som det var för tjugo år sedan och talar äldre och yngre generationers nyhetsanvändare samma språk då de talar om nyheter? När SOM-institutet startade sina mätningar av svenskars nyhetskonsumenterna 1986 var det möjligt att ge en ganska klar bild av denna genom att fråga om samtliga nyhetsprogram/tidningar man tog del av. Detta gjorde också att vi hade kunskap om synen på vad som var en nyhet eftersom vi till stor del var bekanta med innehållet i nyhetsprogrammen/tidningarna. Så är emellertid inte längre fallet. Då utbudet nyhetsprogram/tidningar numera är oändligt stort och inte bara innefattar svenska nyhetsförmedlare, är det en smärre omöjlighet att mäta dessa enskilt. Detta försvårar givetvis också vår möjlighet att få en bild av vad som avses med en nyhet.

Mot bakgrund av de senaste årens förändringar på nyhetsmarknaden är det emellertid av stor vikt att nyansera bilden av vad som är nyheter för att kunna förstå hela den utveckling som ägt rum beträffande nyhetskonsumenterna. Häri ligger således en utmaning i en helt annan studie.

Not

- ¹ Att benämna mobiltelefon och datorer som nya medieformer kan givetvis diskuteras eftersom de nu funnits på marknaden för gemene man i omkring två decennier. I jämförelse med tv- och radioapparater samt dagstidningar är emellertid dessa medieformer tämligen nya, varför dessa begrepp används för att särskilja de olika medieformerna åt.

Referenser

- Kairos Future, (2008) *Inte utan min uppkoppling. En mobiletnografisk studie*. Stockholm.
- Sternvik, Josefine (2009) ”Mediebundna nyhetsvanor?” Ur Holmberg och Weibull (red) *Svensk Höst*. SOM-institutet Göteborg.
- Sternvik, Josefine och Wadbring, Ingela (2010) ”Nyhetsvanor – en klassfråga?” Ur Bengtsson, Berglund och Oscarsson (red) *En fråga om klass?* Libers förlag. Stockholm.

