

# NYHETER I VÅRA HJÄRTAN

INGELA WADBRING OCH ANNIKA BERGSTRÖM

Det är svårt att föreställa sig ett liv utan nyhetsmedier. De flesta människor skulle känna sig isolerade och utanför samhället om de inte tog del av nyheter om åtminstone de stora världshändelserna. Jordbävningen och tsunamin utanför Japans kust våren 2011 och den därpå följande kärnkraftsolyckan i Fukushima är ett exempel på en händelse som relativt få människor torde ha missat. Och det är inte bara världshändelserna som är av intresse; minst lika viktigt är vad som händer i den lokala närheten. Nedläggningen av ett sjukhus, oegentligheter på ett kommunkontor eller byggandet av en ny motorväg i närområdet är exempel på sådant som man vill känna till. Därtill kommer att nyheter ingår i våra vardagliga rutiner och vanor, vilket gör att vi exempelvis tittar på tv-nyheterna för att klockan är 19.30 eftersom vi brukar göra just det, just då.

Stora händelser – internationella såväl som lokala – kan vi således knappt missa för även om man inte tar del av nyhetsmedier i någon större utsträckning, får vi reda på sådana nyheter från andra människor. Det finns också många människor som följer nyheter i stort likväl som i smått; intet nyhetsprogram är för kort och ingen artikel för liten för att de ska ta del av den. Och däremellan finns förstås en mängd olika typer av nyhetskonsumenter.

Vi vet sedan tidigare ganska mycket om människors *beteende* visavi nyhetsinhämtning (t.ex. Bergström, 2005; Sternvik, 2009), men vi vet betydligt mindre om människors *attityder* till nyheter och nyhetsmedier. Syftet med denna artikel är att studera människors attityder till nyheter, nyhetsinhämtning och nyhetsmedier. Det görs med hjälp av ett frågebatteri med ett antal påståenden av olika karaktär, allmänna likväl som personliga, som svarspersonerna tagit ställning till, på en elvagrading skala som går från *Helt felaktigt* till *Helt riktigt*.

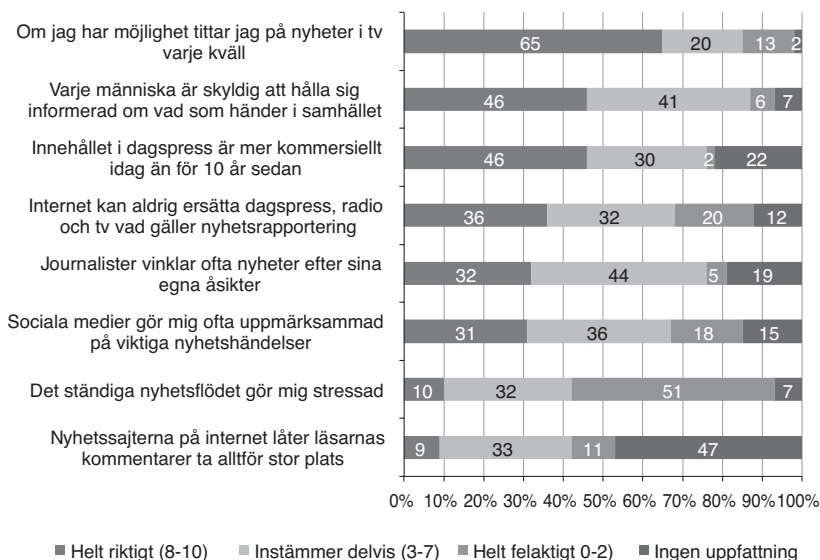
## Det kan inte bli för mycket

Svarspersonerna har fått ta ställning till åtta påståenden om nyheter och nyhetsmedier. Det som allra flest instämmer i – två tredjedelar av de svarande – är att de, om de har möjlighet, tittar på nyheter i tv varje kväll. Stabila rutiner och vanor torde vara den huvudsakliga förklaringen till det (jfr Hagen, 1992; Nilsson, 2005; Silverstone 1994), men därtill måste läggas ett generellt stort nyhetsintresse och en vilja att hänga med i nyhetsflödet i befolkningen.

