

MINSKADE SKILLNADER MELLAN YNGRES OCH ÄLDRES DIGITALA NYHETSVANOR

ULRIKA ANDERSSON

Sammanfattning

I takt med att samhället blivit allt mer digitaliserat har skiljelinjen mellan yngres och äldres medievanor vuxit sig större. Där yngre föredrar nyhetssajter och konsumerar nyheter i sociala medieplattformar, riktar äldre fokus mot morgontidningar på papper och linjär tv och radio. Det gällde i början av 2010-talet och det gäller huvudsakligen även 2019. Men det är också tydligt att någonting är på väg att förändras. Medan yngres digitala nyhetsanvändning har stabiliserats under de senaste åren, har frekvensen i äldres digitala nyhetskonsumtion börjat röra sig uppåt. Fortfarande finns en stor åldersrelaterad digital skiljelinje bland invånarna i Västra Götaland, men den har på några få år krympt väsentligen. Det är några av resultaten som framkommer i 2019 års västsvenska SOM-undersökning.

Både svensk och internationell forskning har kunnat visa på ålders- och generationsbetingade skillnader i nyhetsanvändning som är kopplade till den sociokulturella och teknologiska kontext som individerna befunnit sig i under uppväxtåren och som unga vuxna (Lee m.fl., 2013; Patterson, 2013; Bohlin, 2016). Nyhetsvanor som etableras under de formativa åren tenderar att påverka de mediala som individen gör längre fram i livet (LaRose, 2010; Lee m.fl., 2013; Westlund & Weibull, 2013). Generationer som har vuxit upp under en tidsperiod då nyhetsutbudet bestod av tryckta dagstidningar och tabblålagda nyhetssändningar, tenderar att i vuxen ålder framför allt vända sig till dessa medier trots att nya medier tillkommit på mediemarknaden. För generationer som vuxit upp med internet som ett självklart inslag i medievardagen, ter det sig oftast naturligt att istället rikta blicken mot nyhetsaktörernas digitala plattformar.

Med digitaliseringen, framväxten av mobil teknik och etableringen av sociala medieplattformar har mediemarknaden under 2010-talet kommit att erbjuda ett brett spektrum av möjligheter att ta del av nyheter i olika kanaler och på olika plattformar. Teoretiskt menar forskare att de generationsbetingade skillnaderna i hur människor socialiseras in i olika mediebeteenden borde fungera på samma sätt även i tider då multiplattformar dominerar nyhetsutbudet (jfr. Edgerly m.fl., 2018). Samtidigt finns det faktorer som rimligen påverkar också de generationer som inte utgör så kallade 'digital natives'. Exempelvis arbetar morgontidningsbranschen i Sverige för att öka antalet digitala konverteringar, vilket även inkluderar att få

befintliga papperstidningsprenumeranter – vilka oftast tillhör den äldre delen av befolkningen – att åtminstone delvis gå över till den digitala tidningsprodukten (Andersson, 2020). I Sverige har de allra flesta invånare numera också tillgång till smartphones (92 procent) och internet (98 procent) (Internetstiftelsen, 2020a). Bland 66–75-åringar använder 96 procent internet och bland personer över 75 år är andelen användare 73 procent. År 2010 var motsvarande andel 61 respektive 23 procent (Internetstiftelsen, 2020b). I den äldsta åldersgruppen är det numera 60 procent som använder internet minst en gång om dagen. Trots att det här är grupper som introducerats för digitala medier sent i livet, har de i allt ökande utsträckning tagit till sig den nya tekniken.

Frågan är i vilken utsträckning de äldre generationerna följer det övergripande mönstret att medier som funnits tillgängliga under de formativa åren också är de som framför allt används även senare i livet (jfr Bohlin, 2016; Edgerly m.fl., 2018) eller om digitala medier börjar få en allt mer framträdande roll, om än kanske inte i lika hög utsträckning som bland unga medieanvändare. Fokus för det här kapitlet är att granska hur nyhetsvanorna ser ut i den västsvenska befolkningen och om den ökade internetanvändningen bland äldre (Internetstiftelsen, 2020a) även innebär en motsvarande ökning i de äldres användning av digitala nyhetsplattformar. Kapitlet inleds med en beskrivning av hur nyhetsvanorna har förändrats på ett generellt plan under perioden 2008–2019 och övergår därefter till en jämförelse i hur olika åldersgruppers nyhetsanvändning ser ut liksom hur användningen har förändrats mellan 2015 och 2019.

