



<http://www.diva-portal.org>

This is a report published by *SOM-institutet*.

Citation for the original published report:

Nygren, Gunnar (2018). En komplicerad lokal medieekologi: Facebook den nya lokala offentligheten? I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Elina Lindgren & Maria Oskarson (Red.), *Sprickor i fasaden: SOM-undersökningen 2017* (s. 195-212). Göteborg: SOM-institutet.

N.B. When citing this work, cite the original published report.

Permanent link to this version:

<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:sh:diva-36971>

# EN KOMPLICERAD LOKAL MEDIIEKOLOGI

## FACEBOOK DEN NYA LOKALA OFFENTLIGHETEN?

GUNNAR NYGREN

### Sammanfattning

Detta kapitel visar att användning av lokala medier förändras i snabb takt. Facebook har sedan 2015 gått förbi lokaltidningen som den *mest använda* plattformen för att hålla sig uppdaterad om vad som händer i det lokala samhället. Men de traditionella lokalmedierna – SVTs och Sveriges Radios lokala och regionala nyheter och den prenumererade lokaltidningen anses av publiken fortfarande vara *viktigast*. Mer lokala medier som gratistidningar och lokala nyhetssajter fyller upp där dagstidningar saknar lokalredaktioner. Resultatet blir ett komplext system där olika typer av lokala medier och plattformar kompletterar varandra, ett hybridssystem där gamla och nya lokala medier lever sida vid sida.

När planerna på att lägga ner BB på sjukhuset i Sollefteå läckte ut hösten 2015, så blev det upptakten till en uppslitande strid i Västernorrland. Motståndet organiserades genom den öppna Facebookgruppen ”Sollefteå & Örnsköldsvik Framtidens akutsjukhus” som snabbt fick många medlemmar och hög aktivitet – när striden var som mest intensiv våren 2017 hade gruppen närmare 15 000 medlemmar och det lades ut i genomsnitt ett 60-tal inlägg per dag. I Facebookgruppen lades det ut länkar till alla medier som skrev om frågan, men framför allt blev den en plats där aktioner kunde organiseras och motståndarna kunde kanalisera sina känslor. De lokala tidningarna skrev om BB-striden, och även dessa gav i huvudsak utrymme åt kritiken mot förslaget. Artiklar länkades i Facebookgruppen, och de lokala journalisterna använde gruppen för att leta källor och idéer till nya artiklar. Men utöver detta gav Facebookgruppen en plattform för alla motståndare att bekräfta och stärka det gemensamma engagemanget (Nordlund & Kramsjö, 2017).

Denna lokala Facebookgrupp är ett exempel på den nya lokala medieekologin. Traditionella lokala medier som dagstidningar och nya plattformar som Facebook är invädda i varandra. Samtidigt förändras relationerna mellan olika typer av lokala medieplattformar när allt färre läser traditionella lokaltidningar och fler får större delen av sina lokala nyheter via Facebook eller gratistidningar.

Syftet med detta kapitel är att följa upp de strukturella förändringarna i de lokala medieekologierna med en analys av förändringar i människors användning av lokala medier. Det gäller särskilt den nya och fortfarande växande plattformen Facebook – vilken roll spelar denna i relation till de traditionella lokalmedierna?

Men det gäller också vilken roll hyperlokala medier (mer lokala än traditionella lokaltidningar) som gratistidningar och lokala nyhetssajter får när dagstidningarna blir mer regionala? Kapitlet utgår från fyra frågor – (1) vilka lokala medier används mest, (2) vilka skillnader finns det i lokal medieanvändning beroende på om det finns en redaktionell närvaro i lokalsamhället eller inte (3) vilka lokala medier anser människor är viktigast för att hålla sig orienterad om det lokala samhället och (4) vilka funktioner har lokala Facebookgrupper i den dagliga medieanvändningen?

## Medier som ett ekologiskt system

Medier kan analyseras som ekologiska system. Sådana studier fokuserar inte på enskilda medier utan på hur systemet som helhet fungerar, t ex vilka typer av aktörer som finns inom systemet och hur de relaterar till varandra. De mediala ekosystemen kan studeras både utifrån ett *producentperspektiv* (var nyheter produceras och hur de rör sig inom systemet) och utifrån ett *användarperspektiv* (hur människor kombinerar användning av olika typer av medier i skilda syften). Utifrån ett *samhällsperspektiv* handlar det också om hur lokala identiteter utvecklas, om basen för en gemensam offentlighet och om medier som en del av den demokratiska infrastrukturen (Nygren, 2016b; Coleman m fl, 2016; Peters & Broersma, 2017).

Begreppet medieekologi har använts inom medieforskning de senaste åren, främst i USA (Anderson, 2016). Utgångspunkten är att medieutvecklingen handlar om ett komplext system. Betydelsen av nya medier och ny teknologi kan bara förstås utifrån hur hela systemet påverkas av förändringen. När nya ”arter” tar plats inom systemet, så påverkas alla typer av medier när balansen mellan medieformer förändras. Begreppet användes först av medieforskaren Neil Postman på 1960-talet för att beskriva medierna som en del av människors livsmiljö. På senare år har begreppet använts i en mer begränsad betydelse – för att beskriva själva mediasystemet och relationen mellan medieformer, hur detta system bidrar till samhällets behov och demokratin (Scolari, 2012). I USA har det gjorts studier av medieekologier i storstäder som Baltimore och Philadelphia, studier av nyhetsflöden mellan olika medietyper som till exempel traditionella dagstidningar i relation till digitala plattformar (Anderson, 2009; PEW, 2010). I andra studier av lokala medieekologier har också medieanvändningen analyserats. Tre olika typer av samhällen i New Jersey studerades 2015 utifrån såväl mediernas infrastruktur, nyhetsproduktionen och journalistikens roll i samhället. Resultaten visar stora skillnader mellan olika typer av samhällen, både när det gäller den lokala nyhetsproduktionen och vilken roll medierna spelar i lokalsamhället (Napoli m fl, 2015).