Nästan hälften instämmer också i att varje människa är skyldig att hålla sig informerad om vad som händer i samhället, och det är ett fåtal som tar avstånd

från det. Det tycks således finnas en utbredd uppfattning om att man bör ta del av nyheter som en slags medborgerlig plikt (jfr Putnam, 1996). Motsvarande fråga är ställd vid ett tidigare tillfälle och även om svarsalternativen inte är desamma kan vi ändå dra slutsatsen att stödet var betydligt starkare då än nu. På en fyrgradig skala fyllde 1997 över 90 procent av svarspersonerna i att de instämde helt eller delvis i påståendet (Jansson, 1998).<sup>1</sup>

**Figur 1 Attityder till nyheter och nyhetsmedier, 2010 (procent)**



**Kommentar:** Frågan som ställdes var "Vilken är din uppfattning om följande påståenden om nyheter och medier". Svarsalternativen fanns på en 11-gradig skala från Helt felaktigt (0) till Helt riktigt (11) samt alternativet ingen uppfattning.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen, 2010.

Nästan hälften av de svarande instämmer i att innehållet i dagspressen är mer kommersiellt idag än för 10 år sedan. Det är också ytterst få som tar avstånd från påståendet, men 20 procent som inte har någon uppfattning i frågan. Begreppet *kommersiell* är luddigt, och kan handla om allt från en finansieringsform till ett konkret innehåll (för en översikt, se Wadbring, 2011) och här är det just innehållet som efterfrågats. Vi kan nog vara ganska säkra på att konnotationen är negativ; innehållet har blivit sämre när det har blivit mer kommersiellt.

Att internet aldrig kan ersätta dagspress, radio och tv vad gäller nyhetsrapportering är det också förhållandevis många som instämmer i; ungefär en tredjedel. Debatten

i branschpressen har under flera års tid annars gått i precis den riktningen – att internet definitivt kommer att ta över, och det ganska snart. Vi har ännu inte sett någon snabb utveckling som tyder på att nätet tar över papperstidningens roll i människors nyhetsvardag, men däremot en långsam utveckling som säkert kan komma att eskalera. Frågan om huruvida internet kan ersätta traditionella medier är ställd vid två tidigare tidpunkter (se Hedman 2002), och även om frågeformuleringen inte är exakt densamma<sup>2</sup> är det tydligt att det finns en förändring över tid i attityd: 2001 var det 76 procent som instämde helt i påståendet att internet aldrig kan ersätta dagspress, radio och tv, och 89 procent som instämde helt eller delvis. Motsvarande andelar för 2005 var 46 procent (instämmer helt) respektive 84 procent (helt eller delvis). Framför allt är det således de som instämmer helt som minskat, medan en stor andel fortfarande är tveksamma. Och det är de unga som ändrar uppfattning i störst utsträckning – precis som det är de unga som ändrar sitt beteende (Bergström och Wadbring, 2010).

Att journalisterna vinklar nyheter efter sina egna åsikter instämmer ungefär en tredjedel av svarspersonerna i. Relativt många har ingen uppfattning och allra störst andel intar en slags mellanposition; nästan hälften har svarat 3-7 på den 11-gradiga skalan. Journalisterna själva har snarast som ideal att vara granskande (se t.ex. Wiik, 2010), vilket på sitt sätt kan sägas vara att vinkla efter sina egna åsikter. Den objektivitetsnorm som finns i bland annat USA (Schudson, 2001) är inte lika stark och självklar i Sverige.

