

# Demokratin och det förändrade medielandskapet

*Mot ökade kunskapsklyftor och deltagandeklyftor?*

Jesper Strömbäck

# Förord

2014 års Demokratiutredning har i uppgift att analysera behovet av och utarbeta förslag till åtgärder för att öka och bredda engagemanget inom den representativa demokratin. Utredningen ska även föreslå åtgärder i syfte att stärka individens möjligheter till delaktighet i och inflytande över det politiska beslutsfattandet mellan de allmänna valen. Inom ramen för ovan beskriva uppgifter ska utredningen bl.a. analysera formerna för delaktighet och inflytande mellan valen samt identifiera samhällsförändringar som kan påverka det demokratiska deltagandet på sikt.

Jesper Strömbäck har på uppdrag av 2014 års Demokratiutredning skrivit en rapport om de förändrade medielandskapen och hur de har påverkat medborgarnas medieanvändning, samt vilken betydelse detta har för var och ens politiska kunskaper och deltagande. Jesper Strömbäck är professor i medie- och kommunikationsvetenskap och Ludvig Nordström-professor i journalistik vid Mittuniversitetet. Han är även forskningsledare vid centrubildningen Demicom samt ordförande för Political Communication Division inom International Communication Association. 2011-2013 var Strömbäck huvudsekreterare och kanslichef för regeringens Framtidskommission.

# Innehåll

|          |                                                                                     |           |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Inledning.....</b>                                                               | <b>4</b>  |
| <b>2</b> | <b>Medielandskap i förändring .....</b>                                             | <b>7</b>  |
| <b>3</b> | <b>Mediernas betydelse som källa till information om politik och samhälle .....</b> | <b>10</b> |
| <b>4</b> | <b>Att förklara medieanvändning – och förstå dess konsekvenser .....</b>            | <b>12</b> |
| <b>5</b> | <b>Mediekonsumtion i förändring .....</b>                                           | <b>17</b> |
| <b>6</b> | <b>Mediekonsumtion, politiska kunskaper och politiskt deltagande .....</b>          | <b>25</b> |
| 6.1      | Politiskt deltagande.....                                                           | 31        |
| 6.2      | Politiska kunskaper.....                                                            | 32        |
| 6.3      | Samband mellan medieanvändning och politiskt deltagande.....                        | 35        |
| 6.4      | Samband mellan medieanvändning och politiska kunskaper .....                        | 37        |
| <b>7</b> | <b>Sammanfattning och slutsatser.....</b>                                           | <b>42</b> |
| <b>8</b> | <b>Referenser.....</b>                                                              | <b>47</b> |

# 1 Inledning

I moderna demokratier spelar medierna en avgörande roll. Det bottnar i att medierna – i synnerhet nyhetsmedierna – utgör människors viktigaste källa till information om politik och samhälle.<sup>1</sup> Modern politik är i allt väsentligt *medierad*, det vill säga den utspelar sig i och via medier. Det gör att både medborgarna och de politiska aktörerna är beroende av medierna. Medborgarna är beroende av medierna för information om allt sådant som ligger bortom deras egen vardag, vilket gäller det mesta som rör dagsaktuella frågor samt politik och samhälle. Även politiska aktörer är beroende av medierna för att få information om aktuella frågor, men också för att nå ut till bredare grupper i samhället.

Genom sin centrala ställning som informationskälla, arena för offentlig debatt och länk mellan olika grupper i samhället genomsyrar medierna de demokratiska och politiska processerna i samhället. Samtidigt har medierna över tid blivit allt mer oberoende av politiska institutioner och aktörer. Deras självständiga inflytande har därmed ökat. Den moderna demokratin är därför inte bara medierad. Den är också *medialiserad*, det vill säga genomsyrad, anpassad till och påverkad av medierna och deras självständiga inflytande.<sup>2</sup> Forskning visar också att medierna kan utöva avsevärd makt bl.a. över vilka frågor människor tycker är viktiga och över hur människor uppfattar olika aspekter av verkligheten.<sup>3</sup> I praktiken blir mediernas bilder av verkligheten ofta verkligare än verkligheten, eftersom det är mediernas bilder av verkligheten som människor har tillgång till.

---

<sup>1</sup> Strömbäck & Shehata, 2013; Shehata & Strömbäck, 2014.

<sup>2</sup> Asp, 1986; Esser & Strömbäck, 2014; Kriesi et al., 2013.

<sup>3</sup> Arendt & Matthes, 2014; Maurer, 2014; Strömbäck, 2014.

Det går därför inte att förstå demokratin och dess sätt att fungera utan att ta hänsyn till medierna och samspelet mellan politik, medier och medborgare. Både direkt och indirekt genomsyrar och påverkar medierna demokratin och dess kvalitet.

Vad gäller demokratins kvalitet finns det tre kriterier som är centrala och ofta lyfts fram inom demokratiteorin: *politisk jämlikhet*, *effektivt deltagande* och *upplyst förståelse*.<sup>4</sup> Den mest grundläggande är principen om politisk jämlikhet. Ytterst bygger demokratin på tron om alla människors lika värde, och det är utifrån principen om alla människors lika värde som de demokratiska fri- och rättigheterna har formulerats.

För att demokratin ska fungera krävs det också att människor har möjlighet och är villiga att på olika sätt delta i de politiska processerna. Effektivt deltagande handlar därför om att medborgarna måste ha jämlika och effektiva möjligheter att påverka politiken, men också om att tillräckligt många måste vara villiga att delta politiskt. För att deltagandet ska vara meningsfullt och för att människor ska kunna ta ställning i samhällsfrågor och till de politiska alternativen krävs det samtidigt att de är informerade.<sup>5</sup> Upplyst förståelse handlar därmed om att medborgarna måste ha jämlika och effektiva möjligheter att informera sig om politik och samhälle. Samtidigt ställer den upplysta förståelsen också krav på att medborgarna själva införskaffar sig den information de behöver.

De tre demokratikriterierna politisk jämlikhet, effektivt deltagande och upplyst förståelse behöver ses tillsammans. Ju mer demokratin präglas av att medborgarna har goda kunskaper om politik och samhälle och deltar i de demokratiska processerna, desto bättre. Inte minst viktigt är det att människor är informerade. För att citera Michael Delli Carpini och Scott Keeter, "Political information is to democratic politics what money is to economics: it is the currency of citizenship".<sup>6</sup> Samtidigt är det viktigt att det inte finns allt för stora kunskaps- eller deltagandeklyftor mellan olika grupper. Stora kunskaps- eller deltagandeklyftor skulle inte bara strida mot principen om politisk jämlikhet, utan det skulle också riskera att leda till att den politiska representationen

---

<sup>4</sup> Dahl, 1998, 2006; Petersson et al., 1998; Rothstein et al., 1995.

<sup>5</sup> Delli Carpini & Keeter, 1996; Milner, 2010.

<sup>6</sup> Delli Carpini & Keeter, 1996, s. 8.

snedvrids till ett växande demokratiskt utanförskap och till minskad legitimitet för demokratin.<sup>7</sup>

Med tanke på att medierna utgör människors viktigaste källa till information om politik och samhälle i vid mening går det inte att förstå vare sig graden av effektivt deltagande och upplyst förståelse utan hänsyn till medierna och människors mediekonsumtion. Det innebär att förändringar av medielandskapen eller människors mediekonsumtion kan få betydande demokratiska konsekvenser. För att kunna analysera demokratin och dess utmaningar måste man därför analysera medielandskapens och mediekonsumtionens förändringar.

Mot den bakgrunden är syftet med den här rapporten att analysera de förändrade medielandskapen och hur de påverkar människors medieanvändning, samt vilken betydelse dessa förändringar har för människors politiska kunskaper och politiska deltagande.

För att undersöka nyhetskonsumtionens förändringar och vilka faktorer som kan förklara i vilken grad människor följer olika nyhetsmedier kommer jag att använda Nordicoms Mediebarometer och de nationella SOM-undersökningarna, vilka har genomförts årligen sedan 1979 respektive 1986. För att undersöka sambanden mellan människors medieanvändning och deras politiska deltagande och kunskaper kommer jag att använda mig av Demokratipanelen 2014, som är en panelundersökning som genomförts inom ramen för det pågående forskningsprojektet *De förändrade medielandskapen och demokratin*.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Delli Carpini & Keeter, 1996; Oskarson, 2013; Schlozman et al., 2012.

<sup>8</sup> Forskningsprojektet är finansierat av Axel och Margaret Ax:son Johnsons Stiftelse för allmännyttiga ändamål. Det som skiljer panelundersökningar från vanliga enkätundersökningar är att samma individer tillfrågas vid flera olika tillfällen, vilket bl.a. gör det möjligt att studera förändringar på individnivå. I Demokratipanelen 2014 ingick fyra panelvågor, men här kommer jag främst att använda mig av den fjärde vågen. Den genomfördes den 15-24 september 2014. Demokratipanelen genomfördes av Novus och består av ett representativt urval medborgare mellan 18-75 år. I den fjärde vågen deltog 2676 svarspersoner. Den ackumulerade svarsfrekvensen – andelen som deltog i samtliga fyra panelvågor – var 64%.

## 2 Medielandskap i förändring

Sedan mitten på 1980-talet har det svenska medielandskapet genomgått en revolutionerande förändring i flera faser. Vid mitten av 1980-talet hade public service fortfarande monopol på radio och tv och det fanns endast två rikstäckande tv-kanaler och tre radiokanaler. Dessutom var sändningstiden mycket begränsad, särskilt i tv. Först vid 16 eller 17-tiden började SVT:s båda kanaler att sända sitt ordinarie utbud och runt midnatt släcktes tv-rutorna. Den som dagtid eller nattetid ville titta på tv fick oftast nöja sig antingen med testrutan eller repriser. 1986/87 var den totala sändningstiden i SVT på årsbasis 5 224 timmar, vilket motsvarar 100 timmar per vecka och 14 timmar per dag.<sup>9</sup> Ville man följa nyheterna kunde man välja mellan att läsa morgontidningen eller kvällstidningen på papper eller att vänta till nästa nyhetssändning i tv eller radio. I tv sändes nyheter endast under kvällstid. Runt 90 procent av svenskarna var regelbundna läsare av dagstidningar, medan runt 58 procent regelbundet såg på nyheterna i SVT. Medier var för de flesta liktydigt med radio, tv och tidningar.

Sedan dess har mycket hänt. Public service-monopolet har brutits och antalet tv-kanaler som har tillstånd att sända i marknätet har ökat från 2 till 57. Samtidigt har sändningstiden ökat dramatiskt. Idag sänds tv dygnet runt, och bara i SVT:s kanaler har sändningstiden ökat till 23 486 timmar, motsvarande 451 timmar per vecka och 64 timmar per dag.<sup>10</sup> Samtidigt är radion sedan 1993 avreglerad och idag sänds kommersiell radio över hela landet.

---

<sup>9</sup> <http://statistikdatabas.publicservice.se>

<sup>10</sup> Sveriges Television 2014, s. 8.

Avregleringen av etermedierna är en revolutionerande förändring av det svenska medielandskapet under de senaste decennierna. En annan revolutionerande förändring är tillkomsten och den ökade spridningen av internet och den fortgående digitaliseringen. Även om internets historia går tillbaka till 1960-talet var det under 1990-talet som utvecklingen tog fart. För varje år ökar den samlade informationsmängden. Idag beräknas det finnas flera miljarder hemsidor. I allt högre grad gäller maximen att allt som kan digitaliseras kommer att digitaliseras. I mitten på 1980-talet var det mycket ovanligt att människor hade egna datorer och internet existerade inte utanför mycket specialiserade kretsar. Idag har runt 90 procent av svenskarna tillgång till dator och internet i hemmet och närmare 60 procent har tillgång till bredband. På 1980-talet existerade knappt mobiltelefoner. Idag har nästan alla en mobiltelefon och över 60 procent en smartphone.<sup>11</sup> En tydlig illustration av den tekniska utvecklingen är att en iphone idag rymmer mer datorkraft än Apollo 11 när den gjorde den första månlandningen.<sup>12</sup>

Den samlade effekten av dessa förändringar är att den totala informationsmängden har ökat dramatiskt. Aldrig har utbudet av olika medier och medieplattformar varit lika stort. Aldrig har det samlade medieutbudet varit lika stort. Aldrig har människor haft lika goda möjligheter att ta del av medieutbudet genom olika medier när de vill, var de vill och på de sätt de vill.

Utifrån detta är det vanligt att karaktärisera nutida samhällen som informationssamhällen. Det är korrekt i den meningen att informationsmängden har ökat dramatiskt och att framställning, bearbetning och förädling av information har blivit en allt viktigare källa till produktivitet, ekonomisk tillväxt, kreativitet och skapande. Digitaliseringen och den ökade automatisering som följer av digitaliseringen har till och med beskrivits som en industriell revolution, lika viktig som mekaniseringen och ångkraften i slutet av 1800-talet (den första industriella revolutionen) och utvecklingen av förbränningsmotorer och elektricitet (den andra industriella revolutionen) i slutet av 1800-

---

<sup>11</sup> Bergström & Oscarsson, 2014, s. 27.

<sup>12</sup> Framtidskommissionen, 2013, s. 69.

talet och början av 1900-talet.<sup>13</sup> Viktigt ur det perspektivet är att vi bara är i början av den digitala revolutionen.