Ett annat projekt i staden Leeds i Storbritannien visar hur medieutvecklingen påverkar den lokala medieekologin som får drag av ett ”hybridsystem” som kombinerar nya och gamla medier. Bloggar, lokala webbsajter och sociala medier spelar en allt viktigare roll i den lokala medieekologin. Men de ersätter inte traditionella medier som dagstidningar och lokala nyheter i public service, istället blir de digitala

plattformarna ett komplement tillsammans med de gamla medieformerna (Coleman m fl, 2016). Fortfarande har ”gammelmedia” en nyckelroll genom att de står för större delen av produktionen av nyheter, för en professionell journalistisk granskning, enligt en dansk undersökning (Nielsen, 2015). Lokaltidningen är enligt denna studie ett ”keystone media” även om läsningen minskar, en grundläggande medieform som står för den största delen av nyhetsproduktionen.

## Lokala medieekologier i Sverige

De lokala medieekologierna har förändrats i Sverige de senaste åren. Det gäller både mediestrukturen och de lokala mediernas innehåll:

*Lokala mediestrukturer:* Inom dagspressen har ägarkoncentrationen gått snabbt, och idag kontrollerar de åtta största ägargrupperna 89 procent av den samlade upplagan (Ohlsson, 2016). Nästan hälften av alla lokala redaktioner har lagts ner sedan 2004, och antalet lokaljournalister har minskat med 30–40 procent. Den dagliga produktionen centraliseras inom mediekoncernerna med gemensamma webbdeskar och redigering av tidningarna. Samtidigt har de ännu mer lokala medierna, s k ”hyperlokala medier” blivit fler – antalet gratistidningar har fördubblats sedan början av 2000-talet och det fanns 2016 ca 300 lokala gratistidningar där två tredjedelar utkommer varje vecka. Dessutom har det vuxit fram ett hundratal lokala fristående nyhetssajter, och det har blivit något fler prenumererade veckotidningar med lokal karaktär. Public service har kunnat behålla sina resurser och i viss mån öka dem när ny teknik införts, t ex har SVT öppnat nya redaktioner i storstadsområdena (Nygren m.fl., 2017).

*Det lokala medieinnehållet:* Det lokala medieinnehållet produceras till större utsträckning på distans, och en större del blir gemensamt mellan olika titlar inom koncernerna. Innehållsstudier visar kraftigt minskad lokal bevakning när lokalredaktioner läggs ner, och innehållet blir mer beroende av officiella källor som polisen och kommunens informatörer. Bevakningen blir mindre kritisk och debatten försvinner från lokaltidningen (Hellekant Rowe & Karlsson, 2017; Nygren m.fl., 2017).

Vad betyder dessa strukturella förändringar för medieanvändningen? Tidigare år har frågor om benägenhet att prenumerera på den lokala dagstidningen funnits med i SOM-enkäten, och resultaten visar att bara en av fem skulle vara villiga att fortsätta prenumerera även om mängden lokala nyheter minskade (Weibull, 2015). Frågan är om detta nu har fått genomslag i medieanvändningen?

I 2015 års nationella SOM-undersökning ställdes för första gången frågor om både den totala användningen av olika typer av lokala medier inklusive sociala medier som Facebook samt om hur människor värderar olika typer av lokala medier – hur viktiga olika lokala medier är för att man ska kunna hålla sig orienterad om det lokala samhället (Nygren & Leckner, 2016). I 2017 års nationella SOM-undersökning följdes detta upp med samma frågor samt en fråga om varför

människor använder lokala grupper på sociala medier som Facebook. Resultaten visar tydliga förändringar på två år.

### Traditionella lokala medier tappar – Facebook ökar

Medieanvändning är invävt i människors dagliga rutiner, och därför visar mätningar av medieanvändning ofta en påfallande stabilitet. Det tar tid att förändra vanor, men när de väl förändras så blir skiftet tydligt. Frågan är om inte den lokala medieanvändningen är inne i ett sådant skifte de senaste åren. SOM-undersökningarna 2015 och 2017 visar tydliga minskningar för de traditionella medierna, samtidigt som sociala medier som Facebook blivit mer använda än dagstidningar (tabell 1 och 2).

**Tabell 1 Regelbunden användning av lokala medier 2015 och 2017 (procentandel minst 3 dagar/vecka)**

	2015	2017	Differens	Antal svar
SVTs lokala nyheter	61	50	-11	10 812
Facebook (t ex lokala grupper)	41	46	+5	1 827
Sveriges Radio P4	50	43	-7	10 812
Morgontidning på papper	57	41	-16	10 812
Lokal gratistidning	33	33	0	1 828
Lokal morgontidnings nyhetssajt	25	22	-3	10 812
Andra sociala medier (t ex lokala bloggar)	14	15	+1	1 827
Annan lokal nyhetssajt	8	8	0	10 812
Twitter	5	6	+1	1 827
Kommunens hemsida	6	6	0	1 827

**Kommentar:** Frågorna lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?'; 'Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?'; 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?'; 'Hur ofta brukar du läsa eller titta i: Annan lokal gratistidning?'; 'Hur ofta använder du följande för att hålla dig orienterad om vad som händer i det lokala samhället?'. Svarskalan är sexgradig från 'dagligen' till 'aldrig' förutom frågan om lokal gratistidning som hade en femgradig skala från 'minst 5 dagar/vecka' till 'aldrig'. Med regelbunden avses användning minst 3 dagar/vecka, utom för lokal gratistidning som innebär minst 1 dag/vecka. Differensen avser skillnaden mellan 2015 och 2017.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2015 och 2017.

Dagstidningarna på papper är de stora förlorarna. På två år har andelen regelbundna läsare (minst 3 dagar/vecka) minskat från 57 till 41 procent. Förhoppningen hos tidningshusen är att läsarna ska gå över till digitala plattformar (webb och mobil). Men även denna regelbundna läsning (minst 3 dagar/vecka) har minskat något från

25 till 22 procent (tabell 1). En åldersanalys ger ännu mer alarmerande signaler. I de för annonsörer viktiga åldersgrupperna 30–49 år och 50–64 har andelen läsare rasat med 17 procentenheter på två år (tabell 2). Idag är det bara 23 procent av alla mellan 30–49 år som regelbundet läser en lokal prenumererad papperstidning. Kärngruppen finns än så länge bland dem över 65 år där 67 procent är regelbundna läsare. En tröst för lokaltidningen är att nätläsningen i åldrarna mellan 30–64 år är stabil, minskningen ligger på de yngsta och de äldsta som kanske läser mer sällan på grund av tidningarnas krav på betalning och inloggning. Fortfarande är det nästan dubbelt så många som regelbundet läser lokaltidningen på papper som på nät totalt sett. Men i åldersgruppen 30–49 är nu nätläsningen dominerande – men mest genom att papperstidningen minskar än genom att nätläsningen ökar (se även Ulrika Anderssons kapitel i samma volym).