I begreppet sociala medier ingår bland annat Facebook, Twitter, msn med flera, dvs. olika typer av interaktiva nätverk för enskilda personer och för organisationer. En tredjedel av de tillfrågade instämmer i påståendet att de via sociala medier blivit uppmärksammade på viktiga händelser. Det tyder på att det som i forskningssammanhang brukar kallas opinionsbildare eller fyrhorn (t.ex. Strömbäck, 2000) är betydelsefulla. Det är ju inte de digitala nätverken i sig som uppmärksammar viktiga nyhetshändelser, utan det står enskilda människor, och också organisationer, bakom dessa. Vissa händelser har haft sin upprinnelse i just sociala medier, exempelvis frågan om den så kallade FRA-lagen som i hög grad initierades i bloggosfären för att sedan plockas upp i de traditionella medierna. Men viktigare här är antagligen att man via någon blivit just *uppmärksammad* på att något har hänt. Därefter kan man gå vidare och söka mer information i nyhetsmedier och på andra ställen.

I två av påståendena är andelen instämmande relativt liten: att man blir stressad av det ständiga nyhetsflödet samt att läsarkommentarer tar alltför stort utrymme på nyhetsmediernas sajter. En av tio instämmer i hög grad i båda och ungefär en tredjedel instämmer delvis. Därefter skiljer sig svaren åt: hälften tar direkt avstånd från påståendet att de blir stressade av det ständiga nyhetsflödet, medan nästan en lika stor andel inte har någon uppfattning om huruvida läsarkommentarer tar för stort utrymme eller inte.

Att så stor andel inte har någon uppfattning om läsarkommentarer är föga förvånande, efter relativt många inte tar del av dem (se Bergström, 2009) och därför

knappast kan ha någon uppfattning om huruvida de tar för mycket utrymme eller inte. Läsarmedverkan – varav läsarkommentarer är en viktig form – är emellertid något som tidningarna själva sett som viktigt i sitt utvecklingsarbete (Hedman, 2009), medan såväl journalister som publik är mer ambivalenta (Bergström, 2009; Wahl-Jørgensen et.al., 2010).

Vad gäller den eventuella stressen av det ständiga nyhetsflödet tar alltså hälften avstånd från påståendet att det ständiga nyhetsflödet gör dem stressade. Att vara ständigt uppkopplad via dator och mobil – i den mån man nu är det – tycks således snarare leda till att man känner att man har koll. Och vill man inte vara uppkopplad så behöver man inte. Det finns relativt lite forskning om nyhetsstress. En möjlig tolkning skulle vara att de möjligheter till nyhetskonsumtion – oberoende av tid och rum – som finns idag bidrar till minskad stress. Man behöver helt enkelt inte passa sändningstider.

Sammantaget kan vi konstatera att människor har starka åsikter om nyheter; nyheter är viktiga – både för dem själva att ta del av och att andra tar del av dem. Nästa fråga blir då hur påståendena hänger ihop med varandra.

### **Bland traditionalister och nytänkare**

Vissa typer av beteenden och attityder hänger samman med varandra. Genom att göra en så kallad faktoranalys får vi fram sambanden mellan olika attityder till nyheter och nyhetsmedier och kan därigenom se några olika ”typer” av nyhetskonsumenter. De fyra dimensioner som faller ut i analysen är namnsatta av oss själva baserat på innehållet i de olika påståendena. För de så kallade traditionalisterna har dagspress, radio och tv stor betydelse och nätet tar inte så stor plats i nyhetsvardagen, vare sig läsarkommentarer eller sociala medier (tabell 1).

De så kallade kritikerna ser en ökning av det kommersiella innehållet i dagspress och instämmer i högre grad än andra i att journalister vinklar nyheterna. För den här gruppen är det också viktigt att människor håller sig uppdaterad om händelseutvecklingen i samhället. De som känner sig stressade av nyhetsflödet delar däremot inte uppfattningen om nyhetsanvändning som en plikt, här är sambandet snarare mycket negativt. För nytänkarna utgör sociala nätverk på internet en källa till nyheter och information.