Samtidigt är talet om informationssamhället förledande av åtminstone två skäl. Det första handlar om att ordet information lätt tolkas som att det handlar om sanningsenlig och korrekt information, men det är inte bara mängden korrekt information som har ökat. Även mängden desinformation – information som är falsk eller vilseledande, t.ex. genom att den är malplacerad, fragmenterad eller irrelevant i det sammanhang den används – har ökat.<sup>14</sup> Mängden desinformation kan till och med ha ökat mer än mängden information.<sup>15</sup>

Det andra skälet är att mängden information i samhället inte säger särskilt mycket om vilka typer av information som finns tillgänglig eller om hur och av vilka grupper som olika typer av information används. Ur ett demokratiskt perspektiv är det framförallt information om politik och samhälle som är central. Den typen av information har ökat kraftigt, men det har också andra typer av information. Som andel av det totala utbudet av information kan mängden information om politik och samhälle till och med ha minskat. Att det finns mer information om politik och samhälle tillgänglig än någonsin betyder inte heller att den används i högre grad än förr. Med andra ord: mer information behöver inte betyda att människor blir mer informerade.

Mycket talar tvärtom för att människor i allmänhet inte är mer informerade om politik och samhälle nu än förr, trots stigande utbildningsnivåer och att den absoluta mängden information om samhälle och politik har ökat.<sup>16</sup> För att förstå denna paradox är det centralt att förstå mediernas roll när det gäller människors kunskaper om politik och samhälle och vad som påverkar människors medieanvändning.

---

<sup>13</sup> Anderson, 2012; Brynjolfsson & McAfee, 2014; Castells, 2000.

<sup>14</sup> Nationalencyklopedins ordbok; Postman, 1987, s. 114.

<sup>15</sup> Mohammed, 2012; Postman, 1987.

<sup>16</sup> Delli Carpini & Keeter, 1996; Framtidskommissionen, 2013; Milner, 2010; Mohammed, 2012; Petersson et al., 1998.

### 3      Mediernas betydelse som källa till information om politik och samhälle

Samtidigt som information inte är liktydigt med kunskap är information en förutsättning för kunskap. När det gäller information om den politiska världen finns det i grund och botten tre vägar till information: egna erfarenheter, samtal med andra människor och medier.<sup>17</sup> Beroende på vilken typ av politisk information det handlar om kan olika vägar till information vara olika viktiga. Om det t.ex. handlar om information om det svenska statsskicket är det något som människor kan lära sig i hemmet eller skolan och sedan bära med sig i vuxen ålder. I yngre åldrar är familjen, skolan och lärarna sålunda viktiga socialisationsagenter och källor till politisk information. Även samtal med andra människor kan vara en viktig källa till information, i den utsträckning som man diskuterar politik och samhälle med personer som är välinformerade om politik och samhälle. Egna erfarenheter väger alltid tungt, och via egna erfarenheter kan människor skaffa sig en bild av exempelvis hur den egna skolan fungerar. Däremot räcker egna erfarenheter inte långt när det gäller information om hur skolan *generellt* fungerar, och än mindre när det gäller information som handlar om *varför* skolan fungerar som den gör eller vilka förslag som finns för att förbättra den.

För att få information om allt sådant som ligger bortom den egna vardagen är människor beroende av medier för information. Det kan handla om böcker och sociala medier, men för de allra flesta har traditionella massmedier som tv, radio och tidningar – i

---

<sup>17</sup> Asp, 1986; Mutz, 1998.

deras analoga eller digitala former – störst betydelse.<sup>18</sup> Det främsta skälet är att det framför allt är nyhetsmedier som har organisationen och resurserna för att samla in, bearbeta och sprida information om aktuella skeenden, men också att människor av tradition vänder sig till olika nyhetsmedier för information om politik och samhälle. Över tid har digitala medier blivit viktigare, men de sajter som människor vänder sig till för information om politik och samhälle är i första hand digitala versioner av traditionella nyhetsmedier.<sup>19</sup>

Det betyder att det bör finnas samband mellan människors medieanvändning, utbudet av politisk information i de breda nyhetsmedierna och människors kunskaper om politik och samhälle. Även om det finns många nyanser inom forskningen visar såväl nationella som komparativa studier att så är fallet, även om styrkan på sambandet varierar mellan studier och kan skilja sig beroende på bl.a. medietyp (exempelvis tv respektive tidningar), olika grupper av användare (exempelvis lågutbildade och högutbildade) och land. Det generella mönstret är att ju mer de breda nyhetsmedierna rapporterar om politik och samhälle och ju mer människor regelbundet tar del av de breda nyhetsmedierna, desto bättre är deras kunskaper om politik och samhälle.<sup>20</sup>

Samtidigt pekar forskning på att det kraftigt ökade utbudet av olika typer av medier och medieinnehåll har bidragit till ökade skillnader mellan grupper när det gäller i vilken grad man följer olika nyhetsmedier.<sup>21</sup> Det riskerar att leda till ökade kunskapsklyftor.<sup>22</sup> För att förstå vad medielandskapens förändringar betyder för demokratin är det därför viktigt att förstå vad som påverkar människors medieanvändning.

---

<sup>18</sup> Mutz & Young, 2011; Shehata & Strömbäck, 2014.

<sup>19</sup> Mutz & Young, 2011; Purcell et al., 2010.

<sup>20</sup> Aalberg & Curran, 2012; Curran et al., 2009; Elenbaas et al., 2013; Eveland et al., 2005; Fraile & Iyengar, 2014; Iyengar et al., 2010; Jerit et al., 2006; Liu et al., 2013; Nir, 2012; Shehata, 2013.

<sup>21</sup> Aalberg et al., 2013; Blekesaune et al., 2010; Kziazek et al., 2010; Prior, 2007; Strömbäck et al., 2013.

<sup>22</sup> Se exempelvis Arendt & Matthes, 2014; Fraile, 2010; Fraile & Iyengar, 2014; Kwak, 1999; Nir, 2012; Prior, 2005; Shehata, 2013.

## 4 Att förklara medieanvändning – och förstå dess konsekvenser

Inom forskningen finns det ett flertal teorier för att försöka förstå och förklara människors medieanvändning. De flesta utgår från att människor är rationella och använder medier för att uppnå olika syften. En av de främsta teorierna är *användningsteorin* (*uses and gratifications*). Utgångspunkten för användningsteorin är att människor har vissa behov och att de använder medier för att tillfredsställa dessa.<sup>23</sup> Det kan t.ex. handla om behov av information, avkoppling, underhållning eller att ha något att prata med andra om. Användningsteorin fokuserar därför på de sociala och psykologiska förklaringarna till vilka behov människor har, på vilka sätt människor använder sig av olika medier för att möta dessa, och i vilken grad som användningen av olika medier tillfredsställer dessa behov.

Samtidigt kan människor vara mer eller mindre aktiva som mediekonsumenter. En viktig distinktion är därför mellan *instrumentell* och *ritualiserad* medieanvändning.<sup>24</sup> Med instrumentell medieanvändning avses att människor aktivt väljer medier och medieinnehåll för att uppnå olika mål, medan ritualiserad medieanvändning syftar på att människor mer passivt använder medier och väljer olika typer av medieinnehåll av vana eller för att fördriva tid. Olika skäl till att ta del av olika medier och medieinnehåll kan leda till både likheter och olikheter i mediekonsumtionen. Vi kan t.ex. välja att se på Rapport därför att vi är intresserade av de viktigaste nyheterna under dagen (*instrumentell medieanvändning*), men också därför att vi har som

---

<sup>23</sup> Rubin, 2009; Ruggiero, 2000.

<sup>24</sup> Rubin, 2009.

vana att göra det eller därför att vi av vana ser på TV och ibland råkar hamna på Rapport (*ritualiserad medieanvändning*).

Ju mer människors medieanvändning präglas av att vara instrumentell och målinriktad, desto mer selektiva kan de förväntas vara. Här bör man skilja mellan *selektiv exponering* (vad man exponerar sig för), *selektiv uppmärksamhet* (vad man uppmärksammar av det som man exponerar sig för), *selektiv perception* (hur man uppmärksammar och tolkar den information man exponerar sig för och uppmärksammar) samt *selektiv hågkomst* (vad man kommer ihåg av den information som man har exponerat sig för).<sup>25</sup> I samtliga dessa selektivitetsprocesser har människors preferenser betydelse. Om man jämför någon som inte är politiskt intresserad med någon som är mycket intresserad är sannolikheten exempelvis större att den politiskt intresserade aktivt väljer att exponera sig för nyhetsmedier och uppmärksammar samt kommer ihåg just de nyheter som handlar om politik. Nyckelordet är sannolikhet: också de som inte är intresserade av politik kan mycket väl exponera sig nyhetsmedier, men det är mindre sannolikt, och i det fallet är valet mindre aktivt och instrumentellt.

Ett problem med många teorier som söker förklara människors medieanvändning är dock att de utgår från att människor är rationella och målinriktade, att de har fasta preferenser, och att de har förmåga att bedöma i vilken grad som användningen av olika typer av medier och medieinnehåll leder till måluppfyllelse.<sup>26</sup> Inget av detta kan tas för givet. Ett annat problem är att de flesta teorier på området fokuserar på den individuella analysnivån. Samtidigt ingår människor alltid i en kontext präglad av olika kulturella, sociala, politiska, ekonomiska och tekniska förhållanden. De val som görs, görs alltid inom ramen för den kontext som människor befinner sig i. Man kan därför aldrig förstå individerna och deras medieanvändning utan att ta hänsyn till den kontext och det medielandskap som de ingår i.<sup>27</sup> Strukturella och kontextuella förhållanden och institutioner genomsyrar människors vardag, inklusive deras preferenser och medieanvändning. Faktorer på makronivån samverkar alltid med faktorer på individnivån.

---

<sup>25</sup> Eagly & Chaiken, 1993.

<sup>26</sup> Webster, 2014.

<sup>27</sup> Aalberg & Curran, 2012; Iyengar et al., 2010; Jerit et al., 2006; Nir, 2012; Prior, 2007; Shehata & Strömbäck, 2011; Webster, 2014.

Den mest eleganta teorin för att förklara hur faktorer på individnivån samverkar med faktorer på makronivån och påverkar mänskligt beteende kallas OMA-modellen, vilket står för *Opportunities, Motivations* och *Abilities*.<sup>28</sup> Kärnan i OMA-modellen är att mänskligt beteende – exempelvis politiskt deltagande eller nyhetskonsumtion – beror på *kombinationen* av *möjligheter*, *motivationer* och *förmågor*. För att människor ska kunna agera på ett visst sätt förutsätts att det finns möjligheter att göra det. Att det finns möjligheter räcker dock inte, om människor inte också har motivationen och förmågan. Det innebär samtidigt att ju större möjligheterna är för att agera på olika sätt är, desto större betydelse får människors motivationer och förmågor. Förändringar av möjligheter på makronivån leder till förändringar av vilken betydelse som motivationer och förmågor på individnivån har.

Ett exempel kan illustrera detta. Om vi går tillbaka till 1980-talet var medier liktydigt med massmedier och massmedier liktydigt med nyhetsmedier. De viktigaste medierna var dagspress, radio och tv, och samtliga dagstidningar, radiokanaler och tv-kanaler förmedlade nyheter. Det var därför svårt att ta del av massmedier utan att exponeras för nyheter. Eftersom det bara fanns två tv-kanaler såg många på nyheterna, inte nödvändigtvis för att de var intresserade av att se på tv-nyheterna, men därför att de var intresserade av att se på tv, och såg man på tv var det stor sannolikhet att man råkade se nyheterna. Nu finns dock alla möjligheter i världen för människor att se på tv utan att exponeras för nyheter. Är man intresserad av nöje kan man välja mellan olika underhållningsorienterade kanaler och är man intresserad av sport kan man ta del av olika sportkanaler. Det finns också alla möjligheter i världen att via nätet hitta sidor som handlar om just det man är intresserad av. Var och en kan forma sin egen mediediet.

Vad OMA-modellen förutsäger är att ju större valmöjligheterna är, desto mer selektiva måste människor vara, och ju mer selektiva människor måste vara, desto större betydelse får deras preferenser och förmågor. Det kan i sin tur förväntas leda till ökade skillnader mellan grupper när det gäller vilka medier och vilket medieutbud de tar del av och i vilken grad olika grupper tar del av nyhetsmedier

---

<sup>28</sup> Delli Carpini & Keeter, 1996; Luskin, 1990; Prior, 2007.

och följer nyheter om politik och samhälle.<sup>29</sup> För de som är intresserade av politik och samhälle har det aldrig varit lika enkelt som nu att ständigt hålla sig informerad och uppdaterad. För de som inte är intresserade av politik och samhälle har det omvänt aldrig varit lika enkelt som nu att undvika allt vad nyheter om politik och samhälle heter. Det kraftigt ökade medieutbudet och möjligheterna att välja var, när och hur man tar del av olika medier och medieutbud kan därför resultera i att det uppstår parallella paradis för olika grupper av människor beroende av vilka motivationer och intressen de har.

Formulerat annorlunda innebär förändringarna av medielandskapen att sannolikheten för *oavsiktlig exponering (incidental exposure)* för nyheter har minskat.<sup>30</sup> Givet mediernas betydelse som källa till information om politik och samhälle innebär det att sannolikheten för *oavsiktlig inläring (incidental learning)* också har minskat.<sup>31</sup> Risken är stor att det leder till ökade kunskapsklyftor genom att de som är intresserade av politik och samhälle i allt högre grad följer nyheterna och lär sig av det, samtidigt som sannolikheten för oavsiktlig exponering och inläring minskar bland dem som inte är särskilt intresserade av politik och samhälle.