**Tabell 2 Regelbunden användning av lokala medier 2015 och 2017 i olika åldersgrupper (procentandel minst 3 dagar/vecka)**

	16-29 år		30-49 år		50-64 år		65-85 år	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
SVTs lokala nyheter	22	19	38	30	72	59	91	79
Facebook (t ex lokala grupper)	66	61	57	59	38	46	16	27
Sveriges Radio P4	16	14	36	31	61	51	73	63
Morgontidning på papper	20	10	40	23	64	47	81	67
Lokal gratistidning	14	12	31	35	34	36	46	40
Lokal morgontidnings nyhetssajt	18	15	25	26	27	26	25	18
Andra sociala medier (t ex lokala bloggar)	32	24	18	17	10	10	4	8
Annan lokal nyhetssajt	9	10	9	11	9	8	6	5
Twitter	14	15	5	6	4	5	1	2
Kommunens hemsida	3	6	9	5	7	8	5	5
Minsta antal svar	229	276	433	534	369	478	419	539

**Kommentar:** Frågorna lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?'; 'Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?'; 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?'; 'Hur ofta brukar du läsa eller titta i: Annan lokal gratistidning'; 'Hur ofta använder du följande för att hålla dig orienterad om vad som händer i det lokala samhället?' Svarskalan är sexgradig från 'dagligen' till 'aldrig' förutom frågan om lokal gratistidning som hade en femgradig skala från 'minst 5 dagar/veckan' till 'aldrig'. Med regelbunden avses användning minst 3 dagar/veckan, utom för lokal gratistidning som innebär minst 1 dag/vecka.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2015 och 2017.

Även public service har svårt att behålla den lokala publiken. För Sveriges Radios P4-kanaler minskar andelen regelbundna lyssnare från 50 till 43 procent mellan 2015 och 2017 (tabell 1). Störst bortfall är det bland de äldre med 10 procentenheter färre lyssnare. Men fortfarande är publiken betydligt större bland de äldre, 63 procent av pensionärerna lyssnar på P4, jämfört med 31 procent bland de mellan 30–49 år (tabell 2). För SVTs lokala nyheter är minskningen något större, totalt sett 11 procentenheter. För SVT är mönstret detsamma som för Sveriges Radio med den största minskningen bland de äldre, men tyngdpunkten av tittare finns fortfarande bland dem över 50 år.

De hyperlokala medierna har en mer stabil publik. Gratistidningarnas publik är oförändrad på 33 procent regelbundna läsare, och de noterar en tydlig ökning i gruppen mellan 30–49 år som överger de betalda dagstidningarna (tabell 1 och 2). I grupperna under 50 år är det nu fler som regelbundet läser en lokal gratistidning (en gång i veckan) än som läser en dagstidning (3 dagar/vecka). Fristående lokala nyhetssajter ligger oförändrat på en låg siffra, åtta procent. Några exempel är Sydärkenytt som bevakar Kumla och närliggande område, Bjuvsnytt som bevakar kommunen med samma namn och Frilagt Hässleholm som står för en granskande lokaljournalistik på orten. Men dessa finns bara i ca var tredje kommun, och de nationella siffrorna blir därför låga.

De övriga digitala plattformarna visar vissa öknings. Kommunens hemsida och användning av Twitter för att följa det lokala har ganska små och oförändrade publik. Även andra plattformar som t ex lokala bloggar är oförändrade (tabell 1). I särklass störst är Facebook där frågan preciseras till att gälla olika typer av lokala grupper. Men även det sammanlagda flödet på den egna Facebooksidan med en blandning av vänner, grupper man är med i och sidor man gillat finns troligen med när människor svarar på frågan. SOM-undersökningen 2017 visar en ökning med fem procentenheter till 46 procent som använder Facebook minst tre dagar i veckan för att hålla sig orienterad om vad som händer i det lokala samhället. Störst är ökningen bland de äldre, 8 respektive 11 procentenheter fler i grupperna över 50 år. I åldersgrupperna upp till 50 år är det dubbelt så många (eller mer) som använder Facebook för att följa det lokala samhället, än som använder de traditionella lokala medierna (tabell 2).

### **Olika mönster i medieekologier**

Det finns klara skillnader i de lokala medieekologierna i olika delar av landet. I tidigare SOM-undersökningar har det synts tydliga skillnader mellan storstäder och medelstora städer/landsbygd när det gäller lokal medieanvändning (Nygren & Leckner, 2016). I storstäderna ligger läsningen av prenumererade tidningar betydligt lägre än i resten av landet, och även lyssningen på Sveriges Radios lokala kanaler är betydligt lägre (tabell 3). På landsbygd och i mindre tätorter finns de gamla mönstren kvar med högre läsning av papperstidningar. Användningen av digitala

plattformar har varit något mindre, kanske beroende på sämre tekniska förutsättningar (färre har snabba bredband) och en äldre åldersstruktur i befolkningen.

Samma skillnader syns i 2017 års SOM-undersökning. Men skillnaderna har dock inte blivit större, istället är de generella förändringarna nästan lika stora i alla typer av områden. Papperstidningarna och public service minskar lika mycket i storstäder som i ren landsbygd och användningen av Facebook för att hålla koll på det lokala samhället ökar också lika mycket, mellan 3–7 procentenheter i alla delar av landet (tabell 3).

Lokala gratistidningar ökar något i mindre och större tätorter, medan läsningen minskar något i storstäderna. Det betyder att de stora trenderna är lika starka i alla delar av landet. Skillnaderna kvarstår mellan stad och land.