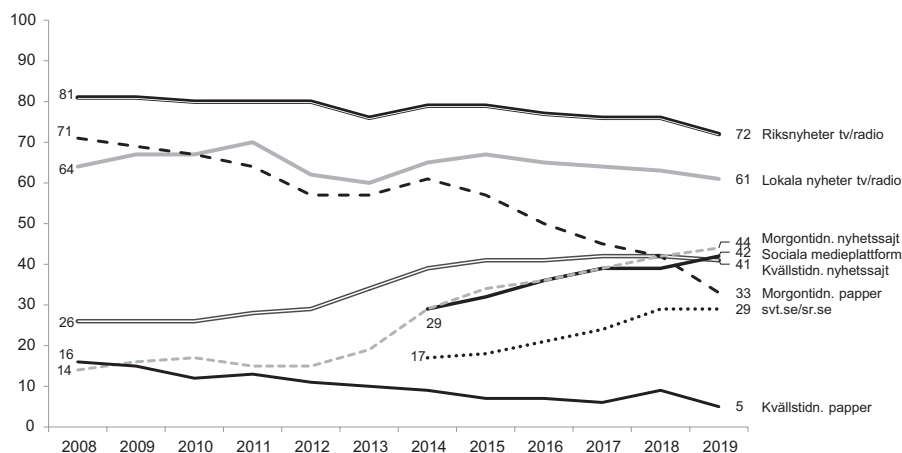
Västsvenska nyhetsvanor 2008–2019

I Sverige har dagspress, radio och tv under lång tid varit människors huvudsakliga källa till information och nyheter om samhället. Särskilt morgontidningar och nyhetssändningar i public servicemedier har haft en stark position, då de nått ut till en mycket stor del av befolkningen (Weibull m.fl., 2018). Med internet och de sociala mediernas etablering har det skett en förskjutning i medievänorna, där mediemarknadens ökande segmentering bidragit till att splittra publikens uppmärksamhet på allt fler medier. Det har sedan 2008 skett en tydlig förändring i vilka plattformar nyhetspubliken vänder sig till för att få nyhetsbehovet tillgodosett. En samlad bild av västsvenskarnas nyhetsvanor visar på en rörelse från papper och tablå till digitala nyhetsmedier, en förändring som ligger i linje med hur det samlade medieutbudet har utvecklats, med allt större fokus på digitala plattformar. Men även om de digitala plattformarna har kommit att få en allt mer central roll, skiljer sig användningsmönstret både för olika medier och för olika åldersgrupper.

Den kanske mest påtagliga transformationen i Sverige såväl som i Västsverige står dagspressen för. Användningen av tidningarnas nyhetssajter har präglats av en stadigt uppåtgående kurva, samtidigt som papperstidningarna har befunnit sig i en brant nerförsbacke. År 2008 läste 71 procent av västsvenskarna någon

morgontidning på papper minst 3 dagar i veckan, att jämföra med 33 procent år 2019 (figur 1). För första gången någonsin i SOM-undersökningarna överstiger nu användningen av morgontidningssajterna läsningen av pappersmorgontidningarna. År 2019 är det 44 procent av västsvenskarna som tar del av morgontidningarnas nyhetssajter minst 3 av dagar i veckan. Mönstret är detsamma för kvällspressens papperstidningar respektive nyhetssajter. Andelen västsvenska kvällstidningsläsare har sedan 2005 minskat från 16 till 5 procent när det gäller papperstidningar medan användningen av kvällstidningssajterna sedan 2008 har ökat från 26 till 41 procent. Till skillnad från morgontidningssajterna förefaller kvällstidningssajterna dock sedan några år befinna sig i en platåfas, där andelen regelbundna användare varken ökar eller minskar.