En annan konsekvens av de förändrade medielandskapen är att det har blivit enklare för människor att söka sig till information som bekräftar de verklighetsuppfattningar och åsikter som man redan har. Inte minst i USA finns det omfattande forskning kring detta, vilket hänger samman med att det där under en längre tid har funnits medier präglade av politiska agendor, exempelvis *Fox News*. På nätet har det samtidigt etablerat sig allt fler ”alternativa” medier som präglas av politiska agendor, också i länder som Sverige. Amerikansk forskning har också visat bl.a. att det finns tydliga tendenser att Demokrater och Republikaner använder olika medier, både när det gäller traditionella och nyare medier.<sup>32</sup> Bland andra Cass Sunstein har därför varnat för en ”balkanisering” av offentligheten, där olika grupper lever i sina enklaver och där deras

---

<sup>29</sup> Arceneaux & Johnson, 2013; Kziazek et al., 2010; Prior, 2007; Stroud, 2011; Strömbäck et al., 2013.

<sup>30</sup> Aalberg et al., 2013; Schoenbach & Lauf, 2002; Wonneberger et al., 2011.

<sup>31</sup> Knoblock-Westerwick, 2014; Prior, 2007.

<sup>32</sup> Arceneaux & Johnson, 2013; Iyengar & Hahn, 2009; Stroud, 2011.

verklighetsuppfattningar och åsikter präglas av den självförstärkande och ensidiga information som förmedlas inom dessa.<sup>33</sup> Relevant i det sammanhanget är att människor har en tendens att föredra information som bekräftar de åsikter och verklighetsuppfattningar som man redan har, så kallad *confirmation bias*.<sup>34</sup> Det råder samtidigt olika uppfattningar om hur stark tendensen att söka sig till bekräftande information och att undvika utmanande information är.<sup>35</sup>

Oavsett vilket leder förändringarna av medielandskapen till att människor måste vara mer selektiva när det gäller vilka medier och vilken typ av medieinnehåll de exponerar sig för, och ju mer selektiva människor tvingas vara, desto större betydelse får deras preferenser och förmågor. Samtidigt är människors preferenser inte nödvändigtvis statiska. De påverkas av bl.a. de vanor man format under uppväxten, av normer och värderingar hos de grupper man umgås med eller identifierar sig med liksom i samhället i stort, av hur viktiga aktuella skeenden upplevs vara, och de kan fluktuerar från en dag till en annan beroende på humör och andra omständigheter. Även den mest politiskt intresserade kan ibland föredra en actionfilm framför Agenda, och även den mest politiskt ointresserade kan ibland fångas av nyhetsflödet. Preferenserna kan också vara mer eller mindre starka.

Ytterst är dock frågan om hur medielandskapens förändringar har påverkat människors medieanvändning, liksom sambanden mellan medieanvändning och politiska kunskaper och politiskt deltagande, en empirisk fråga. Därmed är det dags för de empiriska analyserna.

---

<sup>33</sup> Sunstein, 2007.

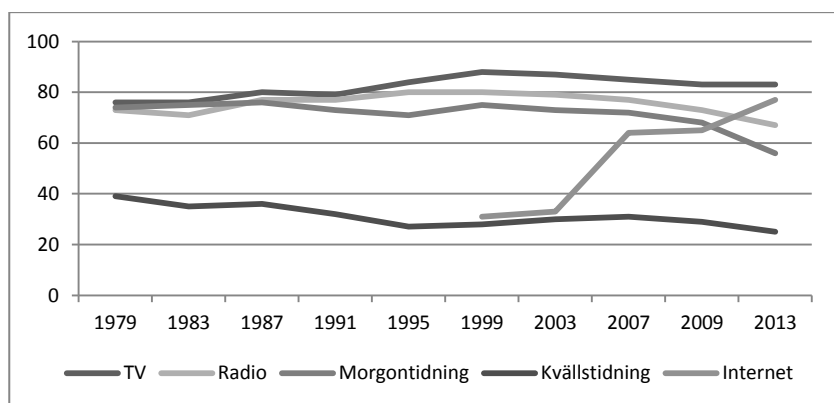
<sup>34</sup> Kahneman, 2011; Lodge & Taber, 2013.

<sup>35</sup> Arceneaux & Johnson, 2013; Stroud, 2011; Garrett, 2009.

## 5 Mediekonsumtion i förändring

Sedan 1980-talet har en rad nya medieteknologier tillkommit samtidigt som antalet medier och det totala medieutbudet har expanderat kraftigt. Trots det var svenskarnas användning av de främsta massmedierna på en övergripande nivå länge förhållandevis stabil. Det visar Nordicoms *Mediebarometer*, som mäter andelen av befolkningen som en genomsnittlig dag använder olika medier. 1979 såg exempelvis 76 procent på TV en genomsnittlig dag; 2013 var motsvarande andel 83 procent. De största förändringarna står morgontidningar och internet för. Sedan 1979 har andelen som en genomsnittlig dag läser en morgontidning sjunkit från 74 till 56 procent. Samtidigt har andelen som en genomsnittlig dag använder internet ökat från 31 till 77 procent mellan 1999 och 2013.

Figur 1. Svenskarnas medieanvändning 1979-2013.

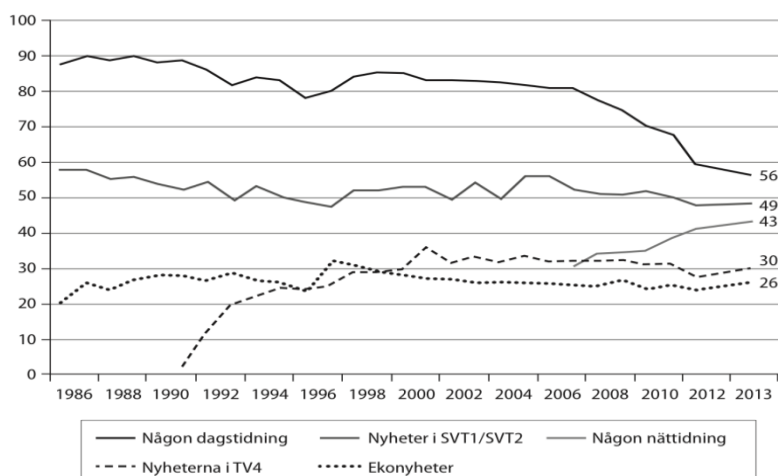


Källa: Mediebarometer 2013. Figuren visar andel av befolkningen 9-79 år som använder de olika medierna en genomsnittlig dag.

Att använda olika massmedier och att följa nyheterna är emellertid inte samma sak. Trenden att morgontidningar över tid tappar

medan internet blir allt viktigare är dock tydlig oavsett hur man mäter människors medieanvändning. I SOM-undersökningarna har människor sedan 1986 tillfrågats om sin nyhetsanvändning, och dessa visar att den regelbundna användningen av dagstidningar har minskat kraftigt samtidigt som användningen av nättidningar har ökat. Även nyheterna i TV och radio har tappat under de senaste 10-15 åren, men förändringarna är i dessa fall mindre. Det framkommer av Figur 2, som visar andelen regelbundna användare av olika nyhetsmedier mellan 1986 och 2013.

**Figur 2. Regelbunden nyhetsanvändning 1986-2013 (procent).**



*Källa:* Bergström & Oscarsson, 2014. Användningen avser minst 5 dagar i veckan för radio och tv-nyheter samt morgontidningar och minst tre dagar i veckan för kvällstidningar och nättidningar.

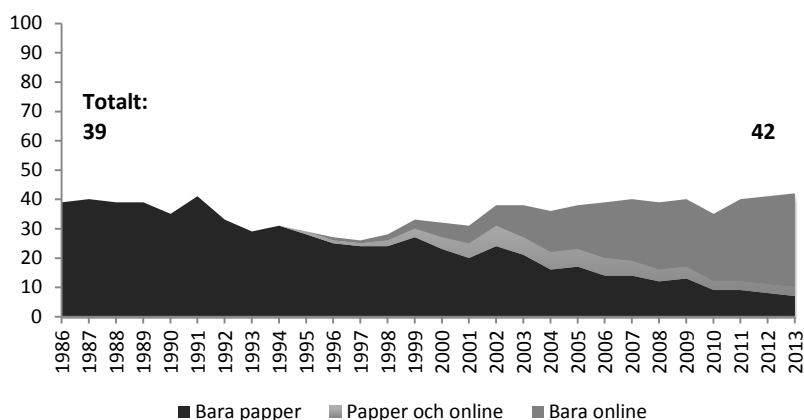
För mindre än tio år sedan läste över 80 procent fortfarande en dagstidning regelbundet, men nu är det bara cirka 56 procent som gör det. Det är en kraftig förändring på relativt kort tid. Samtidigt har andelen av befolkningen som regelbundet läser nättidningar ökat till 43 procent under samma tidsperiod. Det väcker frågan om förändringen framförallt handlar om minskad läsning av tidningar eller om att människor i allt högre grad läser nättidningar istället för de traditionella papperstidningarna.<sup>36</sup>

<sup>36</sup> Jalakas & Wadbring, 2014, s. 163.

Svaret beror i hög grad på om det handlar om morgontidningar eller kvällstidningar. För morgontidningar har den regelbundna läsningen, inklusive både papper och online, minskat från 77 procent till 60 procent mellan 1986 och 2013, och de allra flesta – cirka 50 procent – läser fortfarande morgontidningar bara på papper. Andelen som läser morgontidningar online ökar över tid, men kompenserar inte för nedgången i läsningen av papperstidningarna.

Annorlunda förhåller det sig med kvällstidningarna, där läsningen på papper under perioden 1986-2013 sjönk från cirka 40 till cirka 5 procent. Samtidigt kompenserade den ökade läsningen online för det tappet, och den samlade regelbundna kvällstidningsläsningen är nu något större än på 1980-talet (se Figur 3).<sup>37</sup>

**Figur 3. Regelbunden läsning av kvällstidningar 1986-2013 (procent).**



*Källa:* Jalakas & Wadbring, 2014. Användningen avser minst 3 dagar i veckan.

I allt högre grad är kvällstidningar något som bara läses digitalt. Under de senaste åren kan man också se en förskjutning av den digitala läsningen från datorer till mobiltelefoner. Mellan 2010 och 2013 ökade andelen av de regelbundna kvällstidningsläsarna som enbart läste via mobilen från 2 till 14 procent. Under samma period

<sup>37</sup> Jalakas & Wadbring, 2014; Färdigh & Westlund, 2014.

sjönk kvällstidningsläsningen via dator i samma grupp från 53 till 27 procent.<sup>38</sup>

Ett sätt att tolka dessa resultat är i termer av ökad fragmentering. I allt mindre grad följer människor samma medier och medieutbud via samma plattformar: i allt högre grad följer människor olika medier och medieutbud via olika plattformar. Också när människor tar del av samma medier sker en ökad fragmentering när läsningen sker digitalt istället för på papper. När människor läser tidningar på papper exponeras alla för samma innehåll, medan läsningen digitalt styrs av vilka ämnen man är intresserad av men också av vilka nyheter som delas via sociala medier.<sup>39</sup> Läser man en tidning på papper exponeras man för tidningen som en helhet. Läser man en tidning digitalt exponeras man snarare för enskilda artiklar.

Det är därför viktigt att inte enbart titta på förändringar på den aggregerade nivån och att inte likställa användningen av nyhetsmedier på olika plattformar. Även om forskningen på området ännu är begränsad är det troligt att kunskapseffekterna av att följa medier via deras traditionella plattformar och digitalt skiljer sig åt.

Att utvecklingen kan tolkas i termer av ökad fragmentering styrks av forskning som visar att den individuella variationen i nyhetsanvändningen har ökat över tid.<sup>40</sup> Medan vissa grupper konsumerar nyhetsmedier i allt högre grad finns det andra som i högre grad än förr väljer bort nyhetsmedier. I spåren av det större medieutbudet har det under de senaste åren därför blivit vanligare att skilja mellan vad som kallas nyhetssökare (*news seekers*) och nyhetsundvikare (*news avoiders*). Definitionerna av nyhetssökare och nyhetsundvikare varierar något, men i grunden syftar nyhetssökare på dem som i de nya medielandskapen – präglade av allt större valmöjligheter – i hög grad väljer att använda sig av nyhetsmedier medan nyhetsundvikare syftar på dem som i hög grad väljer bort nyhetsmedier, oftast till förmån för mer underhållningsorienterade medier och medieutbud.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Färdigh & Westlund, 2014, s. 181.

<sup>39</sup> Boczkowski & Mitchelstein, 2013; Wadbring & Ödmark, 2014.

<sup>40</sup> Strömbäck et al., 2013.

<sup>41</sup> Aalberg et al., 2013; Ksiazek et al., 2010; Prior, 2007; Strömbäck et al., 2013; Webster, 2014.

