

Analys/Ingela Wadbring

Dom kallar oss
nyhetsundvikare

Smaka på ordet "nyhetsundvikare". Det låter inget vidare. Det låter lite bättre på engelska: news avoiders. Men innebörden är densamma. Det handlar om dem som inte tar del av nyheter och de diskuteras allt oftare. Vad vet vi om dem, och har de blivit fler? Denna analys ska besvara de båda frågorna.



» I takt med att medielandskapet förändrats har det tillkommit allt fler möjligheter att ta del av nyheter – men förändringen har också inneburit att det är lättare än någonsin att välja bort nyheter. Inom forskningen används begreppet nyhetsundvikare för dem som inte aktivt tar del av nyheter. Att i dagens samhälle helt undvika nyheter torde vara en omöjlighet, men utan att aktivt ta del av nyheter är det kanske bara de allra största händelserna man får reda på.

En demokratisk utgångspunkt

Utgångspunkten i forskningen om nyhetsundvikare är att det rent allmänt anses vara viktigt att ta del av nyheter. Lokala nyheter fungerar som ett kitt i samhället och nyheter från alla geografiska nivåer är viktiga för att vi som medborgare ska vara välinformerade och kunna fatta välgrundade beslut av olika slag. Ett grundläggande antagande är då också att det journalistiska innehållet anses vara bra; annars skulle det inte vara viktigt att människor tog del av det. Det innebär i princip att det är traditionella medieföretags nyheter på olika plattformar som anses viktiga. Dessa båda förhållanden kan man ha synpunkter på, men så ser utgångspunkterna ut.

Att mäta nyhetsundvikande

Frågan är då hur man mäter vem som är nyhetsundvikare. En som aldrig tar del av något nyhetsmedium någonsin? Det finns inte något självklart rätt eller fel sätt att mäta på, men i det följande används definitionen att man inte tar del av något nyhetsmedium mer än maximalt två dagar per vecka. Då är man en nyhetsundvikare i den här analysen.



INGELA WADBRING

Professor i medieutveckling
vid Mittuniversitetet
i Sundsvall

Fram till januari 2015 anställd som professor i medieutveckling på Mittuniversitetet. Från den 1 februari föreståndare på NORDICOM vid Göteborgs universitet. Ingela Wadbring har under närmare 20 år arbetat med forskningsprogrammet Dagspresskollegiet, som följer publikens beteenden och attityder avseende medier över tid. Expert i regeringens presstödskommitté som lade fram sitt betänkande i september 2013.

**Medie
världen**
Premium

Definitionen innebär att både en person som verkligen aldrig tar del av några nyheter och en som ena dagen lyssnar på nyheter på radio, andra läser online och tredje tittar på tv-nyheter båda kommer att ingå i begreppet nyhetsundvikare. På det stora hela fångas då de som tar del av nyheter i lägre utsträckning än andra och det går att mäta över tid.

Fyra faser

För att försöka tydliggöra i vilken utsträckning medieutvecklingen kan ha påverkat konsumtionen har jag gjort en indelning i faser, som startar med en första fas där det bara fanns traditionella medieformer, följt av av tre faser där nya medier startas. Fasindelningen stämmer i huvudsak överens med när nya medieformer tillkommit, men inte helt; vi har i vissa fall inte alltid mätt användningen av dem förrän efter något eller några år. Indelningen har därför styrts av vilka frågor vi ställt i våra undersökningar.

I den första fasen, 1986-1991, finns bara dagstidningar på papper och public servicemedier i form av radio och tv på marknaden. I den andra fasen, 1992-1997, fick vi en kommersiell radio- och tv-marknad, och nyhetsfloran utvidgades med TV4 samt morgon-tv i både TV4 och SVT. Det var därmed den första generationens nya medier. Den tredje fasen, 1998-2004, inkluderar de traditionella mediehusens sajter som därmed var den andra generationens nya medier. Antalet mätta sajter varierar över tid, men de största är alltid med. Den fjärde fasen, tillika den tredje generationens nya medier, 2005 och framåt, karaktäriseras av att mobilen som plattform inkluderas i mätningen. Faserna karaktäriseras således av en mix mellan nya kanaler, program och plattformar. Poängen är att utbudet ökat, oavsett på vilket sätt det gjort det.