**Tabell 3 Medieanvändning på olika typer av boendeorter 2015 och 2017 (procentandel minst 3 dagar/vecka)**

	Ren landsbygd		Mindre tätort		Stad eller större tätort		Stockholm, Göteborg, Malmö	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
SVTs lokala nyheter	62	51	63	51	61	52	56	46
Facebook (t ex lokala grupper)	36	41	43	47	41	48	43	46
Sveriges radio P4	62	55	59	45	47	42	41	33
Morgontidning på papper	60	43	60	43	57	42	49	33
Lokal gratistidning	28	28	29	26	36	39	35	31
Lokal morgontidnings nyhetssajt	25	22	26	23	26	24	18	16
Andra sociala medier (t ex lokala bloggar)	11	10	14	18	14	15	15	16
Annan lokal nyhetssajt	7	7	10	9	9	9	7	7
Twitter								
Kommunens hemsida	6	5	5	6	7	6	4	5
Minsta antal svar	191	265	284	351	693	865	252	291

**Kommentar:** Frågorna lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?'; 'Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?'; 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?'; 'Hur ofta brukar du läsa eller titta i: Annan lokal gratistidning'; 'Hur ofta använder du följande för att hålla dig orienterad om vad som händer i det lokala samhället?'. Svarskalan är sexgradig från 'dagligen' till 'aldrig' förutom frågan om lokal gratistidning som hade en femgradig skala från 'minst 5 dagar/veckan' till 'aldrig'. Med regelbunden avses användning minst 3 dagar/veckan, utom för lokal gratistidning som innebär minst 1 dag/vecka.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2015 och 2017.



## Högre andel tidningsläsare på orter med lokalredaktioner

En fördjupande analys visar tydligt att det har betydelse för den lokala medieanvändningen om det finns en lokalredaktion för dagstidning eller public service i kommunen eller inte. Resultaten från 2017 års SOM-undersökning har analyserats utifrån en kartläggning av den redaktionella närvaron i landets kommuner som gjordes 2016–2017<sup>1</sup>. Graden av redaktionell närvaro delades in i tre kategorier – kommuner där det finns huvudredaktioner för dagstidningar och/eller för public service, kommuner där det finns en eller flera lokalredaktioner för dessa medier och kommuner som saknar redaktionell närvaro av dagstidningar och public service. Drygt hälften av alla svarspersoner (59 procent) bor inom kommuner med huvudredaktion för någon dagstidning och/eller public service (tabell 4). 19 procent bor i kommuner med lokalredaktioner och 22 procent i kommuner som saknar redaktionell närvaro av dagstidningar och public service.

**Tabell 4** *Medieanvändning i kommuner med olika grad av redaktionell närvaro av dagstidning och public service 2017 (procentandel minst 3 dagar/vecka)*

	Kommuner med huvudredaktioner	Kommuner med lokalredaktioner	Kommuner utan redaktionell närvaro
SVTs lokala nyheter	50	52	50
Facebook (t ex lokala grupper)	46	49	45
Sveriges Radio P4	41	48	44
Morgontidning på papper	41	45	35
Lokal gratistidning	31	28	45
Lokal morgontidnings nyhetssajt	24	23	16
Annan lokal nyhetssajt	9	8	7
Andra sociala medier (t ex lokala bloggar)	15	17	14
Twitter	6	6	5
Kommunens hemsida	6	6	4
Procentandel av svaren (N=10 812)	59	19	22

**Kommentar:** Frågorna lyder 'Hur ofta brukar du ta del av följande nyhetsprogram eller nyhetstjänster?'; 'Läser eller tittar du regelbundet i någon morgontidning på papper?'; 'Hur ofta brukar du ta del av nyheter från följande på internet?'; 'Hur ofta brukar du läsa eller titta i: Annan lokal gratistidning?'; 'Hur ofta använder du följande för att hålla dig orienterad om vad som händer i det lokala samhället?'. Svarskalan är sexgradig från 'dagligen' till 'aldrig' förutom frågan om lokal gratistidning som hade en femgradig skala från 'minst 5 dagar/veckan' till 'aldrig'. Med regelbunden avses användning minst 3 dagar/veckan, utom för lokal gratistidning som innebär minst 1 dag/vecka.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Jämförelsen visar en tydlig koppling mellan redaktionell närvaro och läsning av prenumererade dagstidningar. På orter där det inte finns någon lokalredaktion är den regelbundna läsningen av både papperstidning och lokaltidningens nyhetssajt betydligt lägre, upp till 10 procentenheter, relativt läsningen på orter med redaktionell närvaro (tabell 4). Detta kompenseras dock delvis av att läsningen av gratistidningar är betydligt större – när det inte finns någon daglig lokaltidning närvarande i samhället, så tar den veckoutgivna gratistidningen dess plats och läsningen av gratistidningar är betydligt högre. Andra medieformer som Sveriges Radio P4, SVT och sociala medier som Facebook används lika mycket överallt, oavsett om det finns lokala redaktioner eller inte. Inte heller kommunens hemsida eller lokala nyhetssajter kompenserar den lägre nivån på tidningsläsning där det saknas lokalredaktioner.

Extra tydligt är detta i Stockholmsregionen, där de prenumererade dagstidningarna i stort sett saknar bevakning av större delen av regionen (Nygren, 2005). Istället är det två kedjor av gratistidningar, Mitt i och Direktpress, som axlat rollen som den lokala tidningen med 20–30 lokala editioner vardera runt om i regionen. Men även om Stockholmsregionen tas bort ur analysen, så kvarstår skillnaden i läsning av dagstidningar på orter med och utan lokalredaktion. På orter utanför Stockholm med lokalredaktion ligger den regelbundna läsningen på 46 procent, men om lokalredaktion saknas sjunker den till 38 procent. För gratistidningar är det tvärtom – andelen regelbundna läsare av gratistidningar är högre där det inte finns lokala redaktioner för de prenumererade tidningarna.