### **Olika åsikter bland yngre och äldre**

Vad gäller nyhetsbeteende vet vi att ålder är en av de viktigaste förklaringsfaktorerna (se Ulrika Hedmans och Ingela Wadbrings kapitel om dagspress i denna bok; jfr också Sternvik, 2009). Hur ser det då ut vad gäller attityder? Är även attityderna gentemot nyheter och nyhetsmedier åldersbetingade? Svaret på den frågan är kort och gott ”ja” (figur 2). Det gäller inte alla påståendena, men det gäller de flesta.

**Tabell 1 Sambandet mellan olika attityder till nyheter och nyhetsmedier, 2010 (faktoranalys)**

	Traditiona- listerna	Kritikerna	De stressade	Nytänkarna
Internet kan aldrig ersätta dagspress, radio och tv vad gäller nyhetsrapportering	,836	-,017	,072	-,066
Om jag har möjlighet tittar jag på nyheter i tv varje kväll	,661	,004	-,354	,310
Nyhets sajter på internet låter läsarnas kommentarer ta alldeles för stor plats	,577	,353	,359	-,133
Innehållet i dagspress är mer kommersiellt idag än för tio år sedan	,035	,786	-,132	,151
Journalister vinklar ofta nyheter efter egna åsikter	,023	,714	,170	-,163
Varje människa är skyldig att hålla sig informerad om vad som händer i samhället	,280	,445	-,540	,279
Det ständiga nyhetsflödet gör mig stressad	,106	,089	,744	,234
Sociala medier gör mig ofta uppmärksam på viktiga nyhetshändelser	-,012	-,007	,121	,889
Andel förklarad varians	19,5 %	18,2 %	14,6 %	13,7 %

**Kommentar:** Enligt Kaisers kriterium med varimax-rotering.

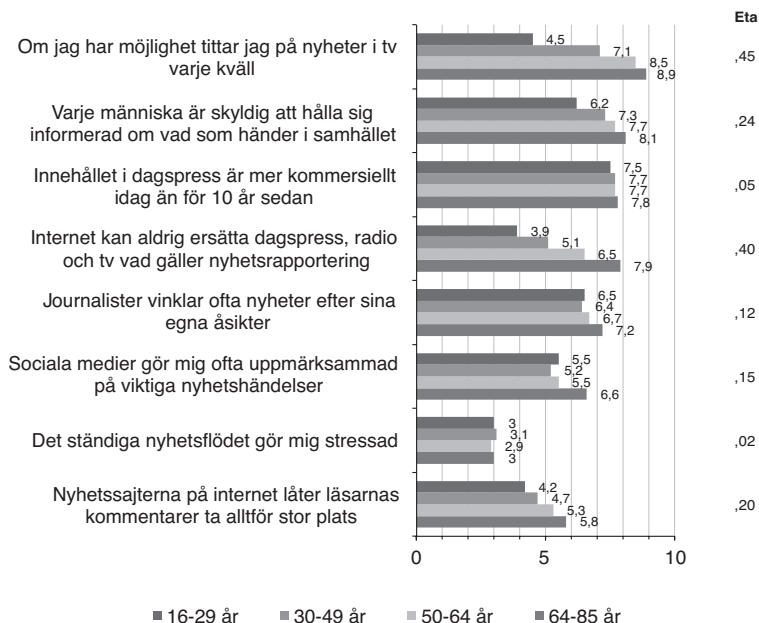
**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen, 2010.

Det är framför allt två av påståendena som skiljer sig stort åt mellan olika åldersgrupper, och där sambanden är starka (eta-värden mellan .40-.45); att man tittar på tv-nyheter varje kväll om det är möjligt samt att internet aldrig kan ersätta traditionella medier vad gäller nyhetsrapportering. Yngre instämmer i betydligt lägre grad än äldre – medelvärde 4,5 för unga jämfört med 8,9 för äldre för tittande på tv-nyheter varje kväll. Vi vet sedan tidigare att beteendet visavi nyheter skiljer sig mellan äldre och yngre, och det är uppenbart att också attityderna gör det. Vi vet också sedan tidigare att det är en generations- snarare än en åldersfråga. Konsekvenserna inför framtiden kommer därför att bli stora, men frågan är hur konsekvenserna kommer att se ut. Kommer unga att låta bli att ta del av nyheter? Det är knappast troligt. Det är nog snarare så att nyhetsbegreppet får en lite annorlunda innebörd och systematiken i nyhetsinhämtningen kommer att se annorlunda ut än idag.