Nyhetsundvikandet ökar måttligt

Gruppen nyhetsundvikare är, föga förvånande, olika stor beroende på vilka medieformer som ingår i mätningen. Om vi bara inkluderar traditionella medier på sina traditionella plattformar så är andelen nyhetsundvikare i befolkningen ungefär 16 procent (figur 1).

Om undersökningen:

Resultaten bygger på den nationella SOM-undersökningen som genomförts varje år sedan 1986. Det är en riksrepresentativ undersökning av invånare i Sverige mellan 16 och 85 år. Urvalets storlek varierar över tid från 3.000 individer till 12.000 individer. Svarefrekvensen varierar likaså, men snittar på cirka 65 procent. Läs mer på www.som.gu.se

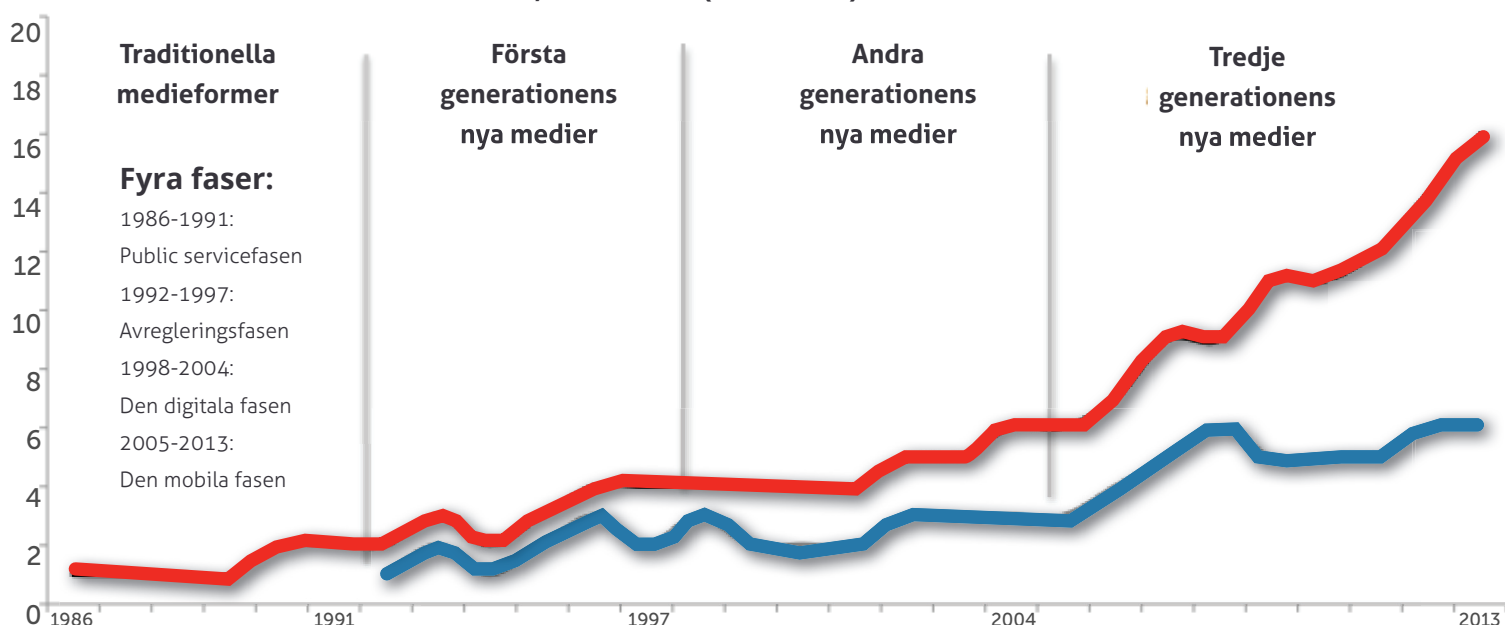
Kommentar:

Nyhetsundvikare innebär maximal nyhetskonsumtion två gånger per vecka av respektive medium, utom för mobil där gränsen är en gång/vecka.