För svensk del har det gjorts en tidsjämförande studie av gruppen nyhetssökare och nyhetsundvikare, vilken jag gjorde tillsammans med Monika Djerf-Pierre och Adam Shehata. Baserad på SOM-mätningarna bygger den på ett summerat index över människors samlade nyhetsmediekonsumtion, vilket omfattar såväl radio som tv-nyheter och läsning av både morgontidningar och kvällstidningar antingen på papper eller online. Indexet sträcker sig från 0 till 27, där 0 står för att man inte använder några nyhetsmedier överhuvudtaget medan 27 står för att man i princip dagligen följer nyheterna i såväl radio som tv, morgontidningar och kvällstidningar. Nyhetssökare definierades som personer med ett indexvärde över 20, medan nyhetsundvikare definierades som personer med ett indexvärde under 9.<sup>42</sup>

Den studien omfattade perioden 1986 till 2010, och visade att båda grupperna ökade i storlek över tid. Även om andelarna varierade något från år till år var trenden tydlig. Samma studie visade också att människors politiska intresse över tid blev allt viktigare för att förklara i vilken utsträckning som de följer nyhetsmedierna, även efter kontroll för bakgrundsvariabler som kön, ålder och utbildning. Den ökade betydelsen av politiskt intresse gällde för hela tidsperioden, men var särskilt markant under de sista fem år som ingick i studien.<sup>43</sup>

Sedan 2010 har förändringarna av medielandskapen fortsatt och en fråga är därför ifall andelarna nyhetssökare och nyhetsundvikare har fortsatt att öka sedan dess. För att undersöka detta har analysen gjorts om så att den omfattar hela tidsperioden 1986-2013. Resultatet redovisas i Figur 4. Medan kurvorna visar andelen nyhetssökare och nyhetsundvikare per år visar de raka linjerna vilken trenden är. Som framgår ökade andelen nyhetssökare mellan 1986 och 2013 från 12 till 18 procent, medan andelen nyhetsundvikare ökade från 8 till 17 procent. Jämförs detta med den tidigare studien tycks ökningen av andelen nyhetssökare ha avstannat medan andelen nyhetsundvikare fortsätter att öka. Trenden att andelen nyhetsundvikare ökar bekräftas också av studier som fokuserar på andelen icke-användare av olika medier. Mellan 1986 och 2011 ökade exempelvis andelen som mindre än en

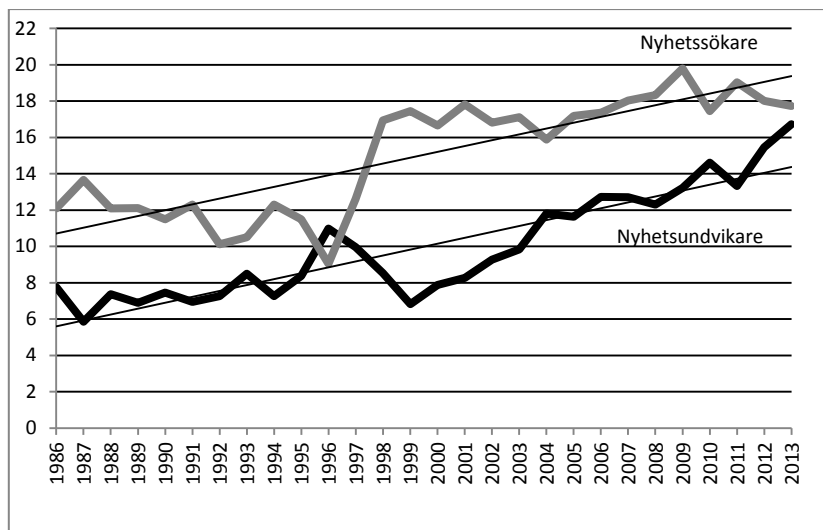
---

<sup>42</sup> Strömbäck et al., 2013, s. 419-421.

<sup>43</sup> Strömbäck et al., 2013, s. 429-430.

gång i veckan tar del av någon morgontidning från 10 till 27 procent. Dessutom visar forskning att personer som sällan eller aldrig läser morgontidning i hög grad väljer bort också andra traditionella nyhetsmedier.<sup>44</sup>

**Figur 4. Andelen nyhetssökare och nyhetsundvikare 1986-2013.**



*Källa:* Uppdaterad version från Strömbäck, Djerf-Pierre & Shehata, 2013.

De faktorer som generellt har starkast samband med nyhetsundvikande är ålder och politiskt intresse, och framförallt när det gäller den minskade papperstidningsläsningen är ålder en central förklaring.<sup>45</sup> Unga väljer i allt högre grad bort papperstidningar. Samtidigt är det viktigt att poängtera att den ökade betydelsen av politiskt intresse för att förklara i vilken grad människor följer nyhetsmedier gäller också efter kontroll för ålder.

Ska man sammanfatta visar denna och annan svensk och internationell forskning att människors preferenser och intressen har fått allt större betydelse för i vilken utsträckning som man följer olika nyhetsmedier, samtidigt som andelen nyhetssökare och inte minst nyhetsundvikare ökar över tid.<sup>46</sup> Ur ett demokratiskt perspektiv är detta viktigt av flera skäl.

<sup>44</sup> Shehata & Wadbring, 2012, s. 376, 379.

<sup>45</sup> Strömbäck et al., 2013; Shehata & Wadbring, 2012.

<sup>46</sup> Strömbäck et al., 2013; Shehata, 2013; Shehata & Wadbring, 2012.

För det första ligger resultaten i linje med OMA-teorin, enligt vilken ökade möjligheter att välja leder till att människors preferenser får ökad betydelse. Förändringar på makronivån (expanderande medielandskap och ökade valmöjligheter) leder till att faktorer på mikronivån (preferenser och förmågor) får större betydelse för att förklara människors medieanvändning. Skälet till varför andelen nyhetssökare och nyhetsundvikare har ökat är inte att deras politiska intresse eller andra relevanta preferenser har förändrats: skälet är att deras politiska intresse och andra preferenser får större genomslag i ett medielandskap präglad av stora valmöjligheter än i ett medielandskap där valmöjligheterna är få.

För det andra talar mycket för att andelen nyhetsundvikare kommer att fortsätta öka. Det följer av att den grundläggande mekanismen handlar om att ökade valmöjligheter leder till att människors preferenser får ökad betydelse, men också av att yngre generationer inte socialiseras in i vanan att ta del av nyhetsmedier på samma sätt som tidigare generationer.<sup>47</sup> Om andelen nyhetssökare kommer att öka är mer osäkert, framför allt därför att det finns en gräns för hur mycket tid även de mest intresserade kan lägga på att följa olika nyhetsmedier.

För det tredje visar forskning att sambandet mellan konsumtion av nyhetsmedier och politiskt intresse är ömsesidigt. Politiskt intresse bidrar till ökad nyhetskonsumtion, men konsumtionen av olika nyhetsmedier kan också bidra till ökat politiskt intresse, även om den effekten är svagare och inte gäller alla medier.<sup>48</sup> För svensk del tyder forskning på att den positiva medieeffekten på politiskt intresse framförallt gäller nyheterna i public service.<sup>49</sup> Förenklat uttryckt kan konsumtionen av nyhetsmedier bidra till att stimulera människors politiska intresse, vilket bidrar till ökad nyhetskonsumtion. Det innebär samtidigt att sjunkande nyhetskonsumtion bland grupper som inte är särskilt politiskt intresserade minskar sannolikheten att deras politiska intresse ska stimuleras, vilket i sin tur ökar sannolikheten att de fortsätter att vara, eller blir, nyhetsundvikare. Det kan leda till att en negativ spiral uppstår.

---

<sup>47</sup> Jalakas & Wadbring, 2014; Milner, 2010.

<sup>48</sup> Boulianne, 2009; Strömbäck & Shehata, 2010.

<sup>49</sup> Strömbäck & Shehata, 2010.

För det fjärde visar tidigare forskning att det finns samband mellan konsumtion av nyhetsmedier och såväl politiska kunskaper som politiskt deltagande.<sup>50</sup> En ökande andel nyhetsundvikare och ökade klyftor i nyhetskonsumtion riskerar därmed leda till åtminstone två, ur ett demokratiskt perspektiv negativa, effekter. Dels riskerar utvecklingen att leda till ökade kunskapsklyftor och ökade deltagandeklyftor. Dels riskerar den lägsta nivån på kunskaperna hos de som är mindre politiskt intresserade att sjunka över tid. Det följer av att sannolikheten för oavsiktlig inläring (*incidental learning*) minskar när sannolikheten för oavsiktlig exponering (*incidental exposure*) för nyhetsmedier minskar.

För att undersöka om dessa observationer stämmer krävs studier som både sträcker sig över tid och innehåller kunskapsfrågor. Den typen av studier finns det dock en brist på. Däremot möjliggör *Demokratipanelen 2014* för analyser av hur mediekonsumtion såg ut under supervalåret 2014 och för sambanden mellan mediekonsumtion, politiska kunskaper och politiskt deltagande.

De följande empiriska analyserna består av två delar. Den första delen syftar till att beskriva svenskarnas mediekonsumtion, politiska kunskaper och politiska deltagande i samband med valrörelsen till riksdagen 2014. Den andra delen syftar till att analysera sambanden mellan mediekonsumtion, politiskt deltagande och politiska kunskaper.

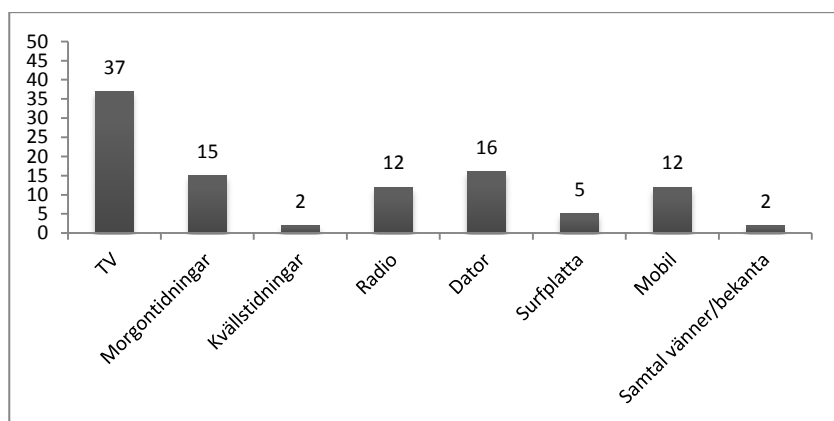
---

<sup>50</sup> Aalberg & Curran, 2010; Delli Carpini & Keeter, 1996; Iyengar et al, 2009, 2010; Jerit et al., 2006; Ksiazek et al., 2010; Liu et al., 2013; Shehata, 2013.

## 6 Mediekonsumtion, politiska kunskaper och politiskt deltagande

Tidigare konstaterades det att nyhetsmedierna för de allra flesta utgör den viktigaste källan till information om politik och samhälle. Detta bekräftas när svenskarna får svara på frågan hur de huvudsakligen får information om vad som händer i svensk politik (Figur 5). I topp ligger tv, följt av dator och morgontidningar, medan blott två procent uppger att samtal med vänner och bekanta utgör den viktigaste informationskällan.

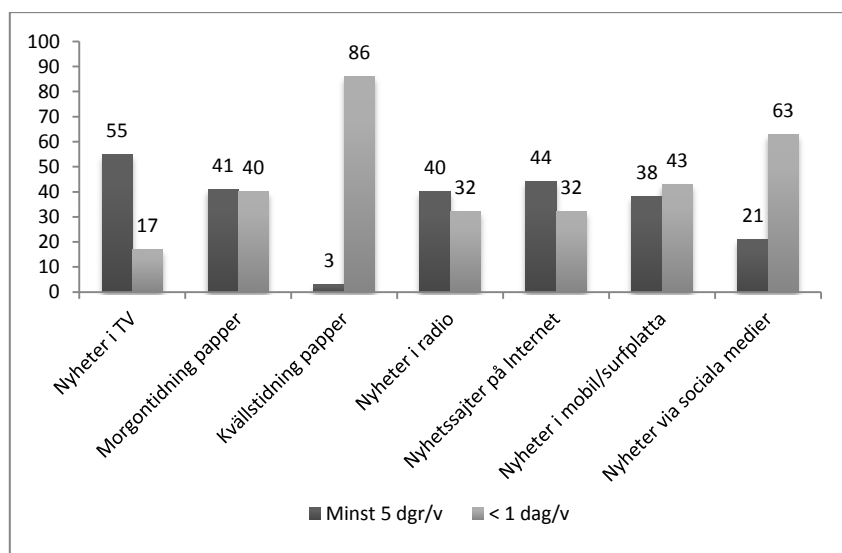
**Figur 5. Huvudsaklig källa till information om svensk politik (%).**



*Källa:* Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Resultat viktade efter kön, ålder och län. Antal svar = 2 676. Procent avrundade till hela tal.

Jämför man resultaten med 2010 har tv och morgontidningar tappat, medan mobilen och surfplattan har tillkommit och blivit viktigare som informationskällor.<sup>51</sup> Ett utmärkande drag för medieutvecklingen är samtidigt att människor följer nyheterna via olika plattformar. Nästan all politisk information härrör ytterst från olika nyhetsmedier, men man kan följa dem i deras traditionella eller digitala format eller via delningar på sociala medier. För att bedöma hur betydelsefulla olika plattformar är räcker det dock inte att studera andelen som regelbundet följer nyheterna via dem; det är även viktigt att studera andelen som aldrig gör det. Det framkommer av Figur 6, som visar andelarna som följer nyheterna om politik via olika plattformar minst fem dagar respektive mindre än en dag i veckan.

**Figur 6. Nyhetskonsumtion via olika plattformar (%).**



*Källa:* Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Resultat viktade efter kön, ålder och län. Antal svar = 2 676. Procent avrundade till hela tal.