Detta visar att mediestrukturen har betydelse för den lokala medieanvändningen. När den dagliga prenumererade tidningen inte finns närvarande i det lokala samhället, så tappar den också en stor del av läsarna. Istället tar gratistidningar dess plats – med betydligt mindre resurser och vanligen bara en gång i veckan. Det verkar alltså som att en lokal gratistidning som ges ut en gång i veckan upplevs som ett bättre alternativ än en dyr daglig regional tidning som sällan berättar något om det lokala.

### **Traditionella lokalmedier anses fortfarande vara viktigast**

Även om medieanvändningen förändras snabbt, anser många människor fortfarande att de traditionella lokala och regionala medierna är viktigast för att hålla sig orienterad om vad som händer i det lokala samhället. Public service (SVT och Sveriges Radio P4) anses som de viktigaste medierna, även om SVTs lokala nyheter sjunkit något i anseende (tabell 5). Morgontidningen på papper har blivit betydligt mindre viktig, en minskning med 11 procentenheter och det är nu mindre än hälften som anger att den är viktig för dem (47 procent). Men lokaltidningens nyhetssajt är däremot lika viktig för människor 2017 som den var två år innan.

De hyperlokala medierna ligger betydligt under dessa, och deras viktighet är också oförändrad (tabell 5). På samma nivå ligger Facebook med dess olika typer av lokala

grupper. Facebook *används* betydligt oftare av människor än lokaltidningen, även om lokaltidningen fortfarande är *viktigare* för fler människor. 35 procent anger att Facebook är mycket eller ganska viktig för dem, jämfört med 47 och 44 procent för lokaltidningens plattformar (papper och nyhetssajt).

**Tabell 5 Andel som anser medier viktiga för att hålla sig orienterad om vad som händer i det lokala samhället 2015 och 2017 (procent)**

	2015	2017	Differens
Morgontidning på papper	58	47	-11
Lokal morgontidnings nyhetssajt	44	44	0
Anna lokal nyhetssajt	27	28	+1
Lokal gratistidning	39	36	-3
Sveriges Radio P4	55	55	0
SVTs lokala nyheter	75	69	-6
Facebook (t ex lokala grupper)	32	35	+3
Twitter	5	6	+1
Andra sociala medier (t ex lokala bloggar)	13	12	-1
Kommunens hemsida	30	30	0
Antal svar	1 597	1 827	

**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur viktiga är följande medier för att du ska hålla dig orienterad om vad som händer i det lokala samhället?'. Svarsskalan är fyrgradig från 'mycket viktig' till 'inte alls viktig'. I tabellen redovisas andelen som svarat 'mycket viktig' och 'ganska viktig'. Differensen avser skillnaden mellan 2015 och 2017.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2015 och 2017.

Människors uppskattning av traditionella medier kan tolkas som att dessa bär på ett förtroendekapital, på att de ger något som Facebook och hyperlokala medier inte gör. Det visar också att människors värdering av olika slags lokala medier förändras långsammare än deras faktiska användning. Men även värderingar kan ändras, det visar t ex den tydliga minskningen för morgontidningen på papper i "viktighetsligan". Denna minskning kan bero på att andra plattformar som Facebook blivit viktigare, men också på att den lokala dagstidningen förändrats i sitt innehåll och inte längre upplevs som så relevant för de lokala läsarna. På sikt innebär en minskad användning att dessa medier blir mindre viktiga för människor.

### Facebook som den nya lokala medieplattformen

Den nationella SOM-undersökningen visar att Facebook får en allt större roll som lokal medieplattform. Den regelbundna användningen ökar, och är nu totalt sett

större än användningen av lokaltidningen i tryckt form och på nätet (tabell 1). Men vad gör människor på Facebook som tar över funktioner från de lokala medierna? Vilken roll spelar sociala medier såsom Facebook i det lokala livet? I en ny norsk studie har boende på två orter djupintervjuats om vad lokaltidningen och Facebook betyder för dem (Paulsen Lie, 2018). Intervjuerna visar att lokaltidningen och Facebook fyller delvis olika funktioner. Lokaltidningen skapar den känslomässiga anknytningen till orten, till det gemensamma i lokalsamhället medan Facebook är viktigare för anknytningen till människor, för att upprätthålla sociala relationer. Dessa funktioner glider också in i varandra: platsen består ju av sociala relationer och även i tidningen är det viktigt att läsaren känner igen sig. Samtidigt är de offentligheter som skapas på Facebook smalare och tidningen kan skapa bredare gemensamma referensramar som tillsammans skapar en lokal identitet.

I 2017 års nationella SOM-undersökning ingår sju olika typer av användning av sociala medier som Facebook, t ex hålla sig uppdaterade om vad som händer på orten och kommentera och diskutera lokala frågor (se tabell 6). I undersökningen är det 26 procent som säger att de inte använder sociala medier. De 74 procent som använder Facebook gör det på olika sätt. Det kan vara en *passiv* och medieliknande användning (att följa ett nyhetsflöde utan att själv bidra med innehåll), eller en mer *aktiv* användning med en egen produktion av innehåll.

De medieliknande och mer passiva funktionerna används relativt ofta. 35 procent av alla som svarat på undersökningen säger att de använder sociala medier minst tre dagar i veckan för att hålla sig uppdaterade om vad som händer på orten, 29 procent skaffar information om lokala evenemang och 24 procent klickar på länkar till nyheter i lokala medier (tabell 6). När det gäller andra typer av användning som innebär en mer aktiv roll och att användaren själv producerar och lägger in innehåll, så sker detta mer sällan. Men dessa typer av användning har ändå blivit vardag för många människor: 16 procent lägger ut egna bilder och texter minst varje vecka, 12 procent kommenterar och diskuterar lokala frågor varje vecka, 28 procent söker tips och hjälp varje vecka och 7 procent köper och säljer något privat varje vecka.

Det syns tydliga ålderskillnader i hur sociala medier används utifrån ett lokalt perspektiv. De äldre (som också ökat sin användning mest) har ett mer medieliknande mönster där den passiva användningen dominerar, medan de yngre åldersgrupperna i större grad kombinerar en passiv och aktiv användning (tabell 7). Det är betydligt fler av de yngsta som lägger ut egna bilder och texter i lokala grupper än bland de äldre. Men det är också tydligt att för yngre så är det vanligare att man möter nyheter från traditionella lokalmedier på Facebook, än genom mediernas egna kanaler. I den yngsta åldersgruppen under 30 år är det 40 procent som säger att de klickar på länkar till nyheter i lokala medier minst tre dagar i veckan, och även i gruppen mellan 30–49 år är det fler som använder nyhetslänkar i sociala medier än som vänder sig direkt till lokaltidningen på papper eller nät (jfr tabell 2).