Kommentar 2: Traditionella medier på traditionella plattformar innefattar morgon- och kvällstidningar på papper, samt nyheter i public serviceradio och -tv. Den övre, röda, kurvan inkluderar bara dessa medier/kanaler. Den nedre, blåa, kurvan inkluderar samtliga mätta medier på alla plattformar.

Kommentar 3: Antalet svarande är som minst 1 700.

NYHETSUNDVIKARE I SVERIGE, 1986-2013 (PROCENT)



Men så ser ju världen inte ut längre. Om alla medier inkluderas i mätningen är det istället ungefär sex procent av befolkningen som kan räknas som nyhetsundvikare. Det är inte en särskilt stor andel. Det innebär att vi med detta sätt att mäta kan säga att 94 procent av befolkningen tar del av nyheter med någon slags frekvent regelbundenhet. Eller?

En sanning med modifikation

Nej, riktigt så enkelt är det inte. Mätningar är mätningar och inga absoluta sanningar. Även om den här använda undersökningen antagligen är den bästa undersökning som kan uppbringas, så har svarsfrekvensen gått ned över tid och nedgången är inte proportionellt fördelad i befolkningen.

Ett metodtest som jag gjorde för något år sedan visade att överskattningen av läsning av morgontidningar (papper och online) låg omkring 5 procent jämfört med en mycket god representation i undersökningen i slutet av 1980-talet. Det är rimligt att anta att denna överskattning gäller också det index som här redovisats, som bygger på alla nyhetsmedier vi mäter. En mer "sann" siffra är således troligen något över tio procent nyhetsundvikare. Det är förvisso inte en särskilt stor andel det heller. Men, det finns ytterligare ett men: inte heller nyhetsundvikarna är proportionellt fördelade i befolkningen.

Framtidens nyhetskonsumenter

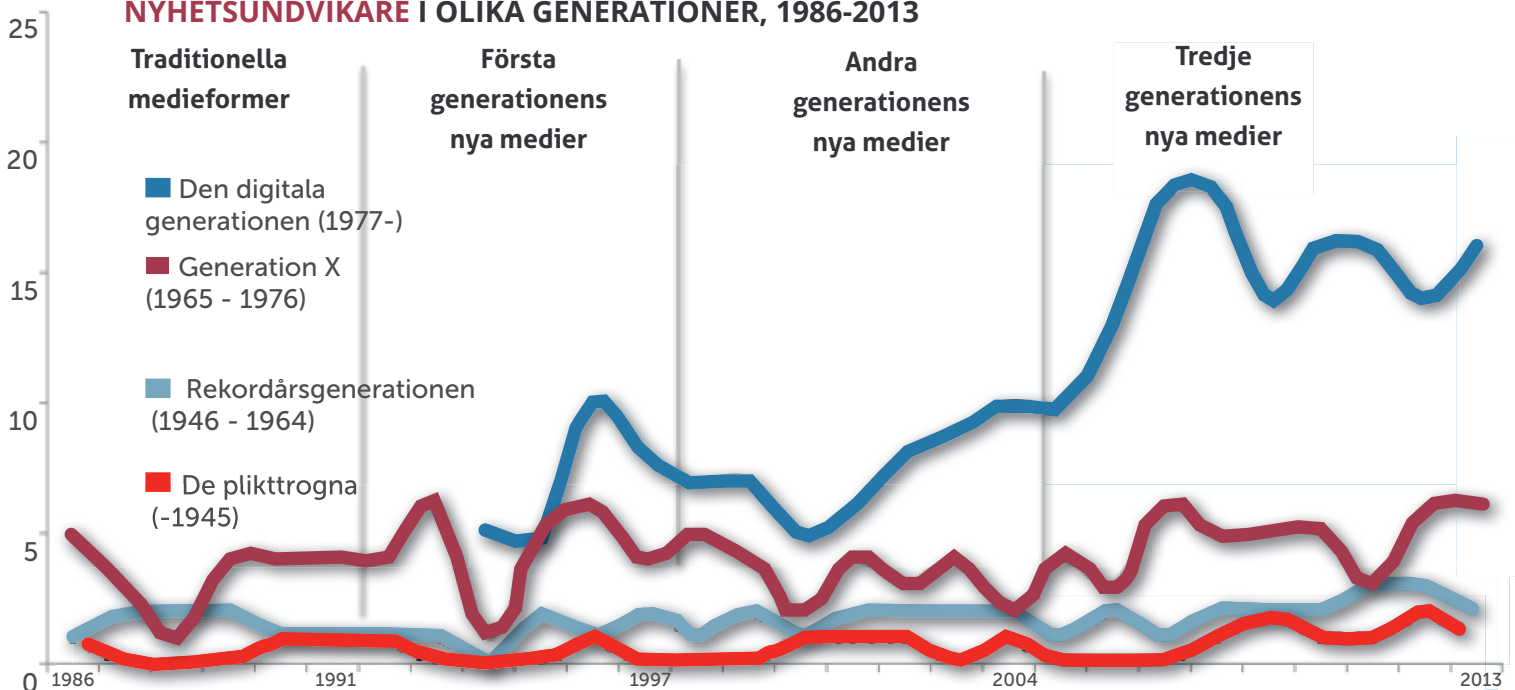
Det är framför allt de unga som sviker nyhetsmedierna. Det är verkligen ingen nyhet på något sätt, utan varje enskilt mediehus vet redan att så är fallet. Det som möjligen är slående är att även när alla – eller i varje fall alla stora – nyhetssajter på dator, platta och mobil räknas med, så är det ändå relativt stor andel av de unga som vi kan kalla nyhetsundvikare (figur 2).