Ett samband som är relativt starkt relaterat till ålder är frågan om plikt; att man har en skyldighet att hålla sig informerad om vad som händer i samhället, som

äldre instämmer mer i än yngre. Men det finns också ett antal påståenden där det knappt finns några ålderskillnader alls. Det gäller de båda påståendena att innehållet i dagspressen är mer kommersiellt idag än för tio år sedan samt att det ständiga nyhetsflödet gör mig stressad. I det första fallet instämmer alla åldersgrupper i stor utsträckning i påståendet medan motsatsen gäller det andra påståendet; där tar merparten avstånd från påståendet.

**Figur 2 Attityder till nyheter och nyhetsmedier efter ålder, 2010 (medelvärden och eta)**



**Kommentar:** Figuren bygger på dem som har en uppfattning i frågan. Ju högre medelvärde, desto större instämmandegrad. Samtliga värden är signifikanta på 0,01-nivån utom för påståendena om dagspressens kommersialisering samt att nyhetsflödet är stressande. Eta visar på styrkan i sambandet. Ett värde under ,19 är svagt, ,20- ,29 måttligt starka och över ,30 relativt starka.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2010.

En tolkning av de mer eller mindre obefintliga skillnaderna ifråga om de två sist nämnda påståendena skulle kunna vara att ett ständigt nyhetsflöde minskar stressen bland unga, medan äldre – som i mindre utsträckning tar del av det digitala nyhetsflödet – faktiskt inte upplever stressen eftersom flödet inte angår dem. Man har helt enkelt olika perspektiv på nyhetsflödet. Likheter mellan åldersgrupperna beträffande synen på allt mer kommersialiserade tidningsnyheter kan eventuellt

vara en konsekvens av att frågan är mycket allmänt ställd och speglar en allmän samhällsuppfattning.

Dimensionerna i figur 2 korrelerar starkt med ålder. Särskilt tydligt är det för traditionalisterna som i hög grad är äldre, och för nytänkarna som på motsatt sätt är yngre.

### Starkt stöd för nyheter

En första slutsats är att nyhetsmedier har en stark ställning i samhället, inte bara genom att vi använder dem i stor utsträckning utan också genom att vi har åsikter om dem. Framför allt de nyhetsförmedlare som funnits länge i vår vardag. När det gäller nyare distributörer, nyheter på nätet i olika former, är det fler som inte har någon åsikt eller som har en ljum inställning till nätets betydelse. Resultaten visar att det tar tid för nyhetsmedier att etablera sig, vilket torde vara en följd av att nyhetsmedier har en fast förankrad plats i vår vardag.

Även om den samlade bilden talar till de traditionella nyhetsförmedlarnas fördel finns det skillnader mellan olika grupper – framför allt yngre och äldre – som tydligt visar på att förändring kan ske. Unga människor, särskilt under 30 år, är i betydligt högre grad positiva till nätet i allmänhet och mindre negativa till exempelvis kommentarer på nyhetssajter. Det är inte särskilt förvånande med tanke på att det är de unga som i störst utsträckning gått över till nätet som nyhetsförmedlare och som generellt sett är mest orienterade mot nätet i sin medievardag.