Figur 1 Nyhetsanvändning i Västsverige minst 3 dagar/vecka¹ 2008–2019 (procent)



Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Riksenheter = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna samt sedan 2015 nyheter i Sveriges Radio P3. Lokala nyheter radio/tv = Sveriges Radio P4, SVT:s lokala nyhetssändningar samt till och med 2014 lokala nyheter i TV4. ¹Fram till 2013 var svarsskalan i enkäterna en annan för morgontidningar på papper och nyhetssajt än för övriga nyhetsmedier. Till och med 2013 visar procentandelarna för morgontidningarna därför användning minst 4 dagar per vecka medan redovisningen från 2014 och framåt avser användning minst 3 dagar per vecka. Antalet svar 2019 var 2 898.

Källa: Den västsvenska SOM-undersökningen 2008–2019.

Nationella och lokala nyhetssändningar i radio och tv har haft en mer stabil plats i västsvenskarnas nyhetskonsumtion. Visserligen ses en nedgång från 81 till 72 procent regelbundna tittare på Aktuellt, Rapport och TV4 Nyheterna under perioden 2008–2019, men i jämförelse med dagspressen får det betraktas som en modest förändring. De lokala nyhetssändningarna i Västsverige har legat på mer eller

mindre samma användningsnivå under hela tidsperioden, med vissa fluktuationer uppåt och nedåt under enskilda år. Parallellt har public serviceaktörerna sett en uppgång i andelen som regelbundet vänder sig till svt.se och sr.se för att ta del av nyheter, från 17 procent år 2014 till 29 procent år 2019. För Sveriges Television (SVT) spelar de lokala redaktionernas hemsidor en viktig roll för nyhetsbesöken till sajten (Sveriges Television, 2020).

Den plattform som under 2010-talet har slagit igenom starkast som nyhetsdistributör, är sociala medier. Fyra av fem västsvenskar uppger att de tar del av nyheter via sociala medieplattformar minst 3 av veckans dagar. Exakt vilken slags nyheter som konsumeras är inte helt givet, inte heller om det handlar om att ta del av enstaka artiklar som delats av vänner eller om det rör sig om besök på nyhetsmediers konton i sociala medier. De studier som hittills gjorts pekar dock mot att det är nyheter som kommer från traditionella medier som avses (Jervelycke Belfrage & Bergström, 2017; Bergström, 2016; Young, 2015).

Empiriskt går det därmed att urskilja fyra grupperingar i de västsvenska nyhetsvanorna. Den första utgörs av nyheter i radio och tv, vilka kan beskrivas som ett slags tätgrupp som en majoritet av invånarna tar del av. Den andra består av digitala plattformar som morgontidningssajter, kvällstidningssajter och sociala medier. Strax under denna grupp kommer morgontidningar på papper och public service-mediernas nyhetssajter, medan kvällstidningarnas papperstidningar utgör en egen grupp.

Den digitala skiljelinjen mellan yngre och äldre nyhetskonsumenter i Västsverige

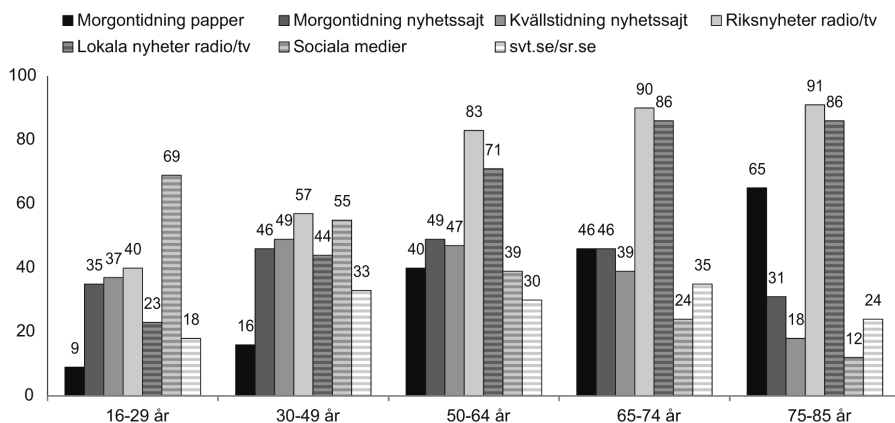
Det finns ett antal faktorer som forskningen brukar lyfta fram som viktiga förklaringar till varför vanan att ta del av medier skiljer sig mellan olika människor. Under senare år har framför allt ålder och generationstillhörighet beskrivits som centrala faktorer för nyhetsanvändningen (Wadbring, 2015; Andersson, 2014: 28ff; Wadbring & Bergström, 2017).

Betydelsen av ålder är också tydlig i 2019 års västsvenska SOM-undersökning. Jämförelser mellan olika åldersgrupper visar ett mönster där de regelbundna nyhetsvanorna skiljer sig både i frekvens och i valet av medier. Unga tar generellt del av nyheter i betydligt lägre utsträckning än äldre och de föredrar digitala plattformar framför papper och linjära sändningar. Äldre väljer i sin tur i första hand morgontidning på papper och linjär radio och tv. För flera nyhetsmedier präglas vanorna hos yngre och äldre av ett spegelvänt förhållande, där det som används mest i den ena gruppen är minst använt i den andra, och tvärtom.

Denna fördelning är särskilt tydlig för pappersmorgontidningarna. Unga under 30 år tillhör gruppen av minst frekventa läsare, där endast 9 procent läser någon morgontidning på papper 3–7 dagar per vecka (figur 2). Andelen regelbundna läsare ökar därefter i takt med stigande ålder. De flitigaste morgontidningsläsarna finns

hos 75–85-åringar, där 65 procent läser minst tre av veckans sju dagar. För morgontidningssajterna syns ett lätt u-format användningsmönster, där 30–64-åringarna tillhör de mest regelbundna användarna, medan användningen är något lägre bland yngre och äldre. Ett liknande mönster framträder för kvällstidningarnas nyhetssajter. Kvällstidningen på papper för däremot en tynande tillvaro. Andelen regelbundna läsare finns inte redovisad i figuren, men varierar mellan 3 procent (16–49-åringar) och 6 procent (65–85-åringar).

Figur 2 Användning av nyhetsmedier minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2019 (procent)



Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Riksnyheter=Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna, nyheter i Sveriges Radio P3. Lokala nyheter radio/tv=Sveriges Radio P4, SVT:s lokala nyhetssändningar. För att mäta styrka och riktning i sambanden används måttet tau-c, som går från -1 (perfekt negativt samband) och +1 (perfekt positivt samband). 0 innebär att samband saknas. Sambanden är följande: morgontidning papper 0,27***, morgontidning nyhetssajt -0,03, kvällstidning nyhetssajt -0,16***, riksnyheter radio/tv 0,30***; lokala nyheter radio/tv 0,49***, sociala medier -0,33***, svt.se/sr.se -0,01. Minsta antal svar på grupp-nivå är 356 (75–85-åringar). *** $p=0,000$

Källa: Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

Åldersskillnaderna syns också i användningen av nationella och regionala nyhetsprogram i radio och tv. Bland de yngsta, 16–29-åringarna är det 40 procent som regelbundet tar del av nationella nyhetssändningar, en andel som bland 30–49-åringar är 57 procent, bland 50–64-åringar 83 procent och som bland äldre över 65 år når höga 90 procent (figur 2). Trappan är densamma för lokala nyheter i radio och tv, där andelen regelbundna användare är 23 procent bland de yngsta och 86 procent bland individer över 65 år.

Den plattform som är den överlägset mest använda när unga uppger hur ofta de tar del av nyheter är sociala medier. Det är också de unga som står för den mest

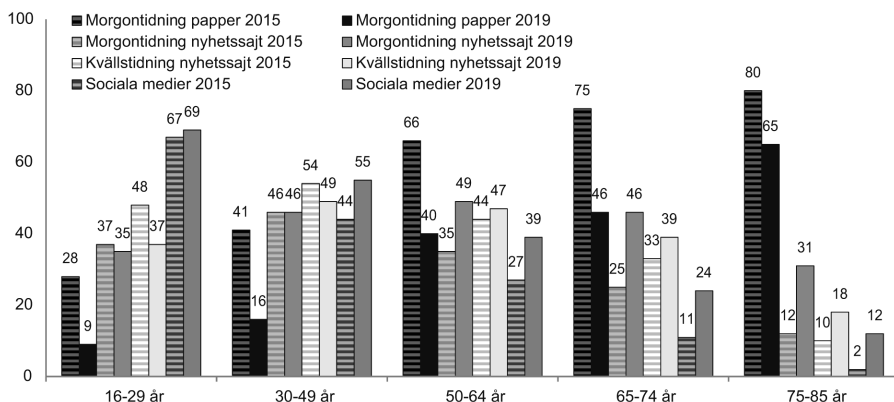
frekventa användningen jämfört med övriga åldersgrupper. Andelen som i sociala medier också tar del av nyheter är 69 procent bland 16–29-åringar, att jämföra med 12 procent bland 75–85-åringar. Sociala medier bidrar således till att öka nyhetsinhämtningen i grupper som generellt har ett lägre intresse för traditionella nyheter, i det här fallet unga. Liknande resultat har även framkommit i internationell forskning (Fletcher & Kleis Nielsen, 2018).

Den digitala klyftan mellan yngre och äldre minskar

Det är tydligt att fundamentet för framför allt yngres och äldres nyhetsvanor är olika. Även om det alltid har funnits skillnader mellan åldersgrupperna, då framför allt med avseende på användningsfrekvens (jfr Weibull, 1983), har det i samband med medielandskapets digitalisering vuxit fram en tydlig digital klyfta mellan olika generationer. Samtidigt indikerar resultaten i den västsvenska SOM-undersökningen att den digitala skiljelinjen eventuellt är på väg att minska något. Det sägs ofta att förändringen av medielandskapet aldrig har gått så snabbt som nu. Det kan låta som en klyscha, men faktum är det på några få år har hunnit ske påtagliga förändringar i västsvenskanas nyhetsvanor. Omvandlingen har varit som störst under 2010-talets senare hälft, varför jämförelsen här utgår från åren 2015 och 2019. Den mest påtagliga förändringen kan ses i läsningen av pappersmorgontidningar, där det på några få år har skett en markant minskning över hela åldersspannet. Av de 28 procent av 16–29-åringarna som 2015 läste någon morgontidning på papper minst tre dagar i veckan finns bara en tredjedel kvar, 9 procent (figur 3). Bland 30–49-åringar har andelen minskat från 41 till 16 procent. Även i de grupper som brukar beskrivas som morgontidningarnas trogna läsekrets, äldre över 65 år, är minskningen tydlig. Bland 65–74-åringar har andelen regelbundna läsare minskat från 75 till 46 procent och bland personer över 75 år från 80 till 65 procent. Det har tveklöst skett en mycket snabb förändring för papperstidningarna.

Tidigare har en viss del av tappet för morgontidningar på papper kompenseras av en ökad användning av morgontidningssajterna. Bland 16–49-åringar har denna ökning dock uteblivit mellan 2015 och 2019, ett resultat som även gäller för användningen av kvällstidningarnas nyhetssajter. Däremot syns en ökning av andelen 50–85 åringar som minst tre dagar i veckan tar del av nyheter från någon morgontidningssajt. Ökningen är mest uttalad bland personer över 65 år. 65–74-åringars användning av morgontidningarnas nyhetssajter överstiger numera 16–29-åringarnas konsumtion. Och bland 75–85-åringarna är användningen nästan uppe på samma nivå som bland unga västsvenskar.

Figur 3 Användning av dagspress och nyheter i sociala medieplattformar minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2015 och 2019 (procent)



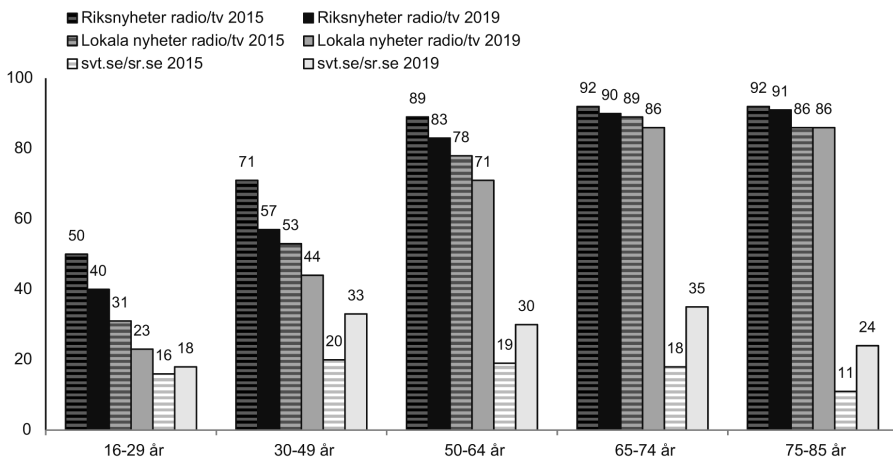
Kommentar: Morgontidningar på papper inkluderar dagliga gratistidningar. Följande förändringar är signifikanta ($p=0,01$): morgontidning på papper i samtliga åldersgrupper, morgontidningssajter i åldersgruppen 50–85-år, sociala medier i åldersgruppen 30–85-år. Minsta antal svar på gruppnivå 2019 är 356 (75–85-åringar).

Källa: Den västsvenska SOM-undersökningen 2015 och 2019.

Också ökningen av andelen unga som tar del av nyheter i olika sociala medieplattformar 3–7 dagar i veckan har stannat av under perioden 2015–2019 (figur 3). I övriga åldersgrupper syns däremot en tydlig uppgång. Exempelvis har andelen 50–64-åringar som regelbundet konsumerar nyheter i sociala medier ökat från 27 procent 2015 till 39 procent 2019. Men störst förändring står personer över 65 år för. Sedan 2015 har andelen som regelbundet tar del av nyheter i sociala medier ökat från 11 till 24 procent i åldersgruppen 65–74 år, det vill säga en fördubbling, medan andelen användare bland 75–85-åringar har sexdubblats från 2 till 12 procent. Även om det fortfarande är det relativt få av de allra äldsta som konsumerar nyheter i sociala medieplattformar, har deras ökade användning resulterat i att glappet mellan yngre och äldre har minskat något på den här punkten, från 65 procentenheter 2015 till 57 procentenheter 2019.

För nationella och regionala nyhetssändningar i tv och radio har användningen minskat i samtliga åldersgrupper mellan 16–64 år, om än i något olika utsträckning (figur 4). Bland de äldsta har andelen regelbundna användare däremot förblivit intakt. I de äldre grupperna kan noteras en ökad användning av public servicemediernas nyhetssajter, en förändring som också gäller för 30–64-åringar. Exempelvis har andelen 74–85-åringar som minst tre dagar i veckan vänder sig till svt.se eller sr.se för att ta del av nyheter ökat från 11 till 24 procent mellan 2015 och 2019.

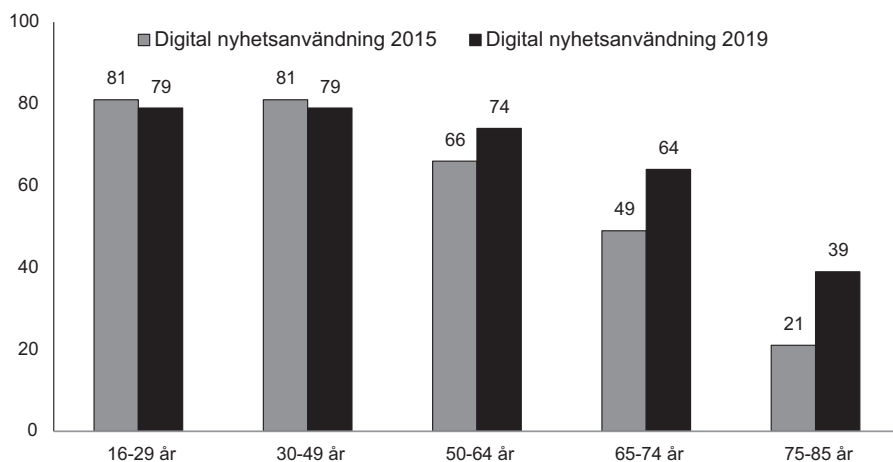
Figur 4 Användning av nationella respektive lokala nyheter i radio och tv minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2015 och 2019 (procent)



Kommentar: Riksnyheter radio/tv = Rapport, Aktuellt, Nyheterna i TV4, Ekonyheterna, nyheter i Sveriges Radio P3. Lokala nyheter radio/tv = Sveriges Radio P4, SVT:s lokala nyhetssändningar. Följande förändringar är signifikanta ($p=0,01$): riksnyheter radio/tv i åldersgruppen 16–49 år, lokala nyheter radio/tv i åldersgruppen 16–64 år, svt.se/sr.se i åldersgruppen 30–85-år. Minsta antal svar på grupp nivå 2019 är 356 (75–85-åringar).

Källa: Den västsvenska SOM-undersökningen 2015 och 2019.

Den sammantagna bilden av hur de västsvenska nyhetsvanorna har förändrats i slutet av 2010-talet pekar i delvis olika riktning beroende på vilken åldersgrupp och vilka medier som jämförs. Bilden som framträder är dock att den digitala klyftan i invånarnas nyhetskonsumtion förefaller ha minskat över tid. Det beror framför allt på att de yngres samlade användning av webbaserade nyhetsmedier har varit relativt oförändrad mellan 2015 och 2019 samtidigt som de digitala vanorna har stärkts bland personer över 65 år. När de olika åldersgruppernas totala användning av digitala nyhetsmedier jämförs visar det sig att den digitala klyftan mellan yngre och äldre i Västsverige har minskat från 60 till 40 procentenheter mellan 2015 och 2019. Fortfarande är glappet stort, men om de digitala vanorna bland äldre fortsätter att förändras i samma takt som under de senaste åren torde den digitala skiljelinjen bli allt mindre framöver.

Figur 5 Samlad nyhetsanvändning på olika digitala plattformar minst 3 dagar/vecka i olika åldersgrupper 2015 och 2019 (procent)

Kommentar: Digital nyhetsanvändning avser morgontidningars nyhetssajter, kvällstidningars nyhetssajter, nyheter i sociala medier, svt.se samt sr.se. Minsta antal svar på gruppnivå är 356 (75–85-åringar).

Källa: Den västsvenska SOM-undersökningen 2015 och 2019.

Slutord

Fria och tillgängliga nyhetsmedier är en central byggsten i det demokratiska samhället. Genom att ta del av nyhetsmedier får människor möjlighet att orientera sig i aktuella frågor och förstå olika skeenden i samhället. De får också chans att uppdatera sig om vad som händer på den egna orten, i andra delar av Sverige och i världen i stort. Dessutom kan varje människa skapa sin egen uppfattning och erfarenhet om gemensamma problem, intressen och möjligheter. En växande del av nyhetsanvändningen sker numera på internet eller i olika mobila applikationer. Dessutom hämtar allt fler människor, i synnerhet yngre, information och nyheter från andra källor än traditionella nyhetsmedier, exempelvis via sociala medieplattformar, bloggar, Wikipedia, YouTube eller Google (Mitchell m.fl., 2013; Jervelycke Belfrage, 2018). Resultaten i det här kapitlet om västsvenska nyhetsvanor visar att intresset för att ta del av nyheter är stort hos invånarna. Samtidigt skiljer sig valet av nyhetsmedier påtagligt mellan olika åldersgrupper, inte minst med avseende på nyhetskonsumtion i olika digitala plattformar. Den digitala klyfta som vuxit fram mellan yngres och äldres medievanor är fortfarande stor, men den har på kort tid minskat. Det beror framför allt på att äldre över 65 år i allt högre utsträckning vänder sig till digitala nyhetsplattformar.

Forskningen har beskrivit en rad fördelar med att fler äldre nyttjar digitala medier, exempelvis att det kan bidra till ett bredare perspektiv på världen men också till större delaktighet i samhället (SPF, 2019; Hage, 2015; Jones m.fl., 2015). Samtidigt är det fortfarande en stor andel av de äldsta över 75 år som aldrig (26 procent) eller mer sällan (14 procent) använder internet (Internetstiftelsen 2020b) och därmed inte heller har möjlighet att ta del av webbaserade nyhetsmedier och -applikationer. Än så länge har dessa fortsatt tillgång till pappersmorgontidningar och nyhetssändningar i linjär radio och tv. Men i takt med att nyhetsmedier satsar alltmer på nyhetssajter, webb och poddsändningar finns också en risk att färre resurser satsas på de traditionella nyhetsplattformarna. Om så blir fallet riskerar de allra äldsta att hamna utanför, får svårare att ta del av samhällsinformation och i förlängningen också får sämre förutsättningar att delta i samhällslivet och i den demokratiska processen. Fortfarande är det långt kvar tills vi står inför ett sådant scenario, och kanske kommer vi aldrig dithän. Det är dock viktigt att beakta att vi sannolikt alltid kommer att ha en viss digital klyfta i befolkningen och reflektera över vad det kan få för betydelse för människors möjligheter att vara aktiva nyhetskonsumenter såväl som aktiva samhällsmedborgare.