Kommentar:

Nyhetsundvikare innebär maximalt nyhetskonsumtion två gånger per vecka av respektive medium, utom för mobil där gränsen är en gång/vecka.

KORRIGERING - I en tidigare version hade Den digitala generationen och Generation X av misstag bytt plats.

NYHETSUNDVIKARE I OLIKA GENERATIONER, 1986-2013



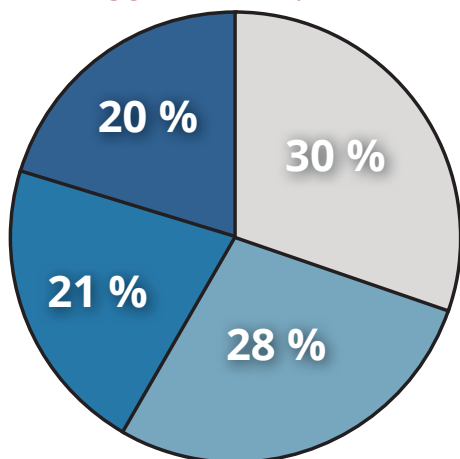
Och, inte att förglömma, gruppen är alltså större än den ser ut i denna mätning. Det är rimligt att tänka sig att den består av cirka 20 procent av de unga. Den unga gruppen är heller inte så förfärligt ung. Det som här kallas för den digitala generationen är människor som 2013 var mellan 16 och 36 år. Det är

möjligt att arbeta vidare med materialet, och en analys av ålderssammansättningen inom den digitala generationen ser relativt olikartad ut beroende på om man kan karaktäriseras som nyhetsundvikare eller nyhetsanvändare (figur 3).

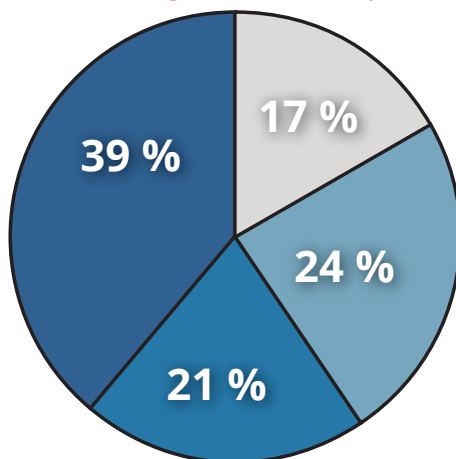
ÅLDERSSAMMANSÄTTNING

I DEN DIGITALA GENERATIONEN, (PROCENT)

NYHETSUNDVIKARE:



NYHETSANVÄNDARE:



16 - 19 ÅR



20 - 24 ÅR



25 - 29 ÅR



30 - 36 ÅR

Kommentar:

Antalet svarande är 181 bland nyhetsundvikarna och 950 bland nyhetsanvändarna.