Internet som ersättare för dagspress, radio och tv blir allt mer tänkbart, men man måste komma ihåg att internet *är* dagspress, radio och tv i allt högre grad, så frågan om ersättning blir långsamt inaktuell. I ett längre tidsperspektiv är det rimligt att anta att dagspress, radio och tv kommer att tappa sin ställning om man ser till distributionen via de traditionella plattformarna. Det är dock rimligt att tänka sig att människor fortsatt kommer att tycka att exempelvis rörliga nyhetsbilder är viktiga, men det är inte självklart att de måste levereras i en fast sändning från en fast distributör vid en fast tid på dygnet. Tv på nätet är en växande bransch där traditionella nyhetsleverantörer mycket väl kan utgöra en av flera aktörer. På samma sätt flyttar texten och ljudet ut i digitala plattformar. Då förtroendet för bland annat public service-nyheter och morgontidningar är stort (se Nordströms och Weibulls kapitel om medieförtroende i denna volym) finns det goda förutsättningar för traditionella nyhetsförmedlare att behålla sin ställning även om delar av publiceringen sker på nätet.

### Noter

- 1 Frågan som ställdes var: ”Varje medborgare har en skyldighet att hålla sig informerad om vad som händer i samhället” Svarsskalan var fyrgradig: instämmer helt, instämmer i stort sett, i stort sett motsatt åsikt, helt motsatt åsikt.

- <sup>2</sup> Frågan som ställdes 2001 och 2005 var ”Internet kan aldrig ersätta nyheter i tidningar, radio och tv utan endast komplettera” (kursiveringen markerar det som skiljer från 2010 års formulering) och svarsalternativen är inte heller identiska eftersom ”ingen uppfattning” saknades 2001 och 2005. Om man tar bort dem som inte har någon uppfattning i 2010 års undersökning blir det så jämförbart som möjligt, och då är det 76 (2001), 46 (2005) och 41 (2010) procent som instämmer helt i påståendet. Motsvarande för instämmer helt + delvis är 89, 84 respektive 77 procent.

## Referenser

- Bergström, Annika (2005) *nyhetsvanor.nu. Nyhetsanvändning på internet 1998 till 2003*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG), Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika (2009) Användare i webbjournalistiken. I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bergström, Annika och Wadbring, Ingela (2010) The Contribution of Free Dailies and News on the Web – Implications of Media Structural Changes on the Newspaper Readership Market. I *Northern Lights*, vol 7(1).
- Nilsson, Åsa (2005) Medieanvändning i vardagen. I Bergström, Annika; Wadbring, Ingela och Weibull, Lennart (red) *Nypressat. Ett kvartssekel med svenska dagstidningsläsare*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Hagen, Ingunn (1992). *News Viewing Ideals and Everyday Practises: The Ambivalence of Watching Dagsrevyen*. Bergen: University of Bergen.
- Hedman, Lowe (2002) Nättidningen – ett komplement till papperstidningen? I Holmberg, Sören & Weibull, Lennart (red) *Det våras för politiken*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Hedman, Ulrika (2009) *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete. Nättidningarnas användarskapade innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.
- Jansson, André (1998) Medieanvändning som medborgerlig plikt? I Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Opinionssambället*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Putnam, Robert D (1996) *Den fungerande demokratin. Medborgarandans rötter i Italien*. Stockholm: SNS.
- Schudson, Michael (2001) The Objectivity Norm in American Journalism. I *Journalism*, vol 2(2): 149-170.
- Silverstone, Roger (1994) *Television and everyday life*. London & New York: Routledge.
- Sternvik, Josefine (2009) Mediebundna nyhetsvanor? i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart (red) *Svensk höst*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Strömbäck, Jesper (2000) *Makt och medier. En bok om samspelet mellan medborgarna, medierna och de politiska makthavarna*. Lund: Studentlitteratur

- Wadbring, Ingela (2011; kommande) "Levels of commercialization". In Künzler, Matthias; Puppis, Manuel & Jarren, Otfried (Eds) *Media structures and media performance: Current research and new perspectives*. Zürich.
- Wahl-Jørgensen, Karin; Williams, Andrew och Wardele, Claire (2010) Audience views on user-generated content: exploring the value of news from the bottom up. I *Northern lights*, vol 7:1.
- Wiik, Jenny (2010) *Journalism in transition. The professional identity of Swedish journalists*. Göteborg: Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs universitet.