**Tabell 6 Hur ofta olika aktiviteter görs i lokala grupper i sociala medier (t ex Facebook) 2017 (procent)**

	Dagligen	5–6 d/v	3–4 d/v	1–2 d/v	Mer sällan	Aldrig	Anv inte sociala medier	Summa
Håller mig uppdaterad om händelser i lokala samhället	20	7	8	10	15	14	26	100
Får information om lokala evenemang	14	7	8	13	21	12	26	100
Klickar på länkar till nyheter i lokala medier	7	7	10	15	20	16	26	100
Söker efter tips och hjälp	5	3	6	14	27	18	26	100
Lägger ut egna bilder och texter	2	2	3	9	32	16	26	100
Kommenterar och diskuterar lokala frågor	2	1	3	6	30	33	26	100
Köper och säljer saker privat	1	1	1	4	37	30	26	100

**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur ofta gör du följande i lokala grupper i sociala medier (ex. Facebook, Instagram, Twitter)?'. Svartalternativen framgår av tabellen. Tabellen redogör för samtliga som har besvarat frågan, d.v.s. inklusive den andel på 26 procent som svarat att de inte använder sociala medier. Antal svarande är 1 827.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2017.

**Tabell 7 Frekvens på aktiviteter i lokala grupper i sociala medier 2017 (procentandel minst 3 dagar/vecka)**

	16–29 år	30–49 år	50–64 år	65–85 år
Håller mig uppdaterad om händelser i lokala samhället	46	45	35	21
Får information om lokala evenemang	44	35	27	15
Klickar på länkar till nyheter i lokala medier	40	29	22	12
Söker efter tips och hjälp	24	20	14	7
Lägger ut egna bilder och texter	16	10	6	2
Kommenterar och diskuterar lokala frågor	10	6	5	2
Köper och säljer saker privat	7	5	3	1
Använder inte sociala medier	7	13	27	48
Minsta antal svar	276	534	478	539

**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur ofta gör du följande i lokala grupper i sociala medier (ex. Facebook, Instagram, Twitter)?'. Svarskalan är sexgradig från 'dagligen' till 'aldrig', samt 'använder inte sociala medier'. Antalet svar är 1 827, och den andel på 26 procent som svarat att de inte använder sociala medier ingår i basen för procentberäkningen.

**Källa:** Den nationella SOM-undersökningen 2017.

Samtidigt är det viktigt att se att det finns olika typer av lokala grupper på Facebook. En del av dessa är generellt inriktade, men de flesta har någon typ av nischinriktning. En kartläggning av lokala Facebookgrupper i fyra kommuner under 2017 (Nacka, Södertälje, Helsingborg och Gnesta) har påvisat olika typer av både öppna och slutna lokala Facebookgrupper (Martin & Skeppstedt, 2017; Heppling & Said, 2017):

- Gemensamma mötesplatser som t ex Gnesta tillsammans som har över 5000 medlemmar i en kommun med 11 000 invånare. Men denna typ av grupper finns mest i mindre samhällen, delar av kommuner och byar.
- Köp/sälj sajter för privatpersoner och specialsajter för jobbbannonser och lägenheter. Dessa är oftast de största i antalet medlemmar och aktivitet.
- Nostalgisajter av typ ”Du vet att du är från Helsingborg om du...”. Här läggs ut gamla bilder och minnen. De har ofta många medlemmar, men frekvensen på uppdateringar är ofta låg.
- Kampanj- och aktivistsajter som t ex för att bevara BB i Sollefteå eller mindre frågor som att bygga cykelbanor eller bevara kolonitradgårdar. Dessa grupper kan vara mycket aktiva under en kort tid, för att sedan passiviseras när frågan inte längre är aktuell.
- Föreningssajter för t ex idrott som fungerar som en sammanhållande plats och informationsförmedling och kan ha många aktiva medlemmar.

Till detta kommer sidor på Facebook som lokala aktörer håller uppdaterade mer eller mindre regelbundet – den lokala polisen, kommunens informationsverksamhet, politiska partier och lokala medier av olika slag som använder Facebook som plattform för distribution.

Sammantaget visar SOM-undersökningen att Facebook i allt större grad blir en slags lokal medieplattform som förenar olika typer av funktioner. Samma utveckling syns i Norge där en enkät hösten 2016 visade att Facebook blivit den helt dominerande plattformen för lokala nyheter, då nästan dubbelt så många dagligen använde Facebook för de lokala nyheterna jämfört med andelen som läste den lokala dagstidningen (Olsen m.fl., 2018). I den norska studien framgår att människor nu får många av de små nyheter som håller ihop lokalsamhället via Facebook – födelsedagar, lokala evenemang och diskussioner. Till detta kommer det faktum att Facebook tar över en stor del av de lokala annonsmarknaderna, vilket medför att plattformen även blir en kommersiell marknadsplats för lokalsamhället. 2016 stod Facebook och Google för 63 procent av den digitala reklamförsäljningen i Sverige, nästan 10 miljarder. Dagstidningarna stod för en knapp femtedel av denna summa (Ohlsson, 2017). Men samtidigt är det tydligt att de traditionella medierna och Facebook är invädda i varandra, då länkar till lokalmedier är en viktig del av det lokala innehållet på Facebook samtidigt som lokalmedier använder lokala Facebookgrupper för både idéer och research (Appelberg, 2018; Sörgård Olsen, 2018).