Nyhetsundvikarna är avsevärt yngre än nyhetsanvändarna. Ungefär 60 procent av nyhetsundvikarna är under 25 år. Huruvida de en dag kommer att börja ta del av nyheter på ett regelbundet sätt står skrivet i stjärnorna, men inte mycket tyder på att så är fallet. De är uppvuxna i ett medielandskap med enorma valmöjligheter, och valmöjligheter tenderar att utnyttjas.

Potentiella klyftor

Det finns mer än ålder som skiljer nyhetsundvikare och nyhetskonsumenter åt. Alla traditionella sociala markörer visar sig vara betydelsefulla. Om vi stannar bland nyhetsundvikarna i den yngre generationen, de som är födda efter 1977, så är de i större utsträckning än andra lågutbildade, har låg inkomst, tillhör arbetarklassen, och är mindre intresserade av politik. På ett generellt plan är de också mindre digitala vad gäller att söka information online, dela nyheter på sociala medier etc. Det tycks således inte som att de kompenserar sitt avståndstagande från traditionella nyheter med något annat.

Konsekvenser

» Vilka slutsatser kan vi då dra av detta? Även om ökningen av nyhetsundvikare faktiskt är måttlig, är trenden entydig. De blir allt fler. De har också vissa specifika karaktäristika. Tänkbara konsekvenser kan diskuteras på flera olika nivåer:

* Håller vi fast vid tanken att det är bra för ett samhälle att människor tar del av nyheter är utvecklingen oroande. Vi riskerar att få ett samhälle som i nyhetshänseende kan karaktäriseras av att åt dem som har skall varda givet. Informationsklyftorna kommer att fortsätta öka. I dagsläget är den största och

"DET HJÄLPER INTE ATT HA EN GOD JOURNALISTIK OM MÄNNISKOR INTE HITTAR DEN"

viktigaste klyftan åldersrelaterad, och ingenting pekar på att den yngre generationen kommer att förändra sitt beteende. Inom den yngre generationen återfinns också tydliga traditionella sociala klyftor. I det analoga medielandskapet var inte dessa klyftor så markanta.

✳ För medieföretagen är utvecklingen definitivt oroande. De unga är framtidens mediekonsument, och helst ska de vara intresserade att betala för sin konsumtion också. Även om de finns online, så är det inte givet att det är hos de traditionella medieföretagen de hälsar på. En betalvägg kan vara ytterligare ett effektivt hinder för att någonsin ta sig till de traditionella medierna. Alternativen är många och självklara för dem då de vuxit upp med dem, och nyheter är bara ett alternativ bland alla andra. Det hjälper inte att ha en god journalistik om människor inte hittar den.

✳ Också på individnivå kan det få konsekvenser att vara en nyhetsundvikare. En individ kan mycket väl överleva och leva gott utan att vara uppdaterad på nyhetsflödet och utan att ingå i lokalsamhällets kitt och gemenskap på det sätt som vi brukar mena att medierna bidrar till. Men de individuella möjligheterna kan begränsas. Om klyftorna ökar får det konsekvenser också för enskilda och det kan bli svårare att bryta mönstret.

Min slutsats är att utvecklingen i huvudsak bör betraktas som ett samhällsproblem men med konsekvenser på företags- och individnivå. Det är också så att den ökande klyftan avseende mediekonsumtion bara står för en del av ett större samhällsproblem. Lägg till de försämrade resultaten från Pisaundersökningarna, de ökade klyftor vi ser i dagens skola samt svårigheten att rekrytera bra lärare och fundera över hur samhället ser ut om tio år ifråga om att inhämta, bedöma och ta till sig förhållandevis kvalificerad information. Det finns onekligen en utmaning där.

En alternativ tolkning måste bygga på att premisserna är fel. Nyheter kanske inte är viktiga i samhällsbyggandet? Det kanske räcker att ta del av de allra största händelserna i sociala medier, utvalda och delade av någon man litar på. Innehållet kanske inte är bättre i traditionella medier än hos bloggare eller nystartade sajter av olika slag?

Det är förstås upp till var och en att bestämma vad som kan anses vara ett anständigt liv.

LÄS ÄVEN:

