

LOKALA NYHETSMEDIER: VIKTIGA MEN FÖR VEM?

ANNIKA BERGSTRÖM

Sammanfattning

Lokal nyhetskonsumtion är betydelsefull för att invånarna i ett samhälle ska kunna informera sig och för att de ska känna samhörighet. Ett föränderligt medielandskap leder till förändrad nyhetskonsumtion och frågan är hur användningen av lokala nyheter ser ut i det samtida samhället. Då användning och attityder är starkt korrelerade är det också intressant att studera hur människor bedömer lokala nyheter, i det här fallet utifrån förtroende, oberoende och samhällsvärde. Detta görs utifrån ålder, utbildningsgrupper och beroende på var man bor. Resultaten visar att ålder är den enskilt viktigaste faktorn om man vill förstå användning av lokala nyhetsmedier: Äldre har en mer utbredd konsumtion än yngre också när man kontrollerar för utbildning och boendeort. Bedömningarna av lokala nyheter följer samma mönster. Även om stödet för lokala nyheter generellt är starkt när det kommer till förtroende, oberoende och värde för samhället är stödet allra starkast bland regelbundna användare av traditionella lokalnyheter, medan användning av lokala nyheter på webben inte på samma sätt påverkar bedömningarna.

Lokala nyhetsmedier har en central roll i demokratiska samhällen. För att känna sig delaktiga och för att kunna fatta beslut i olika frågor måste människor vara välinformerade (Kovach & Rosenstiel, 2014; Ksiazek, Malthouse & Webster, 2010). Nyhetskonsumtion har visat sig ha en positiv effekt på politisk kunskap (Hayes & Lawless, 2018; Shehata & Strömbäck, 2021), politiskt deltagande (Ksiazek, Malthouse & Webster, 2010) och medborgarengagemang (Shaker, 2014). Men det är inte bara ur en politisk dimension som lokala medier är betydelsefulla, det finns också en social dimension genom att användningen av lokala nyhetsmedier korrelerar med känslan av tillhörighet (Aalberg, Blekesaune & Elvestad, 2013; Elvestad, 2009), bidrar till att skapa en känsla av samhörighet och identifikation med lokalsamhället (Skogerbo & Winsvold, 2011) och till konkreta praktiker som vilka evenemang man kan samlas kring (Magasic, Hess & Freeman, 2023). Människor som lever i samhällen där lokala medier försvinner upplever en större grad av isolering (Mathews, 2022).

Den digitala transformationen har långsamt förändrat förutsättningarna för lokal nyhetsförmedling sedan mitten på 1990-talet. Från ett medielandskap med

starka dagstidningar med tydlig lokal prägel och stark public service med regional karaktär, möter vi idag en stor mängd andra aktörer som också aspirerar på den lokala nyhetspubliken: gratistidningar, lokala nyhetssajter, lokal radio och tv samt lokala Facebookgrupper (Nygren m.fl., 2019). Utvecklingen har öppnat upp för betydligt större valmöjligheter för användarna. Bidraget av den här typen av lokala nyhetsmedier till människors kunskap, engagemang och identifikation är inte helt klarlagt, men Usher (2023) understryker vikten av att inte enkelt avfärda deras bidrag. Därtill måste man lägga att hela mediebranschen får en allt svårare ekonomisk situation med minskade annons- och prenumerationsintäkter (Nygren m.fl., 2019). Dagstidningar har gått ihop, lagt ner lokalredaktioner (och öppnat några nya), utgivningsfrekvensen har minskat, gratistidningarna har minskat i antal. TV4 lade ner sina lokala nyheter 2014 och Sveriges Radios och Sveriges Televisions lokala och regionala nyheter är koncentrerade till större regionala städer. Parallellt med den här utvecklingen ser vi också en expansion av nya globala aktörer som tidigare inte ägnat sig åt nyhetsförmedling och som kommer in via internetmarknaden (Mattelart m.fl., 2019).

Nya aktörer, däribland Google och Facebook, har också tagit allt större andelar av den digitala annonsmarknaden, vilket drabbar framför allt dagstidningarna hårt (Lindén, 2020). Förutom att traditionella nyhetsmedier förlorar intäkter till tech-jättarna har de också lämnat över till sökmotorer och sociala medier för spridning av sitt innehåll (Entman & Usher, 2018). Kortfattat kan man säga att medierna via olika plattformar får trafik till sina sajter men ingen ekonomi. Den digitala utvecklingen och den ekonomiska omställningen har gjort att lokala nyhetsorganisationer strukturerat om redaktionerna till att bättre passa de nya förutsättningarna (Jenkins & Jerónimo, 2021).