## Sammanfattning: Ett lokalt hybrid-mediesystem?

Det diskuteras ibland om medietvecklingen är snabb eller långsam. Med regelbundna mellanrum har papperstidningens död utropats, redan i slutet av 1990-talet trodde ett konsultföretag i en rapport till Tidningsutgivarna att papperstidningen skulle vara borta runt 2010 och ersättas av nättidningar (Nygren & Zuiderveld, 2011). Förändringar tar ofta längre tid än vad man tror i olika typer av framtidsspaningar. En annan slutsats av 2017 års SOM-undersökning är (när det gäller lokala medier) att när förändringarna väl kommer, så blir det annorlunda än man trodde för 20 år sedan. Då fanns inte det vi idag kallar sociala medier – idag är det Facebook som tagit platsen som den mest använda plattformen för att följa det lokala samhället.

Samtidigt finns de gamla medierna kvar, och hittar nya platser i medieekologin. Lokaltidningen producerar fortfarande nyheter, men människor möter dem i allt större utsträckning som länkar på Facebook. Nya hyperlokala medier växer fram, gratistidningar som trycks på det papper som dömdes ut för 20 år sedan men som nu hittar nya platser i medieekologin. Public service behåller sin starka ställning, men nu också på nätet och i mobilernas appar som visar vägen till olika slags poddar (företeelser som inte fanns för 20 år sedan). Fram växer ett slags hybridssystem där nya och gamla medieformer lever sida vid sida, där nya medier inte ersätter de gamla men samtidigt förändrar förutsättningarna för alla typer av lokala medier (Chadwick, 2013; Hermida, 2016).

2017 års SOM-undersökning visar tydliga förändringar i de lokala medieekologierna sedan frågorna ställdes två år tidigare:

- Den regelbundna läsningen av lokala papperstidningar minskar snabbt. Det kompenseras inte av en ökad läsning av lokaltidningen på nätet, tvärtom syns en viss minskning bland de yngsta och de äldsta kanske beroende på att betalmodeller introducerats av tidningarna. Men trots den minskade läsningen, så anser människor fortfarande att den lokala tidningen (både papper och nät) är viktig för att man ska kunna hålla sig orienterad om vad som händer i det lokala samhället.
- Det finns betydligt färre regelbundna läsare av lokaltidningen (både papper och sajt) i kommuner där det inte finns lokalredaktioner. Istället är det fler som läser gratistidningar i dessa kommuner där de prenumererade tidningarna inte finns på plats. Totalt sett så är läsning av hyperlokala gratistidningar och lokala nyhetssajter oförändrad, de får en relativt sett viktigare roll när dagstidningar drar ner.
- Public service (SVTs lokala nyheter och Sveriges Radio P4) är de mest använda traditionella medierna i hela landet. De får något färre lyssnare/tittare, särskilt bland de äldre. Men fortfarande har de en profil med stark tyngdpunkt bland äldre grupper av användare.

- Facebook har växt till den mest använda plattformen för att hålla sig informerad om vad som händer i det lokala samhället. Lokala grupper på Facebook tar över en del av funktionerna från traditionella medier, men blir också en viktig plattform för att möta lokala nyheter producerade av lokalmedier: för åldersgrupperna under 50 år är det vanligare att man klickar på lokalnyheter på Facebook än att man går till de lokala mediernas egna sajter. Facebook blir en mediemiljö där de personliga nätverken och lokalsamhället möts, där man kan både få hjälp och uttrycka vad man känner, där man ser vad som är på gång i lokalsamhället och får de lokala nyheterna. Men Facebook producerar inget innehåll – det är fortfarande de traditionella lokalmedierna som står för den lokala journalistiken. Vare sig det är gamla dagstidningar eller nya hyperlokala gratistidningar och nyhetssajter.

## **Den globala och lokala makten i medieekologin**

I dagens medieekologier är vi ständigt omgivna av ett nyhetsflöde, bara några knapptryck bort finns de senaste nyheterna på datorn eller i mobilen med nyhetsappar och uppdateringar i sociala medier (Hermida, 2016). Detta gäller också de lokala medieekologierna där journalistik, diskussioner och personliga relationer blandas i det dagliga flödet på Facebook och i olika typer av gratistidningar. Det lokala och det globala blandas i flödena, de sociala relationerna, nyheter och diskussioner om samhällsfrågor vävs samman. De traditionella medierna finns med i detta flöde, samtidigt som den direkta relationen till lokalmedier blir svagare när allt fler möter dessa mest som länkar på Facebook.

Traditionella lokalmedier har byggt sin legitimitet på att de har en viktig roll i det lokala samhället, både som samlingsplats och som oberoende granskare. För de sociala medieplattformarna saknas denna form av institutionell legitimitet, särskilt när det gäller deras roll som nyhetsplattform (Napoli, 2015). När Facebook hösten 2017 ändrade i sina algoritmer för att tona ner länkar till traditionella medier, så fattades beslutet i USA men får konsekvenser ända ner på kommunnivå i Sverige. Flera tidningar och sajter rapporterar kraftigt minskad trafik från Facebook sedan plattformen ändrade sina algoritmer i slutet av 2017 för att tona ner nyhetsmediers roll i användarnas flöden (Medievärlden 2018-02-02). Samtidigt försvinner en stor del av de annonsintäkter som varit en grundval för lokaljournalistiken i Sverige till jättar som Facebook och Google.

Facebook är ett exempel på hur makt i de lokala medieekologierna förskjuts mot det globala. För de lokala dagstidningarna har det samtidigt skett en maktförskjutning från det lokala till regionala mediekoncerner. Samtidigt får de hyperlokala medierna en allt viktigare roll – gratistidningar är betydligt mer lästa där dagstidningar drar sig tillbaka både i storstäder som Stockholm och i resten av landet. Men dagstidningar och public service är långt ifrån uträknade, även om användningen minskar så är de fortfarande de viktigaste för de flesta människor för att de ska kunna följa det lokala samhället.



## Not

- <sup>1</sup> Den senaste versionen av kartläggningen finns tillgänglig kommunvis på <http://mediestudier.se/kommunbevakning/>. 2016 års siffror finns även i Nygren m. fl., 2017.

## Referenser

- Anderson, Chris W (2009). *Breaking Journalism Down: Work, Authority and Networking Local News 1997–2009*. New York: Columbia University.
- Anderson, Chris W (2016). News Ecosystems. I Witschge, Tamara, Andersson, C.W, Domingo, David & Hermida, Alfred (red) *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: SAGE.
- Appelberg, Jonas (2018). *Gilla oss! – En studie av fyra svenska medieföretags arbete med sociala medier*. Sundsvall: Mittuniversitetet.
- Chadwick, Andrew (2013). *The hybrid media system*. Oxford: Oxford university press.
- Coleman, Stephen, Thumim, Nancy; Birchall, Chris; Firmstone, Julie; Moss, Giles; Parry, Katy; Stamper, Judith & Blumler, Jay G (2016). *The mediated city. The news in a postindustrial context*. London: Zed books.
- Hellekant Rowe, Erika & Karlsson, Michael (2017). Lokalredaktionens betydelse. Så påverkas den lokala bevakningen när journalister jobbar på distans. I Lars Truedson (red) *Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2016/2017*. Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Heppling, Elin & Said, Mohamed (2017). *Södertäljes förändrade medieekologi. En studie av Södertäljes mediestruktur samt Länsstidningens innehåll 1997 och 2017*. Södertörns högskola, C-uppsats i journalistik.
- Hermida, Alfred (2016) Social Media and the News. I Witschge, Tamara, Andersson, C.W, Domingo, David & Hermida, Alfred (red) *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. London: SAGE.
- Leckner, Sara & Nygren, Gunnar (2016). Det lokala och hyperlokala medielandskapet – nyhetspublicering utanför de etablerade medierna. I Lars Truedson (red) *Mediestudiers årsbok 2015/2016 – fokus på den lokala rapporteringen*. Stockholm: Institutet för mediastudier.
- Martin, Tove & Skeppstedt, Lisa (2017). *Vilken roll spelar Facebook i den lokala journalistiken? En studie av Helsingborgs Dagblad, Lokaltidningen Helsingborg, SVT Nyheter Helsingborg och SR P4 Malmöhus*. Södertörns högskola, C-uppsats i journalistik.
- Medievärlden (2018). Nedladdat 2018-05-26: <https://www.medievarlden.se/2018/02/unts-nya-grepp-att-gora-journalistik-med-lasarna/>
- Napoli, Phil M (2015). Social media and the public interest: Governance of news platforms in the realm of individual and algorithmic gatekeeper. *Telecommunications Policy* 13 (9), 751–760.

- Napoli, Philip M; Stonbely, Sarah; McCollough, Kathleen & Renningen, Bryce (2015). *Assessing the Health of Local Journalism Ecosystems*. New Brunswick: Rutgers University. Downloaded 20180503. [http://mpii.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/129/2015/06/Assessing-Local-Journalism\\_Final-Draft-6.23.15.pdf](http://mpii.rutgers.edu/wp-content/uploads/sites/129/2015/06/Assessing-Local-Journalism_Final-Draft-6.23.15.pdf)
- Nielsen, Rasmus Kleis (red, 2015). *Local journalism. The decline of newspapers and the rise of digital media*. London and New York: I.B. Tauris.
- Nordlund, Felicia & Kramsjö, Stina (2017). *Upp till kamp på Facebook! En komparativ studie om nedläggningen av Sollefteå BB i lokala medier och på Facebook*. Södertörns högskola, C-uppsats i journalistik.
- Nygren, Gunnar (2005). *Skilda medievärldar – lokal offentlighet och lokala medier i Stockholm*. Stockholm och Stehag: Brutus Östling Bokförlag Symposium.
- Nygren, Gunnar (2016). Medieekologi – ett helhetsperspektiv på medieutveckling. I *Människorna, medierna och marknaden* (SOU 2016:30). Forskningsantologi av Medieutredningen.
- Nygren, Gunnar & Zuiderveld, Maria (2011). *En himla många kanaler – flerkanalpublicering i svenska mediehus*. Göteborg: Nordicom.
- Nygren, Gunnar & Leckner, Sara (2016). Facebook och hyperlokalt i de lokala mediernas ecosystem. I Jonas Ohlsson, Henrik Oscarsson & Maria Solevid (red) *Ekvilibrum*. Göteborg: SOM-institutet.
- Nygren, Gunnar, Leckner, Sara & Tenor, Carina (2017). Hyperlocals and Legacy Media. Media ecologies in transition. *Nordicom Review* (ahead of print) DOI:10.1414/nor-2017-0419
- Ohlsson, Jonas (2016). *Den svenska mediemarknaden – ägare, företag, medier*. Göteborg: Nordicom.
- Ohlsson, Jonas (2017). Medielandskapets dataficering. I Lars Truedson (red) *Mediestudiers årsbok – tillståndet för journalistiken 2016/2017*. Stockholm: Institutet för mediestudier.
- Olsen, Ragnhild, Mona Solvoll & Anne-Britt Gran (2018). *Digitalisering av lokal mediebruk*. Oslo: BI Centre for Creative Industries. Downloaded 20180517 from <https://www.bi.no/globalassets/forskning/centre-for-creative-industries/publications/digitalisering-av-lokal-mediebruk-versjon-2.pdf>
- Paulsen Lie, Malene (2018). Lokalavisen och Facebook – en studie av medier og lokaltilhørighet. I Birgit Røe Mathisen & Lisbeth Morlandstø (red) *Lokale medier. Samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Peters, Chris & Broersmam, Marcel (red, 2017). *Rethinking journalism again. Societal role and public relevance in a digital age*. London and New York: Routledge.
- PEW – Project for excellence in Journalism (2010). *How News Happens – A study of the Ecosystem of One American City*. Nedladdat 20180503: <http://www.journalism.org/2010/01/11/how-news-happens/>
- Scolari, Carlos A (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory* 22(2012), 204-225.

- Sörgård Olsen, Karianne (2018). Lokajournalisten og Facebook – journalistiske profesjonsutfordringen på sosiale medier. I Birgit Røe Mathisen & Lisbeth Morlandstö (red) *Lokale medier. Samfunnsrolle, offentlighet og opinionsdanning*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Weibull, Lennart (2015). Dagstidningsprenumeratoin igår, idag och imorgon. I Annika Bergström, Bengt Johansson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarsson (red) *Fragment*. Göteborg: SOM-institutet.