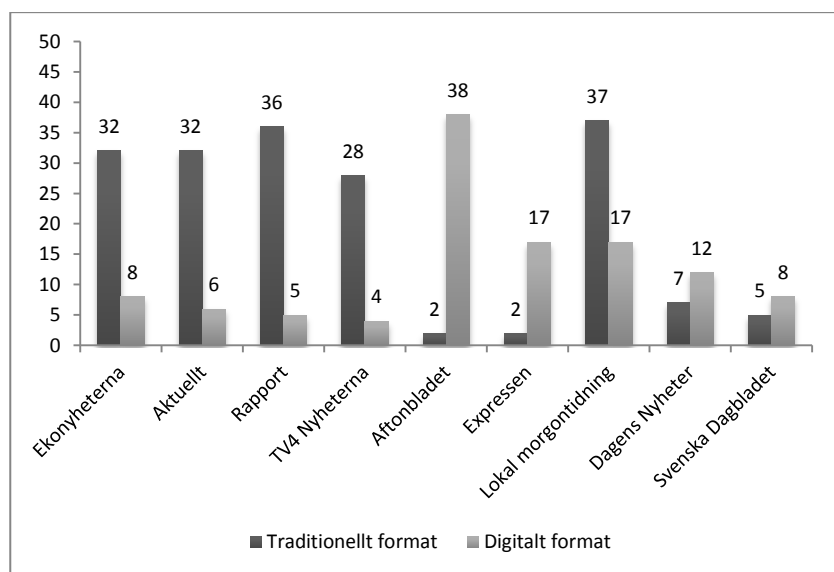
Resultaten visar åter att tv dominerar, både genom att det är en stor andel som regelbundet följer nyheterna om politik via tv och att det är en relativt liten andel som nästan aldrig gör det. Samtidigt som det jämfört med tidigare är fler som följer nyheterna om

<sup>51</sup> Strömbäck & Shehata, 2013, s. 215.

politik via mobil och surfplatta eller via sociala medier är det dock många som nästan aldrig gör det. Inte minst är det en klar majoritet som nästan aldrig följer nyheterna om politik via sociala medier.

När det gäller läsning av kvällstidningar på papper är det tydligt att det är en mycket liten andel som regelbundet läser dem och en mycket stor andel som nästan aldrig gör det. Som framgått tidigare har kvällstidningarna dock varit mer framgångsrika än morgontidningar när det gäller läsning online. För att närmare undersöka hur viktiga de olika formaten är för de olika medierna innehöll *Demokratibarometern 2014* en fråga om hur ofta människor under *den senaste veckan* tagit del av de främsta nyhetsmedierna i deras traditionella format eller på internet eller i mobilen. Resultatet redovisas i figur 7.

**Figur 7. Regelbunden nyhetsanvändning i olika format (procent).**



*Källa:* Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Resultat viktade efter kön, ålder och län. Antal svar = 2 676. Procent avrundade till hela tal. Digitalt format syftar på "på internet eller i mobilen". Med regelbunden nyhetsanvändning avses minst fem dagar i veckan.

Resultaten visar tydligt att för tv och radio-nyheterna, men också de lokala morgontidningarna, är de traditionella formaten klart viktigare än de digitala formaten. Omvänt är de digitala formaten

mycket viktigare än papperstidningen för kvällstidningarna. För Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet är det mer jämnt.

Olika typer av mediekonsumtion hänger samtidigt samman. Det framkommer av en faktoranalys baserad på frågan om konsumtionen av de olika nyhetsmedierna i deras analoga eller digitala former. Mer specifikt urskiljer sig sex dimensioner, vilka tillsammans förklarar 67 procent av variansen (se tabell 1).

Den första dimensionen skulle kunna kallas *digitala etermedier* och omfattar att lyssna på Ekot och att se på Rapport, Aktuellt eller TV4 Nyheterna på internet eller via mobilen. Den andra dimensionen kan kallas *traditionella tv-nyheter* och omfattar att se på Rapport, Aktuellt och TV4 Nyheterna på tv. Den tredje dimensionen kan kallas *digitala kvällstidningar* och omfattar främst att läsa Aftonbladet och Expressen, men också den lokala morgontidningen, via internet eller mobilen. Den fjärde dimensionen omfattar att läsa de "nationella" morgontidningarna Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet, antingen på papper eller via internet och mobilen. Den skulle kunna kallas *nationella morgontidningar*. Den femte dimensionen skulle kunna kallas *traditionella kvällstidningar* och omfattar läsning av kvällstidningar på papper. Den sjätte dimensionen omfattar att lyssna på ekot på radion och att läsa den lokala morgontidningen på papper. Den är svårast att benämna, men skulle i brist på bättre kunna kallas *morgonnyheter*. Visserligen sänder Ekot nyheter över hela dagen, men även på morgonen då de flesta också läser morgontidningen på papper.

**Tabell 1. Dimensioner i människors medieanvändning.**

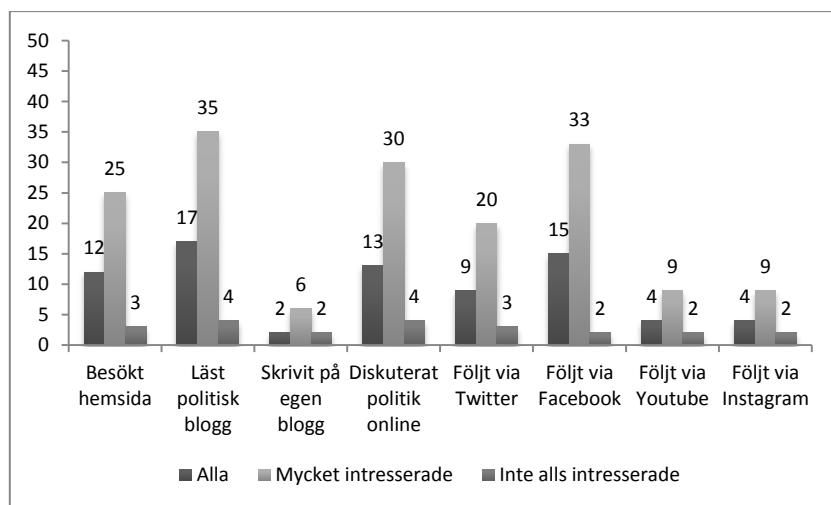
|                                  | <i>Digitala<br/>etermedier</i> | <i>Traditionella<br/>tv-nyheter</i> | <i>Digitala<br/>kvälls-<br/>tidningar</i> | <i>Nationella<br/>morgon-<br/>tidningar</i> | <i>Traditionella<br/>kvälls-<br/>tidningar</i> | <i>Morgon-<br/>nyheter</i> |
|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------|
| Ekot –<br>internet/mobil         | .633                           |                                     |                                           |                                             |                                                |                            |
| Aktuellt –<br>internet/mobil     | .899                           |                                     |                                           |                                             |                                                |                            |
| Rapport –<br>internet/mobil      | .904                           |                                     |                                           |                                             |                                                |                            |
| TV4 Nyheter –<br>internet/mobil  | .809                           |                                     |                                           |                                             |                                                |                            |
| Aktuellt – TV                    |                                | .853                                |                                           |                                             |                                                |                            |
| Rapport – TV                     |                                | .848                                |                                           |                                             |                                                |                            |
| TV4 Nyheter– TV                  |                                | .824                                |                                           |                                             |                                                |                            |
| Aftonbladet –<br>internet/mobil  |                                |                                     | .792                                      |                                             |                                                |                            |
| Expressen –<br>internet/mobil    |                                |                                     | .774                                      |                                             |                                                |                            |
| Lokaltidning –<br>internet/mobil |                                |                                     | .673                                      |                                             |                                                |                            |
| DN – papper                      |                                |                                     |                                           | .602                                        |                                                |                            |
| DN –<br>internet/mobil           |                                |                                     |                                           | .698                                        |                                                |                            |
| SvD – papper                     |                                |                                     |                                           | .645                                        |                                                |                            |
| SvD –<br>internet/mobil          |                                |                                     |                                           | .732                                        |                                                |                            |
| Aftonbladet –<br>papper          |                                |                                     |                                           |                                             | .803                                           |                            |
| Expressen –<br>papper            |                                |                                     |                                           |                                             | .797                                           |                            |
| Ekot – radion                    |                                |                                     |                                           |                                             |                                                | .806                       |
| Lokaltidning –<br>papper         |                                |                                     |                                           |                                             |                                                | .640                       |
| Förklarad<br>varians             | 22%                            | 15%                                 | 9%                                        | 8%                                          | 7%                                             | 6%                         |

*Källa:* Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Oviktade resultat. N = 2 676. Faktoranalys enligt Kaiser's kriterium. Varimaxrotering. Endast resultat med faktorladdningar på minst 0.4 redovisas.

Samtidigt som traditionella nyhetsmedier utgör den viktigaste källan till information om politik och samhälle har internet skapat nya möjligheter för politiska och andra aktörer att kommunicera

direkt till människor och för medborgarna att söka information via politiska hemsidor och bloggar, att följa politiker och partier via sociala medier och att själva delta i den politiska debatten. Många har också lyft fram de digitala och de sociala mediernas, enligt dem, revolutionerande och demokratiserande potential. En central fråga är därför i vilken grad som svenskarna de facto använder sig av digitala medier för politiska syften. En annan viktig fråga är vilken betydelse som politiskt intresse har. Svaret ges av Figur 8, som visar andelen i befolkningen i dess helhet, samt bland dem som är mycket eller inte alls intresserade av politik, som under den senaste månaden – vilket här omfattar valrörelsen under de sista veckorna före riksdagsvalet – minst någon gång i veckan använt digitala medier för politiska syften.

**Figur 8. Användningen av digitala och sociala medier för politiska syften (procent).**



Källa: Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Resultat viktade efter kön, ålder och län. Antal svar = 2 676.

Resultaten är tydliga. För det första är det överlag relativt få som använder digitala medier för politiska syften. Den vanligaste aktiviteten är att läsa politiska bloggar. För det andra har det politiska intresset stor betydelse för att förklara i vilken grad som människor använder digitala medier för politiska syften. I allt väsentligt är det de politiskt intresserade – som även använder traditionella nyhetsmedier mer än de mindre politiskt intresserade

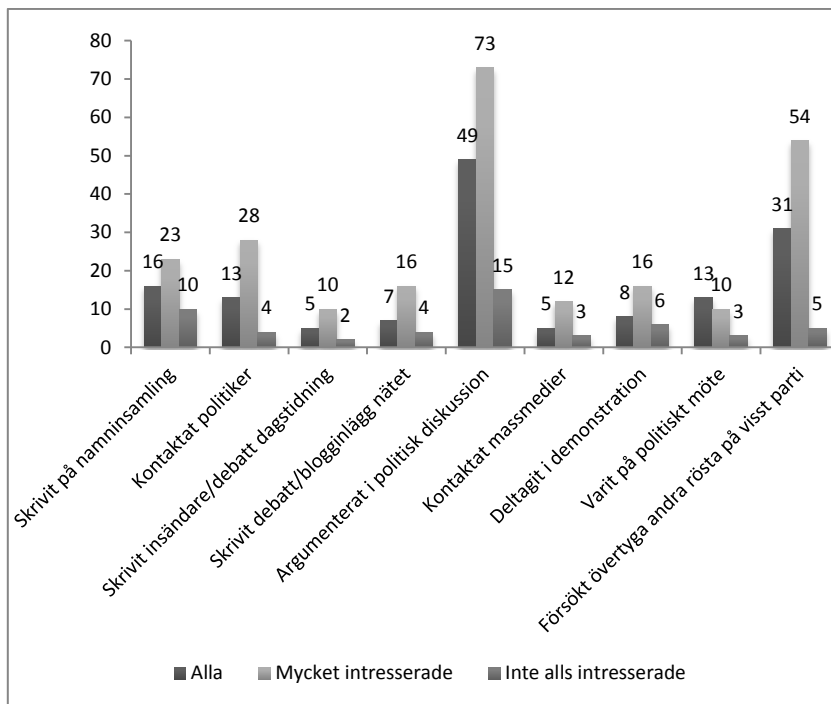
– som använder digitala medier för politiska syften. Det är logiskt, eftersom det krävs motivation för att söka upp politisk information eller engagera sig politiskt online, men är betydelsefullt. Det betyder, för det tredje, att användningen av digitala medier för politiska syften inte kompenserar för ojämlikheter vad gäller i vilken utsträckning man följer nyhetsmedierna. Snarare förstärker digitala medier redan existerande ojämlikheter vilka bottnar i motivation och intresse.

## 6.1 Politiskt deltagande

Om vi vänder blicken mot det politiska deltagandet fick deltagarna i *Demokratipanelen* svara på om de någon gång under *den senaste månaden* deltagit i olika aktiviteter i syfte att påverka en samhällsfråga. Fokuserar man på den fjärde panelvågen, som omfattar den sista månaden före valet, visar figur 9 andelen bland befolkningen i dess helhet samt bland de mycket respektive inte alls politiskt intresserade som ägnade sig åt olika politiska aktiviteter.

Även om det inte finns några absoluta gränsvärden för vad som ska räknas som högt eller lågt deltagande kan det konstateras att det i de flesta fallen var färre än 15 procent som minst en gång under valrörelsen – den politiskt mest intensiva period som man kan tänka sig – ägnade sig åt någon av de politiska aktiviteterna. Undantagen utgörs av att argumentera för sina åsikter i en politisk diskussion och att försöka övertyga andra att rösta på ett visst parti, men det är också aktiviteter som är av ett annat – mer informellt och på många sätt mindre krävande – slag än de övriga politiska aktiviteterna.

Figur 9. Politiskt deltagande under valrörelsen 2014 (procent).



Källa: Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Resultat viktade efter kön, ålder och län. Antal svar = 2 676.

Ett tydligt mönster är annars att politiskt intresse har stor betydelse: genomgående ägnar sig de mycket politiskt intresserade åt politiska aktiviteter i betydligt högre grad än de som inte är politiskt intresserade. Det kan låta självklart, men är i linje med OMA-modellen och understryker vikten av människors preferenser. Ett tredje konstaterande är att faktorer såsom kön, ålder, utbildning, inkomst och ställning på arbetsmarknaden överlag har mycket mindre betydelse för att förklara människors politiska deltagande än politiskt intresse. Av utrymmesskäl visas inte alla dessa resultat, men mönstret är genomgående.