Det finns många studier som på ett övergripande plan analyserar användningen av olika nyhetsmedier, framför allt de traditionella, men det finns förvånansvärt lite skrivet om användning av lokala nyhetsmedier i det samtida medielandskapet (Taneja m.fl., 2012; McCollough m.fl., 2017). Det här kapitlet syftar till att analysera användningen och värderingen av olika lokala nyhetsmedier hos den svenska befolkningen och vilka skillnader som kan identifieras mellan olika grupper.

Att förstå användning och värdering av lokala nyheter

Det teoretiska perspektivet Uses & Gratifications – användningsforskning – är en vanlig utgångspunkt när man vill förklara val av nyhetsmedier, vanor och funktioner (Rubin, 2002; Ruggiero, 2000). Medievanor etableras mot bakgrund av samhällsfaktorer, mediestruktur och individuella karaktäristika (Rosengren, 1974; Weibull, 1985). Samhället utgör ett yttre ramverk som långsiktigt påverkar förutsättningarna för mediestrukturen och individuella vanor. Mediestrukturen i sin tur sätter mer konkreta begränsningar som exempelvis tillgängliga plattformar, kanaler och innehåll (Becker & Schönbach, 1989; Prior, 2007). Medievanor är som

regel inbäddade i vardagslivets struktur och anpassade till arbetsliv, fritid, familjesituation och faktorer som ålder och utbildning (Elvestad & Blekesaune, 2008).

Lokal nyhetsanvändning har i flera mätningar funnits vara starkt ålderssegregerad genom att medelåldern är betydligt högre än för nationella nyheter (Andersson m.fl., 2014; Ohlsson, 2014). Yngre personer har generellt ett lägre intresse för nyheter jämfört med äldre, något som ofta förklaras med bland annat en högre grad av mobilitet och lägre grad av fasta rutiner.

Socio-ekonomiska faktorer som till exempel högre utbildning leder till kompetenser som påverkar användningen av nyheter och politisk information positivt (Dalton, 2017). Socio-ekonomiska faktorer har över tid fått ökande betydelse för användning av flera olika nyhetskanaler (Bergström m.fl., 2019). För användningen av lokala nyheter är emellertid socio-ekonomiska skillnader mindre betydelsefulla (Ohlsson, 2013). I tidigare studier har man funnit skillnader i användning beroende på var man bor: människor som bor i mindre orter tenderar prioritera lokala nyheter i större utsträckning än de som bor i större städer (Kleis Nielsen, 2015).

Digitala nyhetsmedier har endast i liten utsträckning bidragit till ökad nyhetskonsumtion (Wadbring & Bergström, 2017). På tidningssidan ser vi emellertid över det senaste decenniet en ökning av digital läsning i alla åldersgrupper, medan den utvecklingen inte på samma sätt noteras för radio- och tv-nyheter (Bergström, 2020b; Mitchell, 2015). Även spridning och användning av digital medieteknik är starkt korrelerad med socio-demografiska faktorer (Bergström, 2015). Ålder har visat sig vara särskilt viktig, liksom utbildningsnivå (Hargittai & Walejko, 2008; Rogers, 2003).

I Medieutredningen från 2016 (SOU 2016:80, s.12) beskrivs hur den digitalt expansiva mediavärlden lett till att svenska medier behöver ”försvara sitt värde” i allt större utsträckning. Den utveckling som beskrivs i utredningen har fortsatt och frågan är ständigt aktuell eftersom attityder och användning är starkt sammanlänkade (Ajzen & Fishbein, 2005; Solomon m.fl., 2010), också när det gäller nyheter (Chyi & Chadha, 2012).

Användning av lokala nyhetsmedier

Den nationella SOM-undersökningen 2023 ger möjlighet att analysera användningen av lokala nyhetsmedier genom några olika frågor. Lokala nyheter i radio och tv finns i ett frågebatteri med olika nyhetsprogram. Läsning av papperstidning fångas i en öppen fråga där svarspersonerna själva får skriva namnet på den eller de morgontidningar de läser. I den här analysen har svar som inte är lokala morgontidningar sorterats bort. Användningen av lokala nyheter på webben finns i ett frågebatteri där två delfrågor används här: lokal morgontidning och andra lokala nyheter. Samtliga frågor har ställts i undersökningens sju editioner och svarsskalan är densamma för samtliga frågor (se kommentar till tabell 1).

Andelen användare skiljer sig en hel del vid en jämförelse mellan olika medier (tabell 1). Lokala nyheter från SVT lockar på regelbunden basis (minst 3 dagar i veckan) knappt hälften av befolkningen. Lokala nyheter från SR har en regelbunden lyssnarskara på 40 procent. Lokal morgontidning på papper och webb lockar runt en fjärdedel av befolkningen vardera till läsning minst 3 dagar i veckan, vilket innebär ett förändrat förhållande jämfört med för några år sedan då papperstidningen dominerade (Bergström, 2020a). Andra lokala nyheter på webben än de som nämnts här har en regelbunden publik på drygt 10 procent.

Användning av traditionella lokala medier är ålderssegregerad genom att de har en äldre publik. Detta är särskilt framträdande för tv och tidningar, medan skillnaderna mellan yngre och äldre är något mindre för lokala radionyheter. När det gäller användning av andra lokala nyheter än tidningar på webben syns inte några sådana ålderskillnader i undersökningen.

Tabell 1 Användning av lokala nyheter i befolkningen minst 3 dagar i veckan och beroende på ålder, utbildningsnivå och boendeort, 2023 (procent)

	Lokala nyheter från SR	Lokala nyheter från SVT	Lokal morgontidning på papper	Lokal morgontidning på webben	Andra lokala nyheter på webben	Minsta antal svar
Samtliga	40	46	25	26	12	12 142
16–29 år	15	19	4	12	12	1 544
30–49 år	28	23	9	24	14	3 304
50–64 år	46	47	23	30	14	3 023
65–90 år	55	73	48	29	10	4 271
Låg utbildning	48	60	40	23	8	1 661
Medellåg	41	44	22	25	13	3 222
Medelhög	44	52	26	29	15	2 715
Hög utbildning	35	40	23	26	12	4 105
Ren landsbygd	52	49	27	28	12	1 565
Mindre tätort	44	49	29	29	13	2 314
Stad eller större tätort	39	48	27	28	13	5 737
Stockholm, Göteborg, Malmö	33	41	19	16	11	2 119

Kommentar: Frågan löd *Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?* En 7-gradig svarsskala användes: *Dagligen, 5–6 dagar i veckan, 3–4 dagar i veckan, 1–2 dagar i veckan, Mer sällan, Aldrig*. I tabellen visas andelen som tar del av de olika nyhetsmedierna minst 3 dagar i veckan. Samtliga respondenter ingår i analysen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2023.

Utbildningsnivå har viss betydelse för användningen av lokala nyhetsmedier. Mönstret är att användningen av lokal radio, tv och papperstidningar är mer utbredd bland personer med låg utbildning och minskar något med ökad utbildningsnivå. Detta är särskilt tydligt för den lokala papperstidningen, medan utbildningsskillnaderna är mycket små för den lokala tidningen på webben. Andra lokala nyheter på webben avviker från mönstret genom att användningen är något mer utbredd bland personer med högre utbildning.

Boendeort har viss inverkan på användningen av lokala nyhetsmedier. Tydliga skillnader mellan landsbygd och storstad noteras för lokala radionyheter samt för morgontidningen såväl på papper som på webb. Boende på landsbygd har en högre konsumtion av dessa än personer i storstäder. För den lokala papperstidningen är andelen läsare tre gånger så stor på landsbygdsorter än i storstäderna. Mönstret är liknande för lokaltidning på webben, men skillnaderna mindre. För lokala tv-nyheter och andra lokala nyheter på webben finns inga säkerställda skillnader beroende på boendeort.

Faktorerna som just undersökts kan i viss mån samvariera. Exempelvis är oftast utbildningsnivån något lägre bland de yngsta och äldsta i undersökningen och andelen högutbildade större i storstad än på landsbygd. För att undersöka vilken av de valda faktorerna som har enskilt störst betydelse för användningen av olika lokala nyhetsmedier har en regressionsanalys gjorts (tabell 2).

Tabell 2 *Betydelsen av ålder, utbildning och boendeort för användningen av lokala nyhetsmedier, 2023 (standardiserade betakoefficienter)*

	Lokala tv-nyheter	Lokala radio-nyheter	Lokal morgontidning, papper	Lokal morgontidning, webb	Andra lokala nyheter, webb
Ålder	0,286 ***	0,433 ***	0,383 ***	0,112 ***	-0,04 ***
Utbildning	-0,014	-0,027 **	-0,019	-0,021	-0,002
Boendeort	0,001	-0,001	0,001	-0,017	-0,004
Adj R2	0,083	0,190	0,148	0,014	0,001
Antal svar	12 141	12 141	12 141	12 141	12 141

Kommentar: Frågan löd *Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?* En 7-gradig svarsskala användes: *Dagligen, 5–6 dagar i veckan, 3–4 dagar i veckan, 1–2 dagar i veckan, Mer sällan, Aldrig*. Samtliga respondenter ingår i analysen.

*** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2023.

Med hänsyn tagen till samtliga faktorer visar det sig att ålder har enskilt störst, och statistiskt säkerställd, förklaringskraft. Sambandet är positivt (användningen ökar med stigande ålder) för lokala nyheter i radio, tv och morgontidningar och starkast korrelation finns mellan ålder och lyssnande på lokala radionyheter (beta 0,433). Sambandets styrka sjunker sedan något för lokal morgontidning på papper, lokala tv-nyheter och lokal morgontidning på webben. För andra lokala nyheter på webben är sambandet mellan ålder och användning negativt, dvs ju äldre man är desto lägre användning.

Ett test har också gjorts på hur användningen av olika lokala nyhetsmedier korrelerar. Analysen visar på måttligt starka korrelationer. Starkast samband finns mellan lokala radionyheter och lokala tv-nyheter (Pearsons r 0,316 $p < 0,01$), mellan lokala tv-nyheter och lokal morgontidning på papper (Pearsons r 0,224 $p < 0,01$) samt mellan lokal morgontidning på webben och andra lokala nyheter på webben (Pearsons r 0,271 $p < 0,01$). Något förenklat kan man konstatera att det finns en dimension av traditionella lokala nyhetsmedier och en av digitala.

Bedömning av lokala nyheter

I den andra delen av kapitlet analyseras bedömning av lokala nyhetsmedier, närmare bestämt den lokala morgontidningen där man bor: förtroende för lokal morgontidning, bedömningen av oberoende hos den lokala morgontidningen samt värdet av den lokala morgontidningen för samhället. De faktorer som, utifrån den teoretiska inramningen ovan, valts ut för analysen är, även här, ålder, utbildningsnivå och boendeort.

Andelen svarande som har mycket eller ganska stort förtroende för lokala morgontidningar ligger på runt 50 procent (tabell 3). Andelen varierar något i olika grupper. Ålder har viss betydelse i sammanhanget så till vida att andelen är 41 procent bland 16–29-åringar och 53 procent bland 65–90-åringar. Mänskors utbildningsnivå har ingen större betydelse för förtroendet. Däremot framkommer skillnader beroende på boendeort: personer i storstad utmärker sig genom ett lägre förtroende än personer som bor på mindre orter.

Tabell 3 Förtroende för lokal morgontidning i befolkningen och beroende på ålder, utbildningsnivå och boendeort, 2023 (procent)

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet förtroende	Ingen uppfattning	Antal svar
Alla	15	33	20	4	3	25	1 572
16–29 år	9	33	26	4	3	26	196
30–49 år	13	32	23	5	3	23	479
50–64 år	16	33	18	4	4	26	422
65–90 år	18	35	16	3	3	25	475
Låg utbildning	15	31	22	5	2	25	173
Medellåg	13	36	19	3	4	26	433
Medelhög	16	34	20	3	5	22	345
Hög utbildning	16	32	20	5	2	25	575
Ren landsbygd	13	34	23	5	4	21	216
Mindre tätort	15	37	21	5	3	19	303
Stad eller större tätort	15	35	19	4	3	23	742
Stockholm, Göteborg, Malmö	15	23	18	3	2	39	270

Kommentar: Frågan löd *Vilket förtroende har du för innehållet hos följande medier och internetjänster? – Den lokala morgontidningen där du bor.* Svarsskalan framgår i tabellen. Samtliga respondenter som besvarat frågan ingår i analysen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2023.

Nästa bedömning av den lokala morgontidningen handlar om hur svarspersonerna ser på dess oberoende i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när tidningarna berättar om samhället och världen. Andelen som instämmer i att den lokala morgontidningen är oberoende är 44 procent (tabell 4). Bedömningen är på samma nivå som vid tidigare mätningar och något lägre än för Sveriges Television och Sveriges Radio (Andersson, 2023).

I frågan om oberoende framkommer förhållandevis stora, statistiskt säkerställda skillnader beroende på ålder, utbildning och boendeort. Yngre instämmer i lägre grad än äldre: 32 procent bland 16–29-åringar jämfört med 51 procent bland de äldsta i undersökningen. Personer med låg utbildningsnivå instämmer i större utsträckning än personer med högre utbildningsnivå. Boende i storstäderna utmärker sig även här genom att i mindre utsträckning instämmer i påståendet.

Tabell 4 Bedömning av oberoendet hos den lokala morgontidningen, i befolkningen och beroende på ålder, utbildningsnivå och boendeort, 2023 (procent)

	Instämmer helt	Instämmer delvis	Instämmer knappast	Instämmer inte alls	Ingen uppfattning	Antal svar
Alla	9	35	14	8	33	1 574
16–29 år	5	27	17	14	37	199
30–49 år	7	34	17	11	32	475
50–64 år	10	36	13	8	32	420
65–90 år	13	38	12	4	33	480
Låg utbildning	12	38	9	4	37	172
Medellåg	9	36	11	9	35	432
Medelhög	10	34	18	8	31	347
Hög utbildning	9	35	16	9	32	578
Ren landsbygd	8	37	15	12	29	217
Mindre tätort	11	40	13	7	30	305
Stad eller större tätort	10	36	16	7	32	740
Stockholm, Göteborg, Malmö	9	28	11	8	44	273

Kommentar: Frågan löd *I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internet-tjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen? – Den lokala morgontidningen där du bor.* Svarsskalan framgår i tabellen. Samtliga respondenter som besvarat frågan ingår i analysen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2023.

I en annan fråga i undersökningen får svarspersonerna ta ställning till vilket värde de tycker att ett antal medier och internet-tjänster har för det svenska samhället. I frågan finns 13 medier och internet-tjänster varav ett är *lokal morgontidning*. Tabell 5 visar att närmare 85 procent har valt att göra en bedömning och omkring 15 procent har ingen uppfattning i frågan. Drygt 50 procent uppger att lokal morgontidning har mycket eller ganska stort värde, drygt 10 procent uppger mycket eller ganska litet värde. Det vanligaste svarsalternativet är *ganska stort värde*, vilket 31 procent har svarat. Jämfört med SOM-institutets mätning 2021 är det en något mindre andel som bedömer att lokal morgontidning har ett stort samhällsvärde (52 procent 2023 jämfört med 57 procent 2021, se Andersson, 2022).

Även här uppmäts skillnader beroende på ålder. Det är större andel yngre som inte tar ställning (varken stort eller litet värde). Andelen negativa (litet värde) är större i den yngsta gruppen jämfört med den äldsta (19 respektive 9 procent). Andelen positiva (stort värde) ökar med stigande ålder från 38 procent bland de yngsta till 58 procent bland de äldsta.

Utbildningsskillnaderna när det gäller att bedöma samhällsvärdet av lokala nyheter är förhållandevis små. När det gäller boendeort utmärker sig boende i storstäderna genom en lägre andel positiva: 45 procent stort värde jämfört med 52–55 procent för boende i tätorter eller på landsbygd.

Tabell 5 Bedömning av samhällsvärdet av lokala nyheter i befolkningen och beroende på ålder, utbildningsnivå och boendeort, 2023 (procent)

	Mycket stort värde	Ganska stort värde	Varken stort eller litet värde	Ganska litet värde	Mycket litet värde	Ingen uppfattning	Antal svar
Alla	21	31	18	8	4	17	1 573
16–29 år	12	26	25	13	6	19	188
30–49 år	12	37	24	7	4	16	462
50–64 år	21	34	16	9	5	15	423
65–90 år	32	26	13	6	3	20	500
Låg utbildning	28	24	15	7	4	22	190
Medellåg	18	29	20	11	5	16	433
Medelhög	23	33	16	7	4	17	344
Hög utbildning	20	34	19	7	4	16	582
Ren landsbygd	23	32	16	6	5	18	219
Mindre tätort	22	30	21	10	4	14	312
Stad eller större tätort	22	33	17	7	4	17	749
Stockholm, Göteborg, Malmö	15	30	20	8	5	22	272

Kommentar: Frågan löd *I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internet-tjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen? – Den lokala morgontidningen där du bor.* Svarsskalan framgår i tabellen. Samtliga respondenter som besvarat frågan ingår i analysen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2023.

En korrelationsanalys (exklusive *Ingen uppfattning*) visar på relativt starka samband mellan de olika bedömningarna av lokal morgontidning (Pearsons r 0,411, 0,489 samt 0,575, $p < 0,01$ för samtliga).

Attityder och användning

Kapitlets sista analys beskriver hur bedömningen av lokal morgontidning korrelerar med lokala nyhetsvanor. Ett index har konstruerats med de tre värderingsfrågorna för lokal morgontidning. En indelning i tre grupper har gjorts där grupperna är relativt lika i storlek (tabell 6). En fjärdedel har en mer negativ syn på lokala

morgontidningar, en tredjedel en mer positiv syn och resterande 40 procent har en inställning mitt emellan.

Tabell 6 *Bedömning av lokala morgontidningar beroende på användning av olika lokala nyhetsmedier, 2023 (procent)*

	Alla	Lokal morgontidning, papper		Lokal morgontidning, webb		Lokala radionyheter		Lokala tv-nyheter	
		Minst 3 d/v	Mer sällan eller aldrig	Minst 3 d/v	Mer sällan eller aldrig	Minst 3 d/v	Mer sällan eller aldrig	Minst 3 d/v	Mer sällan eller aldrig
Synen på lokala nyheter:									
Negativ syn	25	21	28	19	28	22	28	21	29
Medel	41	43	39	51	37	43	39	42	40
Positiv syn	34	35	33	30	36	35	33	37	31
	1 450	610	840	412	1 038	610	840	658	792

Kommentar: Frågan löd *Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?* En 7-gradig svarsskala användes: *Dagligen, 5–6 dagar i veckan, 3–4 dagar i veckan, 1–2 dagar i veckan, Mer sällan, Aldrig*. Synen på lokala nyheter är ett index konstruerat av frågorna *Vilket förtroende har du för innehållet hos följande medier och internetjänster?* (svarsalternativet *Den lokala morgontidningen där du bor*), *I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internetjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen?* (svarsalternativet *Den lokala morgontidningen där du bor*) och *I vilken utsträckning instämmer du i att följande medier och internetjänster är oberoende, i relation till politiska, ekonomiska eller andra särintressen när de berättar om samhället och världen?* (svarsalternativet *Lokala nyheter*). Samtliga respondenter som besvarat alla frågor ingår i analysen.

Källa: Den nationella SOM-undersökningen 2023.

När man jämför bedömningen av lokala morgontidningar beroende på konsumtionen av olika lokala nyhetsmedier ser vi att andelen med en mer negativ inställning till lokala nyheter är något större bland sällan- och icke-användare än bland mer regelbundna användare. När vi tittar på positiv bedömning i relation till konsumtion av lokala nyheter blir bilden mer komplex. Regelbunden konsumtion av radio och morgontidning på papper korrelerar inte särskilt starkt med positiv bedömning. För lokala tv-nyheter däremot ser vi att andelen positiva till lokal morgontidning är något större bland regelbundna användare jämfört med sällan- och icke-användare. Bland användare av lokal morgontidning på webben är förhållandet det omvända: andelen positiva bedömare är mindre bland regelbundna användare än bland sällan- och icke-användare, något som delvis kan bero på att användarna av webbtidning är yngre och att värdet av lokala morgontidningar bedöms vara lägre i den gruppen. Vi har alltså inget entydigt mönster i sambanden mellan attityder till den lokala morgontidningen och användning av olika lokala nyhetsmedier.

Slutsatser

Lokala nyhetsmedier i traditionella distributionsformer lockar framför allt en äldre publik, personer med lägre utbildning och de som bor på landsbygd. De digitala lokala nyheterna som mätts i undersökningen – morgontidning och andra lokala nyheter på webben – har en mer homogen publik med avseende på ålder, utbildningsnivå och boendeort, vilket indikerar att webben kan ha en viss utjämnande effekt på användning av lokala nyheter.

Vi kan se av resultaten att digitaliseringen av morgontidningar har slagit igenom och den digitala lokala tidningen är nu större publikmässigt än papperstidningen när vi mäter regelbunden användning minst tre dagar i veckan. Sedan lanseringen av digitala dagstidningar i mitten av 1990-talet har en återkommande diskussion varit när papperstidningen ska dö ut och digitala tidningar ersätta dessa. Det första decenniet visade på en trög start för digitala morgontidningar (Bergström, 2005), utvecklingen har sedan varit långsam. Den presenterade analysen visar att vi nästan 30 år senare har en mer digital än tryckt tidningspublik på lokalsidan, något som också noteras i den mer generella mätningen av morgon- och kvällstidningsläsning (Svenska trender, 1986–2022).

Utvecklingen kan tillskrivas flera förklaringsfaktorer. En är naturligtvis att de lokala tidningarna successivt har blivit bättre på att tillhandahålla lokalt innehåll i såväl text-, ljud- som bildform. En annan skulle kunna vara nedskärningen av redaktionella resurser och det faktum att man stängt redaktioner. Det går inte, med hjälp av den här typen av data, att säga något om kausaliteten: stänger redaktionerna för att användarna sviker eller sviker användarna för att bevakningen blivit sämre? Till ekvationen måste man också lägga det enorma annonstapp som alla traditionella, kommersiella medier brottas med när annonsmarknaden har flyttat till andra aktörer (Lindén, 2020). Som redan nämnts påverkar det lokaljournalistiken ekonomiskt, men det finns också ett läsvärde i lokala annonser som läsarna eventuellt saknar.

Bedömningen av lokal morgontidning utifrån förtroende, oberoende och värde för samhället följer i grova drag samma mönster som användningen. Äldre gör en mer positiv bedömning i alla avseenden, personer med låg utbildning likaså medan boendeort har marginell betydelse för hur man ser på den lokala morgontidningen. Man skulle kunna tänka sig att synen på lokal morgontidning hänger samman med hur denna används, men där finner vi mycket små skillnader vid en jämförelse mellan regelbundna och mindre regelbundna användare. Lokala morgontidningar har helt klart en position i samhället som är starkare än vad användningen låter påskina.

Hur ska man utifrån de här resultaten se på de lokala nyhetsmediernas betydelse i det svenska samhället? Att de bedöms ha ett stort värde är naturligtvis positivt, men bidrar inte till vare sig information eller politisk kunskap. Det är inte heller rimligt att tänka sig att den positiva synen på lokala morgontidningar på ett direkt

sätt bidrar till sammanhållning och tillhörighet. Däremot kanske indirekt genom att vara en del av kittet i det lokala samhället om den refereras till och uppfattas som trovärdig. För att säkerställa den roll som så tydligt skrivits fram i litteraturen genom decennier skulle lokala nyhetsmedier, kanske framför allt morgontidningar som har den tydligaste lokala prägel, behöva gå från tanke till handling hos medborgarna: från uppfattning till läsning.

Referenser

- Aalberg, T., Blekesaune, A., & Elvestad, E. (2013). Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? *The International Journal of Press/Politics*, 18(3), 281–303.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. I I.D. Albarracín, B.T. Johnson & M.P. Zanna (Red.), *Handbook of attitudes and attitude change* (s. 173–221). Lawrence Erlbaum.
- Andersson, U. (2022). Användning och värdering av medier – om sociala mediers betydelse och public services starka stöd. I U. Andersson, H. Oscarsson, B. Rönnerstrand & N. Theorin (Red.), *Du sköra nya värld* (s. 277–294). SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, U. (2023). Allmänhetens åsikter om mediers (o)beroende och (o)partiskhet. I U. Andersson, P. Öhberg, A. Carlander, J. Martinsson & N. Theorin (Red.), *Ovisshetens tid* (s. 237–254). SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Andersson, U., Dimberg, E., & Ingemarsson, J. (2014). ”Lokalt var nog viktigare förr”. I A. Bergström & J. Ohlsson (Red.), *Brytningstider* (s. 161–176). SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Becker, L.B., & Schönbach, K. (1989). *Audience Responses to Media Diversification. Coping With Plenty*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Bergström, A. (2005). *nyhetsvanor.nu. Nyhetsanvändning på internet 1998 till 2003*. Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG) vid Göteborgs universitet.
- Bergström, A. (2015). The contexts of internet use – from innovators to late majority. *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, 12(1), 3–18.
- Bergström, A. (2020a). Local News Repertoires in a Transforming Swedish Media Landscape. I A. Gulyas & D. Baines (Red.), *The Routledge Companion to Local Media and Journalism* (s. 408–418). Routledge.
- Bergström, A. (2020b). Exploring digital divides in older adults’ news consumption. *Nordicom Review*, 41(2), 163–177.
- Bergström, A., Strömbäck, J., & Arkhede, S. (2019). Towards rising inequalities in newspaper and television news consumption? A longitudinal analysis, 2000–2016. *European Journal of Communication*, 34(2), 175–189.
- Chyi, I., & Chadha, M. (2012). News on new devices. *Journalism Practice*, 6(4), 431–449.

- Costera Meier, I., & Groot Kormelink, T. (2015). Checking, sharing, clicking and linking. Changing patterns of news use between 2004 and 2014. *Digital Journalism*, 3(5), 664–679.
- Dalton, R.J. (2017). *The Participation Gap. Social Status and Political Inequality*. Oxford University Press.
- Elvestad, E. (2009). Introverted Locals of World Citizens? A Quantitative Study of Interest in Local and Foreign News in Traditional Media and on the Internet. *Nordicom Review*, 30(2), 106–124.
- Elvestad, E., & Blekesaune, A. (2008). Newspaper Readers in Europe: A Multilevel Study of Individual and National Differences. *European Journal of Communication*, 23(49), 425–447.
- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298–308.
- Hargittai, E., & Walejko, G. (2008). The Participation Divide: Content Creation and Sharing in the Digital Age. *Information, Communication and Society*, 11(2), 239–256.
- Hayes, D., & Lawless, J. L. (2018). The decline of local news and its effects: New evidence from longitudinal data. *The Journal of Politics*, 80(1), 332–336.
- Jenkins, J., & Jerónimo, P. (2021). Changing the Beat? Local Online Newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, and the U.K. *Journalism Practice*, 15(9), 1222–1239.
- Kleis Nielsen, R. (2015) Introduction: The Uncertain Future of Local Journalism. I R. Kleis Nielsen (Red.), *Local Journalism. The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media* (s. 1–25). I.B. Tauris and Co. Ltd.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *Elements of journalism. What newspeople should know and the public should expect* (3 uppl.). Crown.
- Ksiazek, T. B., Malthouse, E. C., & Webster, J. G. (2010). News-seekers and News-Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 54(4), 551–568.
- Lindén, C-G. (2020). *Silicon Valley och makten över medierna*. Nordicom.
- Magasic, M., Hess, K., & Freeman, J. (2023). Examining the Social, Civic, and Political Impact of Local Newspaper Closure in Outback Australia. *Media and Communication*, 11(3), <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6697>
- Mathews, N. (2022). Life in a news desert: The perceived impact of a newspaper closure on community members. *Journalism*, 23(6), 1250–1265.
- Mattelart, T., Papathanassopoulos, S., & Trappel, J. (2019). Information and news inequalities. I Trappel, J. (Red.), *Digital media inequalities: Policies against divides, distrust and discrimination* (s. 215–228). Nordicom.

- McCullough, K., Crowell, J., & Napoli, P. (2017). Portrait of the Online Local News Audience. *Digital Journalism*, 5(1), 100–118.
- Mitchell, A., Holcomb, J., & Page, D. (2015). *Local News in a Digital Age*. Pew Research Center.
- Nygren, G., Leckner, S., & Tenor, C. (2018). Hyperlocals and Legacy Media. Media Ecologies in Transition. *Nordicom Review*, 39(1), 33–50.
- Ohlsson, J. (2013). Tidningen och demokratin. I A. Bergström & J. Ohlsson (Red.), *En region för alla? Medborgare, människor och medier i Västsverige* (s. 95–114). SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Ohlsson, J. (2014). Nedlagda nyheter. I A. Bergström & J. Ohlsson (Red.), *Brytningstider* (s. 177–190). SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Cambridge University Press.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations*. The Free Press.
- Rosengren, K.E. (1974). Uses and Gratifications Research: A Paradigm Outlined. I J.G. Blumler & E. Katz (Red.), *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research* (s. 269–286). Sage.
- Rubin, A.M. (2002). The Uses-and-Gratifications Perspective of Media Effects. I J. Bryant & D. Zillman (Red.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (s. 165–184). Lawrence Erlbaum Associates.
- Ruggiero, T.E. (2000). Uses and Gratification Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37.
- Shaker, L. (2014). Dead Newspapers and Citizens' Civic Engagement. *Political Communication*, 31(1), 131–148.
- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2021). Learning Political News from Social Media: Network Media Logic and Current Affairs News Learning in a High-Choice Media Environment. *Communication Research*, 48(1), 125–147.
- Skogerbø, E., & Winsvold, M. (2011). Audience on the Move? Use and Assessment of Local Print and Online Newspapers. *European Journal of Communication*, 26(3), 214–229.
- Solomon, M.R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M.K. (2010). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (4 uppl.). Prentice Hall.
- SOU 2016:80 (2016). En gränsöverskridande mediepolitik för upplysning, engagemang och ansvar. Slutbetänkande av Medieutredningen. Wolters Kluwers.
- Svenska trender (2023). Svenska trender 1986–2022. SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Taneja, H., Webster, J.G., Malthouse, E.C., & Ksiazek, T.B. (2012). Media Consumption Across Platforms: Identifying User-Defined Repertoires. *New Media and Society*, 14(6), 951–968.
- Usher, N. (2023). The Real Problems with the Problem of News Deserts: Towards Rooting Place, Precision, and Positionality in Scholarship on Local News and Democracy. *Political Communication*, 40(2), 238–253.

- Wadbring, I., & Bergström, A. (2017). A print crises or a local crises? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175–190.
- Weibull, L. (1985). Structural Factors in Gratifications Research. I K-E Rosengren, L.A. Wenner, & P. Palmgreen (Red.), *Media Gratifications Research. Current Perspectives* (s. 123–148). Sage Publications.