Referenser

- Andersson, Ulrika (2020). *Nyhetsvanor i normaltids och pandemitid*. Stockholm: Myndigheten för press, radio och tv.
- Bergström, Annika (2016). Nyheter i sociala nätverksmedier. I Jonas Ohlsson, Maria Solevid & Henrik Oscarsson (red) *Ekvilibrיום*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet.
- Bohlin, Göran (2016). *Media generations. Experience, identity and mediatised social change*. London: Routledge.
- Edgerly, Stephanie, Vraga, Emily K., Bode, Leticia, Thorson, Kjerstin & Thorson, Esther (2018). New media, new relationship to participation? A closer look at youth news repertoires and political participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 192–212.
- Fletcher, Richard & Kleis Nielsen, Rasmus (2018). Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis. *New Media Society*, 20(7), 2450–2468.
- Hage, Maria (2015). *How can online communication enhance older adults' social connectivity?* Groningen: University of Groningen.
- Internetstiftelsen (2020a). *Svenskarna och internet 2019*. Stockholm: Internetstiftelsen.
- Internetstiftelsen (2020b). Digitalt utanförskap 2020 Q1. Internetutveckling och uppkoppling. <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/digitalt-utanfor-skap-2020/internetutveckling-och-uppkoppling/> (Besökt 2020-09-25)

- Jervelycke Belfrage, Maria & Bergström, Annika (2017). News in Social Media. Incidental consumption and the role of opinion leaders. *Digital Journalism*, 6(5), 583–598. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1423625>
- Jones, Ray B., Ashurst, Emily J., Atkey, Jo & Duffy, Barbara. (2015). Older People Going Online: Its Value and Before-After Evaluation of Volunteer Support. *Journal of Medical Internet Research*, 17(5), e122. <https://doi.org/10.2196/jmir.3943>
- LaRose, Robert (2010). The problem of media habits. *Communication Theory*, 20, 194–222
- Lee, Nam-Jin, Shah, Dhavan V. & McLeod, Jack M. (2013). Processes of political socialization: A communication mediation approach to youth civic engagement. *Communication Research*, 40, 669–697.
- Patterson, Thomas E. (2013). *Informing the news*. New York, NY: Vintage.
- SPF Seniorerna (2019). *Digitalisering handlar om människor*. Stockholm: SPF Seniorerna. https://www.spfseniorerna.se/globalassets/forbund/sa-tycker-vi-rapporter/digitaliseringsrapport_2019_klar-1.pdf (Besökt 2020-09-25)
- Sveriges Television (2020). Så arbetar vi med lokala nyheter. <https://kontakt.svt.se/guide/sa-arbetar-vi-med-lokala-nyheter> (Besökt 2020-09-25)
- Wadbring, Ingela & Bergström, Annika (2017). A local crisis or a print crisis? Local news use over three decades. *Journalism Studies*, 18(2), 175–190.
- Weibull, Lennart (1983). *Tidningsläsning i Sverige*. Stockholm: Liber.
- Weibull, Lennart, Wadbring, Ingela & Ohlsson, Jonas (2018). *Det svenska medielandskapet. Traditionella och sociala medier i samspel och konkurrens*. Stockholm: Liber.
- Westlund, Oscar & Weibull, Lennart (2013). Generation, life course and news media use in Sweden 1986–2011. *Northern Lights*, 11, 147–173.
- Young, Eric (2015). *How Millennials Get News: Inside the Habits of America's First Digital Generation*. Associated Press-NORC Center for Public Affairs Research. American Press Institute.