## 6.2 Politiska kunskaper

Minst lika viktigt som det politiska deltagandet är människors politiska kunskaper. Samtidigt som det finns en utbredd enighet

om den demokratiska vikten av upplyst förståelse finns det en diskussion om vilken typ av kunskaper som är viktigast. I studier av människors politiska kunskaper är det vanligt att fokusera på kunskaper om politikens former och regelverk, t.ex. hur många partier som sitter i riksdagen.<sup>52</sup> Den typen av kunskaper är viktiga, men upplyst förståelse innebär även kunskaper om politikens substans, om förhållanden i verkligheten och om aktuella skeenden. Ska man förstå mediernas betydelse är det också mer relevant att fokusera på kunskaper om aktuella frågor än på kunskaper som man lär sig i skolan.

För att undersöka människors politiska kunskaper och fånga den mångdimensionella naturen av politisk kunskap ingick det 18 kunskapsfrågor i *Demokratipanelens* fjärde våg. En del av dessa handlade om det politiska regelverket, andra om förhållanden i verkligheten, andra om nya förslag som lagts sedan den föregående panelvågen och ytterligare andra om vilka partier människor förknippar olika förslag med. I samtliga fall gavs fyra svarsalternativ plus vet ej. För att förhindra att folk sökte efter rätt svar fanns det en tidsgräns på 20 sekunder för varje fråga. I tabell 2 redovisas resultaten.

---

<sup>52</sup> Delli Carpini & Keeter, 1996; Petersson et al., 1998.

**Tabell 2. Kunskaper om politik september 2014 (procent)**

|                                                                                                                                                                   | <i>Andel rätt</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| a) Vilket organ stiftar Sveriges lagar?                                                                                                                           | 75                |
| b) Vilken politisk nivå har huvudansvar för skolan?                                                                                                               | 83                |
| c) Vilken politisk nivå har huvudansvar för sjukvården?                                                                                                           | 92                |
| <b>Aktualitetskunskaper</b>                                                                                                                                       |                   |
| d) Hur hög är den svenska arbetslösheten?                                                                                                                         | 79                |
| e) Ungefär hur många nya jobb har skapats i Sverige sedan valet 2006?                                                                                             | 40                |
| f) Nyligen avslutade försvarsalliansen Nato sitt toppmöte i Wales. Vad beslutades under mötet?                                                                    | 32                |
| g) I sitt sommartal för några veckor sedan lyfte statsminister Fredrik Reinfeldt en fråga som fick stor uppmärksamhet i debatten. Vad handlade frågan om?         | 62                |
| h) I sitt gemensamma valmanifest presenterade allianspartierna olika mål för sin politik under nästa mandatperiod. Vilket av följande mål fanns med i manifestet? | 10                |
| i) Vilket av följande förslag fanns med i Socialdemokraternas valmanifest?                                                                                        | 40                |
| j) Nyligen blev det klart vilket ansvarsområde EU-kommissionär Cecilia Malmström har fått inom EU-kommissionen. Vilket blev hennes nya ansvarsområde?             | 38                |
| <b>Partikunskaper</b>                                                                                                                                             |                   |
| k) Vilket parti förknippar du med förslaget att stoppa vinster i välfärden?                                                                                       | 83                |
| l) Vilket parti förknippar du med förslaget att införa 90-dagars garanti för unga arbetslösa?                                                                     | 75                |
| m) Vilket parti förknippar du med förslaget att införa en helt individuell föräldraförsäkring?                                                                    | 29                |
| n) Vilket parti förknippar du med förslaget att förstatliga sjukvården?                                                                                           | 32                |
| o) Vilket parti förknippar du med förslaget att Sverige blir medlem i Nato?                                                                                       | 58                |
| p) Vilket parti förknippar du med förslaget att sänka gränsen för abort från 18 till 12 veckor?                                                                   | 41                |
| q) Vilket parti förknippar du med förslaget att satsa 100 miljoner på bättre mat i förskolor och äldreboenden?                                                    | 22                |
| r) Vilket parti förknippar du med förslaget att höja bensinskatten?                                                                                               | 93                |

*Källa:* Våg 4 i Demokratipanelen 2014. Resultat viktade efter kön, ålder och län. Antal svar: 2676. De som inte svarade i tid har räknats som om de svarade fel/inte visste.

Som framgår varierade kunskapsnivåerna stort mellan olika frågor. Om man ska försöka urskilja något mönster tycks kunskaperna störst när det gäller de politiska spelreglerna (a-c) och frågor som

har diskuterats länge eller fått stort utrymme i debatten (d, g, k, l, o och r). Slår man ihop svaren på kunskapsfrågorna till ett additivt index (0-18) är det genomsnittliga antalet rätt svar 9,8. Med andra ord, i genomsnitt hade människor rätt på cirka hälften av frågorna.

## **6.3 Samband mellan medieanvändning och politiskt deltagande**

En central fråga för den här rapporten är sambanden mellan nyhetskonsumtion och politiskt deltagande respektive politiska kunskaper, vilket kommer att undersökas i detta och nästa avsnitt. Låt oss börja med sambanden mellan medieanvändning och politiskt deltagande. I figur 9 ovan redovisades hur ofta människor under den sista månaden före valet ägnade sig åt en rad specificerade politiska aktiviteter. Två av dessa faller lite utanför och har en annan karaktär än de övriga aktiviteterna. Det handlar om att argumentera för sina åsikter i en politisk diskussion och att försöka övertyga någon att rösta på ett visst parti. Fortsättningsvis lämnar jag dessa två aktiviteter utanför.

De kvarvarande sju aktiviteterna är skriva under en namninsamling, kontakta en politiker, skriva en insändare eller debattartikel i en dagstidning, skriva en debattartikel eller ett blogginlägg på internet, kontakta massmedier, delta i demonstration och att vara på ett politiskt möte. Slår man samman dessa till ett index sträcker det sig från 0 (inte deltagit i någon) till 14 (deltagit i samtliga aktiviteter flera gånger under den senaste månaden). En analys av indexet avslöjar en högst ojämn fördelning. De allra flesta, 68 procent, deltog inte i någon aktivitet alls och får ett indexvärde på 0. 12 procent får ett indexvärde på 1, 8 procent ett indexvärde på 2 och 4 procent ett indexvärde på 3. Det finns en liten grupp som får ett indexvärde på mer än 3, men 92 procent får ett indexvärde lika med eller mindre än tre.

Att det politiska deltagandet inte är mer omfattande och att fördelningen är så pass sned är intressant i sig, men det försvårar samtidigt möjligheterna att söka efter orsaksförklaringar. För att göra linjära regressionsanalyser, den mest etablerade metoden,

krävs att svaren mer liknar en normalfördelningskurva. Alternativet är att göra en logistisk regressionsanalys.<sup>53</sup>

För att undersöka nyhetskonsumtionens betydelse för det politiska deltagandet har jag därför gjort en serie logistiska regressionsanalyser. Som bakgrundsvariabler används kön, ålder, utbildning, månadsinkomst, politiskt intresse samt allmän politisk kunskap.<sup>54</sup> I en första analys använder jag svaren på den övergripande frågan "Hur stor uppmärksamhet ägnar du åt nyhetsrapporteringen om politik" som mått på nyhetskonsumtionen. Svarsskalan sträcker sig från 1 (ingen uppmärksamhet) till 5 (mycket stor uppmärksamhet). Resultaten visar att det finns ett signifikant och positivt samband mellan nyhetskonsumtion och politiskt deltagande ( $b = .22$ ). Också när det gäller politiskt intresse finns det ett tydligt samband ( $b = .82$ ).

I en andra modell använder jag som mått på nyhetsanvändning istället hur ofta människor följer nyheterna om politik genom att titta på tv-nyheter, läsa morgontidningar på papper, läsa kvällstidningar på papper, lyssna på nyheter i radion, gå in på nyhetssajter på internet, ta del av nyheter i mobilen eller surfplattan samt ta del av nyheter via sociala medier som Twitter och Facebook (se figur 6 ovan). En sådan analys visar återigen att det finns ett tydligt samband med politiskt intresse, men även att det finns positiva samband mellan politiskt deltagande och i vilken utsträckning människor läser kvällstidningar på papper ( $b = .10$ ) och tar del av nyheter via sociala medier ( $b = .21$ ). I vilken utsträckning man tar del av nyheter via sociala medier har framförallt betydelse.

I en tredje modell använder jag som mått på nyhetsanvändning istället de dimensioner som framkom av den tidigare faktoranalysen, det vill säga "digitala etermedier", "traditionella tv-nyheter", "digitala kvällstidningar", "nationella morgontidningar", "traditionella kvällstidningar" och "morgonnyheter". Kontrollvariablerna är desamma som tidigare. Den analysen visar att det finns ett signifikant samband mellan "digitala etermedier" och politiskt deltagande, men i övrigt är inget av sambanden mellan

---

<sup>53</sup> För att kunna göra logistiska regressioner har den beroende variabel dikotomiserats utifrån 0=inte deltagit i någon politisk aktivitet och 1=deltagit i någon politisk aktivitet.

<sup>54</sup> Politiskt intresse är mätt i panelvåg 3 och allmän politisk kunskap panelvåg 1.

politiskt deltagande och nyhetskonsumtion signifikanta. Det ska också noteras att sambandet är svagt ( $b = .05$ ). Liksom tidigare finns det ett tydligt samband mellan politiskt deltagande och politiskt intresse ( $b = .94$ ).

Av dessa analyser kan man dra två övergripande slutsatser. Den första slutsatsen är att det finns mycket tydliga samband mellan politiskt intresse och politiskt deltagande. Det kan framstå som självklart, men understryker den betydelse som preferenser har för människors beteenden i relation till såväl politik som andra områden. Den andra slutsatsen är att det finns vissa samband mellan nyhetsanvändning och politiskt deltagande – även efter kontroll för bl.a. politiskt intresse och politiska kunskaper – men att de är relativt svaga och uppträder tydligare ju mer generella mått på nyhetsanvändning som används.

## **6.4 Samband mellan medieanvändning och politiska kunskaper**

Nästa fråga handlar om sambanden mellan medieanvändning och politiska kunskaper. I de analyser som följer kommer den beroende variabeln utgöras av två olika index. Det ena inkluderar de sju frågor som rör kunskaper om aktuella frågor som redovisades i tabell 1, och kommer att benämnas *Aktualitetskunskaper*. Det sträcker sig från 0 till 7 med ett genomsnittligt värde på 3. Det andra inkluderar de åtta frågor som rör vilka partier som man förknippar med olika åsikter, och kommer att benämnas *Partikunskaper*. Det sträcker sig från 0 till 8 med ett genomsnittligt värde på 4,3. Både vad gäller partikunskaper och aktualitetskunskaper liknar fördelningen en normalfördelningskurva.

För att undersöka sambanden mellan nyhetskonsumtion och politiska kunskaper har jag gjort en serie multivariata regressionsanalyser. I dessa har kontrollvariablerna utgjorts av kön, ålder, utbildning, månadsinkomst och politiskt intresse. Politiskt intresse mäts i panelvåg 3. Dessutom ingår återigen ett mått på allmän politisk kunskap, vilket undersöktes i panelvåg 1. Detta gör det möjligt att utesluta att eventuella kunskapseffekter beror på tidigare inhämtad kunskap.

Liksom tidigare börjar jag med det mest generella måttet på nyhetskonsumtion, vilket utgår från frågan ”Hur stor uppmärksamhet ägnar du åt nyhetsrapporteringen om politik”. Resultaten redovisas i tabell 3.

**Tabell 3. Samband uppmärksamhet politiska nyheter och politiska kunskaper (OLS)**

|                                         | <i>Aktualitetskunskaper</i> | <i>Partikunskaper</i> |
|-----------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Kön (0=kvinna)                          | .70*                        | .12                   |
| Ålder (18-75)                           | .01*                        | – .01*                |
| Månadsinkomst (0-7)                     | .03                         | .01                   |
| Utbildning (0=låg utbildning)           |                             |                       |
| Medel utbildning                        | .23                         | .03                   |
| Hög utbildning                          | .46*                        | .24*                  |
| Allmän politisk kunskap <sub>t-3</sub>  | .28*                        | .25*                  |
| Politiskt intresse (1-4) <sub>t-1</sub> | .29*                        | .43*                  |
| Uppmärksamhet nyheter om politik        | .39*                        | .38*                  |
| Justerad R <sup>2</sup>                 | .40                         | .32                   |
| N                                       | 2 270                       | 2 270                 |

*Källa:* Demokratipanelen 2014. \* markerar statistiskt signifikanta samband. Ostandardiserade b-värden.

Resultaten visar att det finns positiva och tydliga samband mellan såväl partikunskaper som aktualitetskunskaper och hur stor uppmärksamhet människor ägnar åt nyhetsrapporteringen om politik – även efter kontroll för politiskt intresse och allmän politisk kunskap. Ju större uppmärksamhet människor ägnar åt nyhetsrapporteringen om politik, desto bättre är deras aktualitetskunskaper och partikunskaper.

I nästa steg ersätter jag måttet på nyhetsanvändning med svaren på frågan om hur ofta människor följer nyheterna om politik genom att titta på tv-nyheter, läsa morgontidningar på papper, läsa kvällstidningar på papper, lyssna på nyheter i radion, gå in på nyhetssajter på internet etc.. Resultaten redovisas i tabell 4.

**Tabell 4. Samband nyhetskonsumtion och politiska kunskaper (OLS)**

|                                               | <i>Aktualitetskunskaper</i> | <i>Partikunskaper</i> |
|-----------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Kön (0=kvinna)                                | .71*                        | .16*                  |
| Ålder (18-75)                                 | .00                         | -.02*                 |
| Månadsinkomst (0-7)                           | .01                         | .00                   |
| Utbildning (0=låg utbildning)                 |                             |                       |
| Medel utbildning                              | .18                         | .01                   |
| Hög utbildning                                | .41*                        | .21                   |
| Allmän politisk kunskap $t-3$                 | .27*                        | .24*                  |
| Politiskt intresse (1-4) $t-1$                | .53*                        | .66*                  |
| Titta på tv-nyheter                           | .09*                        | .03                   |
| Läsa morgontidningar på papper                | .07*                        | .10*                  |
| Läsa kvällstidningar på papper                | -.04                        | -.07*                 |
| Lyssna på nyheter i radion                    | .04*                        | .04*                  |
| Gå in på nyhetssajter på internet             | .08*                        | .05*                  |
| Ta del av nyheter i mobilen eller surfplattan | .04                         | .02                   |
| Ta del av nyheter via sociala medier          | -0.3                        | .05*                  |
| Justerad R <sup>2</sup>                       | .39                         | .32                   |
| N                                             | 2 270                       | 2 270                 |

*Källa:* Demokratipanelen 2014. \* markerar statistiskt signifikanta samband. Ostandardiserade b-värden.

Resultaten visar flera statistiskt säkerställda samband, även efter kontroll för politiskt intresse och allmänna politiska kunskaper. När det gäller aktualitetskunskaper finns det positiva samband med att titta på tv-nyheter, läsa morgontidningar på papper, lyssna på nyheter i radio och gå in på nyhetssajter på internet. När det gäller partikunskaper finns det positiva samband med att läsa morgontidningar på papper, lyssna på nyheter i radion, gå in på nyhetssajter på internet och ta del av nyheter via sociala medier. Samtidigt finns det ett negativt samband mellan partikunskaper och att läsa kvällstidningar på papper. Nyhetskonsumtionen har med andra ord betydelse, men också genom vilka medier man följer nyheterna om politik.

För att ytterligare testa detta ska jag i ett tredje steg undersöka vilken betydelse som de dimensioner i nyhetsanvändningen vilka framkom i faktoranalysen av hur ofta människor tar del av specifika

nyhetsmedier har för människors aktualitetskunskaper och partikunskaper. Resultaten redovisas i tabell 5.

**Tabell 5. Samband dimensioner nyhetsanvändning och politiska kunskaper (OLS)**

|                                         | <i>Aktualitetskunskaper</i> | <i>Partikunskaper</i> |
|-----------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Kön (0=kvinna)                          | .71*                        | .13*                  |
| Ålder (18-75)                           | .01*                        | -.02*                 |
| Månadsinkomst (0-7)                     | .01                         | .00                   |
| Utbildning (0=låg utbildning)           |                             |                       |
| Medel utbildning                        | .22                         | .02                   |
| Hög utbildning                          | .38*                        | .20                   |
| Allmän politisk kunskap <sub>t-3</sub>  | .27*                        | .24*                  |
| Politiskt intresse (1-4) <sub>t-1</sub> | .50*                        | .67*                  |
|                                         |                             |                       |
| "Digitala etermedier"                   | -.03*                       | -.01                  |
| "Traditionella tv-nyheter"              | .03*                        | .01                   |
| "Digitala kvällstidningar"              | 0.1*                        | .01                   |
| "Nationella morgontidningar"            | .07*                        | .04*                  |
| "Traditionella kvällstidningar"         | -.04*                       | -.04*                 |
| "Morgonnyheter"                         | .05*                        | .06*                  |
|                                         |                             |                       |
| Justerad R <sup>2</sup>                 | .40                         | .31                   |
| N                                       | 2 270                       | 2 270                 |

*Källa:* Demokratipanelen 2014. \* markerar statistiskt signifikanta samband. Ostandardiserade b-värden. Mediekategorierna följer av faktoranalysen redovisad i tabell 1.

Även med dessa mått på nyhetskonsumtion visar resultaten flera signifikanta samband med politiska kunskaper. När det gäller aktualitetskunskaper finns det positiva samband med konsumtion av "traditionella tv-nyheter", "digitala kvällstidningar" (som också omfattar digitala lokala morgontidningar), "nationella morgontidningar" och "morgonnyheter" (som omfattar att lyssna på Ekot i radion och att läsa lokala morgontidningar på papper). Samtidigt finns det negativa samband med att konsumera "digitala etermedier" och att läsa kvällstidningar på papper. Vad gäller partikunskaper finns det positiva samband med att konsumera "nationella morgontidningar" och "morgonnyheter", men ett negativt samband med att läsa kvällstidningar på papper. Precis som

tidigare gäller dessa samband efter kontroll för politiskt intresse och allmän politisk kunskap, vilket är viktigt i sig och utesluter att resultaten beror på tidigare inhämtade kunskaper.

En fråga som kan vara av särskilt intresse handlar om public service. Som vi har sett finns det positiva samband mellan att "titta på tv-nyheter" och dimensionen "traditionella tv-nyheter" och aktualitetskunskaper, men inte partikunskaper. Men har det någon betydelse om man tittar på Aktuellt, Rapport eller TV4 Nyheterna? För att undersöka detta har jag gjort en ytterligare regressionsanalys med samma kontrollvariabler som tidigare och svaren på frågan om hur man ofta tittar på de tre nyhetsprogrammen på TV som mått på nyhetskonsumtion. Resultaten visar att det har betydelse vilka tv-nyheter människor tittar på. Vad gäller både aktualitetskunskaper och partikunskaper finns det positiva samband med att titta på Rapport ( $b = .14$  och  $b = .08$ ) men negativa samband med att titta på TV4 Nyheterna ( $b = -.07$ ) och  $b = -.07$ ). För Aktuellt är inga samband signifikanta.

Som illustration av nyhetskonsumtionens betydelse kan vi gå tillbaka till frågan om hur stor uppmärksamhet människor ägnar åt nyhetsrapporteringen om politik. Bland dem som knappt ägnar någon uppmärksamhet alls åt den politiska nyhetsrapporteringen – vilka kan ses som nyhetsundvikare – hade man i genomsnitt 1,6 rätt på frågorna om aktualitetskunskaper och 2,8 rätt på frågorna om partikunskaper. Bland dem som ägnar stor uppmärksamhet åt nyhetsrapporteringen om politik – vilka kan ses som nyhetssökare – hade man i genomsnitt rätt på 3,6 av frågorna om aktualitetskunskaper och 4,9 rätt på frågorna om partikunskaper.<sup>55</sup>

Med andra ord, nyhetskonsumtionen gör skillnad. Det har betydelse både hur mycket man följer nyhetsrapporteringen om politik och genom vilka medier man gör det.

---

<sup>55</sup> Med nyhetsundvikare avses här att man svarat 1 eller 2 på den femgradiga skalan om hur stor uppmärksamhet man ägnar åt nyhetsrapporteringen om politik. Med nyhetssökare avses att man svarat 4 eller 5 på samma skala.

## 7 Sammanfattning och slutsatser

Under de senaste decennierna har det svenska medielandskapet förändrats i grunden. Från att ha präglats av begränsade valmöjligheter och att massmedier var liktydigt med nyhetsmedier har medielandskapet förändrats till att präglas av nästan obegränsade valmöjligheter och att nyhetsmedier och nyhetsjournalistik utgör en krympande andel av det totala medieutbudet. Medielandskapet har både expanderat och fragmenterats. Som en konsekvens av detta har människors preferenser fått allt större betydelse, vilket har gjort att även mediekonsumtionen har fragmenterats. Samtidigt som det har blivit allt enklare för dem som är intresserade av politik och samhälle att hitta kvalificerad information och ta del av nyheter var de vill, när de vill och via plattformar de föredrar, har det blivit allt enklare för dem som inte är intresserade av politik och samhälle att undvika nyhetsmedier och nyhetsjournalistik. Över de senaste decennierna har det allt tydligare vuxit fram en grupp av nyhetssökare och en grupp av nyhetsundvikare. Samtidigt som det finns tecken på att ökningen av andelen nyhetssökare har avstannat fortsätter andelen nyhetsundvikare att öka. Den processen riskerar att accelerera ytterligare i takt med att mediekonsumtionen blir allt mer digital och att yngre generationer växer upp utan att socialiseras in i normen att följa nyheterna.

Detta har stor betydelse för demokratin, inte minst mot bakgrund av det demokratiska kravet på upplyst förståelse. För att demokratin ska fungera förutsätts det att människor är åtminstone någorlunda informerade om politik och samhälle och att kunskapsklyftorna mellan olika grupper inte är allt för stora. Annars riskerar det politiska deltagandet bli mindre utbrett och

effektivt än vad det redan är och den politiska representationen snedvridas.

Utvecklingen skulle kunna beskrivas som en process där sannolikheten för oavsiktlig exponering för nyhetsmedier och politisk information, och därmed för oavsiktlig inläring, minskar i takt med att medielandskapen och mediekonsumtionen fragmenteras och att människors preferenser – inte minst deras politiska intresse – blir allt viktigare för att förklara i vilken utsträckning de tar del av olika nyhetsmedier.

Samtidigt visar de resultat som har presenterats i den här rapporten att människors nyhetskonsumtion har betydelse för deras politiska kunskaper. Ju mer uppmärksamhet man ägnar åt nyhetsrapporteringen om politik, desto bättre är kunskaperna om både aktuella frågor och händelser och om partiernas ståndpunkter. Samtidigt har det betydelse vilka nyhetsmedier man följer. De positiva kunskapseffekterna följer i första hand av att läsa morgontidningar på papper, lyssna på radionyheter som Ekot, titta på Rapport och att läsa Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet på papper eller på nätet. När det gäller att följa etermedierna digitalt och att läsa kvällstidningar på papper är effekterna på människors politiska kunskaper antingen icke-signifikanta eller till och med negativa. Med tanke på att dessa analyser har kontrollerat för bl.a. politiskt intresse, allmänna politiska kunskaper, utbildning, kön och ålder är detta effekter som har betydelse.

Effekterna när det gäller det politiska deltagandet är överlag svårare att etablera efter kontroll för politiskt intresse. Det betyder inte nödvändigtvis att nyhetskonsumtionen saknar betydelse för i vilken utsträckning människor deltar politiskt, utan snarare att betydelsen av människors politiska intresse överskuggar andra faktorer. Om man gör om regressionerna utan att kontrollera för politiskt intresse visar de fler och starkare samband mellan politiskt deltagande och nyhetskonsumtion. Exempelvis ökar sambandet mellan politiskt deltagande och hur stor uppmärksamhet man ägnar åt nyhetsrapporteringen om politik från  $b = .22$  till  $b = .59$ . Samtidigt betyder det politiska intresset allt mer för att förklara människors nyhetskonsumtion, vilken i sin tur har samband med människors politiska deltagande.

I det här sammanhanget är det värt att reflektera över mätbara respektive faktiska samband mellan nyhetskonsumtion och såväl

politiska kunskaper som politiskt deltagande. När det gäller politiska kunskaper utgår den här typen av undersökningar alltid från sådant som nyheterna faktiskt har uppmärksammat och undersöker sedan sambanden mellan nyhetskonsumtion och kunskaper om dessa frågor eller händelser. Därmed riskerar dock mediernas betydelse som informations- och kunskapskälla att underskattas. Skälet är att det förutsätts att nyhetsmedierna har rapporterat om frågorna eller händelserna, men det är inget som kan tas för givet. De frågor eller händelser som passerar mediernas nyhetsvärderings- och nyhetsurvalsprocesser och rapporteras om är bara en liten bråkdel av allt som faktiskt sker och som skulle kunna rapporteras som nyheter. Det mesta filtreras bort, och sannolikheten att människor – utöver de specialintresserade och direkt berörda – ska få vetskap om sådant som medierna inte rapporterar om är mycket liten. Med andra ord: mediernas faktiska betydelse för människors kunskaper om politik och samhälle är större än den mätbara betydelsen.

Det är också mycket troligt att nyhetsmediernas betydelse för det politiska deltagandet är större än vad undersökningar brukar visa. Människors intresse för politik liksom deras vilja att delta politiskt och om de uppfattar politiskt deltagande som meningsfullt formas normalt över längre tidsprocesser än vad de flesta undersökningar lyckas fånga, samtidigt som medierna har betydelse för hur intresserade människor är av politik och för i vilken utsträckning de upplever det politiska systemet som responsivt och politiskt deltagande som meningsfullt.<sup>56</sup> I stor utsträckning filtreras denna betydelse bort när man kontrollerar för människors politiska intresse, samtidigt som effekterna uppstår under längre tidsperioder än vad studier på området normalt omfattar. Med andra ord: mediernas indirekta och faktiska betydelse för det politiska deltagandet är med stor sannolikhet större än den mätbara betydelsen.

En annan viktig aspekt av medieutvecklingen som inte har varit i fokus för den här rapporten, men som har en central betydelse för demokratin, handlar om de successivt försämrade förutsättningarna för nyhetsjournalistiken. Under de senaste 10-20 åren har de

---

<sup>56</sup> Boulianne, 2009; Hansen & Pedersen, 2014; McCombs et al., 2011; Strömbäck & Shehata, 2010.

svenska nyhetsmedierna pressats allt hårdare av digitaliseringen och den ökade konkurrensen om såväl människors uppmärksamhet som om annonsintäkter. Trycket på att hålla nere eller minska kostnaderna har ökat, samtidigt som nyhetsvärderingarna har påverkats i riktning mot att fokusera mer på nyheter som genererar klick och uppmärksamhet – vad som ibland kallas mjuka nyheter (*soft news*) – på bekostnad av nyheter som ur ett samhälleligt och demokratiskt perspektiv kanske är viktigare men som kräver mer resurser och som ställer högre krav på publikernas intressen och kunskaper – vad som ibland kallas hårda nyheter (*hard news*).<sup>57</sup> Aktuella studier visar också en utveckling inte minst av den lokala journalistiken som är oroväckande. Mellan 2004 och 2014 minskade antalet journalister på svenska lokaltidningar med 25 procent, samtidigt som antalet lokalredaktioner minskade 36 procent. Antalet journalister som arbetar utanför huvudredaktioner minskade med 34 procent.<sup>58</sup> Under 2014 lade TV4 dessutom ned sina lokala redaktioner, samtidigt som Sydsvenskan köpte Helsingborgs Dagblad varvid antalet journalisttjänster minskade med en tredjedel. Fler exempel från olika delar av landet skulle kunna ges.

Konsekvensen av detta är bl.a. en uttunnad journalistisk kvalitet och att fler delar av landet och samhället hamnar i medieskugga. Allt färre journalister kan inte förväntas klara av att upprätthålla en bevakning med samma bredd och djup som förr. Detta riskerar att göra nyhetsmedierna (inte minst lokaltidningar och kommersiella medier) allt mindre informativa. Det riskerar i sin tur att bidra negativt till människors politiska kunskaper och deltagande.

Om demokratin förutsätter att människor är åtminstone någorlunda informerade om politik och samhälle och att det inte finns allt för stora kunskapsklyftor mellan olika grupper väcker medieutvecklingen och sambanden mellan nyhetskonsumtion och politiska kunskaper tre mycket viktiga frågor för framtiden. För det första, hur skulle det politiska intresset kunna stimuleras bland grupper som är måttligt eller inte alls intresserade av politik och samhälle? För det andra, hur skulle sannolikheten för oavsiktlig exponering för nyheter om politik och samhälle och därmed för

---

<sup>57</sup> Boczkowski & Mitchelstein, 2013; Hamilton, 2004; Karlsson & Clerwall, 2013.

<sup>58</sup> Nygren & Althén, 2014.

oavsiktlig inlärnin g kunna ökas bland grupper som är måttligt eller inte alls intresserade av politik och samhälle? För det tredje, hur skulle förutsättningar na för den kvalificerade nyhetsjournalistiken kunna förbättras i de nyhetsmedier som når ut till breda grupper i samhället?

Här finns inte utrymme för att utveckla svar på dessa frågor, men det är dessa frågor som borde stå i centrum för diskussionen om medieutvecklingen och dess konsekvenser. Medieutvecklingen är ingen branschfråga. Medieutvecklingen är en demokratifråga.

## 8 Referenser

Aalberg, T., & Curran, J. (red.) (2012). *How Media Inform Democracy. A Comparative Approach*. London: Routledge.

Aalberg, T., Blekesaune, A., & Elvestad, E. (2013). Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? *International Journal of Press/Politics* 18(3), 281–303.

Anderson, C. (2012). *Makers. The New Industrial Revolution*. New York: Crown Business.

Arceneaux, K., & Johnson, M. (2013). *Changing Minds or Changing Channels? Partisan News in an Age of Choice*. Chicago: University of Chicago Press.

Arendt, F., & Matthes, J. (2014). Cognitive Effects of Political Mass Media. I C. Reinemann (red.), *Political Communication* (sid. 547-568). Berlin: De Gruyter.

Asp, K. (1986). *Mäktiga massmedier. Studier i politisk opinionsbildning*. Stockholm: Akademilitteratur.

Bergström, A., & Oscarsson, H. (2014). Mittfåra & marginal. I A. Bergström & H. Oscarsson (red.), *Mittfåra & marginal* (sid. 11-34). Göteborg: SOM-institutet.

- Blekesaune, A., Elvestad, E., & Aalberg, T. (2010). Tuning out the World of News and Current Affairs – An Empirical Study of Europe's Disconnected Citizens. *European Sociological Review* 28(1), 110-126.
- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2013). *The News Gap. When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. Cambridge: MIT Press.
- Boulianne, S. (2009). Stimulating or Reinforcing Political Interest? Using Panel Data to Examine Reciprocal Effects Between News Media and Political Interest. *Political Communication* 28(2), 147-162.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age. Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W. W. Norton.
- Castells, M. (2000). *Nätverkssamhällets framväxt*. Andra upplagan. Göteborg: Daidalos.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A. B., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media System, Public Knowledge and Democracy. *European Journal of Communication* 24(1), 5-26.
- Dahl, R. A. (1998). *On Democracy*. New Haven: Princeton University Press.
- Dahl, R. A. (2006). *On Political Equality*. New Haven: Princeton University Press.
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans Know About Politics and Why It Matters*. New Haven: Yale University Press.

- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Belmont: Thomson Wadsworth.
- Elenbaas, M., Boomgaarden, H. G., Schuck, A. R. T., & de Vreese, C. H. (2013). The Impact of Media Coverage and Motivation on Performance-Relevant Information. *Political Communication* 30(1), 1-16.
- Esser, F., de Vreese, C. H., Strömbäck, J., van Aelst, P., Aalberg, T., Staney, J., Lengauer, G., Berganza, R., Legnante, G., Papathanassopoulos, S., Salgado, S., Sheafer, T., & Reinemann, C. (2012). Political Information Opportunities in Europe: A Longitudinal and Comparative Study of Thirteen Televisions Systems. *International Journal of Press/Politics* 17(3), 247-274.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (red.) (2014). *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Eveland, W. P., Hayes, A. F., Shah, D., & Kwak, N. (2005). Understanding the Relationship between Communication and Political Knowledge: A Model Comparison Approach Using Panel Data. *Political Communication* 22(4), 423-446.
- Fraile, M (2010). Widening or Reducing the Knowledge Gap? Testing the Media Effects on Political Knowledge in Spain (2004-2006). *International Journal of Press/Politics* 16(2), 163-184.
- Fraile, M., & Iyengar, S. (2014). Not All News Sources Are Equally Informative: A Cross-National Analysis of Political Knowledge in Europe. *International Journal of Press/Politics* 19(3), 275-294.

- Framtidskommissionen (2013). *Svenska framtidsutmaningar – slutrapport från regeringens Framtidskommission*. DS 2013:19. Stockholm: Fritzes.
- Färdigh, M. A., & Westlund, O. (2014). Användning och icke-användning av kvällspressen: på papper, via dator, mobil och surfplatta. I A. Bergström & H. Oscarsson (red.), *Mittfåra och marginal* (sid. 175-188). Göteborg: SOM-institutet.
- Garrett, R. K. (2009). Politically Motivated Reinforcement Seeking: Reframing the Selective Exposure Debate. *Journal of Communication* 59(4), 676-699.
- Hamilton, J. T. (2004). *All the News That's Fit to Sell. How the Market Transforms Information Into News*. Princeton: Princeton University Press.
- Hansen, K. M., & Pedersen, R. T. (2014). Campaigns Matter: How Voters Become Knowledgeable and Efficacious During Election Campaigns. *Political Communication* 31(2), 303-324.
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication* 59(1), 19-39.
- Iyengar, S., Curran, J., Lund, A. B., Salovaara-Moring, I., Hahn, K. S., & Coen, S. (2010). Cross-National versus Individual-Level Differences in Political Information: A Media Systems Perspective. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 20(3), 291-309.
- Jalakas, A., & Wadbring, I. (2014). Ska man gråta om papperstidningen försvinner? I A. Bergström & H. Oscarsson (red.), *Mittfåra och marginal* (sid. 161-174). Göteborg: SOM-institutet.

- Jerit, J., Barabas, J., & Bolsen, T. (2006). Citizens, Knowledge, and the Information Environment. *American Journal of Political Science* 50(2), 266–282.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus & Giroux.
- Karlsson, M., & Clerwall, C. (2013). Negotiating Professional News Judgment and "Clicks": Comparing Tabloid, Broadsheet and Public Service Traditions in Sweden. *Nordicom Review* 34(2), 65-76.
- Knobloch-Westerwick, S. (2014). Selection, Perception, and Processing of Political Messages. I C. Reinemann (red.), *Political Communication* (sid. 507-526). Berlin: De Gruyter.
- Kriesi, H., Lavenex, S., Esser, F., Matthes, J., Bühlmann, M., & Bochsler, D. (2013). *Democracy in the Age of Globalization and Mediatization*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Ksiazek, T. B., Malthouse, E. C. & Webster, J. G. (2010). News-Seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(4), 551–568.
- Kwak, N. (1999). Revisiting the Knowledge Gap Hypothesis. Education, Motivation, and Media Use. *Communication Research* 26(4), 385–413.
- Liu, Y-I, Shen, F., Eveland, W. P., & Dylko, I. (2013). The Impact of News Use and News Content Characteristics on Political Knowledge and Participation. *Mass Communication & Society* 16(5), 713-737.

- Lodge, M., & Taber, C. S. (2013). *The Rationalizing Voter*. New York: Cambridge University Press.
- Luskin, R. C. (1990). Explaining Political Sophistication. *Political Behavior* 12(4), 331–361.
- Maurer, M. (2014). Attitudinal Effects in Political Communication. I C. Reinemann (red.), *Political Communication* (sid. 591-607). Berlin: de Gruyter.
- McCombs, Maxwell, Holbert, R. Lance, Kioussis, Spiro & Wanta, Wayne (2011). *The News and Public Opinion. Media Effects on Civic Life*. Malden: Polity Press.
- Milner, H. (2010). *The Internet Generation. Engaged Citizens or Political Dropouts?* Medford: Tufts University Press.
- Mohammed, S. N. (2012). *The (Dis)information Age. The Persistence of Ignorance*. New York: Peter Lang.
- Mutz, D. (1998). *Impersonal Influence. How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mutz, D. & Young, L. (2011). Communication and Public Opinion: Plus Ça Change? *Public Opinion Quarterly* 75(5), 1018-1044.
- Nir, L. (2012). Public Space: How Shared News Landscapes Close Gaps in Political Engagement. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56(4), 578-596.
- Nygren, G., & Althén, K. (2014). *Landsbygd i medieskugga. Nedmonteringen av den lokala journalistiken och bilden av landsbygden i Dagens Nyheter*. Stockholm: Södertörns högskola.

- Oskarson, M. (2013). Utmaning: Att undvika en tvåtredjedelsdemokrati. I J. Strömbäck (red.), *Framtidsutmaningar – det nya Sverige* (sid. 69-85). Stockholm: 8tto.
- Petersson, O., Hermansson, J., Micheletti, M., Teorell, J., & Westholm, A. (1998). *Demokrati och medborgarskap. Demokratirådets rapport 1998*. Stockholm: SNS Förlag.
- Postman, N. (1987). *Underhållning till döds*. Stockholm: Prisma.
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York: Cambridge University Press.
- Purcell, K., Rainie, L., Mitchell, A., Rosenstiel, T. & Olmstead, K. (2010). *Understanding the Participatory News Consumer. How Internet and Cell Phone Users Have Turned News Into a Social Experience*. Washington, DC: Pew Research Center.
- Rothstein, B., Esaiasson, P., Hermansson, J., Micheletti, M., & Petersson, O. (1995). *Demokrati som dialog. Demokratirådets rapport 1995*. Stockholm: SNS Förlag.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society* 3(1), 3–37.
- Rubin, A. M. (2009). Uses and Gratifications. An Evolving Perspective of Media Effects. I R. L. Nabi & M. B. Oliver (red.), *The SAGE Handbook of Media Processes and Effects* (sid. 147-160). Thousand Oaks: Sage.
- Schlozman, K. L., Verba, S., & Brady, H. E. (2012). The Unheavenly Chorus. *Unequal Political Voice and the*

*Broken Promise of American Democracy*. Princeton: Princeton University Press.

Schoenbach, K., & Lauf, E. (2002). The "Trap" Effect of Television and Its Competitors. *Communication Research* 29(5), 564-583.

Shehata, A. (2013). Active or Passive Learning From Television? Political Information Opportunities and Knowledge Gaps During Election Campaigns. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 23(2), 200-222.

Shehata, A., & Strömbäck, J. (2011). A Matter of Context. A Comparative Study of Media Environments and News Consumption Gaps in Europe. *Political Communication* 28(1), 110-134.

Shehata, A., & Strömbäck, J. (2014). Mediation of Political Realities: Media as Crucial Sources of Information. I F. Esser & J. Strömbäck (red.), *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies* (sid. 93-112). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Stroud, N. (2011). *Niche News. The Politics of News Choice*. New York: Oxford University Press.

Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *International Journal of Press/Politics* 13(3), 228-246.

Strömbäck, J. (2014). *Makt, medier och samhälle. En introduktion till politisk kommunikation*. Lund: Studentlitteratur.

Strömbäck, J., & Shehata, A. (2013). Kampanjeffekter under svenska valrörelser. I J. Strömbäck & L. Nord (red.), *Kampen om opinionen. Politisk kommunikation under svenska valrörelser* (sid. 207-238). Stockholm: SNS Förlag.

- Strömbäck, J., & Shehata, A. (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(1), 575-597.
- Strömbäck, J., Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2013). The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective. *International Journal of Public Opinion Research* 25(4), 414-435.
- Sunstein, C. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- Sveriges Television (2014). *Sveriges Televisions årsredovisning 2013*. Stockholm: SVT.
- Wadbring, I., & Ödmark, S. (2014). *Delad glädje är dubbel glädje? En studie om nyhetsdelning i sociala medier*. Sundsvall: Demicom.
- Webster, J. G. (2014). *The Marketplace of Attention. How Audiences Take Shape in a Digital Age*. Cambridge: MIT Press.
- Wonneberger, A., Schoenbach, K., & van Meurs, L. (2011). Interest in News and Politics – or Situational Determinants? Why People Watch the News. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 55(3), 325–343.